

Cenário #12



Revista CENÁRIO

<http://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario>

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 Eniele 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. 7, n. 12 (2019). – Brasília

Semestral

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

Fotografias de Barbara Rodrigues

Comitê Científico da Revista

Conselho Editorial:

Marutschka Martini Moesch, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil

Kerlei Eniele Sonaglio, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil

Lívia Cristina Barros da Silva Wiesinieski, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil
Luiz Carlos Spiller Pena, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil
Neio Lúcio de Oliveira Campos, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil
Mario Carlos Beni, Universidade de São Paulo (USP) – Brasil
Susana de Araújo Gastal, Universidade de Caxias do Sul (UCS) – Brasil
Everaldo Batista da Costa, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil
Ilia Alvarado Sizzo, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) - México
Regina Schluter, Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)/Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET) - Argentina
Luiz Octavio de Camargo, Universidade Anhembi Morumbi (UAM) – Brasil
Cristiane Luce, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - Brasil

Comitê Científico:

Ada de Freitas Maneti Dencker, Universidade Anhembi Morumbi (UAM) - Brasil
Aguinaldo César Fratucci, Universidade Federal Fluminense (UFF) – Brasil
Alessandra Santos dos Santos, Centro Universitário de Brasília (Uniceub) - Brasil
André de Almeida Cunha, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil
Christiano Henrique da Silva Maranhão, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) - Brasil
Cleber Augusto Trindade Castro, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) - Brasil
Donária Coelho Duarte, Universidade de Brasília (UnB) - 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
Lívia Cristina Barros da Silva Wiesinieski, Universidade de Brasília (UnB) – Brasil
Luiz Carlos Spiller Pena, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil
Maria Eunice Maciel, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Brasil
Maruschka Martini Moesch, Universidade de Brasília (UnB) - Brasil
Mozart Fazito Rezende Filho, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) - 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, 8

Marutschka Martini Moesch

ARTIGOS

- **Instrumento de inteligência turística e tomada de decisão: o caso do Observatório do Turismo do Maranhão, 10**

Instrument of tourist intelligence and decision making: the case of the Tourism Observatory of Maranhão

Instrumento de inteligencia turística y toma de decisión: el caso del Observatorio del Turismo de Maranhão

Saulo Ribeiro dos Santos , Thais Mendes Pinheiro

- **Turismo e ilheidade: o olhar de crianças residentes da vila de encantadas, na Ilha do Mel (Paranaguá - PR), 25**

Tourism and islander culture: the look of resident children of the village of encantadas, in the Ilha do Mel (Paranaguá - PR)

Turismo e cultura isleña: el mirada de los ñinos que viven en el pueblo de encantadas, en Ilha do Mel (Paranaguá – PR)

Letícia gomes de oliveira, elizabete sayuri kushano

- **Turismofobia, os dois lados da problemática, 42**

Tourism, both sides of the problem

Turismofobia, los dos lados de la problemática

Joicy Caroliny do Vale Ponath, Willian Breno Silva de Oliveira

- **Os impactos gerados pela greve dos caminhoneiros no Brasil e a resiliência nos equipamentos e serviços turísticos, 59**

The impacts generated by the truck drivers strike in Brazil and the resilience in tourism equipments and services

Los impactos generados por la greve de los camioneros en brasil y la resiliencia en los equipos y servicios turísticos

Amanda Souza Lopes

- **Turismo responsável e eventos: uma análise sobre a responsabilidade no Festival Internacional de Cinema e Video Ambiental (FICA) - Goiás/GO, 73**

Responsible tourism and events: an analysis on responsibility at the International Festival of Cinema and Environmental Video (FICA) - Goiás / GO

Turismo responsable y eventos: un análisis sobre la responsabilidad en el Festival Internacional de Cinema y Video Ambiental (FICA) - Goiás / GO

Donária Coelho Duarte, Kezya Silva Coelho Lima

• **Estudo das tematizações de estabelecimentos gastronômicos do Distrito Federal, 90**
Study of thematizations of gastronomic establishments of the Distrito Federal
Estudio de tematizaciones de establecimientos gastronómicos del Distrito Federal.

• **Posicionamento ambiental de um hotel na cidade de Campina Grande - PB, 104**
Environmental positioning of a hotel in the city of Campina Grande - PB
Posicionamiento ambiental de un hotel en la ciudad de Campina Grande - PB

Kettrin Farias Bem Maracajá

• **Área de Proteção Ambiental Jenipabu e reserva de Desenvolvimento Sustentável**
Estadual Ponta do Tubarão: um processo histórico conservacionista?, 123

Área de Proteção Ambiental Jenipabu and reserva de Desenvolvimento
Ssustentável Estadual Ponta do Tubarão: a historical conservationist process?

Área de Protección Ambiental Jenipabu y Reserva de Desarrollo Sostenible
Estadual Punta del Tibarón: un proceso histórico conservacionista?

Artemísia dos Santos Soares, Mayara Ferreira de Farias, Francisco Fransualdo de Azevedo

EDITORIAL



A Revista Cenário em sua 12 edição espelha a preocupação com a crise política e social em que se depara o Brasil. Vivemos um sofrer generalizado em nosso país, marcado por medos, frustrações e ameaças constantes. Nas redes sociais são presentes a ansiedade, o cansaço, a sensação paralisante de impotência e a angústia e desamparo tomam conta.

São claras as ações de comunicação, do atual governo que fomentam uma guerra híbrida, o chamado firehosing. Declarações cada vez mais estapafúrdias e revoltantes descompromissadas de lógica e verdade, num ir e vir de declarações em postagens em massa, a fim de criar total animosidade e confusão são diárias. Enquanto num segundo plano projetos de lei e emendas impopulares são votadas pelo congresso nacional, sob vistas grossas do Supremo Tribunal Federal. A educação pública tem sido preferencialmente atacada. A universidade pública é alvo de descrédito para que assim possa ser mais facilmente desmontada. Nossa indignação cresce a cada notícia consumindo nossas energias para produzir debates mais fecundos e necessários a manutenção de nossa frágil democracia.

Esse contexto de descrédito e desesperança ocorre no momento da história mundial em que são comemorados os 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos cujo texto propõe a visão mais progressista que nosso mundo poderia viver.

O universalismo que postula em seu segundo artigo o direito que pertence a cada um, indiferente de seu credo, raça, gênero, nacionalidade, classe social e sobre o que pensamos e acreditamos está sendo ameaçado por fundamentalismos e o autoritarismo instalado no Estado.

Populações indígenas, comunidades rurais tradicionais quilombolas, as lésbicas, gays, os bissexuais, os transgêneros e intersexuais (LGBTI), a juventude negra, as mulheres, os militantes de causas ambientais e as organizações da sociedade civil estão sob permanente ameaça. Não sendo suficiente a perda de direitos cívicos que estão sendo ameaçados, assim como os direitos culturais, sociais, econômicos e políticos. Novamente estamos inscritos no mapa mundial da fome.

Diante deste desmonte do estado de direito brasileiro é necessário sermos resistência, não deixar que nossa indignação nos paralise e os absurdos ditos arrebatem nossa possibilidade de alimentar a esperança de seguir vivendo. A melhor resposta é seguir estudando, lendo, pesquisando, sem deixar de sentir empatia por aqueles que precisam, para assim aprender como ajudar mais, como ser mais solidário, como acolher mais na diferença. Resistir ao medo pela alegria, pela beleza, pela leveza da diversão, pelo encontro entre pessoas, assim devemos esperar e “turistar”, de preferência coletivamente. Essa edição da Revista Cenário retrata uma forma deste caminhar coletivo.

Boa leitura!

ARTIGOS



Instrumento de inteligência turística e tomada de decisão: o caso do Observatório do Turismo do Maranhão

Instrument of tourist intelligence and decision making: the case of the Tourism Observatory of Maranhão

Instrumento de inteligencia turística y toma de decisión: el caso del Observatorio del Turismo de Maranhão

**Saulo Ribeiro dos Santos¹
Thais Mendes Pinheiro²**

Resumo: Em se tratando de dados estatísticos no turismo para fins de tomada de decisão e elaboração de políticas públicas, estes são decisivos para que os destinos turísticos tenham condições de ofertar novos produtos e serviços, preparando-se para atender às reais necessidades de seus visitantes. Desta forma, objetiva-se neste presente estudo relatar as experiências de trabalho do Observatório do Turismo do Maranhão como instrumento de inteligência e tomada de decisão para a elaboração de políticas públicas de turismo no estado do Maranhão. Utilizou-se de pesquisa bibliográfica e documental, e caracteriza-se como descritiva e exploratória, além do relato de experiência dos membros sobre o funcionamento e dinâmica do Observatório. Conclui-se que a criação do Observatório do Turismo do Maranhão no ano de 2017 tem criado dados até então inexistentes e atualizado outros, de forma a contribuir para o fortalecimento dos polos turísticos do Maranhão.

Palavras chave: Dados estatísticos; Observatório do turismo do Maranhão; Políticas públicas; Tomada de decisão.

Summary: Dealing with statistical in tourism for the purposes of decision-making and public policy-making, are decisive for tourist destinations to be able to offer new products and services, and also preparing themselves to meet the real needs of their visitors. In this way, this study aims to report the work experiences of the Tourism Observatory of Maranhão as an instrument of intelligence and decision-making for the elaboration of public tourism policies in the state of Maranhão. Bibliographical and documentary research was used, and it is characterized as descriptive and exploratory, in addition to the report of experience of the members on the operation and dynamics of the Observatory. It is concluded that the creation of the Tourism Observatory of Maranhão in the year 2017 has created data previously non-existent and updated others, in order to contribute to the strengthening of the tourist centers of Maranhão.

¹ Bacharel em Turismo, Mestre em Administração e Desenvolvimento Empresarial, Doutor em Gestão Urbana, Doutor em Geografia. Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão e do Programa de Mestrado em Geografia, Natureza e Dinâmica do Espaço na Universidade Estadual do Maranhão. Coordenador do Observatório do Turismo do Maranhão. E-mail: saulosantosma@uol.com.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6596-0016>

² Bacharel em Turismo e Administração. Supervisora de Serviços Turísticos da Secretaria de Turismo do Maranhão. Vice Coordenadora do Observatório do Turismo do Maranhão. E-mail: thays.pinheiro@gmail.com

Financiamento: O Observatório do Turismo do Maranhão é financiado pela Universidade Federal do Maranhão, Secretaria de Estado de Turismo do Maranhão, Secretaria Municipal de Turismo de São Luís e Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas do Maranhão.

Keywords: Statistical; Tourism Observatory of Maranhão; Public policy; Decision making.

Resumen: En sí tratando de datos estadísticos en el turismo para fines de toma de decisión y elaboración de políticas públicas, estos son decisivos para que los destinos turísticos tengan condiciones de ofrecer nuevos productos y servicios, preparándose para atender a las reales necesidades de sus visitantes. De esta forma, se objetiva en este presente estudio relatar las experiencias de trabajo del Observatorio del Turismo de Maranhão como instrumento de inteligencia y toma de decisión para la elaboración de políticas públicas de turismo en el estado de Maranhão. Se utilizó de investigación bibliográfica y documental, y se caracteriza como descriptiva y exploratoria, además del relato de experiencia de los miembros sobre el funcionamiento y dinámica del Observatorio. Se concluye que la creación del Observatorio del Turismo de Maranhão en el año 2017 ha creado datos hasta entonces inexistentes y actualizados otros, de forma a contribuir con el fortalecimiento de los polos turísticos de Maranhão.

Palabras clave: Datos estadísticos; Observatorio del turismo de Maranhão; Políticas públicas; Toma de decisiones.

Introdução

É imprescindível entender e perceber a realidade turística de um determinado destino turístico (Butler, 2008; Framke, 2002), pois, deve-se levar em consideração que no território turístico acontece o desenvolvimento da atividade turística, e, portanto, é necessária sua compreensão (Santos, 2016). Além disso, o fenômeno turístico por sua complexidade sistêmica deve estar aliado a um modelo de planejamento turístico (Santos, 2016) que oriente a uma tomada de decisão inteligente em qualquer âmbito de desenvolvimento, pois, este requer a existência de dados e indicadores de natureza estatística conforme destacam Luque Gil & Zayas Fernández & Caro Herrero (2015).

É assim que municípios, estados e países em todo o mundo vem realizando, mediante instituições e mecanismos que elaboram tais informações, pois, estas são vitais para a elaboração de políticas e planos estratégicos (Blasco Franch & Cuevas Contreras, 2013; Luque Gil & Zayas Fernández & Caro Herrero, 2015). Para cada área temática, o estado busca obter dados significativos e relevantes. Em geral, tem-se um conjunto de informações sobre economia, saúde, educação, entre outros, e o turismo é uma área recente, que carece de dados e que está diretamente relacionada à economia (Marco Lajara & García Lillo & Sabater Sempere, 2009).

Quanto ao turismo, Blasco Franch & Cuevas Conteras (2013) afirmam que gestores de destinos turísticos devem se preocupar em obter informações adequadas para acompanhar e avaliar o desenvolvimento da atividade, e, que diversos destinos (maduros ou não) ainda não possuem observatório. Autores como Luque Gil & Zayas Fernández & Caro Herrero (2015) ressaltam a notoriedade de que há uma convergência mundial sobre a busca por dados relativos quanto ao turismo, pois, não é prioritário em diversos países e são

difíceis de conseguir, como o caso do Brasil (Mtur, 2018). Além disso, compreende-se que o turismo é uma atividade que gera impactos ambientais, culturais, econômicos e sociais numa localidade, e, é imprescindível criar uma instância que disponha de informações precisas e de qualidade para apoiar na tomada de decisão estratégica, com fins de desenvolvimento turístico (Blasco Franch & Cuevas Contreras, 2013).

Assim, os observatórios de turismo têm papel relevante na obtenção de dados, pois, para Luque Gil & Zayas Fernández & Caro Herrero (2015) e Unwto (2017) o conceito de Observatório de Turismo é uma ferramenta de inteligência turística estável, responsável por observar a realidade, além de analisar a dinâmica territorial, utilizando *softwares* para medir os dados, retornando-os em forma de tabelas, gráficos, mapas e indicadores estatísticos, fornecendo resultados a todos os *stakeholders* do destino turístico.

Tanto no Brasil, quanto no estado do Maranhão as estatísticas sobre o turismo são escassas, com pouco detalhamento e até mesmo desarticuladas com outros setores, e nem se compara a abundância de dados de outros segmentos (Mtur, 2018; Maranhão, 2012). Inclusive, no atual Plano Nacional de Turismo (2018-2022) uma das iniciativas é apoiar a estruturação de uma rede Observatórios de Turismo no Brasil, pois:

Um observatório de turismo tem entre os seus objetivos o acompanhamento, observação, coleta, tratamento, análise, geração e monitoramento de dados e informações sistemáticas e padronizadas sobre atividade turística em distintos níveis administrativos regional, estadual e municipal. Trata-se de um recurso institucional que permite acompanhar o desempenho do turismo em determinado nível administrativo, contribuindo para o planejamento sustentável da atividade e para fortalecer o turismo como opção de desenvolvimento econômico (Mtur, 2018, p. 83).

A partir desta ótica, compreende-se a necessidade do desenvolvimento de Observatórios de Turismo no Brasil com o objetivo de disseminar dados e informações para que a cadeia produtiva do turismo tenha acesso e possa tomar decisão de forma inteligente como acontece na Espanha, por exemplo (Agencia Aysén, 2009).

No estado do Maranhão (Nordeste, Brasil) o turismo vem sendo desenvolvido como política pública “permanente” a partir da implementação do documento Plano Estratégico de Turismo do Estado do Maranhão (Plano Maior) desde o ano 2000, onde foram criados metas, diretrizes, objetivos, entre outros, além da definição de polos turísticos que direcionaram ações específicas de fortalecimento da atividade. Desde a criação do Plano Maior, o Maranhão passou de 05 (cinco) para 10 (dez) polos turísticos categorizados em Indutores, Estratégicos e Desenvolvimento, os quais possuem diferentes condições de desenvolvimento do turismo, assim relacionados às suas atratividades, formas de organização e gestão, contextos sociais e econômicos, entre outros (Maranhão, 2012).

Neste documento norteador há inúmeras justificativas sobre dados estatísticos sequenciais do turismo no Maranhão, que levam o estado a “amparar-se” em dados

regionais ou nacionais, o que não acompanha a realidade local, conforme observa-se: “as estatísticas disponíveis atualmente são inadequadas e insuficientes para dimensionar os fluxos turísticos no Maranhão e nos polos e/ou para acompanhar sua evolução nos últimos anos” (Maranhão, 2012, p. 14).

Mediante tais aspectos, objetiva-se no presente estudo relatar as experiências de trabalho do Observatório do Turismo do Maranhão como instrumento de inteligência e tomada de decisão para a elaboração de políticas públicas de turismo no estado do Maranhão.

O artigo está subdividido em quatro tópicos, sendo inicialmente a introdução com uma breve justificativa e o objetivo, seguido da metodologia com os métodos e técnicas utilizados, posteriormente a análise dos dados, e por fim, as considerações finais.

Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos adotados foram a *webresearch* (Gil, 2006) mediante buscas na base de dados *Redalyc*, num recorte temporal dos artigos publicados a partir de 2005 utilizando palavras chaves como “observatório do turismo” e “dados estatísticos e turismo”, e documental, especificamente no Plano Maior³ e na Política Nacional de Turismo (2018-2022). A pesquisa tem caráter exploratório-descritivo (Vergara, 2004), pois, busca-se apresentar um referencial teórico em que se compreenda e amplie as perspectivas e discussão sobre observatórios de turismo.

Trata-se também de um estudo de caso (Yin, 2001) de um organismo específico (unidade única de análise). Optou-se pelo relato de experiências dos participantes do Observatório com a finalidade de apresentar as vivências dos mesmos durante as pesquisas desenvolvidas pelo Observatório, evidenciando as respostas registradas e coletadas em diversas reuniões pós pesquisa.

Assim, transcreveu-se as percepções, pois, considera-se tais conteúdos fundamentais para revelar a importância do Observatório do Turismo do Maranhão para o desenvolvimento de políticas públicas e tomada de decisão. Os resultados foram elaborados a partir de uma construção individual e coletiva das experiências de trinta dos mais de cem pesquisadores (fixos e não fixos) desde 2017 a 2019 sobre as ações executadas pelo Observatório do Turismo do Maranhão, como as pesquisas de demandas realizadas e sua importância para as políticas e planos turísticos, num formato de um texto descritivo e analítico, que serve de base para responder o objetivo do artigo (Todorov, 1979).

³ Plano Estratégico de Turismo do Estado do Maranhão.

Resultados e análise

O Observatório do Turismo do Maranhão surge a partir da premissa da insuficiência de dados estatísticos permanentes e contínuos sobre o turismo no estado do Maranhão (Maranhão, 2012). A partir desta prerrogativa, o grupo de pesquisa “Turismo, Cidades e Patrimônio” da Universidade Federal do Maranhão elabora o projeto do Observatório para que pudesse servir como instância de gestão de conhecimento científico para subsidiar as políticas públicas e auxiliar na tomada de decisão inteligente tanto para o setor público quanto privado (Observatório do Turismo do Maranhão, 2017).

Mediante tais abordagens, o Grupo de Pesquisa justificou a importância do Observatório do Turismo do Maranhão, pois, este já era previsto no Plano Maior 2020 (Programa Tecnologia do Turismo, subitem Rede de Conhecimento) para o ano de 2014 (Maranhão, 2012). Sendo assim, os objetivos específicos do Observatório do Turismo do Maranhão são: a) obter, sistematizar, processar, analisar e difundir informação de qualidade e confiável sobre a atividade turística do estado do Maranhão; b) obter e processar informações quantitativas e qualitativas sobre a oferta e demanda turística do Maranhão; c) desenvolver estudos e pesquisas de caráter quantitativo e qualitativo de interesse para o desenvolvimento turístico do Maranhão; d) consolidar e sistematizar informação de interesse turístico para diversas instituições e organismos públicos e privados do Maranhão; e) aproximar instituições, empresas e pesquisadores que tenham interesse pelas pesquisas propostas pelo Observatório; f) estimular a criação de uma rede de informações no estado do Maranhão; g) estruturar um *website* que deve ser periodicamente atualizado atendendo o fornecimento de dados a prefeituras, *trade*, instituições de ensino, organizações civis em comunidade em geral; h) utilizar as informações e dados das pesquisas no planejamento de ações e estratégias da política de turismo do Estado; i) promover a produção e divulgação de dados e informações que contribuam para o turismo na área de abrangência do observatório e que tenham aplicabilidade prática.

Quanto ao organograma (composto por coordenador e vice coordenador; comitê executivo; secretário(a) executivo(a), e; pesquisadores permanentes e voluntários), este segue uma estrutura sólida e enxuta, adequada aos atuais parâmetros da gestão de pessoas. Além de organizar as funções de cada colaborador do Observatório, criaram a marca (Figura 1), pois, esta acrescenta valor ao produto, valorizando-o e identificando-o perante seus pares. Portanto, a sua concepção está baseada em princípios básicos de pesquisa, fazendo-se necessária para que o Observatório do Turismo do Maranhão tenha a sua representação, mantendo-o competitivo e permanente no mercado (Observatório do Turismo do Maranhão, 2017).



Figura 1: Marca oficial do Observatório do Turismo do Maranhão

Fonte: Observatório do Turismo do Maranhão (2017)

Além disso, é uma garantia de origem e qualidade para aquele que a identifica (AAKER, 2007). Quanto aos eixos de pesquisa do Observatório, este está dividido em três: a) Documental; b) Campo; c) Mineração de dados. Em relação aos pesquisadores fixos e não fixos, estes são estudantes dos cursos de Turismo e Hotelaria vinculados à Universidade Federal do Maranhão e/ou outra Instituição de Educação Pública ou Privada, os quais foram previamente treinados e orientados quanto à aplicação de questionários e abordagem ao turista.

A partir da institucionalização do Observatório do Turismo do Maranhão pela Universidade Federal do Maranhão, o mesmo passa a existir oficialmente em 2017, mas, já com uma pesquisa de demanda turística realizada no período do ano novo (2016/17) em São Luís, que buscou identificar o perfil dos visitantes neste evento específico e suas impressões sobre a infraestrutura e serviços turísticos. Os dados foram apresentados ao Secretário Adjunto de Turismo do Maranhão e comunidade acadêmica, o qual destacou a necessidade de novas pesquisas similares para que o estado pudesse ter um panorama do perfil dos visitantes.

A partir de então, o Observatório criou um calendário para o ano de 2017 com vistas a identificar o perfil dos visitantes de São Luís nos períodos de alta e baixa temporada, assim como nos períodos festivos e de feriado como Carnaval, São João e Semana da Pátria, e, também realizou duas pesquisas fora da capital, sendo uma na cidade de Alcântara durante o Festejo do Divino Espírito Santo com o apoio do Instituto Federal do Maranhão (IFMA) e outra na cidade de Carolina (Polo Chapada das Mesas) com o apoio da Secretaria Municipal de Turismo de Carolina. Abaixo seguem as pesquisas desenvolvidas e o número de entrevistados:

1. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – Ano Novo 2016/17 – 124 questionários;
2. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – Alta Temporada 2017/1 – 287 questionários;

3. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – Carnaval – 80 questionários;
4. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – Baixa Temporada 2017/1 – 178 questionários;
5. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – São João – 509 questionários;
6. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – Alta Temporada 2017/2 – 233 questionários;
7. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – Semana da Pátria 2017 – 146 questionários;
8. Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística – Baixa Temporada 2017/2 – 182 questionários.

Além destas pesquisas de campo, o Observatório realizou o levantamento da taxa de ocupação hoteleira junto a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão (ABIH-MA) entre os anos de 2010 a 2017, e, no site da Infraero identificaram o fluxo de passageiros (embarque e desembarque) no aeroporto Marechal da Cunha Machado.

Em dezembro de 2017 foi realizado o lançamento oficial do Observatório com suporte e apoio da Secretaria de Estado de Turismo do Maranhão que abraçou a causa, e, desde então financia as pesquisas de campo na capital. O somatório de pesquisadores que participaram das pesquisas em 2017 ultrapassou oitenta pessoas que se disponibilizaram a participar das pesquisas com o objetivo de levantar dados até então inexistentes e/ou ultrapassados (Observatório do Turismo do Maranhão, 2019).

A Secretaria de Estado de Turismo do Maranhão passou a disponibilizar o transporte e alimentação dos pesquisadores para o deslocamento durante as pesquisas de demanda turística nos principais locais de entrada e saída de São Luís. Das mais de quinze reuniões que tiveram antes e depois das pesquisas em 2017, todos os pesquisadores voluntários afirmaram que puderam vivenciar na prática o aprendizado da sala de aula, principalmente da disciplina Pesquisa de Mercado aplicada ao Turismo, e, também que o contato com os visitantes/turistas possibilitou maior entendimento sobre o perfil e impressões dos mesmos sobre São Luís. Destacaram que se sentiram orgulhosos em poder contribuir para a criação de dados estatísticos do turismo no estado do Maranhão, e, que viam como positiva as ações do Observatório, por estar à frente desta lacuna até então existente no Maranhão.

Ratifica-se que pesquisas de cunho científico, técnico e mercadológico, assim como, a elaboração de projetos turísticos que refletem contextos e necessidades atuais e futuras são fundamentais para o sucesso de qualquer política e plano turístico (Mtur, 2018). Além disso, Castells (2000) e Domareski-Ruiz & Gândara & Chim-Miki (2015) afirmam que a

competitividade de um destino turístico está pautada na capacidade de inovar, mediante o processamento do conhecimento existente no território turístico, portanto, as informações levantadas pelo Observatório do Turismo do Maranhão contribuirão para que o estado do Maranhão seja competitivo satisfazendo “de forma mais eficaz e eficiente (eficiência econômica e ambiental) as necessidades dos fluxos turísticos, preservando as próprias qualidades territoriais e contribuindo para melhorar o bem estar da comunidade local” (Domareski-Ruiz & Gândara & Chim-Miki, 2015: 765)

Ao longo do ano de 2017, os responsáveis iniciaram um processo de divulgação dos dados estatísticos, com fins a auxiliar o estado na tomada de decisão, e, também, para que o setor privado pudesse ampliar/melhorar a oferta turística do Maranhão, oferecendo produtos e serviços de qualidade, atendendo às reais necessidades da demanda (turistas), produzindo assim, mais oportunidades às comunidades receptoras, e, sem perder de vista a sustentabilidade dos recursos culturais, históricos e naturais. Crouch & Ritchie (1999) já afirmavam que o turismo é um fenômeno dinâmico e que se deve acompanhar a complexidade do processo de forma permanente, pois, os destinos são constantemente pressionados a se manterem frente ao mercado.

Nesta perspectiva, coloca-se que tanto as políticas públicas de turismo devem ser uma construção contínua e integrada, tendo como suporte a memória do turismo, e, que os gestores devem se apoiar em ferramentas de inteligência turística, por serem “ferramentas de compreensão e análise de território” (Luque Gil & Zayas Fernández & Caro Herrero, 2015:8 – tradução nossa).

Como relatado em uma das reuniões, o pesquisador 27 destaca que estados e municípios devem formalizar plataformas interinstitucionais de dados para facilitar a compreensão dos dados existentes em todas as áreas, pois, o destino turístico como destaca Pearce (2014) é holístico e interage com outros setores, dependendo diretamente de diversas informações.

Já o pesquisador 14 relatou sobre o crescimento do turismo no Maranhão, que para ele é necessário e contínuo as pesquisas e estudos que versem sobre demandas e ofertas turísticas, atendendo a evolução da própria atividade, e, tendo ações estratégicas para tratar das transformações. Nesta ótica, Blasco & Cuevas (2013), Luque Gil & Zayas Fernández & Caro Herrero (2015) e Segittur (2013) destacam que um observatório deve prover ferramentas acessíveis para todos os *stakeholders*, através de diagnósticos, avaliação, observação, perspectiva, geração de novos produtos e serviços, valoração de ferramentas, entre outros.

Em consonância a isso, o pesquisador 30 considera que coletar expectativas e anseios dos turistas em relação aos produtos e serviços turísticos ofertados no Maranhão,

possibilita uma visão mais ampla em relação às necessidades a serem trabalhadas, de forma a potencializar e direcionar ações de planejamento para uma melhor implementação de políticas públicas (Blasco Franch & Cuevas Contreras, 2013). De Séde–Marceau (2002) destaca que um Observatório de Turismo deve estar alinhado a alguns aspectos como: problemática do destino e sua gestão, identificação de necessidades, bases de dados territoriais e turística, e, execução do projeto. Ou seja, a partir desta concepção, o autor aponta que o destino turístico passa a ter conhecimento e compreensão da atividade turística, assim como suas dimensões e complexidades.

O Maranhão é um estado com uma diversidade de destinos turísticos pertencentes ao Mapa do Turismo Brasileiro, possuindo características próprias e inseridas em contextos por vezes comuns, mas, também diferenciados pela própria diversidade natural, social e cultural, os quais estão agrupados, tendo assim, a necessidade de serem estudados, para então, prepará-los para o turismo (Maranhão, 2012). Entender as especificidades de cada polo turístico e/ou destino turístico do Maranhão é fundamental para que os gestores públicos e privados do estado compreendam a(s) real(is) necessidade(s) tanto do visitante quanto do residente. Pois, sob a ótica da competitividade, Hjalager (2002), Vera *et al.* (2011) e Salgado Alves (2008) destacam que os destinos turísticos mais competitivos conduzem novos instrumentos de política e gestão, e, que os territórios vivem em constante mudanças face à globalização, e, que os destinos turísticos devem ser capazes de dar resposta aos desafios impostos mediante inovação, tecnologia, organização, gestão, marketing, qualidade, sustentabilidade, parceria público privada, planejamento participativo e gestão compartilhada.

Esta concepção alinha-se ao conceito de destino turístico inteligente (DTI) que para Boes & Buhalis & Inversini (2015: 394 – tradução nossa) “pode ser percebido como lugares que utilizam as ferramentas tecnológicas disponíveis e técnicas para permitir que a demanda e a oferta co-criem valor, prazer e experiências para o turista, gerando riqueza, lucro e benefícios para as organizações e destino”.

Alguns membros do Observatório como os pesquisadores 02, 10 e 19 que já atuam no mercado de trabalho (agências de viagem) destacaram que tais informações levantadas e analisadas pelo Observatório contribuem para que eles possam analisar conjuntamente com os colegas de trabalho e gestores, desenvolvendo estratégias que venham melhorar a qualidade do serviço prestado, assim como formatação de novos produtos, ampliando cada vez mais a competitividade e tomando decisões corretas.

No Brasil, existem observatórios do turismo em cidades como Curitiba (PR) e São Paulo (SP) que são coordenados pela Universidade Federal do Paraná e Secretaria de Estado de Turismo de São Paulo com apoio de entidades privadas, que vem contribuindo

para o fortalecimento da atividade nos devidos destinos (Mtur, 2012). Em nível internacional, a Organização Mundial do Turismo (OMT) criou *La Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible* que pretende reunir observatórios de turismo no mundo para acompanhar o impacto econômico, ambiental e sociocultural do turismo nos destinos (Unwto, 2017). É um incentivo e compromisso que a OMT tem com o setor, por meio de medições estatísticas que permitam uma gestão do turismo com base em evidências confiáveis (Unwto, 2017).

Além das pesquisas mencionadas, o Observatório também realizou o levantamento da reputação *online* dos atrativos turísticos e empreendimentos turísticos mais comentados no *TripAdvisor* nas cidades de Barreirinhas, Carolina, São Luís e Tutóia. Outra pesquisa nesta categoria foi no *Booking* com os empreendimentos hoteleiros mais bem avaliados também. A partir destes dados foi possível identificar como os usuários estão analisando quantitativamente os itens pesquisados. Pois, a reputação *online* no turismo conforme Feger & Souza Júnior & Gândara (2016: 145):

[...] é justificada porque no turismo os depoimentos dos usuários sobre suas experiências inseridos na rede tiveram muita aceitação por parte dos consumidores, tornando-se cada vez mais comum a utilização dos sites de troca de informações especializados, blogs ou redes sociais para mensurar estas experiências de usuários de equipamentos turísticos, como meios de hospedagem, restaurantes e também dos atrativos.

No ano de 2018 além das tradicionais pesquisas de Alta e Baixa Temporada, Carnaval e São João, a do *TripAdvisor* e *Booking*, foram realizadas novas pesquisas como: pesquisa de demanda turística na cidade de Barreirinhas (Lençóis Maranhenses) e pesquisa de satisfação com os usuários da Rodoviária de São Luís, além do levantamento quinzenal do número de empreendimentos ofertados e disponíveis no *Airbnb*, a taxa de ocupação nos feriados em empreendimentos hoteleiros nas cidades de Alcântara, Barreirinhas, Carolina, Imperatriz, São Luís e Tutóia e o levantamento do fluxo de visitantes de São Luís entre os anos de 2007 a 2018.

Novos pesquisadores permanentes e voluntários foram incluídos nas atividades do Observatório para que as pesquisas pudessem acontecer. Em adição, ocorreram novas capacitações e treinamentos para os novatos que estavam pela primeira vez iniciando uma pesquisa de campo. Houve também a abertura para campo de estágio obrigatório e o ganho de dois bolsistas que realizam o tratamento dos dados juntamente com os coordenadores. A divulgação dos resultados é ampliada para além dos grupos do trade turístico no *whatsapp*, e passa a contar com o apoio de dois jornais de cunho turístico local que também divulgam os resultados (Cazumbá Turismo e Maranhão Turismo), e, o layout dos infográficos ficam mais dinâmicos e objetivos.

Em 2018, o Observatório alia-se a Secretaria Municipal de Turismo de São Luís, através da Análise Mercadológica, e, passam a trabalhar de forma cooperada nas pesquisas sobre São Luís, e o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (seccional Maranhão) disponibiliza uma sala equipada para que os pesquisadores possam desenvolver suas atividades.

Com todo este ganho, os membros passam a construir uma rede de relacionamentos com os setores público e privado, abrindo oportunidades para os mesmos, como relata o pesquisador 06: “estando no Sebrae-MA eu estou permanentemente conversando com empresários e participando de algumas atividades que eles organizam, além de poder divulgar os trabalhos do Observatório”. Boes & Buhalis & Inversini (2015) e Hielkema & Hongisto (2012) destacam que os cidadãos adquirem conhecimento mediante processos, contatos e relacionamentos de forma simultânea, impulsionando a competitividade do cluster turístico, o que resulta em ideias inovadoras, atraindo novas empresas para o local.

A pesquisadora 04, por exemplo, participou de quase todas as pesquisas do Observatório, e declara que: “estar, e fazer parte do Observatório me aproxima do campo e das pessoas, pois, gosto de saber o que o turista pensa sobre minha cidade, e, além disso, aproveito para repassar algumas informações e receber outras”. O preceito de inteligência turística perpassa pelo que a pesquisadora destacou conforme observam Jamal & Jamroz (2006), que nas últimas duas décadas as informações tornaram-se mais disponíveis, contribuindo para a integração interdisciplinar, inovação, parcerias, colaboração, a fim de gerenciar com sucesso o destino. Esta base é observada por Cohen (2011) como pilares da inteligência turística, e, que são ativados e suportados através da integração de tecnologia da informação e comunicação na cidade.

Em 2019, o Observatório já realizou cinco pesquisas de demanda turística somente em São Luís: Alta e Baixa temporada, Carnaval, Semana Santa e São João, uma na cidade de Alcântara durante o festejo do Divino Espírito Santo, outras pesquisas nas cidades de Cururupu e Raposa. E iniciou a inventariação da oferta turística do município de Cururupu. Além disso, lançou o site para melhor divulgação e concentração de todas as pesquisas, e, mudou o formato de publicação dos infográficos (Figura 2). E, também organizou um Seminário de Turismo na cidade de Guimarães a convite do Conselho Municipal de Turismo.

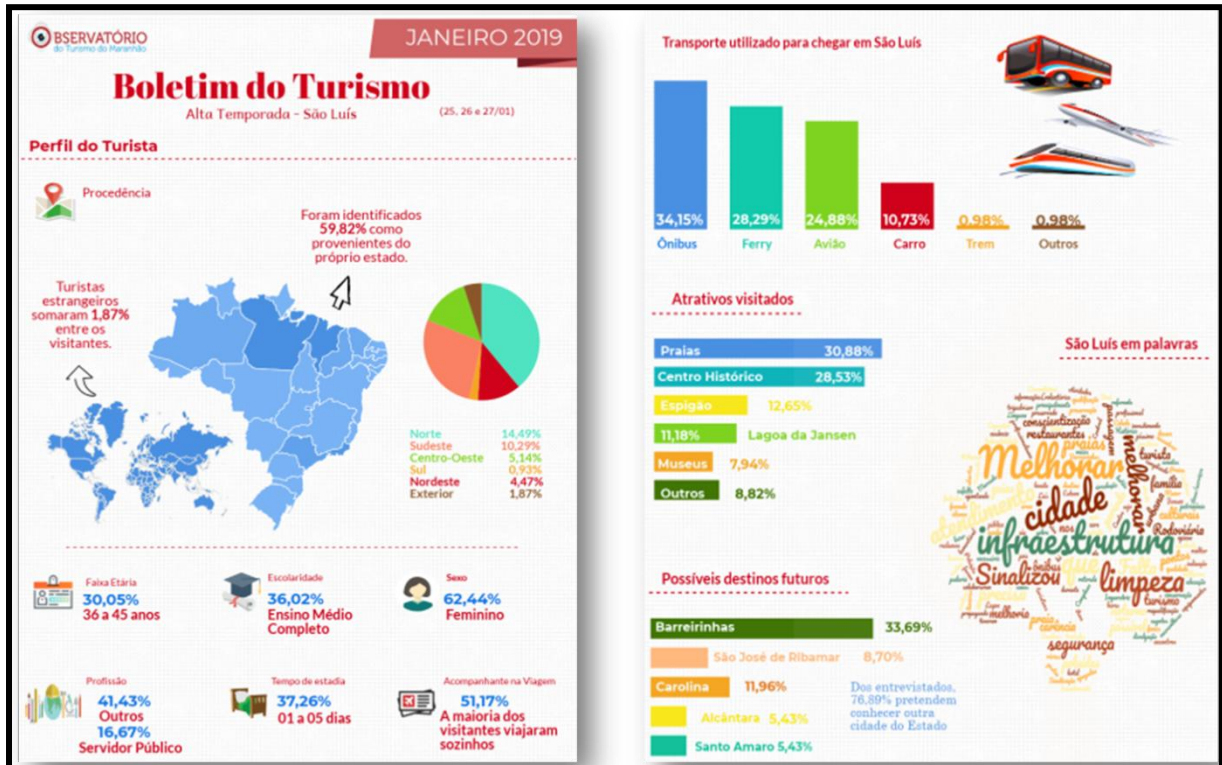


Figura 2: Infográfico alta temporada 2019.1

Fonte: Observatório do Turismo do Maranhão (2019)

A mudança no visual do infográfico do Observatório proporcionou melhor entendimento para o *trade*, pois, ficou mais colorido, direto, objetivo e claro. Inclusive com vários *feedbacks* positivos do setor privado, como de um empresário do setor de agências: “adorei o novo visual do infográfico, ficou mais fácil pra entender e analisar com meus funcionários”.

Este novo modelo foi desenvolvido pelos dois bolsistas do Observatório que buscaram programas que pudessem dar um melhor visual ao infográfico. Estudaram e aprenderam como manusear, além de vários testes. Como afirmou a bolsista: “trabalhar no Observatório é muito bom, a cada dia me sinto mais desafiada a me superar e aprendo sempre coisas novas”. O tripé da Universidade é o ensino, a pesquisa e a extensão, assim como o Observatório, pois, ele reúne este tripé, ensinando, capacitando e pesquisando. O desenvolvimento de instâncias como esta não somente contribui para o fortalecimento do curso de Turismo da UFMA (campus São Luís) como também do campus São Bernardo que já direcionou quatro alunas para estagiar no Observatório, e, que ficaram responsáveis pela pesquisa no *TripAdvisor* de todos os comentários publicados sobre os atrativos e equipamentos turísticos das cidades de Barreirinhas, Carolina, São Luís e Tutóia, e, levantamento das *hashtags* no *Instagram* das cidades “concorrentes” de São Luís.

Atualmente, o Observatório possui uma sala no Complexo Fábrica Santa Amélia no centro histórico de São Luís, onde estão instalados os cursos de Turismo e Hotelaria, no qual também funciona o grupo de pesquisa. Neste espaço, os membros tem a possibilidade de trocar conhecimento sobre todos os projetos, contribuindo e fortalecendo ainda mais o amadurecimento científico do alunado. Portanto, é possível considerar que há muito que se pesquisar sobre o turismo no Maranhão, mas, atualmente, é possível encontrar uma linha do tempo sobre dados específicos do turismo em alguns destinos maranhenses.

Considerações finais

O crescente aumento do turismo mundial impõe ao Maranhão desafios de consolidar-se cada vez mais, perante outros destinos, e, preparar-se para atender às reais necessidades da demanda turística, inovando e desenvolvendo novos produtos e serviços. A participação e envolvimento de pesquisadores (acadêmicos) têm fortalecido cada vez mais o curso de Turismo da UFMA (campus São Luís) e também a responsabilidade da mesma em investir na qualidade da formação do profissional Turismólogo.

As experiências relatadas apontam que o Observatório é um ganho na formação acadêmica do alunado, pois, com as diversas pesquisas realizadas ele obtém informações que contribuem para o amadurecimento científico, diferenciando-o de outros profissionais e até mesmo Instituições de Ensino Superior.

Pode-se concluir que as experiências relatadas pelos mais diversos membros do Observatório do Turismo do Maranhão condizem com o conceito de destino turístico inteligente, que é justamente criar/construir um destino pautado na inteligência turística, a fim, de torná-lo cada vez mais competitivo. Vê-se necessário a continuação das ações do Observatório do Turismo do Maranhão, assim como, novos relatos como do setor público e privado sobre os ganhos e desafios esperados com o Observatório.

Referências

- Aaker, J. (2007). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), p. 347-357.
- Agencia Aysen (2009). *Diseño de modelo de observatorio turístico Aysén*. Informe final. Guazzini Consultoria.
- Blasco Franch, Dani; Cuevas Contreras, Tomás. (2013). Observatorio en Turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR*, 3 (2), p.25-34.
- Boes, Kim; Buhalis, Dimitriou; Inversini, Alessandro. (2015). *Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions*. In: I. Tussyadiah, A. Inversini (eds.). *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer International Publishing Switzerland.

- Butler, Richard William. (2008). Tourism: an evolutionary perspective. In: Nelson, James Gordon; Butler, Richard William; Waterloo, Geofray Wall (Orgs.). *Tourism and sustainable development: monitoring, planning, managing*. Ontario: University of Waterloo.
- Castells, M. (2000). **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. In: A Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1.
- Cohen, B. (2011). *Smart cities wheel*. Recuperado de: < <http://www.boydcohen.com/smartcities.html>>. Consultado em: 06 abr. 2019.
- Crouch, G. I.; Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), p.137-152.
- Domareski-Ruiz, Thays Cristina; Gândara, José Manoel G.; Chim-Miki, Adriana Fumi. (2015). Destinos turísticos como territórios de inovação: análise dos vetores de competitividade urbana à luz dos pressupostos sugeridos pela união europeia, por meio do relatório “state os european cities”. *Revista Turismo - visão e ação*, 17(3), set. - dez.
- Framke, W. (2002). The destination as a concept: a discussion of the business-related perspective versus the social – cultural approach in tourism theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2 (2), p.92-108.
- Gil, Antônio Carlos. (2006). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. São Paulo: Atlas.
- Hielkema, H., & Hongisto, P. (2012). No developing the Helsinki smart city: The role of competitions for open data applications. *Journal of Knowledge Economy*, 4, 190–204.
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23(5), p. 465-474.
- Jamal, T.; Jamrozy, U. (2006). *Collaborative networks and partnerships for integrated destination management*. In: D. Buhalis; C. Costa (eds.). *Tourism management dynamics: trends, management, and tools*. Amsterdam: Elsevier, pp. 164–172.
- Luque Gil, Ana María; Zayas Fernández, Belén; Caro Herrero, José Luis. (2015). Los destinos turísticos inteligentes en el marco de la inteligencia territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*, 10, jul./dez., p. 1-25.
- Maranhão. (2012). Governo do Estado. *Plano Estratégico de Turismo do Estado do Maranhão: Plano Maior 2020 – Relatório final*. São Paulo: Chias Marketing.
- Marco Lajara, B.; García Lillo, F.; Sabater Sempere, V. (2009). Metodología a seguir para la creación y desarrollo de un Observatorio Turístico de la Provincia de Alicante, *III Congreso Internacional de Turismo de Leiria y Oeste (Portugal)*. Recuperado de: <<http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16569/1/LEIRIA-COMUNICACION.pdf>>. Consultado em: 01 jun. 2019.
- Mtur – Ministério do Turismo. (2012). *Plano nacional de turismo: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil 2013-2016*. Brasília, DF.
- Mtur – Ministério do Turismo. (2018). *Plano nacional de turismo: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil 2018-2022*. Brasília, DF.
- Observatório do Turismo do Maranhão. (2017). *Projeto de criação do Observatório do Turismo do Maranhão*. São Luís: UFMA.
- Observatório do Turismo do Maranhão. (2019). *Pesquisas e documentos*. Recuperado de: <www.sites.google.com/view/observatoriodoturismodomaranhao>. Consultado em: 20 jun. 2019.
- Pearce, D. (2014). Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. *Journal of Travel Research*, 53(2), p.141– 153.
- Salvado Alves, A. J. F. (2008). **A competitividade dos territórios num contexto de globalização: uma utopia ou uma realidade?** Congresso Português de Sociologia.
- Santos, S. R. dos. (2016). Revisitando conceitos sobre políticas públicas e gestão do turismo em cidades. *Revista de Turismo Contemporâneo*. 4(2), jul./dez., p. 286-306.

- Séde-Marceu, M.H. de (2002): *Géographie, territoires et instrumentation: etat de lieux, reflexions épistémologiques et perspectives de recherche*. Mémoire de Habilitation. Université de Franche-Comté, Laboratoire THEMA, Inédito.
- Segittur. (2013). Destinos turísticos inteligentes. Recuperado de: <<http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Turísticos-Inteligentes.pdf>>. Consultado em: 20 mar. 2019.
- Todorov, I. (1979). *As estruturas narrativas*. São Paulo: Perspectiva.
- Unwto – World Tourism Organization. (2017). *Red de observatorios del turismo sostenible de la OMT*. Recuperado de: <<http://www.tourism4development2017.org/es/noticias/red-de-observatorios-del-turismo-sostenible-de-la-omt/>>. Consultado em: 02 jun. 2019.
- Vera, J.F; López, F.; Marchena, M.J.; Antón, S. (2011). ***Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos***. Valencia.
- Vergara, Sylvia Constant. (2004). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 5. São Paulo: Atlas.
- Yin, Robert K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Recebido em: 01/07/2017

Aprovado em: 09/07/2019

Turismo e ilheidade: O OLHAR DE CRIANÇAS RESIDENTES DA VILA DE ENCANTADAS, NA ILHA DO MEL (PARANAGUÁ - PR)

Tourism and islander culture: the look of resident children of the village of encantadas, in the Ilha do Mel (Paranaguá - PR)

Turismo e cultura isleña: el mirada de los niños que viven en el pueblo de encantadas, en Ilha do Mel (Paranaguá - PR)

Letícia Gomes de Oliveira⁴
Elizabete Sayuri Kushano⁵

Resumo: Este estudo buscou o olhar de crianças ilhéus sobre as práticas turísticas na região onde vivem, contribuindo para a reflexão sobre a humanização do turismo, conhecendo o cotidiano, a cultura e os sentimentos de ilheidade a partir da perspectiva de crianças residentes, desvelando como elas se relacionam com o turismo em seu lugar-território. A abordagem utilizada foi etnográfica, realizada a partir de observações *in loco*, de questionários e entrevistas aplicados a estudantes do 5º ano de uma escola pública da Vila de Encantadas, na Ilha do Mel e de entrevista com a professora responsável pela referida turma. Os resultados apontaram que as crianças pesquisadas tinham sensível conhecimento sobre o lugar onde viviam, possuíam identidade ilhéu e observavam o turismo como benéfico para os moradores locais; porém, sentiam os impactos em seu cotidiano e no ambiente natural que os cercavam. Já a professora, entendia que a atividade turística não influenciava as crianças e não alterava seus cotidianos.

Palavras Chave: Turismo; Crianças; Ilheidade; Infância; Ilha do Mel (PR);

Resumen: Este estudio buscó la mirada de los niños isleños sobre las prácticas turísticas en la región donde viven, contribuyendo a la reflexión sobre la humanización del turismo, conociendo la vida cotidiana, la cultura y los sentimientos de la cultura isleña desde la perspectiva de los niños residentes, sin mancha en relación con el turismo en su lugar-territorio. El enfoque utilizado fue etnográfico, basado en observaciones sobre el terreno de cuestionarios y entrevistas aplicadas a los estudiantes del quinto año de una escuela pública de la aldea de Encantadas, en Ilha do Mel y entrevista con el profesor responsable de la clase antes mencionada. Los resultados mostraron que los niños encuestados tenían conocimientos sensibles sobre el lugar donde vivían, tenían una identidad isleña y observaban que el turismo era beneficioso para los residentes locales; Sin embargo, sintieron los impactos en su vida cotidiana y en el entorno natural que los rodeaba. Ya el maestro, entendió que la actividad turística no influyó en los niños y no alteró su vida cotidiana.

Palabras clave: Turismo; Niños; Ilheidade; Infancia; Ilha do Mel (PR).

⁴ Graduada em Gestão de Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) Setor Litoral, participou como bolsista pela Fundação Araucária do projeto de Iniciação Científica Turismo e Infância: um olhar para as crianças ilhéus paranaenses. Aprovada pela Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) como comissária de voo, atualmente é auxiliar administrativo na empresa BWT Operadora. **E-mail** - leticiagomesufpr@outlook.com **Orcid**: <https://orcid.org/0000-0001-9709-1647>.

⁵ Bacharelado em Turismo com ênfase em Planejamento Turístico (UFPR), Especialização em Turismo e Meio Ambiente (UNESPAR), Mestrado em Cultura & Turismo (UESC) e Doutorado em Geografia (UFPR). Atualmente é Professora Adjunta III do Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo da UFPR, Setor Litoral e Professora Permanente do Programa de Pós-graduação em Turismo pela UFPR. **E-mail** - xsayurix@gmail.com **Orcid**: <https://orcid.org/0000-0002-3076-3514>

Abstract: The present research the view of islet children on the tourist practices in the region where they live, it sought to reflect and seek the humanization of tourism, knowing the daily life, culture and feelings of happiness from the perspective of children resident and revealing how they relate to tourism in its place-territory. The approach used in the research was the ethnographic, based on observations in loco, interactive questionnaires and interviews, applied to children students of the 5th year of a public school in Vila de Encantadas, Ilha do Mel (PR) and interview with the teacher in charge of the class. The results showed that the children studied had a sensitive knowledge about where they lived, had an island identity, and observed tourism as beneficial to the residents; but they felt the impacts of this practice on their daily lives and the natural environment that surrounded them. Already the teacher, understood that the tourist activities did not influence the children and, therefore, did not alter their daily life.

Keywords: Tourism; Children; Ilheity; Childhood; Ilha do Mel (PR).

Introdução

O turismo, além de ser um fenômeno marcado pelos deslocamentos, movimentando também as práticas cotidianas, não somente dos turistas, como também de quem permanece em seu habitat natural, especialmente parte da população residente que está ligada diretamente à atividade turística.

O cotidiano dos residentes de regiões turísticas, principalmente em áreas sazonais, se torna facilmente propício de interferência das práticas realizadas, sendo que as crianças, além dos adultos, podem ser mais um ponto dessas alterações.

Assim, o presente estudo buscou compreender como um grupo de crianças ilhéus percebia o turismo e as possíveis alterações em seu cotidiano. A pesquisa ocorreu na Vila de Encantadas, na Ilha do Mel, pertencente ao município de Paranaguá no Estado do Paraná, sendo o acesso feito apenas por via marítima.

A Ilha do Mel, área de estudo do presente trabalho, é um dos maiores atrativos turísticos do Estado do Paraná, entretanto, poucos turistas sabem que a Ilha em sua maior parte é uma reserva ecológica. Segundo o Guia Turístico do *site* da Prefeitura Municipal de Paranaguá (2017) dos seus 2.700 há, apenas 200 têm permissão de uso, o restante é reserva ecológica (tombada pelo Patrimônio Histórico em 1975 e administrada pelo Instituto Ambiental do Paraná desde 1982).

Na Ilha do Mel a implantação de geradores de energia elétrica, em 1988, deu início a atitudes que hoje se transformaram em preocupação pela preservação da ilha e sua principal atração: a natureza (Prefeitura Municipal de Paranaguá, 2017). Por esse motivo e pelas diversas preocupações que surgem acerca da preservação, à exploração do turismo enquanto atividade econômica não deve abster-se de critérios e normas que norteiem seu desenvolvimento e que considere a integração dos aspectos econômicos aos demais aspectos envolvidos (Santos; Pinto & Santos, 2014).

Ademais, sobre a questão dos deslocamentos, os únicos modos de locomoção permitidos são o transporte através de bicicleta ou a pé por trilhas ou beira mar. Isso acontece devido à fragilidade ecológica do lugar, sendo 95% de sua área composta por ecossistemas de restinga e Floresta Atlântica, o que a elevou à categoria de Estação Ecológica em 1982 (Prefeitura Municipal de Paranaguá, 2017).

Além de todos os problemas ambientais, a Ilha do Mel, como tantas outras, também sofre com a sazonalidade, tendo em alguns períodos do ano, um número muito grande de visitantes, e em outros, quase nenhum. Segundo Carvalho, Decol, Gil e Lanzer (2016), a maior visitação ocorre nos períodos de verão e Réveillon e a permanência em ilhas é em torno de até uma semana.

A partir da busca pelo entendimento dos impactos da turistificação da Ilha do Mel na vida das crianças residentes, foi elaborado um plano de trabalho desenvolvido em primeiro momento através de pesquisa bibliográfica, e em um segundo momento a pesquisa ocorreu em campo, utilizando como instrumentos de coletas de dados, os questionários, as entrevistas e a observação *in loco*.

Como objetivos específicos, destacam-se: conhecer o cotidiano e a cultura dos ilhéus a partir da perspectiva de crianças residentes e desvelar como elas se relacionam com o turismo em seu lugar-território; valorizar o patrimônio natural, a cultura local e o cotidiano dos ilhéus a partir da perspectiva de crianças residentes na Ilha do Mel; analisar como o grupo pesquisado de crianças residentes na Ilha do Mel se relaciona com o turismo.

Revisão de literatura

As ilhas turísticas gradualmente estão se destacando como destinos muito procurados no Brasil, e, dentre elas, pode-se destacar: a Ilha do Mel, em Paranaguá, no Estado do Paraná; a Ilha de Fernando de Noronha, em Pernambuco; a Ilhabela, em São Paulo; Ilha Grande, no Rio de Janeiro; e a Ilha do Marajó, no Pará.

Segundo Cunha e Jacinto (2019) os espaços insulares sempre exaltaram o imaginário e exerceram o fascínio a quem os observa do exterior, alimentado por todo o tipo de literatura de viagens, escritos ao longo dos tempos, por sucessivas gerações de intelectuais de várias proveniências. Com atrativos naturais únicos, as ilhas são consideradas destinos exóticos para o turismo. Assim, a prática turística em ilhas requer a adoção de comportamentos adequados, por parte dos agentes públicos, privados e visitantes, respeitando os limites e favorecendo a preservação dos seus ecossistemas que são tão cobiçados por este público (Carvalho et al., 2016).

A exotividade das ilhas tem chamado a atenção de diversos turistas curiosos. Conforme Diegues (1998) “[...] no mundo moderno, as ilhas invadiram os meios de comunicação sendo vistas como últimos redutos do mundo selvagem, lugares paradisíacos para novas descobertas, aventuras e lazer tranquilo, configurando-se como um dos símbolos mais claros do exotismo” (p. 1).

Para o referido autor (1998, grifos nosso) há três conceitos de extrema importância sobre as ilhas. São eles: a *maritimidade*, que é entendida como um conjunto de várias práticas (econômicas, sociais e, sobretudo simbólicas) resultante da interação humana com um espaço particular e diferenciado do continental. O espaço marítimo, que não é um conceito referente diretamente ao mundo oceânico como entidade física, e sim uma produção social e simbólica que nem sempre existe em todas as sociedades insulares; a *insularidade*, que é resultante de práticas econômicas e sociais decorrentes da vida num território geograficamente limitado, com fronteiras geográficas e culturais definidas e cercado pelo oceano. Há necessidade de distinguir insularidade e isolamento, pois as ilhas, ainda que parcialmente isoladas, não se desenvolvem em sistemas fechados; vivem, ao contrário, em ritmos alternados de abertura e fechamento, segundo as formas pelas quais estão ligadas à sociedade continental ampla; e a *ilheidade*, que é o neologismo utilizado pelos pesquisadores franceses (*îleité*) para designar as representações simbólicas e imagens decorrentes da insularidade, que se expressam por mitos e lendas fundadores das sociedades insulares. Também diz respeito ao vivido pelos ilhéus, aos comportamentos induzidos pela natureza do espaço insular.

Além disso, para Diegues (1998):

Pode-se dizer que o mar é também o elemento fundador da *insularidade* e da *ilheidade*. No entanto, sua influência sobre os ilhéus não se dá apenas de forma direta, mas por meio das práticas sociais e simbólicas. Nesse sentido, o mar é visto por algumas sociedades insulares como obstáculo ao contacto com o exterior e por outras como meio de comunicação (p. 88).

Ao se buscar relacionar as questões de ilheidade e insularidade através da perspectiva de crianças, há que se ter uma compreensão da polissemia da palavra infância.

A infância deve ser compreendida e interpretada como uma construção social marcada por variedades; assim, é possível falar em infâncias e não apenas numa infância (Sarmiento, 2013). As crianças devem ser percebidas como ativas na construção da sociedade e enquanto sujeitos de relações sociais, merecedoras de estudos a partir de si mesmas (Kramer, 1996).

Desta forma, “tanto o contexto cultural quanto o ambiente físico nos quais se insere a criança caíra abrangem características peculiares, que demandam a compreensão dos seus aspectos, [...] sobre a maneira como estas crianças constroem seus conhecimentos” (Pereira, 2011, p. 65).

Segundo o Art. 2º da Lei Nº 8.069, de 13 de julho de 1990 do Estatuto da Criança e do Adolescente “considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa com até doze anos de idade incompletos”. Desta forma, entende-se que a criança até que alcance esta idade já se faz presente na sociedade, e os seus entendimentos infantis sobre o mundo já podem ser notados.

Conforme Lopes (2008) há que se romper com as visões reducionistas e adultocêntricas que marcaram nosso olhar sobre as crianças e suas interações com o mundo, outro olhar sobre elas faz-se necessário na constituição de novas políticas educativas na dimensão humana. Assim, nota-se que a interação e a valoração dos saberes infantis não devem fazer-se nulos, ao contrário, devem estar presentes nas relações sociais e culturais que nutrem os conhecimentos infantis e proporcionam esta interação com os mesmos, como complementa Pereira (2011, p. 125):

São os conhecimentos transmitidos durante o cotidiano das comunidades, por meio das relações sociais estabelecidas entre adultos e crianças, assim como entre as próprias crianças, que garantem a inserção do indivíduo no grupo social, proporcionando também a aquisição dos saberes necessários para a sobrevivência no local.

Nesse sentido, entende-se que a inserção da criança na comunidade também se dá através das relações sociais, onde ela adquire experiências e garante-se como ser social. Para tanto, é necessário deixar livres seus entendimentos e cultivos de culturas infantis sem influenciá-las.

Em suas anotações de campo, Lopes e Vasconcellos (2006) afirmam que é importante não falar da existência de uma única cultura própria das crianças, mas sim de culturas infantis, caracterizando desse modo a pluralidade que lhes é inerente. Além disto, tal processo faz emergir junto à ideia de culturas infantis a existência de territorialidades infantis que são base da produção dessa cultura.

Ainda, para os referidos autores (2006) a infância seria a o lugar que cada grupo social destina para suas crianças. O lugar concebido em todas as suas dimensões e simbologia que o envolve. Nesse sentido, as interações que se estabelecem entre sujeitos e lugares não são uma mera relação física, mas uma relação carregada de sentido e mediada pelos sujeitos que o ocupam. Essas interações que marcam a infância fazem com que ela adquira a cultura e o saber do lugar, e através das relações ela estabelecerá quem ela é baseada na simbologia do lugar e das pessoas que a cercam.

Para a aquisição dos saberes dos lugares, Pereira (2011) entende que a adoção da oralidade como meio de difusão de conhecimentos tradicionais torna possível a afirmação de que as comunidades caiçaras apresentam a educação informal como principal mecanismo de transmissão dos valores, signos e saberes específicos sobre o meio local. Bem como Diegues (1998) que descreve a identidade insular como uma construção através

de diversos elementos, de seu lugar de origem e das pessoas que a detém. Nas palavras do autor, “o mar em torno da ilha e a terra vista da imensidão marítima, tal é a configuração física que constitui os elementos materiais e cognitivos da identidade insular” (Diegues, 1998, p. 116).

Metodologia

Por meio de uma abordagem etnográfica, buscou-se uma maior compreensão de informações e a qualidade das mesmas para a análise da percepção de crianças ilhéus quanto ao turismo no ambiente em que elas vivem. Nesse sentido, deve-se compreender quais são os objetivos do pesquisador etnográfico:

[...] a etnografia é uma forma especial de operar em que o pesquisador entra em contato com o universo dos pesquisados e compartilha seu horizonte, não para permanecer lá ou mesmo para atestar a lógica de sua visão de mundo, mas para, seguindo-os até onde seja possível, numa verdadeira relação de troca, comparar suas próprias teorias com as deles e assim tentar sair com um modelo novo de entendimento ou, ao menos, com uma pista nova, não prevista anteriormente (Magnani, 2009, p. 135).

Há três características da descrição etnográfica: ela é interpretativa; o que ela interpreta é o fluxo do discurso social e a interpretação envolvida consiste em tentar salvar o "dito" num tal discurso da sua possibilidade de extinguir-se e fixá-lo em formas pesquisáveis. (Geertz, 1989).

A partir das características da descrição etnográfica, parte-se para a compreensão dos momentos em se deve utilizá-la.

Sintetizando ideias de vários outros autores, podemos dizer que o estudo de caso etnográfico deve ser usado: (1) quando se está interessado numa instância em particular, isto é, numa determinada instituição, numa pessoa ou num específico programa ou currículo; (2) quando se deseja conhecer profundamente essa instância particular em sua complexidade e em sua totalidade; (3) quando se estiver mais interessado naquilo que está ocorrendo e não como está ocorrendo do que nos seus resultados; (4) quando se busca descobrir novas hipóteses teóricas, novas relações, novos conceitos sobre um determinado fenômeno; e (5) quando se quer retratar o dinamismo de uma situação numa forma muito próxima do seu acontecer natural (André, 2005, p. 44).

A partir da compreensão de quando utilizar a etnografia, sugerida pelo referido autor, entende-se que este é um método complexo e que exige profunda dedicação de seus pesquisadores para que se possa estudá-lo e utilizá-lo de maneira correta, procurando sempre apreciar as suas atividades e entendê-las de modo que haja concisão nos passos a serem seguidos.

“As operações de ver e descrever, longe de simultâneas, encontram-se separadas por um intervalo de tempo, [...] é preciso suspender uma das atividades de modo que a

outra possa se realizar” (Peixoto, 2011, p. 203). Isto é o que a etnografia busca e o que os pesquisadores devem buscar a pausa para o entendimento de cada fase que configura a pesquisa é a parte mais importante para a real compreensão do que se procura, a observação e a descrição são partes fundamentais, e só haverá a compreensão do todo se cada fase for devidamente trabalhada e entendida pelo pesquisador.

Desta forma, além dos estudos referenciais apontados aqui para poder aproximar-se da etnografia, foram realizadas visitas a campo para observar o cotidiano das crianças dentro da escola e pesquisar o que elas compreendem sobre o turismo colocando em prática tudo o que foi observado sobre a etnografia no contexto de pesquisa.

Para André (2005) conhecer a escola mais de perto significa colocar uma lente de aumento na dinâmica das relações e interações que constituem o seu cotidiano, e só a partir do convívio com o lugar-território das crianças é que se pode estudá-las, pois sem o conhecimento do lugar não há como entender as configurações sociais e culturais a que a ela pertence.

Anterior à aplicação da pesquisa etnográfica, utilizou-se os seguintes documentos: o aceite das crianças em relação ao projeto, onde cada uma delas aceitava ou não participar, assegurando-lhes preservar a sua identidade por meio de um nome fictício para ser utilizado durante a pesquisa; um questionário interativo que continha 10 questões, sendo que 9 destas eram questões dissertativas e 1 era para responder a partir de desenhos, e todas elas foram compostas a partir das principais considerações que foram relacionadas ao tema a que se busca entender através dos autores aqui já referenciados (essas questões tratam da ilheidade como característica cultural e social; do turismo e da sazonalidade e como isso afeta o cotidiano das crianças e os espaços infantis; e da relação com a insularidade e maritimidade a que se tem com o ambiente natural da ilha); e seguindo a proposta da busca pelo conhecimento denso desenvolveu-se uma entrevista semiestruturada com cerca de 8 perguntas, com os mesmos temas do questionário, a serem desenvolvidas ao longo de uma conversa com os alunos.

Anterior às visitas de campo, realizou-se uma oficina sobre pesquisa com crianças, o que orientou sobre como manusear e aplicar os instrumentos de coleta de dados com crianças e como se portar diante delas para que não houvesse nenhum tipo de estranhamento ou rejeição das mesmas, respeitando-as enquanto cidadãs em formação.

Resultados e discussão

No dia 17 de abril de 2017 foi realizada a primeira visita de campo, na escola Rural Municipal Teodoro Valentim com o objetivo de fazer o primeiro contato com os integrantes da pesquisa e observar a rotina das crianças dentro do ambiente escolar.

A escola se situa no mesmo prédio que a escola estadual, por conta do pequeno número de estudantes. O lugar contava com ambientes que são compartilhados, como a área aberta para atividades ao ar livre na entrada da escola e o refeitório que fica de frente para esta área. A escola também possuía três salas, sendo uma para depósito de materiais e duas para ministrar aulas.

A partir da determinação da idade da turma que participaria da pesquisa, o 5.º (quinto) ano letivo do ensino fundamental foi escolhido, para que se pudesse com crianças e que essas pudessem ter o entendimento mais conciso sobre os referidos temas a serem abordados. Os 4 alunos que compunham o 5.º (quinto) ano tinham aulas ministradas juntamente com o 4.º (quarto) ano, por conta da pouca quantidade de alunos, ambas turmas regidas por uma mesma professora.

No primeiro dia de visita foi realizado contato com os funcionários da escola sendo eles receptivos à pesquisa. A coordenadora da escola não se encontrava naquela data, e assim contactou-se a Secretaria Municipal da Educação de Paranaguá para que a pesquisa fosse autorizada e os termos de consentimento (TCLE) a serem assinados pelos pais entregues no mesmo dia à professora da turma para aguardar autorização e dar continuidade à pesquisa.

No dia 26 de abril de 2017 foi realizada a segunda visita de campo com o intuito de aplicar os instrumentos de coleta de dados e investigar quais as concepções das crianças em relação ao turismo, a cultura ilhéu e o meio ambiente em que vivem. Chegando à escola notou-se que era um dia atípico para os estudantes, pois havia acabado a luz e sem ela não haveria como seguir com as atividades letivas previstas. Assim, enquanto outras atividades eram realizadas (com o consentimento da professora responsável) os três alunos do 5.º (quinto) ano, sendo que um deles não estava presente, foram encaminhados a uma sala onde foram explicados os propósitos da pesquisa e após a assinatura do aceite das próprias crianças, o questionário interativo foi aplicado. Em seguida, conforme o término dos questionários, as crianças auto interpretaram os seus desenhos (referente a uma pergunta do questionário que solicitava que respondessem em forma de desenho).

No dia 24 de maio de 2017 foi realizada a terceira e última visita a escola para que a pesquisa de campo fosse concluída e que todos os alunos estivessem inseridos. Nesta data, os alunos estavam reunidos na sala dos professores, pois uma atividade diferenciada sobre o folclore estava sendo ministrada aos alunos do 3.º, 4.º e 5.º ano. Assim, com a autorização

da coordenadora da escola, a aluna que não esteve presente na terceira visita aceitou participar da pesquisa, respondendo ao questionário e sendo entrevistada.

No transcorrer do campo, notou-se que os alunos já questionados mantinham-se interessados, pois todos relataram que estavam felizes pela continuação da pesquisa além de contar algum fato novo ou história que não haviam se lembrado da última vez.

Há que se ressaltar que todos os processos anteriores à aplicação da pesquisa junto aos estudantes pesquisados foram realizados como previsto, com a cooperação dos alunos, de seus responsáveis e da escola.

Os 4 alunos pesquisados (que serão representados aqui pelos nomes fictícios escolhidos por eles de Zeus, Joaquim, Exi e Karol) que tinham idade entre 10 e 12 anos, sendo Joaquim e Zeus moradores a mais de 10 anos da Ilha do Mel; Karol a 3 anos e Exi a apenas 2 semanas.

Em relação à classe social perguntou-se quais os empregos dos pais e responsáveis, sendo um marceneiro, um açougueiro e um dono de pousada.

Indagados sobre se consideram caiçara e porque, dois dos alunos (Zeus e Joaquim) disseram que se consideravam caiçaras porque moravam na ilha, enquanto Karol se considerava caiçara por ter nascido em Paranaguá, e, um dos alunos mencionou não se identificar como caiçara (Exi). Percebe-se que 3 das crianças demonstram identidade insular, apresentando sentimentos de pertencimento ao lugar quando disseram que são caiçaras reforçando a ideia ao justificar que isso se dá por morarem na Ilha do Mel. A única criança que não se considera caiçara é justamente aquela que morava na ilha a duas semanas.

No questionamento sobre as particularidades do lugar em que vivem, Zeus e Exi identificaram o acesso a ilha (de barco), sendo ainda, a fauna e a flora um diferencial. Karol identificou falta de moto e de carros. Essa percepção infantil caracteriza a relação com o meio ambiente, com a maritimidade e a insularidade descrita por Diegues (1998), pois identifica o acesso a ilha como algo bom, que traz pessoas e não como algo que as distancia do continente.

Sobre a valorização e interesse tanto dos turistas quanto dos moradores em relação ao meio ambiente, Joaquim acredita que moradores cuidam do meio ambiente na ilha e os turistas não. Zeus e Karol disseram que só alguns cuidam do meio ambiente e Exi respondeu que moradores e turistas cuidam da ilha *“porque é um meio de preservação ambiental”*. Nota-se o conhecimento ambiental que as crianças possuem, e, além disto, a cultura da comunidade local e dos turistas visitantes é comparada, mostrando que as crianças vivenciam situações distintas em seus cotidianos.

Questionados sobre a existência de diferenças no cotidiano entre a alta e a baixa temporada as crianças responderam que há mudanças, sendo elas na quantidade de pessoas ocupando a ilha e nas vestimentas dos visitantes. Desta forma, pode-se notar que o turismo e sazonalidade na região refletem mudanças no cotidiano das crianças e afetam os espaços infantis. Eles também citaram diferenças culturais do modo de vida urbano, como quando veem turistas vestidos com calças no verão e estranham, pois não estão habituados a essas roupas no calor.

Perguntados se já haviam conhecido alguma pessoa que mora ou já morou em outra ilha, o desconhecimento de moradores de outras ilhas foi retratado por três alunos, sendo Joaquim o único que já conheceu, mostrando que as características socioculturais são particulares de cada região ilhéu, não havendo muito contato entre as crianças que as habitam.

Na pergunta sobre o prejuízo ou benefício do turismo para o local em que vivem Zeus respondeu que o turismo *“ajuda os moradores a ganhar dinheiro”* demonstrando a influência dos pensamentos adultocêntricos na infância, como já salientado em citações tais como a de Lopes (2008), e Joaquim mostrou-se incomodado quando mencionou que *“prejudica por fazerem muitos barulhos à noite”*.

Em relação à diferença de cultura entre moradores e turistas, um dos alunos (Exi) mencionou existirem hábitos diferenciados e Karol respondeu: *“sim, porque as roupas e o jeito de falar, o estilo [sic] são diferentes”*. Assim, pode-se perceber, a partir da resposta das referidas crianças, que elas identificam o que não lhes é familiar como diferença cultural entre eles.

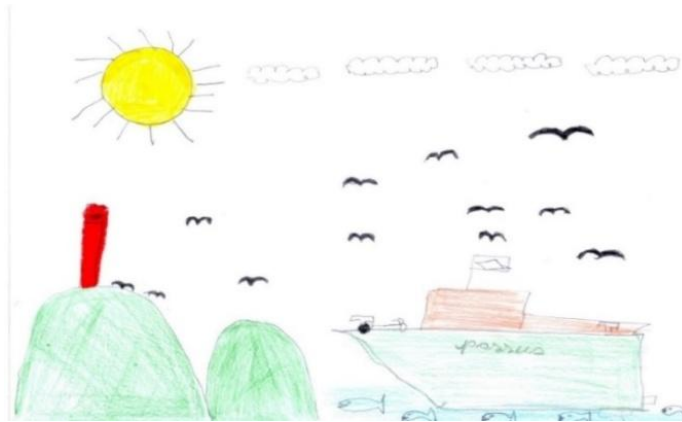
Sobre seus lugares favoritos na ilha, Zeus disse que *“são todos porque adoro ela”*; Joaquim citou *“Fortaleza, Farol Miguel, Bela Galheta, Praia Grande e Gruta”* e Karol destacou também sua casa (que segundo ela é onde passa a maior parte do tempo): *“A praia, o trapiche e a minha casa”*. A relação com a insularidade, ilheidade e o meio ambiente na ilha está presente no discurso das crianças, mostrando que elas têm a ilha como seu espaço.

Em outra pergunta, questionados se recomendariam a Ilha do Mel como destino de visitação àqueles que não a conhecem, todas as crianças responderam que sim.

Sobre responder o que   turismo através de um desenho, três alunos representaram barcos, como meio de chegada a ilha ou de visita o entre ambientes desta, caracterizando a natureza, o mar, e animais nativos viventes ali, além de pessoas felizes indo passear na ilha e admirando as paisagens.

O desenho do Joaquim, em sua própria interpreta o representa *“um passeio de barco da Fortaleza até o Belo (Brasília), tem muito peixe e pássaro e pessoas tirando foto”*.

Figura I: O Que é Turismo para Joaquim.



Fonte: Pesquisa de Campo (2017).

O desenho do Zeus representa um “barco de Paranaguá a Encantadas levando turistas no feriado. O morro é à frente da Encantada e o peixe é porque tem bastante aqui!”.

Figura II: O Que é Turismo para Zeus.



Fonte: Pesquisa de Campo (2017).

O desenho do Exi “É um barco indo pra Ilha. Todos os turistas estão passeando, as malas estão ali em cima do barco e tem golfinhos na água.”

Figura III: O Que é Turismo para Exi.



Fonte: Pesquisa de Campo (2017).

Karol desenhou várias pessoas andando entre as casas e fotografando o mar e a paisagem. Segundo ela seus pais trabalham mais na temporada e ela passa mais tempo em casa.

Figura IV: O Que é Turimo para Karol.



Fonte: Pesquisa de Campo (2017).

Dessa forma evidenciam-se as diferenças entre as próprias crianças ilhéus, onde três delas se mostram entusiasmadas com a chegada da temporada de verão onde o turismo é mais praticado na ilha, e a outra criança mostra que o turismo tem influência e causa impactos na sua infância, pois os pais trabalham mais e lhes dão menos atenção e liberdade. Assim, nota-se que o turismo também causa impacto na vida das crianças.

Após a aplicação do questionário, as crianças foram entrevistadas. Durante as entrevistas, buscou-se ter empatia para com elas, valorizando o tom de conversa e respeitando-as enquanto cidadãs em formação.

Suscitadas a se expressarem mais sobre se a Ilha do Mel é um bom lugar para morar, os alunos citaram principalmente a tranquilidade em relação à correria de carros e os

perigos das grandes cidades, sendo a ilha um lugar que dá para brincar, andar e aproveitar o mar sem riscos de atropelamento. Karol disse que “*Sim, gosto da praia e do mar de fora*”; além disto, nenhuma delas gostaria de morar em outro lugar. Percebe-se que desde o começo da entrevista as crianças demonstram ter vínculo afetivo com a ilha, pois cada comentário sobre os ambientes urbanos trazia a impressão de não ser algo bom, justamente ao contrário do ambiente ilhéu.

Após a solicitação da descrição da ilha em uma palavra ou frase, surgiram em resposta, às palavras “*legal, bom, bonito e feliz*”. Como na primeira questão, as crianças continuaram a evidenciar as qualidades da ilha.

Em relação à natureza, os alunos demonstram conhecimento e interação, descrevendo na maioria de suas atividades práticas no meio ambiente como trilhas, *stand up*, pesca, subir em árvores, jogar bola (futebol), entrar no mar, brincar, andar de bicicleta. Joaquim citou como uma de suas práticas limpar os lixos jogados do chão. Indagado sobre a prática de limpeza, Joaquim respondeu que tem muito lixo na localidade e que não são apenas os turistas que jogam lixo, mesmo sendo os principais agentes poluidores, os moradores também jogam lixo no chão.

Percebeu-se que a pesca pode ser entendida como uma das principais ligações com a maritimidade, além de representar a cultura caiçara caracterizando ainda a ilheidade; já a prática de limpar os lixos como foi descrito por Joaquim torna perceptível um dos principais impactos da turistificação na ilha, a poluição que ela traz, mas que também cabe aos próprios moradores.

Perguntados sobre a existência de museus na ilha, Karol respondeu que não havia; porém, duas crianças citaram o Forte e Zeus falou sobre as paradas turísticas. Três deles sabiam histórias sobre a ilha, como a da sereia contada em versões parecidas por Zeus e Karol: “*A da sereia, que morava uma sereia na gruta e ela cantava pros [sic] pescadores pra afogar eles no mar*” contou Karol. Eles mencionaram que familiares contaram as histórias e que provavelmente é assim que as transmitem “*Eu acho que foi a minha bisavó que contou pra [sic] minha vó que contou pra [sic] mim que daí quando eu tiver um filho que se tiver um neto daí eu vou contar também*” disse Zeus.

Observou-se que as crianças detinham conhecimentos históricos tradicionais da Ilha do Mel, além de caracterizarem a ilheidade como forte instrumento simbólico de transmissão da cultura oral e da tradição ilhéu através de contos e histórias que são passados hereditariamente.

Sobre o interesse dos turistas pelas histórias da Ilha, foi percebido pelas crianças como pouco, pois para elas, os turistas não vão para a ilha em busca de cultura e conhecimento, apenas para desfrutar as belezas naturais. Porém, o conhecimento das

histórias da ilha pelos turistas é visto como necessário, pois despertaria o interesse dos visitantes pelo lugar, como mencionou Karol “*Acho que sim, porque o lugar tem bastante histórias, tem bastante lugares pra [sic] passear*”. A maioria das crianças concorda que os turistas teriam maior interesse se soubessem das histórias e da cultura do lugar que visitam.

A respeito do que as crianças gostariam que tivesse na ilha ou que fosse melhorado, Exi citou a liberação de obras, dizendo que seu pai comentou que elas são embargadas pelo IAP (Instituto Ambiental do Paraná); Joaquim espera que o campo de futebol seja arrumado; e Karol não melhoraria nada. Todos eles acham que o IAP e/ ou a Prefeitura deveriam resolver esses problemas.

Questionados se na escola alguém já havia dialogado com eles sobre o turismo, Zeus mencionou que um dos professores já abordou o tema como um benefício para a ilha por conta de os turistas trazerem dinheiro e gastarem com meios de hospedagem, alimentação e outros; e Joaquim falou que o mesmo professor o ensinou que deve-se ajudar os turistas indicando onde ficam os lugares. Os 4 gostariam de aprender mais sobre turismo.

Além das atividades propostas para as crianças também foi realizada uma entrevista com a professora da turma que atuava na escola há 7 anos, tendo se mudado de Paranaguá para a Ilha do Mel exclusivamente para dar aulas após ser aprovada em concurso público.

Segundo a professora, os temas turismo, identidade cultural ilhéu e preservação do meio ambiente já foram abordados durante as aulas, sendo realizadas atividades dentro e fora de sala.

Em relação a passeios e saídas de campo com propósito de aprendizagem, a professora explicou que os alunos já saíram para conhecer o fórum, o porto e o museu (na cidade de Paranaguá) dentro de projetos realizados e mencionou que os alunos costumam sair da ilha com os pais. Além disso, para a professora as tradições regionais como as histórias populares fazem parte da cultura e do aprendizado das crianças, e por este motivo, segundo ela, até mesmo através do artesanato as crianças saem da sala para recolher conchas na praia e fazer esses e outros trabalhos que interliguem o meio ambiente, a identidade ilhéu e as tradições regionais de conservação:

Eu gosto de sair com as crianças, eu gosto de contar sobre a ilha, de ver o que a ilha tem, de mostrar pra eles e trabalhar juntos. E eles também trazem bastante coisa pra [sic] gente, porque conversando com eles já vem de casa com aquilo que os pais falam né, e eles passam pra gente. A gente conta na escola e eles interagem com as histórias, cada um fala um pouco. De Ilha a gente sabe tudo! (Professora da turma, informação oral).

Em continuidade, a referida professora mencionou que por possuir muitas famílias tradicionais na ilha, muitas das crianças possuem a essência do ser caiçara e mantêm algumas tradições ilhéus.

Questionada sobre notar alguma diferença de comportamento das crianças próximo a feriados prolongados ou férias na alta temporada quando a ilha recebe uma grande demanda de turistas, a professora respondeu que o cotidiano e o comportamento das crianças não costumam se alterar. Para ela, por crescerem na ilha e viverem as alterações por conta da sazonalidade se tornou algo comum para as crianças. Sendo assim, para a professora, a infância dessas crianças residentes da ilha não é prejudicada pelo turismo por ser algo típico da região: *“Eu acho que para eles já é normal. Desde sempre, porque sempre tem gente aqui, então pra eles é normal”*.

A partir da entrevista entendeu-se que para a professora as crianças são acostumadas com as atividades turísticas e por isto não sentem os impactos da mesma durante o seu cotidiano. Para ela a sazonalidade é característica do local e assim os moradores não percebem problemas.

Conclusões

Por meio da revisão de literatura e dos questionários e entrevistas aplicadas às crianças e a educadora ao longo da pesquisa, pode-se alcançar os objetivos propostos além de ter vivenciado o cotidiano e a cultura dos ilhéus a partir da perspectiva de crianças residentes, conseguindo desvelar como elas se relacionavam com o turismo em seu lugar-território oportunizando a valorização do patrimônio natural, da cultura local e do cotidiano dos ilhéus a partir da perspectiva de crianças residentes na Ilha do Mel, concluindo a investigação de como as crianças se relacionavam com o turismo.

Por meio de análise das informações obtidas, compreendeu-se que as crianças tinham sensível conhecimento sobre o lugar que viviam, mostrando dos saberes mais complexos como o nome de órgão de competência ambiental, até os mais tradicionais como as histórias que são repassadas de pais para filhos na ilha.

A identidade ilhéu foi percebida como forte característica no perfil desses residentes, pois o sentimento de pertencimento ao seu lugar-território se fazia presente em quase todas as falas das crianças, mostrando que gostavam de onde viviam, que recomendariam a qualquer pessoa que o visitasse, e ainda que não gostariam de se mudar dali.

Do mesmo modo em que enaltecem a Ilha do Mel, os entrevistados demonstravam que também sabiam dos problemas enfrentados em decorrência da atividade turística e entendem que alguns turistas não cuidam e não se interessam pela história da ilha e de

seus moradores chegando a incomodar por conta de ruídos excessivos e pelo lixo que é usado como exemplo por um deles como algo ruim, sentindo a partir desse e de outros problemas os impactos desta prática em seu cotidiano infantil e no ambiente natural que os cerca, mas, ainda assim, optavam por privilegiar os benefícios derivados dele acreditando que o turismo é benéfico para a ilha e para seus moradores, tanto pela questão financeira (indicada como benefício aos pais e até por professores), quanto pelas relações sociais, representadas por elas nas amizades formadas na alta temporada com as crianças turistas.

Também pode-se notar as diferenças entre o cotidiano de uma das alunas que passava a maior parte do tempo em casa por conta do trabalho dos pais na temporada enquanto os seus colegas de classe desfrutam das férias e das novas amizades. Esta situação retrata que o cotidiano de todas as crianças pesquisadas se altera durante a temporada de verão e feriados prolongados, assim, mesmo que de maneiras diferentes na vida de cada um o fluxo turístico na Ilha do Mel influencia na rotina de tais crianças.

Além disso, pode-se perceber que a professora entendia que as atividades turísticas não influenciavam as crianças por serem atividades corriqueiras na ilha e por este motivo elas já estariam acostumadas às decorrências da mesma e, portanto, não alteravam o cotidiano infantil. A educadora indicou também que a escola se empenhava em fomentar a adição de saberes culturais e tradicionais ilhéus na vida das crianças, além dos já pré-estabelecidos pelo ensino infantil do país, levando-as para visitas e estudos além da sala de aula.

Assim, a partir dos resultados obtidos, este trabalho poderá contribuir para futuros projetos e pesquisas (utilizando-a como referência bibliográfica para apoiar os estudos), tanto na Ilha do Mel como em outras ilhas turísticas e/ou com potencial turístico para que possam auxiliar a manter a identidade cultural das crianças ilhéus e proporcionar maior interação com o turismo em sua comunidade de forma saudável e sustentável a fim de valorizar o meio ambiente e a cultura mostrando que as crianças também são importantes agentes de mudanças e detentoras de sabedorias específicas.

Referências bibliográficas

- André, M. E. D. A. de. (2011) *Etnografia da Prática Escolar*. Ed.18, São Paulo: Papyrus.
- Carvalho, R. G. A., Decol, F., Gil, L. F. & Lanzer, R. M. (2016) *Um estudo sobre as atividades turísticas em seis ilhas brasileiras*. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 173-188. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.
- Diegues, A. C. (1998) *Ilhas e Mares: Simbolismo e imaginário*. São Paulo: Hucitec Nupaub.
- Brasil. (1990) *Estatuto da Criança e do adolescente*. Lei Nº 8.069, De 13 De Julho De 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm> Acesso em: 11 AGO 2017.

- Cunha, L. & Jacinto, R. (2019). *Turismo e Desenvolvimento dos Territórios Insulares: Apontamentos para uma Geografia do Turismo de Cabo Verde*. Imprensa da Universidade de Coimbra. Coimbra.
- Geertz, C. (1989) *A Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, LTC.
- Kramer, S. (1996) *Pesquisando Infância e educação: um encontro com Walter Benjamin*. In: Kramer, S. & Leite, M. I. (Orgs.) *Infância: fios e desafios da pesquisa*. Campinas: Papirus, p. 14-38.
- Lopes, J. J. M. & Vasconcellos, T. (2006) *Geografia da Infância: Territorialidades Infantis*. Currículo sem Fronteiras, Rio de Janeiro, n. 1, p. 103-127.
- Lopes, J. J. M. (2008) *Geografia das Crianças, Geografia das Infâncias: as contribuições da Geografia para os estudos das crianças e suas infâncias*. Contexto e Educação, editora Unijuí, n. 79, p. 65-82.
- Magnani, J. G. C. (2009) *Etnografia como Prática e Experiência*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, n. 32, p. 129-156.
- Peixoto, F. A. (2011) *O olho do etnógrafo*. Sociologia & Antropologia. Rio de Janeiro, v. 1, p. 195-215.
- Pereira, B. E. (2011) *Crianças Caiçaras de Guaraqueçaba - PR: Relações com a natureza*. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência Ambiental, Energia e Eletrotécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Prefeitura Municipal de Paranaguá - PR. (2017) *Guia Turístico - Ilha do Mel*. Disponível em: <<http://www.paranagua.pr.gov.br/conteudo/guia-turistico/ilha-do-mel>> Acesso em: 21 ABR 2017.
- Santos, S. R.; Pinto, P. A. & Santos, P. C. (2014) *Ilha do Medo: proposta de uma nova opção de produto turístico para a cidade de São Luís (MA)*. Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v. 8, n. 7, p. 444-461.
- Sarmiento, M. J. (2013) *A Sociologia da Infância e a sociedade contemporânea: desafios conceituais e praxeológicos*. In: ENS, R. T.; GARANHANI, M. C. *Sociologia da Infância e a formação de professores*. Curitiba: Editora Champ.

Recebido em: 30/06/2017

Aprovado em: 26/07/2019

Turismofobia, os dois lados da problemática

Turismofobia, los dos lados de la problemática

Tourism, both sides of the problem

Joicy Caroliny do Vale Ponath⁶
Willian Breno Silva de Oliveira⁷

Resumo: Tendo em vista a complexidade e as relações que resultam do fenômeno turístico, neste trabalho busca-se realizar uma análise acerca do conceito de turismofobia, com o objetivo de compreender como dois lados, moradores locais e turistas, reagem e se mostram resilientes frente a esta situação-problema. Então, para auxiliar na discussão, realizou-se pesquisas bibliográficas, eletrônicas e documentais. Assim, o turismo de massa é apontado como uma das principais causas do distúrbio, que tem movimentado as práticas turística, na atualidade.

Palavras-chave: Turismo; Turismofobia; Resiliência.

Resumen: En vista de la complejidad y las relaciones que resultan del fenómeno turístico, en este trabajo se busca realizar un análisis acerca del concepto de turismofobia, con el objetivo de comprender como dos lados, moradores locales y turistas, reaccionan y se muestran resilientes frente a esta situación problemática. Entonces, para auxiliar en la discusión, se realizaron investigaciones bibliográficas, electrónicas y documentales. Así, el turismo de masa es señalado como una de las principales causas del disturbio, que ha movido las prácticas turísticas, en la actualidad.

Palabras clave: Turismo; Turismofobia; La resiliencia.

Abstract: Considering the complexity and relationships that result from the tourist phenomenon, this work seeks to carry out an analysis about the concept of tourismphobia, with the objective of understanding how two sides, local residents and tourists, react and are resilient in front of this problem situation. Then, to assist in the discussion, bibliographical, electronic and documentary research was carried out. Thus, mass tourism is pointed out as one of the main causes of the disturbance, which has moved the tourist practices, nowadays.

Keywords: Tourism; Tourismphobia; Resilience.

Introdução

O turismo é um fenômeno social, complexo, que perpassa por diversos setores da sociedade, movimenta campos da economia, socioculturais e ambientais. A distorção da sua função social - de conhecer o outro, ou seja, praticar a austeridade, e a partir disso conhecer a si mesmo, no que configura a história humana - , apresenta-se deturpada quanto a realidade das coisas, não somente no campo turístico, mas nas redes que compõem toda sua estrutura. Assim, partindo de uma discussão macro e seguindo para uma questão mais particular do turismo, a turismofobia tem se mostrado um problema atual e que carece de discussões. Visto que “As sociedades humanas nunca se encontram isoladas; quando

⁶ E-mail: joicycaroliny.p@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2994-7607>

⁷ E-mail: willbrennosoliver@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9315-5682>

parecem mais separadas, é ainda sob a forma de grupos ou de feixes” (LÉVI-STRAUSS, 2006), em uma comunidade pequena, é ainda mais fácil desenvolver o turismo, pois geralmente existe algo em comum naquela unidade, como comunidade quilombola, comunidade de lojistas ou comunidade de empresários, porém, quando tratamos de uma cidade grande, existem diferentes comunidades num mesmo espaço e assim diferentes interesses, o que pode gerar questões-problemas no desenrolar do turismo, por não conseguir um consenso quanto ao desenvolvimento do fenômeno. (BARRETTO, 2004)

A partir disso, verifica-se a dificuldade na homogeneidade de interesses e incrementamos a discussão Gordon (2002: 135), com a as seguintes informações:

Entre 1950 e 1998 o número de turistas internacionais havia aumentado em vinte e cinco vezes, de 25 a 650 milhões. Se estima que em 1997 se realizaram quatro milhões de viagens turísticas no mundo. Com a troca do milênio, o turismo mundial havia alcançado um dos maiores intercâmbios de dinheiro.

Assim, por meio dos números apresentados, verifica-se a dificuldade de equilíbrio, quanto a quantidade elevada de pessoas que passaram a viajar e dos interesses que permeiam o desenvolvimento do fenômeno. Isto posto, a relação de quem visita e de quem é visitado é de cunho considerável na compreensão do fenômeno.

a relação entre visitantes e visitados apresenta graus de conflito que variam, também, em função da visão que a população local tem dos estrangeiros em decorrência de experiências anteriores com forasteiros não turistas, de preconceitos, da rapidez com que acontece o fenômeno de turistificação, da percepção que a população tem dos benefícios econômicos e sociais advindos do turismo e/ou dos custos sociais e ambientais (Gursoy, Jurovski e Uysal, 2002), da competição por recursos naturais ou pelo uso de instalações, e do grau de distância social e econômica entre visitantes e visitados (Robinson, 2001) *apud* (BARRETTO, 2004: 137)

Da mesma forma, a concepção de turismo visualizada pelos visitantes, definirá seu perfil de turista e o turismo a ser realizado, o que implica no desenvolvimento das atividades, na escolha de destinos, no apreço quanto a cultura que se visita e o respeito às regras de ordem sociocultural do destino. De acordo com Turner e Ash (1991: 375-376) *apud* Barretto (2004: 140),

É uma fraude descrever os anfitriões como seres universalmente amistosos quando na verdade existem abundantes correntes de ressentimento que afloram a todo momento [...] É uma autêntica imoralidade difundir a ideia de que, por ser turista, alguém pode apagar séculos de desconfiança e iso-lamento.

Deste modo, o artigo vai discorrer como esses dois grupos utilizam a resiliência como método para adaptarem-se a essas situações-problema, sendo que “Resiliência pode ser descrita como a capacidade de adaptação e de superação do indivíduo, sociedades ou organizações, diante de situações adversas, utilizando de estratégias e experiências vividas para superá-las e fortalecê-las em situações futuras” (Junqueira & Deslandes, 2003;

Crichton, Ramsay & Kelly, 2009; Boin, Comfort & Demchack, 2010; Duit, 2016).” (RAASCH, 2017: 41).

O objetivo deste trabalho é explorar teoricamente as relações entre turistas e autóctones, a partir da turismofobia e o processo de resiliência que se dá alicerçado na questão. O artigo é de natureza descritiva, visto que relata sobre o fenômeno do turismo e uma de suas tantas interfaces. Sendo uma pesquisa bibliográfica, a ordem de pesquisa se deu com a busca de artigos científicos em bases de dados como *Spell*, *Capes* e *Google Acadêmico*, utilizando as palavras-chaves turismo, resiliência, xenofobia e derivações como aversão, repulsa e antipatia, além de turismo de massa, não necessariamente juntas e em agrupamentos distintos. Turismofobia foi utilizado com foco na plataforma *Google Acadêmico*, visto a dificuldade de encontrar em artigos nas outras bases de dados. As pesquisas iniciaram-se em setembro de 2018, dando continuidade no mês de outubro e novembro, resultando em cerca de trinta artigos selecionados para obtenção de conhecimento sobre o assunto abordado, sendo que treze destes foram utilizados direta ou indiretamente em citações no decorrer do trabalho. Além disso, obras clássicas foram encontradas disponíveis em rede e impressas, e também foram utilizados publicações de jornais em *sites online*, coletando quinze reportagens, porém utilizando dez no presente artigo, com a finalidade de obter informações em diversos setores, que possibilitasse um aporte teórico crítico, para o desenvolvimento do conteúdo aqui proposto e para dimensionamento da realidade da temática na atualidade. Todas as pesquisas foram realizadas simultaneamente e em três idiomas, português, espanhol e inglês, objetivando maior aporte de informações. A temática a ser discutida não apresenta uma extensa obra, tão pouco trabalhos desenvolvidos envolvendo as discussões aqui aventadas, assim, este artigo é um esforço teórico nesse sentido, visto a necessidade de discussão do tema, pela sua atualidade e envolvimento estrutural com o turismo.

Xenofobia e Turismofobia (diferenciando os conceitos) e a Relação entre Moradores e Turistas

Antes de abordar o conceito de turismofobia, que é base para a discussão proposta, devemos compreender as origens da sentença. Tendo suporte no conceito de xenofobia, o termo desenvolve-se em gramática e principalmente causas. De acordo com o Dicionário de Português, xenofobia se define como a “Aversão aos estrangeiros ou ao que vem do estrangeiro, ao que é estranho ou menos comum”, assim configura-se como um receio, que se transforma em medo e a partir daí dá espaço a rejeição, direcionados a quem não faz parte do local onde se vive e habita.

A xenofobia tem se apresentado em diversos casos pelo mundo, com destaque para a Europa, que devido a grande quantidade de imigrantes que recebe anualmente, tem exibido vários casos xenófobos nos últimos anos. Contudo, não somente nesta região, mas por todo o mundo ocorrem casos dessa violência. No Brasil, por exemplo, frequentemente ouvimos piadas referentes a cultura da região nordeste do país, que caracterizam-se como xenofobia, por descriminalizar, diminuir e apresentar uma aversão às pessoas e coisas que venham da cultural local da região. Todavia, o conteúdo que queremos abordar aqui se aprofunda para uma questão além da xenofobia, uma aversão diretamente a turistas, que são pessoas de culturas distintas que a do local visitado, mas que estão no lugar para fins de visitação e sofrem repulsa da comunidade local e que ocorre não somente por essa finalidade, mas como veremos mais   frente, por outras diversas causas, sendo esta, um dos possíveis agentes, mas não o principal.

Em 7 de agosto, a *Fundación del Espa ol Urgente* (Fund u–BBVA), institui o assessorada pela Real Academia da Língua que zela pelo ‘bom uso do espanhol nos meios de comunica o e na Internet’, reconheceu o substantivo turismofobia como um neologismo válido e ‘uma palavra bem formada em espanhol que pode ser usada sem necessidade do emprego de aspas ou itálico’. A Fund u circunscreve seu uso especialmente ao âmbito midiático, para referir-se ‘ao repúdio   turistifica o’, outro neologismo de significado incerto descrito como ‘modelo turístico caracterizado pela massifica o e suas consequências negativas para a popula o e os trabalhadores’ (DOMINGUEZ, 2017: 23)

O contato entre visitantes e visitados   algo inevitável no turismo, e inclusive muito estimulado para que haja trocas de culturas e aprofundamento no que se visita, porém, a partir de meados dos anos 2000, casos de turismofobia tornaram-se frequentes e mais recentemente foram registrados com foco na Europa. Jornais de grande circula o mundial noticiaram os fatos, que foram marcados por mensagens em paredes e muros, por meio de protestos, e frases como “*Tourist go home!*”, “Turista v  para casa!”.

“No ano passado, a cidade [Barcelona] atraiu 30 milhões de visitantes, e pesquisas dizem que o turismo   a principal preocupa o dos moradores locais, acima do desemprego, do tráfego e do acesso   moradia” (CAPARRÓS, 2017), afirma o *The New York Times*. O jornal *El País*, publicou “Turismofobia, a rea o das cidades de aluguel: O turismo deixou de ser uma atividade incontestável. Na Espanha, turistas se transformaram em inc modas espécies invasoras ‘culpadas’ pelos preços abusivos” (BARBER A, 2017). Ainda, “Turismofobia em Barcelona: grupos radicais agora atacam turistas: Pelo menos sete hotéis de Barcelona sofreram atentados este ano. País Basco também convoca manifesta o.” (MALLORCA, 2017). O *The Guardian*, famoso jornal inglês noticiou em 2018 “Cada vez mais   o turismo, e não os imigrantes, que os barceloneses v em como uma ameaça   sua cidade, embora os números de ambos tenham disparado nos últimos anos” (BURGEN, 2018), relacionando a diferença entre xenofobia e turismofobia, quando os

moradores preferem os imigrantes aos turistas, visto que a questão dos imigrantes historicamente é um problema nesta região. Também, “Primeiro Veneza e Barcelona: agora marchas anti-turismo são espalhadas pela Europa” (COLDWELL, 2017). A CNN (*Cable News Network*) da Espanha deu atenção a uma das consequências do excesso de turistas: “Madrid vai parar o *Airbnb* para restringir o turismo de massa que expulsa moradores de seus bairros” (STREET, 2018). O turismo de massa aparece novamente como causa dos problemas das cidades europeias, como mostra a BBC (*British Broadcasting Corporation*), “Turismofobia: Barcelona e outras cidades na guerra contra o turismo de massa” (CAMPOAMOR, 2017) e “Excesso de atração: como Amsterdã, Barcelona e outros destinos ‘cheios de gente’ estão controlando o turismo massivo” (REDACCIÓN, 2018). No Brasil, o jornal a Folha de S. Paulo divulgou “Destino da moda, Portugal vive alta de preços e começa a nutrir turismofobia” (MIRANDA, 2018).

Deste modo, verifica-se a atualidade da temática e como é de grande relevância os problema da turismofobia, visto que o turismo de massa tem desencadeado uma forma de turismo que suscita a rejeição dos visitantes. Assim, para enriquecer o debate é preciso falar sobre o Índice de Irritabilidade de Doxey (1975) “um dos primeiros e mais influentes modelos teóricos que tentaram explicar a relação entre desenvolvimento turístico e impacto social no destino turístico”, que traz “quatro fases que marcam a evolução do destino e que correspondem a diferentes atitudes da comunidade anfitriã para com o turismo, conforme o nível da demanda turística.” (DOMINGUEZ, 2017: 27).

O conceito de ciclo de vida de produto genérico (abreviatura PLC) prevê uma fase de declínio após a maturidade de um determinado mercado e/ ou setor. A fase de declínio é caracterizada pela competição intensificada e baixas margens de lucro dentro de um setor de produto. Desde então, Butler (1975) adaptou o conceito PLC para áreas turísticas (abrev. TALC), que tem sido frequentemente aplicado para explicar a evolução e implicações do turismo nos destinos e tem servido como diretriz de gestão para as diferentes fases:

1. Exploração: pequeno número de visitantes em busca de aventura, informações e infraestrutura limitadas. Nesta fase, alguns moradores podem se sentir desconfortáveis com os turistas;
2. Envolvimento: A comunidade local descobre o seu potencial e participa no desenvolvimento do turismo através do desenvolvimento de infraestruturas básicas (por exemplo, pequenas instalações de alojamento e restauração);
3. Desenvolvimento: Autoridades locais e investidores notam o desenvolvimento do número de visitantes e iniciam projetos de infraestrutura em escala maior e mais sofisticados. Nesta fase, alguns moradores podem sentir-se excluídos dos desenvolvimentos, enquanto outros podem sentir-se alienados ao envolvimento de entidades externas em sua localidade;
4. Consolidação: Nesta fase, grandes jogadores (ou seja, conglomerados de férias) entram na competição e unidades maiores substituem as pequenas instalações. Este é o começo do turismo de massa. Os moradores locais

sentem sobrecarregado com o crescente número de turistas e o impacto dos desenvolvimentos nas suas vidas diárias;

5. Estagnação: Aqui o destino perdeu seu *status* de novidade, os números dos turistas estão estabilizados e a área atingiu sua capacidade de carga. Os locais são negativamente predispostos e antagônico para os turistas;

6. Declínio / Rejuvenescimento: As externalidades ambientais e socioculturais do turismo e o desenvolvimento começam a mostrar a degradação dos recursos e da infraestrutura do destino, levando os visitantes embora. A irritação dos moradores se torna ainda mais evidente. (PAPATHANASSIS, 2017: 288)

Por meio do Índice de Irritabilidade de Doxey (1975) é possível associar como ocorre o processo de construção do turismo de massa, que futuramente poderá culminar no anti-turismo, por questões como a perda de comércios locais para grandes empresas e superlotação, que serão mais desenvolvidos posteriormente.

Assim, entramos na questão dos problemas que os moradores enfrentam e que causam a turismofobia. Kadt (1979: 50) *apud* Barretto, 2004: 135,

os encontros entre turistas e população local podem ser categorizados, para fins de análise, em três situações: quando os turistas compram bens ou serviços, quando turistas e residentes compartilham espaços ou quando os turistas se dirigem expressamente aos residentes à procura de informações.

Como já mencionado, esses encontros, em princípio, não apresentam problemas e são interessantes para ambos os lados. No entanto, o turismo movimenta quantias expressivas,

A UNWTO (2017) (abrev. Organização Mundial do Turismo) informa que o turismo, corresponde a 9% do PIB mundial, reflete 1 em cada 11 empregos e chega a 1,3 trilhão de dólares em exportações. O WTTC (2017) (abrev. *World Travel and Tourism*) relata que o turismo superou a economia global com um crescimento do PIB de 3,3% e contribuiu com 1,96 trilhões de dólares economias. (PAPATHANASSIS, 2017: 290)

Esses dados representam uma situação que, com o passar do tempo, ocorre movida a questões financeiras pelos visitados e da mesma forma, gera um turismo por parte dos visitantes, em que os moradores se tornam parte da mercadoria a ser consumida, seja na prestação de serviços ou como atrativo. Gerando uma relação antropológica complexa e tênue.

Os turistas passam a ser um mal necessário. Mal porque sua presença incomoda. Necessário porque seu dinheiro faz falta. Os turistas, por sua vez, veem no habitante local apenas um instrumento para seus fins. O grande paradoxo do turismo é que essa atividade coloca em contato pessoas que não enxergam a si mesmas como pessoas, mas como portadoras de uma função precisa e determinada: uns trazem dinheiro com o qual compram os serviços do outro. O primeiro é consumidor, o outro, parte da mercadoria, e é essa a relação que prevalece. Turistas e população local têm diversos graus de empatia, dentro de um leque que vai da simpatia à hostilidade, passando pela cordialidade profissionalmente trabalhada. (BARRETTO, 2004: 147)

Seguindo essa lógica, como observado por Krippendorf (2009) o que era para ser um encontro, transforma-se numa espécie de síndrome do zoológico, onde o autóctone torna-se uma apresentação de um *show* e tema de fotografias e filmagens.

Os turistas esperam encontrar "o primitivo", o "bom selvagem" não "contaminado" pela civilização urbana. Paradoxalmente, os visitados, quanto mais pobres, mais depositam no turismo suas expectativas de progresso, de integração ao processo civilizatório, à economia de mercado: [...] visto do interior [das comunidades] o turismo representa modernidade e mudança; mas, do exterior, o objeto turístico é visto como exótico, primitivo e imutável (Lanfant, Allock e Bruner, 1995: IX *apud* Barretto, 2004: 140)

Dentro da complexidade desta relação temos que, a etapa de euforia, que geralmente ocorre no início do processo turístico, pode nem acontecer, outra questão é que a antipatia ocorre porque o turismo ressalta as diferenças sociais, principalmente quando turistas e moradores precisam competir pelos mesmos recursos - que podem já ser escassos, além de espaço (BARRETTO, 2004).

Turismo de Massa

Para ocorrência de uma discussão rica sobre a turismofobia, é necessário apontar as causas e elementos que geram a problemática, e nesse aspecto o turismo de massa aparece como uma das razões estruturais que incita a prática de um turismo superficial, efêmero e fechado, muitas vezes restringido a locais que constam em pacotes de viagens.

O advento do turismo de massa deu-se logo após as grandes transformações da Revolução Industrial, dando origem a uma classe média e também ao aumento do tempo livre, ocasionando as grandes viagens turísticas da elite.

Utilizado para descrever o fenômeno do século XX, "o turismo de massa" é como sugere Dupret, um termo pejorativo, que tenta diferenciar entre o que se entende como viajantes de "alta qualidade" e aqueles que simplesmente desejam ver o mundo. Como aponta Rachid Amiroum (AMIROU, «*Éléments pour una sociologie qualitative du voyage et du tourisme*» en J. SAGNES (ed.), op. cit., p. 108), a frase "turismo de massa" se usa muitas vezes para desqualificar não ao turismo em si, mas sim a sua democratização. (GORDON, 2002: 143)

A questão é, o termo não é visto como algo positivo, sendo utilizado para diferenciar uma forma de turismo, que na atualidade representa grande parcela do segmento, sendo que o que se difere deste, é considerado um turismo alternativo e mesmo assim "Dizer que formas alternativas de turismo (alternativas ao turismo de massas e ao modelo do *resort*) promovem o 'intercâmbio' é pressupor que o turismo acontece entre iguais, coisa que, na atualidade, vários antropólogos contestam." (BARRETTO, 2004: 145), mas isto trata-se de outra discussão, que não é foco deste trabalho. Assim, viajante representa o contrário a turista, que seria o nome dado a quem pratica o turismo de massa, "De acordo com Daniel

Boorstin, [...], o viajante que persegue experiências tem que trabalhar, enquanto o turismo vai em busca do prazer e espera que as experiências lhe ocorram.” (GORDON, 2002: 145)

Desde as origens do turismo de massas, na década de 1950, logo depois da Segunda Guerra Mundial, as expectativas em torno do turismo, do ponto de vista cultural, têm estado centradas na sua potencialidade para promover o intercâmbio cultural entre visitantes e visitados, o conhecimento do outro, a consciência da alteridade e, como consequência, a paz mundial. (BARRETTO, 2004: 134)

Contudo, analisando a fundo a realidade, é notório que um princípio que surgiu a cerca de quase setenta anos, se perdeu e na atualidade destoa das origens. Aqui é importante salientar que o turismo de massa não surgiu como um movimento ou algo do tipo, mas como algo espontâneo, a partir da possibilidade de grande quantidade de pessoas viajarem, já que as férias foram uma ferramenta que permitiu a possibilidade de viajar, além dos preços tornarem-se mais acessíveis e existir a viabilidade de dividir os custos das viagens. Todavia, há autores como Crick (1992: 361) *apud* Barretto (2004: 134) que defendem que "a ideia de que este fenômeno favorece a paz e a amizade entre os povos [é] um mito contemporâneo".

“Como termo, ‘turismo de massa’ se popularizou entre os anos 1950 e 1970 quando os turistas internacionais dobraram de número a cada sete anos” (GORDON, 2002: 125), o que nos faz chegar numa questão importante do termo: a quantidade de pessoas. O número dar-se como um problema, pois o turismo de massa é o movimentar de um número exorbitante de pessoas, que ocupam ruas, apartamentos, comércios e lojas, ou seja, espaços públicos e privados no geral. A movimentação de um grande número de indivíduos, nos contextos mais atuais, deram-se com grande influência pelas agências e operadoras de viagens, que popularizaram os pacotes de viagem a preços mais baixos, com possibilidade de dividir os custos em parcelas, dando a segurança e comodidade de ter alguém organizando sua viagem, sem que haja necessidade dos clientes pensarem onde deverão ir, que horário sair, quanto custará, se haverá vagas em hotéis e eventos, contando com pessoas que guiarão os passeios, dentre outros, ou seja, como se as agências fossem uma espécie de mãe para os turistas, que não precisam se preocupar com os detalhes.

Assim,

Se a relação entre visitantes e visitados era distante durante o *grand tour*, com a padronização das viagens organizadas ficou ainda maior, uma vez que o grupo guiado somente visitava aqueles lugares que a empresa pré determinava, durante um curto período de tempo, no qual obtinha apenas informações superficiais (Turner e Ash, 1991: 85 *apud* Barretto, 2004: 139)

Por isso, a crítica que se faz ao turismo de massa é a de uma espécie de alienação, onde os turistas visitam os lugares, seguindo como se fossem uma massa, que apenas observa rapidamente um lugar, estrutura ou evento e logo está pronto para outra paisagem, sem sair da linha pré determinada de seu roteiro.

Enquanto a política exaltava as virtudes “desenvolvimentistas” do turismo, uma parte importante da academia tratava de indagar, de um ponto de vista crítico, as premissas e os impactos do desenvolvimento turístico em grande escala. Como ressalta o historiador Bertram M. Gordon (2002), o conceito de “turismo de massa” é de natureza problemática. O termo “massa” pode ter, efetivamente, diversas acepções, mas, sobretudo com relação ao fenômeno turístico, foi se impondo como qualificativo pejorativo, provavelmente pela ênfase que certo discurso acadêmico deu ao caráter alienante da indústria turística e à ideia do consumo induzido. (DOMINGUEZ, 2017: 27)

É imperativo ressaltar que há autores que defendem que o problema não se trata da quantidade de pessoas que visitam os lugares, mas da qualidade dos que viajam, “o discurso de ‘turismo de massa’ se refere menos a questão do número de turistas do que a qualidade do impacto sobre o entorno local.” (GORDON, 2002: 142), ou seja, a falta de interesse em vivenciar a cultura que se visita e em ter contato com os moradores locais, transforma a viagem numa espetacularização que afasta moradores locais de turistas. Nessa conjuntura, dar-se á entender que “A tendência parece ser que os relacionamentos entre visitantes e visitados sejam cada vez mais profissionais, à medida que os serviços turísticos e os próprios turistas se profissionalizam.” (BARRETTO, 2004: 147).

Resiliência - Explicando o Conceito

Adaptar, superar, resistir, recuperar, dentre tantas outras características, representam o que pode se constituir como resiliência. O termo, utilizado para diversos âmbitos, situações e contextos, em sua forma geral, pode ser definido como “[...] à capacidade de um indivíduo, sociedade, ambiente, organização de recuperação às adversidades inesperadas, adaptando-se aos diferentes contextos vivenciados” (RAASCH, 2017: 40). Sua importância dar-se, visto que sem ela, seres humanos, os demais seres vivos e a natureza, não sobreviveriam frente aos percalços que cotidianamente sofrem. A partir da explanação de que o vocábulo pode ser utilizado de distintas formas, nota-se a sua complexidade e por isso da sua importância em esclarecer, este que já apresentava estudos datados desde o século XIX (SONAGLIO, 2017).

Inicialmente, a expressão remetia à física, nas questões de resistência de diversos materiais. Em seguida, o termo resiliência foi assim intitulado “para designar a capacidade que um indivíduo que é afetado por estresse (ou então pela adversidade) possui em superá-lo e sair fortalecido” (SONAGLIO, 2017: 89), quando em 1974, Elwyn James Anthony investigava sobre crianças o qual os pais eram esquizofrênicos e sua fragilidade a partir dessa situação. Por isso, no contexto das ciências humanas “Resiliência pode ser descrita como a capacidade de adaptação e de superação do indivíduo, sociedades ou organizações, diante de situações adversas, utilizando de estratégias e experiências vividas

para superá-las e fortalecê-las em situações futuras” (Junqueira & Deslandes, 2003; Crichton, Ramsay & Kelly, 2009; Boin, Comfort & Demchack, 2010; Duit, 2016, *apud* Raasch, 2017: 41). Contudo, isso foi na perspectiva humana, sendo que pesquisas sobre resiliência também foram desenvolvidas no campo da física, natureza e tantas outras (SONAGLIO, 2017).

Ainda, para Damascena (2016) *et. al.*, *apud* Raasch (2017: 43), o conceito pode ser entendido como “flexibilidade; aquisição de competências para lidar com adversidades; capacidade de auto renovação; adaptação positiva a cenários de adversidade; resistência a mudanças; adaptação aos riscos do ambiente”. Contudo, é imperativo ressaltar que “a resiliência não é um atributo que nasce com o indivíduo, e sim é um conjunto de processos que se desenvolvem com o passar do tempo, de acordo com combinações de atributos favoráveis tanto do indivíduo, quanto do ambiente em que está inserido” (Rutter, 1987 *apud* Raasch, 2017: 42), sendo essa uma das características mais fundamentais da máxima, pois a resiliência se estabelece posteriormente a uma situação, e um ser ou algo resiliente pode ser considerado vitorioso, pois “sobreviveu” a uma determinada situação ou se adaptou para conviver com um certo empecilho e assim tornou-se mais forte para situações futuras, ocorrendo em tempos e formas distintas no que afeta. Na atualidade,

O termo resiliência é utilizado nas literaturas de diversas áreas científicas, como ecologia, psicologia, microbiologia, estudos sobre regeneração celular, cadeia de suprimentos, gestão de recursos humanos, engenharias, negócios e economia, incluindo o mercado de ações e a resiliência corporativa.

Buliga (Scheiner & Voigt, 2016; Pelli & Goulart, 2017) *apud* Raasch, (2017: 41).

Aqui, será desenvolvido a partir da perspectiva social, com base na relação entre visitantes e visitados.

Resiliência dos Moradores

Antes de chegar ao ponto central deste artigo, passemos pelos problemas que na prática afetam os moradores locais devido ao turismo de massa. Esses perpassam por itens de cunho como recursos, espaços, bem estar e de uma visão deturpada que se tem acerca dos moradores. Tratando dos recursos, a água é uma questão que pode afetar os moradores locais, quando, por causa da grande quantidade de pessoas que determinada cidade recebe, esse recurso pode ficar comprometido e faltar aos autóctones. No deslocamento, sendo de carro ou por meio do transporte público, pode gerar superlotação e lentidão no fluxo, também devido a quantidade. O tamanho também causa influência, pois em uma comunidade pequena é mais fácil desenvolver o turismo por, geralmente, existir algo em comum naquela unidade, como comunidade quilombola, comunidade de lojistas ou

comunidade de empresários, porém, quando tratamos de uma cidade grande, existem diferentes comunidades num mesmo espaço e assim diferentes interesses, o que pode gerar questões-problemas no desenrolar do turismo, por não conseguir um consenso quanto ao seu desenvolvimento (BARRETTO, 2004). Quanto a outros recursos de forma geral, acaba por ocorrer um aumento nos preços, devido a grande procura, e nesse aspecto os aluguéis e moradias saem bem comprometidos. A especulação imobiliária faz com que os aluguéis de imóveis tenham preços exorbitantes, e quando não, as cidades são invadidas por aluguéis de *Airbnb*, que com o custo elevado para se viver nos centros das cidades, os moradores passam a morar nas periferias, alugando seus imóveis para o turismo, configurando uma gentrificação turística (MENDES, 2017). Gentrificação:

[...] se refere a um processo de aburguesamento de certos bairros e áreas da cidade com história de desinvestimento de capital e degradação urbanística. [...] Um fenômeno de substituição social classista e de reapropriação pela burguesia – e da própria e respectiva ideologia neoliberal e ordem simbólica subjacentes – dos espaços de habitat populares das áreas antigas centrais. É um processo de mudança urbana, no qual a reabilitação de imóveis residenciais situados em bairros da classe trabalhadora ou de gênese popular/tradicional atrai a fixação de novos moradores relativamente endinheirados, levando ao desalojamento e à expulsão de ex-residentes que não podem mais pagar o aumento dos custos de habitação que acompanham a regeneração urbana que o processo comporta, culminando com um aprofundamento da segregação residencial e divisão social do espaço urbano. (Smith, 1979 *apud* Mendes, 2017)

Sendo a gentrificação uma questão política, que afeta a dinâmica e a geografia funcional de uma cidade, ela pode ser vista como reguladora da ordem capitalista (MENDES, 2017), e não se tratando somente das questões de moradia, bem como de acesso à cidade de modo geral, a gentrificação é geradora de turismo e vice-versa, por isso da utilização do termo gentrificação turística.

Partindo dessa premissa, observamos como o espaço é afetado. Além da moradia, as ruas, mercados, lojas, hospitais, delegacias e espaços públicos e privados em geral, encontram-se abarrotados. Isso culmina para um incômodo no bem estar dos moradores, que passam por frequentes situações de estresse em razão de ruídos produzidos por festas que entretém os turistas; o olhar curioso dos visitantes que veem os autóctones como nativos para o entretenimento; grande produção de lixo e determinados atos distintos da cultura local, que podem afetar negativamente quem recebe, podendo ser considerado desrespeito, a exemplo:

“Museu de Auschwitz é atingido por roubos quando visitantes removem 'lembranças' do campo de extermínio nazista” (Telégrafo)

“Capela na ilha grega de Rodes proíbe casamentos estrangeiros depois que a foto de 'sexo' do casal britânico virou um viral: 'Não podemos permitir que esse comportamento repugnante prevaleça’” (Independente)

“Ding Jihao esteve aqui”: turista chinês, 15 anos, desfigura o templo egípcio de 3.500 anos” (Daily Mail) (PAPATHANASSIS, 2017: 291)

É importante ressaltar, que notícias como essas não refletem 100% dos turistas, inclusive nem a maioria, contudo num contexto de intolerância quanto a quantidade exorbitantes de visitantes e da maneira fugaz como os espaços são tratados, notícias como essas somente intensificam um sentimento de repulsa, visto que além de ocupar os espaços, alguns deles também destroem e desrespeitam esse ambientes.

Outra questão que pode gerar descontentamento da população é o sentimento de invasão que grandes empresas causam quando abrem empreendimentos e constroem infraestruturas relacionados ao turismo ou assumem frente a direcionamentos da cidade, que substituem pequenos comércios locais e desempregam a população, respectivamente.

Por isso, quer queira quer não, a turismofobia pode ser considerada uma forma que os moradores acharam para ser resilientes perante a situação. Essa afirmação cabe amplas discussões e é preciso explicar o que há por trás da declaração.

Como já abordado, ser resiliente é resistir e enfrentar as adversidades da maneira que se entende como correta ou a que se acha pertinente para aquele momento, por isso,

[...] a resiliência é entendida como uma característica (Blandtt, 2009; Lemos, 2014), sobretudo nas atuações relativas ao planejamento e/ou gerenciamento turístico que precisa resistir, enfrentar, se adaptar ou superar determinados impactos das mudanças provenientes de um mundo complexo e desequilibrado. (SONAGLIO, 2017: 83)

Neste caso, se tratando da resiliência no planejamento turístico, mas que pode se encaixar de pessoa em pessoa, assim, morador em morador, afetar o turista de maneira negativa, demonstrando que ele não é bem vindo na cidade em que passeia, que ele incomoda, que não é visto com bons olhos e dessa forma é diminuído pelos locais, foi a forma, sem planejamento e controle, que a população encontrou para resistir ao turismo de massa. Muitas vezes não é o turista em si que causa aflição aos autóctones, mas o que é gerado a partir da existência deles, como aumento de preços, alterações na rotina local e disputa por espaços.

A Resiliência dos Visitantes

Previamente, antes de abordar como os visitantes se dão resilientes a turismofobia, é importante elucidar sobre o conceito de hospitalidade, que nesse caso, ambos os tópicos podem ser vistos quase como antônimos. Para Gotman (2001: 493) *apud* Bezerra (2007: 337) “A hospitalidade é um processo de agregação do outro à comunidade e a inospitalidade é o processo inverso.”. Assim, a origem da palavra já diz muito sobre seu significado. “Hospitalidade é uma palavra originária do Latim *hospitalitate* e significa o ato de

hospedar; a qualidade de quem é hospitaleiro; a liberalidade que se pratica, alojando gratuitamente alguém; e por extensão acolhimento afetuoso.” (DALPIAZ, 2018: 2).

Antigamente, a hospitalidade designava hospedagem gratuita que era oferecida aos viajantes; hoje, em razão de novos acontecimentos, como o capitalismo, a industrialização, o desenvolvimento técnico-científico, a definição de hospitalidade sofreu alterações: o que antes era uma forma espontânea e gratuita de acolhimento vem-se tornando um meio de ganhar divisas, mas que vai além dos limites de hotéis, restaurantes, lojas ou estabelecimentos. (CAMPOS, 2008: 3)

Dalpia (2018: 2) exemplifica a complexidade da hospitalidade,

A hospitalidade no Turismo evidencia-se muito mais ampla do que primeiramente se imaginava, ela deverá estar presente em todas as atividades relacionadas com o turismo, desde a facilitação (ingresso, permanência, deslocamentos internos e saída dos visitantes), o desenvolvimento da infraestrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicações (terrestres, aéreos, marítimos, fluvial e telecomunicações), a educação e capacitação (formação de recursos humanos para o setor em níveis distintos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras)

Desse modo, independente do setor do turismo, a hospitalidade está impregnada e sendo que muitos dos cargos de serviços aos turistas, são exercidos por moradores locais, quando da ausência de hospitalidade, seja pela rejeição ou antipatia com o turista, isso será facilmente percebida. Para além disso, nas ruas e ambientes de circulação em geral, a não receptividade será verificada, se isso for um desejo dos locais. Protestos e manifestações contra a chegada de turistas, foram verificadas em aeroportos e principalmente cruzeiros, em que a intenção de alguns moradores era deixar claro aos que chegavam, que eles não eram bem vindos. Por meio de cartazes, faixas e manifestos organizados, logo no desembarque, alguns turistas eram assim recebidos e há registros até de agressões na região europeia da Itália, no ano de 2017.

Pode-se dizer que os turistas ao chegarem em uma cidade podem ter um acolhimento preparado, improvisado ou simplesmente não ter. Conclui-se, então que o “bem receber” está ligado diretamente com a preparação do destino turístico para o recebimento do turista e a preparação de um destino turístico envolve todo o Sistema de Turismo. (DALPIAZ, 2018: 2)

“Os atos de hospedar e de ser hospitaleiro são muito mais complexos que simplesmente o de receber o visitante: consiste na união, ou melhor, na aproximação de culturas, costumes e pessoas diferentes. Trata-se de uma relação de troca de valores entre o visitado e o visitante.” (CAMPOS, 2008: 3), conseqüentemente, no contexto da turismofobia não se verifica a hospitalidade, pois visitantes e visitados estão em constante relação de atrito. Logo, a resiliência também é uma forma de enfrentar a situação que está posta. Ela pode ser verificada quando o número de turistas em determinados locais, em que situações extremas ocorreram, diminuem, nem que seja por um período de tempo. Ademais,

quando os turistas buscam não ser mais identificados como turistas, seja na mudança de vestimentas, na inibição quanto a perguntas e informações, ou em trejeitos de forma geral. Todavia, essas são questões práticas, o sentimento de rejeição, independente de sofrer algum ataque ou abordagem, ainda existe, e desse ponto de vista, o mal estar está estabelecido.

Todo esse distanciamento, reafirma um turismo econômico, movido por grandes corporações, em que a austeridade e a empatia não acontecem, pelo contrário, o fenômeno turístico - que em sua essência é um fenômeno do encontro, da troca, da diversidade e do estranhamento (MOESCH e GASTAL, 2007), que não é literal, mas um estranhamento que instigue e estimule o conhecer do novo, da nova cultura, das pessoas e seus hábitos - vem se esvaindo diante de um sistema que estimula o consumo, onde o ter sobressai ao ser. “Isto porque o cenário capitalista, além de gerar dificuldades que visem a um desenvolvimento genuinamente sustentável, produz problemas sociais, culturais e ambientais típicos de modelos de desenvolvimento insustentáveis.” (SONAGLIO, 2017: 81), e por meio desses problemas que são ocasionados, é necessário resiliência, para sobreviver às intempéries do mundo.

Este trabalho, não teve a intenção de estabelecer um lado em detrimento de outro, mas sim apresentar as diferentes direções que se estabelecem na relação de visitante e visitado, frente a turismofobia. Todavia, uma questão valorosa a ser exposta é que, os moradores sentem aversão aos turistas, estes também rejeitam os moradores, devido ao tratamento que recebem, porém, se esquece que no meio dessa situação existe, ou era para existir, um mediador, que seria o poder público, com a função de desenvolver um planejamento participativo e com capacidade de carga.

Considerações Finais

Esse trabalho, inicialmente, propõe-se a discorrer sobre os conceitos de turismofobia e resiliência, dando cerne as perspectivas dos moradores locais e turistas, na intenção de compreender como estes se davam resistentes perante essa situação. A lente do turismo estabeleceu-se juntamente a da resiliência para compreender uma faceta da complexidade do fenômeno turístico, que neste caso, uma das questões apontadas pelos autores é que uma das principais causas do problema é o turismo de massa.

Tendo isso por base, buscou-se diferenciar, primeiramente, as sentenças, pois mesmo que o termo turismofobia nasça a partir de xenofobia, elas não possuem o mesmo significado. Assim, xenofobia significa aversão ao estrangeiro, o que é incomum e que não pertence a sua cultura, enquanto turismofobia, como já mencionado, advém de xenofobia,

todavia, incluso que a antipatia se dá pela motivação que levou o indivíduo aquele lugar, ou seja, o fato de ser uma pessoa de cultura distinta que está a passeio. Em princípio, parece não fazer sentido tamanho incômodo por parte dos moradores e por isso o artigo desenvolve o que para os autores é uma das principais causas do problema, o turismo de massa. Este se configura como um turismo que move uma grande quantidade de pessoas, mas que para além disso, são indivíduos que praticam um turismo efêmero, superficial e instantâneo, muitas vezes regidos por empresas de turismo, como agências e operadoras, o qual os turistas apenas seguem os roteiros pré determinados. Ainda foi abordado o conceito que rege este artigo, caracterizando a resiliência como a habilidade as pessoas têm de resistir, adaptar e se recuperarem frente às adversidades.

Assim, tendo por base os conceitos a serem relacionados e a principal causa do problema, desenvolveu-se como se dão a resiliência dos moradores locais e dos turistas. Os primeiros, precisam resistir a uma série de questões que são geradas por causa do turismo de massa, como o colapso na prestação de serviços essenciais (redes de transporte público, atendimentos em hospitais e delegacias de polícia), o reajuste dos preços, que apesar de beneficiar o comércio local, acaba afetando negativamente a vida dos moradores e principalmente a questão das moradias, que são multi e significativamente afetadas; transtornos a população nativa são causados pela falta de educação dos turistas, sobretudo quando estão em grandes grupos, seja pelo barulho ou quando perturbam a rotina local e ignoram aspectos importantes da cultura. Por sua vez, quando tratado sobre como os turistas enfrentam as questões de falta de hospitalidade, por meio de protestos, imagens, gritos e manifestações anti turismo, na prática, verificamos a inibição da imagem do sujeito turista e de detalhes como tirar dúvidas e sua própria imagem física, além da redução, por um pequeno período de tempo, da quantidade de visitantes em locais de grande embate.

Por isso, objetivando o estudo da turismofobia, pode-se compreender como a resiliência está inserida no fenômeno turístico, se tratando da perspectiva humana dos moradores e dos turistas. Obviamente, como é passível de toda pesquisa, esta, carece de um maior aprofundamento, que poderá ser desenvolvido por meio da inserção de pesquisas quantitativas, para obter uma análise mais completa acerca do tema, contendo dados de como a turismofobia atingiu o turismo quantitativamente e analisar números de agências para obter uma noção mais ampla de quanto essas empresas movimentam em relação fluxo de turistas, além disso, analisar as políticas públicas de locais com grande incidência de casos de turismofobia, para verificar que medidas estão sendo tomadas para desconstrução do problema. Logo, as contribuições deste trabalho estão no campo do saber turístico, da resiliência e do problema turismofobia, que tanto tem afetado o fenômeno social.

Referências Bibliográficas

- Antunes, P. (2017, 19 de agosto). Terrorismo atinge a Espanha em meio a aumento de 'turismofobia'. Folha de São Paulo. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/08/1911281-terrorismo-atinge-a-espanha-em-meio-a-aumento-de-turismofobia.shtml>.
- Barreto, M. (2004). Relações entre Visitantes e Visitados: um Retrospecto dos estudos socioantropológicos. *Turismo em Análise*, v. 15, n. 2, p. 133-149.
- Bezerra, S. Z. R. S. (2007). Apontamentos sobre hospitalidade, turismo e modernidade. *Revista Cesumar - Ciências Humanas e Sociais Aplicadas*, v. 12, n. 2, p. 335-345.
- Barbería, J. L. (2017, 09 de agosto). Turismofobia, a reação das cidades de aluguel. *El País*. Recuperado de https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/08/internacional/1502213658_607233.html.
- Burbuen, S. (2018, 25 de julho). “*Tourists go home, refugees welcome: why Barcelona chose migrants over visitors*”. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/cities/2018/jun/25/tourists-go-home-refugees-welcome-why-barcelona-chose-migrants-over-visitors>.
- Campoamor, J. (2017, 01 de junho). “*Turismofobia: Barcelona y otras ciudades en pie de guerra contra el turismo de masas*”. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40107507>.
- Campos, R. S. (2008). Os cinco sentidos da hospitalidade. *Observatório de Inovação do Turismo*, v. 3, nº 1, p. 1-17. Recuperado de <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5694/4408>.
- Caparrós, M. (2017, 14 de agosto). *La posverdad de la turismofobia*. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2017/08/14/la-posverdad-de-la-turismofobia/>.
- Colwell, W. (2017, 10 de agosto). *First Venice and Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe*. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>.
- Dalpiatz, R. C. C., Dagostini, A., Giacomini, D. M., Giustina, M. G. S. D. (2018). A Hospitalidade no Turismo: o bem receber. *Revista Atua Serra*. Recuperado de http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf.
- Ribeiro, D. (2019). Significado de Xenofobia. In 7graus, Dício, *Dicionário Online de Português*. Recuperado de <https://www.dicio.com.br/xenofobia/>.
- Dominguéz, A. Q. (2018). Turismofobia, ou Turismo como Fetiche. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação, Edição Especial - Ética no Turismo*, p. 22-30. Recuperado em <https://www.sescsp.org.br/files/artigo/f08be15b/f7eb/4918/9ca6/ec476640e3fe.pdf>.
- Doxey, J. (1975). *Development of Tourism Destinations*. London: Torbay.
- Gastal, S.; Moesch, M. (2007). *Turismo, Políticas Públicas e Cidadania*. São Paulo: Aleph.
- Gordon, B. M. (2002). *El Turismo de Masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. Historia contemporánea*, v. 25, p. 125-156. Recuperado de <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/HC/article/viewFile/5928/5608>.

- Krippendorf, J. (2009). *Sociologia do Turismo: Para uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens*. Brasil: Aleph.
- Lévi-Strauss, Claude (2006). *Raça e História*. Brasil: Editorial Presença.
- Mallorca, P. (2017, 3 de agosto). Turismofobia em Barcelona: grupos radicais agora atacam turistas. *El País*. Recuperado de https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/internacional/1501697974_820761.html.
- Mendes, L. (2017). Gentrificação Turística em Lisboa: Neoliberalismo, Financeirização e Urbanismo Austeritário em Tempos de Pós-crise Capitalista 2008-2009. *Cad. Metrop.*, São Paulo, v. 19, n. 39, pp. 479-512. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2017-3906>.
- Miranda, G. (2018, 22 de abril). Destino da moda, Portugal vive alta de preços e começa a nutrir turismofobia. *Folha de São Paulo*. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/04/destino-da-moda-portugal-vive-alta-de-precos-e-comeca-a-nutrir-turismofobia.shtml>.
- Papathanassis, A. (2017). *Over-Tourism and Anti-Tourist Sentiment: An Exploratory Analysis and Discussion*. "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series, v. XVII, p. 288-293. Recuperado de <http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/ENG/2017-2/Section%20III/25.pdf>.
- Raasch, M., Silveira-martins, E., & Gomes, C. C. (2017). Resiliência: Uma Revisão Bibliométrica. *Revista de Negócios*, 22(4), 40-55. DOI: <http://dx.doi.org/10.7867/1980-4431.2017v22n4p40-55>.
- Redacción, (2018, 15 de maio). *Exceso de atracción: cómo Ámsterdam, Barcelona y otros destinos 'llenos de gente' están controlando el turismo masivo*. BBC News Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45207967>.
- Sonaglio, K. E. (2018). Aproximações entre o Turismo e a Resiliência: Um Caminho para a Sustentabilidade. *Turismo: Visão e Ação*, v. 20, n. 1, p. 80-104. DOI: 10.14210/rtva.v20n4.p80-104.
- Street, F. (2018, 15 de maio). *Madrid frenará Airbnb para restringir el turismo masivo que expulsa a vecinos de sus barrios*. *CNN España*. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2018/05/15/madrid-frenara-airbnb-para-restringir-el-turismo-masivo-que-expulsa-a-vecinos-de-sus-barrios/>.

Recebido em: 29/06/2017

Aprovado em: 09/07/2019

OS IMPACTOS GERADOS PELA GREVE DOS CAMINHONEIROS NO BRASIL E A RESILIÊNCIA NOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

The Impacts Generated by the Truck Drivers Strike in Brazil and the Resilience in Tourism Equipments and Services

Los impactos generados por la greve de los camioneros en Brasil y la resiliencia en los equipos y servicios turísticos

Amanda Souza Lopes⁸
Jaqueline Danielle Santos Correa⁹
Thais Coratini da Silva¹⁰
Ylana Silva Rodrigues¹¹

Resumo: O setor de turismo no Brasil sofreu impactos inesperados devido ao cenário do movimento de greve dos caminhoneiros, cuja funcionalidade agrega aspectos importantes na distribuição de recursos para o perfeito desempenho da atividade turística. Este artigo tem por objetivo relatar os impactos do movimento dos caminhoneiros e as consequências na dimensão do turismo. Além disso, apresentar conceitos sobre resiliência organizacional e como as firmas devem se portar a eventos disruptivos. A busca bibliográfica baseia-se em plataformas jornalísticas, artigos, sites institucionais e/ou governamentais. Por fim, a crise econômica gerada pela greve de caminhoneiros reafirmou interdependência do setor de transporte a atividade turística, esta última, quando apoiada a dinâmica da resiliência desenvolve respostas inovadoras em rápida temporalidade.

Palavras-chave: Turismo; greve; resiliência; organização; transporte.

Abstract: The tourism sector in Brazil has suffered unexpected impacts due to the scenario of the truckers strike, whose functionality adds important aspects in the distribution of resources for the perfect performance of the tourist activity. This article aims to report the impacts of the truck drivers movement and the consequences on the tourism dimension. In addition, present concepts about organizational resilience and how firms should engage in disruptive events. The bibliographic search is based on journalistic platforms, articles, institutional and / or governmental websites. Finally, the economic crisis resulted by the truck drivers' strike reaffirmed the interdependence of the transport sector to tourism activity, this one, when supported by the dynamics of resilience develops innovative responses in a timely manner.

Keywords: Tourism; strike; resilience; organization; transport .

Resumen: El sector de turismo en Brasil sufrió impactos inesperados debido al escenario del movimiento de huelga de camioneros, cuya funcionalidad agrega aspectos importantes

⁸ Graduação, Bacharel em Turismo - Universidade de Brasília. E-mail: lopes0605@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2967-2890>

⁹ Graduação, Bacharel em Turismo - Universidade de Brasília. E-mail: jaquelinescorrea@hotmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1701-4797>

¹⁰ Graduação, Bacharel em Turismo - Universidade de Brasília. E-mail: thaissilva1136@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1808-0216>

¹¹ Graduação, Bacharel em Turismo - Universidade de Brasília. E-mail: ylanasilvarodrigues@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7539-6482>

en distribución de recursos para el perfecto desempeño del actividad turística. Este artículo tiene por objetivo relatar los impactos del movimiento de camioneros y las consecuencias en la dimensión del turismo. Allende, presentar conceptos sobre resiliencia organizacional e cómo las firmas deben comportarse a eventos disruptivos. La busca bibliográfica se basa en plataformas periodísticas, artículos, sitios institucionales y/o gubernamentales. Por final, la crisis económica generada por la huelga de camioneros reafirmó interdependencia del sector de transporte a actividad turística, esta última, cuando apoyada la dinámica de la resiliencia desarrolla respuestas innovadoras en rápida temporalidad.

Palabras clave: Turismo; Huelga; Resiliencia; Organización; Transporte.

Introdução

O turismo é um fenômeno que se estabelece em muitos lugares no mundo como um importante fator econômico, e seu desenvolvimento se destaca em agências de viagens, aeroportos, hotelarias, cidades, entre outros. O setor operacional de turismo contribui para o progresso de gerenciamento e planejamento turístico em âmbito regional e local, podendo contribuir para o desenvolvimento econômico, social, ambiental e cultural no ambiente em que se insere. Em casos de eventos inesperados nessas dimensões, podem ocasionar desequilíbrios, onde a resiliência vem a se tornar uma ferramenta de grande importância.

O turismo resiliente vem dos princípios de sustentabilidade e responsabilidade LANZARINI & BARRETTO (2014), e para poder agir com resiliência os profissionais da área necessitam ampliar seus conhecimentos através de um planejamento de turismo responsável. De acordo com BENI (2006) o planejamento turístico deve ser efetuado através de um diagnóstico de forma sustentável em que se leva em consideração a prevenção de possíveis impactos. Porém, atualmente muitos impactos ocasionados pelo turismo são relacionados à falta de profissionalismo ou conhecimento sobre o tema e, assim quando ocorrem mudanças ligadas às crises, fica cada vez mais visível que a resiliência merece um lugar em todas as áreas de profissionalização.

A resiliência é uma estratégia de segurança e força nas atuações de planejamento e gerenciamento turístico em que é preciso resistir, enfrentar, se adaptar ou superar determinados impactos das mudanças provenientes de uma ocorrência. A resiliência Organizacional, que é destacada neste artigo, se apresenta como a capacidade de uma organização, instituição ou pessoa, antecipar, preparar, ou adaptar-se à transformações graduais e, interrupções causadas por algum evento inesperado. Essa resiliência é uma estratégia para uma organização prosperar no mundo com uma visão mais dinâmica e conectada à atualidade. Se trata de um exercício a ser obtido a longo prazo, SOBRARE (2018). Quando se passa por isso, é preciso que as organizações saibam dominar a resiliência organizacional no que se refere à adoção de hábitos de excelência, e melhores

práticas a fim de promover a melhoria nos negócios, e capacidades em todos os aspectos de uma organização. Isto permite aos líderes assumir os riscos com confiança.

No primeiro semestre de 2018 ocorreu um evento de grande impacto no Brasil - a greve dos caminhoneiros - sendo a causa de uma situação desconfortável para a economia brasileira. De acordo com a reportagem apresentada no site da Transporte Press (2018) A greve, foi uma paralisação de caminhoneiros autônomos com extensão nacional iniciada no dia 21 de maio, no Brasil, durante o governo de Michel Temer. Os grevistas se manifestaram contra os reajustes frequentes e sem previsibilidade mínima nos preços dos combustíveis. A greve teve como consequência muitos desdobramentos na sociedade, o que resultou de dificuldades e momentos de resiliência no mercado de Turismo no Brasil.

Nos dias de greve, o setor de Turismo vivenciou situações de apertos. A greve ocorrida fez com que o mercado de aviação perdesse milhões em voos cancelados devido ao desabastecimento dos combustíveis aéreos. Nos hotéis, as reservas de hospedagem também caíram, bares e áreas de lazer foram fechados e o cancelamento de eventos também reagiram aos impactos negativos no âmbito turístico, tendo em vista que ocorria em época festiva de Copa do Mundo.

O Conselho de Turismo da Fecomércio Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2018) do Estado de São Paulo estimou que o setor de turismo na capital paulista acarretou perda de R\$ 104 milhões no faturamento com a paralisação dos caminhoneiros. A estimativa foi baseada nos dados da PCSS Pesquisa Conjuntural do Setor de Serviços da associação, com a análise do Grupo 13, que envolveu as atividades de hotelaria, agências de turismo, excursões, planejamento e organização de feiras, festas e congressos.

Um levantamento realizado com associadas ao SINFRET (2018) Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros por Fretamento do Estado de São Paulo, que representa as empresas do setor na região do ABC Paulista, mostrou os impactos da greve dos caminhoneiros nessas empresas. Entre os prejuízos constatados, o levantamento registrou empresas que tiveram 40% das viagens canceladas pelos clientes, que não possuíam matéria-prima ou demais componentes fabris para que seus funcionários continuassem trabalhando.

No que diz respeito ao abastecimento, outras empresas do setor tiveram prejuízo de quase 20% comprando diesel diretamente nos postos, ou seja, pagando o preço da bomba. Em semana de feriado prolongado, também houve casos de empresas que registraram 30% das viagens de turismo canceladas. Para algumas empresas do setor, os impactos da greve dos caminhoneiros acarretaram prejuízo de mais de 25% no mês em relação ao faturamento dessas viagens eventuais. Neste processo, a resiliência organizacional surge como um fator significativo para o sucesso e sustentação da mudança pretendida. SINFRET (2018, s/p).

O objetivo deste estudo é apresentar os impactos do movimento dos caminhoneiros mediante a greve e as consequências na dimensão do turismo. Apurando o cenário histórico e aspectos relevantes a paralisação; além de analisar o setor do turismo e quais foram as alternativas imediatas propostas para sanar os imprevistos.

A Pesquisa foi realizada bibliográfica e eletronicamente, em capítulos de livros, sites institucionais e governamentais, artigos encontrados em sistemas de indexação, pesquisa e disponibilização gratuita de produção científica, particularmente o Spell e Capes, com palavras-chave: Resiliência, Turismo, Resiliência Organizacional, Profissional, Planejamento, Econômico, Social, Cultural, Negócios, Trabalho, Combustíveis, Caminhoneiros, Greve, Impactos, Hotelaria, Alimentos e Bebidas, Transporte. Foram utilizados, também, matérias jornalísticas eletrônicas do período que antecedeu a greve, durante e após seu término, dos jornais G1, O Globo, Valor, EIPais, Hotel News, BBC News, Catraca Livre e HotelierNews, e estes, pesquisados no período que compreende ao mês de Novembro de 2018.

O Estudo está estruturado por breve discussão sobre Resiliência organizacional nos equipamentos e suporte ao turismo; A greve; Análise dos impactos causados pela greve nos equipamentos turísticos; O transporte na cadeia de suprimentos no Brasil; seguido de sucinta conclusão sobre a discussão iniciada.

Resiliência organizacional nos equipamentos e suporte ao turismo

Em uma reportagem na plataforma PANROTAS (2018), a diretora da WTM Latin America, Luciane Leite, afirma que os seis primeiros meses do ano foram marcados por dois fatores, sendo um já aguardado, a Copa do Mundo, e um imprevisto, a greve dos caminhoneiros.

Segundo LEITE (2018):

“A proximidade com que os eventos se desenrolaram gerou um efeito cascata por todo o país. Durante os dias de greve, o setor de Turismo vivenciou uma série de reveses. A aviação, por exemplo, perdeu milhões em voos cancelados devido ao desabastecimento dos combustíveis. Os hotéis viram suas ocupações e reservas de hospedagem caírem abruptamente, o cancelamento dos eventos corporativos também impactou negativamente o âmbito turístico afetando a cadeia como um todo”. (LEITE,2018, s/p)

De acordo com a reportagem os hotéis tiveram reservas de hospedagem canceladas, os eventos corporativos também tiveram impactos negativos e em todo âmbito turístico. Em momento de copa do mundo a queda da produtividade contribuiu para com uma estagnação em que afastou viajantes de suas viagens internacionais. porém, os impactos em viagens internas e de pouca duração foram menores.

“Um levantamento da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) registrou a retomada do mercado após queda de quase 30% na ocupação nacional. Já nas viagens aéreas, houve companhia aérea que disponibilizou mais de 1,6 mil voos extras para a temporada de 1 a 31 de julho, com concentração maior das operações adicionais partindo de São Paulo, Salvador, Recife, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Fortaleza”. LEITE (2018, s/p)

Apesar do ocorrido, LEITE (2018) diz que os serviços de turismo está mais cauteloso mas os profissionais que atuam neste segmento tem muitas possibilidades de gerar riqueza, renda e emprego, e cabe a resiliência para inovar e construir relações e oportunidades que trarão ao mercado de Turismo ainda mais maturidade e crescimento.

A resiliência, quando aprofundada nos termos de organizações apresenta que pessoas tendem a serem resilientes quando estão diante de estresse ou adversidades em seu desempenho profissional e que esse comportamento resiliente pode ser melhor desenvolvido em possíveis situações semelhantes.

“Resiliência é um comportamento diante de adversidades e não uma característica permanente de personalidade, isto é, não se é resiliente como características geral, mas existe o potencial de ter comportamentos adequados diante de diferentes vulnerabilidades”. SOBRARE (2018). Assim, no turismo veremos suas atuações e flexibilidades organizacionais no momento da Greve dos Caminhoneiros no Brasil e como isso afetou os serviços de turísticos.

Baseando-se no conceito de resiliência já apresentado neste documento, tendo em consideração os empreendimentos e organizações inteiramente ligada a situações inesperadas submetido a processos de adaptação, é resiliente aquele que consegue enfrentar situações adversas, por exemplo, quando gera inovação tecnológica, gerando capacidade de superação por meio de novos modelos bem sucedidos.

A resiliência organizacional é necessária, e a Inovação Radical é um dos conceitos relevantes nesta discussão, que tem como objetivo principal o redesenho tecnológico:

“Inovação radical em tecnologia, já traz a idéia de ruptura e adaptação positiva do grupo organizacional em um novo patamar de complexidade, após o redesenho das formas de trabalho, do modelo de negócios, dos produtos e/ou serviços que acompanham a inovação radical em tecnologia.”. (VASCONCELOS, 2017, p. 164)

A estabilidade da organização impõe inovação que facilmente se adapte a mudanças imprevisíveis. Neste caso, se tratando do rompimento causado por crises econômicas ou política, como exemplo, a greve dos caminhoneiros. Assim, as capacidades dessa inovação depende da empresa, pois uma empresa que inova, aprimorar suas competências frequentemente, sendo elas internas ou externas, será de grande importância para as ocorrências futuras.

A Greve

A greve dos caminhoneiros iniciou no dia 21 de maio de 2018, e durante 10 dias interrompeu rodovias em pelo menos 24 estados, impactando o país com a falta de insumos por conta da logística de transporte terrestre.

Uma das principais reivindicações era a diminuição do preço do combustível, inclusive com a diminuição de impostos sobre estes, já que desde 2016, a Petrobras tem o aumento do dólar e do petróleo internacional como base para a sua política de preços e em 2017, seu site institucional, a estatal declarou a decisão de que os ajustes nos preços dos combustíveis, de mensais, ocorreriam a qualquer momento, inclusive diariamente, dentro de uma faixa determinada, de redução de 7% a alta de 7%, com objetivo de gerar receita e recuperar competitividade no mercado. Outra exigência seria a fixação de uma tabela mínima para os valores de fretes, pois de 2001 a 20016, a frota de caminhões cresceu 84%, e todo esse excesso, somado a redução de circulação de cargas, derrubou o preços dos fretes.

No dia 14 de Maio, a Associação Brasileira de Caminhoneiros (Abcam) protocolou ofício ao presidente, Michel Temer, onde exigia a baixa do preço dos combustíveis, com prazo para negociações até dia 20 de maio, caso contrário, a categoria entraria em greve em nível nacional.

A BBC News (2018) dedicou matéria à greve e as ações do poder público empreendidas para resolver o conflito, e por ela tomaremos base para descrever cronologicamente.

No dia 21 de maio a greve se iniciou com a adesão de 17 estados, e no dia seguinte, 24 estados. Ainda segundo o jornal, no dia 23, a Petrobras anuncia a redução de 10% do preço do diesel nas refinarias por 15 dias, congelando os preços nesse período.

No dia seguinte, “os efeitos (...) incluem redução de frotas de ônibus, falta de combustíveis e disparada de preços em postos de gasolina, cancelamento de aulas em universidades, voos ameaçados por falta de combustível, prateleiras vazias em supermercados e centros de abastecimento e a interrupção da produção em fábricas” BBC NEWS (2018). Nesse momento, o discurso anticorrupção entra cena, inclusive com apoio à “intervenção militar” . Logo em seguida, o governo federal anuncia acordo com representantes da categoria para a suspensão da greve, se comprometendo a atender 12 das reivindicações. Porém, muitos caminhoneiros não reconhecem esse acordo e a greve continua.

Nesse momento a Polícia Federal anuncia o início de investigações sobre a suspeita de que empresas do setor estariam influenciando ou apoiando a paralisação, uma prática proibida na legislação brasileira. Ocorre o reforço à Polícia Rodoviária Federal na liberação

de estradas com a Força Nacional e, no dia 25, o, Michel Temer, anuncia a publicação de decreto dando poder de polícia às forças armadas até o dia 04 de Junho, denominado operação GLO (de Garantia da Lei e da Ordem), a missão seria garantir a distribuição de combustíveis nos pontos críticos, escoltar comboios, proteger infraestruturas e desobstruir vias próximas às refinarias, inclusive o Governo poderia “requisitar” temporariamente os caminhões parados. À noite, o Supremo Tribunal Federal (STF) deu aval para a remoção de manifestantes, assim como a aplicação de multas para os que bloqueassem ou manifestassem nas vias e para entidades organizadoras do movimento.

No sábado do dia 26, segundo o governo, a situação começa a se normalizar, com a desobstrução de vias e reabastecimento em aeroportos acontecendo, mas ainda sem prazo para o abastecimento voltar ao normal. Dia 27, a ABCAM assina acordo com o Governo Federal, e, afirmando que foram atendidos em diversas reivindicações, pede para que a categoria volte ao trabalho. Porém, a paralisação continua.

No dia 29, a greve perde força, segundo a PRF, o número de protestos aumentou, porém o de caminhões parados havia diminuído, e o abastecimento nos postos de combustíveis e aeroportos começava a se normalizar. Nesse momento, Procons e Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) registraram queixas em pelo menos 22 estados e no Distrito Federal, sobre reajustes “abusivos” de estabelecimento diante da escassez, levando os órgãos de defesa do consumidor intensificaram fiscalizações, aplicar multas e até interditar estabelecimentos.

No dia 30 de Novembro, praticamente todos os pontos de concentração de caminhoneiros já haviam sido eliminados pela PRF e Forças armadas, assim como a normalização de abastecimento em postos de combustíveis, porém em algumas áreas ainda a necessidade de escolta ou de decisões judiciais, havendo casos de grandes filas para abastecer, incerteza sobre estoque, assim como contingenciamento por parte das distribuidoras.

Análise dos impactos causados pela greve nos equipamentos turísticos

Hotelaria

Segundo Amazonas e Abreu (2018), no dia 29 de maio de 2018, o presidente Michel Temer afirmou que o governo já se utilizou de todos os recursos para atender às demandas reivindicadas na greve dos caminhoneiros, classe que já está estava em protesto pelo 10º dia consecutivo. Em entrevista ao programa Cenário Econômico, da TV Brasil, Temer reforçou que acredita no fim das paralisações até o fim do dia 30 de maio, segundo dados

divulgados pela Agência Brasil. Apesar do cenário ainda caótico que afetou diversos setores da indústria no Brasil todo, a situação aparentou se normalizar aos poucos.

De acordo com Alexandre Sampaio (2018) - presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) - e do conselho da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o quadro estava dramático. De acordo com ele, nos destinos próximos a capitais, que são acessíveis por veículos terrestres, os cancelamentos oscilaram entre 10% e 20%.

“Tivemos muitos registros de cancelamentos na véspera do feriado, principalmente em Gramado (RS), na região Serrana do Rio de Janeiro (RJ), em Campos do Jordão (SP) e em outros lugares de destinação próximos à capital paulista. O mesmo se deu em relação ao litoral paranaense e em alguns locais próximos a Salvador (BA), e em roteiros de águas termais, em Minas Gerais”.

Entretanto, mesmo cidades maiores, como é o caso da capital fluminense, tiveram uma média de 15% de desistência. “Muitos turistas ficaram com medo de chegarem ao local e não conseguirem alugar um carro”, de acordo com Alexandre Sampaio.

No caso dos resorts, Alberto Cestrone, presidente da Associação Brasileira de Resorts (ABR), reforçou que o Nordeste sofreu menos com os impactos, enquanto as regiões Sul e Sudeste tiveram mais problemas. Apesar do alarmismo, segundo ele, o segmento não foi tão afetado pelo transporte aéreo. “No início, as notícias criaram um pouco de dúvidas, mas no final isto não gerou muitos problemas”, ressalta.

Orlando de Souza (2018), presidente executivo do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB), apontou três problemas causados pela greve. “Foi necessário criar planos de contingência em relação aos funcionários, entre hotéis de uma mesma rede para suprir uma eventual falta de produtos, e também aos cancelamentos de reservas”. Segundo o executivo, houve relatos de empreendimentos que solicitaram a colaboradores que pernoveram no hotel para garantir mão de obra suficiente para suprir os serviços, como arrumação dos quartos e café da manhã.

Os hotéis de Porto de Galinhas, em Pernambuco, segundo a revista Hotel News, em geral não foram afetados pelos cancelamentos. Porém, tiveram que gastar mais com a energia. De acordo com Brenda Silveira, diretora executiva do Convention & Visitors Bureau de Porto de Galinhas, os empreendimentos do destino têm um acordo com a Companhia Energética de Pernambuco e utilizam geradores em horários de picos para diminuir os gastos – para ambos. “Com a falta de diesel foi necessário utilizar apenas energia elétrica e isso irá impactar na conta no próximo mês. Estamos tentando encontrar uma forma de diminuir esse valor”, afirmou Brenda. Os empreendimentos também foram impactados com o abastecimento de alguns produtos, principalmente alimentos, além de terem que fornecer meios para os funcionários chegarem ao trabalho.

A&B - Alimentos e Bebidas

Segundo Villas (2018), após os três dias de greve, o abastecimento de alimentos na maior capital do país sofreu seus primeiros impactos. Em São Paulo, na Ceagesp (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo), maior entreposto de frutas, verduras e legumes do Brasil, houve queda na entrada de produtos de outros Estados, com consequente aumento dos preços.

Segundo Flávio Godas, economista do Centro de Abastecimento, os atacadistas chegaram a antecipar as entregas de segunda feira para domingo, já cientes da possível paralisação dos caminhoneiros. Entre as principais altas diárias foram: a do mamão (18,4%), do melão (10,4%) e da manga (2,7%). No caso do mamão formosa, os preços já vinham em alta devido a problemas climáticos e queda da oferta no Rio Grande do Norte e Espírito Santo.

Outro produto fortemente impactado em disponibilidade e preço foi a batata, cuja oferta está atualmente concentrada em Minas Gerais e do Paraná. O produto apresentou preço médio de R\$3,03 o quilo na Ceagesp no dia 23 de maio de 2018, valorização de 33,4%.

Segundo o mesmo jornal, mesmo com o impacto da paralisação dos caminhoneiros sobre o abastecimento de produtos in natura, as vendas de super e hipermercados cresceram 0,6% de abril para maio de 2018.

O bloqueio de estradas por motoristas do transporte de cargas teve início em 21 de maio e durou 11 dias. No período da mobilização, o abastecimento de produtos hortifrutigranjeiros em supermercados foi um dos mais afetados, por serem perecíveis, como frutas e legumes. Isso chegou a provocar aumento de preços desses produtos no comércio, como sinalizou o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Segundo Isabella Nunes (2018) - gerente da Coordenação de Serviços e Comércio do IBGE - os consumidores provavelmente substituíram esses produtos in natura nos supermercados por alimentos industrializados, menos impactados pela crise de desabastecimento, compensando a receita dos estabelecimentos comerciais. Segundo Isabella, “Os estoques de industrializados são refeitos de 15 em 15 dias.

Isabella lembra ainda que os supermercados vendem itens de primeira necessidade. Portanto, mesmo com a dificuldade de circulação das pessoas por causa da escassez de combustíveis nas cidades, o deslocamento para compras de alimentos foi priorizado. “Famílias também compraram mais, para guardar produtos durante a greve, o que pode ter ajudado”, disse ela.

Isso não significa, porém, que as vendas de hiper e supermercados não tenham sido influenciadas em nada pelas manifestações. O ritmo de vendas do setor perde fôlego em

relação a abril, quando havia crescido 2% em comparação a fevereiro. “Todos os setores perderam fôlego em maio”, disse Isabella.

Transportes

Segundo o site G1 Globo, no segundo dia de paralisação dos caminhoneiros, que protestavam contra a alta dos preços do óleo diesel, o movimento teve a adesão de mais profissionais e o número de interdições somente em rodovias federais chegou a 275 pontos segundo dados da Polícia Rodoviária Federal (PRF). De acordo com a Associação Brasileira dos Caminhoneiros (Abcam) a adesão ao protesto subiu de 200 mil para mais de 300 mil profissionais. O aumento das adesões e dos pontos de interdição afetou o abastecimento e o funcionamento do setor de alimentos, transportes e das empresas.

Em seu quarto dia, a greve dos caminhoneiros afetou o transporte público de diversas cidades do Brasil. Por causa da dificuldade no abastecimento de combustível, as empresas reduziram o número de ônibus em circulação. Os impactos da greve foram sentidos em outros setores econômicos. Além da falta de gasolina, há relatos de desabastecimento de alimentos, especialmente de produtos como frutas, verduras e legumes. Desde segunda-feira, 21 de maio de 2018, caminhoneiros bloquearam as principais estradas do país em protesto contra o aumento nos preços dos combustíveis e pediam ao governo a redução de impostos.

Prejudicada pela greve dos caminhoneiros, a economia brasileira sofreu uma contração de 3,34% em maio, mostrou o Índice de Atividade Econômica do Banco Central (IBC-Br), considerado uma "prévia" do resultado do Produto Interno Bruto (PIB). Outros indicadores de maio já haviam apontado a dimensão do estrago. O desempenho dos serviços mostrou um dos principais danos na economia causados pela greve. O setor, que tem peso importante no PIB, caiu 3,8% no mês da paralisação. Economistas e o próprio governo já esperavam menor crescimento no ano e retomada mais difícil.

“As vendas do comércio varejista brasileiro caíram 0,6% em maio na comparação com abril. Foi a primeira queda registrada neste ano. Todas as atividades do comércio tiveram perdas em maio, à exceção de hipermercados e supermercados. O desempenho de maio praticamente anulou o avanço de 0,7% observado em abril”, segundo publicado no site (G1, 13 de Jul. de 2018)

No Recife, em horário de pico, das 5h às 8h, a circulação dos ônibus foi reduzida de 10% a 30%, segundo o órgão gestor, a Grande Recife Consórcio de Transporte. O consórcio autorizou as empresas a reduzir a circulação de metade dos veículos fora do horário de pico, 8h às 17h, para economizar combustível, e garantir a volta dos trabalhadores para casa ao final do expediente. “Essas medidas contingenciais são uma

tentativa de prolongar o serviço de transporte público o máximo possível, até a solução definitiva por parte do governo federal”, informou o consórcio, em nota.

O sistema de transporte no estado do Rio de Janeiro operava com 67% do total da frota, informou a Fetranspor (Federação das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro). No total, 7.590 coletivos deixaram de circular. Por isso, os intervalos de tempo entre as viagens eram maiores. Na capital, o BRT estava funcionando com 50% da frota. Todas as estações da avenida Cesário de Melo, nos corredores Transoeste e Transcarioca, trecho entre Madureira e Fundão, estavam fechadas.

O transporte na cadeia de suprimentos no Brasil

Segundo Ballou (2006), o transporte é o elemento mais importante dentro da cadeia de suprimentos, podendo absorver dois terços dos custos logísticos totais, e entre os custos relevantes, figuram itens como combustível, salários, manutenção, depreciação do equipamento e custos administrativos, o que leva muitas empresas optarem pelo fretamento deste serviço. Os transportes no contexto brasileiro giram em torno de cinco modais básicos: hidroviário, ferroviário, rodoviário, aeroviário e dutoviário. O transporte rodoviário é o mais utilizado para transporte de cargas, chegando a custar sete vezes mais caro que o ferroviário, e este, cerca de quatro vezes a mais que o transporte aquático ou via dutos.

Em comparação aos outros modais, o transporte rodoviário tem vantagens no que se refere à sua flexibilidade e facilidade de acesso aos pontos de embarque e desembarque de cargas e de passageiros, *door to door*¹, sendo também o mais apropriado para transportar produtos de maior valor agregado ou perecíveis, em pequenas ou médias distâncias. Especialmente para esses casos, é mais frequente e confiável, além de possibilitar a manipulação de lotes de mercadorias de tamanhos variáveis.

A expansão rodoviária nacional se iniciou em 1944, com o Plano Rodoviário Nacional (BNDES, 1999), se expandindo rapidamente, principalmente porque, em relação à malha ferroviária, os custos de implantação por quilômetro e tempo de construção de estradas é menor, e essa expansão abriu o caminho para o surgimento de várias empresas transportadoras e profissionais autônomos, com caminhões próprios (OLIVEIRA,2004). Porém, o setor de transportes como um todo vem enfrentando grandes problemas devido à falta de planejamento e de investimentos em infra-estrutura que estabeleçam estrutura logística, para o desenvolvimento e otimizando os vários modais, de forma a reduzir os custos.

Ainda segundo Oliveira (2004), a dependência excessiva do transporte rodoviário poderia ser amenizada com o desenvolvimento e utilização dos outros modais de transporte,

desafogando o gargalo do transporte rodoviário, reduzindo sensivelmente a maioria dos problemas causados pelo mesmo, como as más condições do asfalto, que, dependendo do estado da pista, pode haver uma aumento no consumo de combustível de até 50%, dobrando-se o tempo do percurso, além do aumento do número de acidentes. Devido ao avanço tecnológico, a integração de modais diferentes se tornaria possível e efetiva dentro de uma mesma operação logística de transporte, tanto de mercadorias quanto de pessoas.

Considerações finais

Reflete-se que com esse trabalho, que a greve dos caminhheiros evidenciou a enorme dependência do país ao transporte rodoviário para abastecimento de insumos e combustíveis, importantíssimos para as atividades do setor de serviços, e conseqüentemente o turismo.

Os serviços do setor de turismo sofreram impactos que ocorreram por conta do grande evento inesperado e essas áreas tiveram que, de imediato recorrer a resiliência ou fechar as portas de seus estabelecimentos, assim acredita-se que com essa pesquisa fica mais visível a importância da resiliência organizacional nos empreendimentos de turísticos e em todo quadro profissional da área, para que assim possam lidar com eficácias em momentos semelhantes a esse descrito.

A dinâmica da resiliência é capaz de colaborar com os processos de comunicação e organização das firmas no setor de turismo, por intermédio da tecnologia e a interação no trabalho coletivo, cujo resultados está totalmente ligado a flexibilidade que a organização tem de se adaptar e reinventar seus processos, recursos e serviços.

Referências bibliográficas e eletrônicas

- BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos / Logística Empresarial. Porto Alegre: Bookman. 2006 (Cap. 6)
- VASCONCELOS, Isabella Francisca. Resiliência organizacional e teoria da ação comunicativa: Uma proposta de uma agenda de pesquisa; Revista de Administração da UNIMEP. v.15, n.4, Setembro/Dezembro de 2017.
- OLIVEIRA, Simone de. Sistema de Transportes no Brasil - O Multimodalismo como Opção Logística. Orientador: MARTINS, Eduardo F. Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho, Monografia (MBA Portos e Logística - PósGraduação Lato Sensu).2004.
- BENI, Mário Carlos. Política e planejamento de turismo no Brasil. São Paulo: Aleph, 2006.
- LANZARINI, R. & BARRETTO, M. "Políticas públicas no Brasil para um turismo responsável". Turismo: Visão e Ação, 2014.

- BBC – Greve dos caminhoneiros: a cronologia dos 10 dias que pararam o Brasil. 30 de Maio de 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44302137>> Acesso em: Nov. de 2018
- BNDES. Concessões Rodoviárias no Brasil. Informe Infra-Estrutura, Rio de Janeiro, Jan de 1999. Disponível em <http://www.bndes.gov.br>. Acesso em: Nov. de 2018.
- BSIGROUP – Resiliência Organizacional [s.d.]. Disponível em: <<https://www.bsigroup.com/pt-BR/Nossos-servicos/Resiliencia-Organizacional/>> Acesso em: Nov. de 2018
- CATRACA LIVRE – Os impactos da greve dos caminhoneiros no transporte das cidades. 24 de Maio de 2018. Disponível em:<<https://catracalivre.com.br/cidadania/greve-caminhoneiros-transporte-cidades/>> Acesso em: Nov. de 2018
- ECONOMICS – Designing Resilient, Sustainable Systems. C2003 Disponível em: <http://www.eco-nomics.com/images/Designing_Resilient_Sustainable_Systems.pdf> Acesso em: Nov.de 2018
- ELPAIS – Greve dos caminhoneiros: como se formou o nó que levou à paralisação. 26 de Maio de 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/24/economia/1527177800_693499.html> Acesso em: Nov. de 2018
- G1 – Greve dos caminhoneiros provoca estragos na economia e deve dificultar retomada. 13 de Jul de 2018.Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/greve-dos-caminhoneiros-provoca-estragos-na-economia-e-deve-dificultar-retomada.ghtml>> Acesso em: Nov. de 2018
- HOTELIERNEWS – Impacto da paralisação dos caminhoneiros deve ser de R\$ 104 milhões no turismo de São Paulo. 30 de Maio de 2018. Disponível em: <<https://hoteliernews.com.br/noticias/impacto-da-paralisacao-dos-caminhoneiros-deve-ser-de-r-104-milhoes-no-turismo-de-sao-paulo-80056>> Acesso em: Nov. de 2018
- O GLOBO – Greve dos caminhoneiros já afeta setor de transportes, alimentação e fábricas. 22 de Maio de 2018. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/economia/greve-dos-caminhoneiros-ja-afeta-setor-de-transportes-alimentacao-fabricas-22707028> >. Acesso em : Nov. de 2018
- REVISTA HOTELNEWS – Quais foram os reais impactos da greve dos caminhoneiros na hotelaria?. 30 de Maio de 2018. Disponível em: <http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?id_noticia=7906>. Acesso em: Nov. de 2018.
- SEGS – Impactos da greve dos caminhoneiros. 04 de Jun de 2018 Disponível em: <<https://www.segs.com.br/veiculos/118938-impactos-da-greve-dos-caminhoneiros>> Acesso em: Nov. de 2018.
- SOBRARE – Desenvolvimento uma cultura resiliente nas organizações. C2015. Disponível em: <<http://sobrare.com.br/wp-content/uploads/2015/11/ebook-desenvolvendo-uma-cultura-resiliente-nas-organizacoes.pdf>> Acesso em: Nov. de 2018.
- VALOR – Greve de caminhoneiros afeta empresas e abastecimento de combustível. 23 de Maio de 2018. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5543695/greve-de-caminhoneiros-afeta-empresas-e-abastecimento-de-combustivel>> Acesso em: Nov. de 2018.
- VALOR – Greve dos caminhoneiros teve impacto disseminado no varejo. 12 de Jul de 2018.Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5654435/greve-dos->

caminhoneiros-teve-impacto-disseminado-no-varejo-nota-ibge> Acesso em: Nov. de 2018.

PETROBRAS – Revisão da política de preços de diesel e gasolina. 30 de Jun de 2017. Disponível em:<<http://www.petrobras.com.br/fatos-e-dados/revisao-da-politica-de-precos-de-diesel-e-gasolina.htm>> Acesso em: Jun. de 2019.

ABCAM – Ofício ABCAM N° 34/2018. 14 de Maio de 2018. Disponível em:<<http://www.abcam.org.br/images/OFICIO-ABCAM---N-34---PRESIDENTE-MICHEL-TEMER-1.pdf>> Acesso em: Jun. de 2019.

Recebido em: 30/06/2017

Aprovado em: 26/07/2019

Turismo responsável e eventos: uma análise sobre a responsabilidade no Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental (FICA) - Goiás/GO

Responsible tourism and events: an analysis on responsibility at the international Festival of Cinema and Environmental Video (FICA) - Goiás / GO

Turismo responsable y eventos: un análisis sobre la responsabilidad en el Festival Internacional de Cinema y Vídeo Ambiental (FICA) - Goiás / GO

Donária Coelho Duarte¹²
Kezya Silva Coelho Lima¹³

Resumo: Diante das discussões sobre responsabilidade e do seu papel no turismo, o presente trabalho propõe analisar de que forma as dimensões do Turismo Responsável podem contribuir para o planejamento, realização e gestão da realização de eventos. Entende-se que este trabalho contribui com a área de turismo devido a escassa literatura que aborde os eventos numa perspectiva da responsabilidade. Para essa análise é tomado como objeto de estudo o XVIII Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental (FICA) que acontece no município de Goiás/GO. A pesquisa caracteriza-se como qualitativa e exploratória, utilizando-se de levantamento bibliográfico e documental, observação e entrevistas aplicadas aos visitantes/participantes e gestores do Evento. Foi possível constatar que o FICA realiza algumas ações voltadas para a responsabilidade, entre elas destaca-se a busca pelo envolvimento da comunidade local, mas não pode ser considerado um Evento totalmente responsável. Constatou-se que o mesmo não aplica as três dimensões da responsabilidade e utiliza-se do termo apenas como forma de divulgação.

Palavras chave: Turismo. Eventos. Turismo Responsável. Sustentabilidade.

Resumen: Ante las discusiones sobre responsabilidad y su papel en el turismo, el presente trabajo se propone analizar cómo las dimensiones del Turismo Responsable pueden contribuir a la planificación, realización y gestión de la realización de eventos. Se entiende que este trabajo contribuye con el área de turismo debido a la escasa literatura que aborde los eventos desde una perspectiva de la responsabilidad. Para este análisis se toma como objeto de estudio el XVIII Festival Internacional de Cine y Vídeo Ambiental (FICA) que se realiza en el municipio de Goiás/GO. La investigación se caracteriza como cualitativa y exploratoria, utilizando el levantamiento bibliográfico y documental, observación y entrevistas aplicadas a los visitantes/participantes y gestores del Evento. Es posible constatar que el FICA realiza algunas acciones dirigidas a la responsabilidad, entre ellas se destaca la búsqueda por la participación de la comunidad local, pero no puede ser considerado un Evento totalmente responsable. Se constató que el mismo no aplica las tres dimensiones de la responsabilidad y se utiliza del término sólo como forma de divulgación.

Palabras clave: Turismo. Eventos. Turismo Responsable. Sostenibilidad.

¹² Professora Adjunta da Universidade de Brasília onde leciona na graduação no Curso Gestão de Agronegócios Membro do Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade (Lets/UnB) e do Grupo de Pesquisa Produção, Consumo, Turismo e Sustentabilidade. Coordena o Núcleo de Estudos sobre Turismo Responsável, Acessível e Sênior (Netras - All). **E-mail:** <http://orcid.org/0000-0001-7673-0227> **Orcid:** <http://orcid.org/0000-0001-7673-0227>

¹³ Mestre em Turismo (CET/UnB), Especialista em Gestão de Empreendimentos Turísticos e Eventos (2014). Atua na área de eventos em empresa privada e como consultora para realização de eventos principalmente com foco em sustentabilidade. **E-mail:** kezya.c.lima@gmail.com **Orcid:** <http://orcid.org/0000-0003-3775-3893>

Abstract: In the face of discussions about responsibility and yours role of tourism, this paper proposes to analyze how the dimensions of Responsible Tourism can contribute to the planning, realization and management of events. It is understood that this work contributes to the tourism are due to the lack of literature that addresses the events from a responsibility perspective. For this analysis is taken as object of study the XVIII International Festival of Environmental Film and Video (FICA) that happens in the city of Goiás/GO. The research is characterized as qualitative and exploratory, using the bibliographic and documentary survey, observation and interviews applied to the visitors/participants and managers of the Event. It was possible to verify that the FICA performs some actions directed to the responsibility, among them the search for the involvement of the local community, but it can't be considered a totally responsible Event. I was found that it doesn't apply to the three dimensions of responsibility and uses the term only as a form of disclosure.

Keywords: Tourism. Events. Responsible Tourism. Sustainability.

Introdução

Diante das possibilidades de esgotamento de recursos naturais, tratar da sustentabilidade tornou-se uma necessidade. Nesse sentido, diversos segmentos do mercado incluíram em sua pauta de discussões este assunto buscando ações que possam minimizar o impacto causado por sua atuação.

É necessário compreender que a sustentabilidade não se refere apenas ao aspecto de preservação e conservação ambiental. Ela considera e deve abarcar os aspectos socioculturais e econômicos para que de fato seja efetiva. Essa compreensão configura-se como um desafio para os diversos setores envolvidos no desenvolvimento da atividade e do fenômeno que é o Turismo.

Por razões como essas, os Eventos começaram a ser valorizados dentro do contexto do Turismo Nacional tendo sido mencionados como segmento pelo Ministério do Turismo (Turismo de Negócios e Eventos). Além disso, a busca por eventos internacionais para o calendário nacional como a Jornada Mundial da Juventude em 2013 e a Copa do Mundo em 2014 evidenciaram a importância do segmento para o desenvolvimento da atividade turística no país.

Diante de um cenário de crescentes discussões sobre sustentabilidade, a responsabilidade em Turismo e a realização de eventos, torna-se necessário discussões que conduzam a uma atuação prática. Tal abordagem consiste em aplicar conceitos de responsabilidade ao planejamento e execução de Eventos, aferindo a efetividade de ações. Assim, trata-se de não apenas indicar ações possíveis e já realizadas, mas sim diz respeito a busca de aferir a sua efetividade. Neste sentido, entende-se que este trabalho contribui com a área de turismo devido a escassa literatura que aborde os Eventos numa perspectiva da responsabilidade.

Sob este aspecto, ressalta-se que a responsabilidade não pode se tornar uma utopia e algo inalcançável por parte dos produtores e organizadores de Eventos. É necessário apontar maneiras práticas possíveis, com o propósito de cada vez mais migrar as teorias do campo teórico para uma prática consciente e que gere resultado. Desse modo é possível aprimorar os mecanismos adotados, repetindo assim as boas práticas e realizando os ajustes necessários para tornar o objetivo concreto.

Neste sentido, o objetivo deste artigo é analisar até que ponto o XVIII Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental (FICA) apresenta prática de responsabilidade a partir da percepção de seus visitantes/participantes e gestores. O FICA é um festival de cinema que acontece na Cidade de Goiás há 18 anos. Desse modo, a edição do evento que é analisada é sua décima oitava edição que aconteceu no ano de 2016. A cidade de Goiás é uma cidade do interior do Estado de Goiás que é conhecida por ser Patrimônio Cultural Mundial, reconhecida assim pela Unesco no ano de 2001 (Bottallo, 2014).

Considerando FICA como um festival de cinema internacional, acredita-se que este Evento também possa ter práticas de responsabilidade. Além disso, a cidade onde ele ocorre é considerada Patrimônio Cultural Mundial, o que eleva a preocupação com sua preservação e torna as práticas responsáveis indispensáveis nas ações de planejamento de qualquer atividade que venha ocorrer na cidade. Realizando a análise do Evento na perspectiva da responsabilidade, é possível auxiliar na elaboração e condução de futuras ações responsáveis para o mesmo.

O turismo responsável e o turismo de eventos

Numa sociedade em que a produção e o consumo são realizados pensando apenas nos interesses individuais, não se preocupando com o bem comum e considerando que nossos recursos são finitos, é natural que surjam problemas decorrentes desse modelo de produção e consumo (Hardin, 1968).

O crescimento do Turismo tem levantado diversas questões sobre a sua sustentabilidade. É importante reconhecer o impacto ambiental gerado por ele e a limitada importância dada ao desenvolvimento de comunidades locais a partir do turismo (Cape Town, 2002).

Sob este aspecto, Ramoa, Flores e Stecker (2018) enfatizam que o tema da sustentabilidade é amplo e causa muita discussão, inclusive na indústria do turismo. Os autores consideram que vários setores da economia exigem estratégias que, além do lucro, focam também aspectos socioculturais e ambientais, visando alcançar crescimento e

desenvolvimento sustentável para atender aos desejos das gerações atuais e futuras com uma melhor qualidade de vida.

Nesse contexto, o Turismo Responsável (TR) surge como alternativa e, porque não, ampliação do discurso sobre a sustentabilidade. Busca encontrar formas práticas para esse fim. Para abordar o TR deve-se, em primeiro lugar, fazer uma reflexão sobre o que de fato é essa responsabilidade. Questionar até que ponto se tem pensado na responsabilidade das ações tomadas para o desenvolvimento do turismo é um dos primeiros questionamentos que vem a mente quando deparamos com a terminologia TR.

Leslie (2012) destaca que se utilizamos o termo responsável, isso implica em 'responsável por' e deve ser aplicado nas consequências do Turismo. A responsabilidade é facilmente aplicada em diversas áreas e não somente no turismo e a utilização dela leva a pensar que isso se deve justamente a observação de atitudes não responsáveis no turismo (Leslie, 2012).

Desse modo, infere-se que é sobre essas consequências que se refere essa responsabilidade. Sendo essas consequências provenientes da atividade turística, tal responsabilidade não se limita a um ou outro segmento específico do Turismo, mas tudo e todos que estão envolvidos no processo da atividade e no fenômeno que é o Turismo.

Na 6ª Conferência Internacional de Turismo Responsável nos Destinos que ocorreu em 2012, Goodwin reforçou as principais características do Turismo Responsável, características que também foram consideradas na Declaração de Cape Town. São elas:

(1) minimiza impactos econômicos, ambientais e sociais negativos, (2) gera maiores benefícios econômicos para população local e melhora o bem-estar das comunidades de acolhimento, melhora as condições de trabalho e acesso à indústria, (3) envolve a população local nas decisões que afetam suas vidas e oportunidades de vida, (4) faz contribuições positivas para a conservação do patrimônio natural e cultural, para a manutenção da diversidade (5) proporciona experiências mais agradáveis para os turistas através de conexões mais significativas com as pessoas locais, e promove uma maior compreensão das questões culturais, sociais e ambientais da localidade, (6) fornece acesso para as pessoas portadoras de deficiência; (7) é culturalmente sensível, gera respeito entre turistas e anfitriões, e constrói o orgulho local e confiança. (Goodwin, 2012, p. 399-400, tradução nossa).

Enfatiza-se, portanto, que o TR não se propõe como um segmento ou tipo de Turismo, limitado a um determinado mercado. Ele se propõe como um agente de mudança, um catalizador do desenvolvimento regional através da inclusão social, valorização da cultura local e conservação e preservação do ambiente natural.

Compreendendo os Eventos como parte do Turismo, buscou-se a aplicação dos princípios do TR no setor. Leslie (2012) ressalta que a responsabilidade é um comportamento que pode ser igualmente aplicado em qualquer negócio. Desse modo, é

possível considerar as premissas da responsabilidade também no setor de Eventos inserido no Turismo.

Especificamente na dimensão cultural, Macedo, Gosling e Queiroz (2017) corroboram com a temática ressaltando a importância dos Eventos como ferramentas para a manifestação da cultura, já que eventos culturais ainda são privilégio de uma minoria na medida em que o seu acesso está relacionado ao capital financeiro e intelectual do indivíduo.

Já na vertente ambiental, Pereira e Conto (2008) consideram que um Evento turístico tem características de uma pequena empresa com operações bem definidas, na medida em que consome energia, água e outros recursos, gerando resíduos sólidos, emissão de gases e efluentes líquidos. Portanto, os Eventos possuem uma grande responsabilidade na preservação ambiental.

A fim de organizar os processos de planejamento e organização dos Eventos, Matias (2013) cita três períodos distintos de planejamento. São esses períodos: Pré-evento, Transevento, Pós-evento.

O período do Pré-evento corresponde as atividades necessárias para o planejamento do Evento que ocorrem antes da data de sua realização. Esse período compreende a concepção do evento, definição de tema e dos seus objetivos, escolha de data e local, inscrições e vendas de ingressos, realização de orçamentos, montagem da estrutura necessária e todas as atividades e tarefas necessárias de planejamento para que o Evento aconteça e seja bem sucedido.

O Transevento trata da realização do evento em si. É o dia e o momento em que ele acontece. É nesse estágio que o participante vivencia a experiência e tem contato com o que foi planejado e elaborado no pré-evento. Complementando esta etapa, Farias, Zucco e Falaster (2019) consideram que o conjunto de percepções que um indivíduo tem em relação a um evento pode ser interpretado como a imagem dele. Essa imagem só pode ser construída a partir da visita do indivíduo adicionado às associações que ele faz sobre o Evento.

O Pós-evento, por sua vez, é o momento após a realização dele. É nessa etapa que são fechados relatórios e feita avaliação do evento como um todo. Também é realizada a desmontagem do Evento, no caso da necessidade de montar uma estrutura para tal.

Infere-se, portanto, a importância da aplicação dos princípios da responsabilidade em todas as etapas de realização de um Evento, pois desse modo será possível considerar aspectos econômicos, a proteção ambiental, mas também os aspectos socioculturais, esses muitas vezes negligenciados. Entende-se que a falta de uma visão responsável em alguma das etapas para a realização de um Evento, pode comprometê-lo na sua totalidade,

prejudicando a imagem do mesmo e o seu slogan de “responsabilidade”. Assim, deve-se considerar os valores sociais da localidade e fechar o ciclo da responsabilidade nas dimensões que esse contempla.

Discutindo as questões da responsabilidade em Eventos, destaca-se que se trata de ‘tentar’, evidenciando assim o desafio para a responsabilidade no setor. Sob este aspecto, Silberberg e Dowell (2010, p. 738) afirmam:

A responsabilidade se dá pelo levantamento, controle e monitoramento dos aspectos e impactos socioambientais que envolvem o evento. A escolha dos limites e a aceitação dos resultados determinarão seu grau de responsabilidade socioambiental. Não é possível pensar em sustentabilidade quando, por exemplo, contratam-se empresas não comprometidas com o atendimento à legislação, com o pagamento de impostos, emissão de notas, registro de funcionários etc. Um evento com alto grau de responsabilidade socioambiental deve refletir sobre todos os seus impactos na cadeia produtiva, incluindo os impactos de seus fornecedores. Devem-se observar, além de seus impactos ambientais diretos, questões como a acessibilidade de deficientes físicos aos locais e seu impacto na comunidade do entorno. (Silberberg & Dowell, 2010, p. 738).

Essas mesmas autoras mencionam a responsabilidade social e a gestão ambiental como pontos de atenção dentro da organização de Eventos. Chamam a atenção para aspectos como a localização, a importância da escolha de parceiros comprometidos com a sustentabilidade e a responsabilidade social, a utilização de tecnologias limpas, o gerenciamento de resíduos sólidos e outros aspectos importantes da gestão ambiental e responsabilidade social.

Diante do exposto percebe-se que já existe uma preocupação com aspectos de responsabilidade na realização de Eventos, evidenciando assim a necessidade da criação de diretrizes e políticas que orientem essa prática.

Metodologia

Este trabalho utiliza a pesquisa qualitativa como forma de análise de dados, visto que faz o estudo de uma determinada realidade. Portanto se trata de uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa. Nesse sentido, a realidade a ser observada é a realidade do Evento escolhido para observação, explorando as possibilidades que poderão ser percebidas nele voltadas para a responsabilidade.

Enquanto técnicas de pesquisa, selecionou-se a bibliográfica, documental e a pesquisa de campo. A técnica de pesquisa bibliográfica foi utilizada com o objetivo de proporcionar familiarização com o tema e construção de um referencial teórico que pudesse delimitar melhor os objetivos. Especificamente a pesquisa documental foi utilizada no resgate de dados sobre edições passadas do Evento em análise.

Os temas centrais escolhidos para orientar a pesquisa bibliográfica foram Eventos, buscando compreender sua concepção e importância para o Turismo; e o Turismo Responsável, focando na sua importância para o desenvolvimento do Turismo de forma equitativa.

Desse modo foi possível construir um referencial teórico que pudesse conduzir as ações para a pesquisa de campo. Para aprofundar e buscar alcançar os objetivos propostos foi escolhido o XVIII FICA – Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental para análise.

O FICA foi escolhido por se tratar de um Evento que demonstra em seu próprio nome a preocupação com questões referentes a sustentabilidade. Desse modo, acredita-se e é esperado que ele busque ações práticas de responsabilidade, permitindo a pesquisa aferir se isso de fato ocorre e como ocorre, o que permite identificar as oportunidades e os desafios para a realização de Eventos responsáveis.

Para complementar os dados da pesquisa foram realizadas entrevistas com pessoas estratégicas com a finalidade de identificar a intenção da responsabilidade e a preocupação com ela na realização do Evento analisado. O objetivo foi realizar entrevistas com dois grupos distintos: os gestores do Evento e seus visitantes/participantes.

Para a entrevista com gestores foi mapeada a pesquisa com quatro pessoas tomando por base as informações dos idealizadores do Evento, conforme disponível no site oficial do mesmo.

Para a pesquisa com os participantes/visitantes do FICA, optou-se pela amostra não-probabilística acidental que, segundo Oliveira (2007), permite a seleção de entrevistados de forma assistemática e, conforme a amostra coletada, é determinado o tamanho que ela terá.

Entende-se por visitantes/participantes aqueles que fazem parte do público do FICA, no qual o objetivo foi identificar o seu reconhecimento sobre a responsabilidade no Evento. As entrevistas com esse segmento foram aplicadas ao longo do Evento e totalizaram 17 investigados.

O roteiro de entrevista direcionado aos visitantes/participantes do FICA possuía perguntas abertas. Essas tinham o objetivo de alcançar uma maior profundidade nas respostas e a obtenção de informações que não poderiam ser obtidas com a aplicação de questões fechadas. Desse modo, as respostas foram gravadas e analisadas em momento posterior a realização deste levantamento.

Uma vez de posse dos dados, a análise foi realizada de forma qualitativa objetivando identificar as oportunidades e os desafios para os Eventos Responsáveis (ER) tendo como foco de análise o FICA. Assim foi possível obter os elementos necessários para a resposta

do objetivo proposto, de forma a identificar as ações do Evento já praticadas e as que seriam possíveis voltadas para a responsabilidade.

Entrevistas com visitantes/participantes do FICA 2016

As entrevistas com os visitantes/participantes se configuraram um grande desafio visto que muitos não estavam dispostos a concedê-la. Um dos causadores desse fato foi a programação, pois assim que saíam de uma atividade, os participantes já seguiam para outra. Além disso, estavam em um momento de lazer e descontração, o que fez com que muitos não quisessem parar para atender e responder a pesquisa. No entanto, foi possível realizar 17 entrevistas, além de conversas aleatórias durante o Evento que também produziram conteúdo para análise através de anotações realizadas ao longo dos dias. Essas conversas de forma rápida foram uma estratégia para obter informações que possibilitassem a análise, mesmo que não resultassem no preenchimento formal do formulário. Desse modo, tudo isso gerou anotações que foram analisadas posteriormente.

As perguntas direcionadas para os visitantes/participantes foram as seguintes:

- 1 O sr(a) acredita que os eventos devem se preocupar com a responsabilidade sociocultural, ambiental e econômica do local onde ele ocorre?
- 2 Se o sr(a) sabe que um evento busca ser responsável nas suas práticas isso aumentaria as suas chances de participar dele?
- 3 O sr(a) percebe essa preocupação enquanto participa do FICA?
- 4 Como é possível perceber essa preocupação no FICA?
- 5 Durante o evento o sr(a) observa a valorização da cultura local da cidade?
- 6 Durante o evento o sr(a) observa a preocupação dos realizadores com a preservação do meio ambiente?
- 7 Na sua opinião o FICA representa a cidade e contribui para sua valorização?
- 8 O sr(a) considera o FICA um evento responsável socioculturalmente, economicamente e ambientalmente? Por que?

Conforme resultados apresentados nas respostas as Questões 1 e 2, é possível notar que existe uma consciência da necessidade com a realização de ER por parte do público do FICA 2016. Também percebe-se que, se o Evento utiliza essa temática e demonstra se preocupar com ações sustentáveis, isso aumenta as chances de participação no mesmo. Este fato vai ao encontro de outras pesquisas que já evidenciam essa

preocupação por parte do público comprovando também o modo como essa temática agrega valor a marca e, nesse contexto, ao Evento.

Conforme abordado ao longo desta pesquisa, há relação entre o interesse do público e a utilização de temáticas que envolvam a responsabilidade. Os resultados aqui apresentados corroboram com esse aspecto. Vale ressaltar a importância da utilização desses termos de modo efetivo e não apenas com o intuito de atrair público ou mesmo agregar valor a marca. Nesse sentido, há certa preocupação visto que, ao questionar os organizadores sobre o Evento ser responsável, eles afirmam que este não é o foco, apesar da temática ser centrada na questão ambiental. Isso foi notado pelo público que aponta ações de responsabilidade, mas acreditam que não são suficientes.

Continuando a análise, a Questão 3 mostra que a maioria dos entrevistados (13 de 17 entrevistados), percebe a preocupação que o FICA 2016 tem com a responsabilidade. Segundo os entrevistados, isso é percebido na temática do Evento, na programação, na participação da comunidade, nos banners do Evento, na infraestrutura e na valorização da cultura local. No entanto, apesar de sinalizar essas opções, muitos entrevistados foram críticos ao apontarem que a ação mais sustentável que percebiam era a distribuição de lixeiras pela cidade e entendiam que é necessário mais que isso.

Na Questão 5 os entrevistados foram questionados sobre a percepção da valorização da cultura local. 11 dos 17 entrevistados informam que sim, é possível perceber essa preocupação. Isso fica evidenciado para os participantes do Evento nos espaços de exposição, nas apresentações regionais. Também foi citada a divulgação do Bioma Cerrado que ocorreu durante várias atividades, como nas oficinas, e o fato de ele ocorrer no Centro Histórico de Goiás que por si só já divulga e valoriza a cultura da Cidade.

Apesar dos respondentes afirmarem que percebem valorização da cultura local, o Evento falha nesse aspecto. Participantes relataram que buscaram informações sobre a Cidade e sua história, no entanto não encontraram. Apesar de alguns museus estarem próximos de espaços onde eram realizadas atividades da programação, não havia divulgação desses locais. Apenas os mais curiosos descobriam os museus. Nesse sentido, infere-se que vale a utilização de informativos, ou mesmo mencionar esses locais entre as exposições dos filmes, ou ainda realizar a criação de um espaço dentro do Evento para a divulgação da história da cidade de Goiás. Nenhuma dessas ações foram identificadas no FICA.

Dando continuidade, na Questão 6 foi diagnosticada que os visitantes/participantes percebem a preocupação dos realizadores com a preservação do meio ambiente. Eles percebem isso na coleta do lixo, no entanto apontaram que ainda há muito o que ser feito e que apenas se preocupar com o lixo não torna o evento responsável.

Quando questionados sobre se o FICA representa a cidade (Questão 7), os respondentes concordam que sim. Eles afirmam que isso ocorre devido a todas as edições do Evento terem sido realizadas na Cidade de Goiás, mas não necessariamente porque o Evento representa a cidade. Com o amadurecimento do Evento em suas várias edições, começa a criar essa identidade e, tanto visitantes como os moradores, já fazem essa relação da identidade da Cidade de Goiás com o FICA.

O roteiro de entrevista foi finalizado com a Questão 8 na qual diagnosticou-se que 10 visitantes/participantes consideram o FICA como um evento responsável socioculturalmente, economicamente e ambientalmente, entretanto 7 responderam que não o consideram. A seguir o Quadro 1 apresenta o resumo das percepções dos respondentes:

Quadro 1: Análise do roteiro de entrevistado aplicado aos visitantes/participantes

Questionário visitante/participante		
Questionamento	Objetivo	Percepções e análise
O sr(a) acredita que eventos devem se preocupar com a responsabilidade sociocultural, ambiental e econômica do local onde ele ocorre?	Identificar o valor percebido pelo participante sobre responsabilidade em eventos.	De modo geral o público valoriza eventos responsáveis
Se o sr(a) sabe que o Evento busca ser responsável nas suas práticas isso aumentaria as suas chances de participar dele?	Identificar a percepção do e o valor agregado pela responsabilidade na realização de eventos	Há valorização de eventos responsáveis e isso pode influenciar na decisão do participante. No entanto caso um evento não seja responsável, isso não impede a participação
O sr(a) percebe essa preocupação enquanto participa do FICA?	Aferir a percepção do entrevistado em relação a responsabilidade no FICA	Algumas ações são percebidas, mas apontadas como insuficientes.
Como é possível perceber essa preocupação no FICA?	Verificar práticas responsáveis percebidas pelo entrevistado	A coleta de lixo é a ação mais expressiva e percebida pelo público.
Durante o Evento o sr(a) observa a valorização da cultura local da cidade?	Identificar ações de valorização da cultura local no FICA	A valorização da cultura é notada em espaços de exposição e nas apresentações de artistas locais.
Durante o Evento o sr(a) observa a preocupação dos realizadores com a preservação do meio ambiente?	Identificar ações de preservação ambiental e conscientização do público	A divulgação do Bioma Cerrado durante o Evento, oficinas de meio ambiente e a realização do Evento no Centro Histórico, representam para os entrevistados essa preocupação.
Na sua opinião o FICA representa a cidade e contribui para sua valorização?	Verificar ações de valorização da cultura local	Os respondentes acreditam que sim, pois para eles o FICA representa a cidade.
O sr(a) considera o FICA um evento responsável socioculturalmente, economicamente e ambientalmente?	Aferir a percepção do entrevistado sobre a responsabilidade do FICA.	Essa questão divide opiniões pois quase metade dos respondentes não reconhecem a responsabilidade em todas as dimensões.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Infere-se que, dentre os envolvidos no Evento, o que menos percebe a responsabilidade é o seu público. Quanto a organização, apesar da responsabilidade não

estar presente na intencionalidade do Evento, a temática ambiental acaba por direcionar ações de responsabilidade nesta dimensão e o amadurecimento da comunidade fez surgir projetos voltados para a integração da mesma ao Evento.

Desse modo o Quadro 2 demonstra um resumo dos aspectos observados no FICA 2016 de acordo com cada dimensão da responsabilidade analisada.

Quadro 2: Aspectos observados no FICA 2016

Dimensão	Aspectos positivos	Aspectos a melhorar
Sociocultural	A comunidade é envolvida em diversos projetos. Esses projetos acontecem no Evento e também durante o ano através de oficinas com os alunos da rede pública, por exemplo. Além do envolvimento da comunidade, houve frutos do FICA como a faculdade de cinema.	Há críticas severas de moradores que não concordam que o Evento traga benefícios a longo prazo, apenas momentâneos. A história da Cidade é pouco divulgada pelo Evento.
Econômica	Gera empregos na Cidade, mesmo temporários. Há certo aquecimento da economia devido ao fluxo de turistas. Promove visibilidade da cidade podendo atrair outros públicos.	Há pouca divulgação da cultura e artesanato regional por parte do Evento.
Ambiental	O meio ambiente enquanto temática gera diversas ações que promovem conscientização e discutem sua preservação inclusive envolvendo a comunidade nessas atividades. A infraestrutura utiliza de vários espaços abertos diminuindo consumo de energia, há ações voltadas a coleta do lixo.	Aumento do fluxo de carros sem projetos de compensação de emissão de carbono.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Desse modo, percebe-se que o FICA 2016 possui diversos acertos quanto a responsabilidade de modo que, inserindo-a desde o seu planejamento, é possível realizar um Evento que atenda as dimensões da responsabilidade de modo completo. No entanto, analisando o FICA 2016 constata-se que há aspectos que podem ser melhorados na inclusão da responsabilidade na sua realização.

Analisando a responsabilidade no FICA 2016 nota-se que o Evento utiliza-se da temática ambiental sem possuir ações voltadas para essa questão. Apesar do FICA Limpo, dos Fóruns de meio ambiente e da própria temática do Festival e dos filmes nele apresentados chamarem atenção para práticas que sejam ambientalmente sustentáveis, não se identifica no Evento ações significativas nesse sentido.

O FICA Limpo se torna insuficiente diante da produção de lixo gerada durante o Evento. Os fóruns possuem público pequeno ou quase inexistente, não obtendo assim um alcance significativo. Por possuir temática ambiental, o Evento deveria trabalhar de modo a se tornar uma referência em ER e para isso utilizar dos acertos que possui, apesar deles parecerem ser obra de mera coincidência e acaso.

Realizar um Evento que contemple todos os aspectos de responsabilidade pode parecer algo intangível, no entanto esse não deve ser motivo para não considerar a sua realização. Deve-se buscar a responsabilidade em todas as etapas, direcionando as práticas para este foco, envolvendo a comunidade, promovendo sua integração, a conscientização e a preservação ambiental, valorizando a cultura e respeitando as individualidades de cada localidade.

Entrevistas com gestores/organizadores do FICA 2016

As entrevistas com gestores/organizadores tinham como principal objetivo captar a intencionalidade do Evento. Saber se a sustentabilidade era peça central de seu planejamento ou apenas integrante de sua temática. Também foram realizadas entrevistas com pessoas que faziam parte da organização e/ou trabalhavam no FICA durante sua realização. Ao todo foram entrevistadas 4 pessoas.

Com base nas entrevistas foi possível identificar que a inspiração para a criação do FICA veio da participação de um dos idealizadores no CineEco que ocorre em Portugal. Este Evento, por sua vez, se trata do Festival Internacional de Cinema e Vídeo de Ambiente da Serra da Estrela que teve sua primeira edição no ano de 1995 (CineEco), ou seja, quatro anos antes da primeira edição do FICA que ocorreu em 1999.

A preocupação com a responsabilidade, principalmente na dimensão ambiental, é percebida na temática. Apesar de assim ficar implícito, é possível notar que ela é exclusivamente tema do Evento, e não necessariamente elemento considerado na elaboração do planejamento que diz respeito a ações práticas. Isso fica ainda mais evidente na fala que segue: “Aí o ano de 2002 foi definitivo pro FICA. Marconi ganhou novamente a eleição e eu o convenci a deixar o FICA só na área de cultura porque ele era um FESTIVAL DE CINEMA, meio ambiente era só uma temática” (Organizador 1)

Essa fala é recorrente e um segundo interlocutor, quando questionado também sobre as ações de sustentabilidade do Evento, afirma que:

O FICA é um FESTIVAL DE CINEMA. Ele tem esse nome de Festival de Cinema e Vídeo Ambiental mas a parte ambiental a gente ainda engatinha um pouco, infelizmente. Ele é um festival de cinema com temática ambiental. A ideia hoje é transformar ele num festival ambiental e de cinema. Mas ele ainda é um festival de cinema. (Organizador 2)

Como resumo das percepções e análise das entrevistas realizadas com os gestores do FICA, apresenta-se o Quadro 3 a seguir.

Quadro 3: Análise das entrevistas com gestores/organizadores

Roteiro de Entrevista com Gestores/ Organizadores		
Questão norteadora	Objetivo	Percepção e análise
Como foi concebido o FICA? Qual é o objetivo do Evento?	Identificar a preocupação com a responsabilidade desde a concepção do Evento.	Para os entrevistados o Evento se trata de um Festival de Cinema e não um evento ambiental ou responsável. Isso está presente somente na temática do Evento, mas não é seu propósito promover esse aspecto, mas sim o cinema.
Por que a cidade de Goiás foi escolhida para a realização do Evento?	Verificar a preocupação com a valorização da cultura, desenvolvimento local.	A escolha da cidade foi feita no contexto de tombamento como Patrimônio. Para isso era necessário inseri-la no contexto internacional e a proposta do Evento foi ao encontro dessa necessidade.
Como é realizada a escolha de fornecedores?	Verificar se há preocupação com a sustentabilidade, contratação de fornecedores locais.	Nos primeiros anos foi difícil trabalhar com fornecedores locais devido a informalidade. Mas com o passar dos anos esse cenário se modificou e no contexto atual busca-se trabalhar com fornecedores locais.
Como é realizada a contratação de pessoas para trabalharem no Evento?	Identificar se são contratadas pessoas da comunidade e como se dá esse processo de modo a promover valorização da economia local através de espaço para participarem com produtos locais e criação de empregos locais. Em caso negativo identificar o motivo.	Nas primeiras edições a mão de obra era trazida de Goiânia, com o passar dos anos a própria comunidade exigiu sua participação e atualmente é realizada a contratação de mão de obra local.
Como a comunidade local participa do Evento? Existe contribuição por parte do Evento para projetos sociais locais, trabalhos com a comunidade?	Verificar a inclusão da comunidade local e valorização da mesma.	A participação da comunidade ocorre principalmente pelo envolvimento em projetos como o FICA Limpo, FICA na Comunidade, Se Liga no FICA que promovem a valorização da cultura local, incentivo a artistas locais, integram os moradores no planejamento do Evento e atividades voltadas às crianças da rede pública de ensino. Além disso há participação de moradores nas atividades oferecidas pelo Evento como as exposições dos filmes.
Quais são as ações de educação ambiental que são realizadas durante o Evento (para alcançar o participante)?	Verificar ações de educação ambiental	Presente principalmente na temática e programação do Evento, no entanto o foco ainda é a realização de um festival de cinema.
Como é realizada a gestão de resíduos do Evento? Quais ações (coleta seletiva, parceria com cooperativas) são tomadas em relação a isso?	Identificar ações de proteção ambiental	O FICA Limpo é a ação mais expressiva nesse sentido pois a estrutura da cidade tem dificuldade quanto a coleta do lixo, o que se agravava no período do Evento. Desse modo essa ação busca uma alternativa e dar um suporte a estrutura de coleta de lixo da cidade.
O senhor já ouviu falar em Eventos	Verificar se existe conhecimento sobre o	Ao mencionar os EV, EN e ER os interlocutores demonstram um conhecimento superficial e

Verdes (EV) ou Eventos Neutros (EN)?	assunto e como isso ocorre na prática no evento em questão.	tornam a afirmar que o foco do Evento é o Cinema e não a responsabilidade.
O FICA busca ser um evento responsável? Como isso acontece na prática?	Verificar a compreensão da responsabilidade em eventos e práticas que possam não ter sido exploradas até então.	O foco do Evento é o Cinema. As ações tem a sustentabilidade como temática, porém o Evento não é concebido na lógica da sustentabilidade. De qualquer modo, devido a temática, ações responsáveis são praticadas.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Nas entrevistas identifica-se que na etapa de criação, o Evento é concebido exclusivamente como um festival de cinema que contém na sua temática as questões ambientais, no entanto não se trata de um Evento que se preocupa em ser responsável. Torná-lo portanto um ER é uma preocupação presente na fala dos entrevistados, mas não há uma ação efetiva e definida para cumprir esse objetivo e assim o realizar desde o seu planejamento até sua execução.

Pode-se fazer a relação no tocante a temática ambiental devido a visibilidade que ela traz, chamando assim a atenção para o Evento. Como afirmam Fonseca e Bursztyn (2007) poderia essa ser uma evidência de que o Evento toma carona na visibilidade e importância que a temática possui, sem de fato se preocupar com a responsabilidade e suas ações sustentáveis.

No segundo bloco as questões tinham o objetivo de identificar ações de responsabilidade que o Evento pratica podendo assim assinalar práticas neste sentido. Foi possível identificar ações de responsabilidade que contemplassem o planejamento e execução do Evento. Foram identificadas ações pontuais referentes a escolha de fornecedores. Mas deve-se ressaltar que, com o passar das edições, o que foi destacado nas entrevistas realizadas foi o crescimento do envolvimento e participação da comunidade. Isso é expressado na criação de projetos que são respostas às exigências da comunidade como a criação do FICA Limpo que surge da preocupação dos moradores com o lixo na Cidade durante o período do Evento, como também o projeto FICA na Comunidade que inclui apresentações de artistas locais na programação valorizando e divulgando os artistas da região.

A aproximação com a comunidade escolar também é um ponto a ser destacado. Um dos entrevistados destaca essa ação e relata a sua importância:

Esse relacionamento com escola a gente sempre procurou. É difícil fazer a interface da Secretaria da Cultura com a Secretaria da Educação. Agora há a unificação dessas secretarias e agora virou missão. Na segunda edição do Festival já houve algumas oficinas de produção de filme. O Lázaro Ribeiro que é um cineasta vilaboense começou fazendo oficina na escola. E é bacana ver isso, é o próprio Festival já dando fruto, já dando resultado. Fora a visibilidade que a gente consegue alcançar, as atrações que a gente consegue trazer pro pessoal da cidade. (Organizador 2)

Apesar do envolvimento da comunidade ser o ponto forte até aqui observado no FICA, quando os entrevistados são questionados sobre EV, EN e ER a resposta é a reafirmação de que se trata de um evento relacionado ao cinema com temática ambiental. Portanto, seu foco é o cinema e não a responsabilidade. No entanto, a temática acaba por conduzir ações de responsabilidade dentro do Evento, o que pode ser observado no Quadro 2 apresentado.

Desse modo, é possível identificar ações de responsabilidade no Evento apesar de elas não serem realizadas de forma consciente e ordenada, mas em atividades que promovem o envolvimento e valorização da comunidade local onde o FICA demonstra ações de responsabilidade. Mesmo que não contemple todos os aspectos, ainda assim já existem ações de responsabilidade evidenciando e corroborando com a ideia de que a realização de ER é possível desde que essa premissa seja considerada desde sua concepção, o que, de fato, não realizado no caso específico do FICA.

Considerações finais

Com o objetivo de identificar a responsabilidade em eventos, foi escolhido o XVIII FICA 2016, um festival de cinema que ocorre na cidade de Goiás e que realizaria no ano em questão sua décima oitava edição. Por contemplar em seu nome a temática ambiental e se tratar de um Evento realizado em uma cidade considerada Patrimônio da Humanidade, ele foi escolhido para análise.

Foi possível constatar que, apesar de possuir em sua temática a questão ambiental, ele não se trata de um Evento que possui em sua concepção o objetivo de ser sustentável. No entanto, no decorrer das edições, essa preocupação foi surgindo e a responsabilidade foi sendo incorporada a projetos que hoje fazem parte do Evento como o FICA na Comunidade e o FICA Limpo.

Além disso, os fóruns ambientais e diversas outras atividades que fazem parte da sua programação discutem temáticas relacionadas a sustentabilidade, envolvem a comunidade local, proporcionam consciência e educação ambiental. Portanto, foi possível identificar ações de responsabilidade no Evento, apesar dele não ter sido planejado com esse enfoque desde a sua primeira edição.

O Evento se destaca no envolvimento da comunidade local, pois envolve a participação de escolas nas oficinas, traz educação ambiental e proporciona conhecimentos sobre cinema com oficinas fora do período do Evento, mas que fazem parte das atividades do mesmo. Promove o FICA Limpo que traz consciência e busca uma alternativa para a gestão do lixo.

Portanto, é possível identificar ações de responsabilidade. Apesar da apropriação da temática no início parecer ser irresponsável, sendo utilizada apenas como modismo ou para promover o Evento, hoje ele já incorpora algumas ações de responsabilidade em suas práticas.

No entanto, conforme discutido no decorrer desse artigo, é importante considerar todos os aspectos para que um evento seja, de fato, responsável. Por esse motivo afirma-se que, apesar de possuir ações de responsabilidade, o FICA ainda não pode ser considerado um Evento Responsável. Para que isso se concretize, é necessário consolidar mais ações ambientais e de retorno econômico para a Cidade de Goiás. Problemas como questões relacionadas ao abastecimento de água na Cidade, a produção do lixo e a destinação que ele recebe, são aspectos que devem ser enfatizados e priorizados pelo Evento. No entanto, conforme relatos dos moradores, a preocupação com esses aspectos é pouca ou inexistente.

É possível perceber pelas entrevistas o amadurecimento do Evento em relação ao impacto gerado na Cidade e isso é evidenciado pelos projetos que foram surgindo, a preocupação com a contratação de pessoal da Cidade, os projetos de valorização e envolvimento da comunidade. Portanto, infere-se que todo Evento pode ser responsável, mas para que isso seja possível é necessário que essa preocupação esteja presente em todas as etapas, desde o planejamento, na execução e após o Evento.

REFERÊNCIAS

- Bottallo, M. (2014). *Patrimônio da Humanidade no Brasil: suas riquezas culturais e naturais | Heritage of Humanity in Brazil: cultural and natural riches*. 1. ed. – Santos, SP: Editora Brasileira de Arte e Cultura: UNESCO Brasil. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002333/233395m.pdf>
- Cape Town, África do Sul. (2002). *Cape Town Declaration in Responsible Tourism*. Cape Town Conference on Responsible Tourism in Destinations. Cidade do Cabo. Recuperado de <http://responsiblecapetown.co.za/tools/Document-Library/>
- Farias, F. S., Zucco, F. D. & Falaster, C. D. (2019). Ampliar los horizontes Y conocer cosas nuevas: la imagen de eventos a partir de la perspectiva de los visitantes de la Fiesta de São João de Campina Grande – Paraíba, Brasil. *Estudios y Perspectivas em Turismo*. vol. 18, p. 331- 353.
- Fonseca, I. F. & Bursztyn, M. (2007). *Mercadores de moralidade: a retórica ambientalista e a prática do desenvolvimento sustentável*. *Ambient. Soc.*, Campinas, v. 10, n. 2, p. 169-186, Dec. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-753X2007000200013&lng=en&nrm=iso
- Goodwin, H. (2012). *Taking Responsibility for Tourism*. ICRT.
- Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, n.162.

- Leslie, D. (2012). *Responsible Tourism*. Concepts, Theory and Practice. Oxfordshire, UK: CAB International.
- Macedo, S. B., Gosling, M. S. & Queiroz, D. C. (2017). Eventos Culturais : meu dinheiro me diz aonde eu vou ? Uma análise sob a ótica da Teoria da Identidade Social (SIT). *Revista Hospitalidade*. São Paulo, vol. 1, n. 01, p. 01-23, ago.
- Matias, M. (2013). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 6ed. Barueri, SP: Manole.
- Oliveira, M. M. (2007). *Como fazer pesquisa qualitativa*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Pereira, G. S. & Conto, S. M. (2008). Manejo de resíduos sólidos em un evento turístico: fiesta nacional de la uva (RS – Brasil). *Estudios y Perspectivas em Turismo*. vol. 17, p. 119- 139.
- Ramoa, C. E. A., Flores, L. C. S. & Stecker, B. (2018). The convergence of environmental sustainability and ocean cruises in two moments: in the academic research and corporate communication. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. São Paulo, 12 (2), p. 152-178, maio/ago.
- Silberberg, C. P. & Dowl, D. M. (2010). *Gestão Ambiental e Responsabilidade Social em Eventos*. In: PHILIPPI JR., Arlindo; RUSCHMANN, Doris Van de Meene. Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo. Barueri, SP: Manole. (Coleção Ambiental, v.9).

Recebido em: 29/12/2018

Aprovado em: 24/06/2019

Estudo das tematizações de estabelecimentos gastronômicos do Distrito Federal

Study of thematizations of gastronomic establishments of the Distrito Federal

Estudio de tematizaciones de establecimientos gastronómicos del Distrito Federal.

Bianca Meneguci Barcelos ¹⁴

Resumo: Este artigo analisa os estabelecimentos gastronômicos do Distrito Federal passando pelas suas quatro categorias temáticas: a temática relicária, onde os ambientes agregam relíquias históricas; a temática paródica, onde o uso de artefatos e dispositivos decorativos nestes espaços são simulações e releituras; a temática reflexiva, que em seus locais, o tema é a marca e a marca é o tema; e a temática étnica que apresenta em seus estabelecimentos uma gastronomia voltada para a cultura de um determinado país. A análise foi feita dentro dos estabelecimentos gastronômicos temáticos: Dólar Furado, Mumbai Restaurante, Urso Beer e Victrola Gastrobar a partir do olhar dos consumidores, gerentes e proprietários desses espaços. E, teve como foco obter respostas a respeito do público consumidor e seu grau de aceitação nesses ambientes, além de observar os proprietários e gerentes lidarem com o mercado competitivo buscando propor experiências singulares dentro da proposta de seus estabelecimentos. Como resultado, foi observado que os estabelecimentos visitados conseguem transmitir suas propostas a partir de seus elementos temáticos, além de proporcionarem de formas criativas o entretenimento para o seu público. E, no ponto de vista dos clientes, eles interpretam os elementos temáticos e abraçam as experiências propostas.

Palavras-chave: Ambientes gastronômicos; bares e restaurantes temáticos; eatertainment.

Resumen: Este artículo analiza los establecimientos gastronómicos del Distrito Federal a través de sus cuatro categorías temáticas: el tema del relicario, donde los ambientes agregan reliquias históricas; el tema paródico, donde el uso de artefactos y dispositivos decorativos en estos espacios son simulaciones y relectos; el tema reflexivo, que en su lugar, el tema es la marca y la marca es el tema; y el tema étnico que presenta en sus establecimientos una cocina centrada en la cultura de un país en particular. El análisis se realizó en establecimientos gastronómicos temáticos: Dólar Furado, Mumbai Restaurante, Urso Beer y Victrola Gastrobar desde los ojos de los consumidores, gerentes y propietarios de estos espacios. Y se centró en obtener respuestas sobre el público consumidor y su grado de aceptación en estos entornos, además de ver a los propietarios y gerentes lidiar con el mercado competitivo tratando de proponer experiencias únicas dentro de la propuesta de sus establecimientos. Como resultado, se observó que los establecimientos visitados pueden transmitir sus propuestas en función de sus elementos temáticos, así como proporcionar entretenimiento a su audiencia de manera creativa. Y desde el punto de vista del cliente, interpretan los elementos temáticos y adoptan las experiencias propuestas.

Palabras clave: Ambientes gastronómicos; bares y restaurantes temáticos; eatertainment.

Abstract: This article analyzes the gastronomic establishments of the Federal District through its four thematic categories: the reliquary theme, where the environments add historical relics; the parodic theme, where the use of artifacts and decorative devices in these spaces are simulations and rereading; the reflective theme, which in its places, the theme is the brand and the brand is the theme; and the ethnic theme that features in its establishments a cuisine focused on the culture of a particular country. The analysis was made within thematic gastronomic establishments: Dólar Furado, Mumbai Restaurante, Urso Beer and Victrola Gastrobar from the eyes of consumers, managers and owners of these spaces. And, it focused on getting answers about the consumer public and its degree of acceptance in these environments, besides watching the owners and managers deal with the competitive market trying to propose unique experiences within the proposal of their establishments. As a result, it was observed that the visited establishments are able to convey their proposals based

¹⁴ Estudante de Turismo - Universidade de Brasília. **E-mail:** biancameneguci@gmail.com **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-6746-9351>

on their thematic elements, as well as providing entertainment to their audience in creative ways. And from the customer's point of view, they interpret the thematic elements and embrace the proposed experiences.

Keywords: Gastronomic environments; themed bars and restaurants; eatertainment.

Introdução

Em 1656 na Cidade Livre, hoje Núcleo Bandeirante, o italiano Victor Pelechia ergueu o considerado “primeiro restaurante do Distrito Federal”, segundo Silva (1985). Pouco sabe-se sobre este restaurante, mas pelo fato de ter sido um estabelecimento gastronômico fundado por um italiano, há chances de Pelechia ter envolvido decoração, música, gastronomia e outros elementos da cultura italiana, criando uma atmosfera temática. Portanto, seu estabelecimento poderia ter sido também o “primeiro restaurante temático do Distrito Federal”. Beardsworth e Bryman (1999) definem os estabelecimentos temáticos como:

Por um restaurante temático queremos dizer um estabelecimento de alimentação que veste-se em um complexo de sinais distintos que são em grande parte alheios à atividade de se alimentar. tal complexo pode ser justificadamente denominado "tema" se for constituído de uma ampla gama de narrativas prontamente reconhecíveis extraídas da cultura popular. (BEARDSWORTH e BRYMAN, 1999, p. 228, tradução nossa).

Beardsworth e Bryman (1999) também desenvolveram quatro categorias para os ambientes temáticos gastronômicos, chamando de “classificação de estratégias temáticas”, pois mais de uma dessas estratégias poderiam estar presentes em qualquer estabelecimento. Segundo os autores, a variedade de restaurantes e bares temáticos que existem na sociedade contemporânea é aparente. Contudo, foi possível identificar certos padrões recorrentes nesses espaços, que poderiam ser elaborados para formar uma classificação viável de dispositivos de temas. A categorização a seguir representa uma tentativa inicial de trazer alguma ordem para a cena temática. Essas categorias são:

RELICÁRIA	A ênfase é colocada sobre a criação de um ambiente divertido e atraente através da exibição de artefatos preciosos de proveniência conhecida. Esses artefatos são, na verdade, "reliquias" e sua origem os liga diretamente a figuras reverenciadas ou heroicas ou a eventos ou processos altamente salientes no domínio público. A presença de reliquias sagradas introduz um sentido de peregrinação à experiência; a lógica da presença do freguês é tanto homenagear os objetos quanto consumir a comida oferecida. (p.240, tradução nossa).
	O ambiente é criado principalmente através do uso de artefatos e dispositivos decorativos que são explicitamente falsos. O objetivo do dispositivo de paródia é criar um ambiente mágico baseado em

PARÓDICA	um motivo forte. Tais motivos tendem a enfatizar o exótico e são geralmente construídos a partir de versões estereotipadas de diversas realidades. (p.241, tradução nossa).
REFLEXIVA	Em certo sentido, o tema é a marca e a marca é o tema. Em contraste com os dispositivos temáticos discutidos acima, onde os recursos culturais externos são apropriados e adaptados, neste caso, o princípio do tema é gerado internamente e depois reproduzido infinitamente. (p.243, tradução nossa).
ÉTNICA	Como um dispositivo de tematização, isso implica o uso de arte étnica, decoração, música, fachada externa, nome e vários sinais estereotipados para criar um cenário distinto que reivindica ser um reflexo de alguma cultura exótica, mas reconhecível. Estes elementos temáticos existem ao lado da provisão de uma culinária etnicamente marcada. Os marcadores étnicos refletem associações construídas de longa data entre alimentos, lugares e pessoas. No entanto, cozinhas etnicamente marcadas tendem a ser adaptadas aos recursos culinários e convenções da cultura hospedeira. Isso novamente levanta questões sobre a "autenticidade" dos pratos oferecidos e até onde os clientes estão em busca de uma experiência gustativa "autêntica". (p.242, tradução nossa).

A partir dessas informações, o presente artigo tem como objetivo analisar o ponto de vista dos consumidores, proprietários e gerentes de estabelecimentos gastronômicos do DF que se encaixam dentro dessas categorias temáticas e a promoção do “eatertainment”, Gottdiener (1997) unindo nesses espaços o ato de se alimentar com o divertimento.

No Distrito Federal há uma vasta oferta gastronômica e os estabelecimentos são submetidos à inovação e a criatividade para sobreviverem no mercado competitivo, buscando promover experiências ímpares em suas propostas. De certo modo, isso otimiza o turismo dos próprios moradores locais, os chamados “turistas cidadãos” e também é um incentivo para o desenvolvimento de futuros roteiros gastronômicos e novas programações de lazer no Distrito Federal.

[...] trata-se, assim, do conceito de turista cidadão, o habitante que desenvolve um relacionamento diferenciado com o local onde mora no seu tempo de lazer, quebrando o modelo existencial da sociedade industrial criticado por Jost Krippendorf (trabalho – moradia – lazer – viagem), de acordo com o qual o lazer, as práticas sociais capazes de restabelecer o equilíbrio físico e emocional do homem contemporâneo, só seria possível em lugares distantes da própria residência. (SALES, 2006, p.117)

Metodologia

A pesquisa de cunho qualitativo observa os fenômenos ao redor dos estabelecimentos temáticos do Distrito Federal. Para chegar aos resultados foram

realizadas entrevistas semi-estruturadas aplicadas entre os dias 11 a 21 de Julho de 2019, nos seguintes estabelecimentos: Dólar Furado, Mumbai Restaurante, Urso Beer e Victrola Gastrobar. Também foi feita uma revisão sistemática de textos sobre o assunto, por meio de fichamentos executados quinzenalmente e apresentados para a orientação a fim de discutir sobre o conteúdo tratado em cada leitura. O textos foram buscados no primeiro semestre de 2018 na Biblioteca Central da UnB (BCE) e no Google Acadêmico. Inicialmente, o termo buscado foi “restaurante temático” e com a carência de textos existentes sobre esse assunto na língua portuguesa, foi pesquisado em língua inglesa “themed restaurants” onde o resultado foi satisfatório.

Quando encontrado o texto do Beradsworth e Bryman (1999) chamado “Late modernity and the dynamics of quasification: the case of the themed restaurant”, os autores classificam os estabelecimentos em quatro categorias de temas e analisam cada temática criada a partir de suas percepções. Este texto impulsionou encontrar outras publicações a respeito do assunto quando buscado no referencial teórico deste mesmo. Além do Beardsworth e Bryman, também foi lido o livro do Gottdiener (1997) chamado “The theming of America: dreams, media fantasies, and themed environments” onde o autor cria o termo “eatertainment” (eat + entertainment) juntando o ato de se alimentar com o divertimento dando exemplos de lugares como a Disney, McDonald’s, Burger King, Hard Rock Café que são lugares vistos como temáticos que trazem alguma experiência lúdica para seus consumidores, não apenas dentro do espaço, mas pelo *merchandising* e pelas mídias.

Foi lido também “The Role of Authenticity in Ethnic Theme Restaurants”, uma publicação de Ebster e Guist (2004) onde os autores focam nos estabelecimentos temáticos étnicos discutindo sobre a autenticidade e apresentando os dois tipos de clientes: o ingênuo e o experiente. Ainda a respeito dos temáticos étnicos, Wood e Muñoz (2006) apresentam em seu artigo “No rules, Just right’ oris it? The roled of themed restaurants as cultural ambassadors” a expressão “embaixadores culturais” referindo-se ao papel que os restaurantes étnicos fora do país de origem podem exercer quando apresentam uma gastronomia “exótica”. E por fim, foi encontrado no livro de Silva (1985) chamado “História de Brasília” as primeiras coisas que foram estabelecidas no Distrito Federal antes mesmo da atual capital federal ser concebida. Ernesto Silva escreve portanto, sobre o primeiro restaurante de Brasília.

Resultados

Como já mencionado na metodologia, foram feitas entrevistas com clientes, proprietários e gerentes de estabelecimentos gastronômicos temáticos no DF visando

analisar as percepções tanto do profissional quanto do consumidor, junto ao olhar da pesquisadora e dos teóricos lidos para chegar aos seguintes resultados:

O relicário

Dentro da temática relicária foi possível realizar a pesquisa no Victrola Gastrobar. O Victrola é um bar relicário musical, onde há coleções de discos de vinis, no qual o estabelecimento usa como diferencial e como elemento identitário. Ou seja, apenas discos são tocados no local por meio de uma vitrola e esses discos que são as relíquias, pois são artefatos originais e exclusivos que tornam atrativo e singular o estabelecimento. Os discos de vinis do Victrola são heranças do “Café com Vinil”, que funcionava como uma cafeteria e bistrô, antes do atual proprietário comprar e reformar completamente o espaço. Inaugurado em 2014, hoje o Victrola possui um acervo de mais de 4.000 discos contendo clássicos dos mais variados estilos. Neste ambiente, os entrevistados foram: uma cliente, mulher de 31 anos e o proprietário do Victrola.

Conheci o Victrola de forma inesperada. Eu e meu namorado queríamos ir para algum bar, mas não sabíamos qual, então começamos a rodar pelas quadras da Asa Norte e vimos um neon vermelho escrito “Victrola”. Eu achei lindo e falei: “Vamos parar aqui” aí paramos e conhecemos. (Feminino, 31 anos)

Para Beardsworth e Bryman (1999) o apelo visual é comum em estabelecimentos temáticos, portanto o fato do letreiro do Victrola ser chamativo é totalmente proposital e coerente com a com a temática do ambiente:

A narrativa é visível e tangível na estrutura física do interior do restaurante e, muitas vezes, no exterior. Esse processo de dar a narrativa uma presença física para o consumidor envolve o uso de uma variedade de dispositivos, incluindo artefatos físicos, som, decoração, logotipos, terminologia de menu, uniformes e mercadorias. (BEARDSWORTH e BRYMAN, 1999, p. 236, tradução nossa)

Quando perguntado sobre o diferencial do Victrola, o proprietário comentou que o tema exclusivo de vinil é bem diferente. Para a cliente, a mesma pergunta foi feita, e ela respondeu: “o diferencial é o vinil, não conheço outro lugar em Brasília que toque discos em todos os dias de funcionamento, e eu amo vinil, o som é diferente, é nostálgico e vintage”. Nota-se, portanto que o diferencial dos temáticos relicários são as próprias relíquias, umas vez que elas caracterizam e direcionam a proposta do estabelecimento.

Gottdiener (1997) criou o termo “eatertainment”, analisando que havia estabelecimentos que estavam juntando o ato de se alimentar com o divertimento, com o lúdico, mas a iniciativa pode surgir do próprio cliente também, segundo o proprietário do

Victrola “o cliente que nos procura para poder atuar como “DJ por um dia”. Ou seja, o cliente observa a variedade de vinis expostos, uma vitrola dispinível e isso o estimula para uma experimentação naquele local que vai além do consumo, permitindo-o montar a playlist daquela noite de acordo com os seus gostos musicais.

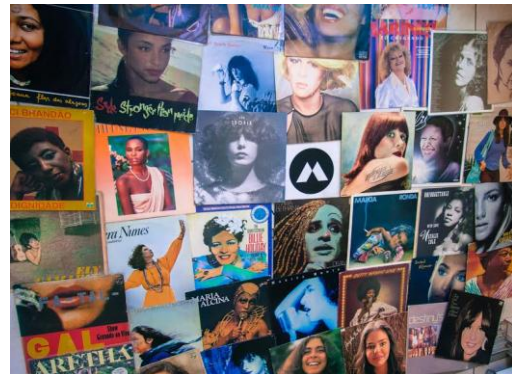
Em relação à temática, tanto o proprietário como a cliente consideram o Victrola como um estabelecimento temático: “Sim, considero o Victrola temático pelo vinil e com uma tendência pro Rock n roll.” (Proprietário do Victrola). “Sim, considero temático. O cardápio é personalizado em forma de vinil e a decoração faz referência à bandas, então na minha percepção é um bar musical, essa é a temática”. (Feminino, 31 anos). Portanto, nota-se que para o proprietário, o tema é manifestado pelo vinil (as relíquias) e para a cliente, o tema mostra-se a partir de elementos visuais como o design do cardápio e a decoração.

Imagem 1: Decoração Victrola Gastrobar



Fonte: www.facebook.com/pg/victrolabrasilia

Imagem 2: Coleção de vinis do Victrola



Fonte: www.metropoles.com

O paródico

Dentro da temática paródica foi possível realizar a pesquisa no Dólar Furado. O Dólar Furado é uma hamburgueira temática como elementos de filmes e desenhos da Disney, Marvel e da Universal Studios. O cenário do Dólar Furado, é composto de uma decoração coerente a respeito das animações, o ambiente é inteiramente decorado e possui 3 cenários: a área externa que contém uma decoração com folhagens sintéticas que remetem a uma floresta, com estátuas grandes de personagens do filme Madagascar, a recepção é uma caverna por onde as pessoas passam e veem vitrines com bonecos da Disney expostos, e, no espaço interno, a decoração remete a casa do Mickey Mouse e contém prateleiras com bonecos e pelúcias de personagens. Neste ambiente, os entrevistados foram: uma cliente, criança de 10 anos e a gerente do Dólar Furado.

A Hamburgueria ganhou este nome porque o pai da proprietária frequentava uma lanchonete em São Paulo chamada Dólar Furado, além dele gostar muito do filme também. Portanto, ela quis fazer homenagem ao pai. Ela também tem uma irmã que é arquiteta e que projetou tudo isso aqui. Elas já tinham uma ideia do que queriam fazer, mas viajaram para Disney para buscarem inspirações. A caverna por exemplo, é inspirada em um restaurante dentro do parque Island of Adventure - Universal Studios. (Gerente do Dólar Furado)

Quando perguntado sobre o diferencial do estabelecimento, a gerente respondeu que o Dólar Furado é diferente porque “se você notar, a maioria das hamburguerias são parecidas. Aqui não, a parte temática é bem trabalhada, indo para o mundo da fantasia. Nossa proposta é mais voltada para o público infantil, mas temos um lado nosso que quer ser criança outra vez, então a hamburgueria encanta os adultos também”. A mesma pergunta foi feita para a cliente de 10 anos de idade, que respondeu: “Eu nunca vi outra hamburgueria assim, é muito diferente. É um lugar legal para as pessoas irem porque têm personagens, os hambúrgueres são coloridos, bem diferentes dos outros hambúrgueres que eu já comi”.

Além da cenário temático, a proposta gastronômica do Dólar Furado é brincar com as cores dos pães de hambúrgueres e ter em seu cardápio itens com nomes de personagens. “O pão ganha essa coloração pois são feitos de beterraba, tomate, espinafre e tinta de lula” (gerente do dolar furado). “Eu escolhi o hambúrguer do Pikachu com o milkshake das Meninas Super Poderosas, pois eu li no cardápio e pensei que poderia ser gostoso e é muito gostoso. E eu também gosto desses personagens e gostei muito do pães coloridos, achei bem diferente”. (Feminino, 10 anos).

Em relação à temática, a gerente considera o estabelecimento temático “porque nossos itens levam nome de personagens”, e para a cliente entrevistada é temático “porque é um lugar que tem vários personagens, os hambúrgueres tem nome de personagens, você se sente em um conto de fadas”. É interessante analisar que, talvez, para um público adulto, só o fato do cardápio nomear seus itens relacionando com uma proposta específica, isso já é considerado temático, mas para uma criança, talvez ela precise sentir mais do que isso para entrar na atmosfera, como observar uma decoração e interagir com personagens.

Quando lidamos com objetos que são significantes de certos conceitos, significados culturais ou ideologias, podemos considerá-los não apenas como "sinais", mas como veículos de signos. Objetos de significação trazem consigo significados. Eles podem ser propositalmente construídos para transmitir significado. A Disneylândia, como parque temático, é um veículo de sinalização da ideologia da Disney. (GOTTDIENER, 1997, p.9, tradução nossa)

A marca “Disney” possui uma identidade tão forte, que vai além de seus parques temáticos. O Dólar Furado consegue utilizar dos objetos de significação (da Disneylândia) e seus clientes conseguem entender o significado desses elementos. “Eu não escolhi o Dólar Furado, porque eu não conhecia, minha irmã que escolheu. Ela quis me levar para um lugar muito legal para eu comemorar meu aniversário e aqui eu me senti na Disney” (Feminino, 10 anos).

Foi mais legal do que eu imaginei. Eu imaginei que seria uma hamburgueria só com a decoração da Disney e minha irmã disse que o Tigrão (personagem do Ursinho Pooh) ia estar aqui, então eu pensei que só estaria o Tigrão, mas não, todos os funcionários estão fantasiados de personagens. E como é meu aniversário, eles me deram esse bolo de algodão doce, desligaram as luzes e todos os personagens cantaram parabéns para mim, eu me senti especial. (Feminino, 10 anos)

Imagem 3: Espaço interno do Dólar Furado



Fonte: www.gulacerta.com.br

Imagem 4: Hambúguer do Pikachu



Fonte: www.metropoles.com

O reflexivo

Dentro da temática reflexiva foi possível realizar a pesquisa no Urso Beer. O Urso Beer é um bar especializado na Cerveja Colorado inspirado no “Bar do Urso”, bar oficial da Cerveja Colorado localizado na cidade de São Paulo. Apesar do Urso Beer ser aberto, é no espaço interno que concentra os elementos decorativos. O Bar é revertido por folhagens sintéticas que remetem à floresta, habitat do urso. Além de abranger torneiras de chopps e freezers com a logomarca da Colorado. Neste ambiente, os entrevistados foram: um cliente, homem de 26 anos e o gerente do Urso Beer.

O Urso Beer é um lugar bem colorido e iluminado, as cores chamam. O ambiente parece uma selva pois lembra mesmo um ambiente de um animal selvagem, como o urso. Então eu acho que eles possuem uma decoração que condiz sim com a proposta de promover a Cerveja Colorado. (Masculino, 26 anos).

Durante a entrevista com o gerente do Urso Beer, ele contou que o carro-chefe da casa “é o proprio chopp da Colorado, são vários tipos de chopps e temos também chopps exclusivos da marca, por ser uma casa exclusiva”. O que converge com a fala do cliente entrevistado: “Eu gostei muito do chopp “Colorado Appia” que minha amiga me apresentou, ele é de mel. Gostei muito do chopp e eu nem sou muito de chopp”. Portanto, observa-se que em estabelecimentos temáticos reflexivos, a análise “o tema é a marca e a marca é o tema” de Beardsworth e Bryman (1999) é verdadeira na prática, pois as pessoas frequentam esses espaços com o intuito de consumir produtos da marca.

Eu gostei do bar porque ele é bem concentrado na Cerveja Colorado, ele se especializou nisso (na cerveja), em uma decoração centrada no urso, em um ambiente com aspecto selvagem e confortável. E, quem gosta da Colorado sabe que vai beber essa cerveja aqui, diferente de outros bares que vendem outros rótulos de cervejas. (Masculino, 26 anos).

Segundo Gottdiener (1997, p.79) “franquias famosas como McDonald's, KFC e Burger King estilizam e abstraem seus logotipos identificadores em temas igualmente penetrantes que adicionam ao conjunto de signos e símbolos dentro do ambiente construído”. E este efeito é notado na fala do cliente entrevistado do Urso Beer: “o bar é temático demais. Colocaram um jogo de palavras no nome “Urso Beer” pois o que representa o urso? Colorado. O urso é o representante da Cerveja Colorado e o foco é no público que gosta dela”. Portanto o Urso Beer consegue fazer com que os clientes identifiquem que o bar é destinado para apreciadores da Cerveja Colorado, pois a simbologia da marca já é reconhecida. E também, no Urso Beer, é possível comprar produtos da Colorado que ficam expostos como: camisetas, growlers e cervejas da marca.

A comercialização de um restaurante como ambiente temático também desdobra aspectos de merchandising para atrair clientes. Parte da economia dessas cadeias envolve a venda de mercadorias como chapéus, jaquetas e camisetas, onde as lojas Planet Hollywood e Hard Rock Café costumam localizar na entrada do restaurante. Calcula-se que as cadeias mais bem-sucedidas obtêm aproximadamente 25% de seu lucro com as vendas de roupas e outras mercadorias, além da comida. (GOTTDIENER, 1997, p. 80-81, tradução nossa)

Imagem 5: Cerveja Colorado do Urso Beer

Imagem 6: Balde da Colorado



Fonte: www.metropoles.com



Fonte: www.metropoles.com

O étnico

Dentro da temática étnica foi possível realizar a pesquisa no Mumbai Restaurante. O Mumbai é um restaurante indiano inaugurado em 2018 e funciona no horário de almoço e no horário de jantar. Neste ambiente, os entrevistados foram: um cliente, homem de 35 anos e a proprietária do Mumbai.

Eu morei fora do Brasil por muito tempo, fui casada com um paquistanês e me divorciei dele há nove anos. Ele sempre vem ao Brasil e dois anos atrás ele visitou aqui e surgiu essa ideia de abri um restaurante. Como ele é paquistanês e mora no Japão, ele tem mais acesso a culinária indiana, porque a Índia e o Paquistão são bem similares, então ele queria que fosse indiana (a culinária). Portanto, nós começamos a obra ano passado, em março. Ele, na verdade é o sócio investidor, eu é que coloquei a mão na massa e fiz tudo. O nome Mumbai saiu da minha cabeça, não tem uma explicação muito coerente, mas eu gosto de pronunciar esse nome, eu acho que ele é autêntico, forte, então não sei da onde eu tirei porque eu não pesquisei nada sobre a Índia. (Proprietária do Mumbai)

Wood e Muñoz (2006) chamam os restaurantes étnicos de “embaixadores culturais”, pois a gastronomia consegue apresentar a cultura do país retratado no tema e pode despertar em seus clientes a vontade de viajar e conhecer de fato a localidade. A proprietária do Mumbai acredita que: “a maioria dos meus clientes entendem a proposta, porque são pessoas que já viajaram, que conhecem, que já comeram na Europa ou na própria Índia, mas eu quero trazer as pessoas que não conhecem também”. E quando perguntado ao cliente se ele já tinha visitado a Índia, ele respondeu: “Não, mas tenho amigos indianos e descendentes que conheci na Europa, eles já vieram para cá (Brasil) e estou pretendendo ir para lá (Índia) agora”. Portanto, o fato do cliente degustar da culinária indiana, indica que ele está disposto a conhecer um pouco da Índia antes de realizar a sua viagem.

Quando eu aluguel o espaço do Mumbai, eu queria que ele fosse exatamente como ele é, portanto eu contratei uma arquiteta que me ajudou muito, que compreendeu a minha ideia e projetou. Eu queria que tivesse papel de parede, que tivesse o bar, que o telhado fosse preto e que tivesse sofás confortáveis para os clientes. Quando contratei minha arquiteta, eu falei para ela: “eu quero que o Mumbai

seja um lugar onde você entre e não se sinta em Brasília, que você tenha uma sensação de outro lugar”, e eu acho que a gente transmite isso. A ideia dos lustres foram dela (da arquiteta), porque de início a gente ia colocar o mezanino até o final. E aí com as nossas reuniões, achamos mais conveniente ter o pé duplo e ficou muito bom na verdade. Os lustres ela que desenhou e nosso serralheiro projetou. Eu contratei um senhor que trabalha na Torre de TV e ele que fez os lustres. Essas cordas não são de Brasília, elas vieram de fora. (Proprietária do Mumbai)

Ebster e Guist (2004) discutem sobre a autenticidade dentro de estabelecimentos gastronômicos étnicos a partir de seus elementos:

A noção de autenticidade também poderia ser estendida ao interior e exterior do restaurante. Por exemplo, em um restaurante com tema grego, móveis gregos originais e obras de arte modernas produzidas na Grécia podem ser consideradas mais autênticas do que móveis de estilo grego produzidos nos Estados Unidos e réplicas de estátuas gregas antiga. (p. 43)

Analisando o Mumbai Restaurante nesse aspecto, ele parece não ser tão autêntico em sua decoração, por não possuir mobílias indianas. Mas, na questão gastronômica “a comida pode ser considerada autêntica quando preparada por nativos de acordo com a tradição” (LU e FINE apud EBSTER e GUIST, 2004, p.43, tradução nossa) e a proprietária do Mumbai disse na entrevista: “quando estávamos terminando a obra, meu sócio veio do Japão e trouxe nosso Chef indiano. Nosso Chef é do oeste da Índia, por isso a nossa gastronomia é mais voltada para essa região.” Portanto no quesito gastronômico, o Mumbai pode ser considerado autêntico. Ainda em relação a autenticidade gastronômica, a proprietária do Mumbai disse que:

Com certeza o restaurante carrega uma gastronomia autêntica e legítima. Em relação a adaptação, a gente teve que colocar pratos e talheres, mas na verdade, na Índia, eles comem com a mão, e a gente percebe que há pessoas que tem meio que nojinho de comer assim, então tivemos que colocar os pratos e talheres para não espantar tanto. Temos nosso pão que se come com a mão, por isso temos o álcool em gel em cima de todas as mesas, mas tem gente que não tolera pegar comida assim, aí deixamos os pratos e talheres para isso.

Segundo o cliente entrevistado: “A culinária indiana é bem diferenciada, picante, e me agrada exatamente isso, o diferente, o cultural. É claro que tem muita coisa na Índia que não dá para encarar por questões de higiene, mas não anula a cultura deles que eu acho interessante, desde que seja em lugar como este aqui, agradável, limpo e bonito”. Portanto, analisando essa fala, é possível notar que o cliente está aberto para as experiências propostas pelo Mumbai, pois considera um lugar higiênico e seguro de se comer e sente-se confortável para conhecer um pouco dos hábitos indianos. Aprofundando nos aspectos de adaptação, a proprietária do Mumbai contou que:

Nós tiramos a pimenta porque a comida indiana é bastante apimentada e isso assusta muito. Então nós deixamos pimentas em

potinhos em cima das mesas. Se você chegar aqui e falar: “eu quero comer apimentado” o nosso Chef vai colocar pimenta. Mas se você não pedir, como nossas especiarias são picantes, porque não tem como não ser, você já vai sentir uma leve picância na comida, mas nada de “Meu Deus, eu não consigo comer” você vai conseguir comer sim, então eu acho que já está bom demais porque assusta bastante quem não gosta de pimenta.

Ebster e Guist (2004) observam que, clientes que nunca estiveram no país retratado no restaurante podem dar maior importância à autenticidade de um restaurante temático, pois poderiam constituir um substituto parcial para “a coisa real” para eles. No entanto, os clientes culturalmente experientes sabem que um restaurante italiano por exemplo, em seu país, não será como os restaurantes que eles visitaram enquanto estavam na Itália. Assim, eles podem diminuir suas expectativas de autenticidade ao visitar um restaurante temático.

Quando perguntado sobre a autenticidade do Mumbai para o cliente, ele alegou que “lembra a culinária da Índia, mas certamente não vai ser igual a comida indiana. A gente sabe que vai ter uma adaptação brasileira, mas mesmo assim me agrada muito a culinária de países tão diferentes do nosso”. Portanto apesar do cliente não ter visitado a Índia e ser um cliente ingênuo segundo Ebster e Guist (2004), ele tem consciência que pode existir adaptações, mas ele aceita muito bem, pois ainda é uma experiência diferente é “exótico, me lembra um pouquinho a Índia, então a gastronomia deve ser algo similar”. (Masculino, 35 anos).

Para a proprietária do Mumbai, ela considera seu estabelecimento temático “porque ele é todo colorido, eu acho que você se sente em outro local, você tem outro sentimento aqui dentro, primeiro que tem rosa, alaranjado, vermelho, quem vai ouvir, as vezes pensa: “Meu Deus, esse lugar deve ser horrível, mas quando você entra, você consegue ver a harmonia do local.” E o cliente declarou “A gente come com os olhos, então além da gastronomia indiana, o Mumbai também consegue ser bem agradável, bem bonito, colorido e me passa algo bem aconchegante, e eu acho que os indianos também tem a cultura de receber bem em seus restaurantes locais, portanto considero temático sim”. Portanto, observa-se que nos dois pontos de vistas, o restaurante é visto como temático pela decoração e por toda a atmosfera criada e o cliente ainda vai mais fundo citando o conforto e o bem-estar, comparando com o que espera nos restaurantes da própria Índia e acreditando que o Mumbai proporcione uma sensação parecida.

Imagem 7: Pratos do Mumbai Restaurante

Imagem 8: Decoração do Mumbai



Fonte: www.metrosoles.com



Fonte: gpslifetime.com.br

Considerações Finais

Os estabelecimentos gastronômicos temáticos merecem suas devidas análises, pois são espaços que apresentam realidades profundas, quando observadas atentamente. Espera-se que pelo menos em parte, o estudo tenha alcançado o objetivo de analisar o ponto de vista dos consumidores, proprietários e gerentes de estabelecimentos gastronômicos do Distrito Federal dentro de suas quatro divisões categóricas: temático relicário, temático paródico, temático reflexivo e temático étnico, além de também observar o “eatertainment” nesses espaços.

Foi notado que, a respeito dos temáticos relicários, seu conceito estará ligado à vontade de reviver algo, uma época, ou acontecimento do passado, transmitindo uma sensação nostálgica. A respeito dos paródicos, eles são os mais fantasiosos e os mais fáceis dos clientes detectarem que eles são temático, talvez, isto se dá pelo fato dos elementos temáticos não estarem apenas na decoração, mas também no cardápio, onde seus itens possuem nomes que remetem ao tema. Em relação ao reflexivo, ele parece ser o estabelecimento temático mais simples para ser coerente ao tema, uma vez que o próprio nome e elementos como cores e símbolos já remetem a uma marca específica.

E dentro dos temáticos étnicos, percebe-se a complexidade acerca da autenticidade em ambientes assim, pois eles são uma tentativa de recriar algo fora de seu contexto original. Mas, sabe-se que, um estabelecimento totalmente autêntico só existirá dentro de seu país de origem. O observado na pesquisa foi que, há elementos que aproximam os estabelecimentos da autenticidade e há elementos que distanciam os estabelecimentos da autenticidade. E, esses elementos podem estar juntos dentro de um mesmo estabelecimento. Portanto, talvez seja preciso aceitar suas contradições, pois o cliente também entende que é uma releitura e mesmo assim, recebe bem essa temática, pois o que busca é entrar em contato com uma gastronomia diferente e passar por uma experiência ímpar.

Referências Bibliográficas

- BEARDSWORTH, Alan e BRYMAN, Alan. *Late modernity and the dynamics of quasification: the case of the themed restaurant*. The Sociological. 1999.
- EBSTER, Claus e GUIST, Irene. *The Role of Authenticity in Ethnic Theme Restaurants*. *Journal of Food service Business Research*. 2004.
- GOTTDIENER, Mark. *The theming of America: dreams, media fantasies, and themed environments*. 2ed. Boulder: Westview Press. 1997.
- SALES, Fabiana de Lima. *Patrimônio cultural como insumo para atividade turística e recurso educacional no processo de educação patrimonial: o caso da educação patrimonial no Museu de Caxias do Sul*. Dissertação de Mestrado. Caxias do Sul, UCS, 2006.
- SILVA, Ernesto. *História de Brasília*. Senado Federal. 1985.
- WOOD, Natalie T. e MUÑOZ, Caroline Lego. *'No rules, Just right' or is it? The roled of themed restaurants as cultural ambassadors*. *Tourism and Hospitality Research*. 2006.

Recebido em: 15/06/2019

Aprovado em: 30/07/2019

Análise de práticas de sustentabilidade em um hotel na cidade de campina grande – PB.

Análisis de prácticas de sostenibilidad en un hotel en la ciudad de Campina Grande - PB.

Analysis of sustainability practices in a hotel in the city of Campina Grande - PB.

Marta Caroline Araújo de Souza¹⁵
Kettrin Farias Bem Maracajá¹⁶

Resumo: O artigo aborda a conjuntura da gestão ambiental em um meio de hospedagem e seus benefícios para a sociedade. O objetivo da pesquisa remete a identificar o posicionamento ambiental de um hotel na cidade de Campina Grande – PB. A metodologia utilizada foi o levantamento bibliográfico e entrevista semiestruturada com observação não participante no local. Os resultados encontrados destacam que o hotel tem um posicionamento positivo a questão ambiental, sendo constatado a realização de atividades referentes a mitigação de impactos negativos dentro das dimensões e estratégias ambientais.

Palavras-chave: Gestão Ambiental. Hotelaria. Turismo.

Resumen: El artículo discute la coyuntura de la gestión ambiental en un medio de alojamiento y sus beneficios para la sociedad. El objetivo de la investigación es identificar el posicionamiento ambiental de un hotel en la ciudad de Campina Grande - PB. La metodología utilizada fue la encuesta bibliográfica y la entrevista semiestruturada con observación no participante en el lugar. Los resultados encontrados resaltan que el hotel tiene un posicionamiento positivo en el tema ambiental, al verificarse el cumplimiento de las actividades relacionadas con la mitigación de impactos negativos dentro de las dimensiones y estrategias ambientales.

Palabras clave: Gestión ambiental. Hospitalidad Turismo

Abstract: The present article treats of a revision of the conjuncture of the environmental administration in a middle of lodging and their benefits for the society. The objective of this study was to identify the environmental positioning of a hotel in the city of Campina Grande. PB. The, used methodology was of bibliographical rising and glimpsed semiestruturada with observation no participant in the place. The found results show that the hotel has a positive positioning the environmental subject, since it was verified that the same accomplishes activities inside regarding mitigation of negative impacts of the four approached dimensions.

Keywords: Environmental administration; Hostelry; Tourism.

Introdução

Considerado um dos fenômenos socioeconômicos mais relevantes da pós modernidade, devido ao seu grande potencial de geração de emprego e renda, o turismo,

¹⁵ Bacharelanda em Administração pela Universidade Federal de Campina Grande – UFCG. **E-mail:** mrtaraujo1@gmail.com **Orcid:** <http://orcid.org/0000-0002-9947-7436>

¹⁶ Universidade Federal de Campina Grande . **E-mail:** kettrinfarias@hotmail.com **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-8189-109X>

segundo Gazoni (apud DIAS e PIMENTA, 2005, p. 96), tem sido alvo de questionamentos por sua iminente capacidade de causar transformações indesejáveis ao meio ambiente.

Com o avanço da tecnologia e da informação, após a segunda guerra mundial, como afirmam Bernardes e Ferreira (2007), surgiu a chamada “revolução ambiental” que promoveu significativas mudanças acerca da visão ambiental no mundo, onde a humanidade passou a ter um maior conhecimento passando a questionar e se preocupar com a gravidade desse problema.

Na década de 1980, as empresas pressionadas pela massa social, sobre as questões ambientais se viram diante de um dilema, pois como colocam Dias e Pimenta (2005, p.107), o desafio ambiental por um lado aspirava inserir a componente ambiental como estratégia, realizando investimentos em pesquisas e tecnologias, gestão de resíduos, capacitação de mão de obra e modificação de processos, entre outros, e por outro lado, a empresa poderia continuar competitiva no mercado, apesar do aparente aumento dos custos e desagrado social.

Quando a filosofia de enriquecer rapidamente der lugar a de cuidar dos produtos e dos recursos para proporcionarem lucros maiores, porém contínuos, o problema do impacto ambiental dará lugar a uma era de turismo responsável e sustentável. (RUSCHMANN 1997 p.120, apud DIAS e PIMENTA, 2005, p.107).

Levando em consideração a questão da atratividade para os turistas, o turismo sustentável deve inserir-se no mercado assegurando a conservação e preservação do meio ambiente, de seus recursos naturais e socioculturais, mantendo então a lucratividade através do reconhecimento do público a esses esforços, garantindo um período maior de foco as destinações, além do próprio retorno aos investimentos feitos na melhoria de seus processos.

Dias e Pimenta (2005, p.107), ainda observam que cada setor do turismo tem suas próprias questões com relação ao desenvolvimento sustentável da atividade, destacando-se os transportes, as vendas e a gestão das organizações, bem como as instalações e serviços de hospedagem, que serão objeto deste estudo.

Os meios de hospedagem são o maior setor da economia turística visto que eles podem ser compreendidos como “um empreendimento, público ou privado, que fornece entre suas atividades, serviço de acomodação” (SWARBROOK, 2000b, p. 34). É necessário levar em consideração que um meio de hospedagem faz parte de um sistema complexo, onde este relaciona-se diretamente com a comunidade local e o meio ambiente, precisando reconhecer e ultrapassar a barreira da individualidade e visualizar sua interação de modo sistêmico (apud DIAS & PIMENTA, 2005, p. 106).

As diversas atividades relacionadas aos meios de hospedagem podem ser geridas de modo mais sustentável através das estratégias criadas com o intuito de facilitar e trabalhar de forma sustentável as atividades, de modo que estas possam ser mais assertivas, diminuindo custos, gerando melhoria constante, e protegendo o meio ambiente, tornando-se uma das principais ferramentas econômicas na gestão ambiental.

A partir destas considerações, notando a importância de observar diretamente essa interação sistêmica de um hotel no âmbito sustentável, procurando a adequação de normas que possibilitem a avaliação das atividades realizadas pelo mesmo, que se deu a fomentação desta pesquisa, a qual pretende responder o seguinte questionamento: Como podem ser avaliadas as práticas de sustentabilidade em um hotel? Para responder a essa questão, determinou-se como objetivo geral desta pesquisa, avaliar o as práticas de sustentabilidade em um hotel localizado na cidade de Campina Grande - PB, e pode-se apontar o objetivo específico: Avaliar as ações realizadas pelo hotel com base em quatro dimensões estratégicas, sendo elas: água, energia, produtos e resíduos, e colaboradores e comunidade.

Esse estudo torna-se significativo por abordar a gestão ambiental, um tema de crescente importância no setor organizacional e educacional, permitindo o estreitamento da academia e as empresas locais, disseminando a troca de conhecimento e parcerias. Corroborando Loures (2009), afirma existir a necessidade de que os administradores tenham bom julgamento nos assuntos que se referem ao meio ambiente, mas que isso só é possível com a introdução de aperfeiçoamentos substanciais nos cursos de administração.

Assim também, faz-se relevante esta pesquisa à contribuição ambiental, visto que traz a possibilidade de acesso ao conhecimento e aplicação da gestão ambiental, observando as necessidades do setor hoteleiro, buscando participação e reconhecimento, melhorando sua imagem e função social como organização de modo que, se possa, em um futuro próximo, que todas as organizações tenham consciência/sensibilidade e oportunidade de serem ambientalmente responsáveis.

Nesse contexto onde cada vez mais busca-se abertura para serem discutidas formas de diminuir os impactos negativos causados pelas organizações, que é de suma importância para estudantes de administração que devem estar atentos a gestão de negócios inovadora e sustentável, justificando assim a importância de pesquisas e trabalhos como este, que são cada vez mais necessários e pertinentes.

Gestão ambiental no setor hoteleiro: um breve relato

Acredita-se que historicamente os hotéis tenham sido criados na Grécia antiga devido os Jogos Olímpicos, que atraía multidões que necessitavam de lugares para dormir, surgindo assim a primeira hospedagem, que tinha por função acolher esses visitantes (Vieira & Candido, 2003, p. 27).

Já durante a Idade Média, na Europa, eram as tabernas e as pousadas que se tornavam populares. Estas eram públicas com fins lucrativos, localizadas em povoados e eram cedidos a viajantes com intenção apenas de repouso por curto período ou para refeição durante uma viagem e eram caracterizadas pelo ambiente simplório e rústico (Otto, 2017).

A explosão dos intitulados “*Grand Hotels*” se deu no período da Revolução Industrial que, juntamente com o transporte ferroviário e marítimo, despertou além dos viajantes a negócios, uma nova classe de viajantes a lazer que queriam manter o padrão de serviço e estilo de suas luxuosas casas (OTTO, 2017). O autor ainda afirma que com o passar do tempo, os conceitos de hotelaria foram evoluindo conforme a demanda dos clientes, essa demanda se dava pela constante evolução dos meios de transporte que tornavam as viagens ainda mais acessíveis.

Cada vez mais os hotéis tinham a intenção de se apresentar confortáveis e sofisticados, e há um conceito que perdura aos longos anos da indústria hoteleira: a ideia de que o cliente não é simplesmente um cliente, mas um hospede. O relacionamento dos *hotelier*ⁱⁱ com os hóspedes deve ser de como tratariam amigos que estão de visita a sua casa, como afirmam HAYES e NINEMEIER (2005).

Ainda conforme os autores colocam, os hotéis devem apresentar características comuns que validem sua excelência, e são elas:

- **Ênfase em segurança, limpeza e serviços:** a segurança e a limpeza são aspectos de suma importância, assim como a amabilidade e atenção dos funcionários com hóspedes.
- **Inseparabilidade:** é impossível separar a construção de um apartamento de sua venda.
- **Percibilidade:** parte da ideia de que apartamentos não ocupados são como poltronas vazias num avião que acaba de decolar. A receita não será recuperada.
- **Padronização:** Os procedimentos adotados no preparo de um apartamento para ocupação e ao servir determinada refeição ou bebida são basicamente os mesmos. Esse ponto tende a ser um desafio perante a conveniência de atender cada cliente conforme suas necessidades.
- **Qualificação de mão de obra:** grande parte da rotina de um hotel depende de funcionários, e que sejam capacitados para suas funções. É difícil para o ramo de

hotelaria substituir em grande número sua mão de obra por tecnologia e equipamentos, por exemplo.

As questões enfrentadas pelos hotéis e seus gestores dizem respeito a muitas vertentes. Pode-se citar principalmente a contenção de custos, onde essa não pode interferir na qualidade do serviço prestado; a competição acirrada entre os hotéis, pois a oferta é maior que a demanda de hóspedes, e cada vez mais os hotéis buscam meios estratégicos para se tornar competitivos e atrativos; e também há questões ligadas ao marketing, crescentes pela facilidade de acesso que a internet proporciona, que pode ser um auxílio ou uma desvantagem se não for bem gerida. Todas essas questões podem ter parcialmente resolução dentro de uma gestão sustentável bem elaborada para os hotéis de modo que seja sempre focada a questão da sustentabilidade.

Evolução da gestão ambiental no turismo e nos meios de hospedagem

É notável que o turismo não repercute apenas no ambiente físico, mas em outros ambientes passíveis de transformações, como o social, cultural, ambiental e o econômico. A defesa do turismo sustentável vem da premissa de que se, por um lado, ele pode amenizar problemas socioeconômicos por meio da geração de emprego e renda, por outro pode vir a ser um fator de degradação do meio ambiente e do meio sociocultural.

Sustentando esse argumento, Ruschmann (1997, apud DIAS e PIMENTA, 2005, p. 101), afirma que o conceito de turismo sustentável e o desenvolvimento sustentável estão intimamente ligados. Pode-se entender então que, conforme o turismo depende da preservação dos meios em que se encontra para manter-se atrativo, ele deve encontrar equilíbrio entre a preservação e suas atividades (de gestão e econômica), de modo que uma seja complemento da outra e chegar a esse equilíbrio não é uma tarefa fácil, visto que o controle depende de critérios subjetivos, políticas ambientais e turísticas que estão vigentes

Dentre vários termos e definições para o turismo sustentável, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo e a Organização Mundial do Turismo (WTTC/WTO, 1995) entendem que:

Turismo sustentável é aquele que busca atender as necessidades dos turistas atuais enquanto protege e incrementa as oportunidades para o futuro, por meio de produtos e serviços que sejam operados em harmonia com o meio ambiente local, a cultura e comunidades, de modo que estas se tornem beneficiárias e não vítimas do desenvolvimento do turismo (WTTC/WTO, 1995).

A AIEST – *International Association of Scientific Experts in Tourism* (Associação Internacional de Peritos Científicos em Turismo) aponta quatro características para o desenvolvimento sustentável da atividade turística (SEATON, 1991, apud. RUSCHMANN, 1997, p. 112):

- **Respeito ao meio ambiente natural:** o turismo não pode colocar em risco ou agredir irreversivelmente as regiões nas quais se desenvolve.

- **Harmonia entre a cultura e os espaços sociais da comunidade receptora:** sem agredi-la ou transformá-la.

- **Distribuição equitativa:** dos benefícios do turismo entre a comunidade receptora, os turistas e os empresários.

- **Um turista mais responsável e atencioso:** receptivo as questões da conservação ambiental.

Em abril de 1995, segundo Dias e Pimenta (2005, p. 103), houve por iniciativa da ONU – Organização das Nações Unidas, uma conferência sobre Turismo Sustentável. O produto desta conferência foi uma carta elencando princípios e objetivos que devem ser adotados pela comunidade internacional, em especial governos, profissionais da área, associações e instituições públicas e privadas relacionadas ao turismo e aos próprios turistas.

Mesmo com todo aparato, o conceito do desenvolvimento sustentável para o turismo ainda tem sido associado apenas a capacidade de carga. Para McIntyre (1992) “a capacidade de carga pode ser definida como o número de turistas que determinado espaço pode receber sem prejuízos físicos para seus ecossistemas”, e por essa questão, não seria considerado realmente sustentável, como coloca Coopet et al. (2001, p. 228) onde se a “capacidade de carga for excedida, com relação a qualquer das áreas de impacto, o processo de desenvolvimento do turismo será limitado e o desenvolvimento poderá ser considerado não sustentável” (apud DIAS e PIMENTA, 2005, p. 104).

Contudo, é importante ressaltar que o turismo é apenas um dos fatores que podem transformar o ambiente, e torna difícil estabelecer quais são os efeitos causados apenas pelo turismo e quais podem ser explicados por outros fatores.

Já os meios de hospedagem têm sido influenciados pelo crescimento dos padrões éticos dos negócios. Ainda há muita resistência como afirmam Dias e Pimenta (2005, p. 106), mas cada vez mais as empresas vêm incorporando questões ambientais de forma estratégica, adquirindo diferencial para competir no mercado.

As certificações que garantem a sustentabilidade dos meios de hospedagem são consideradas caras, como mostra um estudo realizado pela OMT – Organização Mundial do Turismo em 2002 tem impedido o progresso da implementação na maioria dos casos (DIAS & PIMENTA, 2005, p. 111).

Outro ponto que merece atenção é que com o crescente discurso sustentável, existe uma tendência ao modismo, e assim, um incentivo à cultura de desonestidade no cumprimento das normas para alcançar resultados de marketing, quanto também o uso

desenfreado e sem sentido da palavra sustentabilidade em toda situação. Alertando esse pensamento, Capra (1975, p. 67), diz:

[...] a nossa sociedade atual, a qual não reflete o harmonioso estado de inter-relacionamento que observamos a natureza. Para se alcançar tal estado de equilíbrio dinâmico, será necessária uma estrutura social e econômica radicalmente diferente: uma revolução cultural na verdadeira concepção da palavra. A sobrevivência de toda nossa civilização pode depender de sermos ou não capazes de realizar tal mudança (CAPRA, 1975, p. 67 apud DIAS e PIMENTA, 2005).

Com isso, deve-se cada vez mais estar atento ao desempenho das organizações e quais aparatos legais as subsidiam para então, ter a certeza da fidelidade da ação sustentável promovida pela mesma.

Posicionamento ambiental nas organizações

Para Orsato (2002), a última década foi marcada por um debate entusiasmado na área dos negócios quanto ao meio-ambiente. A questão principal pertinente a esse debate era a justificativa econômica no tocante da lucratividade em investir na questão ambiental por parte das empresas. Ou seja, se vale a pena investir no “verde”.

Impulsionados ainda pelo mercado, governo e a sociedade, as empresas passaram a procurar modos de se adaptar a gestão ambiental. Sanches (2000) aponta que a integração da variável ambiental na empresa pode ocorrer de duas maneiras, sendo:

- a) **Reativa**, ativada por ameaças tecnológicas, punições e sanções legais;
- b) **Proativa**, mediante a incorporação da problemática ambiental no processo de formulação de metas e objetivos de longo prazo da organização.

Para a autora, as empresas que adotam posturas proativas em relação ao meio ambiente agem incorporando os fatores ambientais em suas metas, políticas e estratégias, e considerando os riscos e os impactos ambientais não só de seus processos produtivos como também de seus produtos.

Neste tipo de abordagem, a proteção ambiental passa a fazer parte do objetivo estratégico de das empresas, passando o meio ambiente a não ser encarado como custo aditivo, mas como uma possibilidade de lucros, sendo esta ideia compartilhada por Donaire (1999).

Ainda pode-se firmar a consolidação de um posicionamento proativo pelas seguintes características segundo Rohrich e Cunha (2004):

- Envolvimento da alta gerência para com a problemática ambiental;
- Autoridade ambiental formalizada;

- Influência da variável ambiental no processo de formulação da estratégia da empresa.

Pode-se notar que com essa mudança na percepção da gestão ambiental nas empresas, a questão tem se tornado cada vez mais complexa, exigindo constante atenção e adaptação as novas exigências, que em um considerável espaço de tempo deixaram de ser apenas leis e conformidades legais.

Voltando a atenção para possibilidades de estratégias no contexto da hotelaria e turismo, para desenvolvimento e mensuração de atividades sustentáveis, e partindo de outros estudos sobre a implantação da gestão ambiental em hotéis, são observados alguns meios gerais de minimizar os impactos ambientais causados por essas organizações.

As dimensões e estratégias ambientais utilizadas por hotéis que podem nortear estratégias proativas a serem utilizadas, e exercem a função de avaliar o posicionamento ambiental dos hotéis são: Água; Energia; Produtos e Resíduos; e Colaboradores e Comunidade (Tabela 1).

TABELA 1 – Dimensões e estratégias ambientais utilizadas por hotéis	
Dimensões	ESTRATÉGIA
Água	Economia de água
	Utilização de chuveiros de baixo fluxo e aeradores nas pias
	Vasos sanitários com descarga dupla
	Reuso de água
	Tratamento de águas
	Uso de água residual tratada para irrigação de jardins
	Utilização de equipamentos econômicos
Energia	Uso de energia solar
	Sistema de controle e poupança de energia
	Utilização de lâmpadas eficientes
Produtos e resíduos	Reciclagem de resíduos
	Utilização de produtos de limpeza ecológicos
	Utilização de papel reciclado
	Coleta seletiva de resíduos sólidos
	Tratamento de efluentes
	Logística reversa
	Produção mais limpa (P+L)
Colaboradores e comunidade	Eco design
	Educação ambiental
	Organização de atividades ambientais
	Apoio a organizações não governamentais (ONGs) ambientais

Fonte: Tabela reproduzida de Colombo e Salgado (2015), com base em Mensah (2006), Erdogan e Baris (2007), López-Gamero et al. (2009), Borchardt, Wendt, Sellitto e Pereira (2010), Barbieri (2011), Dias (2011), Seiffert (2011) e Ladeira, Maehler e Nascimento (2012).

Deste modo, pretendeu-se fazer um levantamento de informações junto ao hotel para identificar o que já tem sido posto em prática em suas atividades, de acordo com as estratégias que podem ser utilizadas de forma que este venha ser eficiente e eficaz, utilizando-as de maneira correta na sua gestão ambiental.

Metodologia

Essa investigação possui caráter exploratório-descritivo, pois utilizou de dados primários levantados por meio da aplicação da pesquisa, além de não objetivar a elaboração de hipóteses a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto estudado (CERVO, BERVIAN, e SILVA, 2006). Delineia-se ainda como estudo de caso, tendo um caráter de profundidade e detalhamento em uma unidade organizacional específica, o Hotel X (YIN, 2005).

A metodologia deste estudo abordou como diretriz a tabela de Dimensões e estratégias ambientais utilizadas por hotéis (tabela 1). A delimitação deste estudo é avaliar as práticas de sustentabilidade através da observação das atividades que são realizadas ou não pelo Hotel X.

Além disso, para o levantamento dos dados, as técnicas utilizadas foram: entrevista semiestruturada, pesquisa bibliográfica e observação não participativa. A primeira delas foi realizada por meio de um roteiro preestabelecido com a gerente do hotel a ser entrevistada, o que possibilitou esclarecimentos acerca das questões abordadas. As questões foram abertas, onde buscou-se apurar o nível de conhecimento por parte da gerencia sobre política ambiental, SGA's (sistemas de gestão ambiental) e também de normas e certificações ambientais, como a ISO14.001. Além disso, buscou-se identificar se cada atividade indicada nas dimensões listadas tabela 1, eram realizadas pelo hotel, há quanto tempo e de que maneira eram realizadas. As informações obtidas foram organizadas e podem ser observadas na tabela 2: Dimensões e estratégias ambientais utilizadas pelo hotel X – Resultados, a seguir.

Caracterização do hotel

A rede regional de Hotéis X teve início do intuito se seus fundadores em contribuir com o desenvolvimento de sua cidade natal, Garanhuns, PE em 1989. Hoje a empresa

conta com seis unidades nas principais cidades dos Estados de Pernambuco e no Estado da Paraíba, além de mais quatro empreendimentos em construção. A empresa possui fortes valores como foco total no cliente, valorização de sua cultura e excelência no serviço. Contam com mais de 300 empregos diretos, como camareiras, cozinheiros recepcionistas entre outros.

O hotel foco deste estudo é o Hotel X localizado na cidade de Campina Grande, no Estado da Paraíba. Campina Grande é um importante centro universitário, contando com vinte e uma universidades e faculdades. O município é ainda considerado a cidade mais dinâmica do Nordeste e a 6ª mais dinâmica do Brasil, segundo “A Gazeta Mercantil” foi apontada como uma das 20 metrópoles brasileiras do futuro.

Na questão de turismo, o município sedia ainda variados eventos culturais, destacando-se os festejos de São João, que acontecem durante todo o mês de junho e parte do mês de julho (chamado de “O Maior São João do Mundo”), encontros religiosos como o Encontro da Nova Consciência e o Encontro para a Consciência Cristã, realizados durante o carnaval, além do Festival de Inverno realizado entre os meses de julho e agosto.

Esses eventos costumam atrair um grande público a cidade. É comum haver grande lotação dos hotéis com antecedência e durante os eventos realizados. Nesse ponto, o Hotel X tem como aspecto positivo sua localização, estando em uma área nobre e de fácil acesso a shoppings, rodoviária, pontos turísticos e o centro comercial da cidade. Segundo dados fornecidos pela gerencia do hotel, 50% de seus hospedes procuram suas acomodações em busca de descanso e lazer, 40% por questões de negócios e acadêmicas e 10% vem a cidade por outras questões.

Resultados

Contexto geral do posicionamento ambiental do hotel

Em vista dos dados apresentados pela entrevista realizada com a gerência, notou-se que há uma disposição do hotel para a realização de atividades sustentáveis, embora não exista fundamentação dessas atividades em um modelo resolutivo de gestão ambiental e nem existam metas pré-estabelecidas que meçam o progresso e efetividade quando realizadas. Essas atividades avaliadas foram estabelecidas com base na Tabela 1 (pág. 9), que é organizada em quatro dimensões básicas, resultando nos dados que se encontram abaixo (Tabela 2).

TABELA 2– Dimensões e estratégias ambientais utilizadas pelo hotel X: Resultados

Dimensões	Estratégia	Realiza	Como?
Água	Economia de água	Sim	Em alguns ambientes internos do hotel. Nos apartamentos são colocadas apenas notificações sobre consumo consciente.
	Utilização de chuveiros de baixo fluxo e aeradores nas pias	Não	Não realizam, pois pode influenciar negativamente na avaliação de qualidade pelos hóspedes.
	Vasos sanitários com descarga dupla	Sim	Em alguns apartamentos recentemente reformados, os sanitários já foram trocados por esse modelo mais econômico.
	Reuso de água	Sim	Recolhem a água que ainda pode ser útil para reutilizar em processos internos do hotel.
	Tratamento de águas	Não	Não possuem estação de tratamento própria.
	Uso de água residual tratada para irrigação de jardins	Sim	Um dos destinos da água coletada para reuso é a irrigação dos jardins.
	Utilização de equipamentos econômicos	Sim	São utilizados alguns equipamentos classificados como econômicos (selos do INMETRO)
Energia	Uso de energia solar	Sim	Utilizam placas solares, responsáveis apenas pelos aquecimentos dos chuveiros dos apartamentos. Quando não são suficientes são ligados os disjuntores de energia elétrica.
	Sistema de controle e poupança de energia	Sim	Sistemas de sensores de presença para lâmpadas.
	Utilização de lâmpadas eficientes	Sim	São utilizadas lâmpadas econômicas fluorescentes.
Produtos e resíduos	Reciclagem de resíduos	Sim	Possuem vínculo com cooperativas que fazem a coleta dos resíduos sólidos, eletrônicos e óleos utilizados no hotel.
	Utilização de produtos de limpeza ecológicos	Não	Não fazem uso desse tipo de produto.
	Utilização de papel reciclado	Não	Não fazem uso desse tipo de produto.

	Coleta seletiva de resíduos sólidos	Sim	Os resíduos são separados por um colaborador e destinados de maneira correta. Não existem lixeiras seletivas no ambiente.
	Tratamento de efluentes	Não	Não possuem estação de tratamento de seus efluentes.
Colaboradores e comunidade	Educação ambiental	Não	Não realizam atividades do tipo.
	Organização de atividades ambientais	Não	Não realizam atividades do tipo.
	Apoio a (ONGs) ambientais	Sim	Possuem parceria com as cooperativas de reciclagem.
	Apoio à comunidade local	Sim	As cooperativas são locais, e tem ligação direta com a comunidade. Não são realizadas outras atividades ligadas a esse público.

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Revisão das dimensões estratégicas ambientais utilizadas por hotéis

Para Colombo e Salgado (2015), as dimensões estratégicas são meios de minimizar os impactos ambientais causados pelas organizações. Essas práticas ou ações ambientais são estabelecidas pelos SGA's e comumente são encontradas em hotéis, além disso, podem atuar como linhas de ações de modo a operacionalizar um sistema de gestão ambiental.

As estratégias foram divididas em quatro dimensões sendo elas: consumo de água, consumo de energia, produtos e resíduos sólidos, e colaboradores e comunidade. A seguir elas serão explanadas de maneira mais ampla, a se fazer entender melhor cada etapa de análise.

Consumo de água

Esta dimensão tem como objetivo estabelecer estratégias para minimizar o desperdício no consumo de água. Pode-se observar que o Hotel X faz uso de algumas dessas estratégias, sendo elas:

- **Economia de água:** realiza nos ambientes internos do hotel. A estratégia não é utilizada nos apartamentos pois pode influenciar negativamente na percepção dos clientes sobre as acomodações.
- **Utilização de chuveiros de baixo fluxo e aeradores nas pias:** Do mesmo modo ocorre com esse método, e não é utilizado pois pode diminuir a percepção de qualidade dos clientes.
- **Vasos sanitários com descarga dupla:** Após reformas feitas em alguns apartamentos, os vasos sanitários foram trocados por modelos mais recentes, que possuem a descarga dupla. Acredita-se que mais adiante, conforme forem sendo feitas as reformas, todas as acomodações terão esse tipo de sistema de economia.
- **Reuso de água:** É feito recolhimento da água de ambientes internos e que ainda pode ser útil para o consumo em outras atividades sem necessidade de tratamento.
- **Tratamento de águas:** Não possuem nenhum tipo de estação de tratamento interna pelo custo elevado de se adquirir equipamentos, estrutura e mão de obra qualificada para atividade.
- **Uso de água residual tratada para irrigação de jardins:** Uma das destinações da água recolhida no tópico de reuso é a irrigação dos jardins, além de ser utilizada para limpeza de áreas comuns e banheiros do hotel.

- **Utilização de equipamentos econômicos:** Segundo a gerência, são utilizados aparelhos econômicos, mas não foi informado por quais parâmetros os aparelhos são classificados.

Consumo de energia

Quanto ao consumo de energia, temos as seguintes estratégias de mitigação de desperdícios:

- **Uso de energia solar:** o hotel faz uso de placas solares, mas a energia destas é revertida para uso exclusivo do aquecimento dos chuveiros dos apartamentos. Ainda assim, quando a captação das placas não é suficiente, são ligados os disjuntores de energia elétrica.
- **Sistema de controle e poupança de energia:** é utilizado o sistema de sensores nos ambientes, além de alertas didáticos de conscientização nos apartamentos.
- **Utilização de lâmpadas eficientes:** são utilizadas nos ambientes do hotel lâmpadas fluorescentes, consideradas de consumo eficiente.

Produtos e resíduos

Nas estratégias de produto e resíduos, as organizações devem ter atenção ao ciclo de vida de produtos, principalmente quanto a seu descarte, assegurando que seja feito conforme as normas de preservação do meio ambiente.

- **Reciclagem de resíduos:** o hotel possui vínculo com cooperativas locais, que fazem a coleta dos resíduos sólidos, aparelhos eletrônicos e de óleos residuais da cozinha do hotel periodicamente. É muito importante para o hotel que seja feita essa coleta, evitando que grande quantidade de resíduos seja descartada incorretamente no meio ambiente.
- **Utilização de produtos de limpeza ecológicos:** não fazem uso desse tipo de produto, por não possuírem conhecimento sobre utilização de produtos ecológicos alternativos.
- **Utilização de papel reciclado:** Também não fazem uso de papel reciclado em nenhum dos ambientes do hotel. É interessante que seja feita progressivamente o uso do papel reciclado, mesmo que esse seja focado nos processos internos.
- **Coleta seletiva de resíduos sólidos:** Segundo a gerente do hotel, é feita a coleta seletiva, mas essa é realizada por um colaborador, responsável pela

separação e destinação final correta dos resíduos. Não há em nenhum ambiente do hotel lixeiras seletivas.

- **Tratamento de efluentes:** Não tem estações de tratamento de efluentes pelo elevado custo de instalação de estação desse modelo.

Colaboradores e comunidade

Esse ponto diz respeito a organização como agente na comunidade local, agindo através de ações conscientes e solidas de responsabilidade ambiental e social.

- **Educação ambiental:** Não existe nenhum tipo de atividade ligada a educação ambiental no hotel X.
- **Organização de atividades ambientais:** Também não é feita nenhuma ação por parte do hotel quanto a atividades de cunho ambiental.
- **Apoio a (ONGs) ambientais:** A gerência considera que existe apoio, já que possui vínculo com cooperativas locais de coleta e reciclagem de resíduos.
- **Apoio à comunidade local:** Também é visto como apoio a comunidade local, já que as ONGs são ligadas a comunidade. Porém, não são realizadas outras atividades direcionadas a esse público.

Deste modo, após a análise conjunta das respostas obtidas e das atividades então realizadas pelo hotel dentro das dimensões estratégicas de ações sustentáveis pode-se constatar que são realizadas algumas práticas de sustentabilidade no Hotel X, sendo necessárias algumas ressalvas.

Conforme analisou-se no levantamento bibliográfico, é importante que haja um equilíbrio entre a preservação ambiental e as atividades dos meios de hospedagem (de gestão e econômica), de modo que uma seja complemento da outra. No levantamento dos dados percebeu-se que o hotel tem realizado a maior parte das atividades com caráter econômico, visando apenas a redução de custos operacionais, não se preocupando com outros aspectos que dizem respeito a implantação das práticas sustentáveis, como: a educação ambiental, a coleta seletiva e o uso de papeis e matérias reciclados. Esse posicionamento faz o hotel se afastar de políticas sustentáveis efetivas, já que não estipulam metas, prazos e comprometimento fundamentado com a questão da sustentabilidade.

Deve-se levar em consideração que a educação ambiental é uma ferramenta importante para a gestão ambiental e como meio indutor de mudanças de hábitos dos indivíduos envolvidos, uma vez que contribui com o processo de mudança de atitudes (SOARES, I. A *et. Al*). Então, só se pode chegar a resultados satisfatórios quando todos os colaboradores e clientes estão engajados com as práticas sustentáveis. Assim, é importante

reforçar que sejam feitas ações de conscientização e educação ambiental no hotel, de modo que esta possa causar uma sensibilização sobre a contribuição para preservação do planeta.

Outro ponto importante foi a avaliação do conhecimento por parte da gerência quanto as normas e práticas ambientais, que apresentou-se superficial e escasso, levando a avaliar o posicionamento ambiental como pouco proativo e não consolidado, pois como a entrevistada afirma, não há envolvimento da alta gerência para com a problemática ambiental; não existe uma autoridade ambiental formalizada; e não há Influência da variável ambiental no processo de formulação da estratégia do hotel.

Quanto as considerações sobre as dimensões nas práticas sustentáveis, verificou-se que são tomadas algumas medidas quanto a redução do consumo de água e energia. As medidas quanto ao consumo de água são sutis e não muito eficientes no tocante da sensibilização dos hóspedes e de economia. A gerencia do hotel afirma não realizar o uso de controladores de vazão em vasos sanitários e chuveiros com receio de influenciar negativamente a avaliação dos hóspedes quanto as instalações do hotel, o que causa uma perda significativa, visto que esses controladores podem chegar a uma economia de até 30% da água utilizada (CAON, 2008). Já a reutilização da água é feita de forma consistente, e pode ser vista como uma boa prática e que deve ser continuada.

Sobre as ações para a economia de energia elétrica no hotel, as práticas são mais consolidadas. Verificou-se a existência de sensores de presença, alertas didáticos de conscientização nos apartamentos, uso de lâmpadas de baixo consumo, além da utilização de placas solares, ainda que utilizadas parcialmente, mas já constituem uma pratica relevante, podendo ser estendida posteriormente, voltada para uma maior economia de energia e participação maior de uma fonte renovável de energia.

Na dimensão de produtos e resíduos, verificou-se se há existência de coleta seletiva, armazenamento, reutilização e reciclagem dos resíduos gerados, bem como sua destinação final, e investigou-se ainda como é feito o descarte do óleo de cozinha, pois segundo Conceição et al. (2011) uma vez jogado no lixo ou no ralo da pia, esse óleo pode desencadear problemas como, entupir o encanamento, impermeabilizar fossas sépticas, além da contaminação de rios e lençóis freáticos. A questão da coleta seletiva pode ser considerada relapsa, pois não há presença de lixeiras seletivas, a separação e destinação é feita por um colaborador apenas. O óleo de cozinha e as baterias e pilhas que são considerados danosos ao meio ambiente se não descartados de maneira correta são separados pelo hotel e entregues também a cooperativa de reciclagem.

Um ponto de atenção é quanto as demais etapas do processo de gerenciamento dos resíduos sólidos, que devem ser levadas em consideração além do que é realizado pelo

hotel, como exemplo, se depois de feita a coleta, os resíduos são destinados corretamente pela cooperativa.

Para a última dimensão, colaboradores e comunidade, pôde-se observar que não existe por parte do hotel, atividades que sejam eficazes e relevantes para a comunidade, seja ela interna ou externa. A falta de conhecimento e interesse leva a esse posicionamento, e deve ser revisto, pois existem múltiplas possibilidades de ações e práticas ambientais que podem ser desenvolvidas em estabelecimentos de hospedagem que buscam uma maior sustentabilidade ambiental.

Considerações finais

O hotel analisado está iniciando seu processo de gestão ambiental, o que foi comprovado nesta pesquisa sobre a avaliação de práticas de sustentabilidade ambiental em meios de hospedagem. Mesmo se localizando em um cidade do interior, o estabelecimento mostra preocupação com o meio ambiente e com seus clientes.

Os dados obtidos por meio da entrevista realizada mostraram que o hotel efetua algumas práticas sustentáveis, embora careça de aprofundamento sobre conceitos essenciais da gestão ambiental. É notória a falta de conhecimento, comprometimento dos gestores do hotel com uma política ambiental construtiva, acarretando em uma gestão que concentra suas preocupações apenas nas questões referentes à diminuição dos custos operacionais.

Dessa forma, o hotel X se caracterizou por um posicionamento ambiental pouco proativo e não consolidado, ainda que detectadas ações e práticas ambientais de efeitos positivos, como a redução no consumo de água e energia e a correta destinação de óleos e componentes de risco como pilhas e baterias de eletroeletrônicos, a gestão ambiental não é o principal foco dessas ações, o que pode comprometer a possibilidade do desenvolvimento de uma gestão com estruturas ambientalmente mais equilibradas.

Ademais, este trabalho denota que essa temática requer ainda bastante atenção e participação da academia, como fomentadora das boas práticas de sustentabilidade por meio das organizações, induzindo a uma ampliação de sua visão acerca dos problemas ambientais, mostrando que é possível haver equilíbrio entre sustentabilidade, estratégia e vantagem competitiva no meio turístico.

Por fim, acredita-se que é necessário estudos futuros que possam ampliar esse tipo de avaliação em hotéis da região, de forma que se possa gerar um melhor debate e engajamento dos meios de hospedagem na questão do turismo sustentável.

Referências

- BERNARDES, J. A., & FERREIRA, F. P. M (2003). Sociedade e natureza. In: CUNHA, S. B.; GUERRA, A. J. T. *A questão ambiental: diferentes abordagens* (p.17-42). Rio de Janeiro: Bertrand.
- Blog da Gabriela Otto - *A história e futuro dos hotéis*. Disponível em: <http://gabrielaotto.com.br/blog/3605-2/>. Acesso em: 19 de abril de 2019.
- BORGES, F. H., & TACHIBANA, W. K. *A Variável Ambiental e as Organizações: Um estudo de caso*. Pontifícia Universidade de São Paulo - PUC-CAMPINAS. São Paulo.
- CÂNDIDO, Í. V., & VIEIRA, E. (2003). *Gestão de Hotéis: técnicas, operações e serviços*. EDUCS, Caxias do Sul, 2003 (Coleção Hotelaria).
- CAON, M. *Gestão ambiental nos hotéis* (2008). In: CAON, M. *Gestão estratégica de serviços e hotelaria*. São Paulo: Atlas.
- Centro europeu profissões e idiomas - *Breve história da hotelaria*. Disponível em: <http://centroeuropeu.com.br/blog/breve-historia-da-hotelaria/> . Acesso em: 11 de abril de 2019.
- CERVO, A. L., BERVIAN, P. A., & SILVA, R. (2006). *Metodologia científica* (6 ed.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- CHAN, E. S. W., & HAWKINS, R. (2010). *Attitude towards EMSs in an international hotel: an exploratory case study* (p. 641-651). *International Journal of Hospitality Management*.
- COLOMBO, R.C., & C. C. R. SALGADO. (2015). *Sistema de gestão ambiental no Verdegreen Hotel – João Pessoa/PB: um estudo de caso sob a perspectiva da Resource-Based View*. *Rev. Adm. Mackenzie*. São Paulo, SP.
- CONCEIÇÃO, M. T. et al. (2011) O projeto: Reuso de óleos de cozinha e seus impactos ambientais e sociais. In: FEIRA DOS MUNICÍPIOS E MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA BAHIA, 10(1). Anais... Catu/BA: IFBA, 2011.
- DIAS, R., & PIMENTA, M. A. (2005). *Gestão de Hotelaria e Turismo*. São Paulo: Pearson.
- DONAIRE, D. (1999). *Gestão ambiental na empresa*. 2.ed. São Paulo: Atlas.
- GAZONI, J. L. Sustentabilidade em meios de hospedagem. In: DIAS, R.; PIMENTA, M. A. (Org.). *Gestão de Hotelaria e Turismo* (p. 96-126). 1ed. São Paulo/Brasil: Pearson Prentice Hall.
- GERHARDT, T. E. e SILVEIRA, S. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- HAYES, D. K., & NINEMEIER, J. D. (2005). *Gestão de Operações Hoteleiras*. São Paulo: Pearson.
- LOURES, R. C. da R. *Sustentabilidade XXI: educar e inovar sob uma nova consciência*. São Paulo: Gente, 2009
- LOZANO, M., & VALLÉS, J. (2007). *An analysis of the implementation of environmental management system in a local public administration*. *Journal of Environment Management* 82, p. 495-511.
- MACHADO, G. S. (2011). *Implantação de um sistema de gestão ambiental (SGA) em uma concessionária de veículos*. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Economia e Meio Ambiente com Ênfase em Negócios Ambientais). Universidade Federal do Paraná – UFPR. Paraná, Brasil.

- MALHOTRA, N. K. (2006). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada* (6a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- ORSATO, R. J. (2002). *Posicionamento Ambiental Estratégico: Identificando Quando vale a pena investir no verde*. REAd – Edição Especial, v. 8, n.6.
- ROHRICH, S. S., & J. CUNHA. (2004). *A proposição de uma taxonomia para a análise da gestão ambiental no Brasil*. Revista de Administração Contemporânea (RAC), Curitiba: Anpad, v.8, n.4, p.86-9.
- SANCHES, C. S. (2000). *Gestão Ambiental Proativa*. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.40, n.1, p. 76-87.
- SOARES, I. A; et. al. (2014) *Análise das Ações e Práticas Ambientais em Meios de Hospedagens em Mossoró, Rio Grande Do Norte, Brasil*. GeoTemas - Pau dos Ferros, Brasil, v. 8, n. 3, p. 7-28, out./dez. 2018
- SEIFFERT, M. E. B. (2010). *ISO 14.001 Sistemas de Gestão Ambiental – Implantação objetiva e econômica*. 3ª Edição, Editora Atlas, São Paulo, Brasil.
- YIN, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (3a ed.). Porto Alegre: Bookman.

Recebido em: 19/06/2019

Aprovado em: 01/07/2019

Área de Proteção Ambiental Jenipabu e Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão: um processo histórico conservacionista?

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

Artemísia dos Santos Soares¹⁷

Mayara Ferreira de Farias¹⁸

Francisco Fransualdo de Azevedo¹⁹

Resumo: A pesquisa buscou averiguar as relações entre conservação e consumo e suas influências no ecoturismo realizado nas UCs de uso sustentável selecionadas para este estudo. Para tanto, se teve como percurso metodológico uma abordagem qualitativa sob uma perspectiva crítica, baseada em pesquisa bibliográfica e documental e realização de entrevistas semiestruturadas com três grupos de agentes, a saber: gestores/técnicos, comunidade e ecoturistas envolvidos com o ecoturismo nas UCs selecionadas. Para a fixação das unidades de análise e categorias, tomou-se como referência autores que realizam crítica à sociedade do consumo e apresentam as principais características do meio técnico-científico-informacional predominante. Os principais resultados revelam que a criação da APAJ foi movida por uma intencionalidade mercantil gerada por uma atividade turística massificada presente na área, gerada como um consumo de moda e vastamente midiático. Já a criação da RDSEPT, apesar de ter também como pressuposto para criação uma pressão mercadológica de atividades econômicas que visavam ali se instalar, embasadas num sentimento de transitoriedade das coisas, tais pressões geraram reações distintas das encontradas na história da APAJ. Ao final, concluiu-se que não se pode desconsiderar o atual contexto de consumo, uma vez que se torna premente um novo posicionamento do ecoturismo na sociedade contemporânea, levando em consideração as raízes teóricas e ideológicas que o criaram, priorizando, portanto, a conservação em sua totalidade, em detrimento do poder hegemônico do consumo.

Palavras-chave: Área de Proteção Ambiental. Jenipabu. Ponta do Tubarão. Processo Histórico. Reserva de Desenvolvimento Sustentável.

Abstract: The research sought to investigate the relationship between conservation and consumption and its influences on ecotourism carried out in the UCs of sustainable use selected for this study. To do so, a methodological approach was taken as a qualitative approach from a critical perspective, based on bibliographical and documentary research and semi-structured interviews with three groups

¹⁷ Doutoranda em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR-UFRN). Professora EBTT do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL) - Campus Maragogi. E-mail: artemisiasoares@yahoo.com.br

¹⁸ Doutoranda em Turismo pela UFRN (PPGTUR). Pesquisadora Voluntária no Grupo de Estudos e Pesquisas em Ciência Política (UFCG) - Linha de pesquisa: Políticas e desenvolvimento do Turismo. Pesquisadora Voluntária no Grupo de Pesquisa "Educação, Hospitalidade e Tecnologias" (IFRN). Pesquisadora Voluntária no Grupo de pesquisa em Marcas e Marketing (UFRN). E-mail: mayaraferreiradefarias@gmail.com

¹⁹ Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia - Minas Gerais, com Estágio Doutoral na Universidade de Barcelona - Espanha. Pós-Doutor pela Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita (UNESP). Atualmente é professor Associado do Departamento de Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Cursos de Licenciatura e Bacharelado), Docente do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRN (Mestrado e Doutorado) e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN (Mestrado e Doutorado). E-mail: ffazevedo@gmail.com

of agents: managers / technicians, community and ecotourists involved in ecotourism in selected UCs. For the determination of the units of analysis and categories, we took as reference authors who criticize the consumer society and present the main characteristics of the predominant technical-scientific-informational environment. The main results reveal that the creation of the APAJ was driven by a commercial intentionality generated by a mass tourism activity present in the area, generated as a consumption of fashion and vastly mediatized. Already the creation of the RDSEPT, although it also had as a presupposition to create a market pressure of economic activities that aimed to settle there, based on a feeling of transience of things, such pressures generated different reactions from those found in the APAJ's history. At the end, it was concluded that the current context of consumption can not be disregarded, since a new positioning of ecotourism in contemporary society becomes urgent, taking into account the theoretical and ideological roots that created it, thus prioritizing conservation in their totality, to the detriment of the hegemonic power of the consumption.

Keywords: Environmental Protection Area. Jenipabu. Ponta do Tubarão. Historical Process. Sustainable Development Reserve.

Resumen: *La investigación buscó averiguar las relaciones entre conservación y consumo y sus influencias en el ecoturismo realizado en las UCs de uso sustentable seleccionadas para este estudio. Para ello, se tuvo como recorrido metodológico un abordaje cualitativo desde una perspectiva crítica, basada en investigación bibliográfica y documental y realización de entrevistas semiestructuradas con tres grupos de agentes, a saber: gestores / técnicos, comunidad y ecoturistas involucrados con el ecoturismo en las UCs seleccionadas. Para la fijación de las unidades de análisis y categorías, se tomaron como referencia autores que realizan crítica a la sociedad del consumo y presentan las principales características del medio técnico-científico-informacional predominante. Los principales resultados revelan que la creación de la APAJ fue movida por una intencionalidad mercantil generada por una actividad turística masificada presente en el área, generada como un consumo de moda y ampliamente mediático. La creación de la RDSEPT, a pesar de tener también como presupuesto para crear una presión mercadológica de actividades económicas que pretendían instalarse, basadas en un sentimiento de transitoriedad de las cosas, tales presiones generaron reacciones distintas de las encontradas en la historia de la APAJ. Al final, se concluyó que no se puede desconsiderar el actual contexto de consumo, ya que se torna urgente un nuevo posicionamiento del ecoturismo en la sociedad contemporánea, teniendo en cuenta las raíces teóricas e ideológicas que lo crearon, priorizando, por lo tanto, la conservación en su totalidad, en detrimento del poder hegemónico del consumo.*

Palabras clave: Área de Protección Ambiental. Jenipabu. Punta del Tiburón. Proceso Histórico. Reserva de Desarrollo Sostenible.

Introdução

Na contemporaneidade o ecoturismo tem apresentado forte crescimento no mercado turístico mundial, acompanhando e fomentando um contexto de discussões globais sobre os problemas e as demandas ambientais, bem como evidenciando a necessidade de um aprofundamento científico através de um debate crítico sobre o imperativo do consumo

vivido atualmente, questionando-se as dinâmicas de consumo e conservação²⁰ que permeiam a prática ecoturística.

Este estudo se dedica a analisar o processo histórico de formação das Unidades de Conservação: Área de Proteção Ambiental Jenipabu (APAJ) e Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão (RDSEPT), ambas localizadas no RN, à luz do par contraditório conservação-consumo. A pesquisa buscou averiguar as relações entre conservação e consumo e suas influências no ecoturismo realizado nas UCs de uso sustentável selecionadas para este estudo.

Para tanto, se teve como percurso metodológico uma abordagem qualitativa sob uma perspectiva crítica, baseada em pesquisa bibliográfica e documental e realização de entrevistas semiestruturadas com três grupos de agentes, a saber: gestores/técnicos, comunidade e ecoturistas envolvidos com o ecoturismo nas UCs selecionadas. A pesquisa bibliográfica e documental envolveu também a análise de contexto sobre a região estudada, bem como as bases legais e principais documentos relacionados à gestão das UCs estudadas, como o Zoneamento Econômico-Ecológico (ZEE) e o Plano de Manejo. Vale informar que para a obtenção de relevantes informações acerca do processo de formação das UCs foram entrevistados também pesquisadores e ambientalistas envolvidos no processo histórico das UCs.

Após a transcrição das entrevistas, foi realizada análise de conteúdo, sendo esta técnica de análise utilizada objetivando contribuir para o processo de busca e reconhecimento do conteúdo das mensagens contidas nas entrevistas. A análise foi realizada utilizando-se duas unidades de análise (consumo e conservação) subdivididas em doze categorias (ver quadro abaixo). Para a fixação das unidades de análise e categorias, tomou-se como referência autores que realizam crítica à sociedade do consumo e apresentam as principais características do meio técnico-científico-informacional predominante, tais como Santos (1987; 1988; 1994; 2001; 2006), Guerreiro Ramos (1989) e Rodrigues (1996; 2003); e autores que tratam historicamente e cientificamente a relevância do conceito de conservação, existente na gênese e no discurso do ecoturismo, descrevendo também suas características essenciais, como Diegues (1998; 2000), Rodrigues (2001), Pires (2002) e Neiman & Rabinovici (2010).

²⁰ Conservação ambiental é definida como o polo complementar à preservação ambiental. Enquanto esta desenvolve ações preventivas visando a não afetação degenerativa do meio ambiente (ou da natureza), aquela se ocupa com ações corretivas e de manutenção da integridade, da feição e do bem-estar do mesmo meio ambiente. Segundo o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), a conservação da natureza consiste no manejo do uso humano da natureza, compreendendo a preservação, a manutenção, a utilização sustentável, a restauração e a recuperação do ambiente natural, produzindo maiores benefícios com base sustentável (BRASIL, 2000)

Quadro 1 - Quadro de análise.

UNIDADE DE ANÁLISE	CATEGORIAS DE ANÁLISE	REFERÊNCIAS
CONSUMO	<i>Sociedade capitalista e de mercado</i>	<i>Santos (1988; 2001; 2006); A. B. Rodrigues (2001)</i>
	<i>Consumo de moda</i>	<i>Santos (1994)</i>
	<i>Consumo de massa e para as massas</i>	<i>Santos (1987)</i>
	<i>Transitoriedade das coisas</i>	<i>Guerreiro Ramos (1989)</i>
	<i>Intencionalidade mercantil</i>	<i>Santos (1994)</i>
CONSERVAÇÃO	<i>Ordenamento e limitações</i>	<i>Pires (2002)</i>
	<i>Envolvimento da população</i>	<i>Diegues (1998; 2000)</i>
	<i>Educação Ambiental</i>	<i>Neiman e Rabinovici (2010)</i>
	<i>Interação e convivência</i>	<i>Diegues (2000); A. B. Rodrigues (2001).</i>
	<i>Autossustentabilidade econômica</i>	<i>Pires (2002)</i>
	<i>Participação de atores externos</i>	<i>Neiman e Rabinovici (2010)</i>
	<i>Intencionalidade simbólica</i>	<i>Santos (1994)</i>

Fonte: Dados da pesquisa (2010).

Os principais resultados revelam que o uso mercadológico do prefixo “eco” tem atuado como uma nova roupagem para o que na realidade ainda se revela antigo, ou seja, usa-se a conservação como justificativa para mais um novo tipo de consumo.

Os resultados também evidenciam que apesar da coexistência de intencionalidades mercantis e simbólicas em ambas UCs, é possível observar a predominância de características fundantes da sociedade do consumo em massa no processo de criação e nas atividades produtivas da APAJ, enquanto na RDSEPT nota-se em certa medida a predominância das características conservacionistas apregoadas pelo ecoturismo.

A partir disso, a presente pesquisa pretende ser fonte inspiradora para que o modo de desenvolvimento do ecoturismo em Unidades de Conservação, especialmente na APAJ e na RDSEPT, seja resultado de ampla reflexão sobre o futuro dos recursos existentes, movida pelo anseio da comunidade, unida aos gestores/técnicos e ecoturistas, na busca por atuações inovadoras que valorizem os saberes locais. Desse modo, propicia-se uma melhor observância aos princípios da conservação em meio a sociedade do consumo em sua dinâmica.

Ecoturismo: uma interpretação segundo as dinâmicas da atual sociedade

O ecoturismo tem entre seus fatores essenciais, a natureza como atrativo turístico. Nesse sentido torna-se relevante compreender os diferentes olhares dados à natureza no decorrer da história científico-filosófica. Assim, de acordo com Moreira (1990), a expressão

natureza (do latim: natura, naturam, naturea ou naturae) aplica-se a tudo aquilo que tem como característica fundamental o fato de ser natural, ou seja, envolve todo o ambiente existente que não teve intervenção antrópica. Dessa noção da palavra, surge seu significado mais amplo, i.e., a natureza corresponde ao mundo material e, em extensão, ao Universo físico e toda sua matéria e energia, inseridas em um processo dinâmico que lhes é próprio e cujo funcionamento segue regras próprias (estudadas pelas ciências naturais).

Nesse sentido, comumente a natureza é vista como “paraíso”, em uma representação mítica (legado da cultura judaico-cristã), e outras vezes vista como “agressiva”. Quanto a esta última representação, observa-se um confronto direto “homem-natureza” inserido na percepção da natureza apartada do homem, visto que, por vezes, assemelhar-se à natureza significa reconhecer “o selvagem” e afastar-se do culturalmente civilizado (Bruhns, 2009).

No século XIX, segundo Engels (1979), o avanço científico permitiu a reação transformadora do homem sobre a natureza que, conforme a visão do período, passou a ser considerada como produção a serviço do homem. Desse modo, a sujeição da natureza ao homem ainda se perpetuava, colaborando para a geração de uma forte dicotomia homem-natureza ainda presente nos dias atuais.

Sintetizando, a história da relação entre o homem e a natureza, na sua evolução, evidencia que o homem nem sempre se preocupou com questões que estivessem ligadas à natureza. Na Idade Média o rompimento com o mito o libertou da submissão à divindade. No Iluminismo foi resgatada a sua essência de “deus” na visão antropocêntrica, usando e abusando dos recursos naturais. Ao tornar-se “deus” de todas as coisas o homem perde a capacidade de sonhar, de sentir, de observar. E, aos poucos este poder o transforma num ser insensível e destruidor, incapaz de se inserir no contexto ambiental, vendo-o apenas como meio passível de exploração e transformação. A natureza, que no início era vista como “fonte de vida”, se transformou em “fonte de lucro”, com o único objetivo de propiciar o acúmulo de riquezas. Nesse sentido, Santos (1994, p. 5) afirma que

A história do homem sobre a Terra é a história de uma rotura progressiva entre o homem e o entorno. Esse processo se acelera quando, praticamente ao mesmo tempo, o homem se descobre como indivíduo e inicia a mecanização do Planeta, armando-se de novos instrumentos para tentar dominá-lo. A natureza artificializada marca uma grande mudança na história humana da natureza. Hoje, com a tecnociência, alcançamos o estágio supremo dessa evolução.

De acordo com Reigota (1995, p.74), “o homem contemporâneo [...] dificilmente se considera elemento da natureza, mas sim apartado dela, como observador e/ou explorador; certas vezes como ‘nota dissonante’, um componente depredador”. Todavia, com o crescimento desorganizado das cidades e o conseqüente desgaste da vida urbana, a vida

no campo, onde reinava a calma de uma vida bucólica, passou a ser valorizada, motivando a partir desse momento uma apreciação das paisagens naturais (Diegues, 2000).

Nesse contexto, evitar a extinção dos ecossistemas naturais tem se configurado como um dos maiores desafios da humanidade neste século. Além das razões morais que conduzem este desafio, existem as de ordem estética, religiosa, cultural, científica e econômica (Wallace, 2002). Em decorrência desta premente necessidade, diversas políticas públicas têm sido desenvolvidas com o objetivo de proteger os recursos naturais.

Seguindo a tendência de assegurar a preservação de recursos naturais, o ambientalismo de então, fortemente presente nas políticas de Estado, investiu em criação de Áreas Naturais Protegidas (ANPs). De acordo com Diegues (2000), as primeiras ideias a esse respeito foram geradas nos Estados Unidos, através da criação de parques ou reservas naturais desabitadas, as quais foram sendo implantadas em outros países e sociedades com características ambientais e sociais diferentes. Sendo assim, “o modelo ainda hoje dominante de conservação, estimulado por muitas organizações conservacionistas do Norte e suas associadas nos países do Sul” (op. cit., p. 5).

Em 1980, no movimento ambientalista, surgiu a necessidade de buscar alternativas de atuação e passou-se a incorporar concepções distintas da relação homem-natureza. Nesse contexto, surge o documento “Estratégias mundial para a conservação”, elaborado pela União Internacional para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais Renováveis (IUCN), pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e pelo World Wildlife Fund (WWF). Este documento introduziu o conceito de “conservação”, como também direciona para a apresentação do conceito de “desenvolvimento sustentável”, em 1987, pelo “Relatório Brundtland”, intitulado “Nosso futuro comum” (Pires, 2002), que assim o define: “desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades”.

Assim, os conservacionistas, buscando unir o turismo à conservação da natureza geraram a seguinte conceituação: “Ecoturismo é a viagem responsável a áreas naturais, visando preservar o meio ambiente e promover o bem-estar da população local” (Lindberg & Hawkins, 2002). Nota-se, portanto, a interligação com as diretrizes do desenvolvimento sustentável constantes no Relatório Brundtland e definidas em 1987 (CMMAD, 1991).

Quanto ao ecoturismo, é fato que na sociedade atual, o crescimento das populações, o aumento do consumo ligado às inovações tecnológicas na vida urbana contemporânea tem tornado o contato com o ambiente natural cada vez mais indireto e limitado a ocasiões especiais, e o envolvimento do homem com a natureza tem se mostrado mais relacionado ao lazer do que à rotina cotidiana. Sob este aspecto a experiência do mundo natural através

do “deslumbramento reverente” possibilita uma identificação com atividades de lazer que vendem a “autenticidade” destes ambientes e mistificam o consumismo industrializado, propiciando a sua mercantilização (Bruhns, 2009).

É nesse sentido que o ecoturismo, enquanto segmento do turismo iniciado com o cunho de “turismo alternativo”, segundo A. Jones (1992 apud Pires, 2002), tem sido criticado por ser não mais do que um precursor do turismo de massas e, portanto, ensejando direcionamento quanto ao crescimento descontrolado. A partir destas exposições nota-se que, interessados em uma alta demanda, os gestores das ANPs têm relevado a importância e interesses dos residentes e da própria natureza em função da corrida desenfreada pelo lucro. Assim, transformando o que dantes era intocado em mais um objeto da sociedade do consumo e passível de degradação pela alta pressão antrópica.

Nesse sentido, torna-se premente que a natureza seja considerada não mais como um objeto a explorar, mas inclusa em um processo de parceria, i.e., um território de experiência que permita a “relição social”, não relacionada “com um futuro a fazer, mas também com um presente a viver de uma maneira empática com todos” (Maffesoli, 1996).

Desta forma, faz-se necessário pensar o ecoturismo sob a égide da sociedade do consumo e a elevada massificação dos objetos e ações, dos fixos e fluxos, como uma atividade dita alternativa e consonante com as horizontalidades existentes nos lugares, incluindo-se aí as intenções por trás do processo histórico de criação das UCs nas quais o ecoturismo comumente se realiza²¹.

Área de Proteção Ambiental Jenipabu (APAJ)

A APA Jenipabu foi criada em 17 de maio de 1995, pelo do Decreto nº. 12.620 e abrange porções territoriais dos municípios de Extremoz (96,9%) e Natal (3,1%), incluindo as praias de Redinha Nova, Santa Rita e Jenipabu (ver Mapa 1). A área da APAJ abrange cerca de 1.739 hectares, e perímetro de 19,6 Km, entre as coordenadas 05° 40' 40"S e 05° 44' 20"S (latitudes) e 35° 12' 10"W e 35° 14' 01"W (longitudes) (Plano de Manejo APAJ, 2009).

Segundo o Plano de Manejo da APAJ (2009, s.p.),

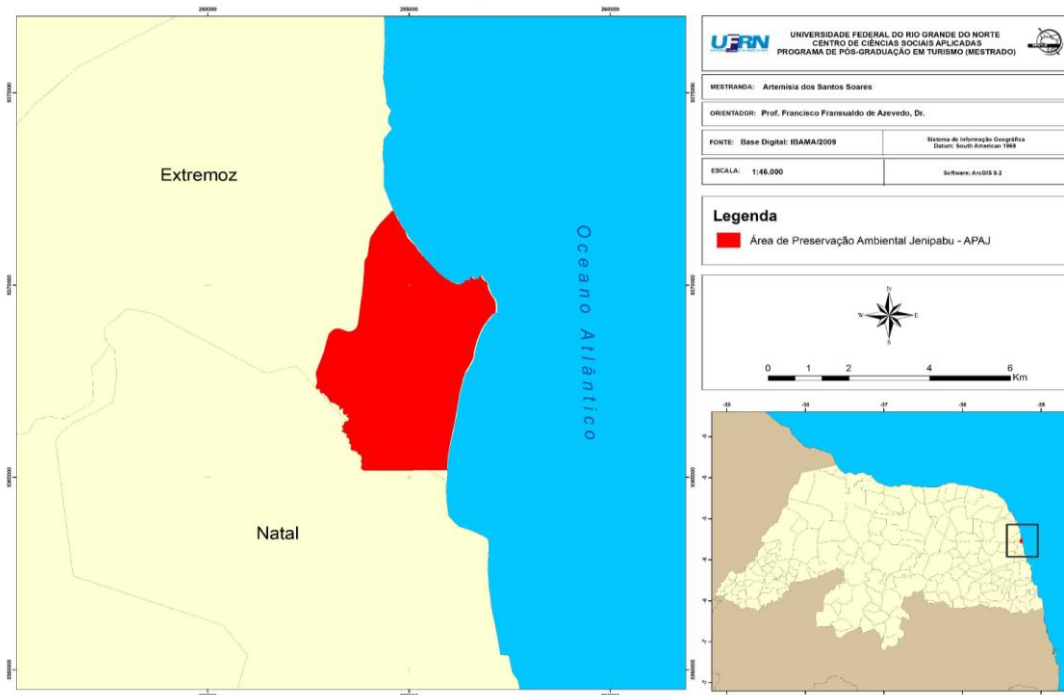
Na APA Jenipabu tem-se o desafio de compatibilizar a proteção e conservação das dunas, lagoas, praias, mangues e tabuleiros, com a visitação, o uso e a ocupação do solo, proporcionando o desenvolvimento

²¹ Para compreensão dos conceitos mencionados, cf. a obra *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. - (Coleção Milton Santos).

sustentável em seu território, o que, em termos regionais, representa a gestão adequada de parte do litoral potiguar.

A APAJ faz parte do bioma costeiro, formado por um mosaico de ecossistemas encontrados ao longo do litoral brasileiro. Manguezais, dunas, restingas, praias, lagoas, matas e outros ambientes importantes exemplificam a diversidade de ecossistemas encontrada.

Mapa 1 - Mapa de localização da APA Jenipabu.



Fonte: IDEMA (2007).

Na APA Jenipabu se encontra significativa concentração de atividades diretamente ligadas ao turismo. A paisagem dotada de uma beleza cênica propicia a prática do lazer, recreação e interpretação ambiental. Conforme um dos ambientalistas participantes das primeiras ações para a criação da APAJ, esta paisagem trouxe à região, investidores e, com eles, construção de prédios de altos gabaritos como informa um dos entrevistados (Leia-se TC – Técnico Gestor):

Primeiro com a construção daquele edifício, “né”? Foi o único edifício construído, foi construído no governo Geraldo Melo, isso foi em 1986 (mil novecentos e oitenta e seis), 87 (oitenta e sete), não lembro bem a data. E a gente fez um movimento contra a construção do edifício, que no final houve um produto interessante que foi um decreto governamental do governador, estabelecendo um gabarito pra ocupação litorânea, era mais ou menos em torno de 200 m (duzentos metros) a partir da linha de costa, você só poderia ter 2 (dois) andares, aí ela depois liberava. Então isso aí foi uma vitória muito grande, sabe? (TG11).

Entretanto, o passeio de buggy nas dunas é a prática mais divulgada. Iniciada na década de 80 tratava-se apenas de diversão para aqueles que possuíam o buggy. Conforme a ela foi sendo divulgada, passou a atrair o interesse dos turistas e logo se transformou em atrativo local, gerando intensa demanda. A divulgação desses passeios, por sua vez, aumentou a demanda turística e a prática do turismo, o que exigiu uma maior organização dos bugueiros. No final da década de 80 a atividade passou a ser um dos grandes atrativos turísticos do estado, impulsionando a região e exigindo a organização de trilhas e procedimentos. Sobre a fase inicial da exploração comercial dos passeios, um dos entrevistados deu o seguinte depoimento:

Na mesma época já havia uma discussão sobre a questão do uso daquelas dunas, “tá”? Que era a questão dos bugueiros em cima das dunas e o impacto que eles tinham. Isso em 86 (oitenta e seis), 87 (oitenta e sete). E na realidade não tinha nenhum estudo desse impacto. E foram feitas várias reuniões aí envolvendo o governo do estado, as prefeituras municipais, os proprietários, no caso de entidade ambientalista só tinha a ASPOAN - ONG ASSOCIAÇÃO POTIGUAR AMIGOS DA NATUREZA. [...] Os bugueiros naquela época eram extremamente ignorantes da questão ambiental, eu acho que hoje até já melhoraram muito, mas eram extremamente ignorantes, certo? Da questão ambiental. Eles não admitiam, por exemplo, a existência do Código Florestal e de uma lei que pudesse proibir o uso de Áreas de Preservação Permanente. E já havia uma ideia de criar um parque, um Parque Ecológico em Jenipabu, entendeu? Talvez seja a ideia matriz da questão da APA, não é? (TG11).

O passeio de buggys sobre as dunas de Jenipabu passou a gerar um fluxo de capital na área, pois, além do gasto com o próprio passeio, seu tempo de duração, que muitas vezes era de um dia inteiro, exigia dos visitantes também gastos com alimentação. O fluxo de visitantes na área fez surgir uma quantidade de empreendimentos, que em sua maioria são de propriedade de moradores locais que exploram a culinária de frutos do mar. Os bares e, principalmente as barracas de beira de praia aproveitam a presença dos turistas e oferecem serviços de bebidas e alimentação. Por se tratar de uma área procurada com a finalidade específica dos passeios de buggy, e pela proximidade com Natal, a hospedagem nunca chegou a se tornar uma necessidade local, o que justifica a pouca quantidade de hotéis e pousadas instalados na região.

As paradas em pontos estratégicos para contemplação abriram espaço para algumas atividades complementares, como presença de vendedores ambulantes com produtos variados (souvenir) e bebidas. Os proprietários dos terrenos nos quais aconteciam os passeios, por exemplo, passaram a cobrar uma taxa de uso sobre as áreas utilizadas. Este processo de valorização e inserção de infraestrutura é lembrado por um dos entrevistados (Leia-se CA – Comunidade APAJ):

[...] 75 (setenta e cinco), 79 (setenta e nove), que também foi a criação do Bar do Pedro, que é o nosso bar de referência. O bar do Pedro foi o

primeiro bar de Genipabu. [...] Pedro foi o cara que fez Genipabu naquela época. [...] Então esse Pedro foi um dos primeiros que comprou [propriedade] do nativo, e fez um “restaurantão” bom, e começou a criar a questão do receptivo de Genipabu com essas agências de turismo (CA2).

Este processo de criação de infraestruturas corrobora com o pensamento de Santos (1994, p. 32) quando ele afirma que:

As infraestruturas presentes em cada lugar não dependem exclusivamente do tipo e volume da produção, mas também do seu destino, o que obriga a levar em conta os processos da circulação. Em outras palavras, as infraestruturas presentes em cada lugar encontram, em grande parte, explicação e justificativa fora do lugar.

Conforme o Plano de Manejo da APAJ (2009), foi neste contexto que se iniciou o processo de criação da APA Jenipabu, ou seja, a partir do desenvolvimento de um turismo voltado para o passeio de buggys nas dunas. Este processo enfrentou dois grandes obstáculos: o interesse dos proprietários das áreas em cobrar pelo uso de suas propriedades, e as potenciais alterações aos recursos ambientais disponíveis, caso a atividade não fosse realizada de maneira sustentável. Este fato é confirmado por um dos moradores quando diz que:

[...] ela [a APAJ] surgiu no governo Vilma após pressão dos bugueiros pra criar a área de trabalho deles. Porque eles “tavam” sentindo que as pessoas, os proprietários, os reais proprietários da terra “tavam” fechando, e o quê? Eles ficavam sem espaço, ficariam sem espaço. Então fizeram pressão na governadora e a governadora foi e desapropriou uma área, que “tá” sob judice até hoje (CA1)

A solução para o conflito gerado, bem como para a conservação dos recursos ambientais, à época, foi a elaboração de um Termo de Acordo Extrajudicial, com cunho de título executivo, sob a presidência da Empresa de Promoção e Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Norte – EMPROTUR, com o comprometimento de diversos setores envolvidos, e a interveniência do Ministério Público Estadual. Este Termo teve como objetivo ordenar e disciplinar o uso das dunas e conter ou reduzir a degradação ambiental, sem prejuízo da atividade turística, embora seu resultado prático fosse insignificante, uma vez que não tinha valor legal. Sobre este aspecto relatou um dos entrevistados:

Foi engraçado que em numa das reuniões ele [representante do Ministério Público do Estado – MPE] disse assim: “não, vamos propor um contrato extrajudicial, pra fazer”. Ele mesmo admitiu: “olha gente, só que não vai ter nenhum valor legal, porque nós estamos passando por cima de toda a legislação ambiental” (TG11).

Este depoimento demonstra como, impera nesses espaços da racionalidade, o mercado tirânico e a impotência do Estado. Todas as ações são dispostas para que os fluxos hegemônicos corram livremente, subordinando os demais fluxos, quer sociais, quer

ambientais. Por isso, também, o Estado tende a ser enfraquecido, visando à passagem livre e desimpedida da ação soberana do mercado (Santos, 1994). Dinâmica confirmada pelo entrevistado TG11:

Esse que é o problema da questão ambiental, não é só a nível municipal local não. Isso é no mundo inteiro, sabe? Ela esbarra nos interesses econômicos. [...] O problema do Estado é que às vezes, a mediação dele tende “pro” setor mais forte. O problema que o nosso Estado no Brasil isso reproduz, aqui no Rio Grande do Norte mais forte, as correntes de dominação econômica é que dominam as estruturas do estado. Essas próprias correntes estabelecem o estado como uso quase privado, aí elas sempre se favorecem.

Seguindo o contínuo do processo histórico, como parte do acordo firmado estava a elaboração de um amplo estudo do local, visando o levantamento da situação e o acompanhamento da atividade, além da realização de pesquisas objetivando a preservação e conservação das Dunas de Jenipabu. Em virtude da ausência do estudo supracitado, o IBAMA interditou a área em dezembro de 1994 para a realização do referido estudo.

Visando estabelecer critérios de uso para a atividade dos “bugueiros”, para que, conseqüentemente, fosse cessada a interdição das dunas, e ainda, preocupado com os impactos negativos causados ao turismo, o Conselho Estadual de Turismo do Rio Grande do Norte (CONETUR), entidade constituída pela Secretaria de Estado de Turismo (SETUR) e principais representantes privados do setor, solicitou a imediata intervenção do Governo do Estado, através do IDEMA, para a resolução do problema.

A criação de uma APA foi a alternativa mais viável para se dar início, de forma rápida e eficiente, às atividades de preservação ambiental da área abrangida ao mesmo tempo em que se buscava a manutenção de importantes atividades econômicas existentes, como afirma um dos entrevistados:

Ela [a APAJ] surge da importância da área [...] como principal cartão postal de divulgação do turismo no Rio grande do Norte. Vinculado à questão é... Do interesse paisagístico, a paisagem da duna com a lagoa, e na questão socioeconômica também com a atividade de buggy. [...] Então, os atributos que levaram a esta área, para definir como de importância ambiental foi destacadamente a questão, foi vinculada ao turismo. [...] Então é importante a gente destacar que esse foi um movimento com o foco mesmo no turismo, e o turismo voltado pra questão paisagística. [...] Junto vem a questão do interesse mercadológico. Tanto na questão fundiária da propriedade da área, como também na comercialização dos passeios. Então, essa área ela passou a ter uma importância não só no aspecto ecológico, o disciplinamento era uma forma também de garantir uma sustentabilidade socioeconômica dos envolvidos (TG9).

Esta informação confirma o pensamento de Santos (1994, p. 50, grifo nosso) quando ele afirma que:

Os objetos que conformam os sistemas técnicos atuais são criados a partir da intenção explícita de realizar uma função precisa, específica. Essa intencionalidade se dá desde o momento de sua concepção, até o momento de sua criação e produção. **A construção e a localização dos objetos estão subordinados a uma intencionalidade que tanto pode ser puramente mercantil quanto simbólica, senão uma combinação das duas intencionalidades.** Todos esses objetos modernos aparecem com uma enorme carga de informação, indispensável a que participem das formas de trabalho hegemônico, ao serviço do capital hegemônico, isto é, do trabalho mais produtivo economicamente.

Desse modo, foram criados os arranjos institucionais necessários para a atividade de passeio de buggy e a conservação da natureza. A visitação na área passou a gerar significativo fluxo de capital, envolvendo diferentes serviços e empreendimentos de apoio aos visitantes com a gestão do poder público estadual como informa um dos entrevistados:

O estado enquanto poder público, pra essa área ser especialmente protegida ela tinha que ser formalizada. E aí o estado definiu, puxou pra ele, o Rio Grande do Norte puxou pra ele essa missão, quando ele definiu o espaço como estadual. Então ele é o gestor maior dessa unidade. E aí, o poder público estadual tem que dotar pra cumprir o que “tá” no objetivo do seu decreto, ele tem que implementar várias ações (TG9).

A partir dos incentivos ao turismo, da proximidade da capital, das condições únicas cênico-paisagísticas, e da “aventura” que os passeios de buggys evocam, a APA de Jenipabu tornou-se um dos mais importantes destinos turísticos no estado do Rio Grande do Norte, divulgado em todo o Brasil e no mundo. Esta informação coaduna com a análise do espaço que Santos (1994, p. 14-15) faz quando afirma que “a exigência de fluidez manda baixar fronteiras, melhorar os transportes e comunicações, eliminar os obstáculos à circulação do dinheiro, suprimir as rugosidades hostis ao galope do capital hegemônico”. Todavia, tal intervenção em prol da criação da APAJ, segundo morador do entorno da APAJ:

Na verdade a criação ninguém soube, foi um decreto, foi Garibaldi, esse decreto veio de cima pra baixo, ninguém nunca entendia e nem sabia o que era APA. [...] nunca vieram, nunca os órgãos gestores vieram pra gente pra orientar e explicar. [...] O ecoposto foi instalado, nós nem convidados fomos, fecharam a lagoa de Jenipabu, a comunidade não foi nem avisada, pra você ter uma ideia! Esse povo tomava banho nessa lagoa há vinte, trinta anos, as “veinha”, criança, tudo. De repente disseram: “não pode mais tomar banho na lagoa”. Pergunte se chamaram alguém pra dizer isso, se dialogaram com alguém (CA2).

Não foram atingidos, não foram atingidos [objetivos de criação da APA]. Porque o objetivo, objetivo principal é você tornar a APA, Área de Proteção Ambiental, ela sustentável, e ela, vamos dizer, orgulhosa do que ela é. E hoje ela não é nada, inclusive, muito criticada pelos próprios moradores, porque eles não, porque não entende o que não foi ensinado. [...] O Estado não chegou pra falar: “olha, vamos fazer uma salinha de aula, vamos ensinar pra vocês o que é uma APA, o que vai ser a APA, como vai se comportar a APA daqui pra frente”, num foi feito isso, foi feito o que? Foi

feito um decreto de cima pra baixo, e o analfabeto, o “Zé ninguém” lá, não entende isso, ele não entende isso. Num foi, não deram subsídio pra ele entender (CA1).

Tais posturas, por parte do poder público, se configuram, portanto, como “uma ação insuflada, e por isso mesmo recusando debate; e, ao mesmo tempo, uma ação não explicada a todos e apenas ensinada aos agentes” (Santos, 1994, p. 45). O autor, analisando a atual sociedade ainda afirma que esta realidade torna possível o estabelecimento de novas dinâmicas regionais, tornando aquelas áreas em apenas regiões do fazer, do fazer sem o reger. Com isto, quanto às intencionalidades da APAJ para a prática do turismo há o questionamento se esta foi criada por causa da existência do turismo ou para que houvesse turismo após a criação. Um dos entrevistados respondeu:

Os dois tem sentido. Sabe por quê? Porque um precisava do outro. [...] Então eu passo desse pressuposto, ali o pressuposto foi, vamos vê, a questão da limitação ambiental e de preservação do bem econômico para o turismo. Porque eles iam se continuasse daquele jeito eles iam detonar, e engraçado os próprios bugueiros despertaram pra isso. Eles mesmos viram o seguinte: “perai”, vão matar a galinha dos ovos de ouro? Não, ‘vamo’ manter a galinha. Todo mundo ganha, os proprietários ganha (sic), a gente ganha e o bem fica aí”. [...] Porque esses mecanismos [o ordenamento] são de interesse do próprio. A gente analisando a partir do interesse do objeto natural, do bem natural, o bem natural sempre é o último que eles pensam. [...] [a APA] foi criada para o turismo (TG11).

Esta realidade assim se apresenta, pois o que se tem na atualidade são solidariedades organizacionais: “as regiões existem porque sobre elas se impõem arranjos organizacionais, criadores de coesão organizacional baseada em racionalidades de origens distantes, mas que se tornam o fundamento da existência e da definição desses subespaços” (Santos, 1994, p. 45). Todavia, como já foi dito por Santos (1994), as intencionalidades podem ser mistas, tanto mercantis, como simbólicas (ibid.) e, portanto, deve-se ponderar também acerca dos benefícios decorrentes da criação da APAJ, das mudanças concreta no cotidiano da população autóctone. Nas palavras de uma moradora:

De qualquer maneira salvaguardou [os recursos naturais]. Não foi da forma correta, “né”? O modo de ser que não foi coerente com a realidade local. Mas ela veio, “né”? A gente fala muito, por exemplo, a própria lagoa que era privada e, assim, o pessoal diz muito “se a lagoa não tivesse sido fechada (eles mesmos dizem), hoje, “taria” (sic) um tráfico de drogas”, que dizem que a lagoa era muito, refúgio, “né”? De bandido, de traficante, “né”? As pessoas que iam pra lá escondido. Não tinha ordem nenhuma, as pessoas iam pra lá, entravam, saíam sem nenhuma limitação, sem nenhum ordenamento. Então assim, embora o formato não tenha sido adequado, o ideal, ele foi resolutivo. Que se não realmente nós estaríamos com muito mais construções, nós estaríamos com muito mais desordem, “né”? Queira ou não queira, a criação veio chamar atenção e veio frear o impacto. Porque se a “bicha” [a APA] não viesse, pior seria, “né”? Dum predinho que a gente teve ali, hoje nós temos, por exemplo, daqui até o morro não tem nenhum

prédio. Foi bom, não foi? Foi bom, não foi? Já pensou se tivéssemos por aqui dez prédios de dez andares? “uh la la”, “uh la, la”. Então assim, ninguém pode negar que foi bom. [...] Outro dia eu tive um depoimento que eu fiquei assim feliz, que a menina dizia: “[...], a gente mora numa APA, diz que vale ouro morar numa APA!” (CA2).

Verifica-se, portanto, que o discurso para a conservação dos recursos naturais esteve presente em todo o processo histórico para criação da APAJ resultando em benefícios como os mencionados acima. Contudo, como já dizia Santos (1994, p. 49):

[...] o espaço se redefine como um conjunto indissociável no qual os sistemas de objetos são cada vez mais artificiais e os sistemas de ações são, cada vez mais, tendentes a fins estranhos ao lugar. Em outras palavras, de um ponto de vista do lugar e seus habitantes, a remodelação espacial se constrói a partir de uma vontade distante e estranha, mas que se impõe à consciência dos que vão praticar essa vontade.

Esta vontade dita “distante e estranha” mostra-se através dos impactos gerados pela característica globalizante do turismo: o aumento das viagens em decorrência da popularização do turismo de massa. Tal modalidade de turismo vem sendo crescentemente estimulada pelo empresariado, graças, sobretudo, às facilidades tecnológicas e de informação. Todavia, incorrendo em contradição, cada vez mais se torna evidente a influência do turismo de massa para a não conservação dos ambientes naturais e sociais dos quais esta atividade sobrevive (Cacho & Azevedo, 2010).

Ainda de acordo com os autores supracitados (p. 50), apreende-se que “os objetos que conformam os sistemas técnicos atuais são criados a partir da intenção explícita de realizar uma função precisa, específica. Essa intencionalidade se dá desde o momento de sua concepção, até o momento de sua criação e produção”. Dessa forma, nas entrelinhas dos sistemas de ações predominaram motivações subordinadas a uma intencionalidade mercantil estranha ao lugar, que impediu o pleno envolvimento da população residente e o desenvolvimento de uma conscientização ambiental, apesar do discurso voltado à contenção da degradação ambiental. Uma conscientização que permitisse um sentimento de pertencimento da parte dos moradores e uma valorização dos visitantes no processo de criação da APAJ.

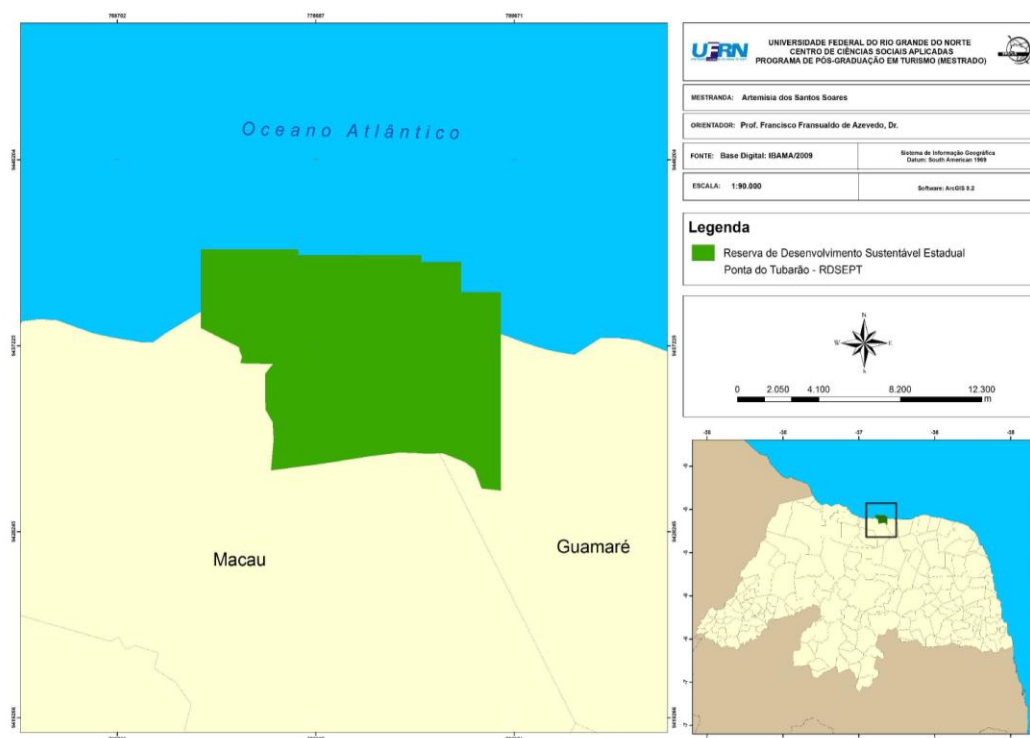
Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão (RDSEPT)

A Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão (RDSEPT) está situada nos municípios de Guimarães e Macau, região setentrional do estado do Rio Grande do Norte, sendo composta por seis comunidades tradicionais: Barreiras, Diogo Lopes e Sertãozinho, pertencentes ao município de Macau, e Mangue Seco I e II e Lagoa

Doce, localizadas em Guamaré. A área total da Reserva (Ver Mapa 2) abrange um território de 12.960 ha e está inserida no polígono delimitado pelas seguintes coordenadas: latitude 5°2' S e 5°16' S e de longitude 36°23' WGr e 36°32' WGr, incluindo uma parte terrestre e outra marinha (Rio Grande do Norte, 2003).

A RDSEPT encontra-se em dois municípios importantes no contexto econômico do estado, tendo em Macau um destaque na produção de sal, tanto em escala regional como nacional, e em Guamaré a carcinicultura, que faz do estado o principal produtor de camarão do país (Ver Mapa 2). Além dessas atividades, Guamaré e Macau também são importantes produtores de petróleo e gás natural, o que teve influência fundamental na designação do perímetro da UC. Essa questão foi bastante discutida no processo de criação, quando se resolveu excluir os pontos de produção de petróleo com a finalidade de evitar conflitos diretos com a indústria petrolífera (IDEMA, 2007).

Mapa 2 - Mapa de localização da RDSEPT.



Fonte: IDEMA (2007).

Também a pesca artesanal tem papel importante na economia da região e da RDSEPT, sendo a principal fonte de subsistência de boa parte da população local. A pesca artesanal, como fator importante de aglutinação da população, traduz a ideia de população tradicionalmente pesqueira. No caso da RDSEPT as comunidades têm uma significativa produção e Diogo Lopes desponta como a principal delas. No âmbito do estado, Macau representa a segunda maior produção de pescado, perdendo somente para o município de

Natal, que conta com expressiva pesca industrial. Guamaré também se destaca nessa atividade, que é realizada na região estuarina e na parte mais costeira do município.

A pesca é uma das principais fontes de absorção de mão de obra local, é a base alimentar da população, sendo um dos componentes mais significativos da renda familiar, imprescindível para a dinâmica da economia municipal (IDEMA, 2007, p. 12).

O processo histórico de criação da RDSEPT se dá a partir do interesse da empresa Participações e Administração Ltda (PPE), em 1995, que solicitou ao Delegado do Patrimônio da União o aforamento de uma área de aproximadamente 1.300 ha, situada na restinga Ponta do Tubarão, para a compra por italianos destinados a construir um resort. Esse acontecimento gerou revolta na população que, através do seu alto grau de organização, passou a se mobilizar contra a ocupação da área de uso comum em que desenvolvem suas atividades tradicionais. Entidades comunitárias e lideranças religiosas levaram para os órgãos públicos, como Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e a Gerência Regional do Patrimônio da União (GRPU), a situação em questão. Como resultado, conseguiram tanto a realização de uma audiência pública na Câmara Municipal de Macau como na comunidade de Diogo Lopes, contestando o pedido de aforamento da restinga para aquela empresa (Nobre, 2005).

Em novembro de 2000, empresários tentaram ocupar ilegalmente o manguezal para a construção de viveiros de camarão, devastando e queimando uma área de aproximadamente 60.000 m² de manguezal na Ilha dos Cavalos. Então, novamente as comunidades afetadas com esse acontecimento se mobilizaram e perceberam que era necessário buscar apoio institucional e legal para promover a proteção dos recursos naturais e dos espaços utilizados nas práticas que garantiam sua subsistência. Um dos entrevistados descreve esta fase conflituosa da seguinte forma:

O processo de criação da reserva, foi, iniciou com um processo popular, né? Ou seja, uma iniciativa da comunidade. [...] Porque dois fatos históricos, não é? A queima dos barracos, não é? Dos ranchos dos pescadores, através desse especulador que comprou a terra, comprou a terra, tem o registro da terra, eles têm o registro da terra, tem a cessão. [...] [para a construção de] Um resort, tem a cessão do patrimônio da união, também, o patrimônio da união deu a cessão, o direito de uso daquela terra pra o empreendedor. E a partir desse momento foi que, foi dois, foi dois marcos podemos dizer, a queima dos ranchos dos pescadores, por esse empreendedor, visando a questão de bloquear a ocupação do solo por parte dos pescadores, e um segundo momento foi a expansão da carcinicultura no Rio Grande do Norte. Onde começou, começou os primeiros momentos começou a ter os primeiros viveiros em Diogo Lopes. Então a partir desse momento os pescadores analisaram “vamos perder nosso espaço”, “vão degradar aquilo que a gente tem como reserva de mercado, que é a natureza”. Então eles pensaram que a reserva de mercado deles, pra continuar o trabalho dele, a produtividade dele pesqueira na sua orientação, no seu trabalho como pesca artesanal, a carcinicultura com certeza iria interferir. Porque iria diminuir o espaço pra eles pescarem, e com certeza

alterar a questão ambiental, não é? Do ecossistema em função da questão da produtividade, porque todo o estuário, com certeza, tudo que “tá” no mar ele responde a questão do estuário, vem toda parte de nascimento funciona como um grande berçário. Então eles viram assim, o espaço deles sendo ocupados, então eles lutaram. Foi esses dois marcos principais que a população se uniu e garantiu através dos órgãos públicos e ao terceiro setor, não é? As ONGs principalmente, que teve esse avanço e foi criado, é, através de um projeto de lei, foi votado na Assembleia Legislativa, é a criação da reserva (TG10).

Nota-se a partir deste depoimento que no processo histórico da RDSEPT, “o mundo da globalização doentia é contrariado no lugar”, contrariando a dimensão mundial que é o mercado. E, concretizando assim, o embate ancestral entre a necessidade e a liberdade através da luta entre uma organização coercitiva e o exercício da espontaneidade. Em suma, são duas forças contrárias, ao mesmo tempo em que o processo de globalização leva à unificação, surge a necessidade de identificação local e o desejo de diferenciação, gerando, muitas vezes, resistências e lutas contra as forças globalizantes (Cacho & Azevedo, 2010). Pode-se interpretar, portanto, o processo histórico de formação da RDSEPT, como demonstração da dinâmica lugar-mundo preconizada por Santos (1994, p. 16, grifo nosso):

Desse modo, o **lugar** torna-se o mundo do veraz e da esperança; e o global, mediatizado por uma organização perversa, o lugar da falsidade e do engodo. Se o lugar nos engana, é por conta do mundo. Nestas condições, **o que globaliza separa; é o local que permite a união**. Defina-se o lugar como a extensão (sic) do acontecer homogêneo ou do acontecer solidário.

A partir desta dinâmica de embate entre o lugar e o mundo, foi possível realizar um evento – I Encontro Ecológico - para atrair a atenção das comunidades, imprensa, ambientalistas e autoridades, assim como buscar apoio da comunidade científica, órgãos ambientais governamentais e não governamentais, poder judiciário, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e a Procuradoria do Direito do Cidadão. O I Encontro Ecológico aconteceu no ano de 2001 e teve como resultado a elaboração de uma moção e um abaixo-assinado contando com mais de 1.300 assinaturas solicitando ao IDEMA o estabelecimento da Reserva de Desenvolvimento Sustentável Ilha do Tubarão, que mantinha em seu território 18 entidades da sociedade civil dos municípios de Macau e Guamaré (Nobre, 2005). Neste I Encontro Ecológico foram discutidos e firmados os limites territoriais para criação da RDSEPT, como detalha um dos entrevistados:

Então, surgiu no I encontro ecológico, surgiu a ideia de criação de uma unidade de conservação, é municipal. Então a primeira ideia foi criar uma, uma unidade de conservação só no município de Macau. Porque a RDS compreende dois municípios: Macau e Guamaré. Aí quando veio a interferência do governo do estado, e esse, essa Unidade de Conservação, eles queriam que fosse mais abrangente, terra, o espaço, terra, mar. Concentração do espaço, terra e mar, não poderia ser municipal. E

começou-se a pensar na relação estadual, chegou a um determinado momento que as Unidades de Conservação que adentra (sic) a parte marítima teria que ter o consentimento da federal, ou então do IBAMA, não é? Que era responsável pelas Unidades de Conservação. Então a partir do momento que foi articulado, que foi discutido, várias reuniões com os órgãos ambientais tanto a GRPU, como a área de domínio da União teria que com, foi convocado vários segmentos da sociedade, não é? Pra discutir essas questões. Sendo esse segmento o setor público, dentre os quais: o órgão ambiental estadual, a prefeitura municipal de Macau, o IBAMA e a GRPU, o patrimônio da união, porque o território é sobre a responsabilidade da União. Porque ainda “tá” naqueles, “tá” o território é acrescido de marinha, não é? É o terreno de marinha, acrescido de marinha. Foi feitas essas reuniões com os parceiros, não é? Os atores responsáveis, e a partir desse momento é como, começou-se a pensar a questão do território, como poderia ser esse território? Pensando na questão do território, se pensou na divisão, seria parte do município de Guimarães e parte do município de Macau. Onde compreenderia as comunidades, não é? De Barreiras, Diogo Lopes. Como, pra ser uma Unidade de Conservação estadual, teria que ser mais de um município aí se pensou em incorporar as comunidades de Lagoa Doce, Mangue Seco I e Mangue Seco II (TG10).

Em 2002, de 05 a 09 de junho, foi realizado o II Encontro Ecológico com a finalidade de reforçar a luta pela proteção e conservação daquela área, obtendo como resultado a reafirmação da moção que solicitava ao IBAMA, IDEMA e GRPU agilidade no processo de criação e implantação da Reserva.

De acordo com Nobre (2005, p. 99) “após a mobilização das comunidades através deste encontro, diversas reuniões foram realizadas para a elaboração do Decreto-Lei, como proposição para criação e delimitação da área da reserva”.

Assim, em abril de 2003 a proposta do Decreto-Lei de criação da reserva foi conduzida ao Conselho Estadual do Meio Ambiente (CONEMA), que a aprovou ainda no mesmo mês. Esta aprovação contou com a presença de mais de 100 pessoas das comunidades de Diogo Lopes, Barreiras e Sertãozinho, dos municípios de Macau e Guimarães, evidenciando o posicionamento da comunidade (Nobre, 2005).

O ano de 2003 foi um marco para as comunidades que lutavam pela criação e implantação da Reserva, pois no período de 05 a 08 de junho daquele ano foi realizado o III Encontro Ecológico de Diogo Lopes e Barreiras, contando com a participação de 23 entidades do município de Macau/RN, tendo como um dos principais resultados a assinatura do Projeto de Lei pela então governadora Vilma de Faria. Os participantes do Encontro solicitaram à Assembleia Legislativa, através da aprovação de uma moção, urgência na análise e adesão da RDS Ponta do Tubarão. Eles também redigiram uma recomendação com 14 itens, na qual se destacava a participação das comunidades no processo de criação do Conselho Gestor da Reserva (Nobre, 2005).

No dia 26 de junho de 2003 com o comparecimento de mais de 100 ativistas das comunidades pertencentes à Reserva foi aprovado na Assembleia Legislativa o Projeto de Lei de criação da RDS Ponta do Tubarão. Na sequência, no dia 18 de julho a governadora

Vilma de Faria ratificou a Lei Estadual nº 8.349 criando a Reserva, que foi publicada no Diário Oficial no dia seguinte (Nobre, 2005).

Após este relato, percebe-se que o processo histórico da RDSEPT evidencia o pensamento de Santos (1994, p. 16) quanto à categoria de análise²² geográfica “lugar”. Pois, segundo ele o lugar é a “união de homens por suas semelhanças”, a “união dos homens pela cooperação na diferença”. E por isso, “a grande revolta se dá através do espaço, do lugar, ali onde a tribo - que é a fragmentação do mundo - descobre que não é isolada, nem pode estar só”. Este lugar, neste trabalho, é a Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão. Assim, esta dinâmica confirma o pensamento de Santos (1994, p. 27) quando diz que:

Quanto mais a globalização se aprofunda, impondo regulações verticais novas a regulações horizontais preexistentes, tanto mais forte é a tensão entre globalidade e localidade, entre o mundo e o lugar. Mas, quanto mais o mundo se afirma no lugar, tanto mais este último se torna único.

Seguindo esta premissa, após a criação da RDSEPT, foi criado em 2004 dentre outros GTs (Grupos de Trabalho), o GT de Turismo da RDSEPT, com o objetivo de reunir todas as potencialidades e serviços existentes na área da reserva, de modo solidário. Isto é, unindo o turismo às atividades econômicas já existentes, não substituindo, mas complementando a renda familiar do residente local sob uma perspectiva embasada no conceito da sustentabilidade (Nascimento & Souza, 2008).

A coordenação do GT Turismo organizou-se conforme cronograma que se dividiu em três fases, definidas como: Fase Embrionária, Fase de Envolvimento e Fase de Desenvolvimento. Assim inicialmente foi realizada reunião para debate das áreas de interesses com os possíveis prestadores de serviços turísticos da reserva. Em seguida foi realizada visita técnica à Prainha do Canto Verde (CE), com intuito de verificar in loco os resultados do Turismo de Base Comunitária (TBC) ali implantado. Cabe ressaltar que, O TBC destaca-se pela mobilização da comunidade na luta por seus direitos contra grandes empreendedores da indústria do turismo de massa que pretendem ocupar seu território ameaçando a qualidade de vida e as tradições da população local. Este modelo de turismo através do desenvolvimento comunitário é capaz de melhorar a renda e o bem-estar dos moradores, preservando os valores culturais e as belezas naturais da de (sic) cada região. (Moraes, 2007).

Por fim, afirma-se que o cronograma previu oficinas assessoradas pelo Instituto Terramar (CE) para implantação do TBC na RDSEPT, proposta de turismo aprovada pelo

²² Refere-se à categoria de análise específica da ciência geográfica. Não confundir com as categorias de análise elencadas para este estudo constantes no Quadro 1.

GT, por meio da realização de eventos como o I e II Seminário de Turismo Sustentável da RDSEPT (2004 e 2006, respectivamente), bem como da participação da coordenação do GT Turismo no II Seminário Internacional de Turismo Sustentável (SITS), realizado em Fortaleza – CE, em 2008 (Nascimento & Souza, 2008).

Assim, como no processo de criação da RDSEPT, o turismo ali praticado, mantém uma postura de participação, educação ambiental e transformação dos indivíduos. Pode-se ratificar isto através do depoimento de Nascimento e Souza (2008, p. 12), membros do GT Turismo:

Acreditamos que o turismo é uma ferramenta de crescimento da economia das comunidades da Reserva, mas a economia é apenas um dos três pilares que o Turismo sustenta. Os aspectos sociais, culturais e ambientais são os pilares restantes do desenvolvimento. Temos lutado para que este desenvolvimento e sustentabilidade aconteçam de fato.

Torna-se evidente, portanto, que o processo de criação da RDSEPT, como também a idealização e a prática do turismo, tiveram como protagonista a população autóctone, fato este possibilitado pela educação ambiental, ainda em fase inicial, que propiciou o desenvolvimento de uma consciência ambiental e de pertencimento ao lugar. Assim, empirizando a fala de Santos (1994, p. 29), quanto este afirma que, para que uma sociedade local incorpore os vetores verticais sem recusar sua participação no mundo, esta deve “descobrir e por em prática novas racionalidades em outros níveis e regulações mais consentâneas com a ordem desejada, desejada pelos homens, lá onde eles vivem”.

Considerações finais: um processo histórico conservacionista?

Após o relato dos processos históricos de criação da APAJ e da RDSEPT, faz-se necessária uma resposta ao questionamento levantado no título deste trabalho: afinal, tais processos foram embasados em fatores conservacionistas?

Conforme análise realizada a partir das unidades e categorias de análise constante na introdução deste trabalho, é possível observar a presença constante das categorias inerentes à unidade de análise “consumo” no processo histórico de criação da APAJ e a predominância das categorias de análise pertencentes à unidade de análise “conservação” no processo histórico da RDSEPT.

A criação da APAJ foi movida por uma intencionalidade mercantil gerada por uma atividade turística massificada presente na área, gerada como um consumo de moda e vastamente midiaticado. Unido a este processo, se constata uma preocupação com o desenvolvimento e observância aos instrumentos de organização territorial norteadores do uso e suas limitações em subordinação a uma intencionalidade simbólica de conservação e

sustentabilidade das atividades socioeconômicas da população. Todavia, não há o devido envolvimento da população autóctone neste processo, inviabilizando o desenvolvimento de uma consciência ambiental conservacionista.

Já a criação da RDSEPT, apesar de ter também como pressuposto para criação uma pressão mercadológica de atividades econômicas que visavam ali se instalar, embasadas num sentimento de transitoriedade das coisas como no caso dos carcinicultores, tais pressões geraram reações distintas das encontradas na história da APAJ. Pode-se indicar como um dos fatores principais a atuação direta da população autóctone para a efetivação de uma educação ambiental através dos encontros ecológicos, gerando com isso uma conscientização ambiental e de pertencimento ao lugar, subordinando o desejo da criação do RDSEPT a uma intencionalidade simbólica de conservação e continuidade e, para isto, buscando o desenvolvimento e a observância aos instrumentos de organização territorial norteadores do uso e suas limitações como regra geral de convivência. Assim, esta realidade torna compreensível a fala de Santos (1994, p. 31, grifo nosso) quando afirma que:

O estudo das técnicas ultrapassa, desse modo, largamente, o dado puramente técnico e exige uma incursão bem mais profunda na área das próprias relações sociais. São estas, finalmente, que explicam como, **em diferentes lugares, técnicas, ou conjuntos de técnicas semelhantes, atribuem resultados diferentes aos seus portadores**, segundo combinações que extrapolam o processo direto da produção e permitem pensar num verdadeiro processo político da produção.

Afinal, ambas se tratam de UCs de Uso Sustentável em territórios litorâneos do RN tendo como técnica predominante a pesca e a possibilidade de unir a esta, a atividade turística, por suas belezas cênicas naturais. Como também, ambas sofreram pressões mercadológicas externas, contudo tendo reações e (in)formações distintas. Por isso, deve-se analisar conforme Santos (1994, p. 31) indica:

Nunca nos devemos esquecer de que o que torna mensuráveis, ou, em todo caso, significativas, as variáveis de análise não é o seu valor absoluto, o que, de resto, aliás, elas não têm. O seu valor é sempre relativo e surge no interior do sistema em que se encontra e em relação com as demais variáveis presentes.

Sob esta perspectiva, o ecoturismo em sua ampla acepção e de acordo com seus princípios tem se apresentado como uma alternativa ao turismo convencional, todavia, não será tal alternativa apenas por ser realizado em um ambiente natural protegido ou por viabilizar o contato com a cultura local, mas primordialmente pelo caráter influenciador e condutor de aprendizado a que se propõe. Desta feita, não se pode desconsiderar o atual contexto de consumo, uma vez que se torna premente um novo posicionamento do ecoturismo na sociedade contemporânea, levando em consideração as raízes teóricas e

ideológicas que o criaram, priorizando, portanto, a conservação em sua totalidade, em detrimento do poder hegemônico do consumo.

Referências

- Brasil. [MMA] Ministério do Meio Ambiente. (2000). SNUC: Sistema Nacional de Unidades de Conservação– SNUC: lei n. 9.985, de 18 de julho de 2000; decreto n. 4.340, de 22 de agosto de 2002. Brasília: MMA.
- Bruhns, H. T. (2009). A busca pela natureza: turismo e aventura. Barueri, SP: Manole.
- Cacho, A. N. B., & Azevedo, F. F. (2010). O turismo no contexto da sociedade informacional. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v.4, n.2, p.31-48, ago.
- CMMAD – Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. (1991). *Nosso futuro comum*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV.
- Diegues, A. C. (1998). *O mito na da natureza intocada*. 2. ed. São Paulo: HUCITEC.
- Diegues, A. C. (Org.). (2000). *Etnoconservação: novos rumos para a proteção da natureza nos trópicos*. São Paulo, SP: Hucitec.
- Engels, F. (1979). *A dialética da natureza*. 3. ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- Guerreiro Ramos, A. (1989). *A nova ciência das organizações: uma reconceituação da riqueza das nações*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV.
- IDEMA. Núcleo de Unidades de Conservação. (2009). *Plano de manejo da área de proteção ambiental – APA Jenipabu. Relatório de consolidação*. Natal.
- Lindberg, K., & Hawkins, D. E. (Orgs.). (2002). *Ecoturismo: planejamento e gestão*. 4. ed. São Paulo: SENAC.
- Maffesoli, M. (1996). *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes.
- Moraes, W. (2007). O turismo comunitário como instrumento de desenvolvimento sustentável. *Revista Ecotur*, Mai. Disponível em: <<http://www.revistaecotur.com.br/novo/home/default.asp?tipo=noticia&id=1759>> Acesso em: 09 de mai 2011.
- Moreira, I. V. D. (Org.). (1990). *Vocabulário básico de meio ambiente*. Rio de Janeiro: Serviço de Comunicação Social da Petrobrás.
- Nascimento, A. O., & Souza, J. E. S. (2008). GT de Turismo da RDSEPT: trajetória. *Revista do VIII Encontro Ecológico da RDS Estadual Ponta do Tubarão*. Ano VI. v.1, série 1, p. 11-12. nov.
- Neiman, Z.; & Rabinovici, A. (Orgs.). (2010). *Turismo e meio ambiente no Brasil*. Barueri, SP: Manole.
- Nobre, I. M. (2005). *Revelando os modos de vida da Ponta do Tubarão*. 260f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.
- Pires, P. S. (2002). *Dimensões do ecoturismo*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.
- Reigota, M. (1995). *Meio ambiente e representação social*. São Paulo: Cortez.
- Rio Grande do Norte [Estado]. (2003). Lei nº 8.349 de julho de 2003. Cria a Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão, na região de Diogo Lopes e Barreiras e dá outras providências. *Diário Oficial do Estado*, Natal.

- Rodrigues, A. B. (2001). *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. 3. ed. São Paulo: Hucitec.
- Santos, M. (1987). *O espaço do cidadão*. São Paulo: Nobel (Coleção Espaços).
- Santos, M. (1988). *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec.
- Santos, M. (1994). *Técnica, espaço, tempo*. São Paulo: Editora Hucitec.
- Santos, M. (2001). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6. ed. Rio de Janeiro: Record.
- Santos, M. (2006). *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Coleção Milton Santos).
- Soares, A. S. (2011). *O ecoturismo sob a égide da sociedade do consumo: um estudo das Unidades de Conservação de uso sustentável do RN*. 2011. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.
- Soares, A. S., & Azevedo, F. F. (2013). *Consumo e conservação no ecoturismo das UCs Área de Proteção Ambiental Jenipabu e Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão (RN): a percepção dos atores que nelas atuam*. In: AZEVEDO, F. F. et al. *Turismo em foco*. Belém: NAEA, pp.116-136.
- Wallace, G. N. (2002). *A administração do visitante: lições do Parque Nacional de Galápagos*. In: Lindberg, K., & Hawkins, D. E. (Orgs.) *Ecoturismo: planejamento e gestão*. 4. ed. São Paulo: SENAC, pp. 193–139.

ⁱ Diferenciado processo logístico de uma mercadoria.

Recebido em: 26/11/2018

Aprovado em: 11/01/2019