

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Turismo, cidades, colecionismo e museus 2

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Bruno Oliveira
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: William Cleber Domingues Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T938 Turismo, cidades, colecionismo e museus 2 / Organizador
William Cleber Domingues Silva. – Ponta Grossa - PR:
Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-470-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.709212309>

1. Turismo. I. Silva, William Cleber Domingues
(Organizador). II. Título.

CDD 338.4791

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

A coleção “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II é uma obra que tem como foco principal a discussão científica por intermédio de trabalhos diversos que compõe seus capítulos. O volume aborda 12 capítulos que permitirão aos leitores terem acesso a investigações de pesquisadores da área de turismo atuantes no Brasil e no exterior.

Sendo assim, o objetivo central desse livro foi o de debater, refletir e apresentar aos interessados diferentes temáticas e abordagens científicas que podem contribuir com o desenvolvimento do setor de turismo em diversas cidades e regiões.

Paralelamente a isso é importante destacar que a obra “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II complementa o primeiro volume podendo servir de fonte de consulta tanto para acadêmicos da área de turismo quanto para gestores públicos interessados no desenvolvimento local.

Diante disso e a partir da apresentação de resultados práticos convidamos todos a fazerem conosco uma grande viagem através da leitura dos 12 capítulos que compõem essa obra no campo das ciências sociais aplicadas.

No que se refere à divulgação e disseminação de conhecimentos nas mais diferentes áreas, destacamos o papel da Atena Editora que através de sua equipe e plataforma consegue congrega investigadores, metodologias e resultados de pesquisas que podem servir de base para novas investigações ou intervenções na realidade de muitos.

Uma boa viagem a todos!

William Cleber Domingues Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

MUSEUS E CRIANÇAS DO CAJUEIRO: AÇÕES DA 14ª SEMANA NACIONAL DE MUSEUS

Carollina Rodrigues Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123091>

CAPÍTULO 2..... 8

MARKETING TURÍSTICO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS DE QUITO E SANTIAGO DE COMPOSTELA, CIDADES PATRIMÔNIO MUNDIAL

Pamela Belén Tipán Fraga

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123092>

CAPÍTULO 3..... 17

ÍNDICES FINANCEIROS DO SETOR DE TURISMO

Marina Elizabeth Salazar Herrera

Susana Sánchez Solís

Dora Emilia Aguirre Bautista

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123093>

CAPÍTULO 4..... 25

TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO (UC): ECOTURISMO E AS PRÁTICAS DE LAZER COMO FORMA DE SUSTENTAÇÃO DA RELAÇÃO DO HOMEM E A NATUREZA

Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves

Joise Simas de Souza Maurício

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123094>

CAPÍTULO 5..... 32

TURISMO PEDAGÓGICO EM COMUNIDADE URBANA E SUAS POSSIBILIDADES, ARACAJU-SE

Flaviano Oliveira Fonsêca

Jorgenaldo Calazans dos Santos

Jéssika Amanda de Oliveira Bispo

Adinagruber da Conceição Lima

Érica dos Santos Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123095>

CAPÍTULO 6..... 40

DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA: DESAFIOS, OPORTUNIDADES, SUSTENTABILIDADE

Filipa Canavarró de Morais

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123096>

CAPÍTULO 7	54
TURISMO COMO UMA INDÚSTRIA CULTURAL: AS OFERTAS DE LAZER NA CIDADE DE ARAXÁ – MG	
Luana Ludmila Alves Boaventura	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123097	
CAPÍTULO 8	69
MODERNIDADE E UTOPIA: INFLUÊNCIAS NA REGIÃO DA RUA 25 DE MARÇO E NO COMÉRCIO DA CIDADE DE SÃO PAULO	
Lineu Francisco Oliveira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123098	
CAPÍTULO 9	80
TURISMO NO ESPAÇO RURAL EM PORTUGAL – UMA ANÁLISE QUANTITATIVA DA OFERTA E DA PROCURA	
Maria Lúcia Pato	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123099	
CAPÍTULO 10	88
A PERCEPÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> E REPRESENTAÇÕES (VOZES) NO MODELO BARÔMETRO DE SUSTENTABILIDADE DE TURISMO (BST), NO LITORAL NORTE DE SERGIPE	
Mary Nadja Lima Santos	
José Carlos Santos Cunha	
Tiago Guimaraes de Oliveira	
Autran Ávila Pimentel	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230910	
CAPÍTULO 11	98
CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA NA CRIAÇÃO DE UMA EXPOSIÇÃO: VISÕES DA LUZ / MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS	
Antonio Carlos Martins	
Beatriz Beltrão Rodriguez	
Ivo Antonio Almico	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230911	
CAPÍTULO 12	114
CONDICIONANTES GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE BARRA DOS COQUEIROS E PERSPECTIVAS PARA DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL	
José Carlos Santos Cunha	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230912	
SOBRE O ORGANIZADOR	127
ÍNDICE REMISSIVO	128

CAPÍTULO 1

MUSEUS E CRIANÇAS DO CAJUEIRO: AÇÕES DA 14ª SEMANA NACIONAL DE MUSEUS

Data de aceite: 02/09/2021

Data de submissão: 04/06/2021

Carollina Rodrigues Ramos

Mestranda em História da Arte e Patrimônio
(Universidade de Lisboa)
Lisboa – Portugal
<http://lattes.cnpq.br/9792627347401559>

RESUMO: Esse trabalho apresenta, como relato de experiência, o resultado das ações socioculturais de cunho educativo voltadas para a valorização dos patrimônios materiais e imateriais presentes nas paisagens da comunidade do Cajueiro, no período da 14ª Semana Nacional de Museus, que teve como tema “Museus e Paisagens Culturais”. Estabeleceu-se, assim, uma conexão entre as paisagens culturais da comunidade, as instituições museológicas participantes, a cidade de São Luís, as memórias individuais e coletivas das afetividades compartilhadas. As atividades desenvolvidas durante a referida Semana trabalharam a valorização das identidades locais, a luta pela preservação, pela memória e pela própria vida, através de diversas oficinas que pensaram o ser-no-mundo.

PALAVRAS - CHAVE: Museus; Território; Identidade; Patrimônio Cultural; Educação Patrimonial.

MUSEUMS AND CHILDREN FROM CAJUEIRO: ACTIONS OF THE 14TH NATIONAL MUSEUM WEEK

ABSTRACT: This work presents, as an experience report, the result of sociocultural actions of an educational nature aimed at valuing the material and intangible heritage present in the landscapes of the Cajueiro community, during the 14th National Week of Museums, which had the theme “Museums and Cultural Landscapes”. Thus, a connection was established between the cultural landscapes of the community, the participating museum institutions, the city of São Luís, the individual and collective memories of the shared affections. The activities developed during the aforementioned Week worked on the enhancement of local identities, the struggle for preservation, memory and life itself, through various workshops that reflected on being-in-the-world.

KEYWORDS: Museums; Territory; Identity; Cultural heritage; Heritage Education.

1 | INTRODUÇÃO

A comunidade do Cajueiro é uma ocupação social formada por pescadores, agricultores e extrativistas, que possui em seu território grande potência para criação de sítios arqueológicos e um dos mais antigos terreiros de culto afro do Brasil, o Terreiro do Egito, que de acordo com moradores foi um quilombo antes da abolição da escravidão. É uma comunidade rural da cidade de São Luís,

Maranhão, nordeste do Brasil, e vive entre os dois maiores portos da cidade: o porto do Itaqui, que exporta minério para a mineradora multinacional VALE, e o porto da EMAP - Empresa Maranhense de Administração Portuária, sob a administração do Estado do Maranhão. Há anos essa comunidade vive lutando contra a desapropriação, pois em seu território pretendem implantar mais um terminal portuário de uso privado e de logística na região (PEDRO, 2017).

Sobre esse pano de fundo que produziu-se a 14ª Semana Nacional de Museus, em 2016, no sentido de fortalecer a identidade comunitária e dar visibilidade ao Cajueiro frente aos avanços eminentes da construção do novo porto. O objetivo desse trabalho é apresentar um relato de experiência, a partir das atividades desenvolvidas durante a 14ª Semana Nacional de Museus, onde trabalhamos a valorização das identidades locais, a luta pela preservação, pela memória e pela própria vida, através de oficinas de cerâmica arqueológica, mapeamento das ervas medicinais existentes nos quintais dos moradores, oficina de confecção de redes de pesca para os jovens, educação ambiental, narrativas de histórias da própria comunidade, oficinas de desenho e pintura em tela, entre outras.

2 | 14ª SEMANA NACIONAL DE MUSEUS – OS MUSEUS E AS PAISAGENS CULTURAIS DA COMUNIDADE DO CAJUEIRO

A Semana Nacional de Museus é uma ação de promoção e divulgação dos museus brasileiros, coordenada pelo Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, em comemoração ao Dia Internacional de Museus, 18 de maio, que acontece anualmente em todo o Brasil. No período de uma semana do mês de maio, o IBRAM convida os Museus a elaborarem e desenvolverem ações voltadas para a temática que é lançada pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM), em celebração a essa data. Todo ano é proposto um novo tema com uma nova imagem representativa para que cada instituição museal e/ou cultural elabore suas atividades. A proposta de promover a Semana Nacional de Museus tem como objetivo o fortalecimento dos museus, o aumento do público visitante, a intensificação da relação dos museus com a sociedade e ampliação do acesso à cultura.

No ano de 2016 foi lançada a 14ª Semana Nacional de Museus com o tema “Museus e Paisagens Culturais”. Esse tema reforçou o papel sociocultural das instituições museais induzindo-as a voltarem seus olhares para seus contextos externos e ressaltou a necessidade da valorização das culturas e da diversidade paisagísticas de cada localidade.

No Estado do Maranhão, a Semana Nacional de Museus é coordenada pelo Museu Histórico e Artístico do Maranhão - MHAM, responsável por mobilizar as instituições para discutirem o tema. Nesse caso foi proposta uma ação conjunta entre os Museus da cidade de São Luís durante a Semana em uma comunidade rural, assim o nome da Semana em São Luís passou a ser “Os Museus e as Paisagens Culturais da Comunidade do Cajueiro.” Essa comunidade foi escolhida devido sua conexão direta com a natureza e as dinâmicas

de suas paisagens e por possuírem forte vínculos com seu território, de onde retiram seu sustento e lugar no qual as tradições culturais são transmitidas de geração em geração. A grande diversidade de seu patrimônio material e imaterial possibilitou o desenvolvimento de atividades relacionadas com a missão de cada museu envolvido na ação.

A primeira visita ao Cajueiro teve como objetivo conhecer a comunidade e seus líderes. Essa articulação se deu através de um membro do Núcleo de Estudos Geográficos – NEGO. Os líderes nos contaram um pouco da história da comunidade e dos moradores do Cajueiro. Ao final dessa visita os gestores decidiram não ir a outras comunidades, como no planejamento inicial onde a proposta era visitar cinco comunidades para realizar a escolha. Decidiu-se trabalhar a Semana somente com o Cajueiro. Na segunda incursão à comunidade os museus apresentaram aos representantes da União dos Moradores do Cajueiro as atividades propostas para a Semana, onde obtivemos completa aprovação. Posteriormente foi realizado um almoço coletivo em uma das casas dos moradores para estreitarmos os laços.

3 | RELATO DAS ATIVIDADES

A programação foi constituída de palestras, oficinas, rodas de conversa, contação de história, mapeamento socioeconômico, cultural, ambiental, inventário dos bens materiais e imateriais e exposição. Ainda como parte do evento foi realizada a IV Mostra de Museus do Maranhão, com os resultados das ações desenvolvidas na comunidade do Cajueiro. Participaram nessa edição da Semana Nacional de Museus no Estado do Maranhão o Museu Histórico e Artístico do Maranhão – MHAM e anexos, o Centro de Pesquisas de História Natural e Arqueologia do Maranhão, o Museu da Igreja do Carmo e da Província Capuchinha e Nossa Senha do Carmo, o Ecomuseu Sítio do Físico, o Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho, o Museu Casa de Nhozinho, a Curadoria do Palácio dos Leões, o Museu Afro Digital, o Espaço Cultural dos Correios, a Casa do Maranhão, a Casa de Cultura Josué Montello, o Convento das Mercês, o Memorial Sebrae, o Ponto de Memória Maracrioula, a Secretaria de Estado da Cultura e Turismo do Maranhão – SECTUR, a Organização em prol da Natureza, Arte, Vida e Ecologia – NAVE (como produtora do projeto), o Núcleo de Pesquisa e Produção da Imagem – NUPPI, o Coletivo Urban Sketchers, e artistas contemporâneos da cidade de São Luís. Cabe ressaltar que foram 15 (quinze) instituições, 2 (dois) coletivos artísticos e (12) artistas reunidos, que dentro de suas especificidades realizaram atividades na comunidade do Cajueiro.

No primeiro dia da semana foi realizada a solenidade de abertura com a apresentação do projeto da 14ª Semana Nacional de Museus por parte de seus idealizadores, organizadores e o presidente da União dos Moradores do Cajueiro. Houve, ainda, a realização de palestra de abertura intitulada “Reconstrução da História e a Importância do Terreiro do Egito para a Comunidade” ministrada pela pesquisadora Juliana Nogueira, representando o Museu Afro

Digital. Houve a degustação de chás oferecida pela equipe do Museu Casa de Nhozinho a partir da atividade “Ervas Medicinais presentes na Comunidade do Cajueiro”, que consistia em pesquisar, catalogar e demonstrar as ervas e plantas medicinais presentes no território do Cajueiro. Nesta atividade, teve-se em vista que a prática secular da região do tratamento de diversas enfermidades com ervas e plantas, assim como banhos de proteção e limpeza contra malefícios. Para encerrar o primeiro dia de evento ocorreu uma apresentação cultural de Tambor de Crioula do Ponto de Memória Maracrioula e uma partida de futebol feminino no campo de futebol local.

Durante a Semana foram realizadas diversas atividades, que foram, a saber: “Oficina Educação Patrimonial e Pertencimento da Identidade Local”, realizada pelo Museu da Igreja do Carmo e da Província Capuchinha e Nossa Senhora do Carmo, que buscou destacar através de dinâmicas descontraídas a história dos saberes e fazeres da comunidade, estimulando as crianças a descobrirem e olharem para sua comunidade e para os Museus. Roda de conversa mediada por representante do Museu Histórico e Artístico do Maranhão intitulada: “Fazeres, técnicas, histórias e memórias dos pescadores do Cajueiro”, na qual os pescadores relataram, de maneira informal, sobre suas rotinas nas práticas das atividades pesqueiras para os jovens da comunidade. “Oficina de Confeção de Personagens”, organizada pela Casa de Cultura Josué Montello a partir de depoimentos de crianças sobre suas vidas na Comunidade do Cajueiro. “Oficina Teoria e Prática na Confeção de Cerâmica Arqueológica Pré-histórica”, realizada pelo Centro de Pesquisa de História Natural e Arqueologia do Maranhão – CPHNAMA, onde foi apresentado o panorama de cerâmicas arqueológicas da Amazônia Brasileira e a descrição dos processos envolvidos no preparo e na elaboração de artefatos cerâmicos. As crianças e jovens participantes realizaram a moldagem de cerâmicas, usando como base as técnicas aprendidas nos ensinamentos teóricos, dando livre expressão na confecção de miniaturas com a aplicação das técnicas. “Oficina Os Gigantes da Pré-História Maranhense”, realizada também pelo CPHNAMA, onde abordou-se características do corpo, hábito alimentar e reprodução de dois grupos de dinossauros que habitaram terras maranhenses há cerca de 100 a 110 milhões de anos, através de montagem de quebra-cabeça e da distribuição de cartilha para as crianças participantes. “Oficina de Filatelia Produção de Selos Postais a partir da Paisagem Cultural da Comunidade do Cajueiro”, realizada pelo Espaço Cultural dos Correios, com uma explanação sobre filatelia, que é a arte de colecionar selos, e a importância do selo para a pesquisa, estudo e conhecimento em torno das mais variadas particularidades que envolvem o selo postal desde a temática até a imagem nela contida. Logo após as crianças puderam fazer seu próprio cartão postal com desenhos que remetiam a imagens da comunidade do Cajueiro. “Oficina de Pintura em Tela: A Cor do Cajueiro”, através da qual as crianças e adolescentes aprenderam a utilizar as cores primárias, secundárias e terciárias, retratando as paisagens do Cajueiro. A “Oficina de Confeção de Rede de Pesca” consistiu na apresentação e prática de nós para confecção de rede de pesca de

arrastão para os jovens. A oficina foi ministrada por pescadores da comunidade. “Oficina de Desenho”, realizada pelo Coletivo Urban Sketchers, na qual foram feitos desenhos de observação da paisagem da comunidade com pigmentos naturais locais, como argila, por exemplo. “Roda de conversa sobre o Terreiro do Egito”, com seus descendentes, filhos e netos. Exposição “O Passado que faz conexão com o presente: Casas descendentes do Terreiro do Egito”, no Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho. “Oficina de Contação de História e Lendas da Comunidade do Cajueiro”, proposta pela Casa do Maranhão. Essa tratou-se de uma ação que visava promover trocas de experiências, narrando um pouco da história da comunidade do Cajueiro assim como suas lendas. Um trabalho voltado para o despertar nos moradores desta localidade sobre o sentimento de pertencimento e identidade. O Memorial SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) apresentou os resultados do “Mapeamento Socioeconômico Cultural da Comunidade do Cajueiro”, no qual a coleta de informações foi realizada durante um mês com aplicação de questionários e conversas junto aos moradores. Buscou-se, assim, contribuir com a Comunidade através de um mapeamento sócio econômico-cultural, ao propor boas práticas empreendedoras que buscaram promover atitudes de sustentabilidade, respeitando os limites da natureza e resgate da história. Através de representantes do Museu Histórico e Artístico do Maranhão e do Ecomuseu Sítio do Físico, a programação do evento contou com atividades relacionadas à valorização do meio ambiente, tais como a realização de uma palestra sobre Educação Ambiental, Oficina-Confeção de Placas Informativas relacionadas a preservação do meio ambiente, e o mutirão “Onda Verde em Guarimanduba”, com a realização de coleta de materiais plásticos encontrados ao longo da praia do Cajueiro. O importante era despertar, naqueles que participaram, o sentimento de cuidar, preservar, de dar a importância devida à natureza e ao meio onde vivemos. Para o dia do encerramento foram realizadas apresentação das crianças e jovens que participaram das oficinas de “Educação Patrimonial e Pertencimento da Identidade Local” e “Contação de Histórias e Lendas da Comunidade” e logo após, a partida de futebol masculino.

Todos os dias no final das atividades eram realizados espetáculos de diversos grupos artísticos de São Luís, como, o espetáculo “Cecília e os 40 fantasmas” do Coletivo Cênico Respeite Minha Cidade, contação de histórias “A Festa no Céu” da Vagalume Produções, apresentação cultural com “O Circo Tá na Rua”, contação de histórias com a “Nhá Caboca” e apresentação cultural “História da Ilha” com o Xama Teatro.

No mês seguinte da Semana de Museus ocorreu a abertura da exposição “Cajueiro – Fazer Memória Vida”, na Galeria Floriano Teixeira. Atividade proposta pelo Museu Histórico e Artístico que consistiu na reunião de trabalhos artísticos de 12 artistas contemporâneos do Estado do Maranhão voltados para a paisagem cultural da Comunidade do Cajueiro. Na abertura, a comunidade do Cajueiro esteve presente para ver os registros das atividades que foram realizadas em seu território.

No mês de setembro do mesmo ano foi realizada a IV Mostra de Museus - Os

Museus e as Paisagens Culturais na Comunidade do Cajueiro, realizada no Museu de Artes Visuais. Apresentou, através de imagens, o resultado das ações socioculturais de cunho educativo realizadas na comunidade do Cajueiro durante a 14ª Semana Nacional de Museus. Houve o lançamento de um selo postal do Cajueiro feito a partir da oficina dada pelo Espaço Cultural dos Correios. Esse selo foi distribuído pelo Brasil através da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos do Maranhão.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados alcançados foram a interação das instituições museológicas e da sociedade civil maranhenses com a comunidade do Cajueiro; a valorização e fortalecimento do Patrimônio Cultural e Natural desta comunidade, através dos conhecimentos relativos à educação patrimonial e suas abordagens, tais como: (1) Identidade, territorialidade, pertencimento, memória, história e preservação; (2) A geração de atitudes de sustentabilidade e respeito aos limites da natureza; (3) A construção de um mapeamento socioeconômico e cultural da comunidade do Cajueiro; (4) A consolidação da função dos museus como instituições promotoras de transformação e desenvolvimento social; (5) Fortalecimento, divulgação e valorização dos espaços museais da cidade de São Luís; (6) Aumento do fluxo de visitantes nestas instituições; (7) Dinamização da economia e cultura locais.

Os benefícios socioculturais do Projeto foi a reafirmação da importância do patrimônio natural e cultural da comunidade do Cajueiro, fortalecendo o sentimento de pertencimento sociocultural e promovendo, mesmo diante das dificuldades, a preservação desses saberes, fazeres, experiências, vivências e/ou outras práticas com os moradores da referida comunidade. Trouxe também o desenvolvimento da cultura do Estado por meio do fortalecimento de seus museus e paisagens culturais locais, através da valorização das identidades socioculturais do território do Cajueiro e da promoção da educação patrimonial local, assim como a preservação da memória cultural e a conseqüente democratização do seu acesso ao aproximá-la do público ludovicense, nas perspectivas do conhecimento e do lazer para a vida.

Este sentimento de pertença foi bem marcante para os promotores da ação, à medida que foi percebido que os membros da comunidade, inclusive algumas crianças passaram assumir sua identidade de morador do Cajueiro. Foi possível perceber a redução dos preconceitos existentes entre alguns moradores em relação ao Terreiro do Egito, passando-o a respeitá-lo e considerar como parte do patrimônio imaterial do Cajueiro, mesmo não fazendo parte de nenhuma religião afro-brasileira. Notou-se também a ampliação da luta pela preservação do território, pois a partir da 14ª Semana Nacional de Museus realizada no Cajueiro, outras comunidades tradicionais, que também serão afetadas com a construção do porto e as mudanças no Plano Diretor da cidade aderiram à luta da comunidade do Cajueiro, totalizando 18 comunidades da ilha de São Luís.

REFERÊNCIAS

PEDRO, Viviane Vazzi. “**Quem não pode com a formiga não assanha o Cajueiro**”: necropoder, margens e interstícios da judicialização do conflito socioambiental na Comunidade do Cajueiro. São Luís – MA. Tese de doutorado no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. São Luís: UFMA, 2017.

Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM. <http://www.museus.gov.br/museus-e-paisagens-culturais/>
Acesso em: 30/04/2018

CAPÍTULO 2

MARKETING TURÍSTICO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS DE QUITO E SANTIAGO DE COMPOSTELA, CIDADES PATRIMÓNIO MUNDIAL

Data de aceite: 02/09/2021

Pamela Belén Tipán Fraga

Universidade da Coruña – Facultade de
Humanidades e Documentación
A Coruña -España
Septiembre 2014

RESUMEN: El concepto de Patrimonio Cultural es subjetivo y dinámico, no depende de los objetos o bienes materiales en sí, sino que depende de los valores que la propia sociedad les atribuya en un momento dado de la historia para que se determinen qué bienes son los que hay que proteger para conservar su legado para la posteridad. Actualmente, son varios los documentos que consolidan la visión tan amplia y plural del patrimonio, abarcando tanto bienes materiales como inmateriales, que posean un valor significativo o testimonial de la cultura del lugar. No se establecen límites temporales, artísticos, o de cualquier otro carácter, ya que en cualquiera de ellos se puede encontrar un paisaje de valor cultural. Este concepto de protección del patrimonio se encuentra incluido en la Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, creada en 1972 por la UNESCO, que considera al patrimonio cultural dentro de diversas categorías. Dentro de la categoría de conjuntos patrimoniales, se encuentran las ciudades Patrimonio de la Humanidad, nombramiento que constituye un honor y un reconocimiento internacional y, al mismo tiempo,

supone una gran responsabilidad que asumen las administraciones locales para garantizar la protección, conservación del conjunto patrimonial y su valor para las generaciones futuras. Existen diversas ciudades que han sido nombradas con este honor desde que se establecieron las Convenciones para la protección del patrimonio cultural, y dos de éstas son la ciudad de San Francisco de Quito, primera ciudad declarada “Patrimonio de la Humanidad” junto con la ciudad polaca de Cracovia; y la ciudad de Santiago de Compostela, perteneciente también al grupo de ciudades santas junto con Roma y Jerusalén. Estas ciudades poseen muchas similitudes que las hacen tener un hilo de unión inquebrantable como son el ser capitales administrativas, en el caso de Quito capital del país, mientras que, Santiago es capital de la Comunidad Autónoma de Galicia; su poderío en cuanto a patrimonio eclesiástico por el gran número de templos, conventos, seminarios, e inclusive, las propias catedrales que se han convertido en el reclamo turístico para las dos ciudades; su geográfica accidentada o el clima. Gracias al avance de la tecnología, ambas ciudades han podido crear proyectos de promoción turística a través de las redes sociales que, debido a la penetración adquirida, la facilidad y rapidez para la publicación de contenidos y para la interacción con los usuarios, así como la exponencial distribución de los mismos, ha convertido a estas redes en una oportunidad única para la comunicación turística. Por ello, el objeto del presente proyecto es analizar estas redes sociales utilizadas como medio de comunicación y transmisión en estrategias de marketing y promoción; así como,

saber si dichos proyectos han ayudado a posicionarse dentro del mercado turístico a nivel mundial.

PALABRAS CLAVE: Quito, Santiago de Compostela, Redes Sociales, Promoción Turística, UNESCO.

TOURISTIC MARKETING IN SOCIAL NETWORKS OF QUITO AND SANTIAGO DE COMPOSTELA, WORLD CITIES HERITAGE

ABSTRACT: The concept of Cultural Heritage is subjective and dynamic, it does not depend on the objects or material goods themselves, but depends on the values that society itself attributes to them at a given moment in history so that they determine which goods are the ones that must be protected to preserve their legacy for posterity. Currently, there are several documents that consolidate the broad and plural vision of heritage, covering both tangible and intangible goods, which have a significant or testimonial value of the culture of the place. No time, artistic, or any other character limits are established, since in any of them you can find a landscape of cultural value. This concept of heritage protection is included in the Convention on the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, established in 1972 by UNESCO, which considers cultural heritage within various categories. Within the category of heritage sites, there are the World Heritage Cities, an appointment that constitutes an honor and an international recognition and, at the same time, supposes a great responsibility that local administrations assume to guarantee the protection, conservation of the heritage complex and its value for future generations. There are several cities that have been named with this honor since the Conventions for the protection of cultural heritage were established, and two of these are the city of San Francisco de Quito, the first city declared a “World Heritage Site” along with the Polish city of Krakow; and the city of Santiago de Compostela, also belonging to the group of holy cities along with Rome and Jerusalem. These cities have many similarities that make them have a thread of unbreakable union such as being administrative capitals, in the case of Quito capital of the country, while, Santiago is capital of the Autonomous Community of Galicia; its power in terms of ecclesiastical heritage by the large number of temples, convents, seminaries, and even the cathedrals themselves that have become the tourist attraction for the two cities; its rugged geography or climate. Thanks to the advance of technology, both cities have been able to create tourism promotion projects through social networks that, due to the acquired penetration, the ease and speed for the publication of content and for interaction with users, as well as the exponential distribution of the same, has turned these networks into a unique opportunity for tourism communication. Therefore, the purpose of this project is to analyze these social networks used as a means of communication and transmission in marketing and promotion strategies; as well as, to know if these projects have helped to position themselves within the tourism market worldwide.

KEYWORDS: Quito, Santiago de Compostela, Social Networks, Tourism Promotion, UNESCO.

OBJETIVOS

Los objetivos principales del proyecto son:

- Conocer la integración de las Redes Sociales en las estrategias de promoción de las ciudades patrimonio de la humanidad.
- Analizar la presencia y utilización que dan a estas plataformas los organismos de turismo de Quito y Santiago.
- Determinar las posibles carencias o errores en la utilización de estas redes sociales, con la intención de establecer una propuesta de mejora.

METODOLOGÍA

Para conocer las estrategias de comunicación turística de las ciudades “Patrimonio de la Humanidad”, se llevará a cabo una observación de sus espacios Web y de las herramientas 2.0 que los principales organismos de turismo utilizan para llegar a sus públicos en la Red.

En el caso específico de las ciudades de Quito y Santiago de Compostela se efectuará un análisis de contenido cuantitativo-cualitativo de sus propios canales en Facebook, Twitter y Youtube. El periodo de tiempo para el estudio de las redes sociales inicia en el mes de enero del 2013 y termina en el mes de abril del 2014.

COMPARACIÓN DE LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD Y SU PROMOCIÓN A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Las ciudades son los destinos turísticos más antiguos, pero solo hasta principios del siglo XX, los responsables de la gestión de éstos tomaron conciencia sobre la contribución al turismo de dicho patrimonio urbano.

Algunas de las ventajas que se consolidaron después de este despertar patrimonial fueron: la rehabilitación de los cascos históricos, la regeneración física de las ciudades, el desarrollo y equipamiento para el disfrute de los turistas y residentes de estas ciudades y crecimiento económico para el beneficio de los ciudadanos y la industria turística.

Las ciudades Patrimonio de la Humanidad son destinos turísticos privilegiados, con capacidad para atraer a diferentes segmentos de turistas que buscan algo nuevo al turismo masificado. Por ello, la gestión turística de estos lugares se puede realizar de dos maneras:

- Activa. Los responsables turísticos diseñan programas orientados a identificar las características de los turistas objetivo, para hacer accesible el patrimonio, gestionar integralmente la calidad de la ciudad y promocionar el destino y sus recursos.
- Pasiva: Los responsables turísticos esperan que los turistas visiten la ciudad en razón de los recursos patrimoniales que atesora.

Así mismo, los responsables turísticos se encargarán de crear una promoción explícita de estos recursos patrimoniales que favorecerá el incremento del número de turistas, ayudará a la conservación de los monumentos, y, además, este aumento de los visitantes beneficiará a la economía local que se verá incrementada gracias a la buena gestión turística.

Para dar a conocer estos atractivos o hacer valer las ciudades históricas, se han creado varios instrumentos de promoción tales como: acciones publicitarias dirigidas al público objetivo, distribución de material promocional, de forma personalizada o impersonal, creación de oficinas de información turística, asistencia a ferias turísticas, eventos en los que se promociona a través de los medios de comunicación, organización de jornadas turísticas de varios tipos como gastronómicas, enológicas, entre otros, promoción turística a través de visitas guiadas.

Tanto la Web institucional, como las propias herramientas de la Web 2.0, son las más acordes para acercarse a un público e interactuar con éste sobre la oferta turística, sobre patrimonio y recursos culturales de la localidad.

El análisis de las diversas redes sociales de las ciudades denominadas “Patrimonio de la Humanidad” por la UNESCO de Latinoamérica y España es un claro reflejo del incipiente peso de los Social Media en la estrategia de promoción turística de estas ciudades.

ANÁLISIS COMPARATIVO

A continuación, se muestra el análisis comparativo entre los distintos perfiles activos en las plataformas sociales mencionadas.

Facebook

Quito

El perfil oficial de Turismo de la ciudad de Quito fue abierto en el año 2010 y ha mantenido un crecimiento paulatino hasta el año 2013 del 3,08%.

Su perfil es seguido por casi 19.000 personas alrededor del mundo, lo que la hace una página notable sin ser extensa. Los posts del perfil suelen tener como máximo 500 caracteres en la línea de la brevedad de internet, donde son más eficaces los mensajes cortos y concisos. En este caso, dichas publicaciones están escritas en español y en inglés para todos aquellos internautas extranjeros que desean conocer y saber más cosas de la ciudad.

Los usuarios suelen presentar cierta actividad interactuando con frecuencia en la página web. En este sentido, el porcentaje total entre “likes” o comentarios alcanza el 69% de las publicaciones que se realizan.

La frecuencia de respuesta a las publicaciones del perfil de Quito es muy baja. Apenas logran un 5% de respuestas por parte de los usuarios, lo que la hace una página

que, aun ofreciendo la información de interés para los seguidores, no es capaz de conocer la opinión de éste a través de los posts.

Santiago de Compostela

En cuanto al perfil de la ciudad de Santiago de Compostela, cabe decir que fue abierta a la par que el anterior perfil, apenas hay una diferencia de 9 días entre la creación de cada una de ellas. Este perfil tiene muchos menos seguidores, apenas unos 5000 internautas, pero a pesar de ello, mantienen una excelente interacción con el usuario ya que el porcentaje de respuesta a los posts en el perfil es del 69%.

Las publicaciones más recurridas son las fotografías y estos posts están escritos en tres lenguas que son el español, inglés y gallego para ampliar la difusión del mensaje hacia los internautas nacionales o extranjeros. Tienen un porcentaje del 96% de respuesta a los posts por parte de los usuarios.

Youtube

Quito

El canal de Quito Turismo fue abierto en el año 2008, apenas dos semanas después que el de Santiago de Compostela. Es un canal muy visitado por los usuarios ya que tienen casi 309.000 visitas. Es actualizado cada semana y tienen 800 suscriptores.

Suelen ser videos en distintos idiomas para que puedan disfrutarlos tanto las personas de habla hispana, como los de habla inglesa o alemana. En total, han subido al canal 82 videos, dentro de los cuales, el más visto es “Quito, The world’s soul” en el que se refleja cómo es Quito, desde el punto de vista de los habitantes hasta el de los visitantes.

Santiago de Compostela

El canal de Santiago de Compostela tiene contenidos similares. La fecha de apertura de ésta fue en junio del 2008. Este canal tiene un número inferior de suscriptores, en total son 64.000 y también actualizan cada semana el perfil con nuevos videos.

El video más visto fue un documental elaborado por Radio Televisión Española sobre la ciudad denominado “Santiago de Compostela: ciudades para el siglo XXI” (1º parte).

Twitter

Quito Turismo

La cuenta de Quito Turismo fue abierta en el año 2010 y tiene, en la actualidad, 28,826 seguidores. Durante este año, publicaron unos 11,426 “Tweets”, que van en aumento cada día, con bastante efecto retroactivo entre los usuarios, ya que suelen ser publicaciones de ámbito turístico e información para los propios ciudadanos, como es el caso de la información de tráfico en las principales avenidas, el tiempo o la agenda cultural.

Desde el mes de julio del 2013 hasta el mes de abril de este año, se han escrito 3,194 posts en dicho perfil, con una media de 12,30 “tweets” al día, de los cuales 824 han sido mencionados por otros usuarios de la red social.

En cuanto a la cantidad de posts con links añadidos, se observa que hay una media de 966, hasta la fecha de análisis, en los que han incluido videos de distintas modalidades tales como promoción turística, turismo gastronómico, conciertos/Festivales o noticias/información general para los ciudadanos.

PROPUESTA DE MEJORA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Esta propuesta estará enfocada en la mejora de la utilización de las redes sociales.

Santiago de Compostela

Youtube: Para la estrategia de promoción turística se propone la creación de videos turísticos en los que se resalte los principales atractivos de Santiago. Así mismo, se propone que alguno de los videos que se suban al portal sean grabados por los propios turistas como medio de atracción entre los usuarios.

Este tipo de videos son muy fáciles de difundir entre las principales plataformas sociales, por lo que deberían ser uno de los principales puntos en la estrategia de marketing y promoción turística.

Facebook: En esta red social, es mucho más fácil la interacción entre usuarios y gestores y también entre los propios usuarios, por lo que sería estimulante para los futuros seguidores del perfil de la ciudad que se subieran fotografías, videos compartidos del portal de videos Youtube (como parte de la propuesta mencionada antes), crear concursos en donde se obsequien visitas gratuitas al casco histórico o estadias en Santiago, informar a través de este perfil sobre las actividades que se realizan en la ciudad, entre otras cosas

Hootsuite: Turismo de Santiago, al tener varios perfiles abiertos en diversas cuentas, podría dar uso a esta herramienta que gestionaría toda la información que se desea compartir a los usuarios en todas las redes sociales, dando a conocer las noticias sobre la ciudad a todos los turistas que están en ese momento, al igual que a todos los futuros visitantes y seguidores de sus redes sociales.

Quito

Facebook: Quito mantiene una continua actualización en el perfil de esta red social, por lo que, la propuesta que se plantea es el que los gestores del perfil mantengan más contacto con los usuarios o seguidores del mismo, ya que, para muchos de los usuarios (que serán futuros visitantes) la información transmitida suele ser enfocada solo para los lugareños, dejando de lado a todo aquel que no esté en ese momento visitando la ciudad.

Youtube: Al ser un medio de transmisión de información a través de videos, se propone que los gestores del perfil realicen videos animando a la población a unirse a su canal para que, a través de éste, puedan conocer más los atractivos de Quito, sus alrededores, las actividades que pueden realizar, incluso se podría crear un video corto sobre las actividades programadas en cada mes. Este hecho ayudaría a que todos los meses hubiese información nueva, se transmitiría a través de las otras redes sociales tanto

por los seguidores como por los gestores y llegaría a mucha más gente que solo publicando en Facebook o Twitter.

HootSuite: La creación de un perfil con esta herramienta facilitará la transmisión de información hacia los usuarios de las redes sociales, teniendo más tiempo para contestar a todas las preguntas que los seguidores les planteen e intentando mantener una reciprocidad con ellos.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

Una vez realizado el análisis de los perfiles en las redes sociales que tienen en común las ciudades de Quito y Santiago de Compostela, se llega a las siguientes conclusiones:

La primera diferencia que se encuentra entre la estrategia de promoción turística en ambas ciudades es la cantidad de personas a las que se quiere llegar. En el caso de la capital ecuatoriana, han empezado recientemente a crear proyectos enfocados en la búsqueda de nuevos nichos de mercado o nuevos públicos interesados en ir a conocer la ciudad. En este sentido, Santiago lleva ya muchos años de recorrido, aunque no han dejado de buscar a nuevos públicos para seguir promocionando a Santiago como ciudad y no solo como meta final del Camino de Santiago.

Otra diferencia que también se evidencia es que Quito es capital estatal y administrativa del país, mientras que Santiago es capital autonómica. Esto hace que toda campaña turística se enfoque en Ecuador como país y no solo en Quito.

En Santiago ocurre lo contrario. Cada ciudad se promociona por sí sola, sin dejar a un lado la promoción conjunta de Galicia, aunque muchas veces los recursos que se enfocan de esta ciudad a la hora de realizar las mencionadas propagandas turísticas apenas cubren la Catedral, el Obradoiro o el Parador Hostal de los Reyes Católicos. Tampoco se puede olvidar que, gracias al Camino de peregrinación, Santiago ha alcanzado desde la Edad Media una notoriedad internacional. Las estrategias comunicativas de esta ciudad deberían enfocarse en cambiar la idea de la ciudad como punto final del Camino, y deberían profundizar en la existencia de un turismo cultural, monumental e histórico que no está reflejado en ello.

Enfocando los datos obtenidos en el análisis, se deduce que Quito goza con un mayor número de seguidores en todas las redes sociales que la ciudad de Santiago, hecho que contrasta con el objetivo en ambas estrategias de marketing; es decir; para Santiago, es mucho más productivo conseguir un reducido número de seguidores que sean realmente futuros visitantes que aumentar la lista con un sinnúmero de usuarios y que sean partícipes del perfil, pero sin convertirse en público objetivo. En cuanto a Quito, su objetivo es llegar a la mayor cantidad de personas que sea posible, ya que así obtendrán información sobre aquellos que desean visitar la capital, aunque se encuentren en cualquier parte del mundo. De esta manera, lograrían obtener un nuevo público, y, además, conseguirán introducirse

en nuevos mercados a través de las redes sociales.

En el caso particular del canal de videos Youtube, ambas mantienen un bajo número de suscriptores, desventaja muy grande para las dos ciudades, ya que es un medio de comunicación eficaz, rápido y directo en el que sí se podría trabajar con más ahínco para introducirse en muchos más mercados que el americano o europeo. La facilidad con las que se transmite información por estos medios es muy buena aliada a la hora de crear una estrategia de marketing turístico que capte la atención de los suscriptores y que pueda ser valorada por los mismos.

Frente a este bache, se ve que los perfiles activos que tienen en la red social Twitter, cuentan con un mayor número de seguidores; aunque éstas están marcadas por la diferencia numérica que existe en cuanto a la cantidad de estos internautas. Como ya se ha mencionado antes, Turismo de Santiago busca calidad mientras que Turismo de Quito busca cantidad, de ahí la diferencia que existe entre ambos perfiles en cuanto a seguidores.

En Facebook, Quito Turismo no mantiene una relación comunicativa con los usuarios; apenas suelen responder a sus preguntas y tampoco son asiduos a responder a los correos en los que sus propios seguidores solicitan información de la ciudad. Santiago Turismo suele realizar concursos y mantiene una relación más estrecha con sus usuarios. Pero a pesar de eso, tampoco existen un alto porcentaje de respuesta por parte de los gestores del perfil, obviando las posibilidades de interacción que brindan los Social Media.

DEDICATORIA

A mi mamá, por enseñarme a ser fuerte y valiente.

A mi papá, por enseñarme a ser noble.

A mi abuela, por enseñarme a ser honesta y sincera.

A mi abuelo, por criarme y enseñarme a que sí existe la bondad.

A mis amigas, por ser pieza fundamental en mi vida.

A Mariana, Sonia y Francisco, por mostrarme que siempre merezco lo mejor.

Ustedes son mis ángeles en la tierra y en el cielo.

Les amo.

REFERÊNCIAS

MACIÁ DOMENE, Fernando y GRELA GOSENDE, Javier. Marketing con redes sociales. Anaya Multimedia (Grupo Anaya S.A). Madrid, 2011.

MERODIO, Juan. Estrategia Empresarial en redes sociales. Wolters Kluwer España. 2012.

MAQUEIRA, Juan Manuel & BRUQUE, Sebastián. Marketing 2.0, El nuevo marketing en la Web de las redes sociales. RA-MA Editorial. Madrid, 2009

CARRERA, Filipe. Redes Sociales y Networking. Profit Editorial. Barcelona, 2011.

MAQUEIRA, Juan Manuel, BRUQUE, Sebastián. Marketing 2.0: El nuevo Marketing en la Web de las redes sociales (2009), 12-13.

MARTÍNEZ, Ricard y RALLO LOMBARTE, Artemi. Derecho y Redes Sociales. Segunda Edición. Editorial Aranzadi. Navarra, 2013

PIÑAR MAÑAS, José Luis. Redes Sociales y Privacidad del Menor. Editorial Reus. Madrid, 2011.

ALBACETE Sáenz, Carlos Antonio, HERRERA Fernández, María. Las tecnologías de la información y comunicación en el sector turístico: Una aproximación al uso de las redes sociales. Editorial Universitaria Ramón Areces, 2012.

CONCELLO DE LUGO. Promoción turística conjunta de ciudades atlánticas "Patrimonio da Humanidade" Edición: Concello de Lugo, 2005 .

LOZANO, D, Javier. La web 2.0 y las redes sociales, 2011. Disponible en: <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=503>.

PONCE, Isabel. Monográficos: Las redes sociales, 2012. Disponible en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>.

SERRANO, Alex. Conceptos de Marketing, 2012. Disponible en: <http://www.puromarketing.com/27/12944/conceptos-marketing.html>

Estadísticas Facebook en Ecuador. Disponible en: <http://www.owloo.com/facebook-stats/ecuador/>

Estudio Anual sobre redes sociales. Datos sobre las redes sociales en España. 2013. Disponible en: http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf

ÍNDICES FINANCIEROS DO SETOR DE TURISMO

Data de aceite: 02/09/2021

Date de submissão: 06/08/2021

Marina Elizabeth Salazar Herrera

Universidad Veracruzana. Facultad de administración, Veracruz. México

Susana Sánchez Solís

Universidad Veracruzana. Facultad de administración, Veracruz. México

Dora Emilia Aguirre Bautista

Universidad Veracruzana. Facultad de administración, Veracruz. México

RESUMEN: El análisis de los índices o razones financieras permiten a la empresa planear el desarrollo de proyectos encaminados al crecimiento y/o aumento de valor de la entidad, de la misma manera coadyuvan en la prevención de situaciones que pondrían en riesgo la estabilidad de la organización, independientemente de la actividad que realicen. En este trabajo el estudio de los ratios, índices o razones financieras que son recurrentes en el sector turístico en virtud de que su aporte al Producto Interno Bruto es de gran peso siendo en el 2018 del 2.4% en México y a nivel mundial del 17.2% (González, 2019). Pese a que en los últimos años, el turismo ha permeado el desarrollo de una gran cantidad de lugares en diferentes países, es el turismo natural uno de los que más peso han tenido, en sus diferentes variedades como el ecoturismo, el agroecoturismo y el turismo rural, entre otros,

es de los más sensibles a los cambios del medio ambiente y que tiende a peligrar su permanencia y estabilidad, de aquí que las organizaciones que abordan estos nichos de oportunidad, deben prepararse y planear su estrategia financiera para no terminar con adeudos y déficit. A lo anterior se ha sumado desde los inicios del 2020 una pandemia que ha puesto en peligro, la estabilidad y bondad de este sector de servicios. Es del dominio público que el sector turístico ha sido una de las áreas más castigadas, de ahí que las empresas de este sector, sean hoteles, restaurantes o líneas aéreas han tenido que cambiar o reconsiderar acciones que impactan en sus Estados Financieros, ante situaciones nunca antes contempladas para el turismo.

PALABRAS CLAVE: índices financieros, análisis, planeación.

FINANCIAL INDEX OF THE TOURIST SECTOR

ABSTRACT: The analysis of financial ratios or index allow the company to plan the development of projects aimed at the growth and / or increase in value of the entity, in the same way they contribute to the prevention of situations that would put the stability of the organization at risk, regardless of the activity they carry out. In this work, the study of the ratios, indices or financial reasons that are recurrent in the tourism sector by virtue of the fact that its contribution to the Gross Domestic Product is of great weight, being 2.4% in Mexico in 2018 and 17.2% worldwide (González, 2019). Despite the fact that in recent years, tourism has permeated the development

of a large number of places in different countries, natural tourism is one of those that has had the most weight, in its different varieties such as ecotourism, agroecotourism and tourism. Rural, among others, is one of the most sensitive to changes in the environment and tends to jeopardize its permanence and stability, hence the organizations that address these niches of opportunity must prepare and plan their financial strategy so as not to end up with debts and deficit. To the above, a pandemic has been added since the beginning of 2020 that has endangered the stability and goodness of this service sector. It is in the public domain that the tourism sector has been one of the most affected areas, hence the companies in this sector, be they hotels, restaurants or airlines, have had to change or reconsider actions that impact on their Financial Statements, in situations never previously contemplated for tourism.

KEYWORDS: financial indexes, analysis, planning.

1 | INTRODUCCIÓN

El análisis de los Estados Financieros es una herramienta que permite al Administrador Financiero (AF) planear el desarrollo de proyectos, la inversión y/o la prevención de situaciones que pongan en riesgo la estabilidad financiera de la empresa; sin embargo, el AF no es dueño de toda la información, debe recurrir a todas las áreas dentro de la organización para obtener información; por ejemplo, el área de ventas debe apoyar con sus informes de ventas para conocer la rentabilidad de la ventas, o bien el almacén, debe proporcionar la información relacionada a la rotación de sus inventarios, que aunado a las cuentas por cobrar y proveedores darían el ciclo financiero. Estos indicadores permiten un análisis en tiempos normales o bien ciclicos de una organización, pero cuando la empresa se enfrenta a situaciones como pandemia o ausencia de paz social o eventos de la naturaleza que ponen en riesgo los recursos humanos y materiales de la empresa, es que debe de analizar otros indicadores que le permitan mantenerse en el mercado.

Este trabajo es de índole documentativo y cuantitativo, desarrollado en medio de la pandemia del año 2020, donde una de las áreas más afectadas en términos económicos es la de servicios, específicamente turísticos, siendo éstos el sujeto de estudio de esta investigación. El objetivo de este trabajo es proporcionar una guía de los ratios o indicadores mínimos que toda empresa del sector sujeto de estudio debe considerar para no caer en un desequilibrio que la lleve al cierre o pérdida de la empresa.

2 | DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

Propuesta metodológica

La pandemia sucedida en el año 2020 que motivaron que las empresas del sector turístico sufrieran el impacto económico, ha dejado en claro que ninguna de las empresas que abarca este sector -ni ningún otro-, estaba preparado para una situación sanitaria de esta naturaleza, por ejemplo los cruceros, las líneas aéreas, hospedajes y restaurantes, siendo éstos últimos quienes pudieron sobrellevar un poco la situación a través de diferentes

estrategias que implementaron. Sobre esta base, resultaba problemático la aplicación de encuestas a los prestadores de servicios o las entrevistas a tomadores de decisión, de aquí que se optó por la observación analítica y el análisis de la información de medios oficiales, noticieros y redes sociales.

Se estudiaron los Estados Financieros publicados de cadenas hoteleras como grupo Santa Fe S.A.B. de C.V., NH Hoteles S.A., Santos, así como líneas de autotrasportes y aéreas, OMA y Viva aerobus, en los años 2017 y 2018. Estas empresas estuvieron operando con números negros y utilidades que les permitían el desarrollo de proyectos y/o expansión de las mismas. De estos corporativos se consideraron las principales cuentas contables para determinar su liquidez, solvencia y apalancamiento.

3 I DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La pandemia inició en México en el mes de febrero, sin embargo, debido a que se han sucedido otros eventos sanitarios, el Gobierno Federal (GF) a través de la Secretaría de Educación Pública determinó suspensión de actividades escolares en todos los niveles y en todo el país; esto es, para el 20 de marzo del año 2020 ninguna escuela abrió sus puertas. A partir de ahí se sucedieron los cierres totales de las diferentes actividades que no eran consideradas básicas, y como el sector turístico contempla actividades de recreación, ocio y esparcimiento, todos sus lugares, eventos y actividades cerraron y/o fueron suspendidos. Así mismo, por orden del GF no habría ningún despido o suspensión del salario a los trabajadores, fueran de base o eventuales. De acuerdo al análisis documentativo, las empresas en un inicio trataron de solventar el pago de salarios con el renglón de utilidades del ejercicio anterior, posteriormente con reservas de utilidades, sin embargo, el GF no prestó ningún tipo de apoyo ya que para el mes de abril, las empresas debían presentar los informes anuales para el pago de impuestos.

Los meses de inactividad económica se sucedieron y comenzó el cierre de pequeñas empresas, la reducción del salario de los trabajadores, el despido y suspensión de trabajadores eventuales. Pasó casi medio año antes de que las actividades fueran reabriendo escalonadas, con filtros sanitarios y un buen número en forma remota, a pesar de que la pandemia seguía en aumento. Sin embargo, en este trabajo se abordarán las razones financieras que una empresa debe tener presente.

En base a lo expuesto es objetivo de este trabajo analizar la situación financiera de diversas empresas del sector turístico para proporcionar una guía de los índices, ratios o razones financieras que deben considerar ante situaciones de emergencia en la idea que no sufra ningún detrimento.

En este punto se plantea la pregunta ¿cómo contribuye el análisis financiero en empresas de servicio turístico ante situaciones de contingencia?

H₁. El análisis financiero en las empresas de servicios turísticos deben comprender

los indicadores que le permitan cumplir con sus obligaciones de pago a corto plazo.

4 | JUSTIFICACIÓN

Este trabajo tiene la finalidad de ser una guía en el análisis de Estados Financieros para las empresas del sector turístico, de manera que les permitan protegerse ante diferente tipo de eventos que las pudieran dañar en su economía, no sólo ante un problema sanitario sino de cualquier otro tipo. El beneficio que ofrece este trabajo, radica en las opciones que toda empresa del sector turístico debe considerar para minimizar el impacto ante eventos que los obligue a suspender actividades por una temporada mayor a un mes.

5 | DEFINICIÓN DEL UNIVERSO

Para el acopio de información, se recurrió al estudio documentativo (Hernández et al, 2014) y a la consulta de distintos medios informativos que daban a conocer la situación del sector turístico, así como a la indagación de distintos centros recreativos (Lovelock et al, 2011). Por cuestiones de espacio, se resumirá en análisis de resultados el estudio de la información, siendo los principales rubros de los Estados Financieros los relacionados a la liquidez y al flujo de efectivo, entre otros.

6 | ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a (IMCO Staff, 2020) los estados más dependientes del turismo y servicios recreativos son Quintana Roo, donde estas actividades representan el 25% de su Producto Interno Bruto, Baja California Sur (14%), Yucatán (13%), Guerrero (7%) y Oaxaca (4%). Estos estados tienen en el turismo cadenas de hoteles y restaurantes, así como pequeños empresarios que desarrollan actividades encaminadas a la promoción de la cultura incluyendo la gastronomía.

Para efectos de este trabajo, se identificarán los indicadores y razones financieras como ratios, de aquí se clasificaran de acuerdo a su temporalidad, es decir, los ratios relacionados con los resultados esperados a corto, mediano y largo plazo. Los autores consultados para efectos de los ratios fueron: (Ochoa , 2002) (Ortega, 2008) (Gitman, 2003) (Dumrauf, 2010).

El primer índice ratio financiero que toda empresa debe considerar ante una eventualidad es el correspondiente a la liquidez, también identificado como corriente. La liquidez implica la capacidad de pago que tiene la empresa para cubrir sus compromisos a corto plazo:

1) Liquidez = Activo circulante / pasivo a corto plazo.

Sin embargo, para tener una aproximación más exacta, se restan los inventarios que

para el caso de una empresa de servicios carecen de relevancia. Se hace notar, que no se debe confundir que un inventario de la misma empresa para su operación normal, en otras palabras, no es un inventario destinado a la venta ya que las empresas turísticas no son productoras o manufactureras, debido a esta variación el ratio se identificará como prueba de ácido, quedando de la siguiente manera:

$$2) \text{ Prueba de ácido} = (\text{Activo circulante} - \text{Inventario}) / \text{pasivo a corto plazo.}$$

Existen otros índices financieros para conocer el apalancamiento y el ciclo financiero, pero este trabajo se abocará exclusivamente a los tiempos de contingencia; para ello, de los elementos que integran el ciclo financiero, se toma la parte correspondiente a la rotación de cuentas por cobrar, buscando reducir los días de cobro a los clientes, aunque ello signifique castigar las utilidades esperadas.

$$3) \text{ Rotación de cuentas por cobrar} = \text{ventas anuales a crédito} / \text{Cuentas por cobrar}$$

$$4) \text{ Rotación de cuentas por cobrar en días} = 365 / \text{Rotación de cuentas por cobrar}$$

Este resultado daría a la empresa el tiempo transcurrido entre cobro a clientes. En situaciones de operación normal, el tiempo regular es menor de 45 días pero en situaciones diferentes la observación es que sea menor a 15 días debido a la necesidad de la organización de salir adelante con los pagos. Esta situación implicaría la necesidad de apoyo por parte de alguna institución bancaria o la facilidad de que los clientes reduzcan sus pagos y alarguen el tiempo de los mismo.

Otro de los resultados del análisis es obviar el registro de las depreciaciones y amortizaciones para disponer en la medida de lo posible la utilidad completa.

Uno de los renglones más relevantes es el recálculo del Punto de Equilibrio Financiero (PEF), debido a que si se omite en esos períodos las depreciaciones, habrá que volver a considerar un nuevo PEF.

$$5) \text{ PEF} = (\text{costos fijos} + \text{gastos financieros} + \text{utilidad deseada}) / 1 - (\text{costo de ventas sin depreciación} / \text{ventas netas})$$

Dentro de los renglones que siempre hay que tener presente es el pago de intereses; el pago de la deuda regularmente se puede renegociar pero el pago de interés se va acumulando de manera que llega a ser muy problemática la liquidación, a menos que la empresa se declare insolvente.

Toda vez que exista algún tipo de contingencia en la localidad, es importante que la empresa realice una aproximación de sus ingresos y gastos para los siguientes 3 meses al menos y esto se refleja en un Flujo de efectivo, donde la empresa considerará la situación definida por el gobierno, ya sea de salud pública, producto de alguna catástrofe natural o de situaciones alteradas por una guerra.

A continuación se proporciona un cuadro que concentra los principales ratios a considerar en las empresas ante situaciones adversas:

Nombre	Fórmulas	Observación
Liquidez	Activo circulante / pasivo a corto plazo	Determina la capacidad de pago a corto plazo
Prueba de ácido	(Activo circulante – inventarios) / pasivo a corto plazo	Su exactitud permite conocer si la empresa podrá cumplir con sus compromisos en forma inmediata
Rotación de cuentas por cobrar	365 / (ventas anuales a crédito / Ctas por cobrar)	Permite determinar los días que tarda una cuenta en cobrarse
Punto de equilibrio financiero	(Costos fijos + Gtos financieros + Utilidad deseada) / 1 – (costo de ventas sin depreciación / ventas netas)	Ayuda a determinar el mínimo que la empresa debe vender para tener utilidades
Flujo de efectivo	Ingresos - gastos	No se consideran las depreciaciones ya que sólo se considera el efectivo.

Tabla1. Índices financieros a considerar en situaciones de adversidad externas a la empresa

Elaboración: Propia.

Toda vez que administrador financiero realice los cálculos, deberá analizar los resultados y comparar con los indicadores que proporciona el Banco Central, conocer la situación del mercado así como la gravedad que impera en la localidad donde se encuentre la empresa. El análisis de resultados debe conducir a decisiones que le permita a la empresa sobrellevar y mantenerse el tiempo necesario.

Existen otras fórmulas cuyas razones permiten la evaluación de la empresa desde la perspectiva financiera, que incluyen la evaluación del capital, la rentabilidad y el endeudamiento, sin embargo para efectos de este trabajo y su objetivo se consideraron las básicas, toda vez que las empresas de servicios turísticos sólo contemplan los gastos en sus diferentes renglones, por ejemplo:

- gastos administrativos,
- gastos de representación,
- gastos operativos,
- gastos de ventas, etc. ,

Estos gastos se reflejan en el Estado de Resultados, toda vez que se ha determinado la Utilidad Bruta. Hay que considerar la ausencia de costos de venta ya que las cuentas relacionadas al manejo de costos fijos y variables o de mano de obra por manufactura no se llevan en estas empresas.

7 | COMENTARIOS FINALES

Este trabajo se realizó para apoyar en situaciones de adversidad a las empresas, donde una entidad económica busca mantenerse y sobrevivir.

La situación que rodeo la problemática fue una pandemia, y en donde después de un año y 6 meses, la cantidad de empresas cerradas y pérdida económica es tan cuantiosa

que los gobiernos optaron por reabrir los centros económicos con precauciones y medidas de sanidad. A pesar de la ventaja en la utilización de redes sociales para llevar a cabo las ventas, el sector turístico tuvo que cerrar parques recreativos, restaurantes, hospedaje, cancelar eventos y servicios aéreos, entre otros. Esto implicó la devolución de los depósitos que hicieron los usuarios por concepto de reservaciones y pago de excursiones y de cualquier tipo de transporte.

Una de las cadenas que más sufrieron el impacto fue la de cruceros que se vieron obligados cancelar y parar toda operación con pérdidas cuantiosas; aunado a lo anterior hay que considerar las limitaciones que muchos países impusieron, de manera que los ciudadanos no pudieron visitar a sus familiares y muchos casos regresar a los lugares de origen.

8 | RESUMEN DE RESULTADOS

En esta investigación se estudiaron los ratios financieros que pueden apoyar a las empresas de servicios ante situaciones de contingencia, es decir, externas a la empresa. Dadas las características de los eventos sucedidos en el año 2020, la situación económica global, es decir, en todos los países del orbe el Producto Interno Bruto sufrió una caída, misma que arrastró a un sinnúmero de empresas al cierre.

Los ratios que se plantean se deben calcular toda vez que empiecen situaciones que pongan en riesgo a la empresa y estar recalculando de acuerdo a los eventos y directrices que de a conocer el gobierno.

9 | CONCLUSIONES

Después de conocer y analizar la situación actual que atraviesan los servicios turísticos en México por causa de la pandemia, es importante desarrollar proyecciones con ayuda de software y/o programas de cómputo que incluyan los ratios que se proponen en este trabajo. Estas proyecciones deben considerar diferentes variables y situaciones reguladas por el Banco Central, por el gobierno y por la misma competencia que deriven en estrategias competitivas.

Como se ha expuesto, siendo el sector turístico, un área donde hay ausencia de costos, sólo se consideran los gastos clasificados de diferentes formas, de manera que El análisis financiero en las empresas de servicios turísticos deben incluir los indicadores que le permitan solventar con las obligaciones a corto plazo, una vez que supere los eventos podrá tener un panorama más general de la empresa.

REFERÊNCIAS

Dumrauf, G. (2010). *Finanzas Corporativas*. Argentina: Alfaonega.

Gitman, L. (2003). *Administración financiera*. México: Pearson.

Gonzalez, L. (01 de 03 de 2019). *El economista*. Obtenido de [eleconomista.com.mx](https://www.economista.com.mx/empresas/Sector-de-viajes-y-turismo-crecio-mas-que-el-PIB--20190301-0003.html): <https://www.economista.com.mx/empresas/Sector-de-viajes-y-turismo-crecio-mas-que-el-PIB--20190301-0003.html>

Hernández Sampieri, R., Carlos Fernández C & Pilar Baptista. "Metodología de la investigación". *Mcgraw-Hill*. México, 2014.

IMCO Staff. (25 de 03 de 2020). *Centro de investigación en política pública*. Obtenido de Impacto económico en los estados del sector turístico: <https://imco.org.mx/impacto-economico-en-los-estados-del-sector-turistico/>

Lovelock, C. , Javier Reynoso, D'Andrea, Huete, Jochen Wirtz. "Administración de servicios". *Addison Wesley*. España, 2011.

Ochoa , G. S. (2002). *Administración financiera*. México : Mc Graw Hill.

Ortega, A. C. (2008). *Introducción a las finanzas*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.

CAPÍTULO 4

TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO (UC): ECOTURISMO E AS PRÁTICAS DE LAZER COMO FORMA DE SUSTENTAÇÃO DA RELAÇÃO DO HOMEM E A NATUREZA

Data de aceite: 02/09/2021

Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves

Universidade do Estado do Amazonas (UEA)
Programa Pós-graduação de Turismo e
Hotelaria – DINTER: UNIVALI e UEA
Manaus - Amazonas
<http://lattes.cnpq.br/4364614245822148>

Joise Simas de Souza Maurício

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em
Estudos do Lazer (PPGIEL)
Belo Horizonte – Minas Gerais
<http://lattes.cnpq.br/7708441131964955>

RESUMO: As configurações das Unidades de Conservação (UCs) e a atividade de Turismo em áreas naturais vêm ganhando destaque no cenário nacional e com isso se faz importante o lazer como prática de sustentação da relação do homem com a natureza. Este trabalho tem como objetivo refletir sobre a atividade do ecoturismo e a relação com as práticas de lazer, como também refletir sobre os seus benefícios, ao ambiente, aos visitantes e as comunidades que se apropriam dessas atividades. Adotou-se a pesquisa bibliográfica através da qual se discutiu a prática do ecoturismo em Unidades de Conservação (UC). Conclui-se que o desenvolvimento do ecoturismo e suas práticas de lazer devem ser planejados de forma participativa e consciente em prol de contribuírem não só para a preservação ambiental, mas também para a qualidade de

vida daqueles que mantêm uma simbiose com a natureza há milhares de anos.

PALAVRAS - CHAVE: Lazer, Turismo, Unidades de Conservação.

TOURISM IN CONSERVATION UNITS (CU): ECOTOURISM AND LEISURE PRACTICES AS A WAY OF SUSTAINING THE RELATIONSHIP OF MAN AND NATURE

ABSTRACT: The configurations of Conservation Units (CUs) and the activity of Tourism in natural areas have been gaining prominence on the national scene and with this, leisure becomes important as a practice of sustaining the relationship of the man with nature. This work aims to reflect on the activity of ecotourism and the relationship with leisure practices, as well as reflect on its benefits, to the environment, to visitors and communities that take ownership of these activities. A bibliographic research was adopted through which the practice of ecotourism in Conservation Units (UC) was discussed. It was concluded that the development of ecotourism and its leisure practices must be planned in a participatory and conscious way in order to contribute not only to environmental preservation, but also to the quality of life of those who maintain a symbiosis with nature for thousands of years.

KEYWORDS: Leisure, Tourism, Conservation Units.

INTRODUÇÃO

Até meados da década de 70 a maioria dos Parques Nacionais foi estabelecida, basicamente pela beleza cênica (PÁDUA e FILHO, 1979), onde o Brasil acompanhou essa tendência preservacionista iniciada nos Estados Unidos com a criação dos primeiros Parques, que deveria ser completamente selvagem uma espécie de mito do paraíso perdido com os objetivos reservados para a contemplação e recreação completamente natural e sem a presença de residentes humanos, o que o autor Diegues (2008) chama de “neomito” ou “mito moderno”.

Em função da introdução do capitalismo, das mazelas decorrente do consumo de massa e dos movimentos sociais, surge a preocupação de se tentar achar uma solução entre a relação do homem com o meio ambiente, e as configurações das áreas protegidas dão lugar as tipologias de Unidades de Conservação (UCs), que ganham o seu espaço em tentar controlar a ação do homem na natureza, considerando em determinadas áreas de UCs a permanência e os conhecimentos tradicionais das comunidades como uma tentativa de aproximação e reconciliação com o meio ambiente (CHAVES, 2016). É o caso das áreas de Uso Sustentável, previstas no Art. 7º da Lei Federal 9.985 de 18 de julho de 2000 do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), que permitem a permanência de populações residentes.

Dentro das discussões epistêmicas há uma busca de um novo paradigma que provavelmente irá dar uma nova configuração ao olhar sobre esta relação e que provavelmente influenciarão novas mudanças no uso das UCs. Diante dessas necessidades, as comunidades locais que vivem em UC, se veem nesse embate: o de sobreviver economicamente e conservar os recursos naturais. Como resposta, o ecoturismo se apresenta como uma opção de se obter este consenso, além de fortalecer a relação homem e natureza por meio das práticas de lazer em áreas naturais.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica realizada em livros e na internet a fim de trabalhar as categorias: Unidade de Conservação, ecoturismo e lazer.

RESULTADOS

O ecoturismo pode ser considerado uma configuração do turismo, do turismo de natureza e, por fim, do turismo sustentável. Ele surgiu de uma necessidade ambiental e social de se desenvolver a atividade turística em áreas naturais sem tantos prejuízos à natureza, conciliando desenvolvimento e sustentabilidade. Sendo assim, o ecoturismo é um segmento do turismo que, visa minimizar os impactos causados pelo homem, principalmente os realizados pelo turismo de massa. Surge na tentativa de garantir o

desenvolvimento, minimizando os impactos a natureza e como alternativa mitigadora da pobreza, gerando oportunidades econômicas às comunidades tradicionais, ou não, de garantirem seu sustento ou parte dele.

O turismo de massa ou os danos causados por ele ao meio ambiente influenciaram e coagiram uma nova forma de turismo, o turismo sustentável. Este surgiu junto às discussões oriundas do desenvolvimento sustentável a partir da década de 1990, onde “a ideia de desenvolvimento sustentável ou, mais simplesmente, de sustentabilidade, nos remete à capacidade de progredir sem agressão ou dano aos recursos utilizados” (COSTA, 2002, p. 63).

Com o forte movimento do turismo sustentável, que nascia na mesma época das discussões sobre o desenvolvimento sustentável, a preocupação com o turismo em áreas naturais, ou turismo de natureza ficou ainda maior, não só no âmbito de preservação ambiental, fazendo que o próprio turismo se pague pela conservação da natureza, valorizando as comunidades locais, mitigando a pobreza, e ainda conscientizando os visitantes.

E é neste sentido que, se configura o Ecoturismo, um tipo de turismo que tem em suas raízes na natureza e no turismo ao ar livre, (LINDBERG; HAWKINS, 2001). E assim, o ecoturismo foi ganhando formas, ora motivados pelo contato com natureza, ora motivados pelas questões sociais, de pessoas que viviam nela, ora motivados pelo controle excessivo das visitas e áreas naturais que geravam degradação ambiental e ainda pela conscientização dos visitantes.

Ecoturismo, em outras palavras, envolve tanto um sério compromisso com a natureza como responsabilidade social. Essa responsabilidade deve ser assumida pelo viajante. A expressão viagem responsável, outra designação para o ecoturismo, envolve objetivos semelhantes. *The Ecotourism Society* oferece uma definição um pouco mais completa: “Ecoturismo é a viagem responsável a áreas naturais, visando preservar o meio ambiente e promover o bem-estar da população local” (LINDBERG; HAWKINS, 2001, p. 17).

Conforme definido nas Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo, resultado de um Grupo de Trabalho que reuniu o Ministério das Indústrias, Comércio e Turismo, Ministério do Meio Ambiente e da Amazônia Legal, além da EMBRATUR, IBAMA e empresários e consultores o Ecoturismo,

é um segmento de atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através de interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas (LINDBERG; HAWKINS, 2001, p. 17).

Logo o ecoturismo, que tem a ligação direta do uso da natureza com a relação do homem é uma tendência global e a utilização desta atividade em áreas protegidas, também é uma realidade bem antiga que começou nos primeiros parques, *Yellowstone e Yosemite*,

e se arrastou até os tempos atuais.

Na Amazônia a realidade não é diferente, a utilização dessas áreas (UC), são muito visadas. Por um lado, pelos visitantes que buscam por meio do lazer, vivenciar o contato direto com a natureza e a cultura local, e por outro lado, a comunidade local que tenta se planejar para receber esses visitantes garantindo a sua satisfação, conciliando a esta experiência uma forma de sobrevivência, preservação da natureza e conscientização ambiental.

Na Amazônia, desde os anos 1990, um dos segmentos turísticos – o ecoturismo – passou a ser visto como uma forma de desenvolvimento rural e como atividade mitigadora da pobreza, pois reduziria a pressão sobre os recursos naturais. O ecoturismo serviria, portanto, como estratégia para diminuir a pressão sobre os recursos naturais. (BRANDON, 1995 *apud* PERALTA, 2012, p. 2).

A procura dessas áreas cresceu, principalmente devido ao progresso e a urbanização que afastaram o homem da natureza, e também pelo fato de o homem estar sempre em busca de novas emoções que ocupem o seu tempo livre de forma a renovar tensões. Já que o lazer “é a busca de um descontrole controlado das emoções” (ELIAS; DUNNING, 1992, p. 107).

Segundo Costa (2002), é por meio das práticas esportivas que este contato se dará de forma plena, que permitirá a integração do homem com a natureza entendendo os seus valores por meio da experiência e das emoções vivenciadas. E a procura por atividades esportivas como forma de passatempo, ou de tempo livre, sempre foi um hábito da sociedade antiga que ainda reflete nos tempos de hoje. No Ecoturismo, as práticas esportivas oriundas das atividades realizadas dentro de áreas naturais, que é caso das atividades realizadas nos primeiros parques como caça, pesca, cavalgadas e observação ganharam outras formas e novas preocupações, a de atividades que gerem menos impactos garantindo um melhor relacionamento com a natureza.

As atividades de aventura atualmente são as mais procuradas, como forma de responder estas ansiedades vividas pela sociedade, ora por buscarem um contato mais pleno e intenso com a natureza, ora por buscarem responder as excitações causadas pelas inseguranças da vida capitalista.

Vários são os tipos de atividades que podem ser praticados em Unidades de Conservação e que podem garantir ao visitante esta sensação de aventura ou de risco como “Excursionismo, Caminhadas e *Trekking*, Montanhismo e Escalada, Mountain Bike e Ciclismo, *Canionismo (rapel)*, *Rafting* e Esportes Aquáticos (mergulho, canoagem, boia *cross*)” (COSTA, 2002, p. 57).

Apesar do ecoturismo, reunir características positivas que beneficiem a natureza e a comunidade local, como também conscientizem os visitantes, suas práticas devem ser bem planejadas para que não se tenha resultados inversos ao desejado e proposto pela

atividade. Para Ferretti (2002, p. 120) “Apesar da finalidade, dos objetivos e da intenção do ecoturismo, fica a dúvida se realmente ele contribuirá para a conservação dos recursos naturais e levar o desenvolvimento sustentável para a região em uma escala global”. Logo, observa-se a necessidade de planejamento para se manter o equilíbrio entre o custo e benefício dessa atividade. As UCs juntamente com as comunidades precisam estar preparadas para implementar o ecoturismo e por outro lado, o nível de conscientização turística deve ser de forma que suas emoções sejam controladas pela razão de exercerem as práticas de esporte e de lazer sem prejudicar a natureza.

Na questão do controle das emoções entre os visitantes e a natureza, deve-se contar apenas com o bom senso que se manifesta pelo modismo da sustentabilidade e pela necessidade da interação do homem com a natureza. Porém, só as condutas de controle realizadas pela gestão das comunidades e órgãos competentes poderão controlar os atos abusivos ao meio ambiente por parte dos visitantes, e só assim o objetivo de conscientização poderá ser completo e esta relação homem, no caso, visitantes, e natureza será plena. Por outro lado, temos a relação dos próprios moradores que vivem em UC, que se utilizam dos recursos naturais como forma de subsistência, no caso, utilizam-se do ecoturismo como forma de oportunizar ganhos econômicos. Entende-se que, apesar do ecoturismo trazer benefícios econômicos, trata-se também de um processo de difícil implantação.

Por se encontrar em UCs, reflete em custos para a comunidade, pois ao mesmo tempo em que oferece benefícios, restringe o acesso dessas comunidades aos recursos naturais (CHAVES, 2016). É preciso políticas de manejos e acompanhamentos dos órgãos competentes, como também a participação de Organizações Internacionais, e de empresas privadas para que o manejo dessa atividade, que cada vez mais está sendo procurada, seja realizada de forma correta, garantindo a conservação do meio ambiente e o sustento, ou parte dele, às comunidades locais.

Além disso, as comunidades precisam do retorno econômico rápido, e a implementação da atividade é construída em longo prazo, pois a inserção do ecoturismo no mercado seja ele internacional ou nacional é de difícil acesso, e os comunitários precisam desenvolver conhecimentos de gestão dos empreendimentos, uma realidade que difere da realidade rural ou tradicional, a qual eles estão inseridos. Por outro lado, a falta de investimentos é outro problema que afeta a implantação e continuidade da atividade ecoturística nessas áreas (PERALTA, 2012).

Com base na literatura, o ecoturismo tem sido visto como uma alternativa de conciliação entre a relação do homem com a natureza, por meio principalmente da conscientização que é gerada pelo contato intenso dos visitantes com o meio ambiente, que por sua vez pode ser proporcionado pelo esporte e o lazer, fazendo com que se minimizem os impactos ambientais. Em contrapartida, tem se mostrado como forma mitigadora da pobreza, por se apresentar como fonte de renda, contribuindo para que as comunidades

permaneçam em suas localidades, garantido a sua subsistência, aproveitando os recursos naturais de forma mais consciente, diminuindo assim os impactos ambientais.

Por outro lado, percebe-se que tarefa do ecoturismo não é uma tarefa tão simples, há grandes desafios que devem ser superados em prol das comunidades locais, da natureza e em prol dos amantes ao meio ambiente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que o desenvolvimento não deve somente levar em conta o progresso acelerado que não prioriza as questões sociais, visando unicamente o crescimento econômico. O desenvolvimento de qualquer localidade deve vir sempre com a principal preocupação de contribuir para a felicidade das pessoas, permitindo que as mesmas possam usufruir de uma qualidade de vida conforme as suas necessidades e vontades, pois o que pode ser bom para uma localidade, pode não ser bom para outra, e isso está diretamente ligado com as suas questões socioculturais.

Observa-se que as pequenas populações das comunidades rurais ou ribeirinhas, buscam dentro das suas condições, muitas vezes informal e sem o conhecimento acadêmico e profissional, uma saída para garantir a geração de renda das suas famílias de forma mais justa tanto socialmente como ambientalmente, buscando um equilíbrio entre o crescimento econômico local e preservação ambiental de uma forma mais humana e sustentável (CHAVES, 2016).

E hoje se busca um consenso dentro das UCs que são habitadas por pessoas, entre o desenvolvimento de forma a aproveitar e respeitar as limitações da natureza, como também valorizar as diferenças existentes nas mais diversas comunidades, sociedades ou grupos sociais, onde o desenvolvimento começa a ser discutido de uma forma inversa, repensando as formas ditadas pelo capitalismo que se apresentam enfraquecidas diante dos problemas causados.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Mirleide Chaar; SAMPAIO, Tânia Mara Vieira. **Lazer e Meio Ambiente – Em busca das atitudes vivenciadas nos esportes de aventura**. Revista Bras. Cienc. Esportes, Campinas, v. 28 n. 3 p. 157-172, maio 2007. Disponível em: <<http://www.rbceonline.org.br/revista/index.php/RBCE/article/view/30>>. Acesso em: 15 jun. 2014.

BRASIL. **Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000**. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. Brasília, 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9985.htm>. Acesso em: 14 mai. 2015.

COSTA, Patrícia Côrtes. **Unidades de Conservação Matéria-prima do Ecoturismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

CHAVES, Paula Cristina Pereira Rodrigues. **As Transformações no Trabalho e no Modo De Vida Da Comunidade Bela Vista do Jaraquí – Manaus – AM**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura na Amazônia (PPSCA) - Universidade Federal do Amazonas (UFAM), 2016.

DIEGUES, Antonio Carlos. **O Mito Moderno da Natureza Intocada**. 6ª Ed., São Paulo: Hucitec: Napaub-USP/CEC, 2008.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. **A busca da Excitação**. Tradução de Maria Manuela Almeida e Silva. Portugal, Difel – 1992.

FERETTI, Eliana Regina. **Turismo e Meio Ambiente**. São Paulo: Roca, 2002.

LINDBERG, Kreg; HAWKINS, Donald E. (editores). **Ecoturismo**: Um guia para planejamento e gestão. Prefácio de David Western, tradução de Leila Cristina de M. Darin; revisão técnica de Oliver Hillel; 3ª. Ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

PÁDUA, Maria Tereza Jorge; FILHO, Ademar F. Coelho. **Os Parques Nacionais do Brasil**. Editora Livraria José Olympio, 1979.

PERALTA, Nelissa. Ecoturismo de base comunitária na Amazônia: uma análise corporativa. **Observatório de Inovação do Turismo** – Revista Acadêmica, vol. 7, n. 1, Rio de Janeiro, ABR. 2012. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/7523>>. Acesso em: 03 jun. 2014.

TURISMO PEDAGÓGICO EM COMUNIDADE URBANA E SUAS POSSIBILIDADES, ARACAJU-SE

Data de aceite: 02/09/2021

Flaviano Oliveira Fonsêca

Jorgenaldo Calazans dos Santos

Jéssika Amanda de Oliveira Bispo

Adinagruber da Conceição Lima

Érica dos Santos Oliveira

RESUMO: Esta pesquisa tem como objetivo apresentar relatos e avaliar as experiências de um grupo de moradores do bairro de Olaria, complexo em Veneza, Leste de Aracaju e alunos do Curso Superior em Gestão de Turismo e do Mestrado Profissional, IFS, sobre turismo como um instrumento pedagógico. A proposta é discutir a apropriação e o envolvimento da comunidade com o turismo. Considerando a integração dos autores com os moradores locais, criadores de situações educacionais e uma perspectiva crítica. A metodologia utilizada é exploratória / descritiva com abordagem qualitativa, apoiada em pesquisa bibliográfica e documental. Os materiais utilizados envolvem: a apresentação de experiências relacionadas com a concepção e experimentação do turismo como recurso pedagógico a partir das observações e registros dos autores. A justificativa para este estudo baseia-se na inexistência, entre nós, de ações e reflexões que busquem uma articulação efetiva entre turismo e educação como processo de ensino-aprendizagem. Os

resultados preliminares, como o projecto ainda está em curso, implicam uma nova visão de seguimento dado que o Turismo Pedagógico desloca o eixo das percepções sobre o turismo como tradicionalmente estamos habituados a tratá-lo. Assim, contribui para ir além de uma visão estritamente econômica do turismo que o enxerga apenas como um braço de mercado e um viés exclusivamente voltado para o consumo. Ainda: a) Fortalecimento dos laços comunitários e da boa convivência no espaço urbano, buscando a convivência harmoniosa como cidadão, com respeito ao próximo e às diferenças; b) Ampliação na difusão de uma cultura de cuidado com o patrimônio material e imaterial da comunidade.

PALAVRAS - CHAVE: Turismo; Educação; Ferramenta Pedagógica.

PEDAGOGICAL TOURISM IN AN URBAN COMMUNITY AND ITS POSSIBILITIES, ARACAJU-SE

ABSTRACT: This research aims to present reports and evaluate the experiences of a group of residents of the Olaria district, a complex in Venice, East of Aracaju and students of the Superior Course in Tourism Management and Professional Master's Degree, IFS, on tourism as a pedagogical tool. The proposal is to discuss the ownership and involvement of the community with tourism. Considering the authors' integration with local residents, creators of educational situations and a critical perspective. The methodology used is exploratory / descriptive with a qualitative approach, supported by bibliographical and documentary research. The materials used

involve: the presentation of experiences related to the design and experimentation of tourism as a pedagogical resource based on the authors' observations and records. The justification for this study is based on the inexistence, among us, of actions and reflections that seek an effective articulation between tourism and education as a teaching-learning process. The preliminary results, as the project is still ongoing, imply a new vision of follow-up given that Pedagogical Tourism shifts the axis of perceptions about tourism as we are traditionally used to treating it. Thus, it contributes to go beyond a strictly economic vision of tourism that sees it only as a market arm and a bias exclusively focused on consumption. Also: a) Strengthening community ties and good coexistence in the urban space, seeking harmonious coexistence as a citizen, with respect for others and differences; b) Expansion in the dissemination of a culture of care for the material and immaterial heritage of the community.

KEYWORDS: Tourism; Education; Pedagogical Tool.

1 | INTRODUÇÃO

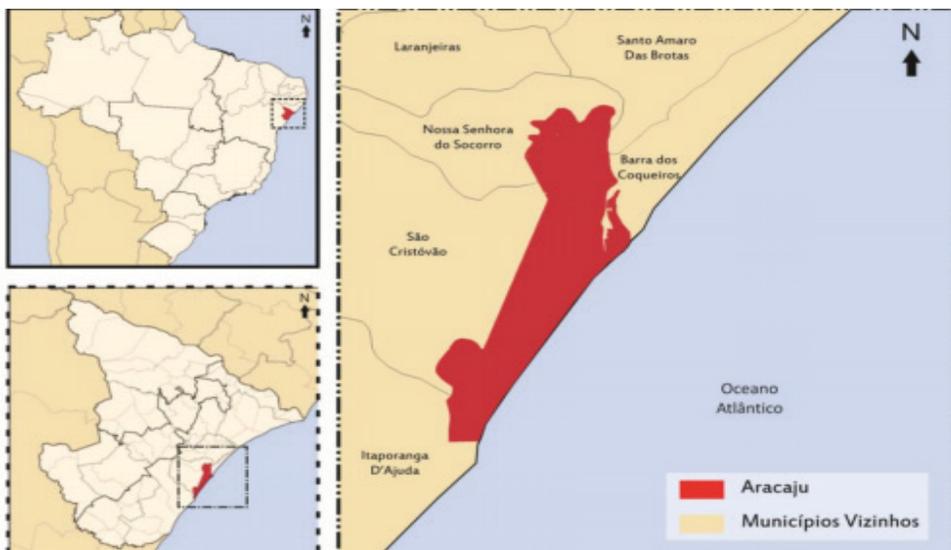
Contemporaneamente importa admitir que o pleno exercício da cidadania depende, em grande parte, do acesso a uma educação crítica, contextualizada, aberta à valorização do patrimônio seja ele material ou imaterial e, também, do nível de esclarecimento e formação dos sujeitos. Assim, a educação se inscreve como um portal para uma existência humana mais qualificada e plena. O Objetivo deste trabalho é apresentar relatos e análises de experiências de um grupo de moradores do bairro Olaria, Conjunto Veneza, zona Leste de Aracaju (SE), e estudantes do Curso Superior de Gestão em Turismo e do Mestrado Profissional do IFS sobre o turismo como recurso pedagógico, no âmbito da Educação Não-Formal. Diante disso a questão que instiga este estudo é a seguinte: Como e até que ponto a comunidade em tela pode trabalhar o fortalecimento de sua identidade através da valorização do seu patrimônio material (seus monumentos e praças) e imaterial (suas festas, tradições e religiosidades, e outros) e, de modo complementar, o que ela tem a ofertar aos que por ventura lhes visitem isso no campo das riquezas da história de vida de seus moradores e da singularidade de suas paisagens? Assim, esses fatos importam ser conhecidos e reconhecidos como constitutivos da identidade de uma comunidade urbana da periferia da grande Aracaju. A justificativa para este estudo se enquadra na inexistência de ações e reflexões que busquem vinculação efetiva do turismo pedagógico em uma comunidade urbana de periferia com a educação enquanto processo de ensino-aprendizagem no que concerne em aproximar teoria e prática e estimular a absorção de conhecimentos relacionados às diversas áreas do conhecimento, em especial ao patrimônio material e imaterial. Convém destacar que este projeto ainda está em desenvolvimento, e o presente resumo alberga os dados iniciais do mesmo. Deve ser considerado ainda que este estudo é uma exigência do Edital 16/2019/PROPEX/IFS, Programa Institucional de Bolsas de Extensão/ PIBEX.

2 | MÉTODO E MATERIAIS

O aporte metodológico é do tipo exploratória/descritiva com abordagem qualitativa, amparada na investigação bibliográfica e documental. A investigação bibliográfica pautada pela análise de obras na área de educação, turismo e turismo pedagógico e que versem, em especial sobre ferramentas capazes de proporcionar situações educadoras. Os materiais utilizados implicam: a apresentação de experiências relativas à concepção e experimentação do turismo como recurso pedagógico com base em observações e registros feitos pelos autores.

3 | CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA

A cidade de Aracaju, sede da capital de Sergipe, localiza-se no leste do estado, sendo cortada pelos rios Sergipe e o Poxim. A totalidade de sua área é de 181,8 km², as estimativas do IBGE, (2017), apontam para uma população de aproximadamente 664. 908 habitantes, distribuídos por 50 bairros e distritos (Figura 1).



Localização do Estado de Sergipe, Aracaju em destaque.

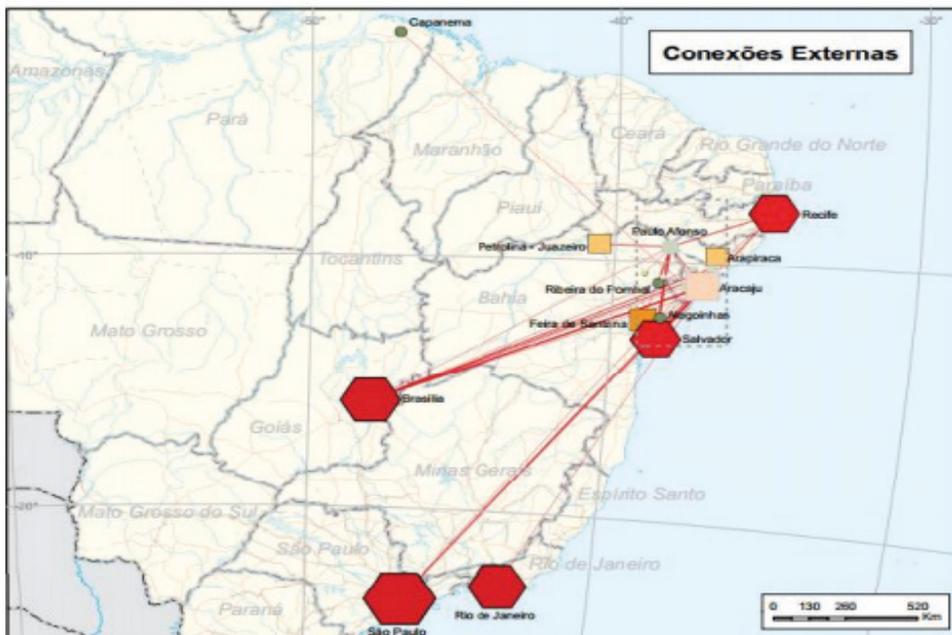
Fonte: França, 2011.

Ainda nesse contexto, o município de Aracaju dispõe das seguintes fronteiras: ao norte com o município de Nossa Senhora do Socorro, Barra dos Coqueiros e o Oceano Atlântico, a leste, o município de Itaporanga d'Ajuda ao sul e São Cristóvão ao oeste, que através da BR-235 permite acesso à BR-101, (SE, 2014).

Assim, importa considerar que a cidade comporta um fenômeno da dispersão urbana

bastante intenso, isso se deve, certamente, às políticas públicas de habitação e da atuação dos agentes imobiliários que proporcionaram a transformação de todo o território municipal em zona urbana, tais fatores implicam necessariamente em desdobramento que vão desde a implantação de loteamentos, conjuntos residenciais previamente ordenados até tantas outras ocupações urbanas espontâneas e não planejadas em toda a extensão da jovem capital(FRANÇA, 2011). Daí que essa situação implica em uma mancha urbana dispersa e fragmentada, e é nesse contexto que importa aventar e requerer outras possibilidades para inserir a questão do turismo em seu desdobramento e dimensão pedagógica como quer este estudo.

Deve ser notado, ainda que, Aracaju está inserida no sistema urbano brasileiro, como capital regional com intensa relação com o substrato superior da rede urbana. Nesse contexto, a cidade de Salvador, metrópole regional, exerce uma forte influência interagindo por meio dos fluxos de mercadorias, informações e relações interpessoais. Conforme dados do IBGE (2008), Aracaju mantém fortes ligações com outras regiões de importância no cenário nacional como: São Paulo, Brasília, Rio de Janeiro, Recife, Feira de Santana, Paulo Afonso, Arapiraca e Petrolina, Juazeiro, Ribeira do Pombal e Alagoins o que indica um fluxo humano muito expressivo e apropriado para a prática da atividade turística em diversas frentes e expressões/dimensões (Figura 2).



Aracaju, Conexões Externas, 2008.

Fonte: IBGE, 2008

4 | DISCUSSÃO E RESULTADOS

O turismo é um fenômeno contemporâneo multifacetado, que impacta e é impactado pelos ambientes, social, econômico, cultural e ecológico, conforme Beni (2002). Neste sentido, são as singularidades dos ambientes que permitem os modais de turismo que existem e, conseqüentemente as suas variadas ofertas. Ademais, a motivação dos indivíduos é outro pilar estruturante para que a prática do turismo aconteça e, com isso, estamos falando de outro fator, não menos importante que é a diversificação de mercados, quais sejam: Sol e Praia, Negócios, Lazer e Entretenimento, Religioso, Cultural, Aventura e outros.

Nesse contexto é que se insere o Turismo Pedagógico e que se trata de um deslocamento claramente voltado para aprimorar o conhecimento intelectual e isso se dá com variantes muito convergentes seja no Intercâmbio muito comum realizados por estudantes em outros países, Turismo Educacional popularizado nas visitas técnicas amplamente praticado na Rede Federal e nas escolas de um modo geral e em estudos de outras tantas naturezas.

O Turismo Pedagógico em comunidade urbana como estamos discutindo proporciona o desenvolvimento de uma educação que une a teoria à prática amplamente voltada para o ambiente urbano, espaço do convívio comum das pessoas. “É pedagógico não somente porque serve a interesses educacionais de quem visita, mas também porque ao participar e se apropriar da organização do turismo, os próprios residentes na localidade visitada constroem outros olhares e desenvolvem percepções diversas sobre o ambiente em que vivem.” (MACHADO; NETTO, 2007, p. 3). Isso por entender que o turismo em si pode e tem potencialidade para motivar pessoas e comunidades a construir uma nova percepção e mesmo ressignificar o seu lugar. Tal ressignificação se estende às suas às vivências enquanto produtora de cultura; suas paisagens, independentemente de estigmas de feio ou bonito, longe ou perto, pois o diferencial de tudo está no olhar, no modo de percepção das coisas, na construção comunitária de novos significados e processos do acontecer na vida no cotidiano de uma comunidade de periferia. Para além disso, importa buscar por um processo local que tem a atividade turística como potencial vetor de desenvolvimento, por sua capacidade de envolver diversos segmentos, descentralizar a produção e a renda, gerando oportunidades em seu planejamento, gestão e, conseqüentemente, distribuir melhor seus benefícios e responsabilidades (MACHADO; NETTO, 2007).

Assim, o Turismo pedagógico de base em comunidade de periferia como a do conjunto Veneza que estamos tratando significa entender que:

“[...]Antes de ser simplesmente algum lugar belo, com pessoas bem treinadas para proporcionar momentos de lazer a ser consumidos por ávidos visitantes em busca de distanciarem-se de sua realidade cotidiana, o bairro da periferia pôde oferecer com seus moradores organizados, beneficiários economicamente da atividade e também

participantes dos deslocamentos de olhares”, de maneira orgânica e relaciona com o cotidiano construído a partir do encontro entre pessoas direcionadas a refletir e agir com vistas à solução de problemas locais, situações, vivências e paisagens que provocam os sentidos e potencializam em cada indivíduo a capacidade de reflexão, de discussão e posicionamento político na sociedade.” (Idem, p. 19).

Sendo assim, o Turismo Pedagógico desloca o eixo de percepções do turismo como tradicionalmente estamos acostumados a tratá-lo e, por sua vez, deslumbra novas potencialidades para o segmento e, quiçá, possa contribuir para a superação de uma visão estritamente economicista do turismo que o enxerga apenas como um braço do mercado com viés unicamente voltado para o consumo.

Com essa modalidade aqui tratada, o Turismo Pedagógico, é possível observar algumas situações favoráveis e importantes que passamos a destacar, são eles: a) Fortalecimento dos laços comunitários e da boa convivência no espaço urbano primando pela convivência harmônica e cidadã como respeito ao próximo e às diferenças; b) Ampliação na disseminação de uma cultura do cuidado para com o patrimônio material e imaterial da comunidade uma vez que são comuns e públicos.

5 | RESULTADOS PRELIMINARES

Importa considerar que essa modalidade de turismo como estamos argumentando não é o grosso da produção em turismo e está longe de qualquer pretensão hegemônica, trata-se de algo incipiente e não-convencional. Para tanto, importa reconhecer e ressignificar o seu lugar, o patrimônio material, sua história e singularidades, e com isso o resgate das histórias de vida das pessoas e das paisagens como situações que educam e elevam o grau de pertencimento e construção da identidade de uma comunidade. Por fim, espera-se estabelecer vínculos consistentes entre turismo como ferramenta/recurso pedagógico em prol de uma educação social crítica. Para quem busca distanciar-se do seu cotidiano, tal modalidade de turismo em bairro de periferia implica: a experiência do encontro com situações inesperadas que provoquem crescimento interior, vivências inesperadas e mesmo o encontro com paisagens que provocam os sentidos e potencializem em cada indivíduo a capacidade de reflexão, de discussão e reposicionamento sociopolítico na sociedade. Para os moradores organizados implica: o beneficiar-se economicamente com a prática de alguma atividade, gerando renda, o deslocamento de olhares e a ressignificação do seu lugar, agregando renovado valor e senso de pertencimento.

REFERÊNCIAS

ARACAJU (2014). **Prefeitura Municipal de Aracaju**. <https://ewsdata.rightsindevelopment.org/files/documents/11/IADB-BR-L1411_WbttEZe.pdf>Acesso em 06 de junho de 2021.

ARAÚJO, M. A. et al. (Elaboração) **Guia de Extensão Universitária da UNESP 2012**. 3. ed. São Paulo: UNESP, PROEX, 2012. Disponível em. Acesso em: 10 de fevereiro de 2019.

ARROYO, M. G. **Alfabetização de jovens e adultos em tempos de exclusão. Alfabetização e Cidadania**. São Paulo, n 11, p. 9-20, 2001. BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 7. ed. São Paulo: SENAC, 2002.

_____. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF, 1996.

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1986.

BARBIER, Renné. **A pesquisa-ação**. Trad. Lucie Didio. Brasília: Liber Livro, 2002.

BRASIL, Ministério de Educação. **Política Nacional de Educação Especial na**

BRASIL, Ministério da Educação e do Desporto. Educação de Jovens e Adultos/ Proposta Curricular. 1º segmento do ensino fundamental. Brasília: MEC/Ação Educativa, 1999.

CAMARGO, M. R. R. M. **Palavras e imagens na Educação de Pessoas Jovens e Adultas: Onde está o sujeito? Cadernos de Linguagem e Sociedade**. 2014. Disponível em: . Acesso em: 15 de fevereiro de 2019.

CARVALHO, R. T. **O discurso curricular intercultural na educação de jovens e adultos e a produção de subjetividades**. Educação e Pesquisa, v. 38, n. 1, p. 47-61, São Paulo, jan./mar. 2012.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Trad. Ephaim Ferreira Alves. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Educação de Jovens e Adultos/Proposta Curricular. 2º segmento do ensino fundamental**. Brasília: MEC, 2002.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

_____. **Educação como prática de Liberdade**. 22ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1996.

FERRARO, A. R. **História quantitativa da alfabetização no Brasil**. In: RIBEIRO, V. M.

(Org.). **Letramento no Brasil**. São Paulo: Global/Ação Educativa, 2004, p. 195-207.

FRANÇA, V. L. A. In: **Diagnóstico da Cidade de Aracaju**, 2014. Disponível em: <https://ewsdata.rightsindevelopment.org/files/documents/11/IADB-BR-L1411_WbttEZe.pdf> Acesso em 06 de junho de 2021.

GOMES, D. S., Et ali. Turismo pedagógico como ferramenta de educação patrimonial: a visão dos professores de História em um colégio estadual de Parnaíba (Piauí, Brasil). In: **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 5, n.1, p. 82-103, abril de 2012.

IBGE. **Área de Influência das Cidades Brasileiras**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.

MACHADO, Rodrigo; NETTO, Ana Carolina G. Projeto Cabuçu de Desenvolvimento Local: Perspectivas para o Desenvolvimento da Atividade Turística Sustentável a partir de Processos de Planejamento Participativo no Cabuçu. In: LEITE JR., Plínio P. O Valor Social do Turismo. São Paulo: Roca, 2007.

MARQUES, A. F.; ZANATA, E. M. **Como estou me tornando um professor**. In: CAMARGO, M. R. R. M.; FURLANETTI, M. P. F. R. (Orgs.). Educação de Pessoas Jovens e Adultas – Múltiplas Faces de um Projeto Educacional. São Paulo: Editora Unesp; Cultura Acadêmica, 2010, p. 95-121.

MIGUEL, J. C. **Educação, linguagem e cultura: implicações para o desenvolvimento de programas de ensino de Matemática para jovens e adultos**. In: CAMARGO, M. R. R. M.; LEITE, C. D. P.; CHALUH, L. N. (Orgs.). 276 Cad. Cedes, Campinas, v. 35, n. 96, p. 257-276, maio-ago., 2015
Travessias na EJA Linguagens e Imagens: educação e políticas de subjetivação. 1. ed. Petrópolis: DP et Alit, 2014, p. 159-180.

_____. **Pedagogia da autonomia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

PEDRALLI, R; CERUTTI-RIZZATTI, M. E. **Evasão escolar na educação de jovens e adultos: problematizando o fenômeno com enfoque na cultura escrita**. Rev. bras. linguist. apl., Belo Horizonte, v. 13, n. 3, 2013. ROSA, G. Grande Sertão Veredas. Nova Fronteira, 2005.

RODRIGUES, R.; ALVES, K, S. Turismo Pedagógico: busca por novos significados para a escola. In: **CENÁRIO**, Brasília, V.2, n.3 / 131 – 151 / Dez. 2014.

SERRA, E. D'A. **Políticas de promoção da leitura**. In: RIBEIRO, V. M. (Org.). Letramento no Brasil. São Paulo: Global/Ação Educativa, 2004, p. 65-85.

SNYDERS, G. **A alegria na escola**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

VIGOTSKI, L. S. **A construção do pensamento e da linguagem**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA: DESAFIOS, OPORTUNIDADES, SUSTENTABILIDADE

Data de aceite: 02/09/2021

Data de submissão: 04/08/2021

Filipa Canavarro de Morais

Escola Superior de Educação de Coimbra,
Portugal
<http://orcid.org/0000-0002-0285-1488>

RESUMO: O Turismo tem sido analisado, nas perspetivas sociológica e económica, do ponto de vista das sociedades emissoras e não tanto das questões que coloca às de destino. O contexto histórico e social explicativo da análise sociológica do desenvolvimento do lazer em geral e do Turismo em particular, no ocidente, no período pós-industrial estabelece entre as suas causas as transformações resultantes da industrialização. A Economia ressalta hoje problemas de ajuste entre procura e oferta, elasticidade, declínio de mercados e produtos turísticos, produtividade ou utilidade marginal decrescentes – também remontantes ao desenvolvimento da economia de mercado crescentemente global, desde o mesmo processo de industrialização e produção em massa de bens e serviços de lazer - a que crescem, no caso específico da atividade turística, particularidades que são um desafio para a indústria, tais como a sazonalidade, a simultaneidade de produção e consumo, imobilidade espacial e temporal associada aos produtos turísticos e, conseqüentemente, a rigidez da oferta e sua dificuldade em acompanhar as flutuações da procura turística. É, em todo

o caso, sobretudo das condições necessárias à generalização do acesso das populações dos países mais desenvolvidos ao turismo como clientes e das questões económicas com que os profissionais do turismo têm que lidar, respetivamente, que se fala Mas, paralelamente, tem surgido uma atenção de cariz antropológico e sociológico centrada na análise das condições e conseqüências do desenvolvimento turístico nas comunidades anfitriãs – mais que as referências seu contributo para o rendimento e emprego ou equilíbrio da balança comercial – considerando para além de turistas e prestadores de serviços, os residentes que são afetados por benefícios e custos sociais, ambientais e económicos do crescimento da atividade turística diretamente, como também ao nível do património natural e cultural das suas regiões de origem. A diversificação da oferta turista afigura-se como uma solução para muitas destas questões e para busca por um turismo mais sustentável.

PALAVRAS - CHAVE: desafios económicos; oferta turística; diversificação e inovação; impactos e sustentabilidade do turismo.

DIVERSIFICATION OF THE TOURIST SUPPLY: CHALLENGES, OPPORTUNITIES, SUSTAINABILITY.

ABSTRACT: Tourism has been analyzed in sociological and economic perspectives from the point of view of the tourist issuing societies, and not so much of the issues it poses to those of destination. The historical and social context explanatory of the sociological analysis of the development of leisure in general and tourism in particular in the West, in the post-industrial, period

establishes among its causes the transformations resulting from industrialization. Economy highlights how the problems of adjustment between demand supply, elasticity, decline of markets and tourist products, decreasing productivity and marginal utility – also reamounting to the development of the increasingly global market economy since the same process of industrialization and mass production of leisure goods and services – to which they add, in the specific case of tourist activity, particularities that are a challenge for industry such as seasonality, the simultaneity of production and consumption, spatial and temporal immobility associated with tourism products and, consequently, the rigidity of supply and its difficulty in keeping up with fluctuations in tourist demand. In any case, it is mainly the conditions necessary for the generalisation of the access of the populations of the most developed countries to tourism as customers and the economic issues that tourism professionals have to deal with, respectively, that are discussed. However, at the same time, anthropological and sociological attention has emerged focusing on the analysis of the conditions and consequences of tourism development in host communities – more than the references to their contribution to income and employment or balance of trade — considering in addition to tourists and service providers, residents who are affected by social, environmental and economic benefits and costs of the growth of tourism, directly, as well as consequences at the level of the natural and cultural heritage of their regions of origin.

The diversification of the tourist offer appears as a solution to these issues and to the search for a more sustainable tourism.

KEYWORDS: economic challenges; tourist supply; diversification and innovation; impacts and sustainability of tourism.

INTRODUÇÃO

A diversificação da oferta turística é aqui considerada, não apenas como resposta a problemas económicos básicos, que se colocam de forma particular quando nos referimos à atividade turística, mas também como resposta a questões associadas aos impactos do turismo a nível económico, ambiental e sociocultural nas regiões de receção e suas populações. A diversificação da oferta é vista como mais que uma estratégia dos agentes económicos do turismo, mas antes uma condição para a sustentabilidade, no sentido dado pela ONU – como iniciativas economicamente viáveis, socialmente justas, ambientalmente responsáveis e culturalmente diversas - permitindo reduzir os custos e ampliar os benefícios que pode representar a longo prazo para o setor turístico bem como para as comunidades anfitriãs. As variáveis que se manifestam neste plano de inovação da oferta parecem-nos potencialmente vantajosas, não só para o setor turístico em si, mas também para as sociedades recetoras leva-nos a considerar a diversificação de mercados, produtos, segmentos-alvo ou destinos como fator crucial para a sustentabilidade do turismo considerando todos os seus *stakeholders* dentro e fora da indústria turística.

O Turismo, a par de outros subsectores do lazer como o entretenimento e desporto constituem a maior indústria mundial (Melo e Júnior 2003) justificando-se o crescente interesse económico e social pelo lazer como potencial criador de emprego ou gerador

de rendimento. Alguns aspetos mais negativos associados ao turismo de lazer prendem-se com a crescente massificação – que paradoxalmente foi uma das condições para uma maior acessibilidade ao lazer, outrora privilégio das elites - perda de autenticidade das experiências e crescentes custos, não só ambientais, mas sociais, a par de uma injusta repartição dos benefícios e custos que lhe estão associados. São as regiões que mais necessitariam de turismo, porque mais pobres e menos desenvolvidas, com mais carências em infraestruturas, acessibilidades e serviços ou qualificação dos recursos humanos aquelas que, por essas mesmas razões, têm menos hipóteses de obter os benefícios económicos e sociais que podem estar associados ao desenvolvimento turístico.

As condições económicas que permitiram o acesso das massas ao lazer e turismo têm que ser percebidas no contexto de evolução das sociedades ocidentais na sequência da industrialização e das transformações demográficas, políticas, científicas ou tecnológicas que esta trouxe; sucintamente, a par do desenvolvimento dos transportes e comunicações, a definição de tempos e espaços específicos para o trabalho (separados do lazer e vida doméstica), a artificialização do tempo de trabalho (já não dependentes do clima e estações como o ritmo do trabalho agrícola dominante no período pré-industrial) com definição do tempo livre, a regularidade e aumento progressivo dos rendimentos do trabalho e dos direitos a ele associados, a redução custos de produção e, conseqüentemente, do preço dos bens de lazer pelas economias de escala. Mas, se estas variáveis se relacionam facilmente com o surgimento de uma economia de mercado industrial, outras se conjugaram para fazer do Turismo um fenómeno de massas num espaço de cerca de um século: a redução do controlo social pela Igreja, família e vizinhança do quotidiano dos indivíduos associada ao êxodo rural e o declínio da comunidade rural tradicional e seus valores, a emergência de uma classe social ligada ao desenvolvimento do capitalismo, um novo conflito de classes entre esta burguesia e o proletariado que permitirá explicar as reivindicações de direitos dos trabalhadores que se traduzirão, mais tarde na prática, em direitos ao lazer, bem uma mentalidade mais propícia à liberdade individual, ao reconhecimento da esfera privada e a uma sanção positiva do lazer (Smith, 1989; Dumazedier 1976 e 1979). Enquanto atividade económica, o turismo tem um contexto social, histórico e espacial que não só enquadra mas é explicativo do mesmo.

Porém, enquanto a Sociologia analisou as condições para o acesso generalizado das populações dos países mais ricos, emissores, ao turismo, no contexto daquela transformação profunda das sociedades ocidentais (Rocher, 1971; Apostolopoulos, 2015; Dias, 2003), numa perspetiva inversa, a Antropologia observou o mesmo objeto pelo ângulo sociedades anfitriãs das conseqüências que o desenvolvimento da atividade turística aí provocou, no plano social, cultural e ambiental (mesmo porque é difícil dissociar património natural de cultural, estando clima, geografia, recursos naturais tão ligados a aspetos das culturas locais como atividades económicas, vestuário, arquitetura, ou artes locais) cujo desvirtuamento no caso de um turismo de massas não só põe em causa a identidade local

como possíveis fatores de atração turística.

A Economia, por seu turno, tem abordado problemas de organização económica (procura, oferta, elasticidade, utilidade e produtividade marginais, custos ou lucros (Samuelson e Nordhaus, 2005; Cunha, 2013)) que a nosso ver encontram também resposta numa diversificação da oferta de experiências de turismo de lazer; cremos que, simultaneamente, tal diversificação pode reduzir a sua massificação, a saturação de alguns destinos, a concentração de num conjunto de atividades em determinadas épocas do ano e em determinados segmentos-alvo o que é um problema económico do setor, mas também um risco social e ambiental.

A diversificação nos mercados e produtos turísticos associa-se a novos perfis de turistas (como o turismo social e o volunturismo) o que poderá em certo sentido corresponder a uma preocupação de demonstração de responsabilidade social das empresas do setor, cujo móbil poderá tanto económico quanto social ou ambiental, mas também ser uma troca de quantidade por qualidade: turistas em grupos de menores dimensões, que procuram experiências mais autênticas, dispostos a pagar mais por isso, mais interessados nas particularidades do património local e, portanto, na sua preservação, como um interesse e contacto mais positivo com as populações locais e não apenas com os prestadores de serviços, maior flexibilidade na adaptação às condições de alojamento mas também hábitos culturais locais (Smith, 1989; Smith e Font, 2014). Tal se poderá associar à promoção de uma maior consciência dos impactos do turismo por todos os envolvidos, sensibilização para a necessidade de respeito pelo património cultural e natural local, importância social e económica do seu conhecimento, preservação, divulgação, ou seja, uma gestão do património que, a par da conservação da natureza, contribua para o reconhecimento da identidade local, ofereça possibilidades de gerar rendimento com iniciativas que envolvam as populações locais e produtos endógenos, sobretudo para regiões mais remotas, empobrecidas (Chambers, 1997), contribuindo desta forma para atenuar problemas de isolamento, empobrecimento, envelhecimento da população, desertificação ou marginalização de certas regiões.

Porém, em alguns casos o turismo não atenua, mas acentua problemas especialmente graves quando se trata, como documenta a Antropologia em várias partes do mundo, de populações nativas minoritárias e para quem o turismo representou a necessidade de alterar os seus modos de vida e, em alguns casos, o abandono das regiões que habitavam, para dar lugar a um desenvolvimento turístico centrado nos desejos dos visitantes e suas capacidades aquisitivas (seja o abandono da pesca em praias destinadas aos turistas, a evacuação de populações para a criação de reservas para observação da vida selvagem, ou ironicamente, para o “Turismo Indígena”) sem que uma alternativa ou um possível ganho associado ao desenvolvimento turístico lhes seja facultado (Smith, 1995; Chambers, 1997 e 2010) .

O lazer, em que se inclui grande parte da atividade turística está, como referido, à

profunda transformação provocada pela Industrialização, analisada pela Sociologia desde a sua institucionalização como ciência quando procurava não só compreender, mas dar resposta aos problemas sociais da época (Rocher, 1971; Carmo, 2001). No que se refere à relação e entre trabalho e lazer, a anterior indistinção separação espacial e temporal entre lazer e trabalho altera-se, surge o trabalho maioritariamente assalariado, a organização científica do trabalho com a produção em série e standardização das atividades produtivas, o horário de trabalho fixo e, ao mesmo tempo, conquistas laborais como descanso diário e semanal, o direito a férias e reformas pagas, de inegável relevância para o desenvolvimento do que viria a ser o turismo de massas; tais mudanças foram precedidas pela primeiras iniciativas do Estado na resposta aos problemas sociais trazidos pela industrialização, embrião do Estado providência, com os seguros de trabalho de Bismark ou o relatório Beveridge (Carmo, 2001; Engelman, 2016). Os trabalhadores da então criada indústria foram os primeiros alvos da proteção pelo Estado que até então se ocupava mais da garantia da segurança e justiça e passou à consagração de mais amplos direitos sociais (Carmo, 2001). Consequentemente, já no período pós-industrial, a consagração dos direitos do trabalho (patente na Declaração Universal dos Direitos do Homem) é simultânea coma a dos direitos ao lazer em aspetos que muito beneficiaram o desenvolvimento do Turismo. Este não resulta, pois, apenas de uma maior disponibilidade de rendimentos e tempo por parte de uma grande massa da população com a economias escala associadas à produção em massa e redução de preços para o consumidor. O lazer em geral torna-se um direito social, para Dumazedier inseparável do trabalho, concretamente o industrial - “A ociosidade nega o trabalho. O lazer o supõe”, ou seja, como um direito que a sociedade outorga aos seus membros que cumprem as obrigações institucionais (para com o trabalho e também a família, Igreja, escola, as instituições políticas, etc). Não há pois um antagonismo entre trabalho e lazer; e a própria burguesia que procurou no início da industrialização limitar os lazeres dos trabalhadores, não só para aumentar o tempo de trabalho operário e a produtividade mas também em oposição a valores tradicionais, religião e hábitos das comunidades rurais pré-industriais, cedo se apercebeu da importância do tempo liberto do trabalho para o consumo e das vantagens que os benefícios físicos, mentais e sociais do lazer para a recuperação dos trabalhadores poderiam trazer à nova forma de organização económica. Em suma, os múltiplos estatutos dos membros de uma sociedade (pai, encarregado de educação, patrão, trabalhador, dirigente, por vezes simultâneos e conflituantes, mas em todo o caso com o caráter de compromisso) atribuem-lhe um conjunto de deveres e de direitos, entre eles o de ter um tempo pessoal, liberto das várias obrigações institucionais que os seus papéis sociais lhes impõem. Assim, poderíamos considerar turista mais na perspetiva sociológica de cidadão que do mero consumidor, isto é, não a apenas como o cliente que tem acesso ao lazer pelo seu poder de compra, mas o cidadão que tem direito a participar do lazer e a usufruir do desenvolvimento tecnológico, económico, também, artístico, cultural, lúdico da sociedade de que é membro. Por fim, importa referir que para além da disponibilidade

de tempo e dinheiro frequentemente apresentados como condições de acesso ao turismo de lazer que acompanham especificamente a evolução do Ocidente do período industrial a meados do séc. XX, a relevância da existência de sanções sociais positivas para o lazer que progressivamente se tornou um fenómeno de massas (Smith, 1995; Apostolopoulos, 2015).

A Sociologia esteve, pois, atenta às condições de acesso das populações dos países mais desenvolvidos ao lazer não só do ponto de vista económico como clientes, mas encarando o lazer como direito e como resultado do desenvolvimento económico, demográfico, político ou tecnológico das sociedades, primeiramente as ocidentais de que o indivíduo – cidadão - assume o direito de usufruir, na medida em que cumpre para com essa sociedade os deveres associados aos seus múltiplos estatutos sociais (Rocher, 1971; Dumazedier, 1979; Roberts, 2001; Melo e Júnior, 2003; Dias, 2003; Apostolopoulos, 2015). Todavia, o lazer surge num tempo livre das obrigações institucionais, mas também preferencialmente independente de imperativos económicos ou ideologias políticas. Referimos especificamente ao lazer criado pela própria sociedade civil, na forma de vários tipos de associações (culturais, recreativas, desportivas) ultrapassando falhas de estado e mercado e orientadas por nada mais que as vontades, necessidades e desejos dos cidadãos, mais participantes ativos do que espetadores/consumidores passivos (Ferreira, 2009; Roberts, 2001; Melo e Júnior, 2003; Costa, 2006) cujo traço distintivo não é apenas a sua distinção relativamente a Estado e mercado mas a ação solidária (V. Almeida 2011) que encontramos no caso concreto do turismo de voluntariado (F. Morais e A. Moura, 2020). De resto, as associações que se incluem no terceiro setor caracterizam-se por serem privadas e não-lucrativas, pela a participação voluntária e auto-gestão democrática (Ferreira, 2009; Almeida, 2011) manifestam-se e numa variedade de iniciativas e formas de organização que se relacionam com a economia solidária (Costa, 2006) de que começam a surgir indícios no turismo. No contexto do turismo, tais iniciativas voluntárias, altruístas e solidárias (menos utilitaristas e comerciais), na concepção de lazer de Dumazedier se incluíam no que designa de *semilazer*, ou atividades socioespirituais ou sociopolíticas, tendo simultaneamente como características o facto de ocorrerem no tempo livre e de serem de escolha voluntária, mas servirem um propósito social que transcende o hedonismo individual. Assim, ao lado dos grandes fluxos turísticos para os principais destinos mundiais em viagens de caráter recreativo, emergem dos próprios turistas novos sentidos da experiência turística mais centrados nos outros que em si, não só no que se refere ao turismo explorador, mas em iniciativas de voluntariado em que o objetivo da viagem ultrapassa a satisfação individual mas tem uma dimensão de altruísmo e consciencialização, designadamente, das condições de vida dos cidadãos de países menos privilegiados que os emissores (Lima *et al*, 2017; Lima e Partidário, 2002). O dinamismo da sociedade civil para além de estado e mercado, está patente em diversas iniciativas de associativismo em geral e volunturismo (Morais e Moura, 2020) constituindo a liberdade de associação um direito fundamental que contraria

a tendência de manipulação política e económica que do lazer em geral - que se pode traçar até à Antiguidade Clássica (Dumazedier, 1976 e 1979; Roberts, 2001; Engelman, 2016).

Da parte da procura assiste-se à emergência novos grupos de turistas, com tendência de crescimento, cuja principal motivação não é só o lazer hedonista, mas um propósito social de altruisticamente ter um impacto positivo junto das populações e regiões receptoras de onde se destaca o turismo de voluntariado ou volunturismo (Morais e A. Moura, 2020; Lima *et al*, 2017). A emergência destes novos perfis de turistas surge associada à sustentabilidade também porque se revela também numa maior exigência dos visitantes com os impactos ambientais do turismo o que terá certamente reflexos na oferta turística (Lima e Partidário, 2002). A atenção dos cidadãos aos problemas sociais atuais em nosso entender sugere que os turistas deverão ser considerados não apenas consumidores/clientes, mas cidadãos do mundo e dimensões que vão para lá das noções económicas como maximização da utilidade ou da rendibilidade deverão, também no Turismo ser associadas às de altruísmo; como referem. Morais e Moura:

“De acordo a Organização das Nações Unidas (1990), voluntariado enquadra todas as ações de interesse social e comunitário desenvolvidas de forma desinteressada e sem fins lucrativos em prol de outros. Assim, solidariedade, ética e altruísmo são valores que preenchem a ação voluntária atual e que esta já não se limita às fronteiras comunitárias locais. Ou seja, o voluntariado tem-se expandido por períodos e geografias cada vez mais alargados, dando origem a um novo fenómeno, designado de turismo de voluntariado, volunturismo ou turismo voluntário” (Morais e Moura, 2020; p. 11).

O turismo de voluntariado não é só um tipo diferente de viagem ou experiência turística,

“mas uma iniciativa com uma motivação semelhante à do voluntariado em geral para a ação solidária. A disponibilidade para a dádiva de tempo, experiência, trabalho ou dedicação, bem como (...) encarar realidades socioculturais diferentes [que] parece, pois, assumir (...) um carácter positivo - para além do benefício para aqueles a quem se dirige a iniciativa de voluntariado - de contributo para a formação e enriquecimento pessoal do voluntário.” (*Idem*, p.28)

Conjugando as perspetivas social e económica do turismo, Araújo e Godoy afirmam existem

“duas posturas contraditórias entre os estudos do turismo. Em primeiro lugar, a que considera o turismo como uma fonte de riqueza e, portanto, de crescente bem-estar para os destinos receptivos, sendo preponderantemente estudada por meio da sua dimensão económica. (...). Por outro lado, existe uma perspectiva fenomenológica dos estudos turísticos, em que aparecem as vezes que se atrevem a destacar os aspectos sombrios do turismo, como o aumento do custo de vida para a população residente e demais aspectos éticos. Esta proposta já transparece uma preocupação, por exemplo, com as interferências negativas do turismo nas comunidades receptoras.” (Araújo e

Ora, se a perspetiva económica tem encarado o turismo como forma positiva de promover o crescimento do PIB ou o emprego nas regiões recetoras, o retrato não à tão positivo quando se analisa do ponto de vista sociológico e antropológico os seus custos e benefícios socioculturais e ambientais. O que se propõe então aqui é conjugar de forma positiva, em termos de impactos a longo prazo e, conseqüentemente, de sustentabilidade, essas dimensões através da ideia que a inovação na diversificação da oferta turística pode permitir evitar a saturação das mesmas regiões em épocas específicas do ano, com o mesmo perfil de viajantes, o que não tem só custos ecológicos e sociais, problemas de organização dos agentes da oferta para responder à procura. Diversificar a oferta turística é oferecer outros produtos e serviços, o que pode acontecer em momentos diferentes dos picos de procura (por exemplo por turismo balnear nas zonas costeiras) e noutras regiões (por exemplo do interior dos territórios) que potencialmente poderão beneficiar do turismo como fonte de rendimentos para a prestação de diversos serviços pelos habitantes locais ou a venda de produtos endógenos, a melhoria de acessibilidades e infraestruturas associada ao desenvolvimento turístico e evitar o desgaste das relações entre anfitriões e visitantes que se verifica em zonas turísticas mais saturadas devido, entre outros, ao congestionamento, a competição por residentes e turistas por recursos, a inflação local, as disparidades de riqueza ou as diferenças culturais entre eles e, simultaneamente, a uma relação entre turista e prestador de serviços cada vez mais impessoal, formal, comercial, profissional em que não existe uma interação espontânea e positiva entre duas sociedades e portanto culturas distintas.

Do ponto de vista económico, alguns desafios colocados à atividade empresarial são acentuados na atividade turística, mas, por outro lado, o turismo, enquanto experiência de lazer, tem possibilidades virtualmente inesgotáveis na diversificação da oferta dada a natureza do produto que oferece e os segmentos a que pode dar resposta. A inovação/diversificação da oferta pode permitir reduzir custos, atenuar rendimentos marginais decrescentes, responder à utilidade marginal decrescente para o turista ou gerar ganhos de produtividade, como noutros setores de atividade económica, mas com a possibilidade de maior diversificação em termos de novos produtos, segmentos ou nichos de mercado (Samuelson e Nordhaus, 2005; Cunha, 2013; Matias 2007). Problemas mais específicos de economia do turismo como a simultaneidade de produção e consumo, imobilidade espacial e temporal aliada a difícil gestão de stocks e ritmo de produção, conjugada como elevado peso de custos fixos e conseqüente dificuldade de uma oferta rígida responder facilmente/ adaptar-se a uma procura elástica determinada, não só por fatores comuns como preços dos bens e substitutos ou rendimentos dos consumidores, mas fatores acrescidos como vantagem ou desvantagem para o turista da variação cambial, inflação local, sazonalidade, moda, fatores subjetivos ou o efeito de Veblen que apelam de maneira mais premente à

necessidade de renovação, logo, de diversificação da oferta evitando a tendência para declínio de mercados e produtos turísticos. Para Schumpeter *in* Cunha (2013) é possível inovar fatores ou métodos produtivos, produtos, mercados e segmentos. As especificidades dos produtos, i. e., da oferta turística poderão ser vistas como possibilidades dado, como sucede noutros campos do lazer, a há uma infinidade do que pode constituir uma experiência de lazer, neste caso turística, respondendo assim a uma variedade de particularidades de perfis de visitantes, de tendências demográficas, de fenómenos de moda, de alteração de percepções /representações sociais recentes relativamente a vida saudável, preservação ecológica ou uma economia responsável mais justa, no contexto das questões da sustentabilidade que hoje se colocam no plano ambiental, mas também da justiça social e económica na repartição de benefícios e custos associados à atividade turística.

A sustentabilidade económica, ambiental e cultural não é apenas um aspeto marginal a ter em conta pelas empresas do setor em resposta a uma maior exigência por parte da procura, mas antes está no cerne da sustentabilidade a longo-prazo do próprio setor, não só porque dificilmente há recursos e, conseqüentemente produtos turísticos com a deterioração do património natural e cultural das regiões receptoras (Lima e Partidário, 2002; Chambers, 1997 e 2010), como as populações locais, enquanto sociedade civil, são crescentemente, a par de profissionais da indústria e turistas *stakeholders* nas questões relativas aos impactos locais do desenvolvimento turístico.

Do turista *exploradore* de *elite*, disposto a viajar por sua conta ou a pagar mais por uma experiência única e autêntica, com grande curiosidade e respeito pelas populações locais e ambiente natural e conseqüentemente com poucos impactos negativos para as sociedades anfitriãs, até ao turista de massas e charter, segundo Smith (1989), progressivamente o grau de adaptação às comunidades locais vai diminuindo, enquanto o fluxo de visitantes, as suas exigências em conforto de tipo ocidental - alheias às condições locais, associadas à standardização da oferta, preferência por atividades lúdicas superficiais e serviços uniformizados de tipo ocidental - vão crescendo e, conseqüentemente os impactos negativos do turismo. A pressão sobre a região receptora combinada com maior intolerância do visitante e degradação da relação deste com o anfitrião (que vai da curiosidade inicial à saturação e por vezes hostilidade), reação às chegadas maciças do turista deste perfil psicocêntrico pouco interessado na cultura do outro explicam, simultaneamente, porque os benefícios para as regiões receptoras são mínimos (Chambers, 1997; Smith, 1989). Nas regiões mais pobres e, portanto, mais dependentes do turismo, a insuficiência de mão de obra qualificada e recursos para responder à procura resulta numa oferta providenciada por empresas estrangeiras e importações - indo as receitas para o exterior, pouco contribuindo para a balança comercial, o rendimento ou emprego local - ao mesmo tempo que os impactos negativos ambientais e socioculturais são maiores. Adicionalmente as regiões menos favorecidas que mais necessitam da oportunidade de revitalização económica que o turismo oferece são as com menor poder negocial/de decisão no sentido de colocar

restrições – políticas ou legais – em termos culturais, sociais ou ambientais à atividade turística. Tal ocorre por vezes na proporção inversa do que as regiões mais pobres necessitariam do turismo como fator de desenvolvimento económico, combate à pobreza e exclusão, proteção do património natural e cultural. Para a escala e perfil do turista charter, cliente do pacote turístico do tipo *tudo incluído* e que não abandona o resort para conhecer o património ou a população local, os benefícios são mínimos e os custos ambientais e sociais máximos. Tal tendência poderá ser combatida com aposta em novos segmentos de turistas, logo novas preferências por produtos turísticos, em novas épocas do ano, com outras perspetivas sobre impactos da sua viagem e da sustentabilidade.

A diversificação e inovação da oferta turística significa não só ultrapassar os problemas económicos e aumentar a rendibilidade, mas evitar deterioração da relação anfitriões – turista, permitir que outras regiões que não os destinos massificados beneficiem da atividade turística oferecendo novos serviços produtos endógenos, permitindo à população local interagir com o turista de uma forma socialmente, culturalmente e economicamente positiva, não esquecendo que além de turista e profissionais os membros das comunidades de destino como *stakeholders*; tal diversificação poderia permitir combater assimetrias regionais, favorecer desenvolvimento local sustentável, a inclusão de populações mais desfavorecidas, pressionar para a criação de melhores infraestruturas e serviços para as regiões mais desfavorecidas, promover a preservação e divulgação do património natural e cultural local, associados um ao outro e à identidade e história da comunidade local, conjugando a sustentabilidade no plano sociocultural.

Smith estabelece uma relação entre perfil de turista, fluxo de visitantes e grau de adaptação e perceção das comunidades locais que, a nosso ver, ajuda a perceber a complexidade dos impactos do turismo e da sustentabilidade neste plano. Cremos que mais importante que elencar todas as variáveis suscetíveis de explicar os impactos da atividade turística (que são de maior ou menor dimensão, negativos e ou positivos dependendo da diversidade de experiências turísticas) será perceber a relação entre essas variáveis e perceber quais são as principais moderadoras dos impactos do turismo, ou seja, em função de que variáveis o turismo pode ser benéfico ou prejudicial para as sociedades receptoras.

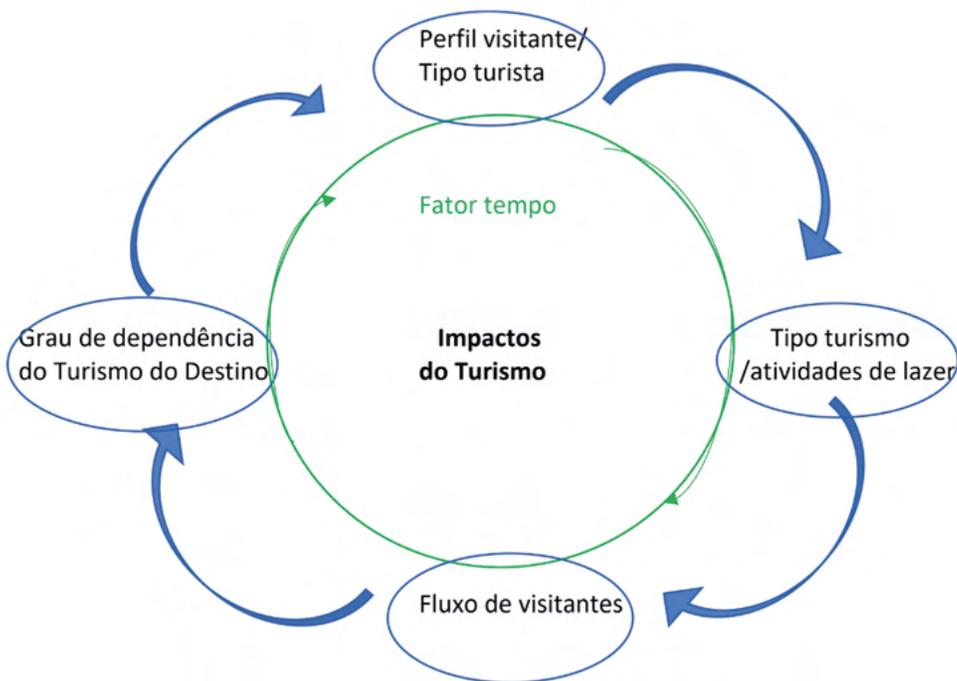


Fig. 1: Síntese - evolução de perfis, moderadores e impactos turísticos no tempo.

Assim, procurámos ilustrar na figura 1 a relação complexa entre o perfil de viajante e fluxo que representa, as experiências de lazer que procura, o tipo de atividades com que a oferta lhes responde e a dependência ou capacidade seletiva da sociedade recetora relativamente ao turismo com os impactos socioculturais, ambientais e económicos que ele produz. Incluímos o factor tempo para ilustrar como os destinos turísticos de elite se tornam destinos na moda gerando maior procura e, com o tempo se tornam massificados, oferecendo progressivamente experiências estandarizadas, mais baratas, mas destinadas a um público mais amplo, acabando por exigir à sociedade local grandes para se adaptar às necessidades dos visitantes sem contrapartidas para tal.

A possibilidade quase ilimitada de inovar nos segmentos/nichos mercado atividades turísticas permite gerir a sazonalidade, a saturação e custos ambientais associados, a dificuldade de gerir stocks no turismo e manter uma escala de produção relativamente constante ao longo do ano, ultrapassar a utilidade marginal decrescente e, portanto, quanto o turista está disposto a pagar pelo produto turístico, afetar recursos humanos e outros fatores a diferentes utilizações durante as diferentes épocas, vender diferentes produtos a partir das mesmas instalações equipamentos e amortizar investimentos elevados em fator fixo (como, por exemplo, uma unidade hoteleira à beira mar, que em alternativa a limitar-se ao turismo sol e mar nos meses de verão poderá promover eventos como congressos, casamentos, gastronomia ou golf que atraem outro tipo de turistas, noutras épocas do ano,

atenuando a dificuldade de uma oferta turística relativamente rígida responder a uma procura muito volátil) e criando oportunidades para outros agentes económicos. Permite responder à relação custo benefício do turismo em termos do que cada segmento está disposto a pagar e pretende encontrar no destino fazendo um melhor ajustamento, evitando a evolução inevitável para saturação e custos sociais e ambientais, competição entre residentes e turistas por recursos locais declínio económico em termos de vendas e rentabilidade associado à transição do turista explorador e elite para o turista de massas e charter de Smith. Permite também incorporar outros determinantes da procura que não apenas o preço e rendimento dos consumidores – uma infinidade de fatores subjetivos e múltiplas preferências de segmentos de turistas social e culturalmente muito diversos - oferecendo uma experiência mais única, verdadeira e menos superficial, massificada (potencialmente mais rentável) que o pacote turístico (incluindo à partida transporte, alojamento, refeições, atividades e atrações turísticas pré-definidas) com menos benefícios para as sociedades receptoras; Permite ainda levar em consideração as percepções, motivações, tendências da opinião pública e consciencialização dos turistas no que concerne ao turismo social, turismo voluntário, turismo ambientalmente responsável, turismo étnico, etc. fora das épocas, destinos, atividades mais saturados. Tal também poderá traduzir-se em não apostar numa liderança de custos com uma oferta semelhante, mas mais competitiva relativamente à concorrência em termos de preços mais baixos, como uma estratégia de liderança na qualidade (e não na quantidade) ou pela oportunidade de exploração de novos nichos de mercado (Cunha, 2013; Matias 2007). Por fim, a diversificação da oferta poderá também ser a resposta inovadora à tendência de declínio de mercados e produtos turísticos, como noutras atividades económicas.

CONCLUSÃO

A crescente consciencialização dos impactos ambientais, acesso a informação, sensibilidade e curiosidade relativamente às características culturais locais por parte dos turistas poderão ser favoráveis à sustentabilidade no turismo, por força da procura, por “novos” segmentos de visitantes e sua pressão sobre os agentes da oferta. Em oposição ao tradicional pacote turístico massificado em que as diferenças entre destinos se esbatem, seria possível atenuar, a saturação e declínio daqueles, a sazonalidade e fazer das particularidades culturais e naturais locais uma vantagem da oferta, envolvendo mais as populações locais nas decisões respeitantes ao desenvolvimento turístico bem como nos benefícios daí resultantes.

Em suma, a diversificação da oferta turística que se traduza em novos destinos, novos segmentos de mercado, novas representações e práticas dos visitantes, novas experiências de lazer apelando a dimensões do património pouco exploradas constituindo-se em novos produtos poderá ser a resposta não só aos desafios específicos da Economia

do Turismo (imobilidade espacial e temporal, simultaneidade de produção e consumo, rigidez da oferta ou sazonalidade) como ao respeito pela sustentabilidade a longo prazo, não apenas do setor, entendido pelos profissionais e organizações que o compõem, mas comunidades/sociedades anfitriãs.

As particularidades do turismo enquanto atividade económica podem constituir, simultaneamente, possibilidades de alternativa à tendência para saturação dos destinos, declínio da rentabilidade para a indústria e degradação da interação social que promove como dos ecossistemas nos destinos, rumo a um turismo sustentável, não só no plano ambiental e da gestão de recursos, mas de ética económica, responsabilidade social, democracia e justiça na repartição das consequências do turismo para todas as partes envolvidas social, combinando uma perspetiva económica, sociológica e antropológica deste setor de atividade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, V. (2011) «**Estado, mercado e terceiro setor: A redefinição das regras do jogo**», *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 95, 2011

APOSTOLOPOULOS, Y. *et al* (edits.) (2015) *The Sociology of Tourism. Theoretical and Empirical Investigations*. London: Routledge

ARAÚJO, R. Guedes E GODOY, K. Estelita (2016) “**O Turismo como fenómeno sociocultural: reflexões para além da atividade econômica**” in Anais do Seminário da ANPTUR

CARMO, H. (coord.) (2001) *Problemas Sociais Contemporâneos*. Lisboa: Universidade Aberta

CHAMBERS, E (2010) *NativeTours. The Anthropology of Travel and Tourism* (2nd Editions). Long Grove: Waveland Press

CHAMBERS, E. (1997) *Tourism and Culture. An Applied Perspective*. New York: State University Press

COSTA, P. Almeida (2006). “**A contribuição da economia solidária para o desenvolvimento**”. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 3 (1), 17-27, 2006.

CUNHA, LICÍNIO (2013) *Economia e política do turismo* (3.^a edição). Lisboa: Lidel

DIAS, R. (2003) *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Atlas

DUMAZEDIER, J. (1976) *Lazer e Cultura Popular*. São Paulo: Perspectiva

DUMAZEDIER, J. (1979) *Sociologia Empírica do Lazer*. São Paulo: Perspectiva

ENGELMANN, F. (2016) “**Estado, Política, Associativismo e Desenvolvimento local**”. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 2 (2), 9-14

FERREIRA, S. (2009) **Terceiro Sector**. In: CATTANI, A.; LAVILLE, J.; GAIGER, L.; HESPANHA, P. *Dicionário Internacional da Outra Economia*. Coimbra: Edições Almedina, 2009

LIMA, S. e PARTIDÁRIO, M. (2002) **Novos Turistas e a Procura da Sustentabilidade - Um Novo Segmento de Mercado Turístico** Lisboa: Editor: GEPE - Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia

LIMA, S., DEVILE, E., MORAIS, F., SIMÕES, C., MIRA, I. e GOMES, P. (2017) “**Os jovens e o turismo voluntário: Um estudo exploratório.**” *EXEDRA – Revista Científica*. 2(1), 34-47. ISSN 1646-9526. <http://www.exedrajournal.com/wp-content/uploads/2018/01/03-Vol2.pdf>

LITTLE, C. (1996) in CHAMBERS, E. (2000) **Native Tours: The Anthropology of Travel Tourism**. Illinois: Waveland Press

MATIAS, A. (2007) **Economia do Turismo**, Teoria e Prática. Lisboa: Instituto Piaget

MELO, V. Andrade e JÚNIOR, E. Alves, (2003) **Introdução ao Lazer**. Barueri: Manole

MORAIS, F. Canavarro e MOURA, A. Antunes (2020) “**Voluntariado, Associativismo e Turismo: um debate a partir das organizações no terreno**” *Revista Gestão e Desenvolvimento* v. 17, n. 3 (2020), Setembro/ Dezembro

ONU – Organização das Nações Unidas (1990). **Declaração Universal sobre o Voluntariado**. Paris: Organização das Nações Unidas.

ROBERTS, K. (2001) **Leisure in Contemporary Society**. Wallingford: CABI Publishing

ROCHER, G (1971) **Sociologia Geral**. Lisboa : Presença

SMITH, V. (ed.) (1989) **Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press

SMITH, V. e FONT, X. (2014) “**Volunteer tourism, greenwashing and understanding responsible marketing using market signaling theory.**” *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 942-963

SAMUELSON, P. e NORDHAUS, W. (2005) **Economia** (18ª edição). Lisboa : McGraw-Hill

YOUELL, R. (1994) **Leisure and Tourism**. London: Pitman Publishing

TURISMO COMO UMA INDÚSTRIA CULTURAL: AS OFERTAS DE LAZER NA CIDADE DE ARAXÁ – MG

Data de aceite: 02/09/2021

Luana Ludmila Alves Boaventura

Universidade Estadual de Goiás
Anápolis – GO

<http://lattes.cnpq.br/2128170132873977>

RESUMO: Este trabalho demonstra a relação existente entre o turismo e a indústria cultural analisando como esses fenômenos reproduzem a lógica da acumulação capitalista. Partindo da concepção crítica sobre a massificação da cultura, fundamentada por Theodor Adorno e Max Horkheimer, apresenta-se uma definição do turismo como uma mercadoria constituída no processo de mercantilização do lazer. Para desvendar os mecanismos de produção e distribuição dessa mercadoria, adotou-se os conceitos de “capital recreativo” e de “capital comunicacional”, por serem elementos que se articulam para promoverem uma cultura mercantil de divulgação e comercialização dos produtos que desenvolvem o turismo. Considerando sobretudo as complexidades relacionadas ao fenômeno, investiga-se as ofertas de lazer na cidade de Araxá – MG, por ser um local em que este se manifesta com todas suas relações de materialidade, permitindo assim constatar elementos cruciais da produção, distribuição e do consumo das mercadorias culturais. Nessa perspectiva, nos concentramos nos aspectos que tornam o turismo um segmento altamente organizado conforme a lógica da acumulação

de capital e da criação de necessidades de consumo, dependente especialmente do “capital comunicacional” para ser comercializado.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo. Indústria Cultural. Mercantilização do lazer. Capital recreativo.

TOURISM AS A CULTURAL INDUSTRY: LEISURE OFFERS IN THE CITY OF ARAXÁ - MG

ABSTRACT: This work demonstrates the relationship between tourism and the cultural industry, analyzing how these phenomena reproduce the logic of capitalist accumulation. Starting from the critical conception of the massification of culture, founded by Theodor Adorno and Max Horkheimer, a definition of tourism as a commodity constituted in the leisure mercantilization process is presented. To unveil the mechanisms of production and distribution of this commodity, the concepts of “recreational capital” and “communicational capital” were adopted, as they are elements that are articulated to promote a mercantile culture of dissemination and commercialization of products that develop tourism. Above all, considering the complexities related to the phenomenon, we investigate the leisure offerings in the city of Araxá - MG, as it is a place where it manifests itself with all its materiality relationships, thus allowing to verify crucial elements of production, distribution and consumption of cultural goods. From this perspective, we focus on the aspects that make tourism a highly organized segment according to the logic of capital accumulation and the creation of consumption needs, especially dependent on

“communicational capital” to be commercialized.

KEYWORDS: Tourism. Cultural Industry. Commodification of leisure. Recreational capital.

1 | INTRODUÇÃO

Embora as relações entre o turismo e a indústria cultural estejam explícitas na sociedade contemporânea, a apropriação deste fenômeno como uma oferta de lazer mercantilizada e burocratizada, ainda carece de estudos. Nesse sentido, esse trabalho tem como principal objetivo abordar o turismo como fenômeno de produção cultural, inserido na lógica de reprodução do capital através do lazer, dando ênfase no capital comunicacional como produtor dos principais atrativos desse mercado.

Ao apreender o turismo como uma indústria capitalista faz-se necessário uma perspectiva que enxergue as complexidades e contradições que permeiam essa realidade, como por exemplo a análise dos impactos gerados na sociedade e a receptividade dos consumidores diante dos seus produtos. Sendo assim, as abordagens críticas vinculadas ao método dialético mostraram-se mais favoráveis para a compreensão da problemática de como o turismo e a indústria cultural reproduzem a lógica da acumulação de capital e como isso se dá especificamente em relação às ofertas de lazer da cidade de Araxá – MG?

Como ponto de partida adotou-se o conceito de mercadoria elaborado por Marx (1996), como elemento produzido para satisfazer todo o tipo de necessidade humana, e a concepção crítica da indústria cultural, referencial teórico elaborado por Horkheimer e Adorno (1985), para se referir à mercantilização dos bens culturais, avançando com o conceito de capital comunicacional, que nos apresenta uma cultura mercantil no âmbito da divulgação dos produtos culturais, abordando também a concepção sobre o lazer e “capital recreativo”, apresentada por Orio (2019), a fim de destacar como ocorre essa apropriação capitalista do tempo do lazer.

Para apresentar os resultados da pesquisa, dividiu-se seu conteúdo primeiramente nas considerações sobre os conceitos de turismo, indústria cultural – capital comunicacional e lazer, interpretando suas características, como se relacionam no processo produtivo e quais aspectos os envolvem nessa lógica de reprodução expandida do capital. Posteriormente apresenta-se dados relevantes sobre a rentabilidade do turismo no Brasil, principalmente no ano de 2019, de forma a demonstrar a abrangência que este mercado tem alcançado, revelando sua importância para a geração de capital, finalizando com a análise do turismo em Araxá, considerando os aspectos históricos e a atuação do capital comunicacional para a geração de atrativos turísticos. Espera-se assim contribuir para o debate acerca da transformação do turismo em mercadoria.

2 | A DISCUSSÃO SOBRE O TURISMO E A INDÚSTRIA CULTURAL

A compreensão de que relações sociais são transformadas em mercadoria, especialmente a cultura - tomada como um modelo de negócios - foi elaborada aqui a partir do conceito de mercadoria, discutido por Marx em *O Capital* (1996); da crítica à cultura de massa engendrada pela Escola de Frankfurt e relacionando ao conceito de capital comunicacional elaborado por Viana (2007) na sua análise sobre a mercantilização das relações sociais.

Para Marx (1996, p. 165), a mercadoria expressa a forma elementar do capitalismo. Ela visa satisfazer “necessidades humanas de qualquer espécie” e é composta por dois elementos: o valor de uso e o valor de troca. O primeiro é o valor original relacionado com seu conteúdo, sua substância e é medido pela sua utilidade. Já o segundo é o valor derivado, relacionado com sua grandeza, circulação e as relações sociais necessárias para sua produção. Dessa maneira, “a produção de mercadorias é o fundamento da sociedade capitalista e é desenvolvida com base na extração de mais-valor”¹ (ORIO, 2019, p. 112). Ou seja, no capitalismo, “produzem-se mercadorias para serem consumidas em todos os momentos da vida, dentro e fora da fábrica, dentro e fora do ambiente de trabalho, nos momentos de trabalho e de não-trabalho” (CARLOS, 2007, p. 64).

Ao tratarmos da inserção da cultura nesse processo de reprodução econômica das relações sociais, temos como referência inicial o conceito de indústria cultural elaborado por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Segundo eles (1985, p. 288):

As mercadorias culturais da indústria se orientam, (...), segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada. Toda a práxis da indústria cultural transfere, sem mais, a motivação do lucro às criações espirituais. A partir do momento em que essas mercadorias asseguram a vida de seus produtores no mercado, elas já estão contaminadas por essa motivação.

A partir dessa ideia, percebemos uma relação bem sucedida entre a mercantilização dos bens culturais e o turismo, moldado para ser uma alternativa de lazer capitalista (ORIO, 2019), ou seja, um objeto de consumo, dado que a indústria segue expandindo seu processo de mercantilização nos diversos aspectos das relações sociais, inclusive na apropriação do lazer (ORIO, 2018; 2019). Nesse processo, o consumidor ao invés de ser o sujeito, participa como uma engrenagem do modo de produção.

A indústria cultural produz uma padronização e manipulação da cultura, reproduzindo a dinâmica de qualquer outra indústria capitalista, a busca do lucro, mas também reproduzindo as ideias que servem para sua própria perpetuação e legitimação e, por extensão, a sociedade capitalista como um todo (VIANA, 2004, p. 2).

¹ O valor da mercadoria é uma expressão do trabalho realizado para a sua produção, efetivado na relação social de troca de mercadorias. Nesse sentido, a origem do mais-valor está no uso que se faz da mercadoria trabalho, a fim de valorizar ainda mais os seus resultados, de forma que “mais dinheiro é tirado da circulação do que nela fora lançado inicialmente”. Portanto, é por meio do valor de uso da força de trabalho que se gera mais-valor. (MARX, 2013, p. 170).

Ao analisar esse processo de transformação da cultura em mercadoria, o sociólogo Nildo Viana (2007) elabora o conceito de “capital comunicacional”, referindo-se aos investimentos capitalistas nas empresas de comunicação, que têm dominado atualmente a produção cultural, nos mostrando um importante contraponto a ideia de padronização cultural discutida pelos frankfurtianos. Para ele:

As pessoas diante da indústria cultural não são receptáculos vazios. As classes exploradas não assimilam as mensagens veiculadas da forma pretendida pelos seus emissores. Existe na própria interpretação da mensagem uma assimilação colocada nos termos da consciência (“subjetividade”) de quem a recebe (VIANA, 2007, p. 20).

Esse pensamento considera tanto as classes sociais envolvidas no processo, bem como o modo de vida que possuem, revelando assim aspectos que determinam a mercantilização das relações sociais. Dessa maneira, os teóricos da Escola de Frankfurt falharam ao não visualizar o “volume de contradições que permeiam a comunicação na sociedade capitalista, as diferentes interpretações, a repercussão e a própria aceitação das mensagens emitidas pelo capital comunicacional” (ORIO, 2014, p.53).

Portanto, o modo pelo qual são concebidos os produtos culturais e o papel que a ideologia exerce na sociedade, influenciam diretamente na “aceitação” dos produtos culturais. A partir da década de 1950 os investimentos massivos no setor visavam diversificar a acumulação de capital através da exploração comercial de locais turísticos (Cf. SOLHA, 2002). Nesse contexto, por meio do capital comunicacional foram desenvolvidas e estimuladas as mais diversas práticas de lazer como forma de consolidar o turismo como uma mercadoria altamente lucrativa, exercendo a sua dupla determinação, isto é, tanto o seu valor de uso quanto o seu valor de troca (Cf. MARX, 1996). Porém, como vimos, essa totalidade em que a diversidade de ofertas de lazer contribui para ocupar a vida dos trabalhadores, fora do horário de trabalho e com isto aumentar o lucro do capitalista, não ocorre de forma homogênea e nem inteiramente passiva por parte de seus consumidores, existe nessas relações sociais uma dialética que precisa ser considerada.

Em vista disto, ao considerarmos que a sociedade é uma totalidade, que constitui diversos aspectos, precisamos então enxergar às várias contradições inerentes à produção da vida material, a fim de se ampliar as perspectivas e refletir criticamente sobre a realidade. Assim, considera-se que a transformação da cultura em mercadoria não ocorre de maneira homogênea, envolvendo toda uma dinâmica socioeconômica complexa que perpassa vários outros fenômenos relacionados ao lazer, ao consumo, ao trabalho, à comunicação, enfim, a uma complexidade permeada por contradições.

O turismo e o lazer mercantilizado

Por ser um fenômeno abrangente, diversas são as áreas do conhecimento e as correntes teóricas que contribuem para a criação de uma definição conceitual em torno do turismo. Os primeiros estudos sobre o termo datam do início do século XX e encaram o

turismo essencialmente como um fenômeno econômico relacionado a circulação de pessoas e consumo do espaço (BARRETO, 2008). Daí em diante o turismo tem sido conceituado por abordagens funcionalistas, fenomenológicas, críticas, entre outras, como fenômeno histórico, social, econômico, cultural, ambiental, humano, enfim, por diversos domínios que demonstram sua diversidade e também a falta de consenso entre as interpretações.

De acordo com a primeira definição, feita pelo economista austríaco Schattenhofen (1911), “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado” (*apud* BARRETO, 2008, p. 9). Observa-se que mesmo nesse momento preliminar de reflexão, já se englobava as finalidades lucrativas da atividade. Werneck (2001, p. 14) caracteriza o turismo relacionado ao lazer como uma “indústria sem chaminés”, economicamente promissora por gerar altas taxas de lucro. Não obstante essa perspectiva tenha se consolidado nas análises sobre o turismo, há os que afirmam a não existência de uma indústria do turismo pelo fato deste concentrar atividades econômicas vinculadas somente ao setor de serviços (LEMOS, 2000). Porém, o produto turístico tem como matéria-prima atividades econômicas relacionadas a várias cadeias produtivas, presentes tanto na indústria de bens materiais quanto na de bens culturais, ou seja, aquelas financiadas pelo capital comunicacional e pelo capital recreativo, este responsável pela mercantilização do lazer. Por isso, os produtos do turismo também se apresentam como mercadorias industriais, essencialmente em sua função de troca.

Mediante esses vários olhares sobre o fenômeno amplo e controverso, considera-se o turismo como um conjunto de atividades que transformam, por meio do trabalho produtivo e improdutivo, cultura e lazer em mercadorias e em mercancias alimentando nesse conjunto de relações de produção e consumo, o sistema de reprodução do capital (Cf. ORIO, 2019). Nesse sentido, é inegável que, embora esse consumo de produtos culturais não gere diretamente riqueza, ele contribui para a manutenção do ciclo de acumulação do capital, seja ele comunicacional ou recreativo.

Por tudo isso, a compreensão do turismo passa necessariamente pelo entendimento sobre a mercantilização do lazer, tendo em vista que este representa o maior impulso para a produção da atividade turística. Para Carlos (2007, p. 63), o lazer “muda de sentido, de atividade espontânea, busca do original como parte do cotidiano, passa a ser cooptado pelo desenvolvimento da sociedade de consumo que tudo que toca transforma em mercadoria”. O turismo reúne assim as ofertas de lazer que consomem o espaço e produzem uma série de mercadorias (CARLOS, 2007).

Os investimentos realizados para estabelecê-lo como um produto massificado, incorporado pela dinâmica do capital com finalidades próprias do consumo, ocorreram mais intensamente a partir das décadas de 1940 e 1950, conciliando os “regimes de acumulação extensivo e intensivo” (ORIO 2019, p. 121). Essa diversificação de acumulação de capital soube aliar trabalho e diversão para enfim gerar consumo de mercadorias em tempo

integral. Diante disso, essa investigação entende o turismo e o lazer como fenômenos indispensáveis na engrenagem do sistema de exploração capitalista, relacionados ao controle do tempo pelo capital, que mercantiliza fenômenos sociais para manter o ciclo de reprodução do processo de acumulação. Na sociedade contemporânea o lazer não é um tempo livre, já que reproduz as características do próprio trabalho, não existindo sem a mediação da produção e do consumo de mercadorias. Todo esse processo objetiva gerar lucro ao “capital recreativo” (Cf. ORIO, 2019).

3 | A INDÚSTRIA CULTURAL E O TURISMO DE ARAXÁ - MG

Araxá é uma cidade localizada na região do Alto Paranaíba, interior de Minas Gerais, que integra junto com mais onze cidades o Circuito da Canastra, por estarem localizadas na região em torno do Parque Nacional da Serra da Canastra. As condições criadas para que o município fosse transformado em polo turístico foram geradas no contexto de massificação do turismo em âmbito nacional, favorecido pela chegada de imigrantes ao país na década de 1920. Entretanto, é principalmente a partir de abril de 1944, com a inauguração por Getúlio Vargas do Complexo Termal do Grande Hotel do Barreiro que a cidade passa a ser reconhecida nacionalmente como um lugar turístico.

Para a construção desse espaço, que abrigou um cassino, um hotel e um spa para os banhos termais, foi gasto na época um valor correspondente ao dobro do orçamento do estado de Minas Gerais. Desde o início a intenção era transformar Araxá em uma estância balneária nacional, um lugar de lazer e de cura por causa da grande fama já existente das suas águas com propriedades terapêuticas (IPDSA, 2008). “Os turistas que frequentavam o Grande Hotel entre as décadas de 1940 a 1960 eram a elite da sociedade brasileira e vinham desfrutar das águas, do cassino, dos bailes e das festas” (FCCB, 2005, p. 34).

Em 1949 o governo estadual estabeleceu uma série de medidas que visavam ampliar o público da estância de Araxá para diversas classes sociais, com programas de desconto (que beneficiavam especialmente os funcionários públicos federais e estaduais) e pacotes (as chamadas “caravanas”) (COSTA *apud* PORTO, 2005, p. 97).

Ao longo das décadas o turismo com foco no Complexo do Barreiro se intensificou em Araxá, tornando-se uma referência para eventos culturais, sociais e políticos. Nas décadas de 1980 e 1990 a expansão da rede hoteleira no entorno do complexo trouxe ainda mais turistas para o lugar. No entanto, no ano de 1994 o complexo é fechado pra reforma, reabrindo no final da década de 1990 com uma proposta de “turismo profissionalizado e empresarial que contrasta com a comunidade local” (FCCB, 2005, p. 34).



Foto 1 – Vista aérea do Complexo Hidromineral do Barreiro, Araxá – MG

Fotografia: Diego Silva, outubro 2019.

Com o aumento do fluxo migratório na região, dado principalmente à instalação das mineradoras na cidade, na década de 1960, Araxá passa a ser mais divulgada e ganha mais um importante incentivo ao turismo, dado por Assis Chateaubriand, um dos principais representantes da indústria cultural no Brasil na década de 1960. Em setembro de 1965, Chateaubriand compra a propriedade que foi da personagem histórica Dona Beja e transforma o local no primeiro museu da cidade. Chateaubriand foi o grande divulgador da cidade de Araxá como um local de riqueza histórica e de cura.

Mais adiante, outro fator que levou à ampliação do turismo na cidade foi a propaganda gerada pela novela “Dona Beija”, da emissora de TV Manchete, que narrava a história da personagem Dona Beja. A novela foi exibida entre 31 de março e 11 de julho de 1986, além de duas reprises em 1988 e 1992-1993, e teve como cenário os principais atrativos naturais e culturais de Araxá. Aproveitou-se então essa projeção midiática para construir uma narrativa espetacularizada que atraísse ainda mais o turismo pra região. Para Debord (2000), essa espetacularização é mais uma das faces do consumo, ou seja, mais

uma estratégia criada para diversificar os mecanismos de acumulação capitalista. Nesse contexto, o “capital comunicacional” (Cf. VIANA, 2007) atua diretamente para reproduzir essa sociedade do espetáculo.



Figura 1 e 2 – Reprodução parcial do Cartaz e reportagem da novela “D. Beija”

Fonte: Acervo Jornal Diário de Araxá e Jornal do Brasil

O impulso para a institucionalização do turismo no âmbito do município de Araxá foi dado no início da década de 1990 com a criação do Conselho Municipal do Turismo (COMTUR), do Fundo de Desenvolvimento do Turismo (FUNDETUR) e do Plano Estratégico Municipal de Turismo (FCCB, 2005). No ano de 2019, graças ao sucesso das atividades turísticas na cidade, Araxá passa a integrar o Mapa do Turismo Brasileiro (MTB) 2019/2021, desenvolvido pelo Ministério do Turismo (MTur) para definir quais serão as cidades prioritárias para receberem recursos e projetos turísticos.

Ao longo da história, foi criado na cidade um ambiente propício para o desenvolvimento de um mercado turístico que a princípio visava atender a uma necessidade de grupos privilegiados da sociedade. A partir dos grandes investimentos voltados ao desenvolvimento turístico, implementou-se toda uma estrutura que não partiu da necessidade da população local, mas da expansão desse grande mercado em ascensão. A cidade é então oferecida desde o início do seu desenvolvimento turístico como opção de lazer e entretenimento, com potencial para incrementar diversos ramos de atividades turísticas.

As ofertas de lazer em Araxá – MG

O universo da pesquisa é constituído pelas ofertas de lazer em Araxá, que em

maior parte estão concentradas nos eventos produzidos pela indústria cultural, principal responsável por fixar a cidade no mercado turístico nacional. Foi constatado que a atividade cultural mercantilizada é o principal atrativo de dinamização deste turismo que, embora movimente consideravelmente a economia local e atraia amplos investimentos, está longe de representar um fator de desenvolvimento social para a geração de emprego, de renda e de qualidade de vida. Isso porque o fato de a cidade ter sido transformada em produto turístico, através de diversos incentivos governamentais e investimentos privados, teve o objetivo de atender um mercado externo e concentrado em setores hegemônicos.

As ofertas de lazer estão divididas nos quadros abaixo para melhor demonstrar a abrangência de cada uma, com destaque aos eventos temáticos. Os espaços destinados a esses eventos culturais são bastante artificializados e pensados para atrair o maior número possível de pessoas, em ambientes diretamente voltados para o consumo.

Ofertas/produtos	Público estimado	Período	Principais patrocinadores
Páscoa Iluminada	100 mil	43 dias (08 de março a 21 de abril)	- Lei de Incentivo à Cultura; - Resort Tauá Grande Hotel; - Mineradora CBMM; - BemBrasil Alimentos.
FliAraxá – festival literário	35 mil	4 dias (de 19 a 23 de junho)	- Lei Federal de Incentivo à Cultura; - Mineradora CBMM.
Festival das Estações	5 mil	4 dias (11 a 14 de julho)	- Resort Tauá Grande Hotel.
Dança Araxá	8 mil	4 dias (15 a 18 de agosto)	- Lei Federal de Incentivo à Cultura; - Mineradora CBMM; - BemBrasil Alimentos.
Carros antigos	30 mil	2 dias (17 a 18 de agosto)	- Renault; - Mineradora CBMM; - Prefeitura de Araxá; - Federação Brasileira de Veículos Antigos.
Cultura e Gastronomia	7 mil	3 dias (06 a 08 de setembro)	- Lei Federal de Incentivo à Cultura; - Prefeitura Municipal de Araxá; - Resort Tauá Grande Hotel; - TV Integração.
Teatro TriCiclo	1,5 mil	5 dias (04 a 08 de novembro)	- Lei Federal de Incentivo à Cultura; - Laticínios Scala; - Mineradora CBMM.
FestNatal Araxá	110 mil	23 dias (de 01 a 23 de dezembro)	- Lei de Incentivo à Cultura; - Mineradora CBMM; - BemBrasil Alimentos; - Grupo Zema; - Codemig; - MartMinas Atacadista.

Quadro 1 – Eventos temáticos em Araxá – MG no ano de 2019

Fontes: Pesquisa de Campo, 2019.

No quadro acima reuniu-se os festivais temáticos que se destacam como principal segmento de produtos turísticos. A criação da Lei de incentivo à cultura (Lei *Rouanet*) é a principal responsável por promover o crescimento dessas ofertas, dado que as grandes empresas privadas enxergaram esses patrocínios como oportunidade para agregar valor a suas marcas, divulgar seus produtos e serviços e, ainda, serem beneficiadas com incentivos fiscais. A forma utilizada para captar e destinar os recursos é feita através do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que em 2019 recebeu mais investimentos privados do que provenientes do Fundo Nacional de Cultura do Governo Federal, segundo o Ministério do Turismo.

Além dos eventos ofertados através da “Lei *Rouanet*”, Araxá conta com outras atividades e atrativos turísticos:

Atrativos Locais	Complexo Hidromineral do Barreiro	Localizado em um espaço público, com construções do período Vargas, foi arrendado para o Grupo Tauá de Hotéis, em um contrato firmado com a estatal Codemig. A empresa utiliza o local como um Resort-Spa, agregando a ideia do turismo de recreação, saúde e bem-estar.
	Festivais de queijo, doce, cachaça e café	São eventos elaborados por fazendeiros e associações com o objetivo de promoverem os produtos fabricados na região. Os pacotes para essas atrações são oferecidos como turismo de experiência, em que o turista participa das atividades do campo ao mesmo tempo em que consome os produtos. Os roteiros são comercializados principalmente através da mídia local e atraem um público de grandes cidades que buscam a nostalgia do campo.
Esporte e Aventura	Festival de <i>Mountain Bike</i>	Eventos geralmente patrocinados pelo Governo do Estado de Minas Gerais, são realizados por empresas de marketing ligadas a indústria de produtos esportivos e atraem o público voltado para prática de esportes. Eles são comercializados nacionalmente e internacionalmente, principalmente por meio de agências e operadores que vendem o turismo de aventura.
	Festival de voo livre	
	Festival de Escalada	
	Circuito de trekking	
	Circuito Serra da Canastra	Foi criado para incentivar o turismo na região da Serra da Canastra, tendo a cidade de Araxá como um dos polos de vendas de roteiros para o local. Os atrativos mais divulgados são ambientes naturais como cachoeiras e trilhas, os animais silvestres, a culinária local e a rede de hotéis e pousadas preparadas para os turistas.
Festejos Regionais	Araxá Rodeio Show	Os eventos regionais visam aproveitar os fluxos turísticos relacionados às romarias, celebrações religiosas e eventos especiais, atraindo em maior quantidade a população local e do entorno. Eles divulgam tanto os produtos locais quanto os produtos da indústria cultural nacional. A divulgação ocorre regionalmente e as principais empresas envolvidas na realização e no patrocínio desses eventos são ligadas ao Governo do Estado de Minas Gerais, setores da mídia, do agronegócio, empresariado local e de produtores culturais.
	Festa dos motoristas	
	Festa da Congada e Folia de Reis	
	Carnaval	

Quadro 2 – Ofertas turísticas variadas e eventos regionais no ano de 2019

Fontes: Pesquisa de Campo, 2019.

Observamos que a gama de atrativos, roteiros e segmentos elaborados para desenvolver o turismo na cidade atende aos objetivos da indústria cultural ao mesmo tempo em que esta contribui para a oferta dos produtos turísticos.



Fotos 2 e 3 – FestNatal Araxá

Fotografias: João Lima, dezembro de 2017.

Os principais impactos

Dos impactos mais gerais constatados, por meio da observação e de entrevistas realizadas com moradores, comerciantes e diversos envolvidos com o turismo em Araxá - MG, temos como principal vantagem apresentada, a geração de empregos, tanto no mercado formal quanto informal. As desvantagens mais alegadas envolvem danos econômicos, sociais e ambientais como: o aumento do custo de vida; infraestrutura deficiente para atender ao turista; poluição sonora nos dias de eventos; falta de oportunidades no setor e gasto desnecessário com obras que descaracterizam a cidade.

Em entrevista realizada com empresários do comércio, foi questionado por eles a falta de incentivos para as empresas locais se desenvolverem no ramo turístico, alguns apontaram o fato do sindicato do comércio obrigá-los a fechar as portas nos finais de semana, impedindo-os de acessar o período de maior fluxo de turistas na cidade. Baseado no relatório de informações socioeconômicas RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), solicitado pelo MTE² a pessoas jurídicas de todos os municípios, pode-se observar que, em 2019 a cidade de Araxá contava apenas com 177 estabelecimentos turísticos cadastrados e um saldo positivo de 70 postos de trabalho, quantidade bastante inferior ao número de empresas de fora da cidade responsáveis por movimentar a cadeia produtiva do turismo local.

Os dados coletados por meio de pesquisa documental e dos depoimentos nas entrevistas, revelaram que os investimentos em infraestrutura são direcionados especialmente para os espaços delimitados para a atividade turística, ficando o restante da

² MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Relação Anual de Informações Sociais. RAIS. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/rais>. Acesso em: 10 jul. 2020.

cidade refém do elevado custo de vida gerado pela especulação econômica. Outro aspecto observado é a exclusão da população do planejamento e da organização do turismo local, além também de não ser o público-alvo das principais atrações culturais.

No ciclo dessa cadeia produtiva a comunidade de Araxá desempenha mais o papel de consumo de bens e serviços do que de gestão, ficando esta mais a cargo de agentes privados externos. Isso gera, dentre outros, um contexto de subemprego, dado que a maioria das oportunidades locais são para prestação de serviços por tempo determinado. Devido à burocratização que se estabelece para se acessar promoção turística, as empresas que são habilitadas são especializadas nessas atividades e já estão vinculadas ao capital recreativo externo. Além disso, vários empresários locais alegaram que são exorbitantes os valores cobrados pelas produtoras culturais para disponibilizarem espaços para vendas de seus produtos e serviços nos locais dos eventos culturais.

De acordo com C. L. F. “O Barreiro é só pra turista mesmo. Eu mesma moro há 39 anos em Araxá e nunca entrei no Grande Hotel e nem naquelas termas que o povo vem de longe pra se banhar [...] nem se eu tivesse condição ia nas termas pelo preço que eles cobram”. Observou-se, a partir de vários depoimentos, que existe uma separação dos locais frequentados pelos turistas e pelos moradores, dado principalmente aos altos preços cobrados nessas atrações e a falta de incentivo para que os moradores frequentem esses locais.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão sobre a relação entre o turismo e a indústria cultural tem resultado em interpretações que a inserem no processo de reprodução da acumulação capitalista, por meio de ofertas de lazer mercantilizadas e burocratizadas. Ao respondermos a problemática da pesquisa, conclui-se que o turismo na sociedade contemporânea é uma mercadoria apresentada como alternativa de lazer diretamente voltada para o consumo massificado, como forma de diversificar a acumulação de capital. Essa realidade nos direciona a refletir como esse processo está estabelecido e qual a dimensão da sua influência na vida social. As análises críticas sobre a indústria cultural, o capital comunicacional e o lazer contribuem fundamentalmente para a compreensão de generalidades e peculiaridades encontradas no estudo do objeto como, por exemplo, a utilização da cultura e do lazer mercantilizados como insumos para consolidação de produtos turísticos, numa dinâmica que reproduz as mesmas relações de produção e consumo padronizado da indústria capitalista.

Verificou-se que, no caso de Araxá, a cidade foi reproduzida como valor de troca para receber turistas e essa comercialização tem gerado diversos impactos socioeconômicos, que demonstram na realidade algumas das principais contradições inerentes à sociedade de classes. Que o turismo ambiciosamente trouxe investimentos em infraestrutura, desenvolvimento econômico, atrativos culturais e uma urbanização mais elaborada é

inegável, mas ele também se apropriou da cidade de diversas formas para fins comerciais, valendo-se não somente do seu espaço físico, mas também ressignificando de forma superficial aspectos culturais e sociais, de forma a criar uma imagem fetichizada da cidade. Além disso, o turismo em Araxá, embora exerça uma influência no cotidiano da cidade, não faz parte de uma dinâmica pertencente à sociedade local. À medida que os investimentos vão se efetivando a cidade é urbanizada e reformulada conforme interesse dos grupos que dominam esse mercado.

No estudo de caso pôde-se notar que esse contexto de reconstrução da cidade mediante a demanda do turismo ainda persiste nos dias atuais, interferindo na dinâmica socioeconômica e também no espaço físico da cidade. Observou-se que a receita proveniente do turismo é significativamente relevante para a economia, porém esses resultados não chegam até a população local. Outra constatação é que na estruturação da cidade, os maiores investimentos estão voltados para os espaços turísticos, estando grande parte da cidade necessitada de atendimentos sociais básicos e submetida a uma alta especulação imobiliária. Outro aspecto que merece destaque e reflexão é que o setor de comércio e serviços locais tem sido, historicamente no desenvolvimento turístico da cidade, gradativamente substituído pelo capital recreativo externo, de maneira planejada e facilitada pelo poder público, que evita enxergar os empreendimentos gerados pela iniciativa local. A população transformada em engrenagem do processo de produção, apesar de no passado ter aderido entusiasmada à atividade turística, atualmente tem sido colocada de lado. Percebe-se que o comércio da cidade está mais focado em produtos e serviços que atendem a população local, sendo assim a propriedade do ativo turístico da cidade fica nas mãos de empresas externas.

Contudo, foi possível notar que a totalidade em que a diversidade de ofertas de lazer contribui para ocupar a vida dos trabalhadores, fora do horário de trabalho, não ocorre de forma homogênea e inteiramente passiva por parte de seus consumidores. Em Araxá percebe-se, em linhas gerais, que existe uma quantidade expressiva de atrativos turísticos, concentrados principalmente em eventos temáticos que, para a população local, representam muito mais oportunidades para emprego temporário do que oportunidades de lazer. Além disso, percebe-se uma reação crítica aos volumosos investimentos feitos para o turismo, inclusive por aqueles que participam de segmentos do setor, pelo fato de não repercutirem na melhoria das condições de vida dessa população. Como é o caso, por exemplo, de comerciantes artesãos e taxistas que reclamam por não poderem fixar seus produtos e serviços nos locais de maior fluxo de turistas. Existe então uma dialética nessas relações sociais que precisa ser considerada.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. 1985. A indústria cultural: o esclarecimento como mitificação das massas. In: ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor: 113-156. Tradução de Guido Antônio de Almeida.
- BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**, 17ª ed. São Paulo: Papyrus, 2008. 155p.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: FFLCH, 2007.
- DEBORD, G. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.
- DE LEMOS, Leandro Antônio. Os sete mitos do turismo: a busca de alguns conceitos fundamentais. In: GASTAL, Susana. (Orgs.) **Turismo: 9 propostas para um saber-fazer**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.
- FCCB. Fundação Cultural Calmon Barreto. **O Trem da História**. 40ª edição, Ano 15. Araxá: Gráfica Planeta, 2005.
- IPDSA. Instituto de Planejamento e Desenvolvimento Sustentável de Araxá. **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável**: aspectos históricos. Araxá, 2008.
- MARX, Karl. **O Capital**. Crítica da Economia Política. Livro 1. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MARX, Karl. **O Capital**. Crítica da economia política. Livro primeiro. Tomo 1. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- MTE. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação Anual de Informações Sociais**. RAIS. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/rais>. Acesso em 10 jul. 2020.
- ORIO, Mateus. **Capital recreativo**. A apropriação capitalista do lazer. Curitiba: CRV, 2019.
- ORIO, Mateus. **Consumismo na sociedade contemporânea. A dinâmica da criação de necessidades no mercado da informática**. 2014. 146 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Faculdade de Ciências Sociais, Goiânia, 2014.
- ORIO, Mateus. **Lazer e Capitalismo: A apropriação do tempo livre pelo capital**. 2018. 207 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Faculdade de Ciências Sociais, Goiânia, 2018.
- PORTO, Daniele Resende. **O Barreiro de Araxá**: projetos para uma estância hidromineral em Minas Gerais. 2005. 343 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, São Carlos, 2005.
- SOLHA, K. T. Evolução do Turismo no Brasil. In: REJOWSKI, Mirian (org). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002. p. 117 – 153.

VIANA, Nildo. Para além da crítica dos meios de comunicação. In: VIANA, Nildo(org.). **Indústria cultural e cultura mercantil**. Rio de Janeiro: Corifeu, 2007.

VIANA, Nildo. **Reflexões Sobre Indústria Cultural**. Humanidades em Foco, Goiânia, v. 2, n.3, 2004.

WERNECK, Christianne Luce Gomes. Lazer e mercado: panorama atual e implicações na sociedade brasileira. In: _____; STOPPA, Edmur Antônio; ISAYAMA, Hélder Ferreira. **Lazer e mercado**. Campinas-SP: Papyrus, 2001.

FERREIRA, Cristiane Ludovico. Cabelereira, 67 anos, moradora. **Depoimento 1**, 16 jan. 2020. Luana. L. A. Boaventura. Araxá: Calçadão, 2020.

CAPÍTULO 8

MODERNIDADE E UTOPIA: INFLUÊNCIAS NA REGIÃO DA RUA 25 DE MARÇO E NO COMÉRCIO DA CIDADE DE SÃO PAULO

Data de aceite: 02/09/2021

Data de submissão: 04/08/2021

Lineu Francisco Oliveira

Doutor Ciências Sociais, Dinâmica Urbano Regional, Planejamento e Políticas Públicas - Programa de Estudos Pós Graduação em Ciências Sociais da PUC - São Paulo - SP; <http://lattes.cnpq.br/6605997303659831>

RESUMO: O documento proposto tem como objetivo estudar o desenvolvimento local e à representatividade da região da rua “ 25 de Março “ na cidade de São Paulo. Esta região teve na sua origem, uma forte relação com a segregação sofrida na Europa, pela comunidade árabe e sua fuga para a América em busca de qualidade de vida. Estratégias de cooperação, uso do solo, bem como o abandono do poder público , podem ser encontrados ao longo da história e observados através de marcas ainda presentes na região.

PALAVRAS - CHAVE: Rua 25 de Março, Sacoleiro, Modernidade.

MODERNITY AND UTOPIA: INFLUENCES IN THE STREET REGION “25 DE MARÇO” AND IN THE TRADE OF SÃO PAULO CITY

ABSTRACT: The proposed paper aims to study the local development and the representativity of the region on “25 de Março” Street in the city of São Paulo - Brazil. This region had in its origin, a strong relation with the segregation suffered

in Europe, by the Arab community and her escape for the America in search of life quality. Cooperation strategies, soil use, as well as abandonment of the public power, they can be found along the history and observed through still present marks in the region.

KEYWORDS: Street “25 de Março”, Peddler, Modernity.

1 | INTRODUÇÃO

A era da informação possibilitou a aceleração nas relações do processo produtivo, ao criar novas relações na cadeia produtiva. A possibilidade de troca de informações em tempo real não só diminuiu os custos como criou um processo mais eficiente de produção descentralizado. Um produto pode ter parte de seus componentes produzidos na China, outra parte na Argentina e ser montado e distribuído no Brasil.

Essa quebra de barreiras geográficas criadas pela globalização provoca mudanças e transformações no cotidiano, no modo de vida, no trabalho, nas ideias, nos costumes e nos hábitos de vida das pessoas. De uma forma mais rápida, mudanças e experiências com o novo, ocorrem de uma forma globalizada e tudo que aparenta uma estabilidade, se transforma promovendo mudanças, alterando as relações entre o passado e o presente reconstruindo o futuro. O moderno ligado a razão humana e não a uma vontade divina, já no início das

navegações descobriu novos mundos. Com essas aventuras e a descoberta do novo, narradas por Américo Vespúcio na obra de Thomas Morus, os sonhos e a vontade de um mundo melhor e ideal, criou no imaginário humano, um lugar perfeito denominado como Utopia.

Diante de um momento histórico mundial com perseguições e guerras amparadas em uma bandeira política ou religiosa, povos inteiros são constantemente forçados a buscar o novo, o desconhecido e na história da cidade de São Paulo, a origem da cidade tem muita relação com alguns momentos mundiais, parecidos com o momento atual vivido pelos mesmos protagonistas da Síria, mas em situações e motivos distintos. Aqui iremos tratar do passado, da origem e os fenômenos que a região em estudo e a influencia que esse momento histórico criou na formação do comercio urbano na grande metrópole.

Na cidade de São Paulo a região da Rua 25 de Março apresenta uma concentração de comércio varejista especializado. Essa é uma região constituída pela Rua 25 de Março e ruas próximas, que vendem no atacado e antes varejo, produtos para armarinho, brinquedo, roupa de cama e mesa, bem como papelaria, bijuteria e artigos de época nacionais e importados. Delimitada pelo perímetro de 21 (vinte e uma) ruas além da 25 de Março, ficou conhecida como a Região 25 de Março.

A região é conhecida por apresentar um grande volume de vendas, os produtos comercializados, alguns importados, são produzidos por empresas que aplicam a economia de escala como estratégia de fabricação. Organizar a produção de tal forma que se obtenha a plenitude no uso dos fatores produtivos com baixo custo e a maximização na produção dos bens e serviços, é uma característica encontrada em vários fornecedores da região. Essa expansão de sociedades globalizadas, organizadas e apoiadas pelos seus governos, convive com o contrassenso da expansão de uma importante categoria econômica e social dos sacoleiros. Como uma força invisível, os sacoleiros se articulam e criam necessidades, percebidas pela iniciativa privada na região em estudo, que ao longo do tempo afiançaram uma estrutura econômica que se demonstra frágil em relação a sua importância social.

As várias mudanças no tipo de produto comercializado na região, nos leva a admitir a existência de influencias determinantes, que regulam a oferta de produtos destinados ao publico consumidor local. Esses produtos são distribuídos na região e amplamente consumidos, pelos mais variados públicos e classes sociais. Como a área da região em estudo desde sua origem, tem um forte vinculo com lojas de varejo sofrendo transformações ao longo do tempo no comercio predominante local, é muito provável e existência de fatores que regulam essa força transformadora.

Apesar do tempo a região se destacou dos demais arranjos comerciais se tornando conhecida internacionalmente. Esse fato abre espaço para pesquisas e mapeamento de fatores que levaram a região ao reconhecimento como o maior shopping de comércio popular aberto do mundo. Nesse sentido diante de uma sociedade com graves problemas econômicos e sociais, estudar os fenômenos que direcionaram a hierarquização do uso

do solo, na acumulação do capital e produção capitalista, bem como o papel do setor imobiliário como instrumento de segregação sócio-espacial e fragmentação do espaço urbano.

A busca de resposta para esse questionamento tem como objetivo geral, identificar fatores que influenciam na rede presente, nas estratégias de cooperação adotadas pelos comerciantes locais e as variáveis que determinam o comportamento dos consumidores e atores da região.

2 | CONCEITO E DELIMITAÇÃO DE REGIÃO

O presente estudo foca o desenvolvimento local e a representatividade da região da Rua 25 de Março. Portanto precisamos estar atentos aos limites do local de atuação sobre a ótica da aplicação de fenômenos sociais que levaram a transformar e gerar uma representatividade do objeto em estudo. Nesse sentido, antes de tudo, temos a necessidade de entender e definir o conceito de local.

Definir a palavra local nos faz pensar no conceito de lugar limitado e focado em uma área ou região e portanto é preciso explorar a evolução que o termo região sofreu ao longo do tempo e como vem sendo tratado. Vamos entender como limitar e focar uma parte de um todo.

Região vem do latim *regere*, radical que derivou palavras como regra, regente, *regione*. No Império Romano, região era indicada nos mapas como a área ou local subordinado às regras do capital imperial dos governantes e da obediência. O Império Romano foi um território, que também se destacou, por ser o de maior extensão da antiguidade. Era regido por uma instituição imperial e política, que pela autoridade do monarca e a aplicação de leis criou condições de garantia da convivência social. Porém viver em sociedade é saber conviver com o outro e todas as suas paixões, sentimentos, crenças, caráter e personalidade que podem levar a uma deturpação do que seria melhor para o grupo. O que muitas vezes demonstra ser o melhor para a sociedade e convivência social, pode ser engolido por ações e posições dos interesses dos que controlam, dos que exercem o poder e dos que sustentam a sociedade.

Na antiguidade já era notável a preocupação com questões de garantia de direitos sociais, bem como com a forma que o poder pode se estruturar e criar relações e forças. Entender e controlar as articulações e composições dessas relações de força, podem culminar com a conquista de condições que levam a garantir e permitir que se diminua a tirania e opressão de grupos ou de indivíduos sobre outros em um determinado local ou região.

Apesar destas constatações, com o passar dos anos o termo região, ficou muito relacionado ao espaço geográfico, limitado e separado por marcos naturais como rios, montanhas, mares e todo e qualquer ponto que a natureza apresentava para delimitar

um espaço físico de atuação e soberania. Nesse momento existiu uma mudança drástica no conceito que mudou de critérios puramente políticos e administrativos, para critérios naturais e geográficos.

A Geografia surge como ciência ligada ao gênero da vida cotidiana e influenciada por processos físicos, sociais históricos e naturais na relação humana e o meio ambiente. Durante anos, a combinação e conjunção dos processos climáticos e naturais, em relação ao tratamento e ação humana, explicou os motivos das diferenças econômicas e culturais entre regiões. A queda de barreiras comerciais entre estados e nações, a movimentação de mão-de-obra bem como movimentação de capitais para mercados economicamente mais rentáveis mudou a hierarquia de valores nas regiões rentáveis.

As regiões produtivas geradoras de renda passaram a determinar e atrair o capital empresarial e se caracterizar como uma tendência para as cidades-região. Governantes passaram a adotar políticas públicas de forma a atrair o interesse do capital especulativo que transforma e desenvolve regiões antes improdutivas.

Com a facilidade de transferências monetárias em segundos, de um lado ao outro do mundo, a produtividade urbana passou a depender do maior grau de conectividade e a capacidade de disseminar conhecimento local. Região atrativa e produtiva economicamente passou a ser determinada pelo espaço com maior capacidade de articulação, iniciativa e poder de participação na economia global.

Surgem autores que passaram a defender a nova ordem econômica como a da gestão administrativa global dos sem fronteiras. Em (1996) Keniche Ohmae se destacou e criou polemica ao apontar tendência do fim do Estado como nação, e defender as vantagens competitivas entre as Cidades-Região, não se limitando aos domínios institucionais políticos administrativos. Para o autor, muitas das mudanças devem ser realizadas por um estado-região, visando suprir as necessidades de uma sociedade que sofre rápidas mudanças. O estado deve ser um membro do time que busca a valorização da região que atua. Em um mundo global, o governo central forte e poderoso será coisa do passado. Quanto mais exercer pressão sobre os pedais do poder, mais impotente se mostrara. (OHMAE, 2006).

Regiões especialistas em um determinado seguimento econômico, passaram a ter um diferencial competitivo e atrair investimentos, por oferecer uma aglomeração de mão-de-obra qualificada promovendo o surgimento de distritos industriais, produzindo uma grande rede de produtores especialistas unidos com fornecedores também especialistas que se completam nas diversas etapas da cadeia produtiva do produto local. Regiões predominantes de produtos de varejo como a região da Rua 25 de Março, não estão imunes às intervenções dos gestores com visão escalar. Apresentar uma região com potencial competitivo é um diferencial que pode trazer vantagem competitiva ao local. Lugares bem sucedidos apresentam a característica de terem adotado um bom plano estratégico de marketing (KOTLER, 2006)

Kotler (2006) afirma que o marketing de lugares deve utilizar instrumentos para

direcionar os esforços e criar valor para o seu público-alvo. Cada local deve entregar algo inusitado que seja de fácil acesso e distribuição, além de ser percebido como importante para o comprador. O local ou região deve apresentar um agrupamento combinado de ofertas e benefícios coerentes com as expectativas dos investidores, moradores e visitantes do lugar.

Junto com toda essa transformação dos limites e delimitações que definem as regras para um determinado local, surge também a necessidade de delimitar as políticas e diretrizes do convívio social regional. Mas quando pensamos em desenvolvimento local e delimitação de um espaço físico para estudo dos fenômenos sociais, devemos respeitar a expectativa, os sonhos, os desejos e ideais sob a ótica local, a qual pode ser diferente da nossa visão pessoal, seja em uma região rural ou urbana como uma cidade ou parte dela como a Região da Rua 25 de Março.

Diante disso, analisar uma região como a Região da Rua 25 de Março, no seu aspecto temporal, permite constatar transformações ocorridas na região, que podem ser atribuídas a influências históricas. A Lei que atribuiu o atual nome Rua 25 de Março, para a mais famosa rua de comércio popular do mundo, foi promulgada em novembro de 1865. Nesse ano, Marx já estava com 47 anos e o mundo já tinha conhecido grandes revoluções em diversos países da Europa.

Mesmo antes de 1865, a região da Rua 25 de Março, já recebia produtos importados para abastecer e suprir as necessidades de consumo dos europeus que para aqui vieram em busca de oportunidades ou fugidos das transformações e crises sociais. Esses imigrantes e atores sociais trouxeram na bagagem experiências e valores éticos, ao mesmo tempo em que no mundo eclodiam mudanças, transformações e pressões políticas muitas até criticadas por Marx e escritas durante o exercício do cargo de redator-chefe da Gazeta Renana e bem como nos Anais Franco-Alemão.

Lojas abertas no princípio da formação da região na atual Rua General Carneiro pertencente ao objeto de estudo, consolidaram o domínio da indústria Alemã ao comercializar máquinas classificadas como maquinário moderno. Fruto da Revolução Industrial que criou produtos e mercadorias antes inimagináveis pelas pessoas que viviam nessa época, concretizando projetos antes definidos como utópicos.

Sob essa ótica de mudanças e transformações, que esse trabalho se propõe a apresentar as influências da modernidade e a relação de utopias protagonizadas pelos agentes sociais que influenciam e influenciaram a região de comércio mais popular a céu aberto do mundo, a Região da Rua 25 de Março.

3 | AS INFLUENCIAS DA MODERNIDADE E DA UTOPIA NA REGIÃO

A Podemos atribuir ao termo modernidade bem como sua consolidação com a Revolução Industrial, amplamente relacionada ao capitalismo analisado por Marx. Mas se

atribuir ao termo uma ideia de algo novo, algo com uma nova visão ou mesmo com a ruptura de modelos, ritos e tradições herdadas de pai para filho, nos reportamos a Descartes. Esse filósofo e seu pensamento revolucionário para sua época, através do racionalismo, defendeu a teoria de que a existência da dúvida é o passo inicial para desenvolver o conhecimento e na dúvida só se pode afirmar a existência de algo se esse algo puder ser provado, promovendo com isso a ruptura com diversos paradigmas que regulavam a época e abriram condições para o homem pensar o mundo de outra forma além da herdada. (DESCARTES, 1925)

Estudos mais recentes da década de noventa, consolidam autores que compreenderam e interpretaram a modernidade apresentando uma provocação ao defender que “vivemos em uma época em que os estilos e costumes, vindos com a modernidade – organização social que emergiu na Europa a partir do século XVII -, encontram-se totalmente radicalizados”. Giddens(1991 p11) defende que vivemos o auge da modernidade e a invenção do relógio possibilitou a separação entre o tempo e o espaço, ajudando a entender e construir historicamente a modernidade de uma forma organizada e racional bem como o entendimento da vida social moderna..

Portanto ao assumir a definição de Descartes e a visão de tempo-espaço de Giddens, podemos olhar a Modernidade na região da Rua 25 de Março, como sendo uma região que teve seu início justamente com a ruptura de uma ordem social mundial, promovida por guerras e conflitos na Europa, que empurraram os protagonistas, apelidados de “turcos”, para novos modos de vida no que ficou conhecido como “Fazer a América”.

Os “turcos” de origem Síria e Libanesa, tinham na Europa a sua força de trabalho voltada para agricultura em pequenas propriedades, com um cultivo familiar e não em larga escala. Com o crescimento populacional, pequenas agriculturas, perderam espaço e esses agricultores, inexperientes em produção escalar, ficaram desempregados. Assim as famílias, passaram a enviar seus filhos para a América, como alternativa de ajudar a resolver as dificuldades financeiras. Com isso grandes redes familiares se formaram e se organizaram no envio e recepção de imigrantes com o mesmo parentesco ou a mesma base religiosa. O fazer a América para os primeiros imigrantes, podia ter como destino tanto os Estados Unidos, quanto o Brasil. Portando o imigrante que chegou no Brasil entre os anos de 1890 e 1930, tinha as mesmas características daquele que alcançou os Estados Unidos, ou seja, a mascateação e o destino urbano (TRUZZI, 1997).

Muitos que partiram de Beirute não estavam certos sobre onde estava indo, ou onde desembarcariam em definitivo. O fato de se dirigirem à “América” com as oportunidades que ela oferecia era tudo que os movia. A forma que a migração ocorreu, em geral às escondidas das autoridades turcas, criou condições que os deixaram sujeitos à ação de intermediários, para aqueles que haviam tomado a decisão de partir por conta própria. Facilitadores que exerciam o tráfico de embarques clandestinos embarcavam alguns em navios com destinos diferentes do combinado. Interessados chegados de Alexandria,

Gênova ou Marselha aguardavam por semanas, os navios que os levariam à América. Eram explorados pelos donos das pensões onde dormiam e se alimentavam e pelos agentes das companhias de navegação que tentavam convencê-los do melhor destino. Um destinado aos Estados Unidos poderia ser persuadido a embarcar para o Brasil ou Argentina, seja por agentes das companhias de navegação, seja por imigrantes que estavam retornando. (KNOWLTON, 1965).

Os imigrantes árabes vieram para o Brasil em busca de uma vida melhor e como a imigração dos árabes sírios e libaneses ortodoxos em particular, aconteceu por motivo de perseguições do Império Otomano (turco) contra os cristãos em 1860, os imigrantes trouxeram com eles a herança espiritual dos seus antepassados, a ortodoxia.

Foi na religião que se iniciou o ponto de encontro dos habitantes e comerciantes locais e em 1904 foi construída a primeira igreja ortodoxa em São Paulo na rua Cavaleiro Basílio Jafet 115, na época rua Itobi, localizada na região em análise. A construção foi custeada por Michel Assas e a missa de inauguração celebrada pelo Cônego Nicola Sáfadi. O sino dessa primeira igreja ortodoxa, foi transferido para a Catedral Ortodoxa, construída em outra região mais prospera da cidade de São Paulo e inaugurada em janeiro de 1954 depois que os imigrantes prosperaram, valorizando a nova sociedade e onde a comunidade se integrava. (TRUZZI, 1997).

O destino urbano e a vontade em obter o melhor, idealizado pelos imigrantes sírios e libaneses mandados para o novo mundo, nesse momento histórico iniciado em 1890, definem bem a influência utópica que esses imigrantes tiveram. Ao relembra a origem da palavra que veio do termo grego *utopos* “em lugar nenhum” ou “não-lugar” ou “lugar que não existe” e protagonizado nas histórias contadas por Thomas More após as viagens dos navegantes Europeus e dentre eles Américo Vespúcio e a maravilhosa ilha de Fernando de Noronha, intitulada como a ilha da Utopia na obra desse escritor, demonstram bem a força que moveu esses atores. Muitos desses contos e histórias deram forças para que esses desbravadores urbanos, os quais se sujeitaram e foram submetidos a diversas surpresas ao sair da zona de conforto da sua terra natal, da proteção familiar e convívio com a língua pátria, para um novo mundo distante, sem saber o quão distante, além da grande dificuldade de comunicação e novos costumes estrangeiros e desconhecidos. Outros desses desbravadores, simplesmente viram nessas histórias, uma nova oportunidade de qualidade de vida e até de sobrevivência pessoal e familiar em busca do mundo idealizado e cultivado no seu imaginário.

O novo mundo, o “Fazer a América” era parecido com o mundo idealizado na história de Thomas More em 1516 onde esse escritor inglês resolveu criar e retratar a existência de uma verdadeira ilha da fantasia habitada e administrada por uma sociedade perfeita. Uma sociedade existente em um novo mundo, em um novo lugar onde qualquer mortal deseja viver, o lugar ideal e belo, o lugar sonhado e fantástico, o lugar possível de ser alcançado, o lugar da esperança onde se pode construir uma nova realidade, uma nova alternativa

de espaço perfeito bem diferente do real e portanto algo definido como utópico. (SZACHI, 1972)

O sonho utópico de encontrar um lugar perfeito mostrou outra realidade e ao chegarem no Brasil, esses imigrantes distribuíram-se por todo o território nacional e pela experiência com pequenas culturas agrícolas, a empregabilidade ficou prejudicada visto que os empregos eram para trabalhadores com experiência em grandes culturas. Esse motivo levou esses imigrantes a buscarem alternativas de subsistência, iniciando o comércio com mercadorias o que os deixou conhecidos como “mascates”. Solteiros e pobres, esses mascates residiam em pensões baratas e cortiços constituídos na maioria das vezes nos porões de velhos sobrados localizados nas imediações da Rua 25 de Março. (FAUSTO, 2000. p.323).

A atividade comercial de mascate era uma atividade que oferecia um retorno rápido e dependia exclusivamente do trabalho individual de cada mascate. Trabalhando duro e gastando o mínimo para sobreviver, era certa a possibilidade de acumular capital, sobretudo para os solteiros. Outro fator de atração, era o fato de trabalhar para os patrícios que eram comerciantes que já tinham passado pela mascateação e que graças ao trabalho de alguns anos, se estabeleceram em lojas e conheciam bem o ofício, o que facilitava o relacionamento entre o fornecedor das mercadorias e o iniciante como mascate

A habilidade comercial foi colocada em prática pela colônia inicialmente pelos mascates que andavam com uma caixa extremamente pesada assemelhada com uma arca de 40 x 50 x 80 cm e no seu interior existiam diversas gavetas com as mercadorias. Complementando esse quadro, esses mascates levavam também uma matraca feita de duas tábuas ligadas numa das extremidades por uma tira de couro. Com o movimento das mãos as tábuas produziam um barulho que chamava a atenção da clientela. Não conheciam a língua, a clientela, o trajeto ou a cidade, mas a localização da colônia perto do rio Tamanduateí que nos dias de chuva transbordava formando uma lagoa que se estendia do Brás ao Cambuci trouxe recompensas. Assad Abdalla, que começou comendo pão com bananas, acabou dono de terrenos com cerca de 1 milhão de metros quadrados, com quase 1 km de frente para a avenida Celso Garcia. É o local onde hoje se encontra o Parque São Jorge (MARCOVITCH, 2006).

Com a expulsão de outras etnias, em função da estratégia de clusterização adotada pela colônia, um novo momento surgiu na região da rua 25 de Março. Segundo Knowlton (1965), em 1901, 90% dos mascates de São Paulo eram sírios e libaneses. Esses mascates estavam preparados para inundar de pequenas lojas toda a região da rua 25 de Março. Nesse mesmo ano, 500 estabelecimentos existentes na região, estavam nas mãos da colônia. Em 1907, os registros já apontavam que das 315 firmas sírias ou libanesas registradas em São Paulo, cerca de 80 %, ou seja, 219 delas eram lojas de tecidos que vendiam no varejo ou lojas de tecidos e armarinhos.

O ramo de armarinho e fazendas foi escolhido pela colônia, devido à falta de

concorrência, pois os estabelecimentos existentes das outras etnias vendiam tanto no atacado como no varejo, produtos agrícolas, materiais de construção e ferragens e não tinham se dedicado à venda de tecidos. Os sírios e libaneses tinham enfrentado como mascates uma dura competição com os italianos e principalmente com os portugueses, mas se destacaram quando entraram no comércio de tecidos e armarinhos. (KNOWLTON, 1965).

No início da Primeira Guerra mundial, os sírios e libaneses já dominavam a região da Rua 25 de Março, porém no setor do comércio por atacado existia ainda certo domínio dos portugueses estabelecidos na rua Florêncio de Abreu, também pertencente à região. Durante a década de 1920 se promoveu a consolidação e ocupação do comércio atacadista de fazendas e armarinhos bem como da indústria de confecções, favorecidos pela interrupção das importações durante a guerra. No recenseamento de 1920 ficou confirmado o ramo preferencial da colônia. Dos 91 estabelecimentos industriais sírios e libaneses anotados, 65 operavam no setor de confecções e 12 no setor de têxteis, oito dos quais no subsetor de malharias e meias. Ao longo dos anos trinta e quarenta a consolidação e ampliação dos negócios monopolizaram o comércio varejista de tecidos e a pequena indústria de transformação ligada ao setor. Construiu-se assim um setor totalmente integrado verticalmente. Industriais e atacadistas podiam suprir as necessidades de uma rede ampla de varejistas e comerciantes ambulantes pertencentes à mesma etnia. (FAUSTO, 2000, p.327). Com a melhora das condições de vida da colônia, a geração seguinte, começou a trilhar outros caminhos profissionais. Para o mascate, ver o filho doutor se tornou uma compensação e uma realização e sentimento de que o esforço valeu a pena, mesmo após anos tendo suas vidas sacrificadas. A busca por novas carreiras consideradas promissoras dirigiu os olhares dos mais jovens, para outras profissões, bem diferentes da atividade comercial, como a medicina, a advocacia, cargos políticos, etc.

4 | CONCLUSÃO

As mudanças socioeconômicas verificadas de forma mais intensa desde o final do século XX vêm determinando profundas alterações no papel atribuído às cidades. Sobretudo naquelas conhecidas como cidades-região, que detêm população de um a mais de dez milhões de habitantes, e que se caracterizam pela adoção de políticas de competitividade e inclusão no processo de globalização. Essas cidades, como o caso de São Paulo, apresentam muitas vantagens competitivas de inserção na economia mundial, já que exercem funções estratégicas para o desenvolvimento econômico, investem na modernização de processos, em novas tecnologias e dispõem de oferta de infraestrutura de serviços básicos compatíveis com as demandas da globalização. Mas geralmente são constituídas por áreas já portadoras de graves problemas sociais, como falta de moradia, desemprego, violência, problemas ambientais e que por consequência apresentam forte

demanda por políticas públicas para melhorar a qualidade de vida de seus habitantes.

A Região em estudo pertence à região metropolitana central da cidade de São Paulo e tem hoje como principal frequentador um grupo de atores que utilizam a região para se abastecer de mercadorias. Os “Sacoleiros” que são os atuais mascates de outrora e que saem de seus bairros e cidades com o intuito de se abastecer e revender mercadorias obtendo um lucro sobre o valor comprado. Diferente dos mascates que não dispunham de uma rede de transporte como hoje, esses atores atuais, também como os anteriores, não medem esforços na busca de seus objetivos, ficando horas dentro de ônibus, nas estradas, nos locais sem boas acomodações e tudo para comprar novidades e mercadorias para serem comercializadas.

Constata-se que as alterações registradas na região foram determinantes para a atual dinâmica comercial sedimentada e consolidada inclusive nos arredores. Essa dinâmica foi o resultado de ações individuais de atores sociais que buscaram o novo combinado com um sonho e não por esforços comuns de atores privados e públicos. Os atores e frequentadores que se sentem pertencer à região, é que determinam o tipo de produto melhor aceito e procurado, produto esse que no início resultou em uma grande quantidade de lojas de tecidos e que hoje apresenta e comercializa diversos tipos de produtos importados, inclusive tecidos.

Os processos de competição na região bem como o esquecimento pelo poder público, criaram as condições para a venda de produtos com baixo valor unitário, possibilitando o aumento da quantidade de itens possíveis de serem comprados pelos frequentadores, com o mesmo valor monetário. Diante disso a região atraiu uma nova onda de etnias, sobretudo chineses e coreanos. Os orientais que são conhecidos de uma forma global pela fabricação de produtos em larga escala a um baixo valor unitário, pelo uso da economia de escala, começaram a se instalar na região em lojas alugadas ou compradas dos primeiros proprietários árabes e dessa forma repetem a saga da conquista de espaço e a busca da realização de um sonho tendo como base e caminho, o tino e o trato comercial de produtos no varejo.

Esses atores sociais da atualidade sejam eles de diversas etnias, mascates, sacoleiros, turistas ou visitantes, são movidos por uma grande força e esperança de melhora da qualidade de vida e independência financeira. Muitos deles se dirigem para a região com a vontade de obter e realizar uma transformação socioeconômica ou simplesmente pelo direito de viver com tranquilidade.

Através de observações, constatações, estudos e análise dos resultados obtidos, pode-se afirmar que a região continua despertando o mesmo fascínio utópico perseguido pelos protagonistas e desbravadores de quando da sua origem e que independente de qual etnia, frequentador ou ator que se define como pertencente e integrante da região, para que esse ator se mantenha e sobreviva às forças reinantes no local, todos devem se igualar e apresentar uma característica básica que é a de buscar o novo, o moderno e a realização

de um sonho, além de ter um grande talento e tino comercial como característica pessoal.

REFERÊNCIAS

DESCARTES, René, **Discours de La Méthode**, Texte ET commentaire GILSON, Étienne, Librairie Philosophique Académie Française, 1925.

FAUSTO, Boris, **Fazer a América - A imigração em massa para a América Latina**, Ed. Edusp, São Paulo, 2000

GIDDENS, Anthony, **As conseqüências da modernidade**, São Paulo Ed. Unesp, 1991

KNOWLTON, Clark, **A Study of Social Mobility among the Syrian and Lebanese Community of São Paulo**, Rocky Mountain Social Sciene Journal, v.2,nº2, Oct., 1965, p.182, in **História da cidade de São Paulo**, São Paulo, Paz e Terra, 2004

KOTLER, Philip; *et al.* **Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe**. São Paulo: Pearson, 2006

MARCOVITCH, Jacques, **Pioneiros e empreendedores**, V. 1 – A saga do desenvolvimento no **Brasil**, EDUSP, São Paulo, 2006

OHMAE, Kenichi. **O novo palco da economia global: desafios e oportunidades em um mundo sem fronteiras**, Porto Alegre: Bookman, 2006.

SZACHI, Jerzi, **As Utopias ou a felicidade Imaginada** : Trad de Rubem César Fernandes. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

TRUZZI, Oswaldo Mario Serra, **Patrícios: Sírios e Libaneses em São Paulo**. Ed. Hucitec, 1997, in Koraicho, Rose, 25 de Março – memória da rua dos árabes. São Paulo: Koema, 2004.

TURISMO NO ESPAÇO RURAL EM PORTUGAL – UMA ANÁLISE QUANTITATIVA DA OFERTA E DA PROCURA

Data de aceite: 02/09/2021

Data de submissão: 01/08/2021

Maria Lúcia Pato

Instituto Politécnico de Viseu, Escola Superior
Agrária, Viseu, Unidade de Investigação
CERNAS e GOVCOOP
<https://orcid.org/0000-0002-2286-4155>

RESUMO: Nascido na década de oitenta em Portugal, o turismo no espaço rural (TER) tem vindo gradualmente a afirmar-se no país, quer pelo lado da oferta quer pelo lado da procura. O produto turístico pode constituir-se como complemento ou alternativa a outros produtos turísticos, particularmente o produto de Sol e Mar. Encontra-se disseminado por todo o país, mas é nas regiões Norte, Centro e/ou Alentejo, que o seu desenvolvimento tem adquirido maior destaque, contribuindo assim para atenuar as assimetrias em termos de desenvolvimento turístico. Apesar de alguns efeitos sentidos, as repercussões que têm induzido nos territórios rurais são ainda muito ténues, o que indicia a necessidade de uma política mais adequada às necessidades e características dos diferentes territórios rurais.

PALAVRAS - CHAVE: Turismo no Espaço Rural, Portugal, Oferta, Procura, Desenvolvimento Turístico.

RURAL TOURISM IN PORTUGAL – A QUANTITATIVE ANALYSIS OF SUPPLY AND DEMAND

ABSTRACT: Born in the eighties in Portugal, rural tourism (TER) has been gradually asserting itself in the country, both on the supply side and on the demand side. The tourist product can be a complement or alternative to other tourist products, particularly the Sun and Sea product. It is spread throughout the country, but it is in the North, Center and/or Alentejo regions that its development has greater prominence, thus contributing to alleviate asymmetries in terms of tourist development. Despite some effects felt, the repercussions that have had on rural territories are still very slight, which indicates the need for a policy more suited to the needs and characteristics of different rural territories.

KEYWORDS: Rural Tourism, Portugal, Supply, Demand, Touristic Development

1 | INTRODUÇÃO

Desde a década de oitenta, têm sido apontados novos instrumentos e formas de desenvolvimento das áreas rurais. Entre essas novas formas de desenvolvimento sublinham-se as atividades de turismo e lazer, por vezes como complemento à atividade agrícola ou às atividades económicas dos meios rurais.

Por outro lado, o turismo rural tem sido impulsionado pela nova procura turística, sobretudo urbana, que tende a procurar experiências novas, singulares e autênticas.

Esta nova procura associa frequentemente o rural a espaço de consumo e não de produção (Figueiredo, 2011), aliás como também muitas vezes transmitido pela comunicação social e pelas redes sociais.

À luz desta nova procura e numa tentativa de diversificação do turismo nacional, que assenta muito no Turismo de Sol e Mar, o governo português decidiu criar na década de oitenta, especificamente em 1986, o Turismo no Espaço Rural (TER). Efetivamente o produto turístico foi definido como *“a atividade de interesse para o turismo, com natureza familiar, que consiste na prestação de hospedagem em casas que sirvam simultaneamente de residência aos seus donos”* ou representantes (DL n.º. 256/86, de 27 agosto), podendo integrar a forma de Turismo de Habitação (TH), Turismo Rural (TR) ou Agroturismo (AG).

Com apenas estas três modalidades e pouco mais de uma centena e meia de casas aquando da criação do produto turístico (Pato, 2012), o TER tem vindo gradualmente a afirmar-se no país, pelo menos por via do número de empreendimentos turísticos, contabilizando-se em 2011 um milhar de empreendimentos (Pato, 2012) e em 2017 cerca de 1400 empreendimentos de TER e TH (INE, 2018). A acompanhar a oferta em termos de empreendimentos, a procura tem também aumentado, sendo que o número de dormidas nos empreendimentos de TER e TH passou de pouco mais de 50000 dormidas aquando da criação do produto turístico (Pato, 2012), a cerca de 1,7 milhões em 2017 (INE, 2018).

Com base nos dados fornecidos pelo Turismo de Portugal (TP) e através de análises descritivas, o objetivo deste trabalho são o de analisar as tendências de desenvolvimento quantitativo do TER e TH em Portugal do lado da oferta e da procura e refletir sobre as ténues repercussões da atividade turística.

2 | METODOLOGIA

Numa primeira fase procedemos à análise da literatura sobre o produto turístico em apreço e as suas repercussões nos territórios rurais. Posteriormente, numa segunda fase, com base nas estatísticas fornecidas pelo Turismo de Portugal acerca do produto turístico, recorreu-se a análises descritivas simples com o intuito de explorar regiões e modalidades de mais e menos oferta/procura turística do produto turístico.

No entanto é de referir que uma vez que a partir de 2012 os dados passaram a ser recolhidos pelo Instituto Nacional de estatística (INE), não nos foi possível fazer comparação com dados anteriores a esse ano, sendo este o motivo pelo qual o último ano em análise é 2011.

3 | RESULTADOS

3.1 A evolução quantitativa da oferta TER e do TH em Portugal

Os primeiros dados estatísticos acerca do TER remontam a 1984 (quando surgiram as primeiras estatísticas da Direção Geral de Turismo). Nesse ano foram contabilizadas 103 casas de TH e passados dois anos quando se dá o enquadramento legal da atividade esse número ascendia já a 154 unidades ou empreendimentos (Figura 1). A partir desse ano, o número de empreendimentos de TER e TH tem aumentado, contabilizando-se em 2011 cerca de um milhar. Conforme a Figura 1 os maiores aumentos deram-se entre 1991 e 1992 e 2001 e 2002, com um aumento positivo de 181 empreendimentos em cada um dos períodos considerados.

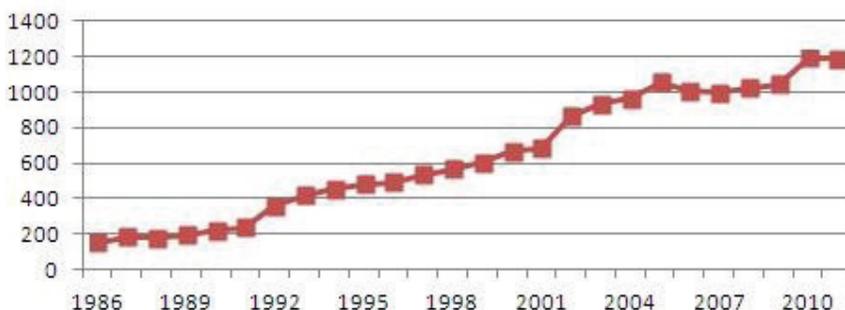


Figura 1 – Evolução da oferta do TER e TH (1986-2011)

Fonte: Pato, 2012 & TP, 2013

Entre 2004 e 2011 o crescimento da oferta do número de empreendimentos de TER e TH é aliás superior à Hotelaria Tradicional (HT) em 18%. Embora ainda com um peso minoritário no país, este tipo de oferta adapta-se bem a algumas regiões, das quais se salientam as mais rurais, mas também mais ricas em recursos baseados nas próprias comunidades rurais e no respetivo património histórico, cultural e patrimonial.

3.1.1 Distribuição da oferta do TER e do TH (2007-2011) por regiões

Centrando a análise na distribuição de empreendimentos por regiões ou NUTS (Nomenclatura de Unidades Territoriais), o Norte seguido do Centro são as duas regiões com maior número de empreendimentos (Figura 2). A maior distribuição de empreendimentos no Norte de Portugal não será certamente alheia ao facto da associação de turismo rural mais antiga e com mais notoriedade do país (TURIHAB) estar sediada nesta região. Por outro lado, ambas as regiões possuem potencialidades únicas para a promoção deste tipo de turismo, o que pode também ter estimulado muitos promotores a aderirem à atividade.

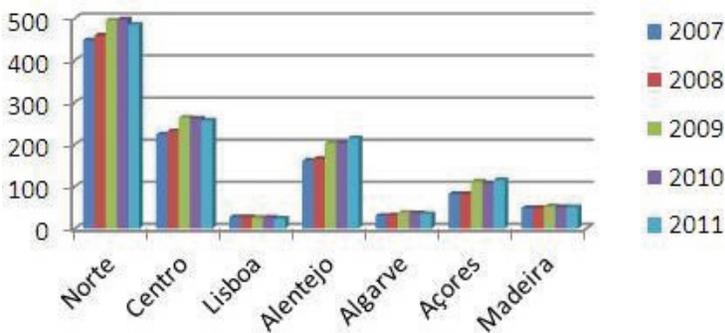


Figura 2 – Oferta no TER e TH por região (2007-2011)

Fonte: TP, 2013

Na região Norte destaca-se desde logo a presença do rio Douro, a paisagem do Alto Douro Vinhateiro, o parque nacional Peneda Gerês, o património arqueológico de Foz Côa, a riqueza da região em termos gastronómicos e vinhos (exemplo do vinho do Porto). Na região Centro, destaca-se igualmente a paisagem, o Parque Natural da Serra da Estrela e a riqueza em termos de gastronomia e vinho (por exemplo o vinho do Dão).

Em ordem inversa em termos do número de empreendimentos, afigura-se Lisboa e o Algarve, regiões onde a hotelaria tradicional aliada ao produto *city breaks* (em Lisboa) e “turismo de sol e mar” (no Algarve) tem um peso manifestamente preponderante (TP, 2007).

3.1.2 Distribuição da oferta do TER e do TH (2007-2011) por modalidades

No que diz respeito à distribuição por tipo de empreendimentos no quinquénio em análise, observa-se que a modalidade Casa de Campo (CC) é a mais popular em termos do número de empreendimentos, seguida do TH (Figura 3).

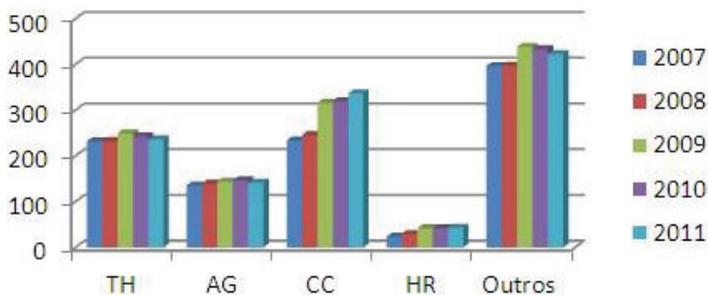


Figura 3 – Oferta no TER e TH por modalidade (2007-2011)

Nota: “Outros” inclui as modalidades TR e turismo de aldeia (TA) que à data não se reconverteram noutra modalidade de empreendimentos.

Fonte: TP, 2013

Uma vez que as CC são menos exigentes em termos da qualidade dos edifícios e do seu recheio (Ribeiro, 2003), a maior representatividade da modalidade poderá indiciar o acesso à atividade por parte das famílias rurais portuguesas menos abastadas economicamente. Por outro lado, o peso que o TH continua ainda a possuir enquanto modalidade de alojamento originalmente integrada no TER, indicia que (devido às exigências em termos da qualidade dos edifícios e do seu recheio), muitos dos seus promotores continuam certamente a pertencer a famílias com recursos patrimoniais. Na análise efetuada vale a pena ainda observar que o AG, embora ainda que de forma modesta, tem vindo a perder popularidade. Sendo esta modalidade aquela que mais de perto se relaciona com a atividade agrícola, aprez-nos perguntar qual tem vindo a ser o papel da agricultura e das respetivas atividades agrícolas no desenvolvimento do produto turístico?

3.2 A evolução quantitativa da procura do TER e do TH em Portugal

A procura pelo TER e TH ao longo deste quarto de século teve uma evolução igualmente considerável.

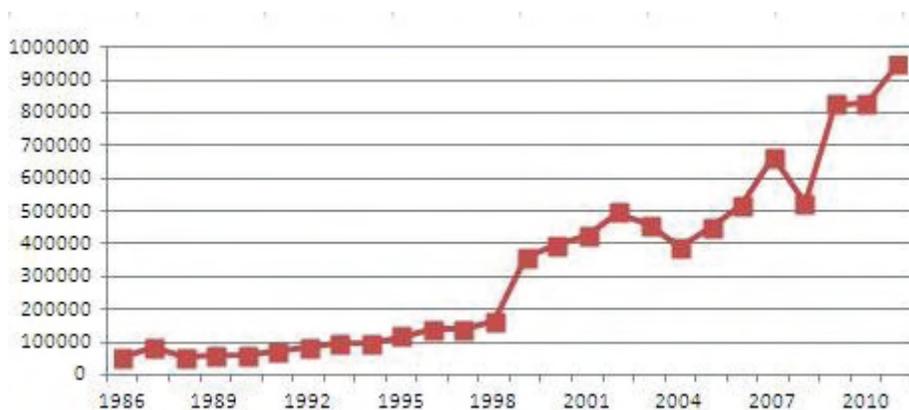


Figura 4 – Evolução das dormidas no TER e TH (1986-2011)

Fonte: Pato, 2012 & TP, 2013

Em 1986 quando se deu o enquadramento legal da atividade o número de dormidas ascendia já a 53126, sendo que a partir daí o número de dormidas neste tipo de empreendimentos não parou de crescer. Em 2011 contabilizaram-se cerca de 948700 dormidas nestes empreendimentos (Figura 4).

Não obstante a quebra verificada em alguns anos, particularmente em 2004 e 2008, Sublinhe-se que o grande aumento de dormidas nestes empreendimentos verifica-se a partir de 1998 e particularmente nos últimos três anos em análise. Esta grande procura deve-se provavelmente à consciência cada vez maior dos benefícios deste tipo de atividade

em relação a outros tipos de turismo. Por outro lado, os recentes atentados terroristas que tem deixado um rasto de morte um pouco por todo o mundo e que podem afastar as pessoas de locais habitualmente mais procurados, poderão ajudar a explicar este interesse crescente pelo TER e TH.

3.2.1 Distribuição da procura do TER e do TH (2007-2011) por região

Centrando agora a análise de dormidas por região, verifica-se que o Norte e o Alentejo são as duas regiões com maior número de dormidas no TER e TH (Figura 5). Este dado não será certamente alheio ao facto de ambas as regiões possuírem enormes potencialidades para o *touring* cultural e paisagístico e para a gastronomia e vinhos (TP, 2007).

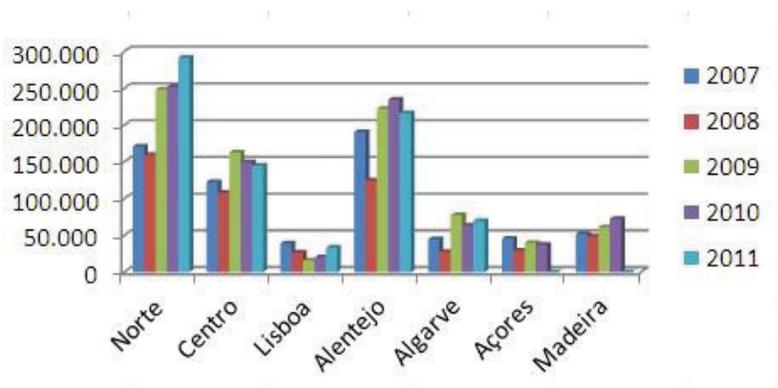


Figura 5 – Evolução das dormidas no TER e TH por região (2007-2011)

Fonte: TP, 2013

Ao mesmo tempo, o facto de ambas as regiões possuírem estruturas profissionais (especificamente, a TURIHAB E A CENTER que estão localizadas no Norte, e a associação Casas Brancas sediada no Alentejo) de apoio à dinamização da oferta turística e bem assim de apoio à promoção e comercialização dessa oferta, poderá explicar a maior procura pelo turismo rural.

3.2.2 Distribuição da procura do TER e do TH (2007-2011) por modalidade

Em termos da procura no quinquénio 2007-2011, verifica-se que as dormidas nas CC prevalecem, logo seguidas das dormidas nos Hotéis Rurais (HR). Observa-se também que a modalidade de AG, no global, é a menos procurada pelos turistas (Figura 6).

Este facto poderá ser explicado pela maior autonomia e independência que quer as CC, quer os HR proporciona aos turistas.

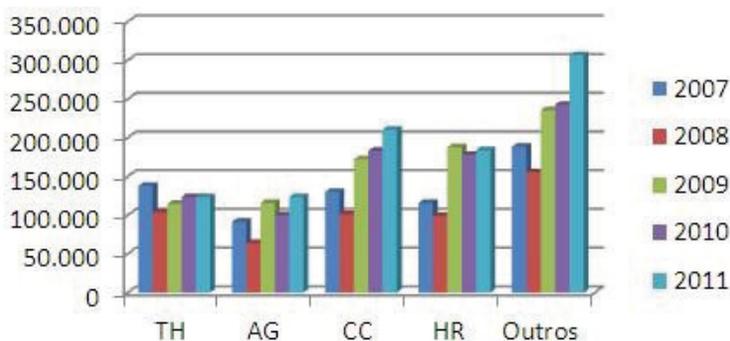


Figura 6 – Evolução das dormidas no TER e TH por modalidade (2007-2011)

Nota: “Outros” inclui as modalidades TR e turismo de aldeia (TA) que ainda não se reconverteram

Fonte: TP, 2013

Apesar disto, as taxas de ocupação-cama continuam ainda a ser relativamente baixas no TER e no TH, situando-se em 2011 apenas nos 17,1% (TP, 2013).

4 | CONCLUSÃO

A análise quantitativa dos dados evidencia o crescimento quer da oferta quer da procura do TER e TH. Pelas suas potencialidades, existem determinadas regiões onde essa oferta e conseqüentemente a procura é mais evidente. O Norte e o Centro em termos de oferta de empreendimentos e o Norte e o Alentejo em termos da procura. Se o produto turístico se revela como extremamente importante para determinadas regiões, sobretudo as mais rurais e mais interiores, sob o nosso ponto de vista poderia ser mais enfatizado nas estratégias de desenvolvimento nacional de Turismo. Com efeito o produto turístico só de forma muito ténue foi referido no Plano Estratégico Nacional de Turismo (2007), que enfatiza outros produtos turísticos. Por outro lado, as repercussões que a oferta e a procura têm gerado nos próprios territórios são ainda muito ténues (Pato, 2012), o que mais uma vez indicia a necessidade de políticas mais adequadas às necessidades e características dos diferentes territórios.

Este trabalho tem limitações, particularmente as que se prendem com o facto de apenas podermos ter feito comparações em termos de evolução dos números até 2011, uma vez que a partir de 2012 os dados passaram a ser recolhidos pelo INE. Todavia dada a relevância do produto turístico no presente, sobretudo pelas questões da pandemia COVID 19, uma pista para pesquisa futura seria a de atualizar estes dados.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto Ref^a UIDB/00681/2020. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação CERNAS e ao Instituto Politécnico de Viseu pelo apoio concedido.

REFERÊNCIAS

Figueiredo, E. (2011). **Um rural cheio de futuros?** In E. Figueiredo (Ed.), *Rural Plural* (pp. 13-19). Castro Verde: 100Luz.

Instituto Nacional do Turismo, 2018. **Estatísticas Nacionais do Turismo, 2017**. Lisboa: INE.

Pato, L. (2012). *Dinâmicas do turismo rural - impactos em termos de desenvolvimento rural*. PhD thesis, Universidade de Aveiro, Aveiro.

Ribeiro (2003). **Espaços rurais como espaços turísticos**. In J. Portela & J.C. Caldas, *Portugal Chão* (199-215). Oeiras: Celta Editora.

TP. (2007). *Plano Estratégico Nacional para o Turismo*. Lisboa: TP.

TP. (2013). *Anuário das Estatísticas de Turismo 2012*. Lisboa: TP.

CAPÍTULO 10

A PERCEÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* E REPRESENTAÇÕES (VOZES) NO MODELO BARÔMETRO DE SUSTENTABILIDADE DE TURISMO (BST), NO LITORAL NORTE DE SERGIPE

Data de aceite: 02/09/2021

Mary Nadja Lima Santos

Instituto Federal de Sergipe
Aracaju - Sergipe
<http://lattes.cnpq.br/9373896180204392>

José Carlos Santos Cunha

Instituto Federal de Sergipe
Aracaju – Sergipe
<http://lattes.cnpq.br/1499527805084754>

Tiago Guimaraes de Oliveira

Instituto Federal de Sergipe
Aracaju – Sergipe

Autran Ávila Pimentel

Instituto Federal de Sergipe
Aracaju – Sergipe

Este artigo foi publicado nos Anais da Semana de Ciência e Tecnologia do Instituto Federal de Sergipe, em 2019.

RESUMO: O estudo tem como objetivo analisar a percepção dos *stakeholders* acerca da possibilidade de implantação de turismo sustentável, no Litoral Norte de Sergipe. O Método *Delphi* é utilizado no sentido de uso de questões emblemáticas respondidas por pessoas especializadas no âmbito do estudo e de partes interessadas como gestores públicos e lideranças locais. São adotados formulários eletrônicos gerados pela plataforma Google docs. Este método, ainda, caracteriza-se pelo

fluxo contínuo de perguntas e respostas entre os especialistas, e cabe aos pesquisadores a análise considerando o grau de complexidade de respostas até atingir o conjunto estatístico das respostas que levam ao consenso. Os resultados foram analisados conforme três dimensões: (i) a Oferta Turística; (ii) Política Pública Ambiental e a (iii) Relação Ser Humano - Ecossistema. Desse tripé de análise conclui-se que o Litoral Norte de Sergipe possui potencial turístico singular, políticas públicas de turismo definidas, através dos planos e programas de desenvolvimento turístico, sem, no entanto, haver uma consolidação das instâncias de governança (poder público, privado e lideranças locais), no trato e fiscalização de uma política de turismo ambientalmente sustentável. Espera-se no prosseguimento desta pesquisa apresentar um produto e/ou serviço em bases sustentáveis em que a região, os municípios invistam num diálogo entre gestores estaduais e municipais, no sentido de direcionar recursos em conjunto e que deva estar contido no Plano antes mesmo de consolidar os projetos, até porque estes devem constar nos Programas e Projetos de turismo.

PALAVRAS - CHAVE: Turismo sustentável. Método *Delphi*. Percepção de *Stakeholders*. Litoral Norte. Sergipe.

STAKEHOLDERS' PERCEPTION AND REPRESENTATIONS (VOICES) IN THE BAROMETER OF TOURISM SUSTAINABILITY (BTS) MODEL, ON THE NORTH COAST OF SERGIPE

ABSTRACT: This study aims to analyse

stakeholders' perception of implementing sustainable tourism on the North Coast of Sergipe. The Delphi Method is used when it comes to emblematic questions answered by people specialized in the study and also stakeholders, such as public managers and local leaders. Electronic forms generated by the Google docs platform are generally used. This method is also characterized by the continuous flow of questions and answers among the experts, and it is up to the researchers to analyse all content, considering the degree of complexity of answers, until reaching the statistical set of answers that lead to consensus. The results were analysed according to three aspects: (i) the Tourist Offer; (ii) Environmental Public Policy and (iii) Human-Ecosystem Relationship. From this analysis tripod, it is concluded that the North Coast of Sergipe has unique tourism potential and public tourism policies defined through tourism development plans and programs without, however, a consolidation of governance bodies (public, private and local leaders) regarding an environmentally sustainable tourism policy supervision. In the continuation of this study, it is expected to present a product and/or service on sustainable bases in which the region and the citizens can invest in a dialogue between state and city managers, so that, together, both are able to direct resources that should be contained in the Plan before even consolidating the projects, for they must be included in the Tourism Programs and Projects.

KEYWORDS: Sustainable Tourism. Delphi method. Perception of Stakeholders. North Coast. Sergipe.

1 | INTRODUÇÃO

Inicialmente, a pesquisa foi realizada em 2013 na *University of North Texas, E.U.A.*, com recursos da Capes e, ao finalizar neste mesmo ano trouxe ao Brasil possibilidades de desenvolvê-la junto aos incentivos de recursos de Pesquisa e Extensão do Instituto Federal de Sergipe, através de projetos e bolsas de iniciação científica, voltadas aos alunos de graduação.

Detém-se, então, nesta fase citada, a síntese de dados do Estado da Arte sobre turismo sustentável. Esses resultados trazem consigo o fortalecimento das instâncias de governança que seja pública, privada e, principalmente, do Terceiro Setor (associações), representadas nas oficinas. E melhorias no campo da saúde, educação, infraestrutura e organização civil, que se torna protagonista do seu destino, evidentemente com níveis e atitudes diferenciados.

Seguindo esta linha de pensamento, o presente trabalho procura adotar a conceituação de indicadores de turismo, debates práticos sustentáveis de turismo em PRESCOTT-ALLEN (1987); KO (2004); SUTAWA (2012); MIHALIC (2016), e que consiste na aplicação de *Sustainable Barometer*, modelo de turismo (BTS), com vistas a avaliar a percepção dos *stakeholders*, em uma etapa, e as demais serem desenvolvidas em outra proposta de projeto. Não houve tempo suficiente para o uso do método *Delphi* em sua totalidade de uso. Nessa fase, os objetivos foram definidos como: (i) analisar a percepção dos *stakeholders* em função dos escores definidos no modelo Barômetro de Sustentabilidade Turística (BST); (ii) aplicar a Técnica *Delphi*, no sentido de obter as falas dos *stakeholders*,

transformando-os em resultados quali-quantitativo; (iii) desenvolver uma análise-síntese de respostas pelas partes interessadas, nos resultados e discussão desta pesquisa.

Para tal decisão, detém-se nos seguintes problemas de pesquisa: **qual a percepção dos stakeholders em turismo sustentável na região estudada? E se as políticas de turismo conduzem a benefícios sustentáveis?**

2 | MATERIAL E MÉTODOS

Durante as últimas quatro décadas a discussão global tem sido cada vez mais focada no futuro do desenvolvimento e consciência ambiental (IUCN, 1980; 1995; WCED, 1987), entre os estudiosos, grupos comunitários, governos, organizações não governamentais (ONGs) e organizações internacionais.

O turismo também se desenvolveu em vários segmentos da economia, sem muita consideração para o uso intensivo de recursos naturais ou a conservação e preservação dos recursos que servem de base para a atividade turística. Para mudar esse cenário, os autores ERKUS-OZTURK & ERAYDIN (2010) afirmam que requer ações colaborativas de diferentes atores, a intervenção governamental e supervisão, eficiência econômica e qualidade ambiental.

Desde a década de 1950, o discurso político e econômico em torno do turismo tem sido bem estabelecido nas economias da Europa ocidental, em especial a Espanha e a França que deflagrou esse processo inicialmente; ao passo que em muitos países da América Latina, o turismo não se tornou uma forma popular de desenvolvimento econômico até a década de 1970. Neste período, o Brasil desenvolve programas de turismo avançado e planejamento com base nessa experiência da Europa e implementa essa realidade sem levar em consideração o contexto nacional. Forjam teorias, a exemplo de polos de crescimento aplicados às indústrias, e as transportam para a área de turismo sem o devido zelo por aqueles que receberiam a carga do possível desenvolvimento – a comunidade local. (SANTOS, 2013; SANTOS et al, 2016).

Diante disso, vê-se que o turismo foi desenvolvido de uma forma que deu liberdades quase ilimitadas aos interesses do mercado em detrimento do patrimônio natural e cultural local.

O turismo na região do litoral norte de Sergipe está longe de ser sustentável com os custos visíveis ambientais e sociais para os atores locais. Por isso, parece mais do que adequado discutir os novos paradigmas de desenvolvimento que levam ao maior equilíbrio entre os pilares sociais, econômicos e ambientais do sistema de turismo, com foco especial em políticas de desenvolvimento, e sob o olhar das partes interessadas e/ou especialistas da área em implementar um novo modelo de turismo.

Há, portanto, uma visão clara do desenvolvimento sustentável desejável. Por isso, é preciso também perceber que outro componente crítico do sucesso da implementação de

políticas e práticas levam a processos de sustentabilidade no turismo é a operacionalização da sustentabilidade por meio de medidas tangíveis para o público em geral e gerenciáveis para tomadores de decisão (OLALLA-TÁRRAGA, 2006).

Seguindo esse entendimento, o controle de interação entre os participantes especialistas ocorre em diversas etapas da pesquisa e tem o objetivo de controlar as respostas gerais do grupo pesquisado concentrando-se no ponto central da consulta. O tratamento estatístico apresenta o ponto de vista da maioria dos especialistas, reduzindo a pressão sobre o grupo pesquisado. Além disso, o tratamento estatístico também aponta os resultados minoritários, que possuem sua relevância, pois foram destaques dos especialistas no assunto.

Após a análise das respostas, é gerado um novo fluxo baseado nas respostas iniciais e novamente enviado aos especialistas. As respostas do segundo questionário são analisadas e a depender do conjunto estatístico das respostas, pode ser elaborado um novo questionário até que haja um consenso de respostas entre os especialistas.

O processo finaliza com uma síntese final do julgamento dos especialistas após satisfazer uma determinada condição de repetições de repostas, respondendo a premissa de que o julgamento coletivo é superior ao julgamento individual (KAPLAN; SKOGSTAD; GIRSHICK, 1950).

Nesse sentido, este método permite que um grupo de especialistas qualificados, previamente selecionados, tome uma decisão em conjunto para um dado problema (OKOLI; PAWLOWSKI, 2004).

O número de consultas entre os especialistas depende da amplitude e da complexidade de cada projeto, dos recursos, do tempo e da disponibilidade dos participantes. Normalmente a consulta é feita através de questionários enviados por e-mail.

Este projeto acredita que a tecnologia avançou o suficiente para que uma nova forma de envio das perguntas seja realizada. Para os estudos entre os especialistas deste projeto são adotadas o questionário na forma de um formulário eletrônico gerado pela plataforma Google docs. O formulário, que contém o questionário, poderá ser enviado por e-mail, por mensagem de texto ou até mesmo pela plataforma *WhatsApp*.

É possível perceber que os procedimentos para a aplicação do método *Delphi*, reforçam a aplicação dos questionários interativos, em que todos os especialistas respondem as perguntas solicitadas e em seguida devolve-as.

Após as considerações em relação às questões apresentadas pelos especialistas e os conhecimentos sobre os municípios do litoral norte, são elencados hierarquicamente (por prioridades) as observações e sugestões, associando aos parâmetros propostos pelo modelo barômetro de sustentabilidade de turismo. Este modelo fornece um destino turístico em nível de sustentabilidade do turismo, e informações das partes interessadas e com uma “imagem imediata de onde estão e para onde estão indo”. (KO, 2001).

3 I RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados foram analisados conforme três dimensões: (i) a Oferta Turística; (ii) Política Pública Ambiental e a (iii) Relação Ser Humano – Ecossistema.

3.1 A Oferta Turística

O elevado potencial turístico da região estudada foi apontado por quase todos os participantes através do reconhecimento da existência de serviços oferecidos pela comunidade como meios de hospedagem (pousadas); bares e restaurantes; eventos culturais envolvendo a identidade regional; artesanato confeccionado a partir dos produtos encontrados na região; oferta de transporte e lazer aquático e fluvial. Além de recursos identitários tais como: a pesca artesanal, as danças folclóricas locais e a comercialização de produtos extrativistas encontrados nas lagoas e restinga, como frutas e mariscos.

O patrimônio histórico e cultural da região é entendido como a principal dimensão de competitividade turística. Diante disso, deve ser reconhecido e respeitado através da catalogação do patrimônio de forma a identificá-lo e preservá-lo, sendo o acervo produzido auxiliar e norteador para o desenvolvimento de roteiros culturais e turísticos.

Apesar do grande potencial e boa avaliação com relação aos bens naturais e culturais existentes do litoral norte do Estado de Sergipe, o trabalho de divulgação das áreas para atrair turistas ainda é incipiente e precário. Além disso, a prestação dos serviços tanto em bares e restaurantes quanto nas pousadas, foram avaliadas de forma geral como “razoável” pelos entrevistados.

As ações que poderiam ser implantadas para garantir e/ou melhorar a qualidade dos serviços e produtos turísticos girou em torno da necessidade de diálogo constante entre o poder público, o trade turístico, a classe acadêmica (parcerias com instituições de ensino e pesquisa) e representantes das comunidades locais, como capacitação e qualificação profissional de forma continuada, criação de novos roteiros, implantação e melhores condições da infraestrutura existente, criação de conselhos municipais de turismo, dentre outros.

Destaca-se, ainda, a necessidade de melhoria dos equipamentos de serviços e apoio, o que poderia se dar através de investimentos estratégicos por parte dos empresários do setor, empreendedores e do poder público, no sentido de juntos trazerem benefícios, tanto para os turistas quanto para as próprias comunidades receptoras.

A qualidade da infraestrutura turística foi analisada, sendo a acessibilidade considerada razoável. A segurança pública, entretanto, é considerada pouca (ou ruim). Chama a atenção dentre os percentuais apresentados à fragilidade do elemento “segurança” na região, visto que a soma de pouca qualidade e razoável atinge 77,7%. Constata-se, assim, a necessidade de ações articuladas entre as secretarias de turismo e segurança pública, tanto em âmbito estadual quanto municipal, visando à tranquilidade e uso dos

espaços públicos por parte de residentes e turistas.

O sistema de informações turísticas, de forma semelhante aos demais aspectos de infraestrutura, foi avaliado como de “nenhuma qualidade” (44,4%) e “pouca qualidade” (38,9%). Também a qualidade dos serviços de transporte apresenta fragilidade, tendo sido apontado por 66,7% dos entrevistados como de “pouca qualidade” e por 33,3% como “razoável”.

Nenhum dos entrevistados desconsiderou totalmente a influência do turismo na economia local, o que demonstra a relativa influência e importância do setor para a região. Com relação à maneira como o turismo pode promover a melhoria das condições de vida das comunidades locais, destaca-se a necessidade de investimentos em infraestrutura e serviços acompanhados, da inserção de membros comunitários na atividade, seja através da comercialização, seja como agentes ativos do processo de planejamento. Além destes pontos, a regulamentação do turismo por meio de lei municipal aparece como condição importante para torná-lo uma atividade econômica de base.

Ainda com relação à avaliação da qualidade dos elementos que compõem a oferta turística nas localidades, foram feitas as seguintes ponderações das respostas ditas pelos entrevistados: (i) não há agente ou guia de turismo, ausência de calendário anual de eventos, ausência de atrativos artificiais para compor a oferta turística, ausência de trabalho junto às agências e operadores turísticas, os roteiros do estado e incipiente infraestrutura de apoio ao turismo.

3.2 Políticas Públicas Ambiental no Turismo

Apesar da maior parte dos respondentes não apresentar envolvimento direto com a elaboração de políticas públicas no litoral norte, destaca-se a participação dos mesmos em ações da administração pública, seja através de atuação como conselheiros do Polo Costa dos Coqueirais, à época, representantes da área de meio ambiente e de turismo ou como membros do Plano de Gerenciamento Costeiro do Litoral Sergipano.

Há uma dissonância, uma contradição nas afirmações dos respondentes, enquanto consideram a participação das comunidades referentes a região estudada, “pouca” expressiva no turismo; por outro lado, a inserção destas atuam de forma mais participativa nas decisões, e não somente na execução de serviços, um elemento indispensável para o fortalecimento da cadeia de produção do turismo. Para melhoria, segundo os respondentes, esta ação poderia ocorrer através da constituição de assembleias públicas, do estímulo à formação de associações e desenvolvimento de estudos e metodologias que valorizem as associações e cooperativas e desenvolvimento de estratégias do produto turístico em bases cooperativas; promocional do produto turístico de forma coletiva e levantamento das atividades produtivas desejadas no local.

No tocante à qualidade do saneamento básico foram encontrados percentuais de 50% e 38,9% para os indicadores “pouca e razoável”, indicando a necessidade de

investimentos públicos neste segmento que, como se sabe, compromete de forma direta e indireta os atrativos naturais e a própria saúde de residentes e visitantes.

No que diz respeito à participação dos especialistas nas ações desenvolvidas no âmbito do PRODETUR/SE, a grande maioria não participou dessas ações (77,8%) sendo que apenas 22,2% participam das atividades inerentes ao programa. Com relação às mesmas, se entende que trata de um programa capaz de transformar o espaço, mas que a sua execução depende de constante monitoramento da cadeia de produção do turismo, o que, a princípio, não tem sido atendido de forma satisfatória pelo Estado. Lamenta-se a falta de protagonismo dos diversos agentes ligados ao turismo no Estado na participação, execução e acompanhamento das ações de programas como o PRODETUR.

Com relação aos impactos ambientais ocorrentes no litoral norte de Sergipe, Barra dos Coqueiros, Pirambu Pacatuba e Brejo Grande, destacam-se: o desmonte de dunas; a pesca predatória de animais marinhos; o uso desregulado dos espaços públicos e praia, limpeza, condições básicas de saneamento; a especulação imobiliária e o acesso desordenado ao mar; a devastação do manguezal para criatórios de camarão e peixes; a ocupação das áreas de praias e dunas para fins imobiliários; despejo de esgotos diretamente nos rios e praias e inexistência de trilhas monitoradas de acessos aos ecossistemas.

Neste contexto, destaca-se que um dos impactos de maior magnitude no litoral norte vem ocorrendo no rio São Francisco, como o aumento da produção e despejo de resíduos sólidos; indícios de processos erosivos intensos. Além disso, o avanço do mar sobre o rio São Francisco é fator determinante no desaparecimento de peixes de vida aquática fluvial, em consequência da intensa salinização do rio; a extinção de mariscos de ambientes salobros; a perda de espaço que outrora pertencia à comunidade, a exemplo do povoado cabeço.

As relações entre o poder público e a sociedade civil, considerando os seguintes critérios de análise: (i) Cooperação; (ii) Parceria; (iii) Diálogo; (iv) Gestão.

Destes, vale ressaltar a percepção dos entrevistados nos quesitos “ineficientes e razoáveis”, considerado percentual alto nessas relações de poder público *versus* sociedade civil, não obstante existir em curso já algum tempo uma maior intervenção dos municípios no destino turístico de suas comunidades e organizar o conselho regional de turismo e atualizar o PDITS.

De um modo geral se repetem os problemas e carências do litoral norte, como a falta de água para o plantio o que compromete o desenvolvimento da agricultura familiar na região, com destaque no município de Brejo Grande.

3.3 Relação Ser Humano - Ecossistema

A avaliação da relação do ser humano com os ecossistemas se deu através dos seguintes aspectos: monitoramento, mitigação aos impactos e controle dos impactos.

(i) Monitoramento, tem-se que 44,4% dos entrevistados apontaram como ineficientes, já

44,4% disseram ser razoáveis, 11,1% não tem conhecimento e 0% eficientes. Na percepção e análise dos entrevistados consideram que deve existir políticas preventivas, para que não haja desperdícios de recursos públicos, danos definitivos no ecossistema que não possam ser mais recuperados e, conseqüentemente, se evita discussões desnecessárias. (ii) Mitigação aos impactos, tem-se que 38,9% ineficientes, 38,9% razoáveis, 22,2% não tenho conhecimento e 0% eficientes. Há o Projeto Tamar, mantido pela Petrobrás, algumas iniciativas de quem detém espaços de preservação e conservação do meio ambiente (microempresário). (iii) Controle dos impactos ambientais ocorrentes, 16,7% não tenho conhecimento, 66,7% ineficientes, 16,7% razoáveis e 0% eficientes. Muitas ações de controle ambiental são percebidas no litoral norte de Sergipe. A revisão na unidade de conservação da Reserva Biológica de Santa Isabel-REBIO, e as revisões no projeto da Rodovia SE-100 Norte, podem exemplificar.

No geral, observa-se que a situação política pública ambiental direcionada para monitoramento, mitigação e controle da relação do ser humano *versus* ecossistema é frágil, pois reúne um alto percentual entre ineficientes a razoáveis, isto é, atingindo aproximadamente 90%. Esse cenário demonstra a falta de acompanhamento e efetividade das políticas na região. Com relação aos impactos ambientais ocorrentes no litoral norte de Sergipe - Barra dos Coqueiros, Pirambu, Pacatuba e Brejo Grande, destacam-se: desmonte de dunas; pesca predatória de animais marinhos; uso desregulado dos espaços públicos e praia, limpeza, condições básicas de saneamento; especulação imobiliária e o acesso desordenado ao mar; devastação do manguezal para criatórios de camarão e peixes; ocupação das áreas de praias e dunas para fins imobiliários; despejos de esgotos diretamente nos rios e praias; inexistência de trilhas monitoradas de acessos aos ecossistemas.

4 | CONCLUSÕES

O estudo, se continuado, dará contribuições para o conhecimento e avança no conceito de turismo sustentável, bem como na implantação de políticas públicas.

Percebe-se que o litoral norte tem um potencial natural singular, notadamente pela reunião de variado ecossistema numa mesma paisagem, agregando a diversas possibilidades de experiências com saberes e fazeres regionais, mas ainda desarticulados da condição de atrativo.

Quanto as formas de implementar ações no turismo para reduzir os impactos ambientais existentes na região estudada foram apontadas pelos respondentes os seguintes aspectos: (i) a elaboração de projetos de educação ambiental; (ii) construção de regulamentos de um zoneamento ecológico-econômico na região e leis que visem a sustentabilidade local, tanto para a comunidade como para os visitantes gerando um turismo de base nos princípios e dimensões da sustentabilidade; (iii) macro responsabilidade dos

governantes na construção e manutenção da infraestrutura turística. Este último pode também ser terceirizada pelos empresários do setor; (iv) estudo de capacidades de carga e desenvolver o ecoturismo, como estratégia para conservar as áreas protegidas; (v) resíduos sólidos e a construção de aterro nos municípios do litoral norte, através da política de consórcio público privado.

O problema central desta pesquisa é acerca do turismo sustentável, por isso conclui-se que as ações devem ser alicerçadas nos princípios e dimensões da sustentabilidade, o uso e apropriação das ferramentas e indicações internacionais do turismo sustentável (OMT).

REFERÊNCIAS

ERKUS-Ozturk H.; ERAYDIN, A. *Environmental governance for sustainable tourism development: collaborative networks and organization building in the Antalya tourism region*. Tourism Management 31 (2010) 113-124. Journal homepage: www.elsevier.com/locate/tourman. INTERNATIONAL UNION FOR CONSERVATION OF NATURE AND NATURAL (IUCN). (1980). World Conservation Strategy. Gland: IUCN, 1980.

INTERNATIONAL UNION FOR CONSERVATION OF NATURE AND NATURAL RESOURCES (IUCN). *Assessing progress toward sustainability: A new approach*. In T. C., 1995. Trzyna (Ed.), A sustainable world: Defining and measuring sustainable development (pp. 152–174). Sacramento: IUCN.

KAPLAN, A., SKOGSTAD, A. L., & GIRSHICK, M. A. The prediction of social and technological events. Public Opinion Quarterly, 14(1), 93-110, 1950. <http://dx.doi.org/10.1086/266153>.

KO, J. T. G. *Research notes and reports*. Assessing Progress of Tourism Sustainability. Sidney, Australia. Annals of Tourism Research, Vol. 28, No. 3, pp. 817–820, 2001. Elsevier Science Ltd.

MIHALIC. T. *Sustainable-responsible tourism discourse - towards responsutable*. Journal of Cleaner Production 111. 2016, Pages 461-470.

OLALLA-TÁRRAGA, M. (2006). A conceptual framework to assess sustainability in urban ecological systems. ... *Sustainable Development and World Ecology*, 13(1), 1–15. doi:10.1080/13504500609469657.

OKOLI, C.; PAWLOWSKI, S. The Delphi Method as a Research Tool: An Example, Design Considerations and Applications. Montréal, Canada. Volume 42, December 2004, Pages 15–29. <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2003.11.002>.

PRESCOTT-ALLEN, R. (1997). Barometer of sustainability: Measuring and communicating wellbeing and sustainable development. In IUCN An approach to assessing progress toward sustainability: Tools and training series for institutions, field teams and collaborating agencies. Gland: IUCN.

SANTOS, M. N. L. (2013). Políticas públicas de turismo e os investimentos no território do Polo Costa dos Coqueirais. Fortaleza: BNB, 316p.

SANTOS et al. (2016). Turismo Sustentável na Região Norte de Sergipe: o Caso Barra dos Coqueiros. Aracaju: Instituto Federal de Sergipe/IFS. **Anais...** I Simpósio Regional de Políticas de Turismo e Arranjos produtivos Locais, 27 e 28 de out., pp 20-32. Disponível: <http://simpolitur.wixsite.com/simpoliturteaser/anais>.

SUTAWA, G. K. Issues on bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia EconomicsandFinance* 4. 2012. 413-422.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED). (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

CAPÍTULO 11

CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA NA CRIAÇÃO DE UMA EXPOSIÇÃO: VISÕES DA LUZ / MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS

Data de aceite: 02/09/2021

Antonio Carlos Martins

Arquiteto no Museu de Astronomia e Ciências Afins (Mast). Doutorando em Arquitetura no PROARQ/FAU/UFRJ. Mestre em Museologia e Patrimônio pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, pós-graduação em Gestão e Restauro Arquitetônico pela Universidade Estácio de Sá e graduação em Arquitetura pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro

Beatriz Beltrão Rodriguez

Mestre em Arquitetura pelo Programa de Pós-Graduação em Arquitetura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (2013). Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2010). Bolsista do Programa de Desenvolvimento Institucional do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (PCI/MCTI/CNPq)

Ivo Antonio Almico

Graduado em Pintura - UFRJ/Escola de Belas Artes (1994). Atualmente é Designer Gráfico - Museu de Astronomia e Ciências Afins. Tem experiência na área de Artes, com ênfase em Pintura, atuando principalmente nos seguintes temas: Museu de Astronomia e Ciências Afins, Comunicação Museológica, Projeto Exponográfico, Exposição e Linguagem Visual

RESUMO: Neste artigo, discutiremos sobre a introdução de exposições em patrimônios culturais. O objeto será a exposição “Visões da Luz” inserida no Edifício-Sede do Museu de Astronomia e Ciências Afins que é tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e pelo Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (Inepac). O objetivo principal do trabalho será analisar o processo de criação da exposição, desde a intervenção curativa até a montagem da exposição. Nesse contexto, pretende-se verificar a construção de conceitos que permitam a tanto a preservação do patrimônio, quanto o reconhecimento pelo público-alvo. Os métodos e meios utilizados incluem análises sobre: os estudos científicos; os conceitos de conservação preventiva; as intervenções e conservações realizadas e o projeto expositivo. E como resultado, pretendemos avaliar se a exposição valoriza a preservação do bem imóvel, além de introduzir conhecimento aos visitantes.

PALAVRAS - CHAVE: Conservação Preventiva; Intervenção Curativa; Patrimônio Científico; Museologia; Exposição Visões da Luz; Educação Patrimonial.

PREVENTIVE AND CORRECTIVE CONSERVATION IN THE CREATION OF AN EXHIBITION: VISIONS OF LIGHT / MUSEUM OF ASTRONOMY AND RELATED SCIENCE, 2016

ABSTRACT: In this article we will discuss about the introduction of exhibitions in cultural patrimony. The object will be the exhibition “Visões da Luz” inserted in the Edifício-Sede of the Museu de Astronomia e Ciências Afins, which is preserved

by the Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) and the Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (Inepac). The principal objective of this work is to analyze the process of creating the exhibition, from curative intervention to people recognition. In this context, we intend to verify the construction of concepts that allow both the preservation of patrimony, and the recognition by the target audience. The methods and means used include analyzes of: scientific studies; the preventive conservation concepts; interventions and conservations carried out and the exhibition project. And as a result, we intend to evaluate if the exposure value the preservation of the patrimony, as well as introducing knowledge to the visitors.

KEYWORDS: Preventive Conservation; Curative Intervention; Scientific Patrimony; Museology; Exhibition Visões da Luz; Patrimonial Education.

1 | INTRODUÇÃO

Através deste artigo, discutiremos determinados conceitos relacionados à conservação e a preservação de edificações com relevância científica e cultural tratadas como patrimônio, no momento da introdução de usos distintos aos originais, como por exemplo, criação de exposições e atividades culturais. A ideia é verificar se as medidas adotadas pelas instituições que os salvaguardam estão contribuindo para sua preservação, verificando se tais procedimentos de conservação preventiva e manutenção predial adotados permitem que esses bens se mantenham saudáveis e aptos para as atividades a que foram destinados.

O Museu de Astronomia e Ciências Afins (Mast), localizado no morro de São Januário, no Bairro Imperial de São Cristóvão, Rio de Janeiro, é uma instituição de pesquisa que detém sob sua responsabilidade determinados edifícios oriundos do Observatório Nacional, e que salvaguarda instrumentos científicos, cúpulas e pavilhões, que, atualmente, não são mais utilizados em serviços de observação do céu para cálculos e medidas, mas que merecem ser preservados como importantes registros históricos da astronomia e de demais estudos científicos. Quando a instituição foi criada (1985) teria como missão a divulgação e proteção dos bens que estariam em processo de tombamento (finalizados em 1986-7), procurando criar atividades e exposições para o público, além de estudos científicos.

Levando em consideração a extensão do acervo da instituição e as várias edificações tombadas que fazem parte do conjunto arquitetônico, pretendemos focar em parte de uma delas para o estudo de caso: a conservação do pavimento térreo do Edifício-Sede. Portanto, o objeto de estudo será a exposição “Visões da Luz” realizada no térreo do Edifício-Sede que foi inaugurada no dia 16 de dezembro de 2015.

Analisaremos então as medidas de intervenção curativa e preventiva tomadas no térreo do Edifício-Sede no momento da criação de uma exposição, baseando-nos nas orientações dos órgãos fiscalizadores do patrimônio, nas cartas patrimoniais entre outros documentos de preservação. Verificando assim se os parâmetros e os procedimentos que estão sendo adotados para preservação estão sendo eficazes e examinar se é produzido conteúdo educacional na área patrimonial que possa gerar o reconhecimento afetivo pelo

público-alvo. Ao mesmo tempo, averiguando se as construções das exposições promovem ações de inclusão, conscientização e introdução de conhecimento exposto, assim como o reconhecimento do patrimônio.

É importante destacar que hoje o Edifício-Sede abriga exposições e atividades culturais com temáticas relacionadas à C&T, mas que no passado foi construído para ser a administração do Observatório Nacional quando introduzindo no Morro de São Januário, por decorrência da demolição do Morro do Castelo. Este prédio em específico foi inaugurado em 1921, enquanto os outros foram finalizados na década anterior. O setor responsável pela conservação das edificações e criação das exposições, o Serviço de Produção Técnica (PT), vem desenvolvendo um trabalho de conservação preventiva nas edificações tombadas, e procurando sempre produzir exposições que não prejudiquem, nem produzam intervenções visuais ou físicas negativas à identidade da arquitetura original do prédio.

O Edifício-Sede trata-se de uma imponente edificação construída no estilo eclético tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) em 1987 e pelo Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (Inepac) em 1986. Esta preservação promovida pelo Iphan e pelo Inepac não se restringiu a instituição de um tombamento individual de determinadas edificações de interesse patrimonial, mas sim a um o conjunto arquitetônico que envolve todo o campus ON/Mast, bens integrados e acervo no processo de tombamento.

Portanto, o objetivo principal do trabalho será dissertar sobre a inserção e o processo de criação da exposição “Visões da Luz” desde a intervenção curativa no andar até a concepção e montagem da exposição. Os métodos e meios utilizados incluem: análise sobre estudos científicos e conceitos sobre a conservação preventiva vigentes na atualidade; verificação sobre intervenções e conservações realizadas, considerando relatórios, projetos, levantamentos e, por fim, análises sobre a concepção do projeto expositivo.

Assim, observaremos se os resultados estabeleceram medidas curativas e preventivas para a conservação dos bens imóveis, assim como as divulgações de assuntos relacionados à C&T através criação das exposições, e ao mesmo tempo, promovendo o reconhecimento dos bens como um todo pela comunidade envolvida. Ao mesmo tempo, procuramos reforçar a importância da rotina de atos de conservação preventiva nos bens patrimoniais, permitindo agir menos de forma curativa, preservando mais a integridade do patrimônio por mais tempo.

2 | CONCEITOS DE CONSERVAÇÃO PREVENTIVA

O prévio conhecimento do bem cultural define o princípio da sua preservação e da sua conservação. No campo do Patrimônio Cultural, o termo ‘preservar’ tem significado mais amplo do que o termo ‘conservar’. O primeiro abarca toda e qualquer ação que visa defender, resguardar e proteger os referenciais de uma cultura, dentre elas a de conservar os suportes físicos desse universo buscando garantir sua longevidade por meio das manutenções preventivas

e corretivas. A manutenção preventiva se antecipa à manifestação dos danos decorrentes do desgaste natural dos materiais propriamente ditos e dos danos provocados pelos agentes externos aos quais esses materiais são expostos, como as diversas ações do homem – forma de ocupação, de limpeza, de intervenção, de vandalismo etc.; as intempéries – chuvas ácidas, névoa salina, ventos etc.; os agentes poluidores dentre outros, a partir de verificação constante do comportamento dos suportes; do meio em que se inserem e de procedimentos técnicos adequados de limpeza e proteção. A manutenção corretiva, por sua vez, já intervém sobre a matéria de forma mais invasiva, removendo e/ou inserindo materiais, buscando desenvolver, assim, a integridade física desses suportes e é necessariamente pontual. (Pinheiro *et al.*, 2009, p.16)

Carlos Fernando de Souza Leão Andrade (2009, p.7) menciona que no século passado acreditava-se que a única forma de preservar o bem arquitetônico seria restaurando-o; e que a possibilidade de uso de diversos novos materiais deslumbrou os técnicos responsáveis pelo bem em mantê-lo são. Entretanto, segundo o mesmo autor, posteriormente entende-se ser mais importante preservar, intervindo cada vez menos no bem, mantendo sua integridade por mais tempo. Assim, considera-se agir de forma preventiva nas patologias para que a edificação não necessite de intervenções em maior escala, prevendo o dano e agindo periodicamente para que os agentes não persistam nem se propaguem a um ponto irreversível. Desta maneira, é possível minimizar a necessidade de substituição de suportes danificados, porque se evita que eles se deterioreem rapidamente. Prevenir futuras intervenções para agir contra um dano reduzirá o grau de comprometimento do suporte (reduzindo o grau de danificação e risco de extensão da patologia).

Na atualidade, no entanto, e há bastante tempo, está consolidada a ideia de que muito mais importante que restaurar, é tomar as medidas possíveis para que isso não venha a ser necessário. Dessa maneira as atividades de manutenção ou conservação adquirem o caráter de ações preventivas que impedem a paulatina degradação do bem, evitando, assim, intervenções externas. (Andrade in Pinheiro *et al.*, 2009, p. 7)

Ao mesmo tempo, ao lermos Pinheiro *et al.* (2009, p. 16) entendemos a importância da interdisciplinaridade nos projetos de conservação preventiva. Por isso, devem ser englobados diversos planos científicos mesclados no processo. Além de arquitetos, restauradores e engenheiros civis, devem participar dos estudos e projetos: engenheiros químicos, arqueólogos, historiadores, sociólogos, entre outros, para somar conhecimento e promover maior controle sobre o bem. Essa iniciativa introduz a ideia de “conservação integrada” ao projeto de preservação.

No pressuposto de que as obras de manutenção realizadas no devido tempo asseguram longa vida aos monumentos, encarece-se o maior cuidado possível na vigilância contínua dos imóveis para a adoção de medidas de caráter preventivo, inclusive para evitar intervenções de maior amplitude. (MINISTÉRIO DA INSTRUÇÃO PÚBLICA - CARTA DE RESTAURO, 1972). Sendo assim, ao estudarmos as cartas patrimoniais podemos ratificar

estes conceitos aqui descritos. Cabe às instituições que salvaguardam o bem zelar pela sua saúde, sempre preferindo ações periódicas de conservação preventiva, em detrimento a ações de intervenções corretivas mais profundas que substituem parte do elemento original, porque já está tão deteriorado que não tem possibilidades de se manter sem uma interferência (mas que em muitos momentos ainda é muito utilizada, pela falta das primeiras ações). Ao mesmo tempo, é importantíssima a existência dos órgãos fiscalizadores do patrimônio tanto para efetivar e fundamentar a qualidade de patrimônio a determinado elemento, ambiente ou artefato, mas também para agir verificando e advertindo o que vem sendo feito como conservação e principalmente intervenção neste patrimônio.

3 | IMÓVEL MUSEALIZADO – A EFIFICAÇÃO VISTA COMO UM DOCUMENTO HISTÓRICO

Foucault (2008, p. 11) descreve como documentação todos os “sinais inscritos no mundo natural”. Interpretando seus conceitos, podemos considerar que a documentação extravasa os limites de um papel histórico e pode ser descrita como um objeto, ou mesmo como um elemento abstrato. Assim, podemos considerar que até uma edificação pode se tornar um documento. (...) A cidade, documento de si mesma, desdobra-se a partir das informações que contém: essas informações orientam práticas e representações que terão como suporte o espaço urbano. (BITTENCOURT e COELHO, 2010, p.11)

Já Deetz (1996) entende que o uso combinado de documentos escritos e materiais arqueológicos proporcionam entendimentos sobre os elementos do passado, o que seria improvável se utilizados simplesmente como um conjunto de informações. Assim, um determinado elemento inserido em uma paisagem e/ou em uma edificação pode agregar valor, um complementando o outro. Neste caso específico do Mast, um instrumento científico inserido em um pavilhão (desenhado e construído especialmente para o instrumento), localizado em um campus de observações, pensado primordialmente para estudos científicos. Se houvesse a separação desses três elementos, com certeza, perderiam seus valores, correndo riscos de descaracterização. Mas, ao serem preservados e permitindo o acesso das pessoas tanto à edificação quanto ao instrumento científico (a luneta), criam-se interfaces de comunicação com este meio de compreensão, possibilitando o reconhecimento de sua história no passado. Além disso, resgatam-se os processos de conhecimentos científicos desse conjunto: edificação, instrumento científico e lugar/paisagem.

Também Martinez-Comeche (*apud* Loureiro *et al.*, 2012) acredita que tudo pode ser descrito como um documento, mas nada pode ser um documento se assim não for considerado. Logo, entendemos que se não houver o reconhecimento, por exemplo, de uma edificação, ela não pode ser considerada um documento. Um tombamento pode não promover o reconhecimento deste conjunto, mas sim iniciativas que esclareçam a sua

importância à sociedade.

E, por fim, ao estudarmos Meyriat (1981), compreendemos que a partir do momento que ocorre a busca de informações sobre um objeto, ele pode ser descrito como documento. A busca torna-se, então, um elemento essencial para o seu reconhecimento como documento. No decorrer de nossa prática diária, é possível observar o interesse de alguns visitantes em saber sobre as edificações históricas do campus. Por que elas são daquele jeito? Por que ainda estão lá? Assim, tendo os mesmos autores como referências, podemos entender as edificações como documentos. Mas um objeto não possui a vontade de informar, as pessoas é que devem entendê-lo e buscar informações sobre ele. Caso ele não seja explicado, simplesmente pode se tornar algo óbvio e elemento banal do cotidiano. Então, o homem, agregando valor a um objeto através do seu estudo, conservação e musealização, preserva-o para as gerações posteriores. A preservação deve ser integral: desde a conservação dos materiais construtivos, passando pela sua história, até sua imagem imaterial.

4 | MUSEOGRAFIA DA EXPOSIÇÃO

Houve grande preocupação da equipe do SPT em preservar a visualização da ambientação arquitetônica no momento da concepção expográfica para facilitar o monitoramento e a conservação preventiva dos cômodos, mas também para valorizar a arquitetura do edifício. Afinal, trata-se de um elemento tombado e que merece destaque por sua beleza e importância histórica.

O projeto expográfico foi elaborado pelo arquiteto Antonio Carlos Martins, chefe do SPT, e pela arquiteta Beatriz Beltrão Rodriguez, Bolsista PCI/MCTI-CNPq. O processo de concepção, intervenção curativa e montagem duraram aproximadamente oito meses: tanto os detalhamentos de projeto, quanto a criação dos próprios elementos expográficos (ocorrendo em paralelo às duas atividades).

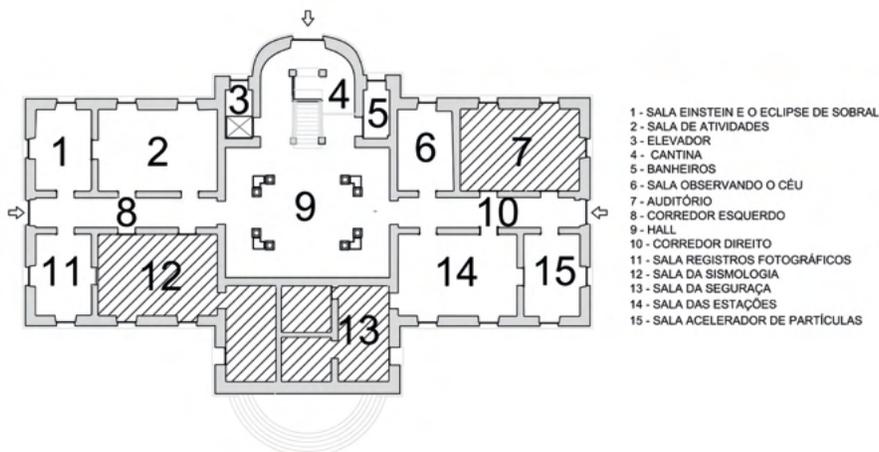


Figura 1. Planta baixa do térreo do Edifício-Sede – descrição dos ambientes.

A construção do pensamento da exposição foi iniciada no Hall com a criação de módulos, dividindo o espaço em várias áreas que se conectavam entre si. E foi sendo desenvolvida posteriormente de sala em sala, levando em consideração as temáticas previamente determinadas pelos curadores da exposição, a Profa. Dra. Maria Esther Valente (CED/Mast) e o arquiteto Antonio Carlos Martins (SPT/CMU), e a participação de outros pesquisadores. Também, houve uma preocupação desde o início do projeto na ocupação dos corredores, por se tratar de áreas mais estreitas e de bastante tráfego de visitantes. Por tanto, os arquitetos desde o início preocuparam-se em estudar diferentes soluções para esses espaços.



Figura 2, 3 e 4. Fotografias dos Corredores. Fonte: SPT. Fotografia: Suzane Torres, 27/04/2016.

Nos Corredores, pensou-se em utilizar soluções dinâmicas fugindo da horizontalidade do ambiente. Daí surgiram as estruturas enviesadas, por onde o observador pode visualizar o conteúdo do painel de uma distancia moderada sem atrapalhar o percurso da passagem. Também, criaram-se ambientações diferenciadas através dos arcos, chamando mais a atenção do público pela mudança da volumetria do corredor. Outra solução importante foi

o uso de forros feitos de DRYWALL, também para variar os níveis do corredor e permitir a utilização de novos equipamentos de iluminação. Esta solução com os forros adequou-se tão bem ao contexto da exposição que foi repetida em duas outras salas.

A retirada de alguns forros (antes adesivados com imagens da exposição) no Hall também foi pensada para valorizar a entrada de luz no ambiente e permitir a visualização de elementos arquitetônicos – agregando um caráter poético da chegada da luz e permitindo a visualização destes bens integrados da arquitetura do edifício – tijolos de vidro.

Além da temática determinada pela curadoria, a concepção expográfica de cada sala também dependeu da ocupação das vitrines que receberiam os objetos do acervo. Para todo acervo que não tinha vitrine foi necessário construir uma nova ou utilizar àquelas já existentes na instituição (principalmente, utilizaram-se vitrines brancas que foram construídas para a exposição Tesouros do Patrimônio de C&T no Brasil, além de outras estruturas, painéis e equipamentos de áudio e vídeo foram aproveitados através da reciclagem dos materiais).

Com relação ao projeto de iluminação desta exposição, procurou-se conceber estratégias de iluminação que valorizassem as soluções expositivas e o próprio conjunto arquitetônico. Dentre as várias lâmpadas utilizadas, destacamos o uso de Spots de RGB, lâmpadas LED, Dicroica e de Filamento. Uma importante escolha foi a colocação de lâmpadas de filamento de tungstênio em cada módulo do Hall, valorizando a ambientação pela beleza escultural do filamento, da tonalidade da luz e do desenho da lâmpada. Também é importante mencionar o esforço para o retorno das luminárias antigas do edifício (encontradas sob a guarda do NUDCAM/CMU) que agregaram valor ao conjunto arquitetônico. Essas luminárias antigas contrastaram muito bem, com os novos equipamentos de iluminação, que receberam lâmpadas dicroicas e LEDs, com características mais simples e minimalistas, valorizando e harmonizando com a nova ambientação da expografia. Nos locais onde não existiam pontos de energia originalmente, foram utilizadas fitas elétricas para encaminhar energia às luminárias sem necessitar abrir caminhos nos tetos ou paredes. Também, utilizaram Fios PP, para alimentar os pontos de elétrica e de iluminação de baixa tensão, por trás das estruturas de MDF, de forma a otimizar o trabalho e reduzir a quantidade de elementos de ligação.

Quanto às construções dos painéis com os conteúdos gráficos, o SPT preocupou-se em projetar soluções que pudessem utilizar materiais existentes na instituição, que não promovessem danos à edificação e que fossem facilmente removidos, na ocasião da desmontagem da exposição (ou para uma possível manutenção da arquitetura). Foram construídos na sua maioria painéis de madeira de MDF, que não permitem a infestação por xilófagos e se adaptaram as necessidades a que foram destinados.

E no que se trata da elaboração do conteúdo gráfico da exposição, definiu-se a fonte tipográfica *Chiati* BT para ser aplicada nos textos da exposição, por ser uma fonte que podemos fazer uma leitura rápida, por ter formas bem definidas e clareza visual, além

de ter sido usada na exposição permanente Olhar o céu, medir a Terra. O corpo do texto foi usado o tamanho 50pt, texto secundário 40pt, as legendas 36pt e as citações ficaram livres depende de como fosse usada graficamente no painel. Para as cores e disposição dos conteúdos nos painéis, optou-se por soluções coloridas, com escolhas de cores dominantes referenciadas pelas fotografias encontradas nos painéis.

Também, é importante ressaltar que alguns elementos foram criados para realçar o conjunto expositivo, como o portal de entrada com o título da exposição iluminado (palavra LUZ), e lâmpadas RGB para dar um efeito triunfal na entrada. Quando o visitante desce as escadas e se depara com o portal é atraído para a exposição começando a experiência da visita, antes mesmo de entrar no andar.



Figura 5, 6, 7 e 8 . Fotografias do Hall, Sala Einstein e o Eclipse de Sobral, Sala Registros da Luz e Sala Observando o Céu – Captando a Luz (na seqüência). Fonte: SPT. Fotografia: Suzane Torres, 27/04/ 2016.

Ao mesmo tempo, vale destacar a ambientação da sala Einstein e o Eclipse de Sobral que ganhou grandiosidade através dos painéis curvos. Essa solução foi conseguida através da liberdade de criação, pois neste caso só existia um pequeno acervo a ser contemplado nesta sala.

A sala Registros da Luz e Observando o Céu – Captando a Luz recebeu bastantes estudos de layouts para melhor adequar as vitrines, e a escolha mais adequada dos objetos do acervo foi incorporada à exposição. Aqui também foram utilizados forros de DRYWALL, mas com imagens adesivadas correlacionadas ao tema de cada sala.

Por fim, as salas Espaço Acelerador de Partículas e Estações do Ano já existiam no andar. A primeira foi inaugurada no mesmo ano (2015). A segunda é uma das exposições que mais agrada o público (principalmente o infantil). Portanto, a equipe do SPT juntamente com a Profa. Esther Valente acharam prudente incorporá-las ao conjunto da exposição Visões da Luz, fazendo pequenas adaptações nas salas.

5 I INTERVENÇÃO CURATIVA E CONSTRUÇÃO DA EXPOGRAFIA

O projeto de intervenção curativa teve por principal objetivo reduzir, com propósito de eliminar, as principais causas que promoveram patologias e danos nos elementos arquitetônicos do Edifício-Sede, focando no pavimento térreo. Este pavimento ficou

durante bastante tempo sem conservação e a maior preocupação do SPT estava voltada à preservação do conjunto arquitetônico, solucionando problemas provocados por infiltrações, fissuras, intervenções e uso de elementos pictóricos inadequados, que se não fossem tratados poderiam comprometer a integridade da construção futuramente. Ao mesmo tempo, o SPT desenvolveu o projeto expositivo tendo o cuidado de criar propostas que facilitassem a conservação preventiva, o monitoramento e a visualização dos ambientes arquitetônicos.

Neste andar, todas as paredes foram construídas em alvenaria de pedras com argamassa de cal e areia. O piso é todo feito em ladrilho hidráulico da mesma cor (tom branco acinzentado). As esquadrias tanto internas como externas foram feitas de madeira (sendo que nas janelas externas há composição de madeira com vidro). E as sancas e forros foram feitos de estuque.

Pela resistência dos materiais construtivos desta edificação, encontramos poucos danos, que em sua maioria foram ocasionados pela falta de conservação e manutenção periódicas e preventivas. Também, verificamos que o uso contribuiu para o desenvolvimento dos danos e das patologias. No entanto, o SPT observou que os problemas encontrados em sua maioria seriam fáceis de serem corrigidos ou tratados. Abaixo descrevemos os principais danos:

- Ausência de parte de revestimento: Causado pelo uso de produtos e equipamentos de limpeza inadequados e pouco cuidado dos usuários para com os espaços;
- Desprendimento ou Estufamento de Camada Pictórica: Causado por intervenções inadequadas combinados com umidade ascendente. Foram utilizadas massas acrílicas e tintas PVA, que não são indicados para construções que usam argamassas e tinta à base de cal, por não permitirem a troca de umidade da parede com o ambiente;
- Fissuras: Assim como a descrição anterior, as principais fissuras e rachaduras encontradas no andar foram provenientes de danos causados por acúmulo de camada pictórica e argamassa de origem inadequada combinados com umidade ascendente;
- Infestação de Xilófagos: Foi encontrada em muitas madeiras - dentre rodapés, alisares e aparatos. Quando as madeiras eram originais ou antigas foram recuperadas, quando não, foram substituídas;
- Infiltrações: Localizadas próximas à porta de entrada da sala “Registros da Luz”, decorrentes de problemas na passarela externa do Edifício-Sede que o liga ao Campus através do primeiro pavimento;
- Sujidade Generalizada: Ocasionalada pela poluição e pelas intempéries (ornatos, frisos e elementos com reentrâncias, mas neste caso também nas paredes e nos pisos). Igualmente, correm devido à ausência de uma conservação preven-

tiva periódica e pelo pouco cuidado dos usuários para com os espaços;

- Excesso de infra-estrutura de rede e elétrica: Muitas tomadas, canaletas e calhas com lâmpadas fluorescentes, devido aos usos anteriores das salas que comprometiam a integridade visual (nem sempre era possível retirar todas as canaletas).

Em muitos casos existiam outras exposições montadas, as salas teriam abrigado atividades culturais, administrativas ou eram utilizadas como depósito. Os cômodos não recebiam conservação há bastante tempo e as atividades provocaram diversos danos, principalmente, como sujidades e desgastes das pinturas. A maioria das salas não estava pronta para intervenção quando o SPT iniciou os procedimentos de intervenção. Sendo necessário desmontar exposições, solicitar transferência de materiais para depósito, entre outros. Quando os painéis, móveis, materiais acervos foram retirados foi possível verificar e mapear mais danos e patologias e iniciar os procedimentos de recuperação dos ambientes. A intervenção curativa no pavimento térreo iniciou-se na sala que hoje abriga a parte da exposição relativa aos “Registros da Luz”, e foi finalizada na sala “Espaço Acelerador de Partículas”.

Não foi possível interditar todo o pavimento térreo porque havia a necessidade do uso de determinados cômodos, como: Sala de Atividades, Auditório e banheiros. Portanto, os funcionários trabalharam dividindo o espaço em módulos (previamente orientados pelo SPT), sempre deixando um caminho de passagem para as outras pessoas que necessitaram trafegar por ali.

Primeiramente, a equipe de elétrica retirou as fiações, canaletas, ventiladores e calhas desnecessários as novas funções da sala e reorganizaram as instalações elétricas de acordo com as necessidades da exposição. As intervenções foram superficiais e com características reversíveis. Utilizaram-se rebaixos de DRYWALL, fitas elétricas, painéis de MDF entre outras soluções para proteger ou encobrir as trajetórias dos traçados elétricos, impedindo a sua visualização e permitindo a fácil retirada, sem danos ao edifício (reversibilidade).

Os principais elementos que receberam diagnósticos e sofreram intervenção curativa foram: as paredes, os tetos (ou forros), as sancas, os rodapés e as esquadrias internas dos compartimentos em todo o pavimento térreo do Edifício-Sede. Em geral, os ambientes não apresentavam as tonalidades internas originais do edifício. No entanto, como intervenções passadas (em outros andares), foram verificadas as cores originais através de levantamento estratigráfico, agora foram reproduzidas com tintas à base de PVA, adotando os procedimentos autorizados pelo Iphan e Inepac (MEYER; MARTINS, p.22, 2015).

Desta maneira, foram iniciadas as recuperações das paredes, forros (ou tetos) e sancas, solucionando os problemas de fissuras, estufamentos e desgastes dos rebocos, pinturas e argamassas. Foram aplicadas às paredes em torno de três demãos de selador

(dependendo da cor de cada sala) e massa em regiões pontuais; em seguida, foram aplicadas três demãos de tinta na cor marfim nas paredes e tetos e branca nas sancas. Em seguida, foram pintados os alisares e portas internas com a cor cinza claro e os rodapés na cor camurça.

Quando não havia uma recuperação mais delicada a ser feita, iniciavam-se os procedimentos de montagem dos elementos expográficos nas salas. Assim, foram montados painéis segundo as descrições e recomendações de projeto. A maior parte das soluções de painéis foram construídas em madeira de MDF, com espessuras de 3mm, 6mm e 15mm.

Em alguns compartimentos foram instalados forros em DRYWALL: Corredores, Sala Einstein e o Eclipse de Sobral e sala Observando o Céu - Captando a Luz. Para isso, a equipe construiu a estrutura de metal que sustenta o DRYWALL e na seqüência os fixou nos tetos. Nos Corredores, foram instaladas luminárias nestes forros; nas salas, impressões com imagens (adesivados).

Como um dos maiores desafios desta exposição foi projetar utilizando materiais já existentes na instituição, oriundos de sobras de outras exposições, em muitos momentos a equipe do SPT optou por utilizar vitrines e objetos que já existiam e estavam em boas condições de uso. As vitrines brancas que foram dispostas no Hall e na Sala de Registros da Luz foram projetadas para a exposição temporária Tesouros do Patrimônio de Ciência e Tecnologia no Brasil (2010). Também, foi utilizada uma vitrine com mesa de madeira que estava guardada no depósito do SPT, outras que estavam na reserva técnica da NUDCAN, sem falar do acervo que já tinha suas próprias vitrines (construídas pelos funcionários da instituição em outros momentos). Mesmo assim, foi necessário construir ainda mais duas vitrines para sala Registros da Luz e para a sala Observando o Céu - Captando a Luz.

Quando a empresa que fez as impressões dos adesivos com os conteúdos gráficos da exposição, trouxe os primeiros adesivos para testar a aderência e qualidade do serviço, o SPT verificou que os adesivos estavam se desprendendo dos painéis de MDF. Por solicitação da empresa de impressão dos adesivos, todos os painéis, que antes somente receberam selador, foram pintados com tinta. O pintor executava a pintura de acordo com a montagem dos painéis realizada pelos marceneiros. Outra necessidade solicitada pela mesma empresa foi a fixação de placas de PVC nos tetos curvos dos arcos (fornecidas pela própria empresa). Nas primeiras semanas de dezembro foram aplicadas às impressões nos painéis e foram instalados os últimos detalhes da montagem (cortinas, lustres, lâmpadas, retoques nas pinturas).

6 | CASOS MAIS DELICADOS OU INDIVIDUAIS

- Fissuras nos corredores: Os principais problemas encontrados nos corredores eram provenientes de fissuras contínuas em toda a extensão das duas paredes laterais. Essas fissuras são decorrentes de uso de materiais diferentes na com-

posição das argamassas. Provavelmente, ocorreu neste local uma intervenção executada com materiais inadequados provocando desagregação entre as diferentes argamassas, que foram evidenciadas, anos mais tarde, através destas fissuras.

No Corredor Esquerdo, o SPT optou por solucionar o problema das fissuras agindo pontualmente, porque, apesar de serem contínuas eram finas e tinha pouco material desagregado. Sendo assim, os pintores abriram as fissuras retirando todo material que já estava se desprendendo. Durante este processo, foi possível perceber que ocorreu uma intervenção utilizando um traço de cimento para a fabricação da argamassa bem mais forte do que o necessário (e que essa intervenção seria mais recente que no corredor direito). Logo em seguida, as fissuras foram recompostas e foram finalizados os procedimentos, assim como nos demais ambientes (antes descritos).

No Corredor Direito, além da fissura, existia bastante umidade ascendente. As bases das paredes e rodapés estavam constantemente úmidas e a tinta estava se desprendendo (tanto a tinta, quando a argamassa, estava apodrecendo devido ao excesso de umidade). O pintor iniciou a intervenção curativa deste corredor, já no momento em que passava a primeira camada de selador na parede, as pinturas mais baixas se soltavam e aderiam aos pincéis ou no rolo. O SPT isolou a área mais crítica (h = 60 cm do rodapé) para a intervenção curativa, onde foram retiradas as argamassas que estavam em processo de apodrecimento, sendo recompostas por argamassa de cal e areia, recebendo também posterior pintura a base de cal. Como foi uma ação mais combativa a equipe do SPT optou por destacar a intervenção curativa utilizando tinta à base de cal na cor branca.

- Restauração das bases dos pilares no Hall: A princípio, foi feita a regeneração das partes faltantes com uma massa reforçada; em seguida, nivelou-se a área com a mesma massa utilizada nas paredes, lixou e pintou. O processo de restauração dos quatro pilares foi finalizado com a pintura das bases na mesma tonalidade dos rodapés.
- Construção dos aparatos: Três aparatos remanescentes da exposição As Estações do Ano e a Terra em Movimento foram recuperados, sendo adaptados à exposição, dispostos no Corredor Esquerdo, no Hall e na sala Observando o céu – Captando a Luz. O planejamento inicial previa a reconstrução de todos os aparatos, porque estavam infestados de xilófagos, mas no final da montagem da exposição não havia material suficiente para refazê-los necessitando recorrer à recuperação dos dois primeiros (só foi refeito o último). A cor original era vermelha, mas para a nova exposição, foram pintados de cinza e/ou amarelo.

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Hoje verificamos poucas atitudes de gestores dos setores públicos interessados na preservação do patrimônio, aplicando a conservação preventiva. Na maior parte das

vezes promovem projetos de restauração e intervenção curativa por extrema necessidade. Quando agem de maneira corretiva, restaurando e intervindo, menos resta do original. Assim, negligenciam aquilo que se tornou patrimônio, sendo reconhecidos em instâncias federais, estaduais ou mesmo municipais, por representarem um traço da história do nosso povo e a falta desta preocupação torna-se um crime de extinção destes registros de nosso passado.

No Museu de Astronomia e Ciências Afins, como em muitas outras instituições públicas, percebemos preocupações por parte de determinados funcionários na salvaguarda do conjunto arquitetônico tombado. Existem coordenações que vem trabalhando na preservação das edificações, bens integrados, acervo e na própria paisagem. No entanto, em muitos casos ainda agem de maneira curativa, mas estão sempre procurando investir em precauções, através de propostas de conservação preventiva e manutenção periódica, levando sempre em consideração as orientações dos órgãos fiscalizadores do patrimônio.

Mas isto não basta! Não é o suficiente. Estas preocupações devem partir da gestão da instituição, sendo conjeturadas em sua missão e estabelecidas através de políticas adequadas de preservação deste patrimônio envolvido. Algo que ainda falta em muitas gestões públicas, mas que não é regra visto que podemos verificar várias iniciativas neste sentido.

O grande incentivador desta intervenção curativa foi à necessidade de adaptação do espaço para a construção da nova exposição “Visão da Luz” inaugurada no dia 16 de dezembro de 2015. Essa exposição foi estimulada pela temática que é desenvolvida pela UNESCO anualmente, que no ano de 2015 abordou a LUZ. Foi feito um levantamento minucioso das intervenções e danos ocorrido em um longo espaço de tempo sem atuações de conservação periódica. Foi um processo que teve duração de oito meses, compreendendo atividades de criação do projeto expográfico, intervenção corretiva do pavimento térreo, criação do designer gráfico e montagem da exposição.

É importante também destacar que o uso do patrimônio pode provocar sua conservação ou sua ruína. Desta maneira, quando o Mast desenvolveu a exposição teve a oportunidade de conservar através do uso da ambientação, agora como exposição. Mais que a preservação da edificação, ele garante o contado do público com o patrimônio. Também, é importante descrever que as composições expográficas e museografias propostas pelo SPT vem procurando deixar a arquitetura ser vista, para monitorar possíveis danos ou patologias e para valorizar a edificação tombada, permitindo que ela seja vista pelo público. E nesse caso, o patrimônio se estende aos determinados itens do acervo científico tombado, que estavam, em sua maioria, na reserva técnica, e agora o público tem a oportunidade de visualizá-los, aprender mais sobre suas histórias e utilizações. Quando o público ou os usuários vêem o patrimônio em boas condições eles tendem a preservá-lo, mas no caso contrário, em geral, não se preocupam em mantê-lo.

Outros desafios foram enfrentados ao longo da montagem da exposição como a falta

de material, gerando a reutilização de materiais e vitrines existentes e a necessidade de orientação à equipe de conservação que nem sempre é especializada. Os técnicos tiveram que preocupar-se em produzir peças ou criar soluções arquitetônicas que condissessem com o material disponível no Mast.

A museografia desta exposição procurou propor soluções que valorizassem a arquitetura da edificação. A combinação do novo com o antigo valorizou a composição da ambientação sugerida, estimulando a transmissão dos conteúdos da exposição e a visualização da arquitetura.

REFERÊNCIAS

ALVES, Márcia. **O ecletismo na construção do novo Observatório Nacional no início do século XX**. Dissertação (Mestrado em História e Crítica da Arte) – Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais: Escola de Belas Artes EBA: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2009.

ANDRADE, Carlos Fernando de Souza Leão. Apresentação. *In*: PINHEIRO, Marcos; LOURENÇO, Bettina de; FRANQUEIRA, Marcia; COELHO, Cristina e LOPES, Débora. **Metodologia e tecnologia na área de manutenção e conservação de bens edificados: O caso do Núcleo Arquitetônico Histórico de Manguinhos**. Rio de Janeiro: Editora FAPERJ, 2010. p. 7.

BITTENCOURT, José Neves; COELHO, Priscila Arigoni. Musealidade: um conceito para o estudo de cidade. *In*: **ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**, 11. (Anais). Rio de Janeiro, 2010.

DEETZ, James. **In small things forgotten. An Archaeology of Early American Life**. New York: Anchor Books, 1996.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

MEYRIAT, Jean. **Document, documentation, documentologie. Schéma et Schématisation**, n. 14, p. 51-63, 1981.

MOLES, Abraham. Objeto e Comunicação. *In*: MOLES *et al.* **Semiologia dos objetos**. Petrópolis: Vozes, 1972. p. 9-41.

MORIZE, Henrique. **Observatório astronômico – um século de história (1827-1927)**. Rio de Janeiro: Salamandra, 1987.

LOUREIRO, Maria Lucia de Niemeyer Matheus; LOUREIRO, José Mauro Matheus; NETTO, Carlos Xavier de Azevedo. Às margens do documento: **Reflexões sobre paisagem e outros artefatos**. XIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 2012.

RESENDE, Ivo Luciana Coelho da Costa. **Relatório Final de atividades – estudo de caso: estudo de aprofundamento sobre a história do Campus MAST-ON – ocupação do morro de São Januário e seu entorno**. Rio de Janeiro: MAST, jun. 2008.

VIEIRA, Ana Cristina Cotrim. **Projeto preservação da documentação histórica e bens patrimoniais.** v. I e II Rio de Janeiro: CNPq/MAST, 1987.

PINHEIRO, Marcos; LOURENÇO, Bettina de; FRANQUEIRA, Marcia; COELHO, Cristina e Lopes, Débora. **Metodologia e tecnologia na área de manutenção e conservação de bens edificados: O caso do Núcleo Arquitetônico Histórico de Manguinhos.** Rio de Janeiro: Editora FAPERJ, 2010.

CONDICIONANTES GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE BARRA DOS COQUEIROS E PERSPECTIVAS PARA DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL

Data de aceite: 02/09/2021

Data de submissão: 12/08/2021

José Carlos Santos Cunha

IFS- Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe
Aracaju-SE
<http://lattes.cnpq.br/1499527805084754>

RESUMO: Barra dos Coqueiros é um município brasileiro do estado de Sergipe, localizado na Região Metropolitana de Aracaju no leste do estado. Nesse município há um grande potencial turístico em função das praias existentes e de um conjunto de paisagens naturais que pode ser explorado de forma sustentável quanto aos aspectos ambientais. Devido a beleza de suas paisagens e da proximidade com a capital, houve um crescimento dos condomínios de luxo no município, onde pessoas de um bom poder aquisitivo buscam o bem estar no ambiente familiar e fora da rotina do trabalho. A construção da termoeletrica também poderá influenciar outros investimentos, apesar de ser na área industrial, também poderá melhorar o desenvolvimento econômico e isso influenciará no crescimento turístico, sendo que esse crescimento só terá respaldo da comunidade se levar em consideração os aspectos sociais, econômicos e ambientais.

PALAVRAS - CHAVE: Barra dos Coqueiros, aspectos turísticos, aspectos ambientais.

GEOGRAPHICAL CONDITIONS IN THE MUNICIPALITY OF BARRA DOS COQUEIROS AND PERSPECTIVES FOR LOCAL TOURIST DEVELOPMENT

ABSTRACT: Barra dos Coqueiros is a Brazilian municipality in the state of Sergipe, located in the Aracaju Metropolitan Region in the eastern part of the state. In this municipality there is a great tourist potential due to the existing beaches and a set of natural landscapes that can be explored in a sustainable way regarding the environmental aspects. Due to the beauty of its landscapes and the proximity to the capital, there was a growth of luxury condominiums in the municipality, where people of good purchasing power seek the well being in the family environment and outside the routine of work. The construction of the thermoelectric can also influence other investments, despite being in the industrial area, may also improve economic development and this will influence tourism growth, and this growth will only have support from the community if it takes into account the social, economic and environmental aspects.

KEYWORDS: Barra dos Coqueiros, tourist aspects, environmental aspects.

1 | INTRODUÇÃO

Barra dos Coqueiros é um município brasileiro do estado de Sergipe, localizado na Região Metropolitana de Aracaju no leste do estado. Geograficamente, é conhecida por se constituir na península de Santa Luzia. Após ligar-se a capital sergipana pela ponte Aracaju -

Barra dos Coqueiros, houve uma intensificação do processo de conurbação. Tal fato passou a atrair grande especulação imobiliária dado não só por causa do facilitado acesso, mas também com advento de grande infraestrutura e grandes investimentos privados. Ademais, se localiza a 3 km do centro de Aracaju. Desse modo, as projeções para os próximos anos são dadas pelo aumento exponencial de sua população, tal como foi comparativamente averiguada a duplicação de seus habitantes com a divulgação do novo censo pelo IBGE em 2010 (Wikipedia, 2019). Como consequência dessa especulação imobiliária as transformações espaciais afetam diretamente as comunidades locais, sobretudo no que diz respeito às atividades econômicas de base local e ao seu modo de vida.

As transformações espaciais ocorrentes são possíveis de serem identificadas pelas mudanças paisagísticas, caracterizadas pelo crescimento urbano dos condomínios de primeira e/ou segunda residências; pela valorização do solo urbano de áreas antes consideradas periféricas; surgimento de núcleos habitacionais oriundos de um processo de ocupação desordenado; implantação de empresas e indústrias de perfil econômico nacional/transnacional.

É nesse município que se localiza o mais importante porto de Sergipe: o Terminal Marítimo Inácio Barbosa. De lá saem produtos comercializados por vias marítimas para o restante do país e para o exterior. Além disso, economicamente possui umas das maiores rendas de Sergipe pois é nesse município que a Petrobras opera, trazendo royalties para a administração local. O porto opera cargas gerais como madeira, coque, ureia, trigo, fertilizantes e sucos naturais. É ainda utilizado, pela Petrobras, para apoio às atividades de exploração e produção de petróleo na costa de Sergipe. Sua jurisdição compreende a costa do estado de Sergipe, desde a extremidade norte da foz do rio Sergipe até a divisa com o estado de Alagoas e a margem sergipana do trecho navegável do rio São Francisco (Wikipedia, 2019).

É também no município de Barra dos Coqueiros que está localizada a Usina Termoelétrica Porto de Sergipe (UTE), projetada como responsável por converter gás natural liquefeito em energia elétrica. Com utilização de tecnologia de ponta, a usina contempla três turbinas a gás 7HA.02 e uma turbina a vapor em ciclo combinado, isto é, aproveitando os gases de exaustão das turbinas a gás na geração de vapor em caldeiras de recuperação e posterior uso na turbina a vapor, além de gerar recuperação de calor. (EBRASILENERGIA, 2019).

O município é dividido pelos povoados de Capuã, Olhos D'Água e Canal, além das comunidades de Atalaia Nova, Jatobá e Praia da Costa. Entre mangues, rios e o Oceano Atlântico, o município tem paisagens que atraem turistas e podem ser melhor redimensionadas.

Neste sentido, o estudo busca contribuir na identificação, caracterização e análise de condicionantes geográficos (naturais, econômicos, sociais, culturais) e turísticos que subsidiem o desenvolvimento turístico em Barra dos Coqueiros/SE.

2.1 CARACTERÍSTICAS DOS CONDICIONANTES GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE BARRA DOS COQUEIROS/SE

- Delimitação e localização geográfica

O município de Barra dos Coqueiros abrange uma área total de 87,9 km², localizado a 10° 54'32"S e 37° 02'19"W. Os municípios limítrofes de Barra dos Coqueiros são Pirambu ao norte, Aracaju ao sul, Santos Amaro das Brotas ao oeste, e o Oceano Atlântico ao leste. (Figura 1).



Figura 1-Localização Geográfica

Fonte: Governo de Sergipe/SEPLAG/2013.

2.1 Condicionantes Naturais Locais

No que se refere a **geologia**, o município de Barra dos Coqueiros encontra-se na bacia sedimentar de Sergipe, a qual, sua estrutura é representada por falhamento e, secundariamente, pela movimentação halo cinética (entufamento dos sais responsáveis pela fragmentação das rochas), que se efetivou no período cretáceo da era mesozoica.

Quanto ao **relevo**, no estado de Sergipe, ocorrem três unidades geomorfológicas: planície costeira, tabuleiros costeiros e pediplano sertanejo, oriundas das grandes unidades estruturais representadas pela bacia sedimentar de Sergipe e pelo embasamento cristalino. Portanto, o município de Barra dos Coqueiros encontra-se na planície costeira ou litorânea. Estando localizada numa área de planície costeira, são encontradas as coberturas pleistocênicas e holocênicas que formam os terraços marinhos, as dunas, as praias e as planícies de maré, relacionadas com as variações do nível relativo do mar

durante o quaternário.

Dessa forma, pode-se observar que a região está totalmente, representada por: a) terraços compostos de areias bem selecionadas, conchas marinhas e tubos fósseis de *Callianassa*; b) sedimentos argilo-siltosos com materiais orgânicos constituintes de pântanos e mangues; sedimentos eólicos arenosos, com grãos arredondados e bem selecionados. Este segmento litorâneo, que apresenta processo de deposição de sedimentos superior ao erosivo, possui domínios ambientais como: os terraços marinhos, cordões litorâneo, dunas costeiras e estuário refletem as influências dos processos de origem marinha, eólica e fluviomarinha. Essas áreas de baixada do quaternário são objeto de aproveitamento extrativo pelos cajueiros e mangabeiras.

Sobre as **condições climáticas**, o município de Barra dos Coqueiros por se localizar na região litorânea, sofre influência moderadora dos ventos alísios e das brisas que ganham importância maior em face da ausência de frente e de fortes depressões frontais, mais comuns na região temperada. O **clima** da região é úmido a sub-úmido, com temperatura média anual de 26°C, além disso, a precipitação média no ano chega até 1590 mm, com intervalo mais chuvoso entre março e agosto.

No estado de Sergipe encontra-se **cobertura vegetal** primitiva, como: restingas e mangues, florestas, cerrados e caatingas. Mas ao longo do tempo, vem se registrando o desaparecimento progressivo de espécies nativas. O município de Barra dos Coqueiros por estar localizada na formação litorânea é constituído principalmente pelo mangue e pela vegetação de restinga, estas sofrem alterações por conta da apropriação indevida para fins econômicos. Ao longo de alguns rios surgem manchas de preservação de antigas matas ciliares. A vegetação de restinga encontrada na área estudada reveste o litoral do município, com espécies florísticas e formações dunares. É formada de espécies perenifólias e xeromorfas decorrente da brisa marinha, da luminosidade intensa e da salinidade.

Sobre a **hidrografia**, o município de Barra dos Coqueiros é banhado ao norte e sul, respectivamente, pelos rios Japarutuba e Sergipe, os quais no século XVIII foram interligados através de um canal artificial construído a mando do imperador, margeando a costa oeste, e sua costa leste é banhada pelo Oceano Atlântico.

2.2 Condicionantes Econômicos

Comércio e Serviços

Um dos destaques deste setor é o serviço de exportação de produtos minerais e agrícolas via Porto de Sergipe. De início esse serviço era realizado pelo porto de Aracaju, localizado à margem direita do rio Sergipe, a 6 km da sua foz. Entretanto, a sua capacidade estrutural e fluvial passou a não atender mais a demanda do estado, o resultou na construção de um novo Porto na costa do município da Barra dos Coqueiros. A partir daí o Porto de

Aracaju teve suas atividades de exploração encerradas de acordo com a Portaria Nº 48, de 04/02/97, do Ministério dos Transportes, publicada no DOU de 05/02/97.

Já em dezembro de 1994, passou a funcionar no município de Barra dos Coqueiros o Terminal Marítimo Inácio Barbosa, terminal este operado em parceria com a Companhia Vale do Rio Doce. O Terminal Marítimo Inácio Barbosa - TMIB, popularmente conhecido como Porto de Barra dos Coqueiros é um terminal offshore, seu cais de acostagem situa-se a 2.400 m da linha da costa e é abrigado por um quebra-mar artificial de 550 m. Este porto é considerado um dos melhores e mais modernos terminais marítimos do Brasil, com vocação especial para a navegação de cabotagem. O porto opera cargas gerais como coque, uréia, trigo, potássio, madeira e sucos naturais. É ainda utilizado, pela Petrobras, para apoio às atividades de exploração e produção de petróleo na costa de Sergipe.

A área de jurisdição do Porto compreende a costa do estado de Sergipe, desde a extremidade norte da foz do rio Sergipe até a divisa com o estado de Alagoas e a margem sergipana do trecho navegável do rio São Francisco. Possui capacidade de armazenagem para 55 mil toneladas, distribuídas em nove armazéns e dois silos de cimento com altura de 63 metros e capacidade de 17.500 toneladas cada um. O terminal está ligado à malha rodoviária federal (BR-101) através da rodovia estadual SE-226, com 22 quilômetros de extensão.

No comércio, o município não apresenta atividades relevantes dado a proximidade com a capital Aracaju, ofertando apenas produtos que atendem à demanda cotidiana das comunidades locais, como frutas, verduras, medicamentos, materiais de construção, produtos alimentícios. É comum encontrar as margens da rodovia que corta o município dando acesso ao litoral norte de Sergipe, barracas de comercialização de frutas e verduras.

Além do comércio já citado, vale destacar as atividades de serviços relacionadas ao turismo. Embora não expressivo, mas os serviços de bares, restaurantes, pousados e hotéis localizados nas praias da Costa, Atalaia Nova e nos Povoados de Capuã, Canal e Touro, contribuem para a dinâmica do setor no município, com movimento mais concentrado nos finais de semanas e feriados.

Atividades Extrativistas Tradicionais

A origem do município de Barra dos Coqueiros está relacionada com as atividades econômicas, da pesca, da agricultura e do extrativismo vegetal. A base de desenvolvimento dessas atividades são as comunidades tradicionais, localizadas historicamente, sobretudo nos povoados Olhos D'água, Capuã, Jatobá, Touro, Canal e Pontal da Barra, as quais centraram sua produção visando à subsistência, nas culturas da mandioca, feijão, milho, na pesca artesanal, e na extração da mangaba, que apesar de não apresentarem expressividade econômica, são fundamentais para a manutenção do modo de vida e produção das comunidades. Vale destacar, que este modo de produção é condição básica

do camponês que visa, além do comércio, suprir as necessidades da própria unidade de produção, que é também unidade de consumo. Além desse aspecto socioeconômico e cultural, se caracteriza no seu funcionamento enquanto unidade de trabalho basicamente familiar e com baixos impactos ao meio ambiente.

As realidades como as atividades econômicas tradicionais se desenvolvem no município da Barra dos Coqueiros, estão atreladas a força do capital. A terra, condição básica para as práticas econômicas tradicionais, na grande maioria, não pertence ao camponês. Essas comunidades tradicionais, com exceção dos pescadores, se subordinam a uma relação com o proprietário da terra para garantir sua sobrevivência, como é o caso das catadoras de mangaba.

Localizada entre rio, riacho e o oceano, o município da Barra dos Coqueiros, torna-se um produtor de peixes e mariscos. A pesca é praticada, seja em alto-mar ou através da criação nos viveiros, espalhados na porção oeste do município.

Indústria Energética

No setor secundário, o município se destaca pela existência de duas unidades de produção de energia: eólica e termoelétrica. O Parque Eólico Barra dos Coqueiros está localizado na porção norte do município é constituído por vinte e três unidades aerogeradoras, totalizando 34,5 MW de capacidade instalada e 10,5 MW médios de garantia física de energia. (<http://www.brasil.gov.br/noticias/infraestrutura/2018/07/sergipe-aumenta-producao-de-energia-eolica-em>).

2.3 Condicionantes Sociais

População e Renda

De acordo com o IBGE (Censo 2010) a população do município de Barra dos Coqueiros era de 24.976 habitantes, com estimativa para 2020 de 30.930 habitantes. Desse total, a fonte da pesquisa aponta que 53,42% da população se encontra em índice de pobreza.

Em um passado não tão distante, a população da barra dos Coqueiros vivia das atividades econômicas tradicionais que praticavam. A roça, a pesca e o extrativismo vegetal da mangaba, eram as atividades de sobrevivência das comunidades.

Atualmente, as principais atividades produtivas das comunidades são a pesca, alternada com o trabalho em fazendas da região, e ainda o cultivo de pequenas roças nas unidades familiares. No passado, os roçados tinham uma participação maior na subsistência da comunidade, entretanto, a considerável redução de seu território original fez com que as atividades agrícolas fossem reduzidas.

Educação

Conforme o que estabelece a Constituição Federal sobre oferta do ensino, no município da Barra dos Coqueiros o poder público municipal possui 14(quatorze) escolas responsáveis pela oferta da educação infantil e ensino fundamental. Já para o ensino médio, competência do Estado, existem 2(duas) escolas da rede estadual. Além da oferta pública de ensino, o município conta também com escolas da rede particular. A demanda da educação superior é atendida na capital Aracaju, visto que, no município não existem instituições e unidades escolares que ofertem esse nível de ensino. Para tanto, o poder municipal disponibiliza ônibus escolares para o transporte dos estudantes para a capital, através de um regime de colaboração com o Governo do estado.

Com o crescimento de condomínios haverá a necessidade de construção de melhores escolas pelo setor privado, pois trará uma melhor conformidades para os pais de um maior poder aquisitivo e que têm filhos nessa faixa etária, pois evitaria transtornos de trânsito quando estivessem estudando na capital. Porém, com a criação de novos colégios particulares não fará uma melhora significativa em relação aos dados apresentados, visto que a porcentagem da população dessa faixa etária são filhos de pais que não têm uma alta renda, então, a participação efetiva do setor público é imprescindível para que o município tenha uma melhora significativa na taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade.

Saude e Ambiente

O município conta com 9 (nove) estabelecimentos de saúde do SUS – Sistema Único de Saúde, no qual apenas um contém estrutura para internamentos. A taxa de mortalidade infantil média na cidade é de 13.73 para 1.000 nascidos vivos. (<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/barra-dos-coqueiros/panorama>)

O município apresenta 64.5% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 41.7% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 41.5% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). (<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/barra-dos-coqueiros/panorama>)

Os dados mostram resultados satisfatórios em relação ao esgotamento sanitário adequado, nisso com o crescimento de áreas condominiais no município será necessário que a administração municipal faça um planejamento de infraestrutura para venha ter um adequado sistema de saneamento no futuro para atender esse crescimento, pois com os novos empreendimentos que estão sendo instalado no município será alvo atrativo para esse crescimento.

O abastecimento de água é de responsabilidade da Companhia de Saneamento de Sergipe – DESO, que atende a 4.799 estabelecimentos sendo 4.672 residenciais, 92 comerciais, industriais e 30 pertencentes ao poder público. O esgotamento sanitário

é efetuado através de fossas sépticas e comuns, enquanto o lixo urbano coletado é transportado em carroceria acionada por trator, sendo depositado em terreno baldio. (http://www.cprm.gov.br/publique/media/hidrologia/cadastro_infraestrutura_serpipe/Barra.pdf).

3 I CONDICIONANTES TURÍSTICOS

De acordo com o Quadro 1, observa-se que a tipologia turística do município de Barra dos Coqueiros são o turismo de sol e praia, turismo náutico e o turismo cultural, sendo este com um menor potencial em virtude de todo processo histórico cultural do município, visto que a exploração turística se concentra nos aspectos ambientais das praias.

Município	Tipologia Do Turismo
Aracaju	Negócios e eventos, turismo de sol e praia, turismo cultural, turismo náutico
Barra dos Coqueiros	Sol e praia, turismo cultural, turismo náutico
Estância	Sol e praia, turismo rural
Indiaroba	Sol e praia, turismo cultural
Itaporanga D'ajuda	Turismo cultural
Laranjeiras	Sol e praia, ecoturismo
Nossa Senhora do Socorro	Sol e praia, ecoturismo
Pacatuba	Turismo rural, turismo cultural
Pirambu	Turismo cultural
Santa Luzia do Itanh	Turismo cultural e de sol e praia
Santo Amaro das Brotas	
São Cristóvão	

Quadro 1: Tipologia do Turismo no Polo Costa dos Coqueirais - Sergipe.

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

Nesse sentido o turismo ligado as praias é o mais procurado no município de Barra dos Coqueiros. Segundo a Technum Consultoria (2013) uma pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo em 2009, Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 64,9% dos turistas que realizaram pelo menos uma viagem no último ano, e 68,2% dos que pretendem realizar uma viagem nos próximos dois anos tem como primeira opção de viagem ir para a praia, sendo este, portanto, o segmento preferencial dos brasileiros.

Seguindo o Quadro 2, observa-se na exploração das atividades turísticas há a necessidade do reconhecimento dos riscos ambientais.

Controle Ambiental	Riscos em Relação às Atividades Turísticas
Clima	As atividades turísticas, que são atividades localizadas, não afetam diretamente os aspectos climáticos (que são fenômenos regionais).
Recursos Hídricos	Possibilidade de aumento significativo no volume de esgoto <i>in natura</i> lançado nos cursos d'água devido ao aumento do número de turistas (tanto em casas de veraneio e hotéis, como nos atrativos turísticos). Possibilidade de problemas com abastecimento de água caso o número de usuários aumente consideravelmente e ultrapasse a capacidade de carga do sistema.
Relevo	As atividades turísticas, quando mal planejadas, podem causar prejuízos ambientais em paisagens frágeis, como, por exemplo, com a invasão de dunas e praias para a construção de condomínios de casas de veraneio.
Solos	Os impactos causados por atividades turísticas podem ser observados principalmente na abertura de áreas para construção de condomínios de casas de veraneio e hotéis, aumentando a área de solo exposto e a possibilidade de desenvolvimento de processos erosivos.
Cobertura vegetal	A cobertura vegetal sofre impactos causados por atividades turísticas principalmente pela retirada da vegetação nativa para a construção civil (casas de veraneio, hotéis, pousadas, restaurantes etc), além da exploração descontrolada, como a abertura de trilhas, a exploração dos mangues, entre outros. Ressalta-se, ainda, quanto à preservação de vegetação protegida por Lei, especialmente no que diz respeito à necessidade de intervenção para contenção de invasão de mangues e áreas alagadas.
Uso do solo	A falta de ações de fiscalização no uso e ocupação do solo pode oferecer riscos às atividades turísticas com a degradação dos recursos naturais e consequente perda dos valores cênicos

Quadro 2: Riscos ambientais em relação às atividades turísticas.

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

Os dados mostram que o clima, os recursos hídricos, o relevo, o solo, a cobertura vegetal e o uso do solo podem representar riscos ambientais que podem comprometer as atividades turísticas, ou podem ser tornar um aspecto positivo para o desenvolvimento turístico.

Tem lugares turísticos que o clima é o principal aspecto atrativo e se caracterizam como fenômenos regionais. Os recursos hídricos são muito importantes para o turismo náutico, onde em alguns lugares é bem explorado, mas poderá gerar alguns impactos como interferir na qualidade da água através da contaminação. O conjunto de fatores como o relevo, o solo, a cobertura vegetal, o uso do solo, quando o turismo é explorado e que não utiliza um planejamento sustentável podem gerar impactos que não são aceitáveis do ponto de vista da conservação ambiental.

Conforme o Quadro 3, observa-se a síntese dos principais atrativos turísticos do Polo Costa dos Coqueirais.

Trechos	Municípios	Atrativos
Trecho 1 Área Central	Aracaju	Praia de Atalaia
		Oceanário de Aracaju
		Rio Vaza Barris – Croa do Goré
		Orla Por do Sol
		Orla do Bairro Industrial
		Mercado Público Antônio Franco
		Mercado Público Thales Ferraz
		Museu da Gente Sergipana
		Festejos Juninos
		Centro de Convenções de Sergipe
		Ponte Construtor João Alves
	Barra dos Coqueiros	Travessia do Tototó
		Navegação pelo Rio Sergipe
		Praia de Atalaia Nova
		Passeio de Charrete
		Praia da Costa
		Festa de Santa Luzia
		Praia do Jatobá
	Laranjeiras	Patrimônio Arquitetônico
		Riquezas Folclóricas
		Patrimônio Natural – cavernas
	Nossa Senhora do Socorro	Igreja Matriz Nossa Senhora Perpétuo do Socorro
		Prainha do Porto Grande
		Prainha de São Braz
		Festa da Padroeira
	Santo Amaro das Brotas	Igreja Matriz de Santo Amaro
		Capela de Nossa Senhora da Conceição (Engenho Caieira)
São Cristóvão	Mirante do Cristo	
	Praça de São Francisco	
	Praça da Matriz	
	Conjunto Arquitetônico do Carmo	
	Igreja Nossa Senhora do Amparo	
	Igreja Nossa Senhora do Rosário dos Homens Pretos	
Cristo Redentor		

Quadro 3 - Síntese dos Atrativos Turísticos Principais – Polo Costa dos Coqueirais - 2013.

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

Os dados mostram que o município de Barra dos Coqueiros tem como os principais atrativos turísticos a ponte Construtor João Alves, a travessia de tototó, a navegação pelo Rio Sergipe, a Praia de Atalaia Nova, o passeio de charrete, a Praia da Costa, a Festa de Santa Luzia e a Praia do Jatobá.

De acordo com o Quadro 4, observa-se o quantitativo de empreendimentos, como equipamentos e serviços que estruturam o setor turísticos do Polo Costa dos Coqueirais, onde estão inseridas as principais cidades com potencial turístico no Estado de Sergipe.

Município	Hospedagem	Alimentação**	Agências de Viagem	Transportadoras turísticas
Aracaju	132	169	37	66
Barra dos Coqueiros	2	11	2	0
Brejo Grande	4	4	0	0
Estância	8	17	5	1
Indiaroba	4	13	0	0
Itaporanga D'Ajuda	3	5	0	0
Laranjeiras	3	3	2	0
N. S. do Socorro	0	11	2	0
Pacatuba	2	3	0	0
Pirambu	5	6	0	0
Santa Luzia do Itanhy	1	3	0	0

Quadro 4: Total de Equipamentos e Serviços Turísticos Instalados nos Municípios Integrantes do Polo Costa dos Coqueiros – Sergipe – 2013.

Fonte: Emsetur e Technum Consultoria SS, 2013.

Os dados mostram que apesar do município de Barra dos Coqueiros situar-se próximo de Aracaju, ainda possui um número pequeno desses serviços, estabelecendo que através do potencial turístico que o município dispõe, se houver um planejamento adequado esses números tendem a melhorar.

De acordo com o Quadro 5, observa-se que o município de Barra dos Coqueiros em nível nacional ocupa a 1631^a posição em esgotamento sanitário adequado, a 6^a no estado e a 2^a na micro região.

Municípios	UH's	Leitos
Aracaju	4.575	9146
Barra dos Coqueiros	19	57
Brejo Grande	24	60
Estância	207	411
Indiaroba	57	164
Itaporanga D'Ajuda	53	229
Laranjeiras	155	388
N. S. do Socorro	0	0
Pacatuba	30	86
Pirambu	76	118
Santa Luzia do Itanhy	9	18
Santo Amaro das Brotas	0	0
São Cristóvão	0	0
Total	5205	10.677

Quadro 5: Quantitativo das Unidades Hoteleiras e Leitos - Municípios do Polo Costa dos Coqueiros – Sergipe - 2013.

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

4 | PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL.

Entendendo o desenvolvimento no seu sentido mais amplo como toda ação ou efeito relacionado com o processo de crescimento, evolução de um objeto, pessoa ou situação em uma determinada condição, percebe-se que desenvolver é um ato que resulta na ação de estar apto para o próximo passo, direção, indicação ou etapa superior a que se encontra na fase atual. Neste estudo o desenvolvimento também estar relacionado com o progresso e a melhoria positiva do Município de Barra dos Coqueiros.

Em relação ao aspecto de estar apto para o próximo passo, pretende-se analisar a perspectiva do desenvolvimento em Barra dos Coqueiros a partir da sua atual configuração

espacial, pois ela é clara e objetiva em relação ao destino socioespacial do município. Essa análise tem como referência a construção da ponte Aracaju/Barra dos Coqueiros.

Na concepção da engenharia a ponte foi construída para ligar a capital do estado aos municípios do litoral norte sergipano. Porém, na sua essência, a ligação vai além dos espaços, integrará o litoral norte do estado ao capital. Na sua fase inicial de integração, os reflexos da força do capital são marcantes do espaço/território do município de Barra dos Coqueiros.

Se a construção da ponte Aracaju/Barra tivesse o objetivo de integrar apenas esses municípios, não haveria a necessidade da construção/extensão da rodovia SE-100. A rodovia SE-100 é um projeto rodoviário interestadual, conduzido por Estado nos seus territórios, cuja finalidade é a integração e exploração do litoral de alguns estados nordestinos, como Sergipe. Por onde ela passa vai deixando nos espaços as suas marcas: supervalorização do solo, especulação imobiliária, implantação de condomínios e loteamentos, exploração da atividade turística, etc.

Em Barra dos Coqueiros a construção da rodovia, de início, já divide o espaço do município em duas porções a partir dela mesmo: na porção leste, entre o limite das praias e o limite da rodovia, as terras e os espaços são voltados para os condomínios e loteamentos, as praias, porto e complexo energético, são as terras de negócios. Na porção oeste, entre a rodovia e o canal do Rio Pomonga, uma estreita faixa de terra para acomodar os resistentes dos tempos e espaços, são as terras de trabalho. Neste sentido vale descrever e analisar as perspectivas de desenvolvimento do município de Barra dos Coqueiros a partir desta configuração espacial. Essa divisão espacial/territorial, se não planejada ou intencional, caracteriza-se pelas presenças na porção leste de elementos naturais, o litoral e suas praias, essências da valorização e atração do capital, na porção oeste o canal do rio Pomonga com suas extensas áreas de manguezais, ecossistema que por lei federal deve ser preservado.

É na porção leste do município que o “progresso” da ponte trouxe o estímulo à especulação imobiliária, onde diversas empresas imobiliárias já construíram condomínios de luxo, e/ou estão comprando os terrenos (terras de negócios) para construir outros condomínios ou loteamentos. Esse fato ocasionou a valorização do solo e dos imóveis na Barra dos Coqueiros. Neste sentido, a tendência é que as comunidades de Capuã e Olhos d’Água, localizadas nesta porção, sofram a pressão do capitalismo imobiliário. Nessa perspectiva, José de Souza Martins afirma que: “Quando o capital se apropria da terra, está se transformando em terra de negócio, em terra de exploração do trabalho alheio; quando o trabalhador se apossa da terra, ela se transforma em terra de trabalho. São regimes distintos de propriedade, em aberto conflito um com outro.” (MARTINS, 1990, p.55).

Em 2009 foi entregue o primeiro condomínio de apartamentos da Barra, e desde então, novos condomínios foram entregues ou estão em construção. Dessa forma, observa-se também a mudança na paisagem no sentido da verticalização da cidade, e com isso

os prédios vão substituídos os coqueiros. A exuberância dos coqueiros que dominavam a paisagem do município, inclusive dando o nome ao lugar, começa a aparecer com simples elemento de uma paisagem construída pelo poder público, ou nas urbanizações paisagísticas de condomínios e loteamentos.

Além disso, observa-se no município de Barra dos Coqueiros uma tendência no aumento nas construções de resort, no qual, acarretará novos investimentos públicos e privados. Neste sentido, o Estado além de direcionar o espaço para o mercado imobiliário, investe capital, através das políticas públicas de infraestrutura de vias de acesso, energia, segurança e de lazer como o turismo

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo dos condicionantes geográficos do município da Barra dos Coqueiros aponta para um aproveitamento econômico socioespacial com base no turismo, entretanto, o desenvolvimento que vem sendo promovido não demonstra inserção das comunidades. A ponte Aracaju/Barra que tem função como via de acesso e facilitou a comunicação de transportes entre os dois municípios, representa também às necessidades do setor imobiliário em sua emergência por novos territórios, tornando-se fundamental para a realização dos ajustes espaciais do modo de reprodução capitalista através da produção e do consumo. No caso dos condomínios de luxo, sejam para primeira ou segunda residências, eles funcionam como um modelo de resort, onde a demanda turística e imobiliária que lhe está sendo direcionada, seja cumprida, transformando por completo a localização sem necessariamente sair do local e, portanto, sem nenhum contato com as comunidades de entorno.

Diante deste cenário, urge a necessidade de alternativas econômicas para garantir a permanência das comunidades em suas bases locais. O município de Barra dos Coqueiros tem um conjunto de elementos naturais, culturais, econômicos com potencial para promoção do desenvolvimento local. Entre as atividades econômicas, o turismo é uma alternativa estratégica capaz de aproveitar deste potencial e contribuir, de forma sustentável, na melhoria dessa qualidade de vida das comunidades.

REFERÊNCIAS

BARRA DOS COQUEIROS. Site www.barra.dos.coqueiros.se.gov.br, acesso em 19 de junho de 2019.

CARLOS, Ana Fani A. **A (RE) produção do espaço urbano**. São Paulo. Edusp, 2008.

EBRASILENERGIA.<http://ebrasilenergia.com.br/site/construcao-da-maior-termeletrica-da-america-latina-e-iniciada-em-sergipe/>. Site consultado em 17 de junho de 2019.

EMSETUR, Empresa Sergipana de Turismo. **Pesquisa de Demanda Turística 2010/2011**.

FRANÇA, Vera Lúcia A. *et al.* **Atlas Escolar Sergipe: Espaço Geo-Histórico e Cultural**. João Pessoa, PB: Editora Grafset, 2007.

GOVERNO DE SERGIPE. **Base Cartográfica de Sergipe**. SEPLAG, 2013.

GOVERNO DE SERGIPE. **DIAGNOSTICO DO MUNICÍPIO DE BARRA DOS COQUEIROS**. Aracaju, 2002. http://www.cprm.gov.br/publique/media/hidrologia/cadastro_infraestrutura_sergipe/Barra.pdf. Site consultado em 15 de junho de 2019.

HAESBAERT, Rogério. **Da Desterritorialização a Mutiterritorialidade**. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo.

IBGE. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/barra-dos-coqueiros/panorama>. Site consultado em 14 de junho de 2019.

MARTINS, José de Souza. **Os Camponeses e a Política no Brasil: as lutas sociais no campo e seu lugar no processo político**. Petrópolis: Editora Vozes, 1990.

SILVA, J, A. **Turismo e Organização do Espaço no Polo Costa dos Coqueirais**. São Cristóvão, 2011.

SEDETEC/EMSETUR. **Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Sergipe 2009-2014**.

TECHNUM CONSULTORIA. **Polo Costa dos Coqueirais. Revisão do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável**. Produto 5, Versão Final, Vol II, Documento Técnico, abril de 2013.

TURISMO SERGIPE, www.turismosergipe.net/ - acesso em 19 de junho de 2019.

WIKIPEDIA. https://pt.wikipedia.org/wiki/Barra_dos_Coqueiros. Site consultado em 17 de junho de 2019.

WIKIPEDIA. <http://www.brasil.gov.br/noticias/infraestrutura/2018/07/sergipe-aumenta-producao-de-energia-eolica-em>. Site consultado em 17 de junho de 2019.

SOBRE O ORGANIZADOR

WILLIAM CLEBER DOMINGUES SILVA - Professor pesquisador no Curso de Turismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro onde é responsável pelas disciplinas de Meios de Hospedagem e Turismo e Esportes. Pós doutor em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (2019), Doutor em Turismo pela Universitat de Girona – Espanha (2016). Mestre em Turismo e Meio Ambiente pelo Centro Universitário UNA – BH (2007). Especialista em Administração Hoteleira – UFJF/SENAC MINAS (2002). Bacharel em Turismo pela FESJ – MG, (2001). Possui conhecimento, experiência e produção acadêmica nas áreas de turismo e hotelaria, turismo e patrimônio e turismo e esportes.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análises 33, 58, 65, 81, 98

Aspectos Turísticos 114

B

Barra dos coqueiros 114, 116, 125, 126

C

Conservação Preventiva 98, 99, 100, 101, 102, 103, 107, 110, 111

D

Desenvolvimento Turístico 40, 42, 43, 47, 48, 51, 61, 66, 80, 88, 114, 115, 122, 123

Diversificação e inovação 40, 49

E

Educação 1, 2, 4, 5, 6, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 44, 89, 95, 98, 114, 120

Educação Patrimonial 1, 4, 5, 6, 39, 98

Exposição 3, 5, 98, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 111, 112

F

Ferramenta Pedagógica 32

I

Identidade 1, 2, 4, 5, 6, 33, 37, 42, 43, 49, 92, 100

Impactos 26, 27, 28, 29, 30, 40, 41, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 55, 64, 65, 87, 94, 95, 119, 122

Índices Financeiros 17

Indústria Cultural 54, 55, 56, 57, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 67, 68

Inovação 31, 40, 41, 47, 49, 98

Intervenção Curativa 98, 99, 100, 103, 106, 108, 110, 111

L

Lazer 6, 25, 26, 28, 29, 30, 36, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 80, 92, 125

Litoral Norte. Sergipe 88

M

Mercantilização do lazer 54, 58

Método Delphi 88

Modernidade 69, 73, 74, 79

Museologia 98

Museus 2, 9, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

O

Oferta Turística 11, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 85, 88, 92, 93

P

Patrimônio Cultural 1, 6, 98, 99, 100

Percepção de Stakeholders 88

Planejamento 3, 29, 31, 36, 39, 65, 67, 69, 90, 93, 110, 120, 122, 123

Portugal 1, 31, 40, 80, 81, 82, 84, 87

Procura 28, 40, 43, 46, 47, 48, 50, 51, 53, 80, 81, 84, 85, 86, 89

Promoção Turística 65

Q

Quito 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

R

Redes Sociais 8

S

Sacoleiro 69

Santiago de Compostela 8, 9, 10, 12, 13, 14

Sustentabilidade 5, 6, 26, 27, 29, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 88, 89, 91, 95, 96

T

Território 1, 2, 3, 4, 5, 6, 35, 71, 76, 96, 119, 124

Turismo 2, 9, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 118, 121, 122, 125, 126, 127

Turismo Pedagógico 32, 33, 34, 36, 37, 39

Turismo Rural 81

Turismo Sustentável 26, 27, 52, 88, 89, 90, 95, 96, 97, 126

U

UNESCO 8, 9, 11, 111

Unidades de Conservação 25

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

 www.arenaeditora.com.br

 contato@arenaeditora.com.br

 [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)

 www.facebook.com/arenaeditora.com.br

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

 www.arenaeditora.com.br

 contato@arenaeditora.com.br

 [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)

 www.facebook.com/arenaeditora.com.br

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021