



Vicente de Paula Censi Borges

# Política Pública e Planejamento Estratégico do Turismo no Território Polo Costa do Delta: Um Modelo de Desenvolvimento Turístico

Tese de doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura, Ramo Turismo e Desenvolvimento,  
orientada por Professor Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos  
e apresentada ao Departamento de Geografia e Turismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Setembro 2017



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

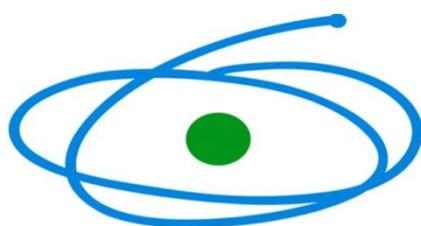


**POLÍTICA PÚBLICA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO  
NO TERRITÓRIO POLO COSTA DO DELTA: UM MODELO DE  
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

**Ficha Técnica:**

Tipo de Trabalho	Tese de Doutoramento
Título	Política Pública e Planeamento Estratégico do Turismo no Território Polo Costa do Delta: Um Modelo de Desenvolvimento Turístico
Autor	Vicente de Paula Censi Borges
Orientador	Norberto Nuno Pinto dos Santos
Identificação do Curso	Turismo, Lazer e Cultura
Área Científica	Turismo/ Geografia
Ramo	Turismo e Desenvolvimento
Data	15/09/2017





**C A P E S**

**Bolsa nº9984/13-05**



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO PIAUÍ

Este trabalho é financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, através do Programa Doutorado Pleno sob o processo nº9984/2013-05 e com apoio institucional da Universidade Federal do Piauí

## AGRADECIMENTOS

O exercício da gratidão não só faz bem à minha alma, mas impele-me a registrar meus sentimentos para com aqueles que, num dado momento, pararam para dar-me atenção, dedicando um pedaço da sua vida a satisfazer minhas necessidades. Sendo assim, elenco um a um, nominalmente, os que nestes 4 anos auxiliaram-me ao êxito desta tese. Portanto, o meu profundo agradecimento a cada uma das pessoas que fizeram parte e foram relevantes neste trabalho.

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Gaspar Rogério Goulart Borges e Áurea Censi Borges, que, mesmo distantes, sempre estiveram dispostos a compartilhar as experiências da vida e o amor aos livros.

Agradeço a minha Avó, Dona Maria Benta Goulart Borges – *in memoriam* –, que mantém-se como o alicerce da família, sempre vigiando e orientando, agora do “outro lado da vida”. E ao meu Avô, Bernardino Vaz Borges – *in memoriam* –, pelas histórias de vida.

Agradeço a minha esposa, Michelle Borges, e filhos – Maria Luiza, Yan e Lorenzo – pela paciência com minhas ausências, pelo aprendizado que proporcionam-me diariamente e capacidade de amar-me nos meus defeitos e virtudes.

Agradeço aos meus irmãos e parentes pelas palavras de incentivo e, por vezes, de consolo.

Agradeço ao Prof. Dr. Norberto Santos pelo zelo com minha pesquisa e cuidadosa e meticulosa orientação.

Agradeço a Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Fernanda Delgado Cravidão pela disponibilidade em conversar e acompanhar a evolução dos trabalhos.

Agradeço aos professores do Curso de Doutorado em Turismo, Lazer e Cultura do Departamento de Geografia da Universidade de Coimbra pela partilha de conhecimento, os quais foram fundamentais a esta tese.

**A**gradeço aos alunos e colegas que auxiliaram-me na pesquisa de campo, em especial os professores José Pedro Da Ros, Vanessa Frangiacomo Guzzi e Michelle Vetorelli e os alunos Ray Carvalho e Denise Soares.

**A**gradeço aos meus novos amigos portugueses e brasileiros pelo apoio, especialmente ao Bruno Zucheratto (Obrigado pelos mapas!), Vânia, Hugo, António José (Tô Zé), Ana, Fausto, Marco Antônio e Daniela.

**A**gradeço aos meus colegas do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Piauí pela disponibilidade e compreensão.

**A**gradeço a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES pela concessão da bolsa de Doutorado Pleno Exterior.

E por fim, agradeço a todas as pessoas que apoiaram de alguma forma, direta ou indiretamente esta tese, seja na concessão das entrevistas e/ou no auxílio do cumprimento dos objetivos deste estudo.

## RESUMO

A pesquisa, aqui empreendida, desenvolveu-se com base na percepção da necessidade de calcar a discussão num raciocínio crítico que trouxesse à investigação qualidade e amplitude na leitura da realidade estudada. Analisar um território como o Polo Costa do Delta (Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia), o qual apresenta um alto grau de complexidade social e ambiental, e um ambiente econômico em desenvolvimento, requereu estabelecer o objetivo de propor um modelo de planejamento estratégico para a região, sustentando-se nas premissas de um desenvolvimento turístico capaz de agregar uma interpretação integrada das relações entre as grandes e pequenas escalas de atuação em turismo, considerando a virtude da solidariedade e o direito à felicidade.

Para operacionalizar a investigação, optou-se por uma metodologia mista, ou seja, procedimentos quantitativos e qualitativos, os quais trouxeram ao estudo uma melhor capacidade de abarcar a complexidade do universo da pesquisa. Assim, estruturou-se três questionários, com predominância de questões fechadas com alternativas de resposta numa escala de Lickert, sendo o primeiro para auferir o índice de Felicidade Interna Bruta dos municípios do território, respondido pelos residentes, gestores e experts, o segundo intitulado “Gestores e *Experts*” e o terceiro direcionado apenas aos residentes (excluindo os gestores e *experts*). Optou-se por um quarto questionário com questões abertas para compreender a percepção dos residentes sobre a relação entre as dimensões de necessidade do autor Max-Neef (ser, ter, estar e fazer) e os nove domínios/dimensões do índice FIB. Para possibilitar as inferências a partir dos dados coletados, utilizou-se as análises uni e bivariadas, valendo-se dos testes estatísticos ANOVA e qui-quadrado, através do software SPSS 22, além da análise de conteúdo, sustentando-se nos recursos do software MAXQDA 12.

A investigação permitiu concluir que os residentes nos municípios do Polo apresentam um índice FIB, na média, muito baixo, evidenciando uma insatisfação para com a gestão do território. Portanto, para alcançar o objetivo de um ambiente equilibrado e solidário, que possibilite uma melhor qualidade de vida, percebe-se imperativo o modelo proposto de desenvolvimento à escala humana aos destinos turísticos do Polo, a qual deve se dar pela via do planejamento estratégico. Contudo, com base nos resultados da pesquisa, crê-se que o turismo, nas suas mais variadas vertentes, atenderá as premissas de um desenvolvimento sustentável na medida em que o cidadão residente no destino turístico sentir-se e for inserido no processo decisório e de formação das políticas públicas, sendo, para tanto, fundamental a

compreensão dos gestores dos destinos das necessidades e desejos da população residente, pois são estes elementos que subsidiarão as ações mais eficientes e eficazes.

**Palavras-chave:** Turismo, Felicidade Interna Bruta, Planejamento Estratégico, Desenvolvimento à escala humana, Delta do Parnaíba

## ABSTRACT

The research undertaken here was developed based on the perception of the need to trace the discussion in a critical reasoning that would bring to the investigation quality and amplitude in the reading of the studied reality. Analyzing a territory such as the Polo Coast of Delta (Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia and Cajueiro da Praia), which presents a high degree of social and environmental complexity, and a developing economic environment, required to establish the objective of proposing a model of strategic planning for the region, based on the premises of a tourism development capable of adding an integrated interpretation of the relations between the large and small scale of tourism, considering the virtue of solidarity and the right to happiness.

To operate the research, a mixed methodology was chosen, that is, quantitative and qualitative procedures, which brought to the study a better capacity to cover the complexity of the research universe. Thus, three questionnaires were structured, with the predominance of closed questions with response alternatives on a Lickert scale, being the first to obtain the Gross Domestic Happiness index of the municipalities of the territory, answered by residents, managers and experts, the second entitled "Managers and Experts" and the third is directed only to residents (excluding managers and experts). We opted for a fourth questionnaire with open questions to understand the residents' perceptions about the relationship between the dimensions of need of the author Max-Neef and the nine domains / dimensions of the IBF index. In order to make inferences from the data collected, univariate and bivariate analyzes were used, using ANOVA and chi-square statistical tests, through SPSS 22 software, in addition to content analysis, based on software resources MAXQDA 12.

The investigation allowed to conclude that the residents in the municipalities of the Pole have an average FIB index, very low, evidencing a dissatisfaction with the management of the territory. Therefore, in order to achieve the objective of a balanced and solidary environment, which makes possible a better quality of life, the proposed model of development on a human scale to the tourist destinations of the Pole is imperative, which must take place through strategic planning. However, based on the results of the research, it is believed that tourism, in its most varied aspects, will attend to the premises of a sustainable development to the extent that the citizen residing in the tourist destination feels and is inserted in the decision making process and For this reason, it is essential to understand the managers of the destinations of the needs and desires of the resident population, since these elements will support the most efficient and effective actions.

**Key-words:** Tourism, Gross National Happiness, Strategic Planning, Human-scale Development, Parnaíba Delta

## ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS .....	i
RESUMO .....	iii
ABSTRACT .....	v
PARTE I – PRIMEIRAS PALAVRAS .....	1
CAPÍTULO I. INTRODUÇÃO .....	1
1.1. Turismo e Desenvolvimento: Questões de partida, hipóteses e objetivos.....	1
PARTE II – TURISMO: POLÍTICAS PÚBLICAS E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	13
CAPÍTULO II. POLÍTICAS PÚBLICAS NO TURISMO DO BRASIL E PORTUGAL.....	13
2.1. Introdução.....	13
2.2. Breve Histórico.....	17
2.2.1. Políticas Públicas de Turismo no Brasil: História e Processo Decisório .....	17
2.2.2. Políticas Públicas de Turismo em Portugal: Gestão e Organização Estratégica .....	31
2.3. Planejamento Estratégico do Turismo Português: Estratégia 2027.....	53
2.4. Síntese.....	56
CAPÍTULO III – PLANEJAMENTO DO TURISMO: ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA .....	59
3.1. Introdução.....	59
3.2. Planejamento Estratégico do Turismo: Origem, Componentes e Complexidade .....	66
3.2.1. Origem.....	66
3.2.2. Componentes da Estratégia .....	71
3.2.3. Complexidade na formulação das estratégias .....	77
3.2.4. Avaliação da estratégia organizacional .....	79
3.3. Gestão Estratégica do Turismo.....	81
3.4. Síntese.....	90
CAPÍTULO IV. AMBIGUIDADES E DICOTOMIAS ENTRE DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO NO TURISMO: DA RACIONALIDADE INSTRUMENTAL/ FUNCIONAL À SUBSTANTIVA .....	93
4.1. Introdução.....	93
4.2. Turismo e Desenvolvimento: Teorias e Contribuições .....	98
4.3. Modelos de crescimento e teorias do desenvolvimento .....	107
4.4. Desenvolvimento Sustentável: Uma teoria alternativa no Turismo .....	111
4.5. Síntese.....	122
CAPÍTULO V – INDICADORES DO DESENVOLVIMENTO NO TURISMO.....	125
5.1. Introdução: Dos índices e indicadores economicistas/utilitaristas aos holísticos.....	125

5.2. O FIB no desenvolvimento do Turismo.....	139
5.3. Síntese .....	155
PARTE III – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO.....	157
CAPÍTULO VI - INFLUÊNCIAS, MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA .....	157
6.1. Introdução à Metodologia da Investigação .....	157
6.2. Etapas da Pesquisa: planejamento e elaboração do instrumento de investigação.....	158
6.3. Objetivo e Hipóteses da Investigação .....	161
6.4. Características da Pesquisa .....	164
6.5. Procedimentos de Coletas de Dados e Informações .....	168
6.5.1. Gross National Happiness – Index.....	171
6.5.1.1. Bem-estar Psicológico e Espiritual .....	171
6.5.1.2. Saúde.....	172
6.5.1.3. Uso equilibrado do Tempo.....	173
6.5.1.4. Boa Governança.....	173
6.5.1.5. Vitalidade Comunitária .....	174
6.5.1.6. Educação .....	175
6.5.1.7. Diversidade Cultural .....	176
6.5.1.8. Resiliência Ecológica.....	176
6.5.1.9. Padrão de Vida .....	176
6.5.2. Questionário para os Gestores Municipais e <i>Experts</i> / Questionário Residentes .....	177
6.6. Universo e Amostra .....	178
6.7. Análise e Interpretação dos dados.....	182
6.7.1. Gross National Happiness (FIB).....	182
6.7.2. Questionário Gestores públicos (políticos e administradores públicos) e <i>experts</i> / Questionário Residentes.....	186
6.7.3. Questionário residentes (questões abertas) .....	187
Sendo assim, valeu-se da matriz estruturada das necessidades humanas (ver quadro 46, p.321) na perspectiva de que não há hierarquia das necessidades. ....	187
6.8. Síntese .....	188
PARTE IV – RESULTADOS E PROPOSIÇÕES: MODELO DE DESENVOLVIMENTO E O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO .....	189
CAPÍTULO VII – CONHECENDO O TERRITÓRIO EM ESTUDO: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO SITUACIONAL.....	189
7.1. Introdução .....	189

7.2. Contexto Geral do Turismo e municípios na Área de Abrangência do Polo Turístico Costa do Delta .....	191
7.2.1. Aspectos Gerais dos Municípios do Território Polo Costa do Delta .....	199
7.2.1.1. Ilha Grande .....	200
7.2.1.2 Parnaíba .....	203
7.2.1.3 Luís Correia .....	207
7.2.1.4 Cajueiro da Praia .....	210
7.2.2. Análise da Oferta de Serviços de Interesse Turístico no Polo Costa do Delta.....	215
7.2.2.1. O Ambiente Político-legal.....	219
7.2.2.2 O Ambiente Econômico .....	226
7.2.2.3 O Ambiente Sócio-cultural .....	232
7.2.2.4 O Ambiente Tecnológico.....	239
7.3. FIB –Felicidade Interna Bruta .....	248
7.4. Identificação e Análise da Base Legal.....	257
7.4.1. Legislação Federal.....	257
7.4.2. Legislação Estadual de Apoio ao Turismo .....	260
7.4.3. Legislação Municipal de apoio ao Turismo .....	261
7.5. Áreas de Influência Direta (AID) e Áreas de Influência Estratégica (AIE).....	262
7.5.1. Área de Influência Direta (AID).....	262
7.5.2. Paisagens Culturais: Polo Costa do Delta .....	265
7.5.2.1. Regiões de Planejamento Territorial do Estado do Piauí: Polos Turísticos .....	265
7.5.2.1.1. Características Físicas e Naturais.....	268
7.5.2.2. Unidades de Paisagem .....	271
7.5.2.2.1. Paisagem Cultural da Planície Litorânea .....	272
7.5.3. Turismo e Impacto Ambiental.....	274
7.5.3.1. Compatibilidade Ambiental/Econômica da Macrorregião do Litoral .....	275
7.5.3.2. Aptidão para a Atividade do Turismo .....	276
7.5.4. Área de Influência Estratégica.....	280
7.6. Análise PEST: O Ambiente Envoltente do Polo Costa do Delta.....	282
7.7. Análise de SWOT.....	289
7.8. Síntese.....	296
CAPÍTULO VIII – PROPOSIÇÕES AO TERRITÓRIO: PLANEJAR E DESENVOLVER ....	297
8.1. Introdução.....	297

8.2. Base Conceitual da Proposta.....	298
8.2.1. O Desenvolvimento Turístico: Mudanças Estruturais Econômicas, Ambientais, Sociais, Políticas, Tecnológicas e Institucionais.....	298
8.2.2. Planejamento Estratégico Participativo no Turismo: Um Aprendizado .....	344
8.3. Síntese .....	348
<b>CAPÍTULO IX – O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO COMO FERRAMENTA DIRECIONAL DO DESENVOLVIMENTO .....</b>	<b>351</b>
9.1. Desenho da Proposta.....	351
9.1.1. Dinâmicas Ambientais .....	351
9.1.2. Estrutura das Decisões: Operacionais, Administrativas e Estratégicas .....	357
9.2. Planejamento Estratégico do Turismo no Polo Costa do Delta: Uma Proposta .....	358
9.2.1. Preparação e Organização do Planejamento Estratégico .....	358
9.2.2. Plano Estratégico do Turismo do Polo Costa do Delta: Simulação a partir do Modelo de Desenvolvimento Proposto .....	381
9.2.2.1. Introdução .....	381
9.2.2.2. Principais conclusões do diagnóstico.....	382
9.2.2.3. Base do paradigma competitivo do turismo.....	386
9.2.2.4. Sensibilização e Mobilização.....	388
9.2.2.5. Definição do turismo local e regional .....	390
9.2.2.6. Valores .....	394
9.2.2.7. Missão .....	395
9.2.2.8. Visão .....	395
9.2.2.9. Fatores Críticos de Sucesso.....	395
9.2.2.10. Cenários e objetivos estratégicos .....	396
9.2.2.11. Estratégias .....	404
9.2.2.12. Metas .....	412
9.2.2.13. Planos Contingenciais .....	413
9.2.2.14. Acompanhamento e avaliação .....	414
9.3. Síntese .....	414
<b>PARTE V – O MODELO DE DESENVOLVIMENTO E O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PROPOSTO .....</b>	<b>417</b>
<b>CAPÍTULO X – CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>417</b>
10.1. Concordância e Refutação de Hipóteses .....	419
10.2. Conclusões a partir dos Objetivos Propostos.....	427

REFERÊNCIAS ..... 435



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01 –	Polo Costa do Delta.....	03
Figura 02 –	Elementos Fundamentais das Escalas de Desenvolvimento do Turismo.....	05
Figura 03 –	Estrutura Conceitual da Tese.....	10
Figura 04 –	Estrutura do PPA 2012-2015.....	23
Figura 05 –	Um Modelo Geral do Processo de Decisão Estratégica.....	25
Figura 06 –	Modelo Sistêmico: A Política como Produto do Sistema.....	26
Figura 07 –	Instrumentos de Gestão Territorial e Planos Orientadores.....	34
Figura 08 –	Evolução na Organização Regional do Turismo.....	35
Figura 09 –	Evolução do Consumo do Turismo em Portugal: Série 2000 a 2010.....	36
Figura 10 –	Setores Estratégicos do Turismo: Enquadramento para os Projetos Estruturantes.....	36
Figura 11 –	Elementos Qualificadores e Diferenciadores para Promover o Turismo.....	37
Figura 12 –	Polos de Desenvolvimento Turístico.....	40
Figura 13 –	Abrangência e Limites das NUT's – 2013.....	41
Figura 14 –	Integração das Especificidades Regionais.....	44
Figura 15 –	Compreensão da Estratégia 2027.....	44
Figura 16 –	Matriz Motivações vs Produtos.....	46
Figura 17 –	Visão Turismo 2020.....	47
Figura 18 –	Portugal 2020: Objetivos Temáticos.....	47
Figura 19 –	Turismo como Prioridade Estratégica para o Governo.....	54
Figura 20 –	Processo de Construção Estratégica 2027: Ouvir, Envolver e Planear.....	55
Figura 21 –	Processo de Auscultação e Envolvimento dos Atores Estratégicos.....	55
Figura 22 –	Estrutura Política Geral do Turismo, tendo como Referência o Brasil.....	64
Figura 23 –	Planejamento Turístico Regional de Claire Gunn.....	70
Figura 24 –	Ambientes de uma Organização.....	72
Figura 25 –	Processo Simplificado de Elaboração de Estratégias.....	74
Figura 26 –	Sistema de Turismo (SISTUR) – Modelo Referencial.....	75
Figura 27 –	Modelo Dinâmico do Sistema de Turismo de Francisco Dionísio Serra.....	75
Figura 28 –	Modelo Representativo de Competitividade e Sustentabilidade para Destinos Turísticos.....	76

Figura 29 –	Processo de Conversão do Conhecimento.....	86
Figura 30 –	Modelo de Triangulação Triple Helix.....	88
Figura 31 –	Modelo de Butler para a Evolução Hipotética de uma Área Turística.....	89
Figura 32 –	Campo Gravitacional do Desenvolvimento Exógeno do Turismo.....	105
Figura 33 –	Espiral do Conhecimento.....	106
Figura 34 –	Parâmetros de Avaliação da Sustentabilidade Territorial.....	116
Figura 35 –	Componentes da Sustentabilidade Territorial.....	117
Figura 36 –	Modelo de Indicadores Utilizado no Relatório do Estado do Ambiente – “Força Motriz” – Pressão, Estado, Impacte, Resposta.....	118
Figura 37 –	As Relações entre a Balança de Pagamentos de Contas Nacionais e Contas Satélites do Turismo.....	130
Figura 38 –	Estrutura Fundamental do WBB.....	137
Figura 39 –	Campos de Experiência.....	144
Figura 40 –	Ranking Happy Planet Index 2015.....	147
Figura 41 –	Os Nove Indicadores do FIB.....	151
Figura 42 –	Infograma da Idéia de uma Smartcity.....	152
Figura 43 –	Esquema Metodológico da Pesquisa: Planejamento e Elaboração do Instrumento de Investigação.....	160
Figura 44 –	Definição da Questão de Partida (Problema da Pesquisa).....	162
Figura 45 –	Hipóteses Relativas ao Processo de Desenvolvimento do Turismo.....	163
Figura 46 –	Organização Político-administrativa do Estado do Piauí.....	190
Figura 47 –	Regiões Turísticas do Estado do Piauí.....	193
Figura 48 –	Território do Polo Costa do Delta.....	195
Figura 49 –	Desejo do Turista em Vistar.....	195
Figura 50 –	Delta do Rio Parnaíba.....	195
Figura 51 –	Mapa Ilustrativo da Rota das Emoções (Ma – PI – CE).....	197
Figura 52 –	Hierarquia da Legislação no Brasil.....	199
Figura 53 –	Município de Ilha Grande.....	200
Figura 54 –	Localização Geográfica de Parnaíba.....	203
Figura 55 –	Praia Pedra do Sal.....	204
Figura 56 –	Masterplan do Pure Resort.....	207
Figura 57 –	Limites do Município de Luís Correia.....	208

Figura 58 –	Praias de Atalaia e Coqueiro.....	210
Figura 59 –	Limites do Município de Cajueiro da Praia.....	211
Figura 60 –	Praia de Barra Grande.....	212
Figura 61 –	Fotos do Resort BOBz Boutique, Vistas de Barra Grande, Visualização do Cavalo Marinho e Peixe-boi.....	213
Figura 62 –	Localização do Empreendimento Projeto Ecocity Brasil.....	222
Figura 63 –	Projeto de Urbanização do Porto dos Tatus.....	223
Figura 64 –	Estrada PI 210 (Parnaíba para Ilha Grande).....	226
Figura 65 –	Redes de Parcerias na Formação da Delta TIC's.....	244
Figura 66 –	Mapa Wi-Fi Gratuito em Parnaíba PI.....	246
Figura 67 –	Bacias Hidrográficas do Estado do Piauí.....	263
Figura 68 –	Delimitação das Unidades de Conservação APA Delta do Parnaíba e RESEX do Delta do Parnaíba.....	264
Figura 69 –	Trajeto da Rotas das Emoções.....	265
Figura 70 –	Movimentação das Dunas – Praia de Macapá e Lagoa do Portinho.....	268
Figura 71 –	Impactos Ambientais aos Recursos Hídricos do Litoral do Piauí.....	269
Figura 72 –	Principais Formações Vegetais no Estado do Piauí.....	270
Figura 73 –	Porto das Barcas, Lagoa e Dunas e Vinhas dos Tabuleiros Litorâneos.....	273
Figura 74 –	Distâncias Regionais entre Parnaíba e Polos Emissores.....	278
Figura 75 –	Atrativos Naturais do Polo Costa do Delta.....	278
Figura 76 –	Consumo e Uso Desequilibrado no Território.....	281
Figura 77 –	Dinâmica do Ambiente Organizacional do Destino/Território-núcleo.....	283
Figura 78 –	Focos de Análise da Matriz SWOT.....	289
Figura 79 –	Geração de Bem-estar Social Indicativo para Políticas Públicas.....	302
Figura 80 –	Dinâmica do Ambiente na Geração de Bem-estar/ Felicidade.....	303
Figura 81 –	Diferenças entre as Concepções de Necessidades entre Maslow e Max-Neef..	305
Figura 82 –	Estruturação Territorial da Oferta Turística.....	335
Figura 83 –	Possíveis Fatores <i>Push and Pull</i> do Polo Costa do Delta.....	337
Figura 84 –	Destaque da Dinâmica entre as Oportunidades na Oferta e as na Demanda....	340
Figura 85 –	Adaptação do Modelo DPSIR (OCDE).....	343
Figura 86 –	Dinâmica dos Elementos e Variáveis Pertubadoras.....	352
Figura 87 –	Gestão Compartilhada no P.E. e no Turismo da Região Turística.....	353

Figura 88 –	Modelo Incremental de Tomada de Decisão.....	358
Figura 89 –	Dimensões de Análise da Gestão do Território e o Processo Decisório.....	359
Figura 90 –	Dimensões do Modelo de Desenvolvimento.....	361
Figura 91 –	Modelo Funcional – Definição de Responsabilidades.....	362
Figura 92 –	Etapas do Processo de Planejamento Estratégico do Turismo no Polo Costa do Delta.....	364
Figura 93 –	Espiral do Conhecimento de Nonaka e Takeushi (1997).....	367
Figura 94 –	Fases do Planejamento Estratégico do Turismo.....	371
Figura 95 –	Diagnóstico Estratégico Situacional.....	373
Figura 96 –	Construção da Identidade Turística.....	374
Figura 97 –	Dinâmica Atual e Previsível dos Fluxos de Turistas na Região Meio Norte...	387
Figura 98 –	Mapa Turístico do Polo Costa do Delta.....	390
Figura 99 –	Cenário A.....	397
Figura 100 –	Cenário B.....	398
Figura 101 –	Cenário C.....	399
Figura 102 –	Aptidões Turísticas do Território Polo Costa do Delta.....	402
Figura 103 –	Estruturação e Fortalecimento do Turismo – OE 1.....	405
Figura 104 –	Desenvolvimento Ambiental e Sócioeconomicamente Equilibrado do Turismo – OE 2.....	406
Figura 105 –	Posicionando o Polo Costa do Delta no Mercado Turístico – OE 3.....	408
Figura 106 –	Estratégias de Qualificação do Destino a partir dos Valores do Território..	409
Figura 107 –	Estratégias para a Infraestrutura do Turismo.....	410
Figura 108 –	Delineamento das Metas.....	412
Figura 109 –	Etapas Abrangidas pelo Plano de Contingência.....	413

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Fluxo Turístico é Incipiente (Questionário Residentes).....	190
Gráfico 02 – Índices Gerais de Competitividade-destino x Brasil 2008-2014...	205
Gráfico 03 – Percepção dos Residentes: o turismo traz felicidade?.....	213
Gráfico 04 – A oferta de alojamentos e serviços de restauração é suficiente?.....	217
Gráfico 05 – Há participação no planejamento do turismo – visão dos <i>experts</i>	224
Gráfico 06 – PIB – Produto Interno por setor Econômico.....	227
Gráfico 07 – Formalização de Ocupações .....	229
Gráfico 08 – O município utiliza portais na internet para divulgar-se (Políticos/ <i>Experts</i> ).....	247
Gráfico 09 – Condição de Residência (Propriedade).....	249
Gráfico 10 – Vitalidade Comunitária (confiança e segurança).....	250
Gráfico 11 – Acesso à educação.....	253
Gráfico 12 – Trabalha no Turismo?.....	255
Gráfico 13 – Impactos Econômicos – o turismo aumenta a renda.....	255
Gráfico 14 – Em termos gerais, o turismo no seu município traz a felicidade para os residentes?.....	256
Gráfico 15 – Turismo doméstico: Polos Emissores.....	277
Gráfico 16 – ISSQN em 2013.....	279
Gráfico 17 – Serviços Essenciais: transporte público de qualidade.....	306
Gráfico 18 – Em relação aos Serviços públicos, o turismo... (Questionário Residentes).....	307
Gráfico 19 – O contato com o turista altera a sua rotina de trabalho?.....	308
Gráfico 20 – A sua residência é (Questionário Residentes).....	309
Gráfico 21 – O turismo aumenta as oportunidades de trabalho?.....	311
Gráfico 22 – O turismo beneficia um número pequeno de pessoas.....	312
Gráfico 23 – O turismo modifica o dia a dia?.....	314
Gráfico 24 – O turismo muda o estilo de vida?.....	314
Gráfico 25 – O turismo aumenta o sentimento de pertencimento a comunidade?	317
Gráfico 26 – Com o turismo multiplica-se o número de iniciativas empreendedoras?	318
Gráfico 27 – Com o turismo aumentam-se as oportunidades de trabalho?.....	319
Gráfico 28 – Com o turismo aumentam-se a renda?.....	320

Gráfico 29 –	O turismo diminuiu o acesso dos residentes em algumas áreas públicas	321
Gráfico 30 –	O turismo influencia negativamente a cultura local?.....	322
Gráfico 31 –	O turismo modifica os valores e princípios?.....	323
Gráfico 32 –	O turismo reafirma a identidade local?.....	324
Gráfico 33 –	Produz comportamentos artificiais para satisfazer o turista...	325
Gráfico 34 –	O turismo aumenta a poluição?.....	328
Gráfico 35 –	O turismo amplia a geração de lixo?.....	329
Gráfico 36 –	O turismo auxilia na piora da qualidade da água?.....	330

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 01–	Tema, Problema e hipótese.....	04
Quadro 02–	Objetivos Específicos da Pesquisa.....	08
Quadro 03 –	Organização e Composição do Sistema Nacional de Turismo.....	27
Quadro 04 –	Tipologias de Políticas de Lowi (1972) no PNT.....	28
Quadro 05 –	Tipologias das Políticas Públicas baseadas na Coerção.....	29
Quadro 06 –	Comparativo Brasil/ Portugal em Competitividade no Turismo.....	32
Quadro 07 –	Primeira Matriz Estratégica Produto/ Destino.....	33
Quadro 08 –	Portugal Continental por NUT's.....	38
Quadro 09 –	Reconhecimento de Projetos – Critérios Gerais.....	43
Quadro 10 –	Processos Político-administrativos.....	49
Quadro 11 –	Quadro Compartivo da Característica e Resultados da Regionalização no Brasil e em Portugal.....	56
Quadro 12 –	Mudança Ambiental das Organizações no Processo de Globalização a partir de 1970.....	61
Quadro 13 –	Conceitos Básicos e Tipos de Estratégia.....	66
Quadro 14 –	Fases e Etapas do Planejamento Estratégico.....	83
Quadro 15 –	As Fases e Etapas do Planejamento Estratégico na Perspectiva de Chiavenato.....	84
Quadro 16 –	Paradigmas do Desenvolvimento Pós-1950.....	103
Quadro 17 –	Ecodesenvolvimento x Desenvolvimento Sustentável.....	113
Quadro 18 –	Indicadores de Desenvolvimento Sustentável (IDS) em Portuga.....	120
Quadro 19 –	Indicadores e Variáveis no Turismo.....	128
Quadro 20 –	Sistema de Indicadores de Sustentabilidade no Turismo.....	130
Quadro 21 –	Rankings dos Principais Indicadores de Turismo Internacional.....	132
Quadro 22 –	Indicadores de Desenvolvimento Brasileiro .....	134
Quadro 23 –	Fases da Pesquisa.....	159
Quadro 24 –	Autores Fundamentais da Pesquisa Bibliográfica.....	168
Quadro 25 –	Estrutura e Público-alvo dos Questionários Aplicados.....	169
Quadro 26 –	Técnicas de Amostragem que podem ser Utilizadas nas Investigações em Turismo.....	178
Quadro 27 –	Operacionalização do Questionário FIB (Domínios x Dimensões).....	184
Quadro 28 –	Atores partícipes da gestão da Rota das Emoções.....	198

Quadro 29 –	Estrutura Administrativa da Prefeitura Municipal de Ilha Grande.....	202
Quadro 30 –	Histórico do Aeroporto Internacional Prefeito Doutor João Silva Filho.....	218
Quadro 31 –	IDEB por Município do Ano de 2015.....	234
Quadro 32 –	Classificação pelo PLANHAB dos Municípios em relação ao Polo Costa do Delta.....	236
Quadro 33 –	Principais Indicadores selecionados para as Metas do PLANSAB.....	237
Quadro 34 –	Ferramentas de e-marketing utilizadas por empresas de Turismo do Polo Costa do Delta.....	242
Quadro 35 –	Legislação Brasileira de Turismo.....	257
Quadro 36 –	Legislação Turística Brasileira (decretos-lei).....	259
Quadro 37 –	Polos de Turismo e Áreas de Planejamento dos Estados do CE, PI e MA.....	266
Quadro 38 –	Compatibilidade entre os Segmentos Econômicos e Recursos Ambientais.....	276
Quadro 39 –	Análise PEST-AL da Área de Influência – Brasil e Mundo em referência ao Polo Costa do Delta.....	285
Quadro 40 –	Análise SWOT do Delta do Parnaíba.....	290
Quadro 41 –	Análise de SWOT – Praias.....	291
Quadro 42 –	Análise de SWOT – Produtos Turísticos.....	292
Quadro 43 –	Análise de SWOT – Patrimônio Histórico-cultural.....	293
Quadro 44 –	Análise de SWOT Econômico Social.....	294
Quadro 45 –	Matriz das necessidades Humanas (Residentes).....	310
Quadro 46 –	Tipos de Satisfatores e Satisfatores Políticos e legais em relação ao Turismo do Polo Costa do Delta.....	332
Quadro 47 –	Paradigmas Ambientais.....	354
Quadro 48 –	Fatores Críticos de Sucesso.....	375
Quadro 49 –	Tipos de Estratégia.....	378
Quadro 50 –	Fraquezas do Território Polo Costa do Delta.....	382
Quadro 51 –	Pontos Fortes do Território Polo Costa do Delta.....	382
Quadro 52 –	Associações, Cooperativas e Movimentos Sociais do Polo Costa do Delta.....	388
Quadro 53 –	Fatores Críticos de Sucesso do P.E. do Polo Costa do Delta.....	395

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 01 –	Número de entrevistas realizadas através de inquérito por questionário por município do território estudado.....	179
Tabela 02 –	Universo, Amostra e Taxa de Resposta.....	181
Tabela 03 –	Motivação para o Turismo no Litoral do Piauí.....	194
Tabela 04 –	Dados Gerais de Ilha Grande.....	201
Tabela 05 –	Dados Gerais do Município.....	201
Tabela 06 –	Dados Gerais de Parnaíba.....	204
Tabela 07 –	Dados Gerais do Município.....	205
Tabela 08 –	Índice de Geral de Competitividade do Destino Brasil e não Capitais.....	206
Tabela 09 –	Média de ocupação na rede hoteleira em 2009.....	206
Tabela 10 –	Dados Gerais do Município de Luís Correia.....	208
Tabela 11 –	Dados Gerais do Município.....	209
Tabela 12 –	Demanda local de Hospedagem.....	209
Tabela 13 –	Dados Gerais do Município de Cajueiro da Praia.....	211
Tabela 14 –	Índices e Indicadores do Município de Cajueiro da Praia.....	211
Tabela 15 –	Demanda por Hospedagem e empreendimentos em Barra Grande.....	212
Tabela 16 –	O Turismo traz Felicidade x Impactos Econômicos (Renda).....	214
Tabela 17 –	O Turismo traz Felicidade x Impactos Econômicos (qualidade de vida).....	214
Tabela 18 –	Teste do Qui-quadrado às variáveis Turismo traz Felicidade x Impactos Econômicos (proporciona qualidade de vida).....	215
Tabela 19 –	Teste do Qui-quadrado às variáveis Turismo traz Felicidade x Impactos Econômicos (aumenta a renda).....	215
Tabela 20 –	Empreendimentos em Hotelaria e Restauração no Polo Costa do Delta.....	216
Tabela 21 –	Na Gestão Municipal desenvolve-se ações em... (Políticas Públicas).....	222
Tabela 22 –	Qual o nível de sensibilidade e percepção que julgas ter a população local em relação ao turismo.....	224
Tabela 23 –	Percentual (%) de ocupações formais por setor econômico.....	229
Tabela 24 –	% de ocupações formais por setor econômico (Polo Costa do Delta).....	230

Tabela 25 – Remuneração média de empregos formais entre o Polo Costa do Delta, Piauí e Brasil em 31/12/2009.....	231
Tabela 26 – Remuneração média de empregos formais entre os Municípios do Polo Costa do Delta em 31/12/2009.....	231
Tabela 27 – Total de domicílios com Energia Elétrica e participação %.....	235
Tabela 28 – Déficit Habitacional quantitativo em 2010.....	236
Tabela 29 – Metas para Principais Indicadores de Saneamento nas Regiões Hidrográficas Brasileiras (em %)......	237
Tabela 30 – Número de famílias e condição de abastecimento de água.....	238
Tabela 31 – Número e percentual de famílias por tipo de tratamento de esgoto.....	239
Tabela 32 – FIB obtido através da média das dimensões (Inquérito GNH) numa escala de 1 a 5, onde 5 corresponde a felicidade.....	250
Tabela 33 – Valores da produção a preços concorrentes e FIB total.....	251
Tabela 34 – Desigualdade Social.....	253
Tabela 35 – Relação Número de Empresas de Turismo x População em Cajueiro da Praia.....	254
Tabela 36 – Caracterização dos Municípios.....	267
Tabela 37 – Teste do Qui-quadrado às variáveis Alteração de Rotina x Qualidade dos Serviços públicos.....	308
Tabela 38 – Teste do Qui-quadrado às variáveis Aumento das Oportunidades de Trabalho x Distribuição de Renda.....	313
Tabela 39 – Teste do Qui-quadrado às variáveis Comportamento do Residente (modifica o dia a dia) x Mudança no estilo de Vida.....	315
Tabela 40 – Teste do Qui-quadrado às variáveis Diminuição do Acesso a Áreas Públicas x Influência Negativa do Turismo na Cultura Local.....	323
Tabela 41 – Teste do Qui-quadrado às variáveis Influência Negativa do Turismo na Cultura Local x O Turismo modifica os Valores e Princípios.....	324
Tabela 42 – Teste do Qui-quadrado às variáveis O Turismo muda o estilo de Vida x Produz Comportamento Artificial para Satisfazer o Turista.....	326
Tabela 43 – O planejamento faz parte do processo de gestão e fomento ao turismo no município?.....	347
Tabela 44 – Conhece a existência de algum plano de desenvolvimento do turismo no município?.....	347

Tabela 45 – Dados sobre o desenvolvimento humano no Polo Costa do Delta.....	386
Tabela 46 – Melhoria das infraestruturas básicas (escala de 1 a 5).....	420
Tabela 47 – Em geral, eu diria que minha saúde é: .....	428



## ÍNDICE DE APÊNDICES

Apêndice A.....	477
Apêndice B.....	481
Apêndice C.....	499
Apêndice D.....	515



## **PARTE I – PRIMEIRAS PALAVRAS**

### **CAPÍTULO I. INTRODUÇÃO**

#### **1.1. Turismo e Desenvolvimento: Questões de partida, hipóteses e objetivos**

O estudo da atividade turística é, na visão de alguns autores<sup>1</sup>, debatido e percebido na concepção desenvolvimentista, definida como o caminho para se obter o crescimento econômico de uma localidade, de um território, de um destino turístico. Harrison (2015, p.66), dentre outros, identifica que tanto os economistas quanto os decisores/gestores ainda encaram o turismo como um “passaporte para o desenvolvimento” através do foco no crescimento econômico do setor.

Perante as desigualdades regionais, na maior parte dos municípios brasileiros o turismo também é compreendido como a alternativa mágica para a captação de investimentos e geração de emprego e renda, tornando-se objeto preferencial de empreendedorismo. Os argumentos que justificam esta visão abarcam a expansão do setor em escala mundial e nacional, o que atrai a atenção das localidades que detém graves problemas estruturais de desenvolvimento. Este contexto gera, em nível regional, um ambiente competitivo entre lugares que almejam visibilidade perante o mercado turístico e compreensão de que são aptas a receberem grandes projetos e empreendimentos turísticos, revelando-se uma realidade paradoxal perante o objetivo de desenvolvimento e crescimento sustentável e os anseios de tempo e escala do mercado caracterizado pelo turismo de grandes fluxos. Para Clarke (1992) o turismo sustentável, como meta, deveria ser objetivado e realizável independentemente da escala de turismo. Por outro lado, em larga escala possui como características as perspectivas física e ecológica, além do elemento econômico, sendo que em escala menor constrói-se em bases mais sólidas de cunho social em âmbito local.

Esta perspectiva genérica traz à gestão de destinos turísticos o anseio por mecanismos de correção de rumo que diminuam os impactos negativos e potencializem a capacidade de geração de renda e aumento de tributos. Tal compreensão, perceptível em muitos destinos turísticos brasileiros, como Balneário Camboriú, Fortaleza, Florianópolis, Salvador, entre outros, geram problemas a longo prazo, pois as análises e propostas de políticas públicas, geralmente, não transcendem a esfera econômica, a do crescimento. Concomitantemente importa considerar a natureza, a paisagem, patrimônio histórico-cultural, as populações

---

<sup>1</sup> Andrade (1987), Azzoni (1993), Furió Blasco (2001), Goded Salto (1998), Lages e Milone (2001), Sharpley (2009), Butowski (2010), Harrison (2015), entre outros.

nativas (índios), a população autóctone, assim como recursos à produção de bens serviços turísticos.

Segundo Ouriques (2006), a introdução da atividade turística em regiões periféricas<sup>2</sup> traz, inicialmente, um efeito instabilizador e de desestruturação da economia pré-existente.

O território compreendido nesta tese, o Polo Costa do Delta, nas últimas duas décadas apresenta a dinâmica dos conflitos iniciais à introdução do turismo, pois de um lado surge a expansão imobiliária associada à expropriação de terrenos de pessoas em comunidades tradicionais (pescadores, marisqueiras, catadores de caranguejo, artesãos), com objetivo especulativo, através de imobiliárias, construtoras e incorporadoras, ligadas direta ou indiretamente ao turismo; de outro temos o surgimento de uma nova economia local e regional fundada no aparecimento dos setores hoteleiro, de restauração e entretenimento (Bursztyn, 2003). Neste contexto, há a desestruturação da economia local aliada ao processo de transformação do espaço, no uso e ocupação, para melhor adequação às atividades turísticas, muitas vezes com impactos negativos no ambiente local, em concreto nas populações e nos elementos naturais.

O turismo, assim como qualquer outro setor econômico, seja na perspectiva de mercado ou de um planejamento centralizado, funda-se nas relações socioeconômicas e estas na interação espacial, ocorrendo num determinado espaço geográfico e influenciando-o e sendo influenciado. Polése (1998) preconiza que os atributos do espaço influenciam o homem e, portanto, o turismo, nos seus comportamentos, percepções e escolhas, o qual age sobre o espaço modificando-o. Trata-se, de fato, de uma ação de duplo sentido em que a estrutura influencia a ação/agentes e esta é influenciada pela estrutura, no sentido do definido no estruturacionismo de Giddens<sup>3</sup>.

Sendo assim, o desenvolvimento do turismo no território, objeto desta tese, está embasado numa dinâmica predadora do ambiente local, expropriando e deslocando parte da população a zonas periféricas do território, alterando negativamente o padrão de vida dessa população. Isto porque a ação, os agentes, detêm um poder de intervenção muito desigual, tendencialmente com pendor negativo para a população local, sem meios para investir e sem poder político para fazer vingar as suas propostas.

---

<sup>2</sup> Considera-se aqui “regiões periféricas” enquanto elemento posicional: os territórios externos as capitais dos estados brasileiros ou de destinos turísticos consolidados.

<sup>3</sup> Para Anthony Giddens “sua concepção estruturacionista é realizar uma síntese entre estrutura e ação (agência). Assim, a sua concepção não é estruturalista, pois não parte das estruturas invariáveis e sim da união sintética entre estrutura e ação. O nome estruturacionismo é justamente derivado de estruturação, que une estrutura e ação. Ele constitui sua sociologia a partir da busca de superar o objetivismo e o subjetivismo. Para tanto, ele realiza a crítica do funcionalismo e do estruturalismo” (Peixoto, 2014).

Nesse sentido, é visível que o turismo associa-se intimamente com os laivos de esperança de desenvolvimento dos destinos menos favorecidos economicamente, incapazes de propiciar melhores condições à vida, qualidade de vida e verdadeira cidadania. Porém, os inúmeros exemplos espalhados pelo Brasil e no mundo, demonstram que as potencialidades do turismo em modificar a condição de desenvolvimento desigual, a partir de um desenvolvimento capaz de diminuir os problemas provenientes das dependências e dificuldades socioeconômicas, não são possíveis quando desassociadas da atenção às outras dimensões e condicionantes da vida, além da econômica, como: a dimensão social, ambiental/ecológica, cultural, tecnológica e legal.

É na discordância dessa realidade, não da descrição mas da dinâmica mercadológica do turismo, que considera-se fundamental, ao longo deste estudo das políticas públicas, do planejamento estratégico e do desenvolvimento turístico nos municípios do litoral do Piauí, a firmação da análise crítica do turismo como uma das características da narrativa da tese, além do ímpeto de contrapor a realidade atual do desenvolvimento turístico do território estudado (figura 01) com um modelo mais apropriado às necessidades locais e regionais, que reflete-se sobre quais as questões que merecem uma análise crítica.

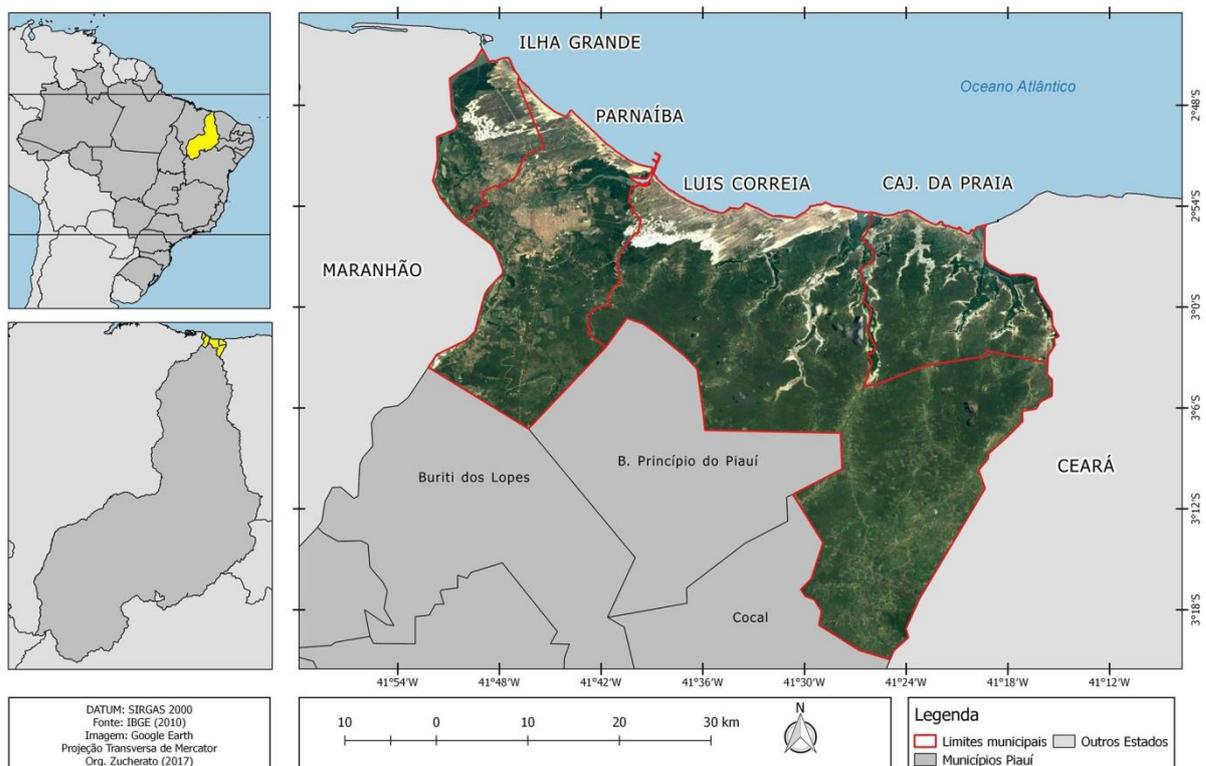


Figura 01 – Polo Costa do Delta  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

A partir das propostas de desenvolvimento de Max-Neef (2012) e do conjunto de indicadores do FIB – Felicidade Interna Bruta, percebeu-se alguns *gaps* no modelo de desenvolvimento turístico atual, como: a inexpressividade da participação popular no processo de planejamento e decisão de políticas públicas em turismo, a descontinuidade das ações, a falta de uma percepção mais realista do território por parte dos gestores públicos e privados, o descompasso entre o poder público local e a iniciativa privada, desigualdade social elevada, o desequilíbrio territorial proveniente da desigualdade econômica entre os municípios, a incompreensão da complexidade do turismo e da dinâmica do mercado turístico.

Explicita-se que este estudo apresenta como tema central o desenvolvimento e o planejamento do turismo. É a partir desta temática que se desenvolvem todos os argumentos teóricos e de exemplificação, na qual sustenta-se a investigação empírica e, conseqüentemente, a proposta desta tese. Com caráter orientador, embasado no tema, definiu-se o problema da pesquisa e uma hipótese geral (Quadro 01), a qual subdivide-se em outras quatro partes (ver página 163).

<b>Tema</b>	Política Pública e Planejamento Estratégico do Turismo no Território Polo Costa do Delta: Um Modelo de Desenvolvimento Turístico
<b>Questão de Partida (Problema)</b>	Qual o modelo de planejamento estratégico do turismo que melhor se adequa ao processo de desenvolvimento que contemple um ambiente social, econômico e ambiental equilibrado, inclusivo, com participação popular e solidário?
<b>Hipótese geral</b>	<p>Comentário: O atual modelo de desenvolvimento turístico do Polo Costa do Delta prevê a integração dos municípios do território a partir dos seus recursos, mas não consegue politicamente, economicamente e socialmente efetivá-la, pois proporciona a população um processo de concentração de renda, empobrecimento da população mais carente e em estado de vulnerabilidade, inacessibilidade aos modos de saber e fazer e a renda proveniente das relações mercadológicas, acentua gravemente a segregação social, aumenta significativamente a má distribuição de renda, traz piores às condições de vida e intensifica o processo de desterritorialização e reterritorialização, forçando o deslocamento das populações para áreas mais periféricas e distantes dos recursos necessários à produção dos bens e serviços.</p> <p>Hipótese: O modelo de planejamento estratégico congrega o território a partir de instâncias de participação de caráter institucional, abarcando a população residente, a iniciativa privada e o poder público, gerando, assim, a coesão necessária para o desenvolvimento de um ambiente solidário e menos desigual.</p>

Quadro 01 – Tema, problema e hipótese  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Considerando que o problema da pesquisa deriva-se de outros três (figura 45, p.163), reconhece-se a necessidade de se apresentar soluções, expressas nos objetivos da pesquisa e explicitadas na proposta da tese.

Portanto, o objetivo geral deste trabalho é: propor um modelo de planejamento estratégico para a região do Polo Costa do Delta, sustentando-se nas premissas de um desenvolvimento turístico capaz de agregar uma interpretação integrada das relações entre as grandes e as pequenas escalas de atuação em turismo (Ver figura 02).



Figura 02 – Elementos fundamentais das escalas de desenvolvimento do turismo  
 Fonte: Costa e Santos (2016, adaptado de Clarke, 1997)

Sendo assim, valendo-se das diretrizes desta pesquisa anteriormente explicitadas, esta tese deseja evidenciar:

- a) Que o turismo é um fenômeno social, sem perder a perspectiva sistêmica na compreensão do fenômeno;
- b) Que a análise crítica é relevante ao processo de diagnóstico situacional do território;
- c) Que a competitividade e a gestão devem estar calcadas num pensamento estratégico, pois configuram-se a partir de um ambiente instável e imprevisível, exigindo uma postura de aprendizado contínuo;

- d) Que os elementos centrais para o êxito da implementação do planejamento estratégico é a participação ampla e irrestrita de todos os agentes e grupos de interesse e a consciência dos partícipes do seu papel no processo de planejar;
- e) Que não há um destino turístico equilibrado e hospitaleiro sem a satisfação das necessidades básicas da população residente e dos empreendimentos turísticos;
- f) Que a felicidade interna no território é fundamental para o desenvolvimento do turismo;
- g) Que as políticas públicas devem ser geradas a partir das estratégias delineadas no planejamento, configurando-se o passo a passo rumo ao desejado desenvolvimento sustentável do turismo.

Os quatro municípios, objeto da pesquisa, que definem o território turístico Polo Costa do Delta, são detentores de recursos naturais singulares, assim como de um patrimônio histórico-cultural relevante regional e nacionalmente, os quais sofrem impactos negativos devido a ação antrópica e a dinâmica natural do ambiente costeiro. Outro fator que auxilia este contexto é a inação como principal política pública governamental, caracterizada pela não valorização do território e baixo investimento público na infraestrutura que poderia integrar a oferta turística local. Contribuindo para esta percepção está a quase inexistência de dados e informações confiáveis sobre o território e o turismo local e regional.

Desta forma, seria redundante se a justificativa para o desenvolvimento desta pesquisa se embasasse na evidente importância do planejamento para o turismo, assim como do impacto do setor na matriz econômica regional, tendo em vista o crescimento expressivo, perceptível pelo número crescente de empreendimentos turísticos, e a inserção do território Polo Costa do Delta no mercado turístico através de produtos calcados nos recursos naturais da região, fundamentalmente os oriundos do Delta do rio Parnaíba. Da mesma forma seria, se o argumento principal fosse somente embasado no prejuízo ao Polo pelo desejo político e empresarial, de transformar os municípios em destinos turísticos com fluxos contínuos e crescentes e atraentes ao capital externo.

Assim, e não obstante o peso que os tópicos acima referidos têm nos raciocínios de uma justificativa dessa natureza, optou-se por alicerçar-se a argumentação sobre a relevância do bem-estar da população local, através da satisfação das necessidades básicas, sociais e políticas, construída a partir de instâncias de participação para o desenvolvimento do turismo a uma escala humana, como causa da estruturação territorial e ascensão econômico-social em um ambiente solidário das comunidades inseridas no território de estudo.

O Polo Costa do Delta, que congrega os municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, objetos territoriais desta tese, abrange toda a extensão do litoral do estado do Piauí, aproximadamente 66 Km de elementos naturais harmoniosamente distribuídas e conservadas, sendo, hoje, centro das atenções por parte do capital imobiliário especulativo, muito dele associado ao turismo. Este interesse justifica-se por três motivos: a) o litoral, de gestão pública, ser considerado um dos de melhor conservação da região nordeste brasileira; b) a existência de um baixo índice de ocupação territorial na região litorânea, comparativamente aos estados vizinhos; c) ser considerado o estado que proporciona o mais fácil acesso ao Delta do rio Parnaíba, um dos três no mundo, em mar aberto, no mundo e o único das américas. No entanto, como nos outros estados litorâneos do nordeste, o Piauí mostra-se permissivo aos interesses do capital especulativo e turístico, implementando um modelo de desenvolvimento em que o uso e ocupação do espaço depende de intervenções não planejadas adequadamente, não considerando as peculiaridades que fazem, no litoral, o turismo ser um aliado da geração de emprego, renda e bem-estar para as comunidades autóctones.

Não é correto afirmar, para o caso do Polo Costa do Delta, que a atividade turística gera várias ilhas de prosperidade, como se vê em estados com fluxos de turistas mais intensos, criando, momentaneamente, um ciclo privilegiado de consumo e produção. No Polo, o turismo é responsável, para os trabalhadores e comunidade autóctone, pela diminuição e/ou substituição de atividades económicas tradicionais.

Este processo de desestruturação e destruição socio-econômico-natural é apresentado na literatura, como exemplificado por Krippendorf (2001), Beni (2003), Ruschman (2000), Yazigi (2001), Coriolano (2003), Rodrigues (2001), Luchiari (1999) entre outros, em análises que se dividem entre a percepção positivista da atividade turística, onde o crescimento e prosperidade “é o futuro certo” para as comunidades que adotam esta alternativa econômica, e o ponto de vista do ideal social, que enfoca como as economias locais foram arrasadas pelo ciclo do turismo e a forma como a especulação imobiliária, associada ao interesse do capital, foi responsável pela ocupação inadequada da orla costeira, beneficiando empreendimentos turísticos de médio e alto padrão.

É esta perspectiva que melhor é delimitada no problema da pesquisa e na hipótese desenvolvida, pois, alinhado com os objetivos do trabalho, proporciona ao pesquisador o caminho a ser percorrido para conseguir os resultados e confirmar ou refutar a hipótese delineada ou, no que é desejado pelo autor, um novo conhecimento que agregue as premissas

do ideal do desenvolvimento sustentável do turismo no espaço litorâneo, aliado à ótica da escala humana<sup>4</sup> de Max-Neff (2012).

No entanto, compreende-se que para alcançar o objetivo geral proposto e ainda, embasado na percepção do problema da pesquisa e das hipóteses, exige-se a definição do que é necessário realizar, conseguir ou conquistar, em termos de dados e informações e/ou conhecimento, ou seja, dos objetivos específicos. Portanto, elenca-se (Quadro 02) as ações fundamentais que auxiliaram no direcionamento da pesquisa.

<b>Objetivos Específicos (OE)</b>	
<b>OE1</b>	Diagnosticar, no cenário atual, o contexto do desenvolvimento do turismo no Polo Costa do Delta
<b>OE2</b>	Mensurar o índice FIB nos municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia
<b>OE3</b>	Identificar o modelo de desenvolvimento turístico predominante no território de estudo
<b>OE4</b>	Explicitar as políticas públicas de turismo e as que influenciam o setor
<b>OE5</b>	Evidenciar as melhores práticas em planejamento estratégico e desenvolvimento do turismo de Portugal
<b>OE6</b>	Definir o ideal de modelo de desenvolvimento turístico para o Polo Costa do Delta
<b>OE7</b>	Desenvolver, com base no diagnóstico situacional e no ideal de desenvolvimento, o modelo de planejamento estratégico do turismo adequado ao território de estudo

Quadro 02 – Objetivos específicos da pesquisa  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Esta pesquisa, entre outros aspectos, aborda e unifica, numa mesma linha de pensamento, questões consideradas fundamentais para uma vida de qualidade e um turismo estruturado, sustentável e solidário referente ao território turístico intitulado Polo Costa do Delta. Neste território, vêm-se elementos importantes para a dinâmica social e econômica local e, também, para o turismo da região meio norte do Brasil, como: o Delta do rio Parnaíba ser considerado em mar aberto, ser um conjunto de dunas e lagos pluviais, mangues, rios, entre outros, que constituem a paisagem natural e um dos recursos mais notáveis ao turismo piauiense e brasileiro. São estes elementos que estão na base da investigação científica que se propõe gerar um modelo de desenvolvimento do turismo, tendo como instrumento fundamental o planejamento e a estruturação territorial.

<sup>4</sup> Para Max-Neff (2012) a escala humana de desenvolvimento baseia-se na condição e forma de satisfação das necessidades humanas e na geração de níveis crescentes de autossuficiência e articulação orgânica dos seres humanos com a natureza e a tecnologia, dos processos globais com os comportamentos locais, do pessoal com o social, do planejamento com a autonomia e da sociedade civil com o estado. Portanto, as necessidades humanas, a autossuficiência e a articulação são os pilares de um desenvolvimento a escala humana. Porém, para estabelecer-se com o propósito sustentável deve apoiar-se numa base construída pelo protagonismo das pessoas, alcançando a transformação do processo de pessoa-objeto para pessoa-sujeito do desenvolvimento. Esta é uma questão de escala, pois não é possível haver ampla participação popular e protagonismo num sistema gigantesco organizado hierarquicamente de cima para baixo.

Em relação ao conteúdo, cuidou-se para que houvesse a apresentação de dados e informações, na medida do possível, atuais, os quais, em parte, encontram-se evidenciados nas referências bibliográficas e documentais. Porém, não renegou-se o conhecimento gerado em outros períodos da história da pesquisa em turismo, considerando-se que assumem fundamental papel na construção de um raciocínio conectado às teorias e autores considerados clássicos.

Esta pesquisa também preocupou-se com a viabilidade e tempo para executar todas as etapas relevantes ao desenvolvimento do estudo, na perspectiva do limite imposto pelas instituições financiadoras, desenvolvendo e adequando métodos e instrumentos de investigação às necessidades exigidas pelo contexto do estudo.

Tem-se consciência que a tese aqui desenvolvida não esgota o tema e tão pouco apresenta-se como uma verdade absoluta, tendo em vista as possibilidades futuras de cenários no turismo do Polo Costa do Delta não previstos e o foco definido à investigação.

Apresenta-se a tese em cinco partes e em 10 capítulos (Figura 03), que evidenciam-se interdependentes proporcionando o desencadeamento de um raciocínio coeso, reflexivo, e que tem por produto final uma proposta de modelo de intervenção no território.

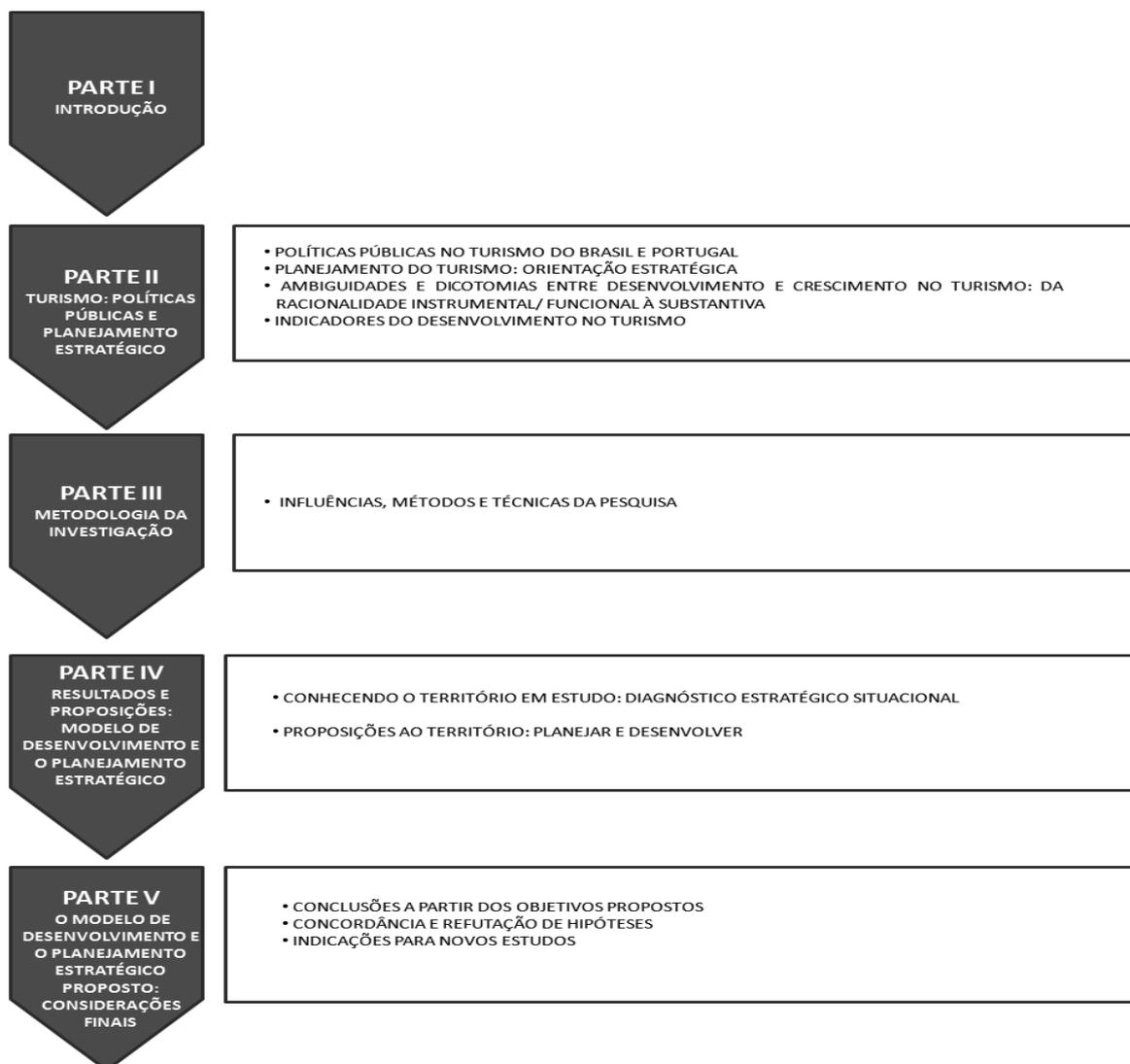


Figura 03 – Estrutura conceitual da tese  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Desta maneira, na Parte I, explicita-se os primeiros argumentos de caráter introdutório que permitem ao leitor compreender o que, mais profundamente, estuda-se na investigação e a tese que se propõe.

Já a Parte II fixa-se na fundamentação teórica com base no tema: políticas públicas e planejamento estratégico no contexto de um desenvolvimento turístico a escala humana, referenciada em autores de teorias-base e outros de conteúdo aplicado ao turismo. No que tange as políticas públicas, o Capítulo II estabelece os parâmetros e teorias do processo decisório e um levantamento histórico-temporal das principais políticas para o turismo no âmbito do território brasileiro e português. Na sequência apresenta-se as principais linhas de pensamento do planejamento em turismo, Capítulo III, abarcando uma descrição geral de

algumas teorias à fundamentação teórica da competência organizacional de orientação estratégica calcada no planejamento estratégico.

Envolver nas bases teóricas o debate crítico da dicotomia entre crescimento e desenvolvimento no Capítulo IV, caracterizando os modelos a partir da racionalidade implícita, proporciona a esta tese explicitar as diferenças e incompreensões, estabelecendo condicionantes e característica a cada uma, e tornar mais substancial a aplicação teórico-prático ao turismo.

Por fim, à Parte II, no Capítulo V desenvolve-se a argumentação desvelando a insuficiência dos indicadores econômicos de desenvolvimento e até mesmo os que mensuram o ambiente social, revelando a incompletude na mensuração e apresentação da realidade vivida. Desta forma, indica-se o índice FIB – Felicidade Interna Bruta, composto por nove indicadores e compreendido como um indicador holístico, ou seja, abarca de maneira mais ampla a vida em sociedade.

Na sequência da fundamentação teórica encaminha-se à compreensão do leitor as influências filosóficas, os métodos científicos e as técnicas e instrumentos de pesquisa, e neste contexto explicita-se o universo da pesquisa, a definição da amostra e os métodos de análises utilizados, sendo apresentados na Parte III e sintetizados no Capítulo VI – Metodologia da Investigação.

Com base na fundamentação teórica e metodologia da investigação, a tese, na Parte IV, encaminha os resultados da pesquisa, partindo para uma apresentação detalhada do território de estudo, no Capítulo VII, e propriamente a tese, ou seja, as proposições do estudo, as quais fixam-se no objetivo de ofertar, a partir da realidade percebida, um modelo de desenvolvimento do turismo à escala humana que tenha no planejamento estratégico o instrumento necessário para orientar a atuação do Polo Costa do Delta no ambiente competitivo do turismo.

Cabe ressaltar a iniciativa do investigador em aproximar a teoria das aplicações práticas utilizadas na composição do estudo do território e da proposta desta tese, a qual trouxe à tese uma maior coesão e menor dispersão entre as teorias e ideias que fundamentam-na.

Assim, o leitor deparar-se-á com abordagens teórico-práticas no Capítulo VII, principalmente na seção 7.3 que trata do índice de Felicidade Interna Bruta do Polo Costa do Delta, no Capítulo VIII, o qual fixa-se em apresentar a base conceitual da proposta de modelo de desenvolvimento do turismo à escala humana, e no Capítulo IX, explicitando o

planejamento estratégico do turismo como ferramenta direcional do modelo de desenvolvimento proposto.

Portanto, a complementaridade teórica, distinguida nos capítulos e seção anteriormente destacados, não exerce à tese papel de repertição, mas de reafirmação – pois enriquece-se com a adição de outros relevantes autores –, que compreende-se necessária para o entendimento das propostas nos capítulos VIII e IX.

Faz-se necessário destacar o Capítulo IX no contexto das propostas, tendo em vista que explicita-se o conjunto de dados e informações na formação de uma nova compreensão para o planejamento estratégico num contexto de desenvolvimento à escala humana, interligando os objetivos aos resultados da pesquisa.

Esta investigação preocupou-se em evidenciar a relevância de um contexto mais equilibrado social, econômico, ambiental e culturalmente para a conquista de um turismo que proporcione benefícios não a pequenos e privilegiados grupos, mas à sociedade, através da garantia ao direito à felicidade como base para o desenvolvimento e prosperidade do turismo. Desta forma, este estudo tende a servir como orientação para os gestores do turismo, sejam públicos ou privados, assim como para outros setores no âmbito do turismo.

Por fim, na Parte V, Capítulo X, apresenta-se os argumentos finais que permitem uma melhor compreensão do trabalho, demonstrando de que forma os objetivos foram ou não atingidos, não só na perspectiva de elencar o êxito dos resultados da pesquisa, mas de interligar os conteúdos desenvolvidos e, também, de encaminhar outras possibilidades de estudos sobre os temas abordados e do corolário desta tese.

Portanto, espera-se que esta investigação e tese possa ser útil para os que desejam um turismo mais sustentável e solidário.

## **PARTE II – TURISMO: POLÍTICAS PÚBLICAS E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

### **CAPÍTULO II. POLÍTICAS PÚBLICAS NO TURISMO DO BRASIL E PORTUGAL**

#### **2.1. Introdução**

O entendimento de políticas públicas ao longo da história sugere que a compreensão, da sua essência até as ações empreendidas pelas instituições públicas, passou por diversos estágios de desenvolvimento.

Aristóteles no seu livro “A Política”, caracteriza a natureza humana como a de um animal político, na qual apoia-se, inicialmente, para estabelecer relações sociais e posteriormente, num ambiente mais complexo, a concepção do Estado como o possibilitador, ou seja, que reconhece os direitos dos cidadãos, compreendendo que tem o dever de tornar possível a capacidade de desenvolvimento e de felicidade do indivíduo. Segundo o filósofo, o verdadeiro propósito de um governo é o de possibilitar aos cidadãos uma vida plena e feliz calcada em sua ética.

Sob o ponto de vista político-administrativo, o desenvolvimento de uma sociedade resulta do conjunto de decisões elaboradas e implementadas pelos gestores governamentais dos Estados nacionais, subnacionais e supranacionais em consonância com os demais atores que compõem as forças sociais vivas. Conhecem-se tais decisões pelo nome genérico de políticas públicas.

A expressão “política pública” causa estranheza na língua portuguesa, pois o termo política encerra diversas concepções, as quais são retratadas por diferentes autores, como: Bobbio (1986) e Dye (2005). Heidmann e Salm (2010) questionam a necessidade de se reassegurar o caráter público a uma palavra derivada de pólis, o Estado helênico clássico, porém reconhecem que independentemente “de seu valor prático e operacional, todo o reducionismo conceitual contém em si um vírus de destruição” (Heidmann e Salm, 2010, p.28). Cabe ressaltar que grande parte das definições de políticas públicas induzem a compreendê-la no âmbito de dois elementos-chave: a ação e a intenção.

Não são poucos os autores que definem o que são políticas públicas, alguns divergentes quanto a essência da palavra, outros mais preocupados com o processo que leva a adoção das políticas. Considerando os pontos de vista e suas fundamentações, percebe-se que há um denominador comum, ou seja, há o consenso, ao que parece, de que as definições

podem ser de ordem descritiva ou prescritiva. Laswell e Kaplan (1970) definem política como “um programa projetado com metas, valores e práticas”. Já Jones (1977, p.4) distingue as várias formas de políticas (o autor considera-a como os meios especificados para atingir as metas), os programas (meios autorizados para atingir as metas), as decisões (ações específicas assumidas para implementar as metas) e os efeitos (impactos mensuráveis dos programas). Porém, para Dye (2005, p.1) “política pública é tudo que os governos decidem fazer ou deixar de fazer”, pois para ele todas as definições, ressaltadas anteriormente, são insatisfatórias, pois não atendem e se verificam empiricamente na prática político-administrativa (Heidemann e Salm, 2010).

A partir da compreensão de Dye (2005), entende-se que as políticas públicas tornaram-se ao longo dos anos o principal fator de ressarcimento dos anseios populares, renovando-se a cada nova reivindicação, como uma espécie de moeda de troca. Sendo assim, a sua formalização favorece o entendimento entre governo e cidadãos, colocando-se como base de referência. Porém, não deixam, por vezes, nesta perspectiva, de ter, também, um caráter de legitimação do poder estatal, ou seja, mecanismos próprios e específicos, criados e utilizados pelo Estado para convencer os cidadãos da necessidade da aceitação e dominação política (Rodrigues e Ferreira, 2006).

Frente às ações ou inações do governante perante as demandas da sociedade, as reações e expectativas das pessoas, atingidas direta ou indiretamente por decisões políticas, têm um efeito antecipativo para o processo político de formulação e implementação, o qual torna o ambiente social em negocial e conflituoso (Borges, 2014).

Compreende-se que as políticas públicas vão além da perspectiva de políticas governamentais, pois um governo, mesmo com sua estrutura organizacional, não é o único a intervir e servir à comunidade, ou seja, a promover políticas públicas. A medida que o Estado não atende as expectativas da sociedade, esta organiza-se e tenta suprir a necessidade existente. Percebe-se estas iniciativas em diversos contextos, seja no comunitário ou no empresarial, através das associações de moradores, organizações não-governamentais, empresas sós ou cooperadas, na qual realizam um serviço e/ou produzem um bem público, por força de uma responsabilidade empresarial e dos seus próprios interesses.

Segundo Beni (2003) o turismo, nos seus vários setores, como um ambiente caracteristicamente liberal, ou seja, com pouca regulação por parte dos governos, tem como predisposição, ao implementar uma política pública, o benefício econômico, seja para os agentes privados ou para o vigor social de uma cidade, estado ou país, tendo que se fazer

sentir nos resultados de forma interna e externa, com a ativação dos produtos turísticos e com o aumento da entrada de divisas.

No turismo ou em qualquer outro setor económico-social, num contexto mais restritivo, o Estado gera políticas públicas a partir da premissa da necessidade de controlo da ordem socioeconômica, no intuito de manter legitimado seu poder e o uso da força que se fizer necessário, ou seja, conter as crescentes reivindicações dentro de um limite aceitável para os envolvidos. Portanto, só há ação ou inação do Estado como políticas públicas se houver pressões sociais suficientes, ou pela falta delas, que demonstrem a primordialidade da intervenção.

Em cada época diferente, o Estado valeu-se de mecanismos legitimadores do poder, próprios e específicos, para convencer os cidadãos da necessidade da aceitação da dominação política.

Sendo assim, percebe-se que os governos apresentam motivações para intervirem no turismo e em outras áreas, seja pela relevância econômica e pressões externas significativas oriundas do desenvolvimento (Elliot,1997; Johnson; Thomas,1992) ou pelo caráter político, podendo ser tanto positivas quanto negativas. Da mesma forma, Solha (2004, p. 9) afirma que “no turismo as preocupações em se estabelecerem políticas para o setor só aparecem quando este adquire importância econômica ou quando começa a trazer transtornos” e impactos para as populações e para os lugares.

O turismo insere-se num contexto socioeconômico diverso, pois pelo fato de ser uma atividade multifacetada, dependente dos *stakeholders* envolvidos na provisão de serviços e atividades diversificadas, sendo responsabilidade do Estado prover um ambiente sociopolítico adequado e legal em defesa das ações empreendidas pelos diversos *stakeholders* (Akama, 2002).

Segundo a OMT (2001), o objetivo principal da administração pública está ligado a obrigação de criar e manter condições adequadas para aquecer a competitividade das empresas e das regiões turísticas. Neste sentido, Silva (2000) indica a partir de orientações da OMT, que em relação ao turismo, o Estado apresenta duas funções básicas: a) executar as preferências da sociedade e b) maximizar os benefícios sociais do turismo, facilitando o acesso e priorizando a gestão. Com este intento, o Código de Ética Mundial do Turismo – Preparação para o Milênio (1999) elenca as diretrizes basilares para a construção de políticas públicas e iniciativas privadas, as quais explicitam a necessidade de se desenvolver um turismo equitativo, responsável e sustentável, sempre em benefício partilhado por todos os

setores da sociedade. Desta forma, firma-se o turismo como o canal que contribui para a compreensão e respeito mútuo entre o homem e sociedades (art. 1º).

Dias (2003) aponta que a função do Estado passa por algumas áreas de envolvimento no setor turístico, como: coordenação, planejamento, legislação e regulamentação, empreendimentos, incentivo, atuação social e promoção do turismo. Contudo, a UNWTO – Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas, no livro guia Sustainable tourism for Development (2013), evidencia a necessidade de se projetar os resultados previstos das políticas públicas, concebendo-as para atenderem os anseios atuais e futuros da sociedade. Neste documento, a UNWTO (2013) explicita que um requisito essencial das políticas de turismo, quando se pensa o turismo como uma ferramenta de desenvolvimento, é que essas políticas devem estar fundamentadas nos princípios do desenvolvimento sustentável.

Para tanto, os governos e gestores das políticas públicas no turismo, com base no Código de Ética Mundial do Turismo – Preparação para o Milênio (1999), devem conceber e projetar a prática do turismo como meio privilegiado de desenvolvimento individual, coletivo e ético.

Sendo assim, ao abarcar inúmeras compreensões sobre políticas públicas, este capítulo, a partir da compreensão da influência sobre o sistema de turismo, debate não só a evolução das definições e conceitos de diversos e conceituados autores, mas, também, apresenta o assunto no contexto do turismo no Brasil e em Portugal.

Este capítulo objetiva apresentar as políticas públicas, da forma como são compreendidas e implementadas pelo Estado brasileiro e português, na perspectiva histórica e dos modelos de processo de decisão que podem ou são adotados, mantendo a relevância da estrutura político-organizacional para explicar os modelos dos dois países.

Portanto, apresenta-se, por fim, o modelo de desenvolvimento estratégico do turismo português, que define, na Estratégia 2027, a participação popular, gerando uma nova dinâmica entre o Estado e sociedade portuguesa. Este modelo, que prevê estruturas de representação e participação, serve, dentre outras, de base para a proposta de um processo de planejamento estratégico do turismo para o Polo Costa do Delta.

## **2.2. Breve Histórico**

### **2.2.1. Políticas Públicas de Turismo no Brasil: História e Processo Decisório**

O início do século XX, a partir das tecnologias até então desenvolvidas, marca a primeira fase relevante do turismo brasileiro. As primeiras décadas caracterizaram-se pelo turismo como uma atividade direcionada à elite social brasileira, que viajava à Europa para diversas finalidades e sempre com estadas longas, pois visitavam os filhos que estavam estudando nas universidades, fechavam negócios para importação de produtos europeus, como: roupas, móveis, louças e, também, alguns alimentos. Porém, a viagem, pelo fato de ser realizada de navio, impunha aos turistas muitos dias cansativos, além de um significativo risco, tendo em vistas as limitações que as embarcações da época apresentavam. Ao retornarem influenciavam culturalmente, provocando reconhecimento social. Foi nesse período que surgiram as primeiras associações, órgãos e entidades nos setores público e privado, primordialmente agentes de viagens e hoteleiros que perceberam a oportunidade econômica de um setor em nascimento.

Culturalmente o Brasil fervilhava com manifestações artístico-culturais, concentrados especialmente nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, como a Semana de 1922 e a exposição em alusão ao centenário da independência do Brasil, em 1922, a qual teve aproximadamente três milhões de pessoas. No ano seguinte ocorre um investimento relevante para a hotelaria brasileira, inaugura-se o Copacabana Palace, assim como surge a Sociedade Brasileira de Turismo (Touring Club do Brasil) e, também, no mesmo ano constrói-se a estátua do Cristo Redentor (Carvalho, 2009).

A sistematização das intervenções do Estado Brasileiro no turismo advém, ao longo da história, das pressões sociais e econômicas provenientes das atividades concernentes ao setor. Sendo assim, o Sistema Nacional de Turismo, conjunto de órgãos criados vislumbrando-se planejar e coordenar a execução da Política Nacional de Turismo, foi criado pelo Decreto-lei nº55 de 18 de novembro de 1966, o qual também instituiu o CNTUR – Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR, todos órgãos ligados diretamente ao Ministério da Indústria e Comércio.

A relevância do turismo como atividade econômica passa a ser percebida e as atenções das instituições públicas do turismo, as quais, recém-criadas, estavam em projetar a imagem do Brasil no exterior para ampliar a participação do país no turismo internacional e estimular o turismo interno.

Até o ano de 1975 outras medidas políticas foram adotadas visando o aumento da participação do turismo na economia nacional, a implantação de mecanismos de desenvolvimento e a definição dos locais e regiões de interesse para o turismo. Surge nesse contexto iniciativas de apoio ao desenvolvimento turístico, como a definição dos “portões<sup>5</sup>” de entrada no país, a criação do FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo e incentivo à expansão hoteleira pelo país, apoio ao ordenamento do uso do patrimônio cultural-turístico, entre outras ações.

O Estado brasileiro, no início da sua intervenção no turismo, apresentava características de atuação que fundamentavam-se na elaboração e implementação de políticas públicas que almejavam a estruturação do setor, ou seja, definiam o que era interesse para o turismo como atividade econômica, o que era de interesse de setores correlatos e o que era de interesse apenas de outras áreas, pois ainda não se tinha clareza da extensão da contribuição do turismo para os diferentes campos de atividade na economia brasileira.

Beni (2003, p.104) enfatiza que não se deve esquecer que o turismo pode ser empregado para fins tão diversos como:

1. “Alcance de objetivos no campo econômico (desenvolvimento nacional e regional);
2. Geração de empregos, redistribuição de renda, descanso e lazer dos assalariados (no campo social);
3. Ampliação do conhecimento da população sobre fatos históricos e culturais (no campo cultural);
4. Integração nacional, salvaguarda da segurança nacional, projeção da imagem do país no exterior (no campo político)”.

Sendo assim, entre os anos de 1975 e 1985 as ações governamentais seguiram na direção de reforçar os mecanismos já criados para o desenvolvimento do turismo, além de estabelecer iniciativas de reconhecimento do território turístico nacional. Destacam-se políticas públicas de redimensionamento, como a reestruturação do FUNGETUR para abarcar o turismo de negócios, o processo de inventariação do patrimônio cultural, estabelecendo-se áreas particulares de interesse turístico, a definição dos portões de entrada do turismo no nordeste, além de outras ações, mantendo-se o enfoque na estruturação da atividade, como a construção do Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro – Galeão (atual Antonio Carlos Jobim). Paralelamente, o governo, através da EMBRATUR, estabeleceu escritórios de representação no exterior com a preocupação de divulgar o Brasil, captando turistas de diferentes nacionalidades e passa a incorporar dados estatísticos do turismo nas discussões de

---

<sup>5</sup> Define-se portões de entrada, nesta tese, locais ou regiões cujo o interesse do turismo, principalmente o internacional, seja mais evidente, ex.: Rio de Janeiro (RJ), Fortaleza (CE), Natal (RN), Salvador (BA), São Paulo (SP), entre outras cidades.

ordem econômico-social, incluindo-se o cálculo da receita turística na balança de pagamentos, valendo-se da informatização na EMBRATUR (Carvalho, 2009).

Em 1986, com o advento da conquista do retorno de um ambiente democrático no país, pós-ditadura militar, ocorreram ações de reestruturação político-administrativa no governo nacional, sendo uma delas a extinção dos incentivos fiscais e a diminuição da relevância do controle sobre os serviços turísticos, firmando à estrutura oficial do setor a função de promoção no exterior com poucos recursos. Neste período, a ação governamental limitou-se a política de financiamento de hotéis, através dos bancos públicos, como o BNDES, Caixa Econômica e Banco do Brasil.

É de 1986 a 1995 que ocorrem alguns fatos de relevância para o turismo brasileiro, um no campo social e outro no político. O primeiro é o reconhecimento dos brasileiros e estrangeiros com mobilidade reduzida, ou seja, que são portadores de alguma deficiência física, com a criação do Programa de Incentivo aos Portadores de Necessidades Especiais<sup>6</sup>. Já o segundo, fixa-se na inserção do turismo como atividade econômica essencial na Constituição Federal de 1988. Cabe salientar que, de acordo com Cruz (2000, p. 56), “a política nacional de turismo, nesse período, acabou restringindo-se a uma política de incentivos financeiros e fiscais, especialmente direcionados para o setor hoteleiro”. Mas, a desarticulação institucional e o autoritarismo no planejamento e gestão do setor atingiram o uso dos fundos de financiamento. Segundo Paiva (1995, p.55-57),

“num primeiro momento, com a abertura de incentivos, foram atraídos grupos internacionais, que se implantaram no Rio de Janeiro e em São Paulo, muitos dos quais pertenciam a transportadoras e operadoras que controlavam as correntes turísticas européias, americanas e orientais. Essa estratégia permitiu o engajamento do Brasil no mercado internacional, mas, contrariamente à importação de tecnologia, evasão de divisas e, conseqüentemente, o propalado efeito multiplicador do turismo, não aconteceu de fato”.

O terceiro fato acontece após 1989, com a primeira eleição para a presidência da república pós-ditadura militar, no qual a EMBRATUR estabelece uma política pública com ênfase na ecologia, assim como apresenta um plano estratégico para o desenvolvimento do turismo brasileiro. Neste período, promulgou-se a Lei 8.181/91 que reestruturou a EMBRATUR, redominando-a de Instituto Brasileiro de Turismo, cuja influência estendeu-se até o final do governo Fernando Henrique Cardoso, tendo como objetivo institucional o desenvolvimento, a normalização e a regulamentação da atividade turística no Brasil. O

---

<sup>6</sup> A mobilidade reduzida deve compreender também populações com dificuldades de mobilidade como sucede com as grávidas, famílias com bebês de colo ou crianças muito pequenas e idosos com menos capacidades motoras.

Decreto-lei nº448/1992, ainda no governo Fernando Collor de Mello, estabeleceu-se como objetivo da política nacional para o turismo “o desenvolvimento do turismo e seu equacionamento como fonte de renda nacional”.

O caráter ecológico do turismo evidencia-se a partir de 1992 com a ECO 92, estabelecendo para o setor as bases para o desenvolvimento turístico em harmonia com o ambiente, firmando-se nos princípios da sustentabilidade.

Como consequência da visão administrativa do governo Itamar Franco, pois o então presidente Fernando Collor foi deposto por um processo de *impeachment*, a estrutura governamental do turismo modifica-se, deixando de ser apenas uma autarquia ligada ao Ministério da Indústria e Comércio para integrá-lo, o qual passou a chamar-se de Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, também institui-se a Secretaria Nacional de Turismo e Serviços, sem prejuízo à relevância da EMBRATUR.

O Presidente Itamar Franco iniciou um novo direcionamento político visando o desenvolvimento do turismo em território brasileiro, implantando o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT). Porém, é no governo subsequente, a partir de 1996, que a Política Nacional de Turismo passou a ser claramente implementada.

No segundo mandato do presidente Fernando Henrique, instituíram-se ações visando a dinamização do turismo brasileiro, como: a intensificação do PNMT, a separação do turismo no Ministério da Indústria e Comércio, unindo-o ao Ministério dos Esportes (Medida Provisória nº2.216/2001), vinculando a estrutura da EMBRATUR para elaborar e executar a Política Nacional de Turismo, há o início do PRODETUR – NE (Programa de Desenvolvimento do Turismo – Nordeste) e a criação do programa Pólos de Ecoturismo e o de desenvolvimento do pensamento estratégico do turismo brasileiro.

Elaborada para tentar corrigir os desequilíbrios regionais, a Política Nacional de Turismo não atinge os objetivos propostos na sua totalidade, pois, como preconizou Cruz (2000), não ocorreram mudanças significativas na política regional, mantendo-se os privilégios latentes de algumas porções do território, impossibilitando a minimização das disparidades socioeconômicas entre uma e outra região. Em contrapartida o setor hoteleiro expande-se pelo território nacional, diversificando-se com os *resorts* e o Brasil abre seu mercado para os navios estrangeiros, retirando as restrições legais existentes, permitindo assim a inclusão do Brasil na rota dos cruzeiros marítimos.

Em 2003, já no governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva, o turismo é reconhecido como setor de importância prioritária para o país e, desta forma, institui-se o

Ministério do Turismo (Medida Provisória nº103/2003, convertida na Lei nº10.683/2003), desvinculando-o dos Esportes e compondo-o com a Secretaria Nacional de Políticas do Turismo, Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo e Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR. Neste mesmo ano lança-se o Plano Nacional de Turismo para o período 2003-2007.

O principal programa do Ministério do Turismo, neste período, surge no contexto do Plano Nacional, retirando o caráter da municipalização das ações governamentais para o desenvolvimento e instituindo a regionalização do turismo.

Há relevância em evidenciar que as políticas públicas elaboradas, seja no governo Fernando Henrique ou no do Presidente Lula da Silva, em nível federal, o caráter economicista mostrou-se sempre predominante nas diretrizes. Gerar renda, empregos e a busca pelo equilíbrio da balança comercial do turismo, abarcando o esforço da diminuição das desigualdades existentes no país, sempre foram os pontos norteadores. Porém, eximiram-se, na sua amplitude, da complexidade com que o fenômeno se apresenta. Sendo assim, o viés neoliberal manteve-se ao longo dos anos, com prejuízos para a população autóctone.

Portanto, há de se considerar o alerta de Souza (1997, p.17), para o qual a noção de desenvolvimento deve ser compreendida como “um processo de superação de problemas e conquistas de condições”, proporcionadoras de uma maior felicidade individual e coletiva, exigindo “considerações simultâneas das diversas dimensões constituintes das relações sociais (cultura, economia, política) e, também, do espaço natural e social”.

Mesmo mantendo-se com um viés neoliberal, o Ministério do Turismo mostrou-se ciente das mazelas sociais existentes no país e, desta maneira, passou a estimular o turismo interno, através de medidas que promovessem a acessibilidade e democratização às viagens com incentivos econômicos, como: ampliação e facilitação do acesso ao crédito, juros bancários mais baixos, entre outras medidas. Tendo a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo lançado o projeto “Turismo Sustentável e Alívio da Pobreza no Brasil”. A atuação estatal fixa-se na ampliação da classe média e conseqüente inclusão dos mais pobres ao mercado de viagens e lazer.

Na continuidade do governo Lula, com as evidentes conquistas no campo social, o turismo sofre um aumento, em grandes proporções, do fluxo de turistas em território nacional. São pessoas que melhoraram suas rendas, integrando novas camadas sociais, e passaram a consumir serviços que antes não lhes cabia no orçamento.

O governo, ao perceber as mudanças no âmbito socioeconômico no país, lança a atualização do Plano Nacional de Turismo para o período 2007-2010, enquadrando-o como política de integração regional e propondo a criação de novos espaços e arranjos produtivos locais para atrair mais turistas e produzir um território turístico mais abrangente, aumentando a diversidade de oferta de lugares e produtos onde a atividade turística é incipiente.

Nos anos seguintes o turismo brasileiro passa a contar com novas ferramentas de apoio e orientação ao seu desenvolvimento, como a Lei do Turismo (nº11.771/2008) e a inserção nominal na agenda do PAC – Programa de Aceleração do Crescimento. Já no ano de 2013 o governo elabora e lança um novo Plano Nacional de Turismo (2013-2016), contendo objetivos a serem alcançados, como: “incentivar o brasileiro a viajar pelo país; incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros; melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro; e preparar o turismo brasileiro para os megaeventos” (MTUR, 2015, 67). Com esta nova orientação o Governo brasileiro intensifica o investimento em infraestrutura, prevendo as necessidades dos megaeventos esportivos Copa do Mundo de Futebol 2014 e Olimpíadas 2016, além de desenvolver ações em qualificação profissional para atender as demandas provenientes de ambos os eventos, como o PRONATEC – Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego.

Outro instrumento amplamente valorizado na esfera pública é o Plano Plurianual (PPA), o qual surgiu após a promulgação da Constituição Brasileira de 1988, que permitiu ao país avançar, de forma significativa, à institucionalização do planejamento na esfera pública, sendo que foi implementado no início da década de 1990 (Cargnin, 2007). O atual PPA evidencia um modelo de planejamento sustentado em programas setoriais. Esse modelo influenciou-se pela estrutura de gestão existente no Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, cujo foco firma-se no monitoramento de metas. Sendo assim, o PPA estabelece os programas, os objetivos, a estimativa de gastos para o período, que é de quatro anos, além de elencar as prioridades de investimentos.

O Plano Plurianual – PPA (Figura 04) é um instrumento previsto no art. 165 da Constituição Federal destinado a organizar e viabilizar a ação pública, com vistas a cumprir os fundamentos e os objetivos da República (MPOG, 2011).

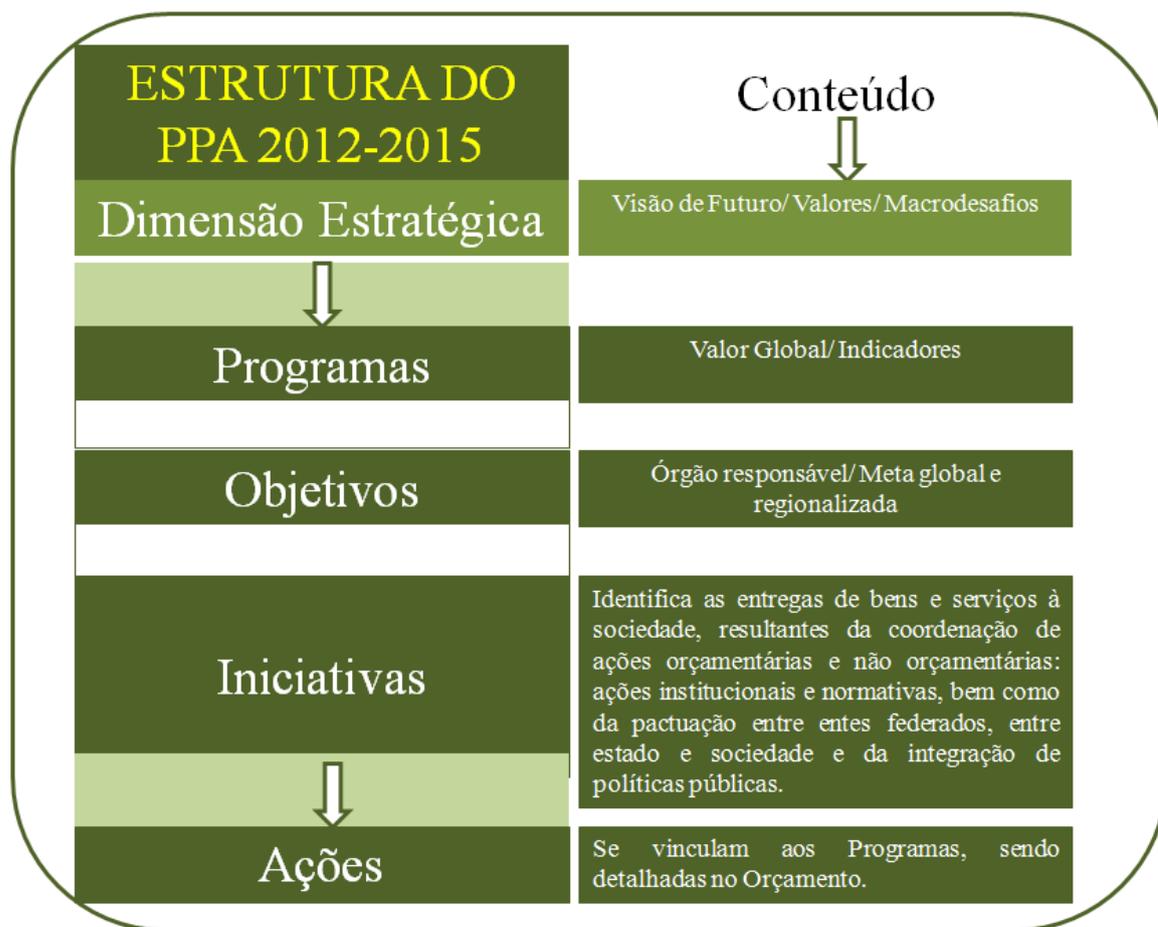


Figura 04 – Estrutura do PPA 2012-2015  
 Fonte: Plano Mais Brasil – PPA 2012-2015, 2011.

O turismo insere-se na agenda do planejamento, explicitado no PPA 2012-2015, no âmbito da infraestrutura à preparação do país para as demandas da Copa do Mundo de Futebol em 2014 e das Olimpíadas 2016, além da implantação de estrutura marítimo-portuária para a recepção de Cruzeiros e de uma intenção em investir em uma melhor integração porto-cidade por meio da revitalização de áreas portuárias.

Este contexto do setor de turismo, evidenciado no planejamento e políticas públicas do governo brasileiro, compõe, mais fortemente, um cenário de desenvolvimento nacional, abrindo-se para o mercado global, expandindo as fronteiras socioculturais e econômicas com a internacionalização dos territórios.

Suscetível as mudanças estruturais e políticas nos organismos de turismo, o quais, em grande parte, detém para si as decisões norteadoras das políticas do setor, o turismo depende, primordialmente, da orientação que o governo lhe dá (Beni, 2003). Sendo assim, os modelos de tomada de decisão adotados, cujos resultados expressam-se nas ações do Estado, conscientemente ou não, variam de acordo com a visão ou projeto dos governos.

“Os processos administrativos são processos decisórios”, segundo Simon (1979, p.8), e estes, por sua vez, indispensáveis para o entendimento de uma organização (Braga, 1988) e sua atuação estratégica (Pereira e De Toni, 2002). Portanto, verifica-se que a decisão, no ambiente organizacional das instituições e órgãos de turismo ligados ao governo federal, relacionam-se inicialmente e fundamentalmente com a alocação e o exercício de poder (Miller, Hicksin e Wilson, 1986) e, conseqüentemente, a existência de um tomador de decisão e de uma opção entre alternativas relacionadas a algum objetivo (Allison e Zelikow, 1999).

O entendimento do processo de decisão e de tomada de decisão no ambiente das instituições públicas, integrantes do Sistema Nacional de Turismo, passa pelo comprometimento em agir e, também, por um encadeamento de ações e fatores dinâmicos.

Para uma melhor compreensão, é relevante atentar-se a Mintzberg, Raisinghani e Théorêt (1976) que delineiam a forma distinta do processo decisório e de tomada de decisão a partir da identificação de uma motivação para agir e se encerra com a decisão propriamente dita. Os autores, ainda, definem um modelo geral de processo decisório composto por: a) identificação, que engloba duas rotinas: **reconhecimento**, onde são identificados os estímulos para a decisão, os quais podem ser oportunidades, problemas ou crises; **diagnóstico**, no qual os administradores procuram entender os estímulos e determinar relações de causa e efeito da situação de decisão; b) desenvolvimento, formado por duas rotinas: **procura** pela busca de soluções prontas; **projeto e desenvolvimento** de soluções específicas; c) seleção, que abarca três rotinas: **classificação**, onde reduz-se de uma grande quantidade de alternativas prontas para uma quantidade factível; **avaliação-escolha**, na qual há a investigação de alternativas factíveis e seleção de um curso de ação; **autorização**, que é o momento da escolha em um nível hierárquico superior. Nesse modelo (Figura 05), segundo os autores, podem ocorrer interrupções, atrasos e repetidas reconsiderações de fases ou rotinas, não se desenvolvendo de forma linear.

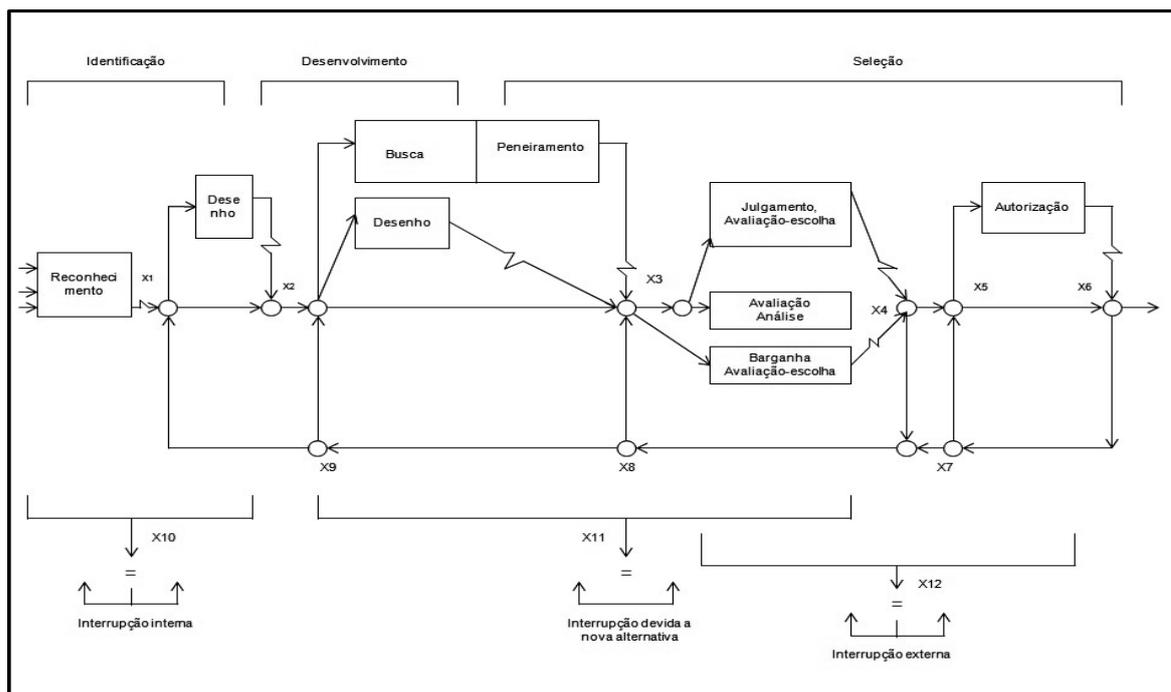


Figura 05 – Um modelo geral do processo de decisão estratégica  
 Fonte: Mintzberg, Raisinghani e Théorêt (1976, p.266)

Ao observar as políticas públicas adotadas ao longo da história do turismo no Brasil, verifica-se que o setor público, ou seja, todas as instituições e órgãos subordinados hierarquicamente as três esferas governamentais (Federal, Estadual e Municipal), adotaram posturas, que definiram as ações (políticas públicas), ora mais racionais, ora de ordem incremental (Heidmann e Salm, 2010).

Ao analisar o modelo geral do modelo de decisão estratégica de Mintzberg, Raisinghani e Théorêt (1976) percebe-se que as políticas públicas, como resultado final, extrapolam a perspectiva das políticas governamentais, pois o governo não é o único, com sua estrutura, a servir à sociedade, ou seja, a promover políticas públicas.

No Sistema Nacional de Turismo interferem, a partir da representação e/ou pressão política, ONGs, associações de classe, entidades representativas de setores correlatos, por exemplo, movidos pelo senso comum, e que sem contar com o auxílio de uma instância governamental, podem realizar um serviço público local, modificando fortemente o processo de decisão.

Dye (2005, citado por Heidemann e Salm, 2010, p.124) entende que uma das formas de conceber políticas públicas é compreendê-las como “resposta de um sistema político às forças que o afetam a partir do meio ambiente” (Figura 06).

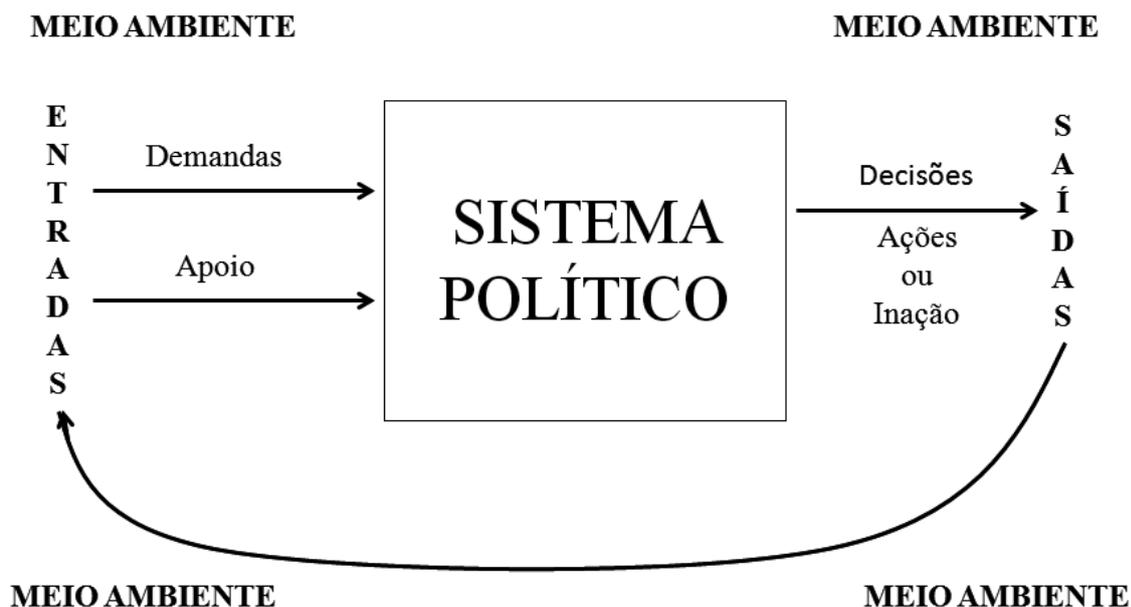


Figura 06 – Modelo sistêmico: a política como produto do sistema  
 Fonte: Dye, T. (2005, citado por Heidemann e Salm, 2010).

No contexto da gestão governamental do turismo brasileiro, o modelo geral de processo de decisão proposto por Mintzberg, Raisinghani e Théorêt, assim como a compreensão da política como produto do sistema de Dye, permitem que compreenda-se o fluxo dos dados e informações e das ações que conduzem a uma decisão estratégica, principalmente no que concerne as políticas públicas do setor.

Reconhecer a estrutura político-administrativa vigente no Brasil proporciona a facilitação do entendimento de como compõe-se estruturalmente a gestão governamental do turismo e, principalmente, como se dão os fluxos de dados e informações que resultam em políticas públicas para o setor turístico.

Portanto, no Brasil o turismo organiza-se mediante a fidelidade aos três princípios fundamentais do estado democrático de direito, sendo que, no âmbito constitucional, é regido por um conjunto de leis que regulam alguns setores estratégicos, além da estrutura e organização estatal. A organização político-administrativa se dá através do estabelecimento, firmado pela Lei nº11.771/2008, do Sistema Nacional de Turismo, o qual prevê na sua estrutura a representação popular e governamental (Quadro 03).

<b>Sistema Nacional de Turismo</b>		
<b>Âmbito Nacional</b>	<b>Regional</b>	<b>Local</b>
Ministério do Turismo	Secretarias de Turismo Estaduais	Secretarias Municipais de Turismo
EMBRATUR	Fórum Estadual de Turismo	Conselho Municipal de Turismo
CNTUR	Conselho Estadual de Turismo	Órgãos municipais de Turismo (Empresas Públicas)
Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo	Órgãos Estaduais de Turismo (Empresas Públicas)	
	Instâncias regionais de governança	

Quadro 03 – Organização e Composição do Sistema Nacional de Turismo  
 Fonte: Ministério do Turismo, 2015.

Com base na estrutura delineada pela legislação vigente, o fluxo de informações e dados, que alicerçam a decisão estratégica no Sistema Nacional de Turismo, canaliza-se para a decisão final, através de canais estruturados, mas, de certa forma, flexíveis. Pois, não há existência de uma simples relação sequencial entre as etapas distintas do processo de decisão, mas três rotinas de suporte evidenciam-se, como a de controlo da decisão, a de comunicação e a de políticas, e, também, seis conjuntos de fatores dinâmicos, sendo eles: as interrupções, os atrasos programados, atrasos para retroalimentação, atrasos e acelerações esporádicos, ciclos de compreensão e reciclagens devido a falhas, auxiliam no entendimento da relação entre as rotinas centrais e as de suporte, como exemplificados na Figura 05.

Os 12 elementos básicos (X1 a X12<sup>7</sup>) de um processo de decisão estratégica, os quais, no caso, exemplificam a dinâmica orgânico-organizacional do Sistema Nacional de Turismo, são constituídos desta forma pelo conjunto dos fatores dinâmicos, das rotinas de suporte e das fases. No centro do modelo (Figura 05) a linha que o atravessa demonstra duas rotinas que fazem parte de todo processo de decisão: reconhecimento da situação e avaliação-escolha de uma solução.

Sendo assim, as decisões do governante de agir ou não perante as demandas da sociedade, as reações e expectativas das pessoas, atingidas direta ou indiretamente por decisões políticas, têm um efeito antecipativo para o processo político de formulação e implementação, o qual torna o ambiente social em negocial e conflituoso. Lowi (1972 citado

<sup>7</sup> Ver figura 5, p. 25

por Frey, 2000) apresenta o modelo da *policy arena*, referindo-se a dinâmica de conflito e de consenso, distinguindo-se pelas características, seja de caráter distributivo, redistributivo, regulatório ou constitutivo. Frey (2000, p. 223-224) elenca e define em:

1. Políticas distributivas são caracterizadas por um baixo grau de conflito dos processos políticos, visto que políticas de caráter distributivo só parecem distribuir vantagens e não acarretam custos.
2. Políticas redistributivas, ao contrário, são orientadas para o conflito. O objetivo é o desvio e o deslocamento consciente de recursos financeiros, direitos ou outros valores entre camadas sociais e grupos da sociedade.
3. Políticas regulatórias trabalham com ordens e proibições, decretos e portarias. Os efeitos referentes aos custos e benefícios não são determináveis de antemão; dependem da configuração concreta das políticas.
4. Políticas constitutivas determinam as regras do jogo e com isso a estrutura dos processos e conflitos políticos, isto é, as condições gerais sob as quais vêm sendo negociadas as políticas distributivas, redistributivas e regulatórias.

O Plano Nacional de Turismo (2013-2016) prevê um conjunto de ações que, ao enquadrarmos (Quadro 04) nos tipos de políticas compreendidas por Lowi (1972 citado por Frey, 2000), possibilita a compreensão na perspectiva de uma política de caráter incremental, ou seja, associa-se a sequência de tentativas de acertos e erros, e diminui a proporção de apostas, ajudando a manter o vago consenso geral em torno dos valores básicos, com o objetivo da aceitação voluntária e generalizada (Lindblom, 1979, citado por Heidemann e Salm, 2010).

<b>Tipo de Políticas</b>	<b>Ações do Estado</b>	<b>Enquadramento</b>
Distributiva	Estruturar os destinos turísticos.	Apoiar os planos e projetos regionais e municipais, dando suporte para a implementação e desenvolvimento da infraestrutura
Redistributiva	Fomento e qualificação dos serviços turísticos	Disponibilizar financiamento ao setor produtivo do turismo e melhorar as condições de acesso ao crédito e incentivar à formação de mão-de-obra para o primeiro emprego no setor, por meio da articulação com instituições públicas, em particular o Ministério da Educação e o Ministério do Trabalho e Emprego, de acordo com a demanda do mercado de trabalho do turismo
		Avaliação dos impactos tributários nos negócios de turismo e articulação com os entes federativos para adequação dessas questões, buscando maior competitividade do setor, principalmente

Regulatória	Regular os serviços turísticos.	em relação à disputa com outros destinos internacionais na atração de investimentos e na oferta de produtos que favoreçam a escolha do Brasil como destino turístico.
Constitutivas	Lei nº11.771/2008	Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.

Quadro 04 – Tipologias de políticas de Lowi (1972) no PNT  
 Fonte: Adaptado pelo autor (2016) de PNT (2013-2016)/ Ministério do Turismo, 2015.

O caráter coercitivo, intrínseco às políticas públicas, justifica-se no sentido que se insere a necessidade de se estabelecer um mecanismo legitimador para a intervenção estatal e, no caso do turismo, para manter o caráter liberal do mercado, ou seja, os interesses da iniciativa privada. Em cada época diferente, o Estado vale-se de mecanismos legitimadores próprios e específicos para convencer os cidadãos da necessidade de aceitação da dominação política. Esses mecanismos utilizam argumentos de natureza ideológica, que provocam no cidadão o sentimento correspondente de obtenção de alguma vantagem em troca da obediência (Rodrigues e Ferreira, 2005).

No quadro 05, com base na compreensão de Meny e Thoenig (1992, p. 99), demonstra-se a forma como é exercida a coerção em cada tipo de política proposta na classificação de Lowi (1964 e 1972).

		A coerção pública se exerce...	
		...diretamente sobre o comportamento dos afetados.	...sobre o entorno do comportamento dos afetados.
A coerção pública é...	...indireta, distante.	Políticas Distributivas	Políticas Constitutivas
	...direta, imediata.	Políticas Regulatórias	Políticas Redistributivas

Quadro 05 - Tipologia das políticas públicas baseadas na coerção  
 Fonte: MENY; THOENIG (1992, p. 99)

O objetivo das políticas públicas de turismo no Brasil, nos últimos 13 anos, mostra-se em consonância aos objetivos governamentais, ou seja, desenvolver econômica, cultural e socialmente o território brasileiro, através da ampliação da participação social no acesso aos bens e serviços, provocando no cidadão uma percepção de desenvolvimento e atendimento aos anseios individuais. Desta forma, o processo de decisão em políticas públicas de turismo vale-se de uma estrutura organizacional funcional, ou seja, o governo brasileiro estruturou o Sistema Nacional de Turismo de forma que as instituições e órgãos de turismo comuniquem-se entre si em foros específicos, promovendo vetores de comunicação vertical e horizontal.

Os vetores horizontais de comunicação no processo de decisão de uma política pública, como os fóruns estaduais de turismo ou de secretários estaduais de turismo, possibilitam aos partícipes o sentimento de pertencimento à política em desenvolvimento e, subsequentemente, a elaborada e implementada pelas instituições catalisadoras e responsáveis para a finalidade. Já os vetores verticais, influenciam todo o sistema a partir das decisões estratégicas tomadas pelos decisores definidos pelo governo, sendo competência deles ditar as políticas públicas destinadas ao desenvolvimento do setor. Como esse processo demanda ações em áreas onde não há alcance das competências administrativas das instituições governamentais, torna-se necessário promover o trabalho de coordenação com outros setores correlatos à atividade de turismo (Beni, 2003).

Nesta perspectiva, o Plano Nacional de Turismo, ao abarcar o conceito de competitividade do território brasileiro, permite, antes de valorizar as políticas públicas implementadas, inserir, no contexto das discussões de construção das iniciativas, inerentes às políticas de turismo, diversos indicadores conectados à compreensão de que a cooperação entre os atores sociais é um elemento de geração de uma vantagem competitiva, resultando, como foi referido acima, num incremento competitivo (Crouch e Ritchie, 1999; Ritchie e Crouch, 2000; Dwyer e Kim, 2003). No entanto, o diálogo e a negociação, típicas do processo de construção e de decisão das políticas públicas, reforçam o entendimento de que as relações de reciprocidade e as ações integradas são fatores de competitividade advindos da gestão pública e privada (Jarillo, 1998 e Andion, 2003).

As relações entre os setores público e privado desenvolvem-se e sustentam-se nas ações ou inações do Estado. Em Portugal a estrutura do turismo apresenta características fundamentais para o êxito na atração de visitantes e na constituição e gerenciamento das atividades. Os quadros de intervenção e o foco dos objetivos nacionais firmam a base necessária para que os agentes econômicos e sociais definam, no âmbito privado e público,

seus investimentos, orientando e fixando os investimentos nacionais e estrangeiros e, conseqüentemente, permitindo o delineamento de uma melhor estratégia de atratividade de turistas e condições de competição no mercado turístico. Com o intuito de atrair investimentos e permitir o crescimento e desenvolvimento do turismo, Portugal vale-se, do que Kunst (2011) classifica como duas estratégias de parcerias público-privada: a cooperação para a gestão de destinos turísticos e a cooperação para o desenvolvimento de empreendimentos turísticos. O resultado reflete-se no índice de competitividade do país, o qual, segundo a Global Travel & Tourism Competitive Index (2015), posiciona Portugal como o 15º país mais competitivo no turismo a nível mundial.

Já no Brasil, o excesso de burocracia e uma legislação que dificulta a concretização de cooperação entre o poder público e o setor privado torna o turismo refém das iniciativas do esforço seletivo dos empreendedores e investidores e do parco interesse do Estado, refletido no índice de competitividade no turismo mundial que posiciona o país no 28º a nível mundial.

Sendo assim, compreender o êxito e o crescimento do turismo português, na perspectiva do planejamento estratégico e das políticas do setor, traz ao presente trabalho a possibilidade de entender a realidade europeia e, mais especificamente, a portuguesa, a qual poderá servir de parâmetro orientador na prospecção de alternativas para o processo de organização do turismo brasileiro, ressalvadas as características e dimensões de cada país.

Objetivando o atendimento das necessidades de ampliar a compreensão do turismo português e brasileiro, no que tange a organização e políticas públicas, delineia-se na sequência as características que evidenciam Portugal como um bom exemplo de gestão e organização territorial do turismo.

### 2.2.2. Políticas Públicas de Turismo em Portugal: Gestão e Organização Estratégica

O turismo, na sua complexidade, ancora-se na convergência de uma pluralidade de interesses públicos e privados, apoiando-se, todavia, em recursos fundamentalmente públicos. Estes, normalmente, lideram e organizam os processos, não apenas na dependência de orientações nacionais, mas muito ajustadas às propostas europeias, que medeiam os procedimentos através do apoio financeiro efetuado e de um controlo dos produtos criados. Esta articulação de interesses encaminha os setores interessados para a formulação de diretrizes que permitem, compreendendo o ambiente complexo e sistêmico do turismo, a sinergia em prol de um objetivo comum, ou seja, a de um todo organizado finalisticamente

que produz derivações de princípios comuns (Moisset, 1999; Beni, 2003; González, 2004; Oliveira, 2012).

As políticas públicas explicitam os princípios comuns e permitem a criação de consensos quando as partes interessadas participam de sua elaboração. Nesta perspectiva, Portugal vem obtendo êxito nas parcerias público-privadas, assim como na articulação entre as entidades públicas do turismo de diferentes regiões, refletindo gradualmente nos resultados sociais e econômicos do setor. O Brasil, por sua vez, caminha nesta direção, mas, ressalvadas as devidas proporções territoriais e diferenças econômico-sócio-culturais entre suas regiões, ainda não obteve com suas políticas de regionalização do turismo a capacidade de integrar setores, que são, por vezes, fator de antagonismo, quanto aos objetivos e princípios. No entanto, tem conquistado a capacidade de constituir, mesmo que ainda incipientemente, produtos turísticos regionais, partindo muito mais da iniciativa do setor privado do que do reflexo da parceria público-privada (Trentin e Fratucci, 2011).

	BRASIL	PORTUGAL
Ranking Mundial (OMT) – Receitas Turísticas	40°	27°
Fórum Econômico Mundial – Travel & tourism Competitiveness Index	28°	15°
Ambiente para negócios	126°	58°
Priorização do turismo e viagens	18°	101°

Quadro 06 - Comparativo Brasil/Portugal em competitividade no Turismo

Fonte: adaptado pelo autor de OMT ( 2016) e The Travel & Tourism Competitiveness Index 2015 Ranking.

Com base no contexto atual do turismo, diferentemente do conteúdo sobre as políticas públicas de turismo no Brasil, a abordagem, referente à Portugal, dá-se numa perspectiva mais recente em termos de planeamento estruturado e integrado, a partir do ano de 2007, marcado pela aprovação do PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo, através da Resolução do Conselho de Ministros nº53 de 04 abril de 2007, o qual foi desenvolvido para o horizonte 2006-2015.

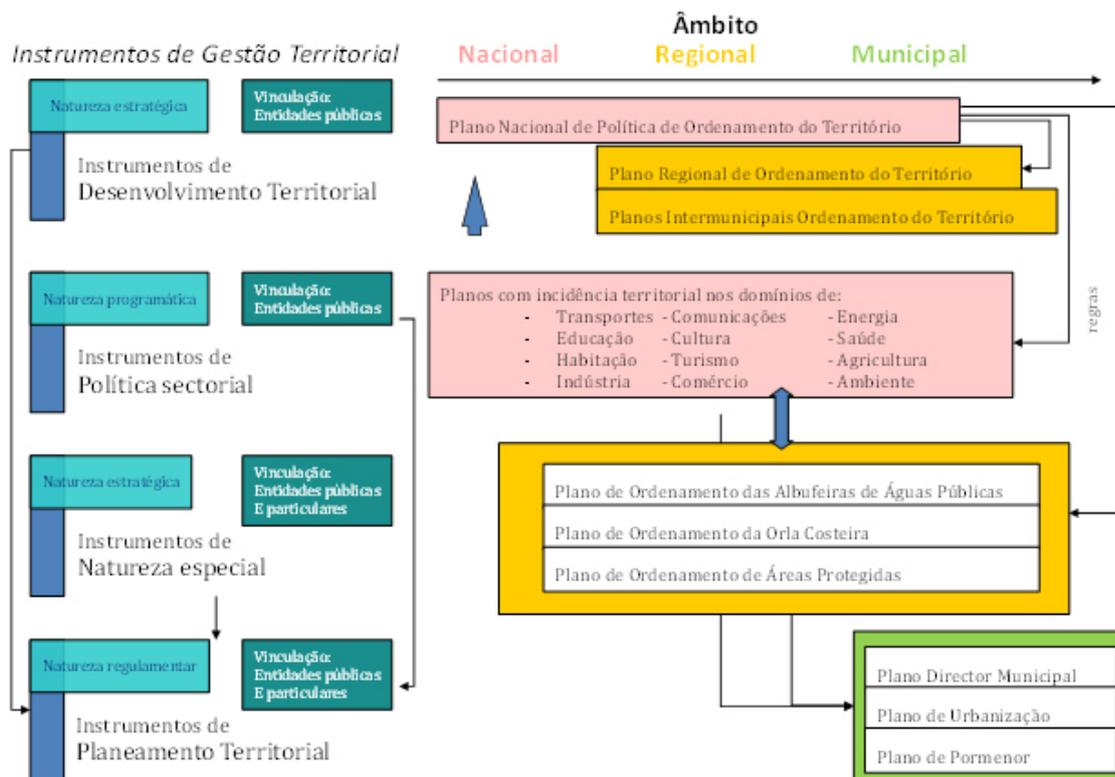
Revisado duas vezes, até 2015, o PENT mostrou-se um documento orientador das ações estratégicas empreendidas pelos setores que compõe o turismo português (ver quadro 07), instrumentalizando o país para o enfrentamento de uma concorrência em escala mundial.

Características como a adaptação, inovação, criatividade, formam um sistema nacional de turismo capaz de criar ações que geram valor e atratividade.

	Porto e Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	Madeira
<b>Touring cultural e Paisagístico</b>	■ ■ ■	■ ■ ■	■ ■ ■	■ ■ ■		■ ■	■ ■
<b>Saúde e Bem Estar</b>	■ ■ ■	■ ■	■ ■ ■	■ ■	■ ■ ■	■ ■	■ ■
<b>Golf Travel</b>	■	■	■ ■ ■	■	■ ■ ■	■	■ ■
<b>Turismo de Natureza</b>	■ ■ ■	■ ■ ■	■	■ ■	■ ■	■ ■ ■	■ ■ ■
<b>Tours de Vinho e Gastronomia</b>	■ ■ ■	■ ■ ■	■ ■	■ ■ ■	■	■	■
<b>City Short Breaks</b>	■ ■ ■		■ ■ ■		■		
<b>Turismo de Negócios/ Reuniões</b>	■ ■ ■	■	■ ■ ■	■	■ ■	■	■ ■
<b>Turismo de Sol e Mar</b>	■ ■	■ ■	■ ■	■ ■ ■	■ ■ ■		■ ■ ■
<b>Turismo Náutico</b>	■ ■	■ ■	■ ■ ■	■ ■	■ ■ ■	■ ■ ■	■ ■ ■
<b>Turismo Residencial</b>	■ ■	■	■ ■ ■	■ ■	■ ■ ■	■	■
<b>Legenda:</b>	■ Limitado	■ ■ Alto	■ ■ ■ Muito alto				

Quadro 07 – Primeira matriz estratégica produto/ destino  
Fonte: adaptado PENT, 2007.

A visão estratégica do turismo no território português insere-se num contexto que compreende um conjunto de instrumentos de gestão territorial e planos orientadores, que formam as diretrizes de intervenção na dinâmica do território (ver figura 07).



Lei de bases da política de ordenamento do território e de urbanismo Lei 48/98, de 11 de Agosto

Figura 07 – Instrumentos de gestão territorial e planos orientadores  
Fonte: Santos, 2014.

A relevância do turismo para Portugal expressa-se na sua participação na economia do país, sendo percebido como um dos setores mais importantes para a estabilidade econômica e objetivos de geração de emprego e renda. De acordo com o Banco de Portugal (2014), as receitas geradas pelo turismo internacional em Portugal ultrapassaram a margem dos dez bilhões de euros, representando 6% do PIB do país. Segundo o documento “Turismo 2020: Cinco Princípios para uma Ambição” (Turismo de Portugal, s/d, p.27), outros dados do turismo português demonstram o desempenho positivo e crescente, como o fato de que “entre 2007 e 2014, as receitas turísticas internacionais registaram um crescimento médio anual de 5%”.

Os números positivos do turismo português geram uma expectativa positiva no setor, mesmo no período atual da crise mundial, tendo em vista a organização político-administrativa e a implementação de políticas públicas regionais sob a guarda do Plano Estratégico Nacional de Turismo.

Em 2004 o governo de Portugal, ciente da da relevância do setor para a economia nacional e, também, da necessidade de uma atuação mais estratégica, no intuito de fortalecer

as ações empreendidas na organização interna do turismo e na captação de turistas estrangeiros, cria o Instituto do Turismo de Portugal (IPT).

Nos anos subsequentes, muda-se a estratégia de atuação do governo na condução das políticas públicas no turismo. A partir de 2006, o Estado extingue o Ministério do Turismo, reestruturando o papel e a atuação das administrações regionais de turismo, criando as ERT's (Entidades Regionais de Turismo) – (Figura 08) –, as quais assumem a gestão do turismo regional, mantendo ao Instituto Turismo de Portugal a promoção do turismo nacional (Amorim, 2013).

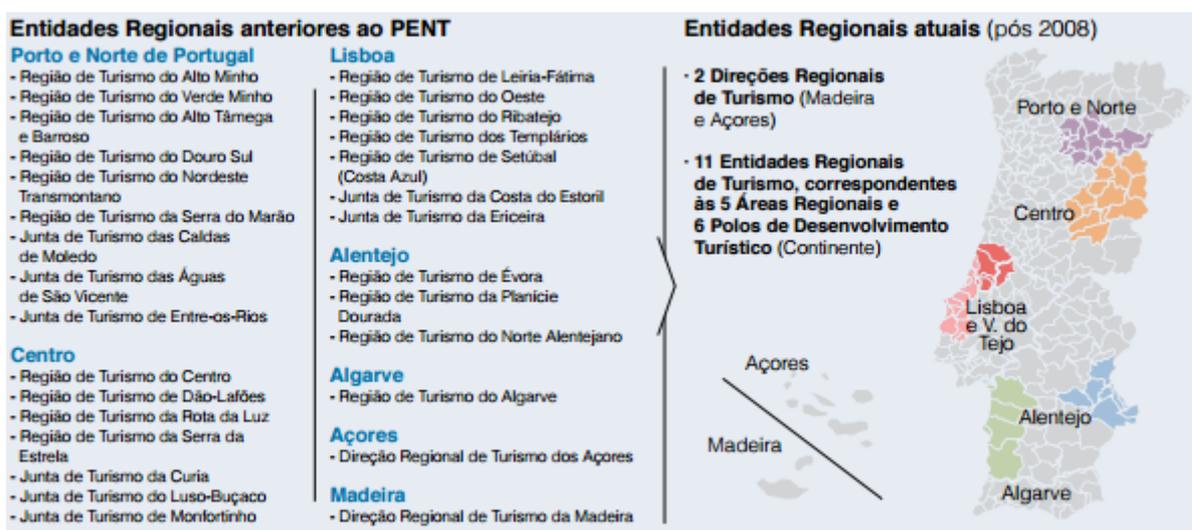


Figura 08 – Evolução na Organização Regional do Turismo  
 Fonte: PENT – Propostas para revisão no horizonte 2015 (Turismo de Portugal, 2011)

Apesar da crise na economia mundial, desde 2008, a estrutura político-organizacional e as políticas de fomento ao setor turístico permitiram que o país obtivesse um bom desempenho frente os desafios impostos, mostrando-se um setor em franca expansão, sendo um dos fatores preponderantes de sustentação econômica. Além disso, outros fatores influíram para os números positivos, como o aumento da procura de turistas estrangeiros pelos destinos portugueses, refletido pelo consumo do turismo no território português (ver figura 09), a geração de valor para o destino Portugal e o amparo dos projetos estruturantes.

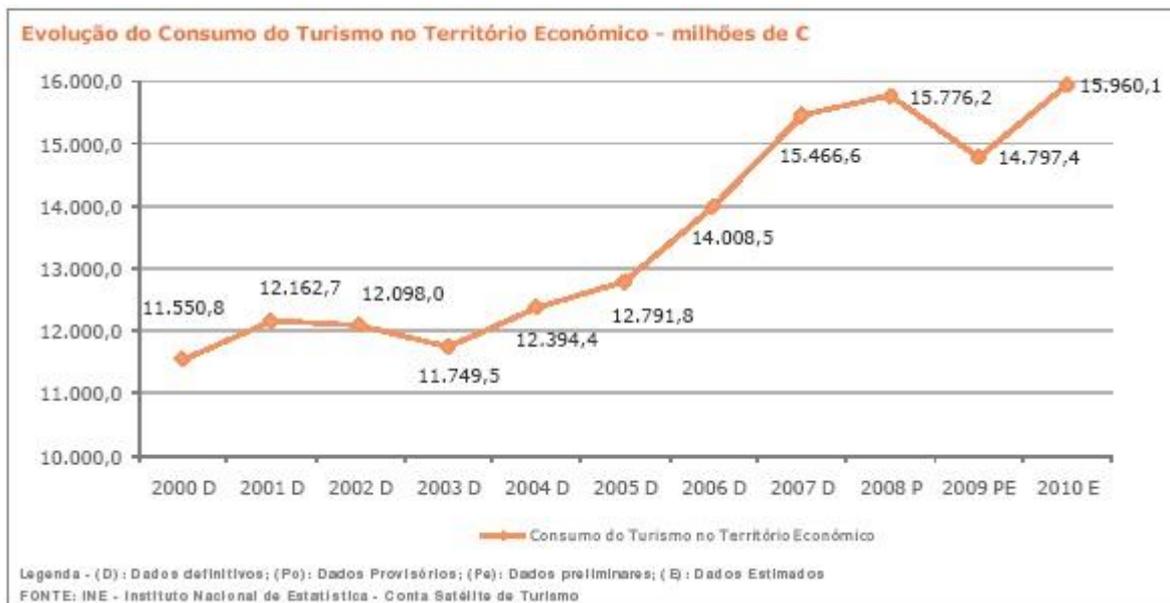


Figura 09 – Evolução do consumo do turismo em Portugal: série 2000 a 2010  
 Fonte: Turismo de Portugal, 2011.

Um dos fatores-base da retomada do crescimento do consumo do turismo foi o conjunto de projetos estruturantes, previsto no documento Turismo 2020, o qual enquadra-se em setores considerados estratégicos, tendo em vista a capacidade de geração de renda, desenvolvimento do território e atratividade de visitantes (figura 10).



Figura 10 – Setores estratégicos do turismo: enquadramento para os projetos estruturantes.  
 Fonte: Turismo 2020: Projetos, s/d.

Regionalizar o turismo em Portugal e construir uma imagem de destino turístico apresenta-se no planeamento do setor como um dos desafios, pois ao longo do território o país mostra uma grande diversidade de paisagem, cultura, contexto social e gastronomia. Sendo assim, no PENT 2007-2015 apresenta-se a concepção do valor de Portugal, não no sentido numérico-monetário, mas combinando elementos qualificadores e diferenciadores do país (figura 11).

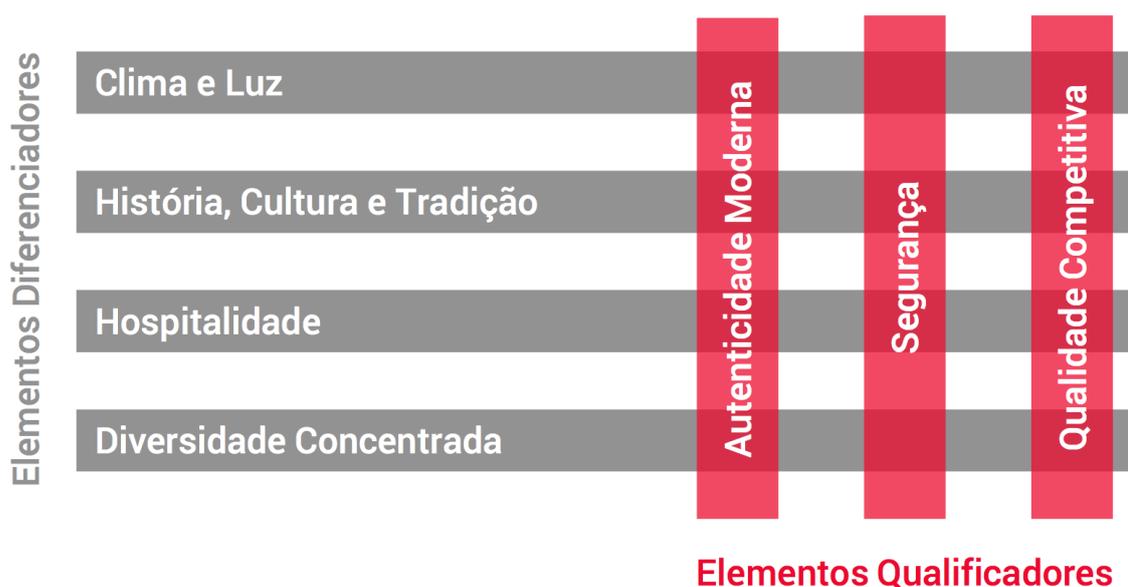


Figura 11- Elementos qualificadores e diferenciadores para promover o turismo  
 Fonte: adaptado de PENT 2007-2015, disponível em [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt)

Segundo o PENT – Síntese (2008, p.2), os elementos diferenciadores “constituem os recursos turísticos que distinguem Portugal de outros destinos concorrentes na forma como os recursos turísticos dão resposta às motivações daqueles que nos procuram”. Já os elementos qualificadores qualificam Portugal no “leque de opções dos turistas”.

Mesmo com o planeamento desenvolvido e revisionado, segundo Fazenda, Silva e Costa (2008), neste contexto, Portugal ainda enfrenta grandes desafios para fomentar a territorialização das políticas públicas em turismo, principalmente aquelas que provocam um processo de desenvolvimento turístico mais sustentável, cuja aplicação de recursos e investimentos públicos estratégicos produzem melhores resultados.

Neste contexto, a legislação turística portuguesa, a partir de 2008, extinguiu as 29 Estruturas Regionais e Locais de Turismo, estabelecendo em Portugal Continental uma organização político-administrativa sustentada num organismo central – o Turismo de Portugal –, cinco Áreas Regionais e seis Pólos turísticos (Turismo de Portugal, 2010).

Com a percepção de que o modelo anterior de gestão regional do turismo não cobria todo o território português e, portanto, mostrava-se inadequado e ineficiente, Firmino (2007) enfatiza que o mal dimensionamento do turismo em Portugal, evidenciado nas 29 Regiões de Turismo, promovia a falta recursos financeiros, técnicos e humanos.

Sendo assim, o atual modelo de gestão regional (Lei nº33/2013) forma uma nova organização político-administrativa fundamentada nas Entidades Regionais de Turismo, as quais coincidem com as NUTS – Nomenclaturas das Unidades Territoriais para fins Estatísticos, classificação desenvolvida nos anos de 1970 e com base legal firmada em 2003.

A redefinição da estrutura político-organizacional do turismo em Portugal, através do Decreto-Lei n.º 67/2008, dividiu Portugal Continental em cinco áreas regionais: Norte; Centro; Lisboa e Vale do Tejo; Alentejo; Algarve, distribuídos em três níveis estatísticos (NUTS) – (Ver quadro 08).

NÍVEL I	NÍVEL II	NÍVEL III
Portugal Continental	Norte	Minho – Lima
		Cávado
		Ave
		Grande Porto
		Tâmega
		Entre Douro e Vouga
		Douro
		Alto Trás-os-Montes
	Centro	Baixo Vouga
		Baixo Mondego
		Pinhal Litoral
		Pinhal Interior Norte
		Dão-Lafões
		Pinhal Interior Sul
		Serra da Estrela
		Beira Interior Norte
		Beira Interior Sul
		Cova da Beira

		Oeste
		Médio Tejo
	Algarve	Algarve
	Lisboa	Grande Lisboa
		Península de Setúbal
	Alentejo	Alentejo Litoral
		Alto Alentejo
		Alentejo Central
		Baixo Alentejo
		Lezíria do Tejo
		Alentejo Litoral

Quadro 08 – Portugal Continental por NUTS  
Fonte: Adaptado de Eurostat, 2008, in: Amorim, 2013.

Além das áreas regionais, o Decreto-lei nº67/2008 e portarias, criaram também os Pólos de Desenvolvimento Turístico (Figura 12) integrados a estas áreas:

1. Douro:

- Unidade territorial do Douro — Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Freixo de Espada à Cinta, Lamego, Mesão Frio, Moimenta da Beira, Murça, Penedono, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, S. João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço, Tarouca, Torre de Moncorvo, Vila Real e Vila Nova de Foz Côa;

2. Serra da Estrela:

- Unidade territorial da serra da Estrela — Fornos de Algodres, Gouveia e Seia;
- Unidade territorial da Beira Interior Norte) — Almeida, Celorico da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Guarda, Manteigas, Meda, Pinhel, Sabugal e Trancoso;
- Unidade territorial da Cova da Beira — Belmonte, Covilhã e Fundão;

3. Leiria – Fátima

- Unidade territorial de Leiria-Fátima — Alcobaça, Batalha, Leiria, Marinha Grande, Nazaré, Ourém (que inclui Fátima), Pombal e Porto de Mós;

4. Oeste:

- Unidade territorial do Oeste — Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Óbidos, Peniche, Sobral de Monte Agraço e Torres Vedras;

## 5. Litoral Alentejano:

- Unidade territorial do Litoral Alentejano — Alcácer do Sal, Grândola, Odemira, Santiago do Cacém e Sines;

## 6. Alqueva:

- Unidade territorial da zona envolvente à albufeira de Alqueva – Alandroal, Barrancos, Portel, Reguengos de Monsaraz, Moura e Mourão.

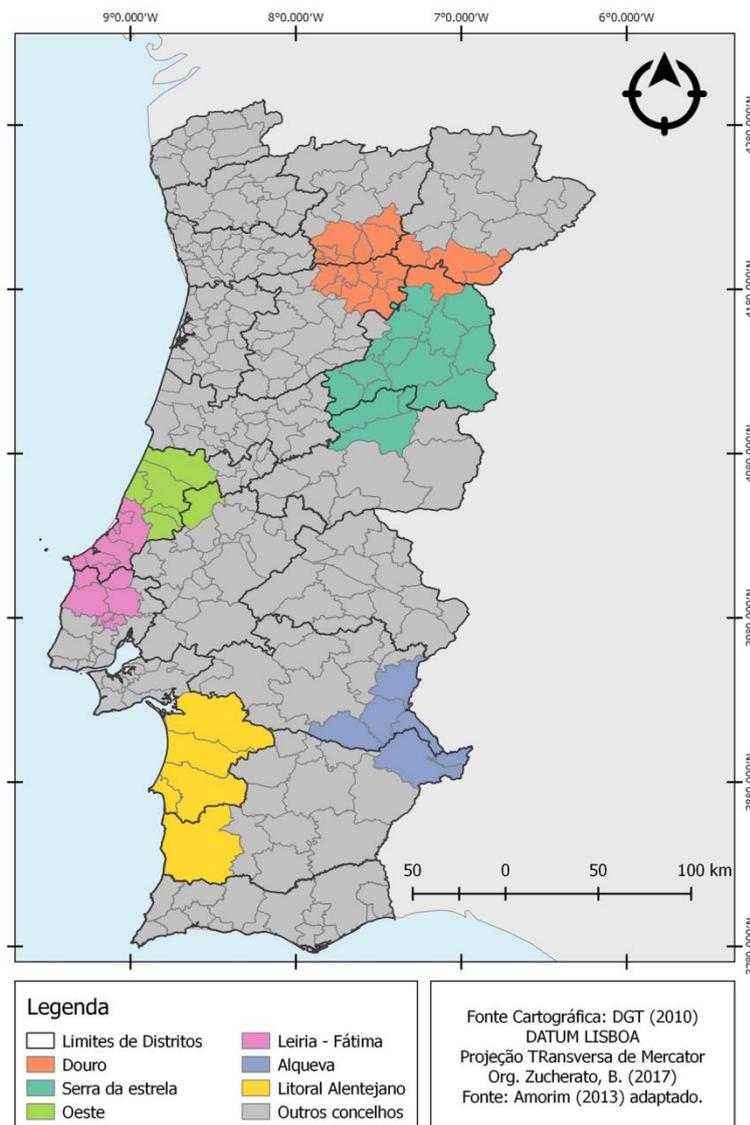


Figura 12 - Pólos de desenvolvimento turístico  
Fonte: Elaborado pelo autor (2016) a partir de Amorim (2013).

Já nas ilhas pertencentes a Portugal, Açores e Madeira, a estrutura e organização do turismo se dá por meio de duas direções regionais do turismo.

A partir de 2015, é adotada uma gestão que faz desaparecer os pólos de desenvolvimento e são as Entidades Regionais de Turismo, cuja área de intervenção passa a ser a das NUTs II (figura 13), definidas como estruturantes em termos territoriais, a partir de 2013.

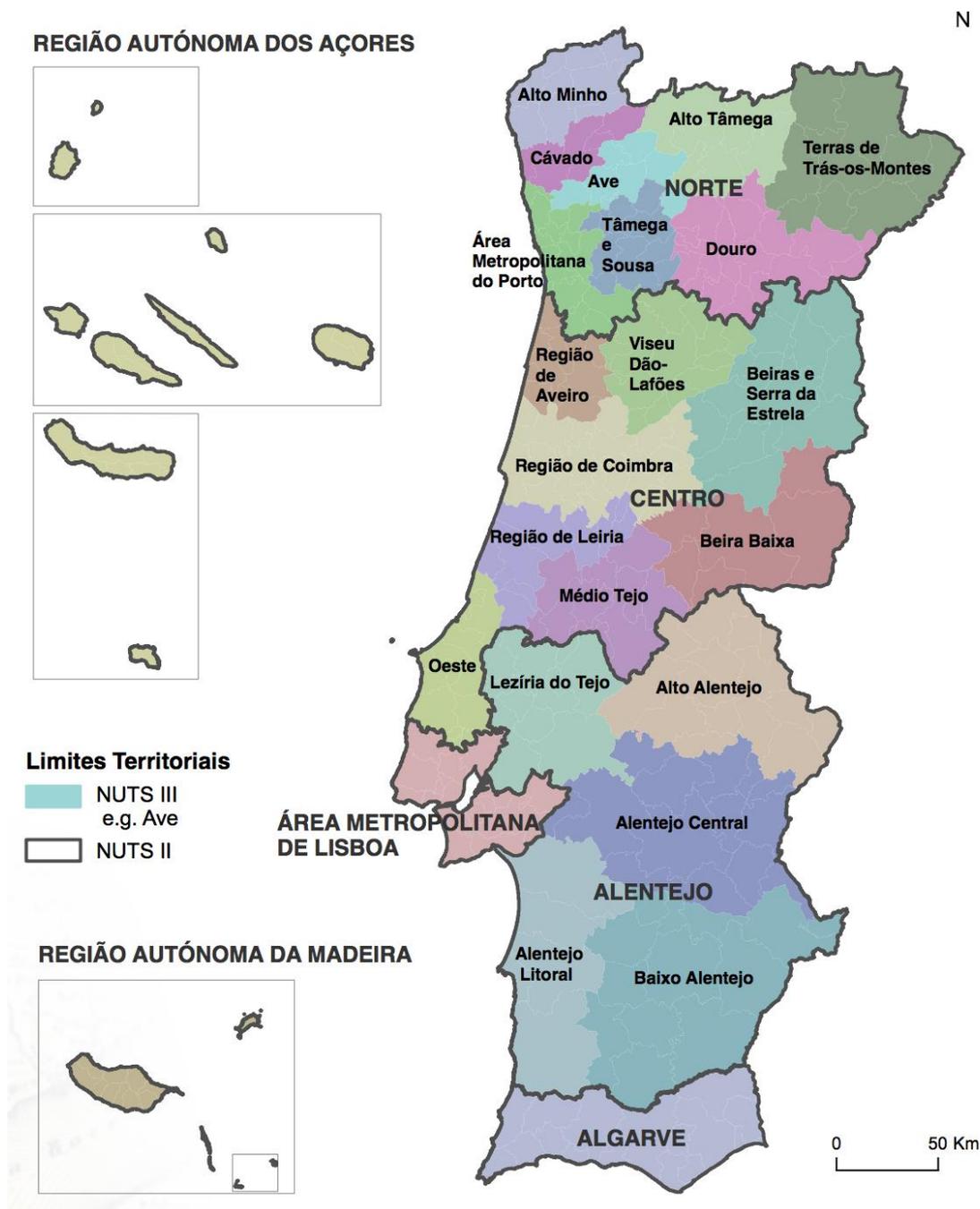


Figura 13 – Abrangência e limites das NUTS (2013).

Fonte: <http://economiafinancas.com/wp-content/uploads/2015/06/>. Acessado em abril de 2016.

Sendo assim, compreende-se que a estrutura da Política Nacional de Turismo em Portugal vem permitindo o fortalecimento gradual das políticas territoriais de abrangência

regional e conectadas às políticas públicas na escala nacional, através da unificação, nas ações, de três elementos-chave:

- a) Instrumentos regionais de planejamento e ordenamento do território: explicitam os fundamentos das respectivas previsões, indicações e determinações, estabelecendo-se com base no conhecimento sistematicamente adquirido (Decreto-lei nº380/99);
- b) Programas Operacionais Regionais do QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional) 2007-2013;
- c) Atores com capacidade de intervenção e articulação intersectorial no sistema turístico regional.

Neste contexto, o PENT, como quadro de referência para o turismo, mostra-se um instrumento norteador e estruturante, ou seja, indica as políticas públicas, evidencia a articulação entre diferentes níveis e domínios do âmbito governamental, como: ambiente, património cultural, ordenamento do território, desenvolvimento rural, desporto, saúde, infraestruturas e transporte aéreo, influenciando os investimentos do setor privado.

Portanto, para o período 2013-2015, o PENT apresentou 8 programas e 38 projetos almejando o desenvolvimento, sendo eles: **a) programa de promoção e venda** (PENT 2013-2015), objetivava-se afirmar Portugal como destino turístico de eleição no mercado das viagens e turismo e nas opções de compra dos turistas; **b) programa de conteúdos e experiências**, pretendia-se aproximar o consumidor com os produtos turísticos de Portugal, através da inovação no desenvolvimento de conteúdos e estratégias de comunicação, estimulando a criação de experiências inovadoras e o empreendedorismo; **c) programa de produtos estratégicos**, objetivava-se criar e desenvolver produtos que atraíam e respondam à procura dos clientes; **d) programa de destinos turísticos**, almejava-se desenvolver destinos turísticos acessíveis e sustentáveis; **e) programa de capacitação financeira e modernização**, pretendia-se capacitar e modernizar as empresas para o exercício da atividade turística; **f) programa de qualificação e emprego**, almejava-se qualificar os profissionais de turismo para a excelência do serviço e da gestão, através dos seguintes projetos; **g) programa de plataformas e canais de distribuição**, o objetivo era criar novas formas de apresentar os produtos, contactar e dialogar com os clientes, através de incentivos às empresas fazerem uso de novas plataformas digitais, como as redes digitais; **h) programa de inteligência de mercado e I&DT**, desejava-se incentivar a procura por novos clientes ou necessidades não servidas, além de novos parceiros.

Comparativamente ao PENT 2013-2015, o Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal traz algumas diferenças no que concerne, principalmente, aos programas e projetos, pois pretende “ dar sentido estratégico e coerência aos projetos a apoiar no Portugal 2020, assegurando um alinhamento estratégico entre estratégia e financiamento, contrariando a dispersão ou a atomização de projetos e iniciativas” (p.04), reconhecendo os projetos a partir do mérito e da integração com o Plano de Ação 2014-2020 com base em três critérios: Enquadramento Estratégico, Valor intrínseco do projeto e promotor e parceiros (Quadro 09).

ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO	
ALINHAMENTO ESTRATÉGICO COM O TURISMO 2020	Conformidade com os objetivos estratégicos e prioridades de investimento do Plano de Ação Turismo 2020
COERÊNCIA COM AS ESPECIFICIDADES REGIONAIS	Coerência com os domínios prioritários das Estratégias Regionais de Especialização Inteligente
VALOR INTRÍNSECO DO PROJETO	
INOVAÇÃO	Grau de inovação e efeito demonstrativo
RESULTADOS	Orientação para resultados – contributo para metas de turismo e indicadores de resultado dos Programas Operacionais do Portugal 2020
ARTICULAÇÃO E COMPLEMENTARIDADE	Articulação e complementaridade com outros projetos/ programas de desenvolvimento
ÂMBITO TERRITORIAL	Impacto do projeto – regional, nacional, internacional
PROMOTOR E PARCEIROS	
ADEQUAÇÃO E CAPACITAÇÃO DO PROMOTOR	Adequação institucional e competências - técnicas, financeiras e de gestão - da entidade promotora
PARCEIROS	Nível de envolvimento de parceiros no desenvolvimento do projeto - empresas, agentes públicos e entidades do SCTN

Quadro 09 – Reconhecimento de Projetos – Critérios Gerais

Fonte: Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal, 2015.

O fator promotor do alinhamento estratégico entre os atores envolvidos no desenvolvimento do turismo em Portugal é a estrutura política de comunicação e decisão explicitada na “Integração das Especificidades Regionais” (Figura 14).

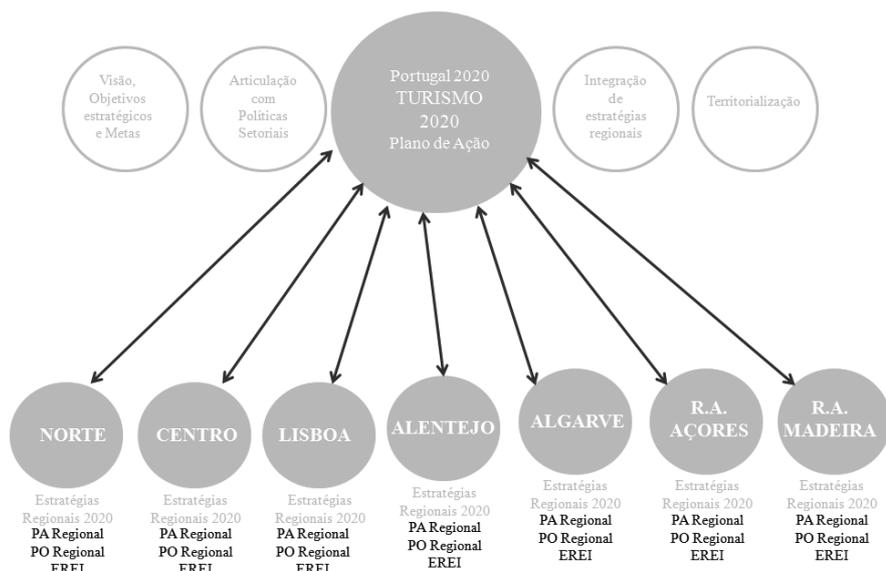


Figura 14 – Integração das Especificidades Regionais

Fonte: Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal, 2015.

A estrutura de comunicação, acima explicitada, ampliou-se com o advento da Estratégia 2027 (ver Capítulo II, seção 2.3, p.53) – (figura 15) –, o qual traz por base “um processo participativo, alargado e criativo com contributos de diversos ângulos da sociedade nas suas várias valências” (Turismo de Portugal, 2016).

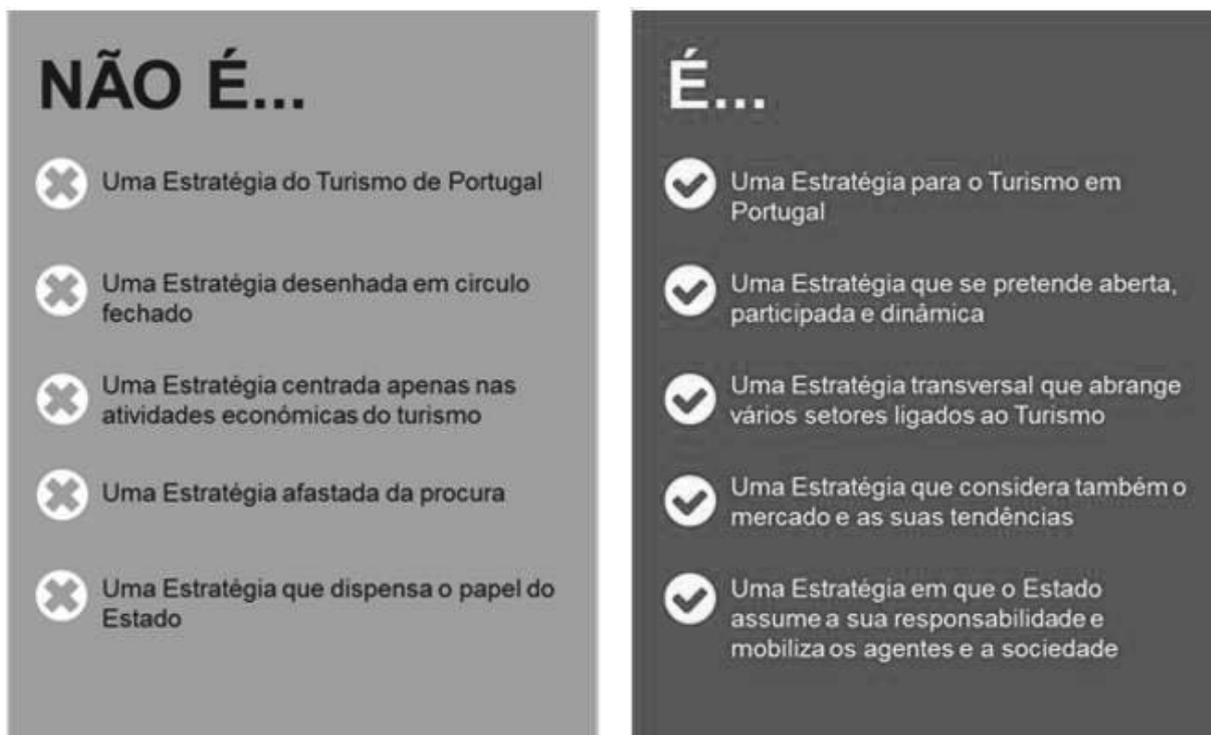


Figura 15 – Compreensão da Estratégia 2027

Fonte: Turismo de Portugal, 2016

Comparativamente e contrariamente ao caso português, a regionalização do turismo no Brasil encontrou variáveis influenciadoras que impuseram resistência ao desenvolvimento de instâncias de governança, de um fluxo de comunicação entre os municípios partícipes de cada região turística e fortalecimento dos municípios indutores do turismo. Mais claramente no documento “Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo” (2010, p.44), os interlocutores dos estados do Brasil relatam que “as dificuldades estão associadas à descontinuidade de gestão nos âmbitos municipal, regional e estadual; desarticulação interna do Ministério do Turismo; escassez de recursos financeiros para implementação do Programa; desarticulação dos destinos indutores com as regiões turísticas e instâncias de governança regionais; fluxo de comunicação do Ministério do Turismo que desconsidera os Interlocutores e as instâncias regionais; falta de integração dos Interlocutores; pouca participação dos atores sociais e falta de envolvimento da iniciativa privada nas instâncias de governança regional”.

Já em Portugal, a regionalização do turismo desenvolveu-se e, atualmente, colhe bons resultados, em virtude de consensos e acordos expressos em documentos, como o Protocolo de Parceria Turismo 2015. Neste protocolo firma-se a Estratégia de Eficiência Coletiva – EEC para o turismo (celebrado em 2009), obtendo ganhos de eficiência e de eficácia no uso das ferramentas estratégicas que elevaram Portugal ao patamar de excelência no turismo mundial.

Uma das ferramentas estratégicas que proporcionaram uma nova compreensão do foco estratégico, antes firmado no produto turístico e atualmente concentrado no turista, é a matriz das motivações vs produtos. Esta matriz (figura 16) permite a todo produto turístico que, de forma sustentável e integrada ao território possa dar respostas às motivações turísticas através de um modelo de negócios mais sustentável e focado na pessoa (Turismo 2020: Cinco princípios para uma ambição, s/d).

Tabela 6 – Matriz Motivações vs Produtos

Motivações	Produtos Turísticos									
	Sol e Praia	Touring Cultural	City Breaks	Negócios	Golfe	Natureza	Turismo do Mar	Turismo Residencial	Saúde e Bem-Estar	Gastronomia e Vinhos
<b>Cultura</b>										
Cultura e Religião		x	x							x
Conhecimento		x	x	x						x
Costumes Locais		x	x			x				x
<b>Prazer</b>										
Convívio	x	x	x	x	x		x			x
Aventura						x	x			x
Diversão	x		x				x			x
Quebrar a Rotina	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>Relaxamento</b>										
Bem-Estar	x				x	x			x	x
Família	x	x	x			x	x	x		x
Descanso	x							x	x	x
Disfrutar o Clima	x					x		x		x
<b>Físico</b>										
Contacto com Natureza	x	x			x	x	x			x
Desporto	x				x	x	x			x
Vida Ativa	x				x	x	x			x

Figura 16 – Matriz motivações vs produtos  
 Fonte: Turismo 2020: Cinco princípios para uma ambição, s/d.

Portugal, nas suas estratégias (PENT 2013-2015 e Turismo 2020), evidencia a relevância do território como ativo turístico, ampliando a compreensão do turismo e incorporando elementos intangíveis, porém importantes na geração de valor e condição competitiva. Kim e Dwyer (2003) destacam que a capacidade competitiva relaciona-se com a habilidade do destino turístico prover produtos e serviços que proporcionem uma experiência ímpar, atendendo as expectativas do turista e transcendendo a oferta de destinos concorrentes.

A diretriz política de gestão do território, explícita no Turismo 2020: Cinco princípios para uma ambição, sustenta-se na percepção da capacidade do turismo em promover a regeneração, reabilitação, valorização e dinamização econômica do destino. Desta forma, ultrapassar-se-á os dilemas da sustentabilidade nos ambientes ora, tendenciosamente, degradados. Sendo assim, o Estado português assume pra si o papel de subsidiar o processo de desenvolvimento num contexto colaborativo, cuja valorização e preservação de um destino é resultado de um esforço em rede, através do empoderamento dos agentes envolvidos. Tal esforço e objetivo destacam-se na visão turismo 2020 (figura 17).

## 4.2 TURISMO 2020: VISÃO E VALORES DE SUPORTE



Figura 17 – Visão turismo 2020  
Fonte: Turismo 2020 – Plano de Ação, s/d., p.147.

O turismo na perspectiva do plano estratégico integra-se a um projeto de desenvolvimento de país, no qual Portugal objetiva no horizonte de 2020 ter conquistado um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo (figura 18).

<b>OT1</b>	Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação	<b>CRESCIMENTO INTELIGENTE</b>
<b>OT2</b>	Melhorar o acesso às tecnologias da informação e da comunicação	
<b>OT3</b>	Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas	
<b>OT4</b>	Apoiar a transição para uma economia de baixo teor de carbono	<b>CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL</b>
<b>OT5</b>	Promover a adaptação às alterações climáticas e a prevenção e gestão de riscos	
<b>OT6</b>	Proteger o ambiente e promover a eficiência energética	
<b>OT7</b>	Promover transportes sustentáveis e eliminar os estrangulamentos nas principais redes de infraestruturas	
<b>OT8</b>	Promoção do emprego e apoio à mobilidade dos trabalhadores	<b>CRESCIMENTO INCLUSIVO</b>
<b>OT9</b>	Promover a inclusão social e combater a pobreza	
<b>OT10</b>	Investir na educação, nas competências e na aprendizagem ao longo da vida	
<b>OT11</b>	Reforçar a capacidade institucional e uma administração pública eficiente	

Figura 18 – Portugal 2020: Objetivos temáticos  
Fonte: Turismo 2020: Plano de Ação, s/d.

Sendo assim, a concepção dos planos de desenvolvimento estratégico do turismo em Portugal, com sua dinâmica própria, segue, assim como no modelo brasileiro, um processo de decisão em políticas públicas que vale-se de uma estrutura comunicacional entre os atores envolvidos promovido por fluxos verticais e horizontais. Porém, a diferença entre os dois modelos incide na organização da gestão do setor, pois, enquanto o modelo brasileiro é mais centralizado, estruturalmente funcional e com resultados ainda incipientes, o português mostra-se perceptivelmente mais descentralizado, mas ambos influenciados por interesses políticos implícitos. As influências políticas incidem de duas formas: Organizativo/impulsionador, no qual o Estado promove iniciativas públicas para desenvolver e gerir o território. Em Portugal as Entidades Regionais de Turismo (ERT's) são fundamentais para o resultado da implementação das políticas públicas no âmbito regional e local. Outra forma de influência política é a especulativo/ intervencionista, apresentando-se nas ações de grupos de pressão através de estratégias como emendas parlamentares, lobby e discrepâncias legais entre Federação e estados como no caso brasileiro (Derruau, 1977).

Neste contexto, o sistema de turismo português resguarda-se num amplo leque de leis e decretos, os quais sustentam-se no Decreto-lei nº191/2009<sup>8</sup>, norteador do desenvolvimento turístico e consagrador dos princípios orientadores e dos objetivos da política nacional de turismo, o qual reconhece institucionalmente a importância do setor para a economia portuguesa.

Considerando o conjunto de instrumentos legais para o desenvolvimento do turismo no território português, percebe-se, ainda, no processo decisório de políticas públicas no turismo, a possibilidade da ocorrência do conflito de interesses e ambições tanto dos políticos, das regiões ou dos destinos turísticos e, também, do setor privado, principalmente no que tange os investimentos, o que leva, por vezes, os gestores a adotarem como política pública a não ação.

Porém, face a esses desafios de alinhamento de interesses e a opção por políticas públicas de desenvolvimento turístico do território português, prevê-se no documento Estratégia 2027 uma ampla participação de caráter criativo e dinâmico. Para tanto, explicita-se que o posicionamento do turismo português na atualidade somado aos “desafios e contexto externo em permanente mudança impõe a criação de um enquadramento estratégico

---

<sup>8</sup> Decreto-Lei n.º 191/2009, de 17 de Agosto. D.R. n.º 158, Série I - Estabelece as bases das Políticas Públicas de Turismo e define os instrumentos para a respectiva execução

partilhado. Neste sentido, ouvir, envolver e planear com... são palavras-chave deste processo” (Turismo de Portugal, 2016<sup>9</sup>, p. 13).

Este processo traz consigo o objetivo, dentre outros, de dirimir as diferenças para permitir um efetivo ambiente de cooperação e participação, eliminando, em maior parte, a face oculta do poder, reconhecida em todos os países e, como relatada por Bacharach e Baratz (1970), identificada em duas faces: a primeira referente ao que é decidido e outra no que diz respeito ao que não é decidido. Segundo os autores, a força ou, como eles denominam, o poder quando exercidos fazem os participantes do processo tomarem decisões com base nas suas influências, mas é também exercido quando realocam suas energias para a criação e reforço de valores sociais, políticos e institucionais que delimitam o escopo do processo político de decisão. Para Lukes (2005) existe uma outra face do poder, na qual “A” determina as vontades de “B”, por meio do controle. É o poder que deriva da manutenção e ênfase dos valores dominantes, que impedem que algumas decisões ocorram.

A organização do turismo em Portugal mostra-se inserida numa perspectiva incremental/racional, pois mantém instituições governamentais com padrões estruturados de comportamento de indivíduos e grupos, sob o ponto de vista histórico, com tendência de persistir a longo prazo. De certa forma, vê-se a política pública como uma continuação das atividades de governos anteriores com apenas algumas modificações incrementais. Neste sentido, a característica reguladora é predominante, tendo em vista que os atuais programas, políticas e despesas são consideradas como pontos de partida, e a atenção é concentrada sobre novos programas e políticas e sobre acréscimos, decréscimos ou modificações nos programas em vigor.

Também identifica-se um nível satisfatório de institucionalismo, no qual a política passa a ser um produto institucional, mesmo compreendendo que há influências das forças econômicas e sociais, gerando impacto sobre as políticas do setor. O resultado dessa dinâmica é a necessidade de se adotar um conjunto de processos político-administrativos (Quadro 10).

Identificar problemas	Tornar manifestas as demandas, para a ação governamental.
Montar agenda para deliberação	Escolher as questões a serem decididas e os problemas a serem tratados.
Formular propostas de políticas	Desenvolver propostas de políticas, para resolver as questões e os problemas.

<sup>9</sup> Estratégia Turismo 2027 – Portugal: Documento para discussão pública, maio de 2016.

Legitimar políticas	Selecionar uma proposta. Articular apoio político para ela. Transformá-la em lei.
Implementar políticas	Organizar burocracias. Prestar serviços ou prover pagamentos. Criar impostos.
Avaliar políticas	Estudar os programas. Relatar os <i>outputs</i> dos programas governamentais. Avaliar os impactos dos programas sobre os grupos-alvo e sobre os outros grupos. Propor mudanças e ajustes.

Quadro 10 – Processos político-administrativos  
 Fonte: Dye (2005 citado por Heidemman e Salm, 2010).

Entender essas relações, além dos papéis e das responsabilidades que essas esferas assumem, é algo de grande importância quando se debate o planejamento e gestão do turismo, principalmente no que tange as parcerias público-privadas para suprir uma necessidade ou desatenção do Estado. Migliano, Scatena e Cunha (2003) relatam que a parceria entre os setores e segmentos sociais é de grande relevância para o alcance dos objetivos dos projetos de turismo em qualquer localidade. Porém, Pereira (1999) ressalta que, além da participação do Estado, fundamentalmente deve existir a capacidade de integrar usuários e beneficiários do setor na produção e avaliação de políticas públicas, pois, segundo o autor, não há possibilidade de que a implantação do projetado ocorra de forma eficiente sem a harmonização das relações entre poder público, iniciativa privada e comunidades.

O papel desenvolvido pelo Estado português em relação a iniciativa privada é o de fomento às atividades concernentes ao turismo, através de financiamentos, investimentos e promoção do país como destino turístico.

O conjunto de políticas públicas voltadas para o fomento das atividades turísticas se insere no contexto das políticas distributivas do Estado (ex. Linha de Apoio à Qualificação da Oferta 2016, decorrente do protocolo assinado em 02 de março de 2016 na BTL entre o Turismo de Portugal e doze instituições financeiras), para promover a geração de renda e emprego, territorializando as políticas delineadas. Portanto, setores como os da restauração, animação turística, transportes e hotelaria estão contemplados no planejamento estratégico do turismo e na prospecção do turismo 2020 através de linhas de apoio à qualificação da oferta turística, que disponibilizam recursos para investimentos em “projetos distintivos e inovadores, assim como na requalificação de empreendimentos turísticos, no sentido de os

posicionar e afirmar em segmentos de maior valor acrescentado. O desenvolvimento de projetos de empreendedorismo na área da animação turística, bem como de projetos na área da restauração de interesse para o turismo, estão também entre os eixos de investimento contemplados” (Turismo de Portugal, 2016, s.p).

No entanto, é na promoção do turismo que Portugal intenciona atrair visitantes, apresentando-se ao mercado com base nos anseios e necessidades identificadas, motivações de viagem e experiência, entre outras variáveis modeladoras. Corroborando com esta metodologia, Buhalis (2000) ressalta que a competição entre destinos turísticos se dá através da imagem a ser constituída ou constituída no imaginário dos partícipes do mercado turístico alvo, sendo, desta forma, fator determinante ao processo de decisão de compra do produto turístico “Portugal”.

Na constituição da imagem e marca como forma de identificação, posicionamento e, fundamentalmente, de influência no processo de decisão de compra, requer-se dos gestores do turismo a capacidade de perceber no mercado consumidor real e/ou potencial as motivações de consumo, as quais definirão o carácter do destino turístico, seja pela autenticidade sociocultural ou inautenticidade da criação que atenda mais objetivamente os anseios dos consumidores, gerando uma competência maior ao destino para competir no mercado turístico. Por vezes, o caminho de construção da imagem do destino é ténue, pois, como na perspectiva de MacCannell (citado por Augusto, 2014), há situações turísticas que resultam das configurações do espaço turísticos e dos cenários, os quais podem originar quatro estados de autenticidade: a) a situação autêntica; b) a autenticidade encenada; c) a negação da autenticidade; e d) a autenticidade inventada.

Agusto (2014, p.145), ao referenciar Cohen (1979), evidencia que “ a situação autêntica é real e percebida como real. A autenticidade encenada prende-se com a autenticidade resultante da intervenção dos estabelecimentos turísticos. A negação da autenticidade tem a ver com espaços turísticos reais e autênticos, mas cuja autenticidade suscita dúvidas aos turistas. A situação turística inventada refere-se a um espaço encenado e que é percebido como tal pelo turista”.

Sendo assim, a busca de constituir a imagem pelo autêntico ou inautêntico expressa-se pela identificação das motivações dos turistas e suas expectativas de experiências turísticas.

Portanto, ciente da batalha competitiva que trava-se no mercado turístico pela atenção dos agentes operadores e turistas, Portugal vale-se de alguns instrumentos, presentes nos planos PENT e Turismo 2020, como a matriz estratégica produto/destino (ver quadro 06),

adoção de elementos-chave qualificadores e diferenciadores para promover o turismo (ver figura 06), matriz motivações vs produtos e de foco, indicado na visão construída e valores de suporte identificados. Neste sentido, Cai (2002) entre outros<sup>10</sup>, considera que o núcleo do *destination branding* é o cuidado na construção de uma imagem positiva do destino turístico, o qual identifica-o e diferencia-o no mercado de outros destinos.

Para tanto, perceptivelmente o *e-tourism* que, na concepção de Buhalis (2003), é reflexo da digitalização de todos os processos da cadeia de valor do turismo, seja na hotelaria, restauração ou nas demais áreas partícipes do sistema turístico, encontra guarida nas estratégias do turismo de Portugal tanto para a promoção do país no mercado externo quanto para a gestão e monitorização do plano estratégico de turismo (Turismo 2020 e Estratégia 2027).

Desta forma, no nível tático, assimila-se a necessidade do uso das TIC's – Tecnologias da Informação e Comunicação – para maximizar a eficiência e a eficácia da ordem institucional e empreendedora no turismo português. Já a nível estratégico, o *e-tourism* impacta diretamente todos os processos de negócio, assim como as relações estratégicas das organizações de turismo com os demais elementos do sistema turístico.

Figueiredo (2010) evidencia, na sua leitura das estratégias mercadológicas do turismo português, que as principais estratégias adotadas pelo Turismo de Portugal para promover o país como destino turístico atem-se para com a atuação nos vários ciclos de viagem (planejamento, reserva e partilha), o aumento dos investimentos na captação de rotas e operadores turísticos, a necessidade de gerar parcerias ativas com empresas do setor através de eventos específicos, o planejamento e organização da vinda de jornalistas especializados em turismo, a relevância de se ativar a marca Portugal nos mercados externos e a monitorização integrada da promoção externa.

O conjunto de políticas públicas em turismo produzidas e implementadas pelo Estado português corresponde a percepção da necessidade de ativação do território para o desenvolvimento das atividades turísticas que reflitam noutros setores da sociedade, assim como do planejamento e organização do sistema turístico, seja valendo-se de ferramentas da administração como o planejamento (planos e projetos), a organização (Leis e decretos), o direcionamento (alinhamento estratégico e visão de futuro) e o controle (monitorização e avaliação). Neste contexto e face ao modelo de políticas regionais em Portugal, o desejo de territorializar as políticas públicas transparece numa relevância estratégica acrescida, pois da

---

<sup>10</sup> Anholt (2007), Ashworth & Kavaratzis (2010), Cai, Gartner & Munar (2009), Kapferer (2008) e Morgan, Pritchard & Pride (2011).

sua efetividade depende a consolidação das experiências e satisfação dos visitantes, no que tange o turismo (Figueiredo, 2010).

É significativo salientar que, segundo Santos (2014, p.81), Portugal tem uma “divisão territorial mais orientada para os principais destinos turísticos regionais portugueses, onde se salientam Lisboa e Porto”. Mesmo assim, o interior do país ganhou espaço nas estratégias, fundamentalmente através do produto Gastronomia e Vinhos, a partir da percepção da qualidade, diversidade e saber-fazer (Santos, 2014), assim como outros produtos considerados estratégicos e associados à oferta cultural, como o Turismo Religioso.

As iniciativas de territorializar o turismo são muitas, explicitadas em projetos e programas, as quais destaca-se o PROVERE – Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos para Estratégias de Eficiência Coletiva, o Turismo 2015 – Polo de Competitividade Tecnológica, o PIT – Programa de Intervenção do Turismo, o POLIS – Programa Nacional de Requalificação Urbana e Valorização Ambiental das Cidades, o Programa Proturismo – COET (Comissão de Orientação Estratégica para o Turismo), sendo todas, segundo Santos (2014), de grande relevância para a valorização do turismo nacional português.

Sendo assim, as políticas públicas de turismo territorializadas e as ascendentes de base municipal e/ou supramunicipal revelam uma crescente relevância à promoção do território português, o que diferencia o país do Brasil, pois faz do turismo a ferramenta para o desenvolvimento regional.

### **2.3. Planejamento Estratégico do Turismo Português: Estratégia 2027**

A localização geográfica, os recursos naturais e paisagens, a cultura e outras características peculiares a Portugal, fazem do país um forte *player* no mercado turístico mundial.

Nos últimos 10 anos, Portugal adotou o planejamento estratégico como processo norteador do crescimento e desenvolvimento do turismo. Iniciou pelo PENT 2007-2013 (ver Seção 2.2.2, p.31) no qual traçava os primeiros direcionamentos ao exponencial crescimento do setor, sobreposto pela revisão do plano, gerando o PENT 2013-2015, que trazia na sua essência o reposicionamento do país no cenário do turismo europeu e mundial. Mais recentemente, percebeu-se que a participação popular carecia de incentivo, reconhecendo-na como fundamental para a coesão desejada em torno das estratégias a serem desenhadas e

adotas. Desta forma, surge o plano Estratégia Turismo 2027, que está em fase de discussão pública e elaboração.

Esta iniciativa pretende “ser o referencial estratégico para o Turismo em Portugal na próxima década”, valendo-se de um processo de ampla participação que possibilite a convergência para um mesmo ambiente de debate contributos de diversos setores da sociedade. Desta forma, fixa-se como uma visão de longo prazo, que combinada com ações a serem executadas em espaços de tempo mais curtos, permitirá “atuar com maior sentido estratégico e enquadrar o futuro quadro comunitário de apoio 2021-2027” (Turismo de Portugal, 2016).

Na Estratégia 2027 determina-se que o turismo seja uma prioridade do governo português, integrando o conjunto de políticas públicas estratégicas do Estado (Figura 19).

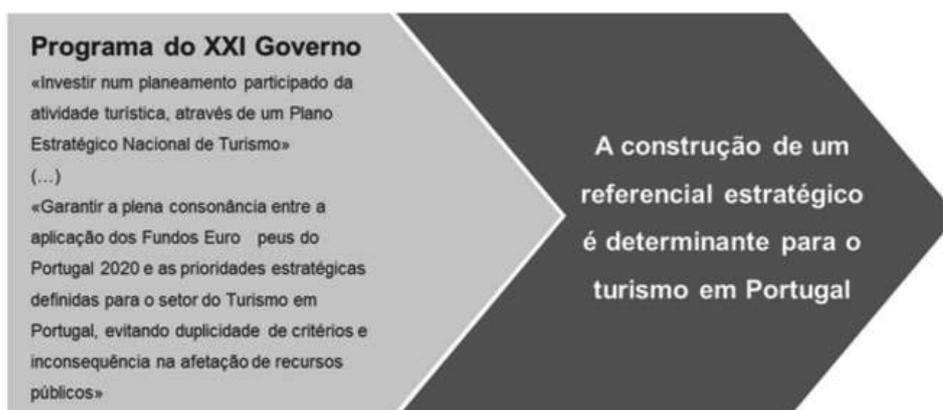


Figura 19 – Turismo como prioridade estratégica para o governo  
Fonte: Turismo de Portugal, 2016.

Este posicionamento político do governo português contempla duas dimensões: a) pensar estratégica e estruturalmente o turismo a 10 anos; b) agir no presente e no curto/ médio prazo no horizonte 2020. Para tanto, a Estratégia 2027 é uma estratégia partilhada para o turismo de Portugal, visando: assegurar a estabilidade nas grandes prioridades para o turismo nacional até 2027, promover uma integração das políticas setoriais, gerar uma contínua articulação entre os vários agentes do turismo e dar sentido estratégico às opções de investimento (Turismo de Portugal, 2016).

O diferencial do plano Estratégia 2027 sustenta-se na ampla participação popular, fazendo o Estado assumir suas responsabilidades e mobilizar os agentes e a sociedade (Figura 20). A participação popular é definida como uma construção plural, “envolvendo as regiões, as empresas, as instituições, a procura e a sociedade civil.

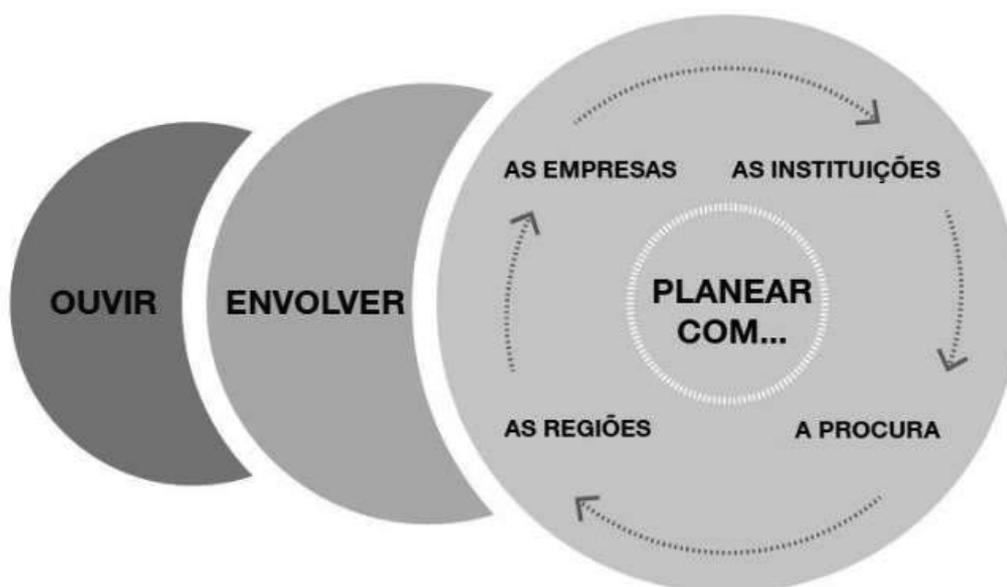


Figura 20 – Processo de construção da Estratégia 2027: ouvir, envolver e planejar.  
 Fonte: Turismo de Portugal, 2016.

Segundo o Turismo de Portugal (2016), o processo de auscultação e envolvimento popular serão consideradas nas plataformas tecnológicas, *focus group* internacionais, reuniões bilaterais, entrevistas e o LET – Laboratórios Estratégicos para o Turismo, seguindo a dinâmica descrita na Figura 21.

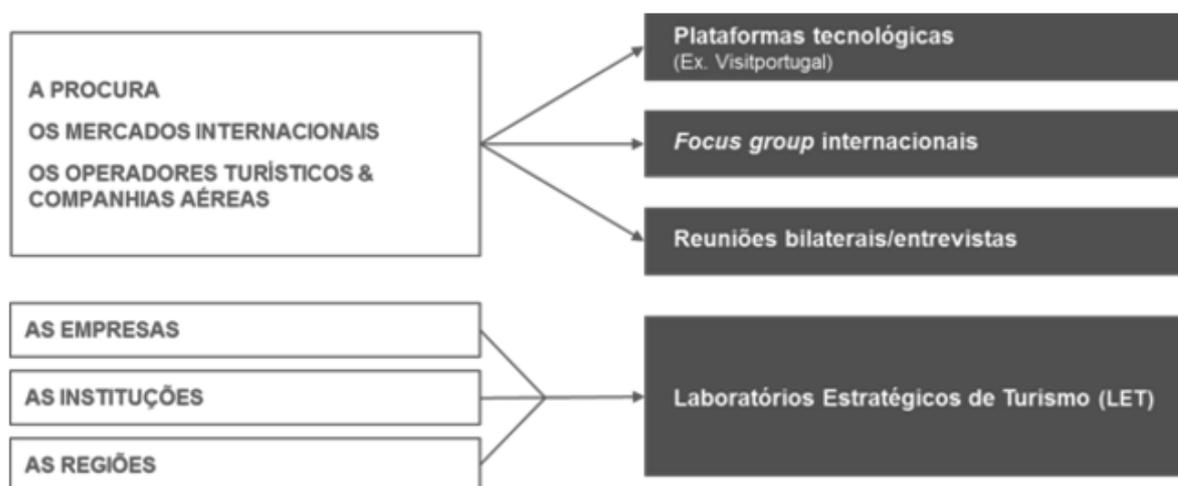


Figura 21 – Processo de auscultação e envolvimento dos atores estratégicos  
 Fonte: Turismo de Portugal, 2016.

Portanto, a mais-valia do novo plano estratégico é o envolvimento da população de Portugal, mais especificamente os atores estratégicos do turismo, compreendendo-os como um ativo único e transversal do território.

## 2.4. Síntese

Neste capítulo da 2ª parte, abordou-se, as políticas públicas de turismo no Brasil e em Portugal a partir do ponto de vista histórico, considerando os processos de formação e decisão das políticas públicas através das estruturas político-administrativas dos dois países.

Considerou-se, ao abordar o assunto, que as políticas são uma área de conhecimento de grande relevância para o estudo do turismo. Desta forma, percebeu-se que ao compreender as causas e consequências das decisões políticas, permitiu entender um pouco mais sobre as dinâmicas sociais, econômicas e culturais do turismo em cada território estudado. Portanto, as políticas públicas sectoriais e gerais foram analisadas mediante a percepção de que podem ser, como descrito por Dye (1992, citado por Hall 2001, p.28), compreendidas como uma variável dependente, ou seja, cuja questão crítica repousa nas características “socioeconômicas e do sistema político para moldar o conteúdo da política”.

Sendo assim, este capítulo apresentou a evolução histórica das políticas públicas no Brasil e as estruturas político-administrativas que, ao longo da história, foram adaptando-se e/ou modificando-se as exigências e pressões do ambiente político-social brasileiro e, também, do setor de turismo. Assim como, no caso português observou-se as diferentes formas de gerir o território, a partir de instrumentos de gestão calcados na característica da descentralização e autonomia, representados nas regiões turísticas (NUTS) e nas entidades regionais de turismo.

Desta forma, ressalvadas as dimensões e características territoriais, compreende-se que o exemplo português de regionalização do turismo proporciona ao Brasil elementos fundamentais ao aperfeiçoamento do PRT – Programa de Regionalização do Turismo (Quadro 11).

	<b>Característica</b>	<b>Resultado</b>
BRASIL	Participativa	O Programa de Regionalização do Turismo proporcionou o fortalecimento da gestão participativa, porém, contraditoriamente, gerou centralização do poder em instâncias de discussão e deliberação como fóruns estaduais e conselhos de turismo.
PORTUGAL	Descentralizada	Surgimento de atores com capacidade de intervenção e articulação que integram com diversos setores componentes do sistema turístico.

Quadro 11 – Quadro comparativo da característica e resultados da regionalização do turismo no Brasil e em Portugal

Fonte: Organizado pelo autor, 2016.

No capítulo subsequente, o foco é o planejamento do turismo, porém sem deixar de considerar a relevância de manter-se com o entendimento da estreita relação com as políticas públicas. Pois, segundo Hall (2001, p.26) o planejamento e política “são termos intimamente relacionados”.



## CAPÍTULO III – PLANEJAMENTO DO TURISMO: ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA

### 3.1. Introdução

É notório, principalmente pela vasta bibliografia<sup>11</sup>, o aumento da dinâmica das relações socioeconômicas e culturais, principalmente, a partir da década de 1970. Lipovetsky e Charles (2004) enquadram as mudanças na segunda metade do século XX como fruto de uma reorganização do funcionamento social e cultural das sociedades avançadas. Como consequência, nesse mundo “acelerado”, a característica predominante é a imprevisibilidade, a qual força as organizações públicas e privadas a desenvolverem ferramentas com o intuito de minimizarem as incertezas.

A atualidade de uma dinâmica mutante prende-se numa lógica que não tranquiliza nunca o indivíduo, provocando um fluxo contínuo e permanente de busca do que ainda não existe para adquirir e descartar rapidamente, no qual Aubert (2004) enquadra o indivíduo imerso no “excesso de inexistência”.

Bauman (1999, p. 74) citando o professor, da Universidade Católica de Louvain, Ricardo Petrella, evidencia a dinâmica mundial firmada num “pacto” global de produção do efêmero, do volátil, “por meio de uma redução em massa e universal da durabilidade dos produtos e serviços, assim como do precário (empregos temporários, flexíveis, de meio expediente)”. Já no livro *Modernidade Líquida*, Bauman (2007, p.7), no primeiro parágrafo da introdução, afirma que “estão ocorrendo atualmente, algumas mudanças de cursos seminais e intimamente interconectadas, as quais criam um ambiente novo e de fato sem precedentes para as atividades da vida individual, levantando uma série de desafios inéditos”. Tais transformações são também estruturais e promovem no ambiente social movimentos de fluxo e contrafluxo, gerando incerteza e a busca contínua pela segurança.

É neste contexto, caracterizado por Lipovetsky e Charles (2004) como de embate entre os mercados, o indivíduo e os avanços técnicos, e apropriando-se da experiência militar<sup>12</sup>, que ampliam-se os usos do ato de planejar, atendendo as diversas necessidades oriundas da vida num mundo globalizado. Vieira (2007, p.29) compreende que o planejamento é um “instrumento de poder”, permitindo antever o futuro, qualificando-o e quantificando-o, com o

---

<sup>11</sup> Bronzo e Garcia (2000); Lastres (1995); Keinert (2007); Chesnais (1995), Lipovetsky e Charles (2004) e Aubert (2004).

<sup>12</sup> Por sua origem militar, geralmente incorpora-se o termo "estratégia" a situações que busca-se alcançar um objetivo. O termo 'estratégia' emprega-se em ambientes dinâmicos, mutáveis e de conflitos, relação de poder, como é o caso do planejamento em turismo (Barreto, 2005; Bobbio, Matteucci, Pasquino, 1986; Bourdieu, 1979; Mintzberg e Quinn, 1992)

objetivo de conduzir as ações para maximizar os resultados esperados. No mesmo sentido, Bolan (1974 citado por Mintzberg, 2004) ressalta que “planejamento denota pensar o futuro”. Outros, como Weick (1979 citado por Mintzberg, 2004), enfatizam que o planejamento não é só previsão, mas a oportunidade de controlar o futuro para garantir algum nível de segurança.

Compreendendo a complementaridade dos conceitos e definições, percebe-se que quanto mais turbulento e dinâmico for o ambiente mais necessário é o uso do planejamento como ferramenta de previsão e controle.

Ao olhar para o passado recente, vê-se a década de 1970 como um marco para a compreensão mais generalizada do processo de globalização e dinamização dos mercados no mundo, pois é a partir desse período que ocorrem alguns novos acontecimentos relevantes em escala mundial, principalmente na área econômica e tecnológica, como: a crise do petróleo (1973 e 1979)<sup>13</sup>, a queda da paridade do dólar e do ouro (1971)<sup>14</sup>, que alterou o sistema monetário internacional, o crescimento e inventividade de novas tecnologias, as transformações na geopolítica europeia e mundial com a queda dos regimes socialistas da União Soviética e Alemanha Oriental (final da década de 1980), entre outros fatores, que proporcionaram ao mundo o entendimento ampliado da conectividade e interdependência entre os países (Touraine, 1995).

O turismo não manteve-se à margem das mudanças, ao contrário, mostrou-se um dos setores que mais facilmente se adaptaram e progrediram com a abertura de mercado em vários países, tornando-se uma atividade desejável e relevante para o desenvolvimento de muitas regiões (Silveira, 2002). Com a intensificação do processo de globalização do capital<sup>15</sup>, Crouch (2007) indica que forças macro-ambientais (economia global, terrorismo, cultura e demografia, tendências,...) e micro-ambientais passaram a impactar o sistema de turismo mais fortemente. Portanto, a dinâmica das economias e sociedades proveu um mundo de crises econômicas e humanitárias, sendo muitas delas utilizadas por países e instituições para reorganizar-se internamente, no qual o turismo apresenta crescimento contínuo, ora mais lento e com menores taxas ora com desempenhos mais vistosos, ou seja, o setor atenua os impactos negativos das influências das forças do ambiente organizacional e maximiza as oportunidades que surgem.

Neste ambiente de incertezas e de abertura de mercado, as organizações turísticas viram-se com o desafio de expandir além das fronteiras nacionais, algo que percebeu-se com

---

<sup>13</sup> Fishlow (1986); Marques (1985); Moraes (2004)

<sup>14</sup> Tavares (1997)

<sup>15</sup> SANTOS (2001)

clareza, por exemplo, no setor hoteleiro através das redes internacionais de hotéis, passando a competir por mercados que antes restringiam as atividades para empresas de capital estrangeiro. Para Tulik (1994, p.10) “a competitividade estimulou a agressividade dos agentes operadores e a utilização de tecnologias avançadas e de sistemas de comercialização altamente sofisticados”. Para uma melhor compreensão, Ritchie e Crouch (2010), definem a competitividade de um destino quando esta relaciona-se à eficiência e à efetividade dos recursos empregados, gerando crescimento e desenvolvimento no setor turístico.

Desta forma, o mercado turístico se dinamizou e constituiu um ambiente de alta complexidade e competitividade (Quadro 12).

<b>Paradigma A (antes de 1970)</b>	<b>Paradigma B (depois de 1970)</b>
Mercado nacionalizado (mais fechado)	Mercado Globalizado (aberto, transnacional)
Ambiente de estabilidade	Ambiente de instabilidade
Previsibilidade	Imprevisibilidade
Certeza	Incerteza
Conformidade	Inconformidade
Manutenção do Status Quo	Mudança contínua visando o “aprender a aprender”

Quadro 12 – Mudança ambiental das organizações no processo de globalização a partir de 1970

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Poon (1993) destaca que neste ambiente dinâmico e de incertezas está emergindo um novo turismo, calcado na sustentabilidade ambiental e social, caracterizando-se pela escolha. Sendo assim, um novo tipo de turista também aparece, que segundo Panosso Netto e Ansarah (2009), mais educado, experiente, independente, sensível às questões da conservação e preservação ambiental, com respeito às culturas e atento à relação preço-qualidade. Portanto, para Poon (1993), neste novo cenário as organizações precisam estar atentas ao uso das novas tecnologias e se adaptar, criando soluções para se manterem no mercado.

Nesse contexto, o uso do planejamento, pelas organizações privadas e públicas, destaca-se como ferramenta fundamental e adequada para a compreensão e interação com o novo paradigma mundial. Para tal, o planejamento constitui-se por um conjunto de tarefas que sistematicamente abarcam elementos que auxiliam na compreensão das dinâmicas do ambiente, – indicativamente o do turismo – envolve aspectos relativos ao uso e “ocupação do território, à economia, sociologia e cultura dos núcleos receptores, bem como as características dos locais emissores e a consequente heterogeneidade dos turistas” (Ruschmann, 1990, p.63). Já Gunn (1979), além de considerar o ambiente, apresenta a

preocupação de caracterizar o processo de planejamento com base na estratégia e, para tanto, elenca cinco fases do planejamento: fixação dos objetivos, investigação e análise, síntese e conclusão, definição de conceitos de desenvolvimento e recomendações.

Barreto (2000, p.14) destaca que o planejamento compõe-se em princípios básicos: a inerência – o planejamento é indispensável; a universalidade – tenta prever todas as variáveis e consequências; a unidade – múltiplas faces que devem estar integradas num conjunto coerente; a previsão – o planejamento é intrinsecamente previsão; e participação – o planejamento requer a participação de todos os níveis e setores, seja nas organizações públicas ou privadas. Neste sentido, Murphy (1985 citado por Marujo e Carvalho, 2010, p.155) enfatiza que o ato de planejar preocupa-se com a “antecipação e a regulamentação das mudanças no sistema, em promover de forma ordenada o desenvolvimento...”.

Hall (2001, p.29), ao tratar da importância do planejamento do turismo, destaca que

“embora o planejamento não seja uma panacéia para todos os males, quando totalmente voltado para processos ele pode minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos e, dessa forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo no longo prazo”.

Sendo assim, entende-se que a organização do turismo, como atividade econômica e social, valeu-se, na história recente, do planejamento como uma ferramenta de apoio ao processo decisório, seja na esfera pública (Planos, projetos e programas de governo), seja na privada (Planos estratégicos, Planos orçamentais, entre outros). Porém, devido a mudança de paradigma ocorrido nos últimos 40 anos, a qual se refletiu diretamente nas relações sociais, na dinamização dos mercados, no avanço tecnológico, entre outros, trouxe para as organizações a necessidade de olhar para além das suas fronteiras, ou seja, perceber a dinâmica do ambiente externo à sua estrutura, abandonar o pensamento mais linear e compreender a complexidade nas relações existentes no ambiente em que está inserida.

Neste sentido Costa (2015) indica, sob a compreensão de Harvey (1992), que o interesse público nem sempre é considerado no processo de planejamento, devido as pressões e *lobbies* dos grupos de interesse. Isto ocorre quando da tentativa de simplificação do ambiente e contexto objeto do planejamento que, segundo Healey (1992 citado por Costa, 2015), faz com que o esforço do planejar esteja focado numa mudança de situações.

No turismo, segundo Beni (2003, p.51), as relações ambientais no sistema não se caracterizam por estruturas e funções estáticas, pois “mantém um processo contínuo de relações dialéticas de conflito e colaboração com o meio circundante”. Portanto, as

organizações públicas e privadas, ligadas ao turismo e outros setores da economia, não são autossuficientes, necessitam da interação com os elementos externos a elas, cujo crescimento ocorre em função de “uma série de variáveis” presentes nas esferas do micro e macroambiente.

Desta forma, apropriando-se das ideias de Varela, Maturana e Uribe (1974), compreende-se que o sistema turístico tem um nível de complexidade elevado, devido a dinâmica ambiental proporcionada pelos elementos constitutivos e as variáveis influenciadoras, mantendo características da *autopoiese*<sup>16</sup>, pois, produzindo a si mesmos, recompõem-se continuamente os seus componentes desgastados, é ao mesmo tempo produtor e produto.

Moreira (2013, p.35) enfatiza que o desafio de interpretar o sistema turístico reclama a adoção das teorias da complexidade e do caos. Sendo assim, compreende que o turismo “é um sistema complexo caracterizando-se por uma interação caótica dos seus elementos”.

Na concepção de Inskip (1991), ao descrever historicamente o desenvolvimento do turismo, o uso do planejamento para o ordenamento das atividades das organizações proporciona maior previsibilidade às viagens operacionalizadas por elas desde os primórdios do turismo.

O turismo planejado ao sustentar-se como uma premissa para o êxito dos empreendimentos privados e das intervenções do poder público, assim como a compreensão da complexidade do setor, trouxe a necessidade da criação de estruturas políticas e administrativas para a contínua observação e planejamento do turismo como atividade econômica, social e cultural, as quais dividem-se e distribuem-se por níveis de abrangência geográfica e influência política (Figura 22).

---

<sup>16</sup> Compreende-se autopoiese como sendo a capacidade ou condição de um ser vivo ou um sistema de produzir continuamente a si próprio.

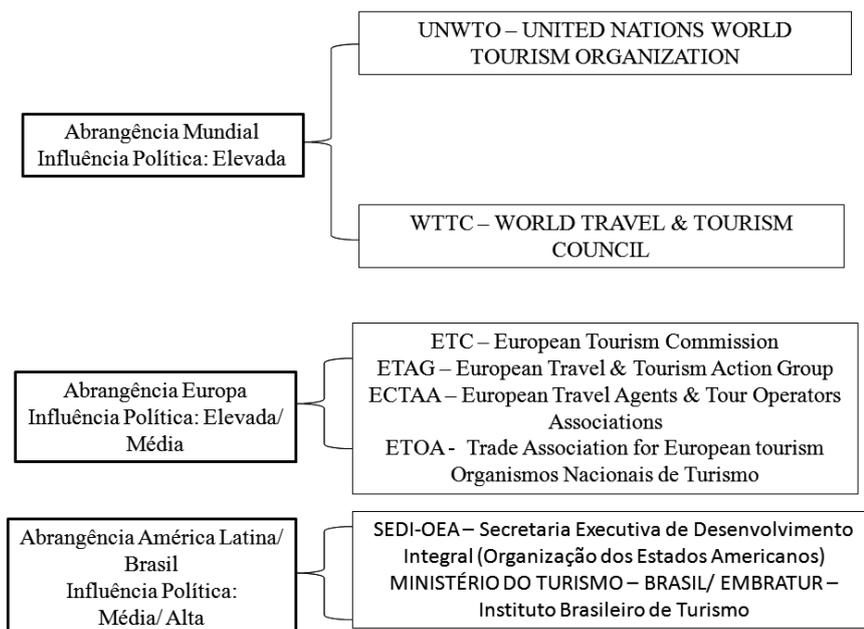


Figura 22 – Estrutura Política Geral do Turismo, tendo como referência o Brasil.  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Neste contexto, cujos papéis desempenhados pelos organismos político-administrativos do turismo estão definidos pelos interesses nacionais e transnacionais, encontra-se, em maior ou menor grau, um ambiente de divergências, de competitividade, na qual os órgãos governamentais incumbidos de planejar o turismo tendem a terem dificuldades de entendimento devido a dois fatores: a) Diferenciais semânticos em relação ao planejamento; b) E o foco e relevância de estudo que baseia-se, principalmente, na perspectiva econômica, insuficiente para explicar a complexidade do fenômeno social (Beni, 2003).

Com a prerrogativa da independência e autonomia, os organismos governamentais do turismo, nas diferentes esferas de abrangência, optam nem sempre pelo mesmo método de planejar ou pela mesma perspectiva, considerando o caráter pluralista do planejamento e as características do seu território de abrangência, tendo em vista abarcar uma diversa gama de dimensões, como: econômica, ambiental, física, social, entre outras, além dos aspectos inerentes ao ambiente competitivo do turismo.

É perceptível, com base em Porter (1986), que os organismos governamentais, assim como as entidades e organizações privadas, tendem a gerar pressão sobre o ambiente do turismo, pois com políticas de fomento ou ações de intervenção, promovem a dinâmica de mercado e introduzem os elementos da incerteza e imprevisibilidade. Isto ocorre devido às necessidades específicas de cada partícipe desse ambiente. Portanto, à intensidade de rivalidade entre os concorrentes existentes assume a forma corriqueira de disputa por posição,

ou seja, os destinos turísticos tendem a almejar a diversificação da oferta turística, fomentando-a através de novas infraestruturas e definição de políticas de uso e conservação do espaço destinado ao turismo, além de outras iniciativas, e as empresas que concorrem valem-se de táticas como a introdução de novos produtos no mercado e aumento dos serviços, objetivando atrair o maior número de turistas/clientes. Andersen, et.al. (2000), ao valer-se da discussão dos fatores *pull* e *push* de Crompton, relata que a atração de turistas para um destino turístico depende dos fatores *pull* e *push*, pois os motivos *push* estão relacionados com o tipo de desejo enquanto as motivações *pull* recaem sobre a escolha para satisfazer o desejo/necessidade.

Para obter êxito num contexto de elevada concorrência, as organizações públicas e privadas percebem a necessidade de embasar sua atuação no mercado turístico em estratégias bem definidas e orientadas para o aproveitamento das oportunidades e pela minimização dos impactos negativos das ameaças que o ambiente produz. A orientação estratégica no turismo, assim como em outras áreas, está relacionada à ligação da organização, ou o destino turístico, ao seu ambiente, com isso definem e operacionalizam meios de maximizarem os resultados da interação que se estabelece (Von Bullow citado por Bethlem, 2009).

Portanto, na organização do turismo, valendo-se da compreensão de Kotler (1975 citado por Alday, 2007), o planejamento, como orientação estratégica, é uma metodologia gerencial que possibilita o estabelecimento da direção a ser seguida pela organização, objetivando maior interação com o ambiente na qual está inserida.

Assim sendo e com base na fundamentação inicial, este capítulo desenvolver-se-á a partir dos argumentos necessários à compreensão da dinâmica do ambiente competitivo e concorrencial do turismo e, também, à explicitação do planejamento como ferramenta essencial para o desenvolvimento do turismo. Assim, em primeiro lugar, discute-se o pensamento estratégico, ou seja, a sua origem no âmago das organizações públicas e privadas, os componentes das estratégias e a complexidade no processo das formulações estratégicas. Num segundo momento, abordar-se questões conectadas com a gestão estratégica do turismo, desenvolvendo temas correlatos e que, ao ajustarem-se, permitem o entendimento da administração estratégica como função essencial à competitividade, como: a identidade territorial para a definição das estratégias, a sustentabilidade na concepção e objetividade das estratégias, a criatividade e inovação como frutos fundamentais para a sustentabilidade do destino turístico e, também, a felicidade e satisfação na essência da construção da identidade turística de um destino.

Neste capítulo, assume-se a relevância das múltiplas referências evidenciadas, pois compreende-se que proporcionam uma perspectiva mais completa sobre o planejamento e organização do turismo sob o enfoque do planejamento estratégico como ferramenta primordial para o desenvolvimento turístico num ambiente instável e concorrencial.

### 3.2. Planejamento Estratégico do Turismo: Origem, Componentes e Complexidade

#### 3.2.1. Origem

O termo estratégia não é novo. O uso da palavra remonta a um período antecessor da Era Cristã. Platão (1983) aproximadamente em 350 a.C., em seu diálogo chamado Político, usa o termo estratégia para identificar a faculdade de saber fazer a guerra.

Em consonância com a visão histórica, o termo tem sua origem nas fileiras militares e, inicialmente, *strategos* referia-se ao papel de um general no comando de um exército. Mais tarde veio a significar “a arte de um general”, o que quer dizer as habilidades psicológicas e comportamentais com as quais ele desempenhava o papel. No tempo de Péricles (450 a.C.) passou a significar habilidades gerenciais (administração, liderança, oratória, poder). E no período de Alexandre (330 d. C.) passou a ser compreendido como a habilidade de empregar as forças para sobrepujar os opositores e de criar um sistema unificado de influência e controle globais (Quinn citado por Mintzberg e Quinn, 2003).

Para um melhor entendimento sobre a evolução conceitual de estratégia, elenca-se (Quadro 13) alguns autores e suas compreensões sobre o tema.

Autor(es)	Conceitos de Estratégia
Von Bullow (citado por Bethlem, 2009)	A ciência dos movimentos guerreiros fora do campo de visão do general e a tática a ciência dos movimentos dos guerreiros dentro do referido campo. Numa organização, a estratégia deve estar relacionada à arte de utilizar adequadamente os recursos físicos, financeiros e humanos, tendo em vista a minimização das oportunidades do ambiente da organização. O conceito básico de estratégia está relacionado à ligação da organização ao seu ambiente. Com isso a organização procura definir e operacionalizar estratégias que maximizam os resultados da interação que se estabelece.
H. Igor Ansoff (1990)	“É quando a munição acaba, mas continua-se a atirar, para que o inimigo não descubra que a munição acabou”. Esta frase demonstra a importância da estratégia dentro das organizações. Qual o caminho de ação que se deve dar e estabelecer à organização?
Oliveira (2002)	Estratégia organizacional é definida como “um caminho, ou maneira, ou ação estabelecida e adequada para alcançar os objetivos da organização. A estratégia organizacional é o ajustamento da organização ao seu ambiente, em geral, em constante mutação (...) todo o processo de implantação e acompanhamento das estratégias

	organizacionais ocorre em circunstâncias de constante mudança. A estratégia é um esquema orientado dentro de um fluxo de decisões; deverá ser sempre inteligente, econômica e viável. Uma organização pode ou não ter um perfil estratégico. Isto pode ser verificado pelas diversas ações implementadas, como pelos propósitos da organização perante o ambiente.
Mintzberg (2003)	<p>Define estratégia em cinco perspectivas, considerando que muitas relações existentes entre elas, onde nenhuma tem a primazia sobre as outras, são complementares. Sendo assim, considera que:</p> <p>a) <b>estratégia como um plano</b>, ou seja, algum tipo de curso de ação conscientemente pretendido; uma diretriz ou conjunto de diretrizes para proceder ante uma situação. Por esta definição, as estratégias tem duas características essenciais: são feitas antecipadamente ações que serão tomadas, e elas são desenvolvidas conscientemente e propositalmente.</p> <p>b) <b>estratégia é um padrão</b>, mais especificamente, um padrão em meio a um fluxo de ações. Em outras palavras, por esta definição, estratégia é constância em comportamento, seja ou não pretendida.</p> <p>c) <b>estratégia como uma posição</b>, ou seja, um meio de posicionar a organização naquilo que os teóricos de organizações chamam “ambiente”. Por definição, estratégia vem a ser a medição de forças entre organização e ambiente, isto é, entre o contexto interno e externo.</p> <p>d) <b>estratégia é uma perspectiva</b>, consistindo não apenas de uma posição escolhida, mas de um meio arraigado de perceber o mundo.</p> <p>e) <b>estratégia é um conceito definido pela cultura da organização</b>.</p>
Prahalad, Hamel (1998)	A competência essencial da organização constitui sua vantagem competitiva sustentável. Por competência essencial, os autores entendem o aprendizado contínuo da organização, a capacidade de integrar diferentes tecnologias, o grau de comunicação, envolvimento e comprometimento verificado entre os integrantes da organização.
Miles, Snow (2003)	<p>Define estratégia de quatro formas:</p> <p>a) <b>Estratégia defensiva</b>: É adotada por organizações que possuem domínios definidos de produto/mercado, que buscam a manutenção ou defesa da ação dos concorrentes.</p> <p>b) <b>Estratégia prospectiva</b>: Esta estratégia é adotada por organizações caracterizadas pela preocupação de buscar novas oportunidades de mercado e reagir com respostas potenciais às tendências emergentes do meio ambiente. Desta forma, na estratégia prospectiva a organização está voltada para novas oportunidades em termos de mercado/produtos.</p> <p>c) <b>Estratégia analítica</b>: se caracteriza por ser adotada por organizações que procuram garantir o domínio atual da organização e, ao mesmo tempo, tentam explorar novas oportunidades.</p> <p>d) <b>Estratégia reativa</b>: é uma estratégia temporária, aplicada a curtos espaços de tempo, ocorrendo respostas tardias às ocorrências do ambiente.</p>

Quadro 13 – Conceitos básicos e tipos de estratégia

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

No turismo, a estratégia foi objeto de estudo de inúmeros pesquisadores, dentre eles: Getz (1983), Fletcher e Cooper (1996), Costa (1999), Ritchie (2004), Stokes (2008), entre outros.

Para Getz (1983) várias etapas que compõem o processo de planejamento estratégico no turismo, como: descrição e modelagem do sistema turístico e de seu ambiente; previsão e

escolha de alternativas futuras; avaliação do desenvolvimento planejado; determinação das metas e objetivos que serão priorizados; seleção das estratégias preferidas para o alcance dos objetivos; início do desenvolvimento incremental; revisão e avaliação do planejamento; e novo processo de tomada de decisões.

Já Ritchie (2004) resume essas etapas em quatro fases: **análise estratégica**, onde se analisa o macro e microambientes; **escolha estratégica**, fase em que se definem o rumo a ser seguido e as estratégias específicas a serem desenvolvidas; **implementação da estratégia**, momento em que se desenvolve-se os recursos e coloca-se as estratégias em prática; e **feedback estratégico**, etapa no qual se avaliam as estratégias, em caráter contínuo, para aperfeiçoá-las

Costa (1999) desenvolveu um método de análise estratégica que consiste, em um primeiro momento, na análise do ambiente interno das organizações com ênfase nos recursos e ativos, a qual também permite o monitoramento de municípios turísticos. Num segundo momento, ocorre a análise macroambiental, envolvendo os ambientes econômico, político, social, cultural, educacional, religioso, tecnológico, infraestrutural, turístico, geográfico, ecológico, internacional, financeiro, eventos e jurídico-legal. E, por último, se dá a análise das fontes supridoras de recursos. Nesse modelo, o autor, enfatiza também a análise dos mercados turísticos atual e futuro.

Muitos autores, como Xiang; Formica, 2007; LuqueMartinez et al., 2007; Fletcher; Cooper, 1996 comungam da percepção de que para as organizações ou destinos turísticos sobreviverem no mercado, o qual está em constante transformação, os destinos turísticos precisam compreender as variáveis que atuam sobre o sistema turístico, analisando-as e interpretando-as como oportunidades ou ameaças, além de investigar os fatores críticos, para embasar a formulação de estratégias, visando à otimização dos aspectos positivos e a minimização dos efeitos negativos do desenvolvimento do turismo (Costa, Boaventura e Barreto, 2010).

Ao ler os conceitos e definições dos teóricos em estratégia organizacional, percebe-se o planejamento correlato e, por vezes, intrínseco ao processo de definição estratégica.

Os conceitos e as ferramentas que são a base do planejamento estratégico, sendo que, segundo Akoff (1970 citado por Oliveira, 2012), há três tipos dominantes de filosofia que são usadas simultaneamente na elaboração dos planejamentos: da satisfação, da otimização e da adaptação. Na filosofia da satisfação adota-se uma atitude mais conservadora, atendendo um nível de satisfação determinado, suficiente, não, necessariamente, buscando formas de

excedê-lo, utilizando-se o mínimo esforço para atingir os objetivos. Já a da otimização, percebe-se que o planejamento não é elaborado valendo-se de um desempenho satisfatório objetivado, mas a busca da realização do processo tão bem executado quanto possível, predominando a utilização de modelos matemáticos e estatísticos na quantificação dos objetivos. Na filosofia da adaptação, a característica é a da inovação e da preocupação com o equilíbrio entre as mudanças que ocorrem no ambiente externo à organização e a capacidade de manter o nível de adaptabilidade às exigências externas impostas, pois as mudanças que acontecem no ambiente externo têm responsabilidade sobre os problemas e desafios internos. Desta forma, a organização preocupa-se com as incertezas e a imprevisibilidade do ambiente, valorizando mais o processo de planejamento.

Sendo assim, consoante o pensamento de Kotler (1992), deve-se considerar o planejamento estratégico como uma metodologia que permite estabelecer a direção a ser seguida pela organização, almejando um maior grau de interação com o ambiente.

A visão predominante nos teóricos<sup>17</sup> de estratégia no turismo é a sistêmica, os quais exprimem em suas obras o pensamento sobre a complexidade do turismo a partir da compreensão da interação entre os componentes, intrínsecos ao entendimento do turismo como sistema, através da troca que há nas relações entre eles.

Mesmo compreendendo que o turismo é um fenômeno multifacetado e interdisciplinar, envolvendo a inter-relação dos componentes dos produtos turísticos, de atividades e serviços ofertados pelas entidades públicas e privadas (Gunn, 1994; Pearce, 1995), percebe-se o esforço, de alguns autores, para evidenciar a evolução do planejamento do segmentar/setorial para o de integração, como Cooper, et.al. (2001, p.242), o qual esclarece que “Planejamento e desenvolvimento integrados são uma forma de planejamento abrangente, isto porque integra todas as formas de planejamento-econômico, físico, social e cultural”.

Gunn (1994) sugere que a formação de estratégias para o desenvolvimento regional do turismo passa necessariamente pelo processo de decisão estratégica, valendo-se, fundamentalmente, do planejamento como base sustentadora do modelo (Figura 23).

---

<sup>17</sup> Connell, Page & Bentley (2009); Moutinho (2011), Buhalis (2003), Beni (2003), Gunn (1994), Getz (2012 e 1986), Murphy & Murphy (2004), Sessa (1988), entre outros.

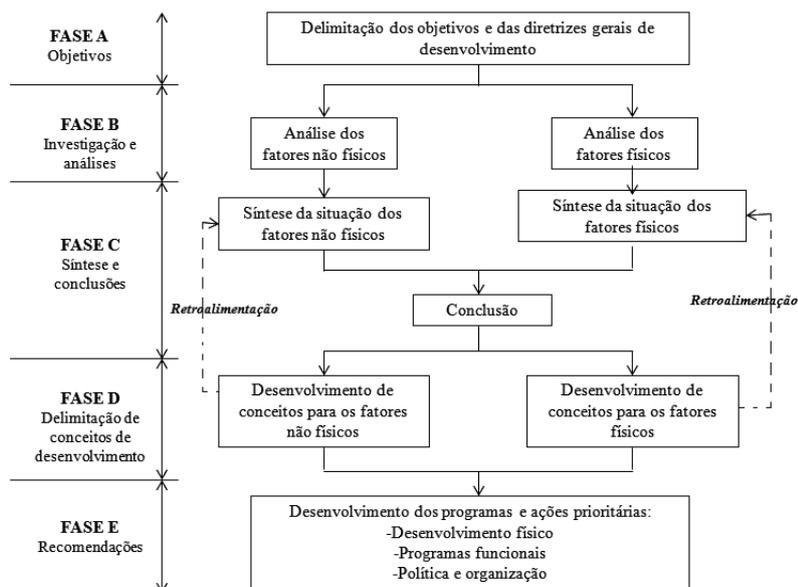


Figura 23 – Planejamento Turístico Regional de Claire Gunn

Fonte: Adaptado de Clare Gunn (1979).

Para Gunn (1994) o planejamento deve ser estratégico, considerando-o com capacidade integradora, participativa e pluralista, no intuito de abarcar as dimensões socioeconômicas e físicas. Já Getz (1986), reafirmando Gunn, ressalta que entende-se o planejamento do turismo como um processo calcado, fundamentalmente, em análise e avaliação, objetivando otimizar o potencial de contribuição do setor.

Além das definições e compreensões sobre o planejamento estratégico e suas aplicações, como no caso do turismo, Cotterman e Wilber (2000) enfatizam a necessidade do planejamento estratégico responder a seis questões: Onde estamos?; Onde queremos ir?; Como chegaremos lá?; Quando deveremos estar lá?; Quem nos ajudará ao chegar lá? e Como medimos e avaliamos o progresso do plano? Portanto, compreende-se que planejar estrategicamente é manter continuamente a necessidade de realização do planejado no presente, permanecendo atento as tendências e ajustando as estratégias à realidade futura.

Sendo assim, entende-se o planejamento estratégico como um processo que consiste na definição da visão de futuro, na análise sistemática das oportunidades e ameaças do ambiente externo e dos pontos fortes e fracos da organização, seja ela uma empresa pública ou privada, município, estado ou país, com o intuito de estabelecer objetivos, estratégias e ações que somem para alcançar o que se deseja. Portanto, a compreensão do processo de planejar estrategicamente passa, forçosamente, pela necessidade de entendimento dos componentes da futura estratégia.

### 3.2.2. Componentes da Estratégia

A complexidade do ambiente, que envolve as atividades turísticas e/ou correlatas ao setor, exige à percepção do partícipes do turismo, principalmente das organizações públicas e privadas, uma visão de mundo calcada na complementaridade e sobrepondo-a ao raciocínio fragmentador, binário. Pois, segundo Morin (2006), pensar a complexidade da realidade ou ambiente, no qual o turismo se insere, impõe a necessidade dos partícipes adquirirem ou desenvolverem a habilidade de pensar a complexidade, através de cinco saberes, sendo um deles: o do ver, que mais interessa para o desenvolvimento do assunto nesta parte do trabalho.

O saber ver é a capacidade de observar o outro e, a partir daí, perceber os detalhes do indivíduo e a relação que estabelece com os diversos elementos existentes no ambiente que faz parte. No que condiz a natureza dinâmica do turismo, o saber ver está diretamente relacionado com a habilidade das organizações compreenderem as dinâmicas internas e externas existentes no setor.

A necessidade da aquisição das habilidades e competências para saber ver são emergenciais, tendo em vista que o ambiente no turismo caracteriza-se pelo elevado dinamismo, incerteza, inconformidade e, principalmente, da contínua busca de adaptação às mudanças ambientais.

No ambiente do setor turístico, com as características descritas, faz-se necessário a permanente atenção às variáveis existentes, as quais influenciam e são influenciadas através das relações estabelecidas. Numa visão mais abrangente compreende-se que o setor de turismo forma um ambiente complexo que pode ser percebido em três esferas, a partir da visão da organização, que são: o ambiente externo formado pelo macroambiente e o microambiente e, também, o ambiente interno à organização (Figura 24).

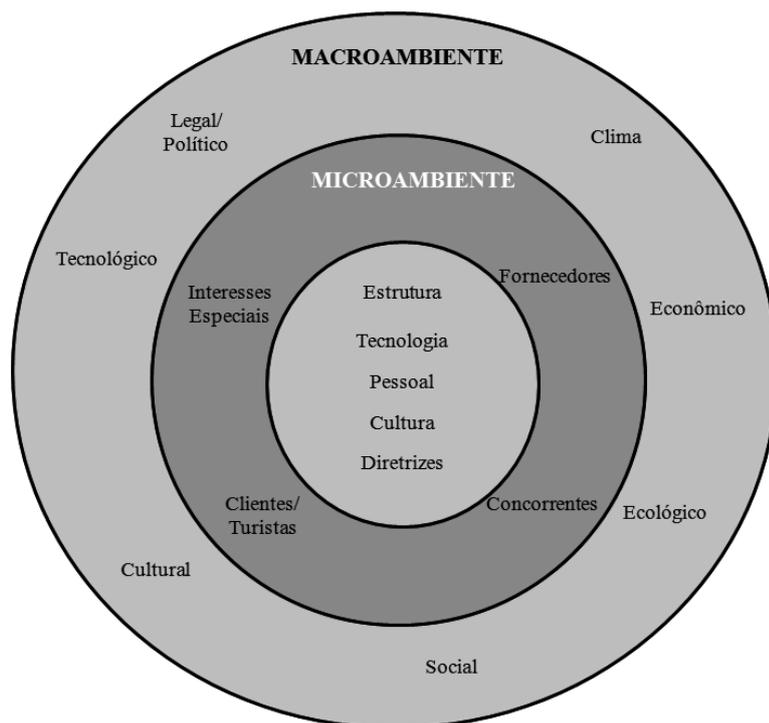


Figura 24 – Ambientes de uma organização  
 Fonte: Adaptado de Megginson et.al. (1998)

Portanto, para fins de um melhor entendimento, evidencia-se que o turismo, nesta tese, é compreendido como um sistema aberto, ou seja, segundo Beni (2003), que “cada variável interage com todas as outras variáveis desse sistema e com as de outros sistemas que com ele realizam operações de troca e de interação”. Portanto, Moreira (2013) indica, através da análise das teorias que compreendem o turismo como um sistema aberto, que o sistema de turismo, assim como outros, constitui-se, basicamente, com as seguintes partes: meio ambiente, unidades, relações, atributos, *input*, *output* e retroalimentação, sendo que as partes relacionam-se em competição ou cooperação para atender a prerrogativa maior do sistema, manter-se ativo.

Neste sentido, Hall (1984) descreve que os componentes básicos na formulação de uma estratégia organizacional são o ambiente, o qual apresenta oportunidades e ameaças, a própria organização (unidade do sistema) e a adequação entre ambos.

O ambiente, para Hall (1984), define-se nas oportunidades visualizadas pelo contexto interno da organização no ambiente, mais especificamente no mercado, bem como nas restrições e limitações, contingências, coações e ameaças existentes. Os ambiente externos e internos à organização exigem que se adote um processo cuidadoso de análise, identificando as oportunidades e ameaças que afetam a organização no cumprimento da sua base corporativa: negócio, missão, visão, valores e objetivos estratégicos.

O ambiente de uma organização é composto por dois níveis de abrangência: o macroambiente, composto por variáveis mais amplas e complexas e que não são passíveis de controle por parte da organização; e o microambiente, o qual é formado por variáveis de menor abrangência e menos complexas e que são passíveis de controle, total ou parcial, por parte da organização.

As variáveis do macroambiente pela sua amplitude são as que têm relação com as atividades dos governos federal, estadual e municipal, assim como com questões do desenvolvimento econômico e social, além com a dinâmica da natureza. Por exemplo, no caso da variável legal/ político, para Silva (2005, p. 55), refere-se “a legislação [...] afeta os salários e taxas que as organizações pagam, os direitos dos empregados e as responsabilidades da organização por danos causados aos clientes pelos seus produtos”. Desta forma, as forças políticas e legais podem restringir ou oportunizar novos projetos nas organizações.

A análise do microambiente, no que diz respeito ao ambiente interno da organização, deve ser o processo que identifica as forças e fraquezas que afetam a organização no cumprimento da sua base estratégica corporativa. Nesta perspectiva, a postura da organização deve ser a de adotar ações que permitam um equilíbrio entre forças e fraquezas, promovendo a adequação entre ambos, para compatibilizar seus objetivos, recursos, potencialidades e limitações com as condições ambientais, no sentido de extrair o máximo das oportunidades externas e expor-se o mínimo às ameaças, coações e contingências ambientais.

Para tanto as organizações devem adotar um processo de elaboração de estratégias a partir do que diagnostica do ambiente do qual faz parte (Figura 25).

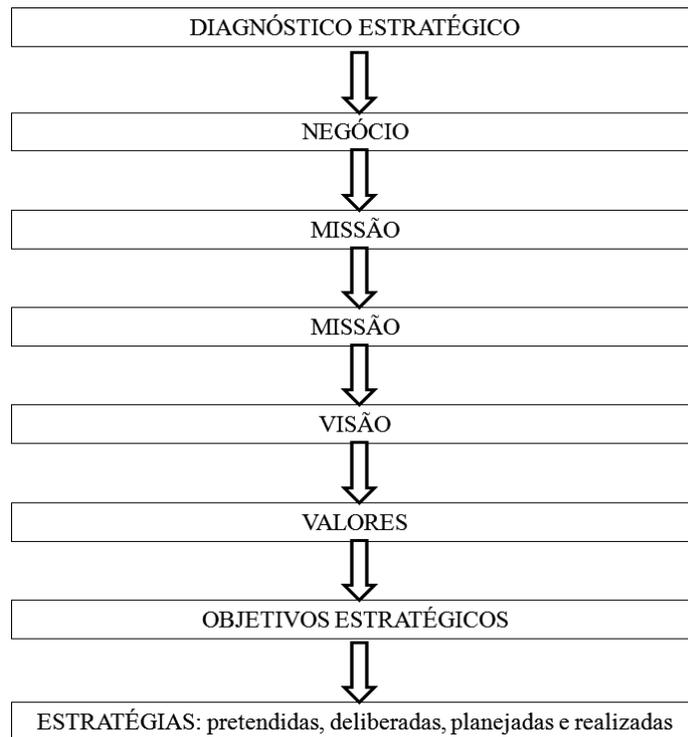


Figura 25 – Processo simplificado de elaboração de estratégias  
Fonte: Adaptado de Oliveira, 2002.

Em relação ao turismo, Beni (2003) retrata os componentes do sistema como os subsistemas identificados nos conjuntos das relações ambientais, da organização estrutural e das ações operacionais, ou seja, percebe-se como componentes do ambiente, no qual a organização insere-se, as variáveis integrantes do macro e microambiente (Figura 26).

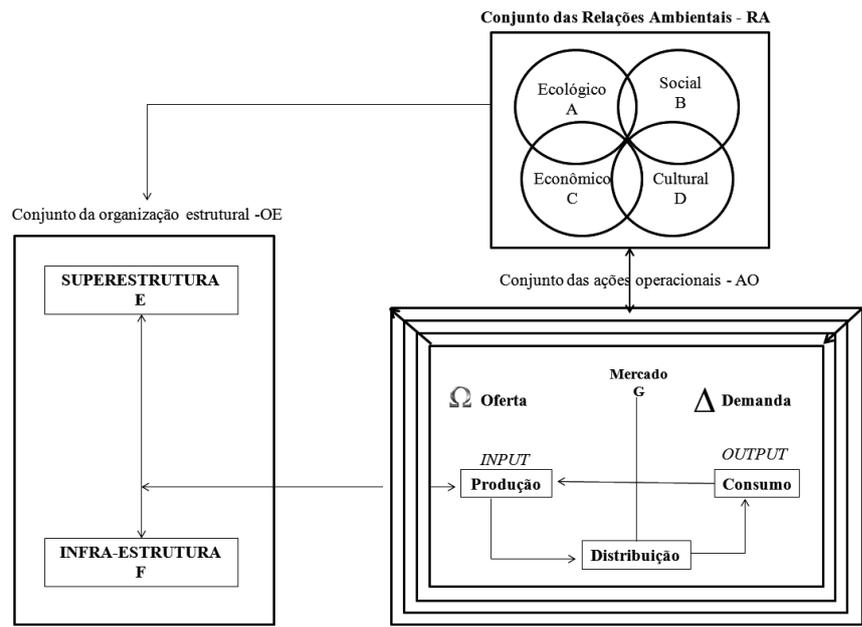


Figura 26 – Sistema de Turismo (SISTUR) – Modelo Referencial  
 Fonte: Adaptado de Beni (2003)

Já Serra (citado por Moreira, 2013, p.62) entende que “há subsistemas próximos e controladores do sistema turístico – subsistemas que não só condicionam o turismo como também são condicionados por este –, os subsistemas ecológico, económico, social e cultural” (Figura 27).

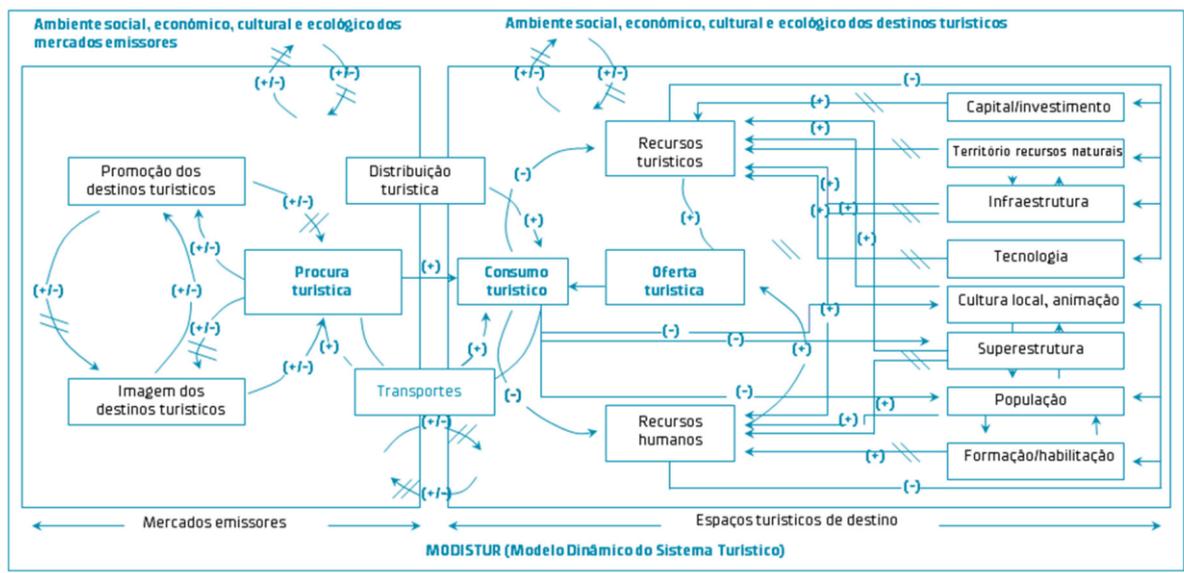


Figura 27 – Modelo dinâmico do sistema turístico de Francisco Dionísio Serra  
 Fonte: Moreira, 2013

Compreender a interação dos subsistemas, presentes no sistema de turismo, entre pressões ambientais e esquemas interpretativos, presume-se a intensa busca de processos alternativos ao enfoque da escolha estratégica à análise do ambiente externo. Ao examinarem o fenômeno da competitividade, Machado-da-Silva e Fonseca (1996) defendem o uso de uma perspectiva integrada e, considerando como facetas de uma mesma dimensão, apresentam duas idéias para compreender a dinâmica das mudanças no ambiente organizacional: as noções de ambiente técnico e ambiente institucional.

Para DiMaggio e Powell (1983) e Scott e Meyer (1992), o ambiente técnico caracteriza-se pela troca de bens e serviços e o ambiente institucional conduz a fixação e a divulgação de normas de atuação, úteis para o alcance da legitimidade organizacional. Ambos ambientes são fundamentais para o entendimento do conjunto das relações ambientais, das ações operacionais e da organização estrutural, além de sustentar, mesmo considerando o ambiente complexo do turismo, a base para a formulação das estratégias.

Na perspectiva de Ritchie (2010), apoiado nas ideias de Ritchie e Crouch (2003), indica que a dinâmica competitiva depende de dois fatores-base (Figura 28): o conjunto de elementos, intrínsecos aos destino turístico, que forma as vantagens comparativas e as medidas adotadas que gerem eficiência e eficácia, induzindo ao crescimento e desenvolvimento, compreendidas como vantagens competitivas, sendo a soma das duas a capacidade geral de competitividade no mercado turístico de um destino.

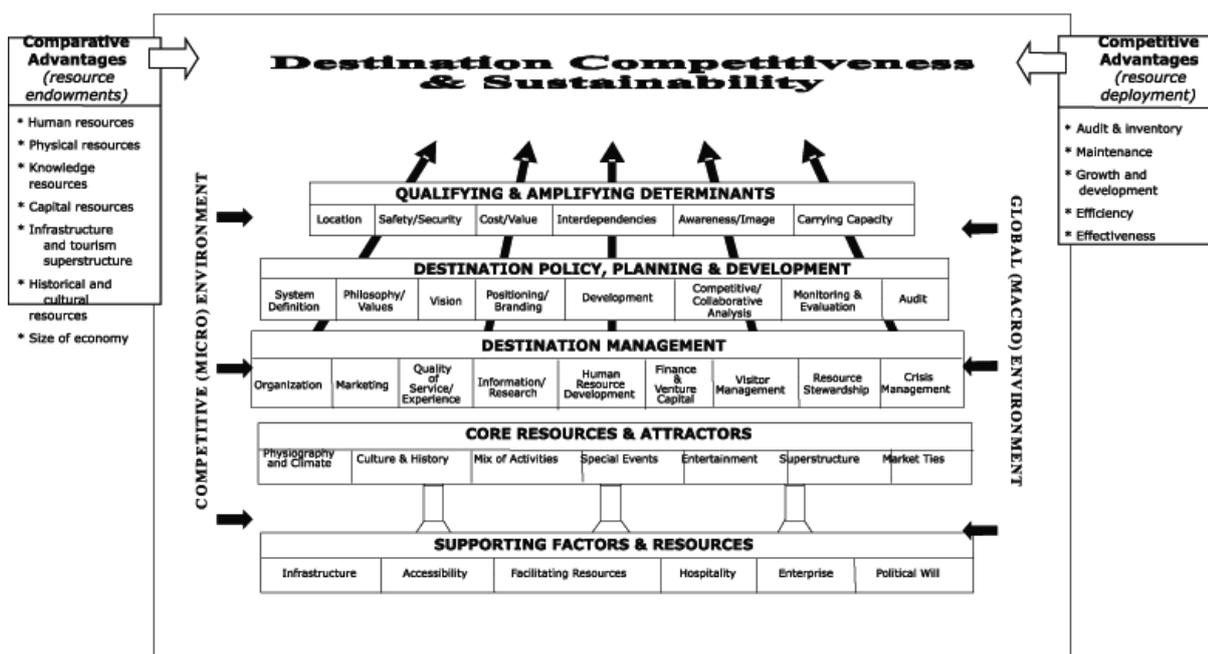


Figura 28 – Modelo representativo de competitividade e sustentabilidade para destinos turísticos  
Fonte: Ritchie e Crouch, 2003.

A diversidade do ambiente de turismo e a ampla trama de interações que ocorrem trazem ao destino um contexto de complexidade, no qual o sujeito turístico rege as dinâmicas, pois é produtor de necessidades objetivas, gerando a reprodução ampliada de processos econômicos, ambientais, sociais e culturais.

Sendo assim, formular as estratégias adequadas para o desenvolvimento do destino turístico fixa o gestor do destino turístico à busca de minimizar os pontos negativos e maximizar o que de melhor tem para gerar vantagem. Portanto, compreender os elementos macroambientais e seus impactos no ambiente interno do destino, mostra-se fundamental, conforme o modelo Ritchie e Crouch (2003), tanto quanto definir ao microambiente as ferramentas adequadas à geração de vantagem mercadológica.

### 3.2.3. Complexidade na formulação das estratégias

O contexto do Turismo no mundo é, na sua essência, multifacetado, polissêmico, multidisciplinar, pluriculturalista, compreendendo uma gama diversa de atividades econômicas, sociais, culturais e ambientais. Firma-se num fenômeno com características socioculturais que geram valor aos sujeitos que visitam e são visitados.

Desta forma, o entendimento da complexidade do Turismo não passa pela percepção de um setor complicado, mas de um sistema, que em conjunto com seus elementos, não podem ser reduzidos a uma regra ou palavra que induza à limitações.

O ambiente do sistema de turismo e suas relações trazem consigo a incerteza proveniente das ações dos elementos constitutivos que produzem uma dinâmica de interações com base na competição e/ou cooperação. Morin (2006, p.13) define que “a complexidade se apresenta com os traços inquietantes do emaranhado, do inextricável, da desordem, da ambiguidade, da incerteza...”.

Um ambiente em constante mudança, complexo, produz a necessidade nas organizações de atuarem estrategicamente, mas não de forma reducionista da realidade.

As estratégias, provenientes de um planejamento que considere a dinâmica do sistema, sofrem alterações ou adaptações ao longo de um determinado período no intuito de atender as demandas impostas pelos resultados das relações entre os elementos partícipes do ambiente do sistema. Sendo assim, no turismo, as mudanças estratégicas, basicamente, representam uma modificação do conjunto de produtos e/ou serviços gerados pela organização (unidade do sistema) e/ou mercados aos quais eles são ofertados. As mudanças, portanto, são provocadas

pela descoberta ou desenvolvimento de uma nova dinâmica no sistema, uma nova combinação entre as unidades do sistema de turismo.

Ansoff (1972) enfatiza que são os objetivos organizacionais que influenciam e conduzem à definição da estratégia que pretende-se seguir para atingi-los, porém com a percepção de que a dinâmica ambiental do sistema podem modificá-los, assim como os objetivos. Cada organização adota, de forma explícita ou não, uma hierarquia de objetivos, considerando que a função da estratégia é adaptar a organização ao seu ambiente.

Como referido, a formulação de estratégias é uma atividade comum a todas as formas de organização. Para Chiavenato (2004) são os seguintes os componentes da complexidade da formulação estratégica:

- a) Múltiplos objetivos: na maior parte dos casos, as organizações trabalham no sentido de alcançar não um único objetivo, mas vários objetivos dada a complexidade organizacional e ambiental. O objetivo do lucro geralmente é acompanhado de outros, como por exemplo, o crescimento da organização, a penetração no mercado, a imagem junto ao consumidor, a satisfação dos colaboradores/ empregados, a redução de custos e de riscos de segurança, a melhoria da qualidade dos produtos e serviços. Essa multiplicidade de objetivos pode levar ao conflito e a descompatibilização entre si.
- b) Objetivos intangíveis: muitos objetivos formulados são, as vezes, difíceis de medir, como: a imagem da organização, a confiança e motivação dos funcionários, entre outros.
- c) Horizontes situados a longo prazo: as implicações das principais decisões estratégicas não são sentidas imediatamente, já que as mesmas cobrem um horizonte muito distanciado de tempo, trazendo muita dificuldade para se avaliar a estratégia.
- d) Influência de muitos grupos de impacto: as decisões tomadas por uma organização sofrem as influências dos mais diferentes grupos: fornecedores, clientes, agentes políticos, trabalhadores da empresa, entre outros. Desta forma, as decisões implementadas nem sempre satisfazem os segmentos que compõem a organização.
- e) Risco e incerteza: nem sempre é possível prever todas as consequências futuras de cada alternativa estratégica. Cada uma envolve riscos e incertezas decorrentes da dinâmica ambiental.
- f) Envolvimento interdisciplinar: envolve enorme variedade de diferentes e relevantes aspectos, como: legislação, assuntos fiscais, procedimentos contábeis, mercado fornecedor, mercado consumidor, concorrência, tecnologia, entre outras variáveis. Exige participação de profissionais especializados em diferentes áreas do conhecimento e atividades.

g) Vários tomadores de decisão: envolvem diversos tomadores de decisão, os quais devem orientar os rumos da organização. Nem sempre controlam todos os aspectos cruciais envolvidos na decisão, pois muitas decisões dependem da aprovação de governo, sindicatos e de muitos fornecedores de recursos.

h) Julgamento de valor: envolve decisão de valor crítico, como: opções entre impactos ambientais versus econômicos, custos econômicos e socioeconômicos imediatos versus benefícios sociais futuros, entre outros.

Chiavenato (2004) afirma que a complexidade da formulação estratégica não é parte da solução, mas do problema. A complexidade é o problema e os tomadores de decisão devem conhecê-la bem.

Assim, a complexidade da formulação das estratégias tem suas origens na

“...diversidade e complexidade das forças e fatores ambientais provenientes de uma complexa rede de fontes externas, atuando com diferentes características que variam conforme o tempo e o espaço organizacional, na multiplicidade de forças e fatores internos, grupos e pessoas envolvidas no processo decisório da organização, recursos disponíveis, tecnologias utilizadas, forças e fraquezas percebidas pela organização em relação aos seus concorrentes, etc” (Chiavenato, 1987, 164).

Pelo exposto, pode-se dizer que a estratégia organizacional consiste em um conjunto de decisões de longo prazo estabelecendo objetivos, políticas e planos para explorar as oportunidades e/ou combater as ameaças em resposta às forças do macro e micro-ambiente e ao seu desenvolvimento.

#### 3.2.4. Avaliação da estratégia organizacional

Inseridos num contexto de competitividade, os elementos partícipes do sistema de turismo e as variáveis presentes, através da interação, provocam uma dinâmica de constante mudança, objetivando individualmente adaptar-se as nascentes demandas.

Valendo-se desta compreensão, percebe-se a necessidade do planejamento estratégico contemplar a avaliação das estratégias como ferramenta de autocorreção, de ajuste, pois monitorar as estratégias adotadas não basta para atender as exigências que o ambiente impõe. Desta forma, Chiavenato (2004) aponta seis critérios básicos para se avaliar a estratégia organizacional:

a) Consistência interna: a estratégia é consistente quando mostra-se alinhada com os objetivos globais e com os padrões internos da organização, revelados através de suas políticas e diretrizes e pela sua cultura organizacional.

b) Consistência com o ambiente: a consistência da estratégia, em relação ao ambiente, fixa-se na sua adequação às condições da dinâmica atual, ou seja, que compreende o movimento contínuo de mudança. A inadequação da estratégia como o ambiente pode impor algumas perdas à organização ou gerar barreiras para a progressão da implementação da estratégia, conduzindo ao fracasso.

c) Adequação aos recursos disponíveis: inevitavelmente a organização deve observar se o objetivo, a estratégia, e as metas são realistas e adequadas aos recursos, que estão disponíveis ou que se pode obter, os quais incluem capital, instalações, pessoal, competências, tecnologia disponível, entre outros. Alguns recursos podem ser considerados críticos à organização, pois apresentam-se como fator limitativo ao alcance dos objetivos estratégicos.

d) Grau satisfatório de risco: uma estratégia deve balancear a aceitação de um risco mínimo com o máximo de benefícios alinhado com os recursos disponíveis e perspectivas da organização. A estratégia e os recursos tomados em conjunto definem o grau de risco a ser assumido, sendo que o volume de recursos solicitados pela estratégia e o seu calor ou capital empatado e a proporção dos recursos concentrados e aplicados são fatores qualitativos que servem para avaliar o grau de risco em cada estratégia.

e) Horizonte de tempo: a estratégia divide-se em três genéricos períodos de tempo, de curto e longo prazo. Quanto mais curto for o prazo exigido para atingir o objetivo proposto, menos tempo alcançá-lo e menos flexibilidade nos meios empregados. Para tanto, exige-se que a estratégia tenha alguns parâmetros de referência, como: os objetivos da estratégia e o prazo a serem conquistados.

f) Operacionalização da estratégia: deve ser exequível do ponto de vista de sua implementação e execução. O desempenho de uma estratégia depende de dois fatores críticos, que são: o tipo de estratégia escolhida e a capacidade da organização de executá-la.

Silveira (2002) define que a avaliação estratégica consiste, entre outras formas, da análise sob três diferentes perspectivas ou dimensões, as quais são: a formalização da estratégia, o enfoque estratégico e a implementação da estratégia, sendo que para além dessas dimensões, há necessidade, em muitos casos, de se ampliar a análise avaliando outras questões específicas como a internacionalização e a inserção de responsabilidade social.

Steiner (1997) evidencia que a melhor estratégia é aquela feita sob medida para cada situação particular da organização e para cada circunstância ambiental. Sendo assim, o destino turístico ou uma organização específica é pressionada pela dinâmica ambiental, devido o

contexto de incertezas e mudança contínua, a monitorar as interações existentes no sistema do qual faz parte.

### **3.3. Gestão Estratégica do Turismo**

A origem militar do termo estratégia não impede o seu emprego em outras áreas do conhecimento, sendo a administração e a economia as que mais adaptaram-na às suas teorias.

Moreira (2013, p.119) esclarece que é “irrefutável que os destinos turísticos carecem de ser geridos de um modo estratégico”. Portanto, para a autora, a estratégia

“pressupõe que através da gestão dos recursos disponíveis se defina um modo de ação que, por ser ponderado, permite alcançar determinados objetivos que num dado momento são de capital importância. Neste sentido, a estratégia relativiza-se, no tempo e no espaço geográfico, em função dos contextos que a suscitam”.

Observar o destino turístico sob a ótica da administração, como área de conhecimento, permite que a compreensão da dinâmica do destino, em relação ao sistema no qual está inserido, possa ocorrer através da análise de funções análogas às de Henry Fayol, como: (i) função técnica – transformar os recursos turísticos em desejo de consumo, quer pela construção da imagem do destino, quer pela estruturação do espaço turístico; (ii) função comercial – limita-se a promoção do destino turístico, independentemente dos objetivos individuais das organizações turísticas; (iii) função financeira – procurar e gerir recursos, ações que são intrínsecas à gestão político-administrativo do destino; (iv) função de segurança – congrega ações essenciais para a manutenção da ordem e proteção do território; (v) função contábil – também corresponde a uma das funções obrigatoriamente já desempenhadas pela administração pública, porém, em relação ao turismo, acrescenta-se a ação de contabilizar valendo-se da estatística como instrumento fundamental para mensurar; (vi) função administrativa – deve integrar e harmonizar as relações entre as unidades do sistema de turismo do destino turístico, através do planeamento do setor.

Neste contexto, a gestão estratégica do turismo surge como uma metodologia importante, a qual objetiva firmar o sucesso no momento atual e, principalmente, no futuro. Assim, evidencia-se como ferramenta relevante para garantir que os resultados esperados ao mesmo tempo que reconhece-se a importância no âmbito da economia, entre outros setores do destino turístico, e também na gestão do espaço geográfico. Alguns teóricos, como Jamal e Getz (1995) e Poon (2010), subentendem que a gestão estratégica integra-se ao contexto organizacional com a finalidade de minimizar a margem de incertezas que o futuro impõe.

Considerando as diferentes escalas geográficas de um destino turístico (nacional, regional e local) e a natureza complexa e fragmentar do setor, compreende-se a gestão estratégica em três níveis diferentes de planejamento: o estratégico, o tático e o operacional. O planejamento, do ponto de vista estratégico, geralmente tem seu processo de decisão findado na centralidade das decisões do grupo que administra, numa empresa, os executivos, num destino turístico, prefeitos e secretários e, em alguns casos no Brasil, o Conselho Municipal de Turismo. Já o tático relaciona-se aos objetivos de curto prazo e às ações que atingem parte do destino, pois objetiva áreas específicas e tem suas ações desempenhadas por níveis hierárquicos inferiores, como: na empresa os gerentes e num destino turístico diretores de empresas públicas, como a EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, a qual é responsável pela promoção do Brasil como destino turístico. E no operacional, por sua vez, pode ser compreendido como o nível em que ocorre a formalização das metodologias de desenvolvimento e estabelece-se a implementação de planos e projetos.

Manete e Minghetti (2006, citado por Moreira, 2013) concluem que a responsabilidade dos gestores dos destinos turísticos se deparam com uma conjuntura difícil, desafiadora, ou seja, deparam-se com a dúvida de focar suas ações na gestão de produtos turísticos ou na gestão do destino propriamente.

Marques (2013, p.28) evidencia que, além das incertezas que o ambiente competitivo promove, gerir estrategicamente impõem a condição de identificar os nichos de mercado aos quais os produtos turísticos do destino se encaixam, neste caso a “a dificuldade em se identificar o espectro de produtos classificáveis como turismo de nicho, isto porque muitas vezes os produtos turísticos posicionam-se num contínuo que vai da massificação à procura específica e limitada. Quer isto dizer que dependendo do espaço e do tempo nos quais são realizados, certos produtos turísticos tanto poderão afirmar-se como turismo de nichos como turismo de massas”.

Os principais elementos da gestão estratégica, com base em Tribe (2000), Chiavenato (2004) e Oliveira (2012), como fases caracterizadoras das estratégias organizacionais, são: a) **Missão** que é o elemento que traduz as responsabilidades e pretensões da organização em relação ao ambiente e, também, define o negócio, ou seja, indica a finalidade da empresa; b) **Análise estratégica e definição da visão**: proporciona à organização a aquisição de dados e informações sobre seus pontos fortes e fracos, suas limitações e potencialidades, que fundamentarão a elaboração da visão da organização, ou seja, a razão de ser, objetivando aproveitar as oportunidades e minimizar as ameaças provenientes das interações dos

elementos constantes no ambiente externo. A visão associada a declaração de missão compõe a intencionalidade estratégica da organização. Neste contexto a análise estratégica pode ser dividida em diagnóstico estratégico externo e interno; c) **Fatores críticos de sucesso:** é um recurso metodológico cuja etapa insere-se entre o diagnóstico e a formulação das estratégias. Enfatiza questões fundamentalmente críticas para a organização, surgindo dos problemas indicados nas análises; d) **Escolha da estratégia:** escolhe-se a opção mais alinhada com a realidade percebida; e) **Definição dos objetivos de cada estratégia:** hierarquiza-se pela importância, prioridade ou urgência, considerando o caminho que se deseja percorrer para atingir o objetivo global da organização. Analisa-se os públicos de interesse (stakeholders), no intuito de atender necessidades específicas; f) **Implementação da estratégia:** é a forma como a estratégia é implementada, pode ocorrer por meio de planos, programas e projetos, requerendo um grande esforço de pessoal e emprego de modelos de análise para a avaliação, alocação e controle de recursos; g) **Auditoria de desempenho e resultados ou reavaliação estratégica:** trata-se, principalmente, em rever o que foi implementado, objetivando corrigir erros existentes, decidir novos rumos, mantendo as estratégias de sucesso e revendo as que não obtiveram os resultados esperados. A reavaliação das estratégias surge no contexto da gestão estratégica como o resultado do processo de aferição dos grupos de influência associados a cada estratégia.

No intuito de facilitar a compreensão sobre o tema, Oliveira (2012) propõe a estruturação do planejamento estratégico nas seguintes fases e etapas (Quadro 14).

Fase	Etapa	Descrição da etapa
<b>Diagnóstico estratégico</b>	A	Identificação das expectativas de pessoas representativas
	B	Análise externa
	C	Análise interna
	D	Análise dos concorrentes
<b>Missão da empresa</b>	A	Estabelecimento da Missão da organização
	B	Estabelecimento dos propósitos atuais e potenciais atuais da organização
	C	Estruturação e debate de cenários
	D	Estabelecimento da postura estratégica

<b>Instrumentos prescritivos e quantitativos</b>	A	Estabelecimento de objetivos, desafios e metas da organização.
	B	Estabelecimento de estratégias e políticas funcionais da organização
	C	Estabelecimento dos projetos e planos de ação da organização
<b>Controle e avaliação</b>	Controle e Avaliação	

Quadro 14 – Fases e etapas do planejamento estratégico  
Fonte: Adaptado de Oliveira, 2012.

Numa outra perspectiva, Chiavenato (2004) divide o planejamento estratégico em fases e etapas dispostas em sequência, distinta, porém com um caráter complementar ao de Oliveira (2012) (Quadro 15).

<b>Parte</b>	<b>Descrição da etapa</b>
<b>Concepção estratégica</b>	Intenção Estratégica
	Missão
	Visão
	Princípios e Valores
<b>Gestão do conhecimento estratégico</b>	Diagnóstico estratégico externo
	Diagnóstico estratégico interno
	Construção de cenários
<b>Formulação das estratégias</b>	Avaliação da política de negócios
	Análise dos modelos de cooperação e de concorrência
	Definição de objetivos e formulação de estratégias
	Desempenho organizacional
	Governança corporativa e liderança

<b>Implementação das estratégias</b>	estratégica Empreendedorismo
<b>Avaliação das estratégias</b>	Auditoria de resultados

Quadro 15 – As fases e etapas do planejamento estratégico na perspectiva de Chiavenato  
Fonte: Adaptado de Chiavenato, 2004.

Ao pensar a estrutura e o processo de planejamento estratégico no turismo, principalmente quando o objeto do planejamento é o destino turístico, Getz (1987 citado por Hall, 2001) indica quatro procedimentos fundamentais: fomento, a abordagem econômica, uma abordagem físico-espacial e uma abordagem voltada para a comunidade, com ênfase no papel desempenhado pelo anfitrião na atividade turística. O autor ressalta que os procedimentos indicados podem ser executados em conjunto, porém não necessariamente em sequência.

A concepção estratégica no planejamento do turismo não está apenas na observação do ambiente externo e sua dinâmica e influências, mas na atenção das interações entre os elementos internos com as variáveis externas ao destino turístico ou organização.

Neste sentido, o planejamento estratégico do turismo deve explicitar sistematicamente quais são as dinâmicas existentes, ou seja, proporcionar a compreensão da complexidade sem fragmentar e padronizar o conhecimento do ambiente.

Para tanto, se faz relevante a participação das populações no processo de planejar. Pois, o envolvimento comunitário permitirá a construção de uma base para o desenvolvimento almejado, tendo em vista que todos os partícipes entenderão o seu papel no sistema e no alcance dos objetivos.

O planejamento integrado e participativo promove melhor o aproveitamento de conhecimentos já existentes, mesmo considerando que estes conhecimentos, num primeiro momento, são dominados por poucos.

Na visão de Nonaka e Takeuchi (1997), fomentar a troca de conhecimento através da participação proporciona a transformação de conhecimento de tácito para explícito e de explícito para tácito, saindo do indivíduo para o grupo. Sendo assim, com base nos autores, o conhecimento é criado por meio da interação, através de quatro formas de conversão do conhecimento (Figura 29): **a) socialização:** compartilha-se experiências, somando-se conhecimento tácito com tácito, ou seja, projetando-se no processo de raciocínio do outro; **b)**

**Externalização:** é a transformação do conhecimento tácito em conceitos explícitos. Através do diálogo e da reflexão coletiva que a conversão do conhecimento é provocada; **c) Combinação:** é a composição de conceitos, envolvendo a combinação de conjuntos diferentes de conhecimento explícito. Os indivíduos trocam e combinam conhecimentos através de documentos, apostilas, reuniões, entre outras formas, reconfigurando o conhecimento existente pelo viés do acréscimo, combinação e categorização do conhecimento explícito, podendo encaminhar para a criação de novos conhecimentos; **d) Internalização:** é a incorporação do conhecimento explícito ao conhecimento tácito. É quando as pessoas envolvidas no processo integram os novos conhecimentos aos que já detém, internalizando as experiências para o aumento do seu conhecimento tácito.

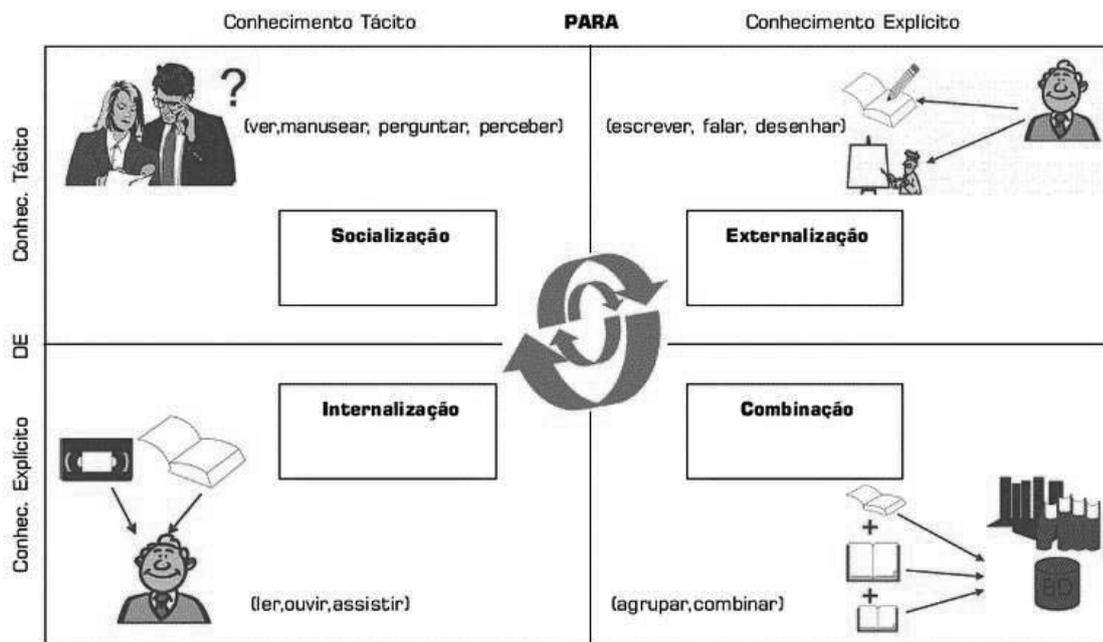


Figura 29 – Processo de conversão do conhecimento  
 Fonte: Adaptado de Nonaka e Takeuchi, 1997.

Com esta concepção da relevância de um planejamento participativo, Hall (2001) evidencia que os sistemas de controlo cooperativos e integrados não são adotados de forma usual no planejamento público do turismo, pois as partes interessadas, em geral, são envolvidas e consultadas no final do processo e em audiências públicas.

Sendo assim, a gestão estratégica do turismo, segundo Moreira (2013), é de grande importância, pois permite a resiliência dos destinos turísticos. Para a autora, em consonância com o entendimento da relevância da participação no processo de planejamento e gestão, a gestão estratégica pressupõe:

“(i) desenvolver uma atitude pró-ativa por parte dos agentes e dos grupos de interesse integrados em organizações diversas: em entidades, em empresas ou em associações; (ii) que os agentes e os grupos de interesse tenham uma visão para o destino que seja partilhada por todos, uma visão estratégica que contemple a perspectiva territorial; (iii) que se planeiem e que se articulem formas de atuação; (iv) que se valorize o planeamento e que se definam objetivos e estabeleçam metas para os diferentes horizontes temporais pré-definidos, ao fazê-lo os agentes e os grupos de interesse estão, em última instância, a melhorar a qualidade de vida dos residentes no destino e os seus níveis de bem-estar; (v) planejar o desenvolvimento futuro de um modo pró-ativo e estratégico, pelo que o planeamento e as decisões em termos de desenvolvimento devem adotar uma perspectiva a longo prazo, implicando o processo de planeamento estratégico em turismo a formulação de uma visão para o destino; **(vi) ampla participação dos agentes e dos grupos de interesse, devendo igualmente integrar a população residente;** (vii) flexibilidade, designadamente em termos de capacidade de adaptação a mudança e (viii) eficiência” (Moreira, 2013, p.121).

A ampla participação no processo de planeamento e gestão do turismo tornou-se fundamental para a validação de muitas iniciativas em diferentes áreas. Envolver os interessados proporciona o compartilhamento da percepção do território em questão, reflete a experiência de vida e os anseios dos participantes no processo de planejar. Segundo Molina (2005) vem ocorrendo mudanças no modelo de planeamento, onde o caráter centralizado está cedendo lugar ao participativo, o qual interessa-se pelas capacidades e percepções dos atores envolvidos.

O processo participativo estimula a consciência para que haja uma verdadeira mudança, ou seja, para que os objetivos definidos no planeamento sejam alcançados.

Neste contexto, considerar a diversidade de opiniões e visões de mundo possibilita o enriquecimento das ideias no processo de planejar, mas, se mal conduzido, pode levar ao atraso e conseqüentemente a perda de competitividade. Pois, segundo Butler (2006), as áreas turísticas são dinâmicas, evoluem com o tempo. Sendo assim, um processo de planeamento mal conduzido tende a proporcionar retardos no alcance dos objetivos estratégicos.

Portanto, instrumentos que possibilitam um entendimento de uma realidade que, no caso do turismo, muda constantemente, são relevantes ao apoio do planeamento de destinos turísticos. Compreendendo a necessidade da adoção de metodologias participativas e de visão integradora, vê-se na ferramenta Triple Hélice de Etkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000) a possibilidade de se prover a inovação necessária à adaptação das estratégias de atuação perante as pressões ofertadas pelo ambiente competitivo do turismo (figura 30).

O modelo Triple Hélice define que cada uma das categorias institucionais é denominada “Hélice” ou “Hélice dinâmica”, pois evidenciando uma natureza espiral das relações e interligações formais e informais que se constituem entre as três esferas e

objetivando a construção de uma rede relacional, que ao interagir, forma um sistema de inovação e compartilhamento de informação e conhecimento.

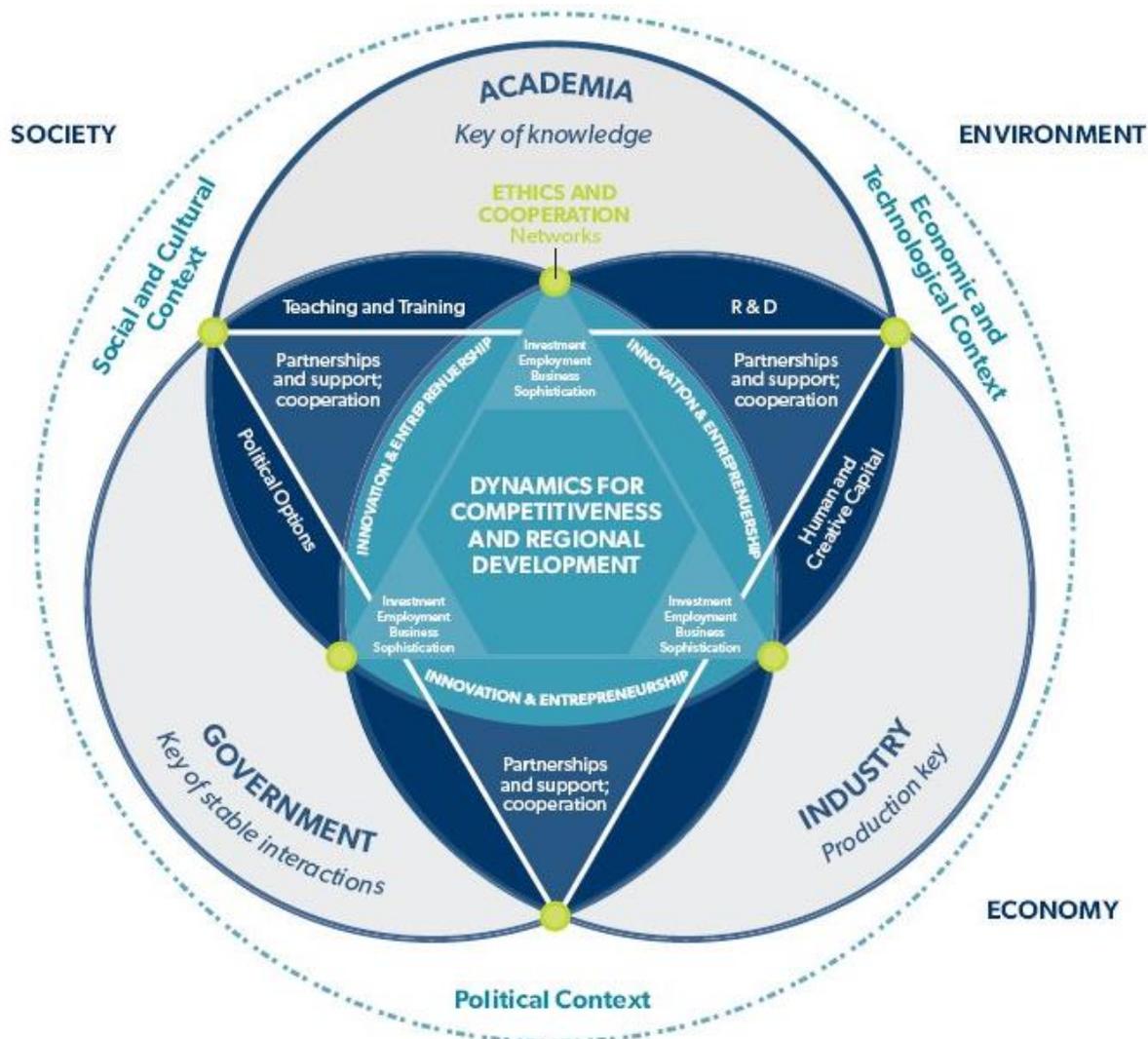


Figura 30 – Modelo de triangulação *Triple Helix*  
 Fonte: Farinha e Ferreira, 2013 in: Oettinger and Henton, 2013.

Outro instrumento, neste caso de análise o ciclo de vida (figura 31) proposto por Butler (2006), se faz relevante para a compreensão da dinâmica do destino turístico ou da organização turística que, congregado a outros, traz ao planejamento e, futuramente ao plano, uma percepção mais completa da complexidade existente. Esta ferramenta desenvolve-se a partir do conceito já existente do ciclo de vida do produto, o qual apresenta uma hipotética sequência evolucionária em seis estágios: exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e rejuvenescimento ou declínio. Para Cooper e Jackson (1989 citado

por Pearce, 2003, p.49) o modelo de Butler “fornece uma ferramenta descritiva de esclarecimento para que se compreenda o modo como destinos e seus mercados evoluem”.

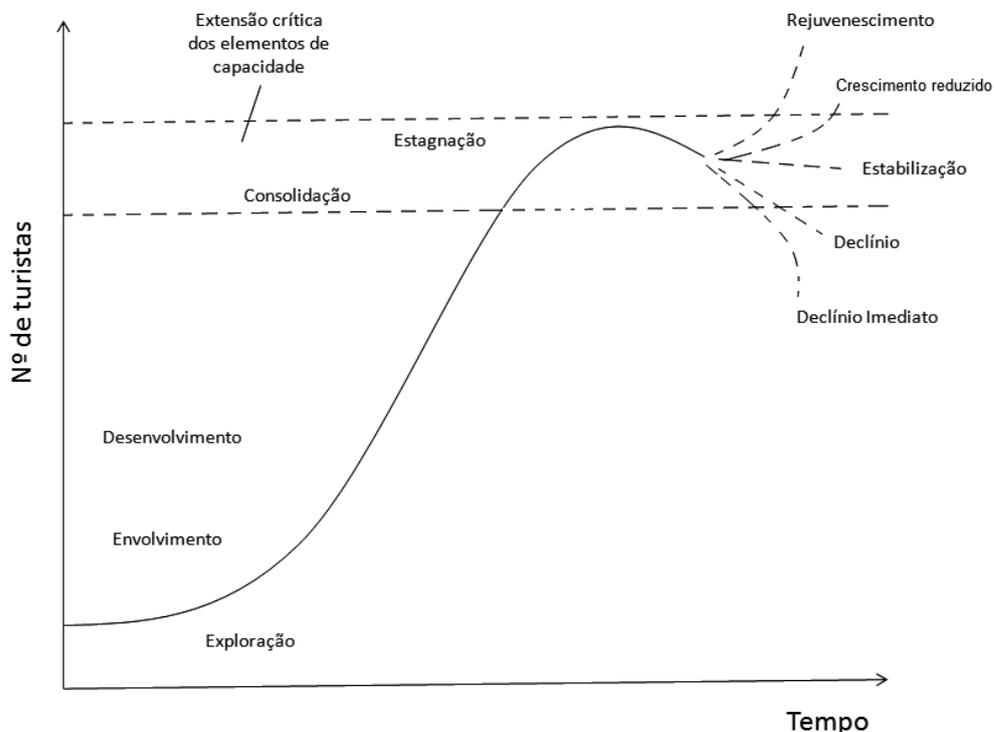


Figura 31 – Modelo de Butler para a evolução hipotética de uma área turística.  
Fonte: Butler (1980, adaptado por Pearce, 2003)

Butler (2004) enfatiza que embora o seu modelo tenha sido muitas vezes ignorado pelos gestores em virtude da preocupação com o processo de mudança do destino, compreende que é inevitável a perda de qualidade e atratividade ao longo do tempo por destinos turísticos que mantenham um contexto de ausência ou quase ausência de gestão, assim como o declínio. Para o autor, todos os destinos enfrentarão grandes desafios para manterem-se competitivos e atraentes, principalmente num mundo cada vez mais globalizado.

Fundamentalmente a participação dos atores interessados no desenvolvimento turístico do destino deve ser contínua, ou seja, ocorrerá em todas as fases do ciclo de vida. Murphy (1985 citado por Hall, 2001) também defende o planejamento comunitário, ou seja, participativo, como uma forma mais clara e influente de evidenciar as proposições numa abordagem comunitária para o desenvolvimento do turismo. Para o autor, a execução do planejamento deve satisfazer, primeiramente, as necessidades locais, para possivelmente satisfazer as dos turistas. Cooke (1982 citados por Hall, 2001, p. 54-55) indica que “o planejamento turístico deve ser baseado nas metas e prioridades dos residentes”.

Sendo assim, a gestão estratégica passa a ser compreendida como o instrumento de articulação de diferentes domínios da gestão pública, da governação (ordenamento do território, ambiente, desenvolvimento rural e urbano, património cultural, saúde, desporto, infraestruturas e acessibilidade) com o turismo, proporcionando ao setor privado a segurança necessária para a fixação de investimentos, pois minimiza as incertezas e as inconformidades impostas pelo ambiente dinâmico e mutável do turismo.

Portanto, o planeamento estratégico do turismo só será útil ao destino se compreendido como um processo que evolui e necessita de constante monitoramento e adaptação, devido às exigências das forças presentes no sistema turístico, como: grupos de interesse, os valores em processo de mudança da comunidade e da sociedade e ao contexto macro das relações socioeconômica-ambientais que ocorrem e dinamizam os macro e microambientes.

### **3.4. Síntese**

Neste capítulo, desenvolveu-se o enquadramento conceitual do planeamento no turismo, abarcando conceitos e definições do assunto que permitirão compreender com maior facilidade o modelo proposto na parte 5 desta tese.

Desta forma, dentre as compreensões relevantes, apresentou-se neste capítulo a percepção das características do sistema de turismo, principalmente no que tange o entendimento da mudança ambiental contínua e das influências entre os elementos constitutivos do sistema advinda das relações ambientais. Para tanto, valeu-se de autores que desenvolvem seus estudos com base na visão sistêmica do turismo, onde as relações firmam-se a partir da concepção aberta do sistema, dentre os quais destacam-se: a) na administração: Mintzberg (2004), Touraine (1995), Porter (1986), Kotler (1975), Varela, Maturana e Uribe (1974), Oliveira (2002), Bethlem (2009) e Ruhanem (2004) ; b) no turismo: Beni (2003), Hall (2001), Inskip (1991), Getz (2012), Ritchie (2004) Cuervo (1967), Leiper (1979), Gunn (1994), Sessa (1988), Moutinho (2011), Murphy e Murphy (2004), Buhalis (2003), Simpson (2001) e Conell, Page e Bentley (2009).

Tantos autores consultados levaram a percepção da complexidade do sistema turístico, principalmente no que concerne as relações ambientais. Bem como diz Moreira (2013), o sistema turístico, evidenciado neste capítulo, expõe as variações, no tempo e no espaço, das

suas componentes, explicitando a evolução e a adaptação frente as pressões dos ambientais, moldando-se as diferentes tendências.

Como instrumento fundamental para o desenvolvimento do turismo, seja no âmbito de uma organização ou, numa escala maior, de um destino turístico, o planejamento apresentou-se como relevante, pois sistematiza e proporciona uma ordem, nem sempre redutora, da realidade vivenciada, ou seja, permite a compreensão da complexidade existente sem necessariamente fragmentá-la ao ponto de perder a referência e nem de padronizá-la para explicá-la e entendê-la.

Entre os diversos modelos de planejamento, focou-se no estratégico, tendo em vista as metodologias mais flexíveis que possibilitam a monitoramento e adaptação das estratégias adotadas, sem perder o objetivo definido.

No caso do planejamento estratégico do turismo, buscou-se apresentar uma forma pela qual a ação coletiva é relevante num contexto de desenvolvimento turístico. As várias abordagens enriqueceram a formação do ideal de envolvimento da comunidade no processo de planejar, dando destaque às dimensões ambientais e comunitárias do turismo evidenciadas no contexto da participação nas decisões estratégicas.

Neste contexto, dois instrumentos, intrínsecos ao planejamento estratégico, foram destacados: a criação do conhecimento estratégico, através da conversão do conhecimento tácito para explícito e explícito para tácito e, também, a compreensão do ciclo de vida de um destino turístico, baseando-se nas compreensões iniciais de Butler (2006).

A orientação estratégica evidenciada como fundamental ao planejamento turístico, sustenta-se nas funções inerentes à organização turística ou ao destino turístico, percebendo-se que o caráter da administração, ou seja, da harmonização das demais funções, no que tange o pensar estrategicamente o destino ou a organização, denomina-se, neste capítulo, gestão estratégica.

Gerir estrategicamente condiz com o esforço de: a) desenvolver uma atitude pró-ativa entre os grupos de interesse; b) constituir uma visão de futuro compartilhada; c) planejar e articular formas de atuação; d) valorizar o processo de planejar; e) fortalecer e proporcionar a ampla participação no processo de planejar; f) flexibilidade e adaptabilidade; g) buscar a eficiência no processo, almejando a eficácia do resultado.

O capítulo subsequente, apresenta os modelos de desenvolvimento e crescimento a partir da premissa de que não há modelo mais ou menos correto, pois compreende-se que

alguns podem coexistir num mesmo planejamento, assim como podem ser mais úteis a determinadas realidades.

## CAPÍTULO IV. AMBIGUIDADES E DICOTOMIAS ENTRE DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO NO TURISMO: DA RACIONALIDADE INSTRUMENTAL/FUNCIONAL À SUBSTANTIVA

### 4.1. Introdução

A mundialização/globalização, e conseqüente consolidação do modo de produção capitalista<sup>18</sup>, atingiu, na sua forma, características ímpares, adaptando-se com o objetivo de manter-se como o único caminho ao crescimento e ao desenvolvimento. Neste contexto, a arquitetura espacial, que influencia o desenvolvimento do turismo, passou a ter menos Estado e mais uma rede global de cidades, denominada por Dollfus (1998 citado por Fernandes, 2008) de “arquipélago metropolitano mundial”, as econômica e politicamente mais poderosas. Assim, há algumas lacunas que não foram substancialmente preenchidas por esse sistema, principalmente as contradições sociais que acentuam-se e o nutrem com o distanciamento econômico cada vez maior entre ricos e pobres (Piketty, 2014; Harvey, 1977 e 2011; Boff, 2014; Braverman, 1987; Santos, 2011).

Os desejos das sociedades que defendem o sistema capitalista de produção e consumo são distintos, pois a relação que se percebe é a dos países mais desenvolvidos, localizados na sua maioria no hemisfério norte, estabelecendo os modelos e os do hemisfério sul, por vezes, ignorando as peculiaridades que tem na tentativa de implementar os exemplos nortistas.

Neste contexto, os modelos de desenvolvimento no turismo implementados nos países menos desenvolvidos também influenciam-se das experiências daqueles que mostram-se em estágios mais avançados, principalmente no que concerne a captação de turistas.

O incentivo ao turismo é geralmente justificado pela sua capacidade de crescimento e, muitas vezes, de proporcionar maior sustentabilidade no tempo e no espaço, sendo apontado como a alternativa para se conquistar o desenvolvimento almejado, geralmente aquele que possibilita uma maior produção de riqueza com uma melhor distribuição de renda (Coriolano, 2003), compreendendo o desenvolvimento como uma ideologia de progresso para todos. Porém, percebe-se em muitas publicações (Villar, 1972; Heidemann e Salm, 2009; Furtado, 1983; Bresser-Pereira, 2014;) sobre o assunto que, por vezes, há uma compreensão velada e confusa entre progresso, desenvolvimento e crescimento econômico<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Dallago (2010); Bresser- Pereira (1977); Clifton (1977); Larrain (1998)

<sup>19</sup> Confusão conceitual propiciada pelas visões diferentes entre os economistas neoclássicos, pós-keynesianos e estruturalistas.

Portanto, faz-se necessário, para se avançar no tema desenvolvimento turístico, esclarecer conceitualmente as diferenças e vínculos entre progresso, desenvolvimento e crescimento.

Sendo assim, segundo Heidemann e Salm (2009, p23), a idéia de progresso “embala a humanidade (ocidental) há quase quatro séculos. (...) Depois de superada sua visão romântica e simplista, gerou um novo ideal, o do desenvolvimento”. A concepção de progresso, segundo Abbagnano (1999), surge a partir do século XVII como um dos elementos da modernidade, tendo em vista que a idéia vigente durante a idade média era a de decadência, contrapondo-se com a percepção de renascimento, ou seja, o presente “era percebido como um estado decadente em relação a um estado anterior de glória” (Heidemann e Salm (2009, p.23), significando, na renascença, uma concepção de que há um aperfeiçoamento contínuo e crescente, onde a história desenvolve-se no “sentido mais desejável”.

No turismo muitos autores<sup>20</sup> compreendem o setor como fundamental para impulsionar as atividades concernentes, assim como para alavancar socialmente um destino. Porém, esta visão quando somente firmada na premissa econômica mostra-se míope e representante de uma parte da realidade, tendo em vista que atribuí o progresso do setor apenas à dinâmica econômica.

Abbagnano (1999 citado por Heidemann e Salm, 2009, p.24) explica que as principais implicações dessa noção remonta ao período renascentista onde a compreensão de progresso era:

“(1) o curso dos eventos naturais e históricos constitui uma série unilinear; (2) cada termo da série é necessário, no sentido de não poder ser diferente do que é; (3) cada termo da série realiza um incremento de valor em relação ao precedente; e (4) qualquer regressão é apenas aparente e constitui condição de um progresso maior”.

O ambiente econômico que abarcava a ideia de progresso caracterizava-se pela inexistência de uma política de progresso, como ocorre nos dias atuais com as políticas de desenvolvimento, sendo assim o Estado não regulava politicamente a economia, não havia uma política pública que delimitasse as ações econômicas, pois, quase que exclusivamente, o mercado era auto-regulado. Esse contexto só veio a mudar, proporcionando novas percepções do mundo, com as duas guerras mundiais, pois o mercado entrou em crise, forçando-se, em conjunto com o Estado, a pensar o desenvolvimento das sociedades.

---

<sup>20</sup> Ver Lage e Milone (1991), Blake, Arbache, Teles e Sinclair (2004), Cunha (2001), Lemos (2005), Rabahy (1990), Dwyer, L., Forsyth, P., Madden, J., & Spurr, R. (2000) e Vanhove (2005).

Segundo Heidemann e Salm (2009, p. 25), “até a metade do século 20, não se usava no Brasil o conceito institucional abrangente e integrador de desenvolvimento”. Refletir a realidade do país e fomentar um processo de desenvolvimento calcado na segmentação das políticas e ações, gerando modelos de desenvolvimento como o econômico, político, sustentável, humano, entre outros, passou a ser uma prática institucional somente a partir dos anos de 1950.

Nessa passagem epistêmica de progresso para desenvolvimento, as divergências quanto à definição conceitual evidenciaram-se, uns confundindo crescimento com desenvolvimento, outros mantendo-se na concepção de que progredir era o mesmo que desenvolver-se, trazendo à tona o equívoco de atribuírem a necessidade da existência de crescimento como premissa para o desenvolvimento (Furtado, 2000; Priewe e Herr, 2005) .

Na ótica econômica, o desenvolvimento é definido pela percepção da junção de crescimento econômico contínuo e transformações positivas nos indicadores econômicos e sociais, beneficiando um universo mais amplo constituído das várias classes sociais (Souza, 2005).

Porém, compreende-se que o termo desenvolvimento é ambíguo e utilizado para explicar um movimento da sociedade num sentido positivo a partir de uma condição inferior a desejada, sendo o objetivo desse processo (Sharpley, 2000). Sendo assim, e valendo-se das ideias de outros autores, como Furtado (1984) e Thomas et.al. (2001), verifica-se que o conceito de desenvolvimento passou de uma busca de um crescimento econômico para ações que objetivam o desenvolvimento humano, ou seja, proporcionar oportunidades às pessoas incluindo-as no processo. Já Coriolano (2003), por sua vez, explicita que desenvolvimento é “um processo de produção de riqueza com partilha e distribuição com equidade, conforme a necessidade das pessoas, ou seja, com justiça”.

Neste contexto, destacam-se quatro correntes de pensamento do desenvolvimento: a da modernização, da dependência, a neoliberal e o de abordagens alternativas ao modelo neoliberal.

As teorias da modernização consideram, num pensamento autocomplementar, que o desenvolvimento apresenta-se como um processo contínuo e evolutivo, tendo como objetivo o progresso. A contradição existente fundamenta-se na premissa do crescimento econômico, o qual preconiza que as sociedades evoluem através de etapas ou estágios, saindo de uma condição tradicional (pré-capitalista) à de uma sociedade de consumo.

Já a teoria da dependência, originária na América Latina, nos anos 1960, contrapõe-se aos princípios das teorias da modernização, pois percebeu-se que o *continuum* evolutivo propagado pela teoria não se concretizava na manutenção de índices satisfatórios de crescimento econômico, na redução das desigualdades sociais e, conseqüentemente, no desenvolvimento que se esperava. O objetivo da teoria da dependência era o de entender como se dava a reprodução do sistema capitalista em países considerados periféricos economicamente, tendo em vista a concepção de que o subdesenvolvimento e o desenvolvimento dos países não formam fases de um processo, apresentando-os como realidades diferentes e resultantes do modo de produção capitalista.

Porém, na concepção do pensamento neoliberal, reforçada entre os anos de 1970 e 1990, o Estado apresenta-se apenas como o garantidor do livre mercado e com o mínimo de intervenção possível na economia. O desenvolvimento, nas teorias neoliberais, firma-se na premissa de que o fortalecimento das estruturas de mercado são suficientes para atingir os objetivos econômicos e sociais. Desta forma, conforme Tavares e Fiori (1993), muitos obstáculos foram superados com a liberalização do mercado internacional e o movimento de globalização da economia, como: a continuidade dos modos de organização social fora do mercado, os monopólios na indústria e no setor de serviços e, também, o monopólio da mão-de-obra mantidos pela regulação estatal e sindicatos, contribuindo assim para as economias exportadoras.

O resultado das políticas econômicas de estado calcadas na teoria neoliberal mostrou-se desastroso para os países periféricos, apresentando desequilíbrios na balança de pagamentos e na ampliação da distância entre a renda per capita desses em comparação aos considerados desenvolvidos. Dessa forma, o panorama existente passa a ser o do mercado aberto e livre, pernicioso, que permitiu o avanço do capital globalizado sobre as economias locais. Segundo Krugman e Obstfeld (1991) e Scott (2000), a formação dos grandes conglomerados transnacionais apresentou um novo padrão na distribuição da atividade econômica global.

É neste cenário que outras correntes surgem, propondo um novo caminho para o desejado desenvolvimento, além dos modelos fundamentados na dimensão econômica. A proposição alternativa unifica a dimensão econômica a outras, como a ambiental e humana, trazendo à discussão um novo paradigma de desenvolvimento. Esta nova concepção de desenvolvimento proporcionou outras maneiras de se perceber a dinâmica mundial, apresentando outra corrente de pensamento: a do desenvolvimento sustentável.

No turismo, os modelos de desenvolvimento são influenciados diretamente pelas teorias evidenciadas, concebendo-se globalmente e localmente. Sendo o turismo um setor de efeito multiplicador, permite que aflore perspectivas diferentes no desenvolvimento social, cultural, econômico e ambiental.

Nesta perspectiva, aproximadamente a partir da década de 1970 surge o debate sobre o processo de desenvolvimento, ou seja, qual o fluxo correto de estímulo ao crescimento e desenvolvimento. Estas reflexões acentuaram-se devido aos desequilíbrios gerados pela reorganização do trabalho e, também, em função das mudanças no ambiente econômico, social e cultural provocadas pela globalização. As discussões sobre uma nova concepção de desenvolvimento começam a aparecer com base em proposições relativas ao fluxo de estímulo e do processo de decisão, rejeita-se o modelo “*top to down*” e propõem-se o desenvolvimento “da base para o topo” (Correia, 2003) “*bottom up*”.

Esse modelo de desenvolvimento amplia o atendimento às demandas de origem econômica, social, cultural, ambiental, tecnológica e política no âmbito local e regional. Neste contexto, segundo Barqueiro (2001), a participação ativa das comunidades envolvidas, resguardando as suas características, permitem o surgimento de estratégias de desenvolvimento com ações que minimizam os limites impostos por pressões externas sobre o potencial local ou regional.

Portanto, percebendo a necessidade de se conhecer as abordagens existentes no que concerne o desenvolvimento do turismo, que neste capítulo explicitar-se-á alguns modelos de desenvolvimento, os quais não se sobrepõem e tão pouco anulam-se, pois compreende-se que cada lugar apresenta características ímpares e que podem permitir o alcance do objetivo do desenvolvimento através de perspectivas diferentes, ou seja, possibilitar o acesso da população aos benefícios econômicos, sociais e ambientais que a atividade turística pode potencialmente proporcionar a partir de um modelo de desenvolvimento, mantendo-se atento as dinâmicas e pressões externas e internas no território em questão.

Sendo assim, e considerando Heidemann e Salm (2009, p.28) que relembram que “enquanto o velho progresso dependia das forças de mercado para se consumir, o desenvolvimento é levado a termo pela iniciativa conjunta do Estado e do mercado”, compreende-se este capítulo como fundamental para as futuras aplicações teóricas, tendo em vista a definição do modelo de desenvolvimento ser a base essencial para o processo de planejamento do turismo, assim como para possibilitar o entendimento das medidas e índices utilizados para mensurar os resultados obtidos com cada modelo.

## 4.2. Turismo e Desenvolvimento: Teorias e Contribuições

A globalização das relações empresariais e governamentais compreende que o fenômeno se estende a outras áreas da vida humana, e a consequente consolidação do modo de produção capitalista atingiu feições próprias, no qual o fluxo de informações, a proliferação de mercadorias e o elevado consumo marcaram um glorioso período de crescimento econômico. Contudo, é neste sistema, o capitalista, que os contrastes sociais mais se evidenciaram e se acentuaram, com uma distância cada vez maior entre ricos e pobres, já previstos por Marx um século antes<sup>21</sup>.

Neste ambiente, o capitalismo transforma-se, adapta-se, gerando novas necessidades de mercadorias e consumo, na busca da manutenção do processo de produzir e reproduzir a acumulação de capital. Estas características encaixaram-se na perfeição ao modelo de turismo do início do século XX, o qual desenvolveu-se no pós-guerra (II Guerra Mundial), sendo hoje uma das atividades econômicas que mais cresce no mundo.

De acordo com Naisbitt (1994), o turismo é o segundo setor globalizado, tendo a frente os serviços financeiros. As mudanças significativas que ocorreram efetivaram-se a partir da abertura de mercados, das inovações tecnológicas em diversos setores, resultando em crescimento da participação do turismo na economia globalizada.

No âmbito do desenvolvimento do turismo é notório, em parte dos estudos<sup>22</sup>, de que as atividades turísticas são percebidas como uma das possibilidades impulsionadoras do crescimento econômico, tendo em vista os seus efeitos multiplicadores que influenciam a dinâmica da economia local e regional. Os estudiosos (Lage e Milone, 1991; Milne e Ateljevic, 2001; Surugiu e Surugiu, 2013), em suas análises, avaliam o turismo como um setor referência em relação aos impactos positivos, considerando o aumento nos níveis de emprego, renda, ingresso de divisas, incremento na produção, oportunidades de negócios para residentes, sendo que alguns apresentam uma contraposição para esta realidade, evidenciando os resultados negativos focados no atendimento a demanda, como a ampliação na importação de produtos e serviços, desenvolvimento territorial desigual, centralização urbana e concentração de investimentos.

Acompanhando o pensamento acima, Silva e Perna (2002) afirmam que o turismo tem seu desenvolvimento influenciado por variáveis de origens econômicas, ambientais, sociais e

---

<sup>21</sup> As feições próprias, ao que o texto se refere, condiz aos acontecimentos que ainda não existiam ao longo da vida de Karl Marx (1818-1883), como, por exemplo, a elevação do padrão de vida dos trabalhadores.

<sup>22</sup> Lage e Milone, 1991; Milne e Ateljevic, 2001; Surugiu e Surugiu, 2013

institucionais, considerando-o um fenômeno espacial. Por mais descontínuos que sejam os territórios do turismo, tendo em vista a dispersão dos atrativos, a dimensão espacial do turismo caracteriza-se, entre outras formas, pela delimitação do território que oferta os atrativos e atividades turísticas. Esse território pode ser compreendido em diferentes escalas, como espaços supranacionais, espaços nacionais, parcelas de um território nacional (região, estado ou município).

Com essa perspectiva, compreendem-se melhor algumas influências negativas advindas do desenvolvimento do turismo, como a exclusão da população local que encontra-se entre os atrativos e destinos turísticos, ou seja, geralmente, nos espaços não interessantes economicamente ao turismo, caracterizando a descontinuidade do território turístico. Muitos destinos turísticos se mantêm numa relação centro-periferia, como preconizado por Turner e Acher (1975 citados por Telfer, 2004), por exemplo os municípios ao longo do litoral do estado do Piauí (Brasil) que dependem das cidades de Fortaleza (CE), Teresina (PI) e São Luiz (MA) como portas de entrada de turistas. Nesta rota, percebe-se que há dependência às cidades-centro devido a existência de infraestrutura aeroportuária à chegada de visitantes nacionais e estrangeiros, da representação de empresas transnacionais no receptivo, de cadeias hoteleiras, mão-de-obra qualificada e especializada, entre outros fatores, o qual reduz o impacto econômico nos locais ao longo da rota entre o centro-receptivo e o destino turístico, mantendo-se assim o caráter de dependência dos municípios, cujo turismo está em desenvolvimento, àqueles onde a atividade turística apresenta-se num estágio mais avançado.

Portanto, tomando o exemplo acima, compreende-se que os efeitos multiplicadores são menores do que os relatados de forma positiva por alguns teóricos, ou seja, países, estados e municípios menos desenvolvidos, porém com algum desenvolvimento turístico, não conseguiram dinamizar e diversificar a economia local a partir das receitas advindas das atividades turísticas (Cooper et. al, 2001; Sinclair e Stables, 2009; Sharpley, 2009).

Coriolano (2006, p.376), ao retratar os pontos negativos do turismo em Fortaleza (CE), destaca que

As populações residentes nas áreas litorâneas sustentam uma luta de resistência para permanecerem nesses lugares. O avanço da especulação imobiliária tem como estímulo a indução dos investimentos e da infra-estrutura implantada pelo Estado. Várias foram as favelas desmontadas e retiradas das dunas e áreas para serem direcionadas ao turismo, ao lazer e à moradia das classes mais favorecidas, quando aquelas são expulsas para áreas periféricas da Grande Fortaleza. O movimento dos moradores de bairros e favelas foi testemunha de uma trajetória de deslocamentos compulsórios, seguidos de conflitos, às vezes armados e sangrentos, e as comunidades litorâneas cearenses também contam suas lutas com os especuladores imobiliários. A cada necessidade de modernização imposta pela reestruturação

produtiva, sob influência do Estado, a orla marítima de Fortaleza especialmente, e todo o litoral do Estado do Ceará passa por novos usos e apropriações.

Os impactos negativos que a atividade turística traz às dimensões da vida humana estão amplamente representadas na literatura da área. Ouriques (1998), Sachs (1986), Redclift (1989), Hidalgo (2000), Montibeller-Filho (2004), entre outros, evidenciam em suas obras a relevância de se atentar para os efeitos colaterais das políticas públicas de desenvolvimento e de indução do turismo, tendo em vista que as populações atingidas tendem a sentir os efeitos na perda de identidade, nos modos de consumo, na busca de satisfação pelo consumo e importação de bens, no baixo impacto na redução da pobreza, valorização imobiliária da terra, falta de oportunidades; no possível aumento das taxas de inflação, sendo que a incidência mais significativa e sensível a população autóctone é a elevação do preço da habitação e consequente expropriação por grandes empreendimentos imobiliários. Callizo Soneiro (1991 citado por Silva, 2004) enfatiza que a minimização dos impactos negativos passa necessariamente pela ação do Estado, como regulador das relações entre os elementos partícipes do sistema turístico, principalmente em regiões menos desenvolvidas, através de políticas públicas que permitam a integração territorial do turismo com outros setores da economia.

A relação centro-periferia evidenciada na teoria da dependência, assim como outros fatores de ordem econômica, social, tecnológica e ambiental, fixa o caráter da subordinação, transformando os locais, compreendidos como periféricos, em consumidores dos produtos e serviços produzidos nos centros. Furtado (1978, p.125) destaca que "contudo, não se deve perder de vista que a luta contra a dependência não é senão um aspecto do processo de desenvolvimento, e este não existe sem a liberação da capacidade criadora de um povo".

Sendo assim, verifica-se, na discussão a cerca do tema desenvolvimento, que alguns argumentos contribuem, mesmo fundamentados na teoria neoliberal, na incorporação de outras correntes de pensamento, como: a das conformações de centro e periferia e dos processos de causação circular cumulativa. Nota-se a influência de autores dos anos de 1950, a exemplo de Myrdal (1965), com base de uma nova abordagem.

Neste contexto, outra vertente teórica, classificada como neoliberal, apresenta-se com a compreensão de que o turismo é uma “indústria” exportadora do setor de serviços. O caráter neoliberal fixa-se na crença de que o mercado se autorregula sem a necessidade da intervenção do Estado, ou seja, quanto menos Estado e mais mercado, nesta concepção, melhor para o setor.

O pensamento neoliberal afirmou às relações socioeconômicas, a partir do final dos anos de 1950, a condição de se fomentar um ambiente de livre competição e circulação, o que neste caso representou um impulso às transações financeiras e à expansão do capital, além de encaminhar a ampliação da pressão aos países mais fechados em relação ao capital externo, no intuito de impor a necessidade da intensificação das relações em benefício do desejo do desenvolvimento. Desta forma, instituições multilaterais apresentaram-se como intermediadoras do capital, fortalecendo o financiamento, principalmente, dos países em desenvolvimento.

A intervenção das organizações de caráter multilateral, se deu, por exemplo, na Europa, como indica Telfer (2004), por programas, por exemplo, LEADER – Ligações entre ações para o Desenvolvimento das Economias Rurais, o sistema de incentivos PROVERE – Programa de Valorização Econômica dos Recursos Endógenos e o SIFT – Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento de Turismo, os quais valeram-se do turismo e de outras áreas para induzir o desenvolvimento, neste caso, das áreas rurais. E no Brasil, mais precisamente na década de 1990, o BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento financiou o Programa de Desenvolvimento do Turismo da Região Nordeste (PRODETUR). Estes programas são exemplos da busca do capital externo para financiar algumas ações de desenvolvimento.

O turismo está presente neste contexto de globalização e, na perspectiva neoliberal, o capital internacional pode proporcionar o desenvolvimento econômico e social nos países em desenvolvimento. O estudo de Clarke e Ng (1993 citado por Tysdell, 2000) relatou a substancialidade dos indicativos de melhoramento econômico e social a partir do incentivo ao turismo internacional.

Porém, não são poucos os estudos<sup>23</sup> que criticam a hipótese do desenvolvimento a partir das premissas capitalistas. Sendo que alguns, mais específicos do turismo, como os constantes em Trigo et.al. (2005), evidenciam que o turismo nem sempre é benéfico para os locais anfitriões.

Contraopondo-se as teorias de desenvolvimento apresentadas e mantendo-se o caráter neoliberal, destacam-se os princípios intrínsecos a teoria de crescimento endógeno, os quais fundamentam muitas ações do poder público em diversas áreas.

No turismo, segundo Sinclair e Stabler (2009), há estudos que mostram que o resultado final sobre o crescimento pode ser mais positivo do que negativo, mesmo que as

---

<sup>23</sup> Ver Ouriques (1998); BOFF (1993); Harvey (1993); Furtado (1974); Sachs (1986) e Pearce (2003).

intervenções do Estado causem algumas distorções na economia, sendo os princípios norteadores: a endogeneização do processo técnico, menor escala territorial, aumento da eficiência, aumento do conhecimento tácito e habilidades de transformar o conhecimento em explícito possibilitando o crescimento per capita, fundamentalmente à acumulação de capital físico e humano.

Vale lembrar que em relação ao acúmulo de conhecimento a “ideia Schumpeteriana de que a fonte do crescimento econômico é a inovação tecnológica endógena, endógena não por causa das externalidades positivas, do capital de pesquisa ou humano, mas porque resulta da busca do lucro do monopólio” (Clemente e Higashi, 2000, p. 205).

Portanto, ao olhar o turismo na concepção do desenvolvimento e crescimento endógeno, mesmo com restrições ao modelo neoliberal, percebe-se a relevância do conhecimento como fator dinamizador do processo de inovação, seja no âmbito social ou tecnológico, pois esta é uma atividade que desenvolve-se em local específico, permitindo que haja a concentração de empresas, propiciando a geração de conhecimento e consequente crescimento econômico e desenvolvimento social em âmbito local e regional. Para tanto, o Estado em conjunto com a iniciativa privada devem atentar-se para as fugas de receitas para outras localidades, regiões e/ou países, através da perda da mão-de-obra qualificada, dificuldade de aquisição de insumos, dependendo da diversidade e pluralidade da atividade produtiva local e de outras variáveis que influenciam no desenvolvimento do turismo.

Outras teorias surgem como alternativas para sustentar o desenvolvimento endógeno, as quais estão representadas em diversificado número de temas como ecodesenvolvimento, turismo sustentável, ecoturismo e turismo de base comunitária, cuja base incorpora princípios, compreendidos como fundamentais ao desenvolvimento, o qual abarca, nesta concepção, as dimensões, indicadas em Sachs (1993), social, econômica, ecológica, espacial/geográfica e cultural, que tendem a valorizar mais o ser humano e o meio ambiente.

Becker e Wittmann (2003) entendem que o desenvolvimento econômico, a partir da segunda metade do século 20, foi compreendido e partilhado sob diversas acepções sustentadas em economistas e suas correntes de pensamento. Os paradigmas desenvolvidos e apresentados variaram desde o crescimento econômico, a dissociação, ao ecodesenvolvimento, ao desenvolvimento sustentável, a governança global, entre outras.

<b>Estratégia básica</b>	<b>Período</b>	<b>Principais elementos</b>	<b>Ênfase</b>
Modernização ou Desenvolvimento Tardio	Década de 50	Industrialização, Substituição das importações, Fomento das exportações e Revolução verde	Setorial, Econômica, Orientada para o crescimento
Dissociação ou Desenvolvimento Endógeno	Década de 60	Desenvolvimento do mercado interno, <i>self reliance</i>	Política
Ajuste estrutural	Década de 80	Desregulamentação, flexibilidade, equacionamento da dívida, balanço e inflação interna.	Econômica
Desenvolvimento sustentável	Década de 90	Desenvolvimento sócio econômico participativo e preservação do meio ambiente e dos recursos naturais	Regional, ambiental e socioeconômica
Governança global	Fim dos anos 90	Novas formas de regulação global. Conferências mundiais	Global e política

Quadro 16 – Paradigmas do desenvolvimento pós 1950  
Fonte: Adaptado de Becker e Wittmann, 2003.

As teorias do desenvolvimento são, de modo geral, modelos explicativos dos processos sociais em que o uso de novas tecnologias (no sentido mais amplo: de gestão, de conhecimento e de capital) e o conseqüente aumento da produtividade deveria conduzir a uma melhoria no bem-estar de uma população. Um resumo dos principais aspectos referentes às diferentes teorias de desenvolvimento e sua interface com o turismo é apresentado, na literatura da área<sup>24</sup>, sob duas grandes vertentes: a da crítica aos modelos com características neoliberais e a da contribuição, através das análises críticas e adoção de modelos alternativos que proporcionam uma maior participação da população.

Alguns autores, que debatem amplamente o turismo, apresentam, em suas obras, as contribuições que o turismo pode produzir e proporcionar ao desenvolvimento humano e sustentável, dentre os quais elenca-se:

a) Coriolano (2006), Cañada y Gascon (2007), Sampaio (2005) e Bartholo et al (2009) compreendem que o turismo permite uma convincente integração das atividades que atendem as necessidades e desejos de viagem dos turistas e as comunidades. Nesta perspectiva, vigoram modelos como o turismo comunitário ou aquele planejado e desenvolvido em pequena escala;

<sup>24</sup> Bursztyn, 2003; Romero, 2004

b) Hidalgo (2000), Sharpley (2000) e Rodrigues (2002) indicam que os atos de planejar e gerir o turismo devem contemplar a percepção de um desenvolvimento mais humano e sustentável.

c) Sousa (2002), Benevides (2002), Lopez (2003), Coriolano (2012), evidenciam que para haver a integração entre turismo e território há necessidade de se desenvolver mecanismos que vinculem o turismo ao desenvolvimento local ou endógeno.

Vale destacar que cada local com potencial turístico deve perceber, a partir de estudos precisos, qual o modelo de desenvolvimento mais adequado aos anseios dos partícipes do sistema, sejam os envolvidos diretamente ou indiretamente, pois nem sempre o modelo aplicado em um determinado destino pode obter os mesmos resultados em outra localidade. Para tanto, a participação do Estado em conjunto com o setor privado na organização da atividade econômica, social, cultural e ambiental e, também, na conjunção de fatores para sustentar o desenvolvimento do turismo, é de fundamental importância, assim como estratégico. Mesmo na perspectiva das correntes de pensamento de modernização e da dependência, assim como, nos teóricos neoliberais, a presença do Estado é salutar, pois tenderá a suprir a infraestrutura e a organização territorial necessária, porém resguardando as ressalvas, explicadas anteriormente, de cada corrente. Segundo Sinclair e Stabler (2009) e Rodriguez (2008) a presença do Estado como ator estratégico junto ao setor privado é mais perceptível onde o turismo evidencia-se como o promotor e distribuidor de benefícios econômicos e sociais.

A cooperação entre Estado e setor privado é delicada e, por vezes, cheia de contradições, tendo em vista os interesses divergentes. De um lado o Estado em defesa das necessidades da população e de outro o setor privado, controlado na maioria das vezes pelas grandes corporações, objetivando menores custos e maiores lucros numa visão de curto prazo.

Para Cañada e Gascón (2007, p. 98)

o turismo como qualquer outro setor econômico, pode contribuir ao desenvolvimento de uma região ou gerar impactos altamente negativos; tudo depende do modelo utilizado e da sua gestão. Mas, historicamente, tende a causar mais problemas do que soluções, e especialmente entre a população mais vulnerável e no ecossistema. Frente a posições possibilistas que reduzem o problema à introdução de mecanismos de correção, mas seguem considerando o turismo como motor do crescimento econômico, entendemos que a relação entre turismo e desenvolvimento é mais complexa. O turismo deve ser entendido como um espaço de conflito social. Em torno da gestão e da escolha do modelo da atividade turística entram em concorrência e contradição diferentes interesses de setores sociais distintos: pelo uso dos recursos naturais, econômicos e humanos, pela distribuição de benefícios ou pela distribuição das externalidades negativas que são geradas. A questão é entender esta dinâmica de conflito nos modelos de desenvolvimento turístico e em sua gestão, e ter claro de qual lado das classes sociais queremos estar.

Sendo assim, percebe-se que a capacidade do turismo em impulsionar ou gerar o desenvolvimento de um destino insere-se no nível de participação que o modelo adotado prevê, pois quanto mais restrita a participação mais verticalizado será o fluxo das decisões, tendendo ao modelo “*Top to Down*” e, dessa forma, dificultando o atendimento aos anseios da população e, conseqüentemente, comprometendo o desenvolvimento local a longo prazo.

Muitos são os modelos de desenvolvimento, porém poucos prevêm a integração e participação como forças emponderadoras da sociedade, que vislumbram estabelecer a dinâmica que determina o domínio de um grupo social sobre os demais, fortalecendo os princípios neoliberais.

Sejam de caráter exógeno ou endógeno os modelos de desenvolvimento no turismo trazem em si a necessidade de participação, fundamentalmente da população local do destino turístico, pois sem este elemento o processo de desenvolver, segundo Souza (1996 citado por Portuguez, 2002), não integra-se a mudança, a transformação como um valor social. No desenvolvimento exógeno o turismo apresenta as forças dinâmicas verticalmente, incidindo na estrutura do sistema turístico de fora para dentro através de um modelo gravitacional (Figura 32) cuja lógica funcionalista absorve as estruturas fixas de oferta e os fluxos de demanda.

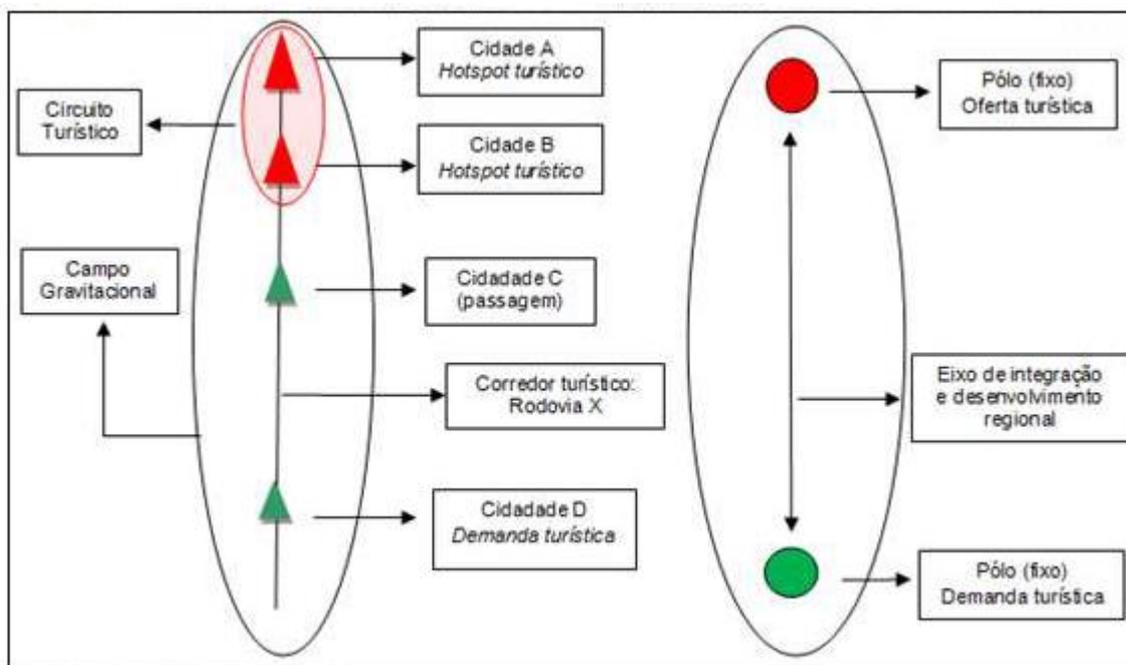


Figura 32 – Campo gravitacional do desenvolvimento exógeno do turismo  
 Fonte: Senhoras e Cavalcante, 2014.

Por analogia, verifica-se, para Senhoras e Cavalcanti (2014, p.7), no padrão de desenvolvimento exógeno, que “a força de atração turística de um polo e do circuito turístico nele inscrito será proporcional ao tamanho de sua massa crítica turística em termos de escala

ou escopo, e, inversamente proporcional à distância dos pólos emissores ou demandantes de serviços turísticos”.

Este modelo de análise do desenvolvimento exógeno, segundo Santos (2000 citado por Senhoras e Cavalcante, 2014), o campo gravitacional do turismo, que é resultado das relações sociais, pode ser ajustado como um conjunto inseparável de fixos e fluxos, em que a definição dos fixos vem da qualidade e quantidade das capacidades de oferta e demanda turística que eles encerram; e, pelo lado reverso da moeda, os fluxos derivam da qualidade e do peso sociopolítico da circulação de pessoas, objeto, capital, entre outros.

Senhoras e Cavalcante (2014, p.8) reiteram que

“a noção de um padrão de desenvolvimento do turismo com base em uma lógica exógena apreende a relação existente entre demanda e oferta turística, a qual é visualizada por uma dinâmica reticular de fluxos ao longo de determinado eixo infraestrutural de integração e desenvolvimento que se manifesta por um sistema turístico multirecortado por pólos ou pontos fixos, de saída, passagem e destino turístico”.

Já o endógeno manifesta-se organizacionalmente por forças horizontais que surgem através do capital social nos destinos turísticos por meio de redes de *stakeholders* que, numa espiral do conhecimento<sup>25</sup> (Figura 33), absorvem e refratam funcionalmente as demandas turísticas de fora para dentro através da consolidação de instituições e estruturas turísticas (Senhoras e Cavalcante, 2014).

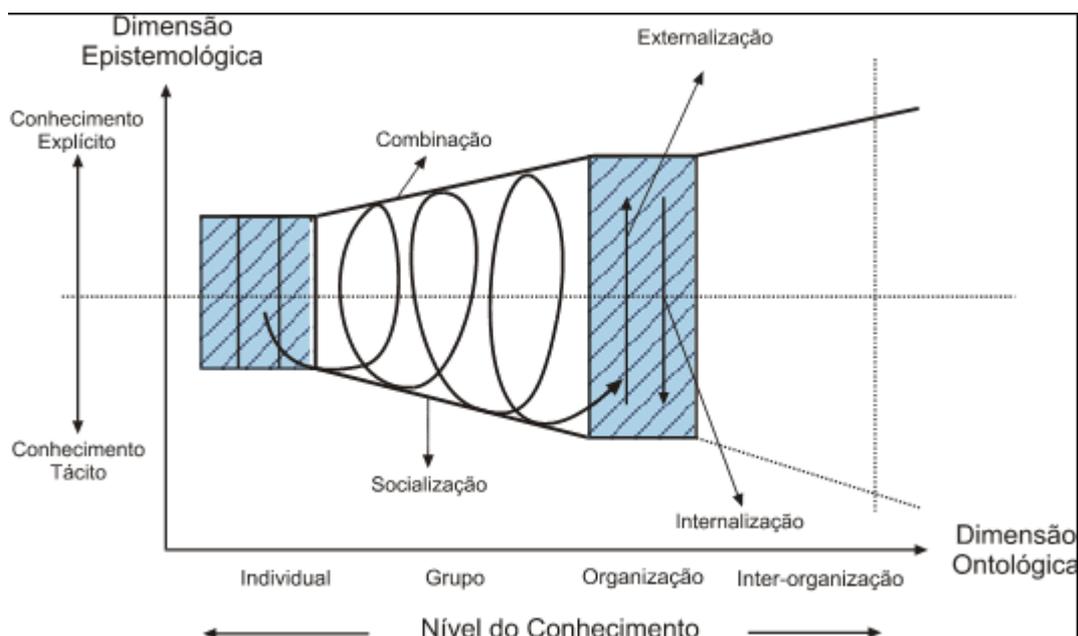


Figura 33 - Espiral do conhecimento  
Fonte: Adaptado de Nonaka e Takeuchi (1997)

<sup>25</sup> Ver Nonaka e Takeuchi (1997)

Neste contexto, Tamazzoni (2009) define que o desenvolvimento endógeno caracteriza-se pelo processo condicionado à vontade da comunidade local, sendo a capacidade de utilização de potencial, sistema de relações e recursos próprios para melhorar as condições e nível da população. Para tanto, “cria-se um ambiente econômico e institucional de cooperação entre as organizações do território para a competitividade no mercado global” (Tamazzoni, 2009, p.21).

Sendo assim, compreende-se que não existe apenas um único modelo de desenvolvimento do turismo, mas qualquer que seja o modelo adotado sempre influenciará o destino turístico, quer pelo protagonismo local ou pelas demandas externas, através da articulação endógena e exógena.

#### **4.3. Modelos de crescimento e teorias do desenvolvimento**

O discurso utilizado por alguns teóricos de várias correntes (Bartholo, Sansolo e Bursztyn, 2009; Benevides, 2002; Butler, 2002; Cooper et.al. 2001; Jenkins, Henry, 2000; Sharpley, 2009) e gestores para justificar a necessidade de incorporar o turismo ao rol das iniciativas do poder público é, geralmente, fundamentado na perspectiva da capacidade de promover o crescimento econômico e gerar desenvolvimento do destino turístico, o qual é trabalhado na concepção de progresso para todos.

Porém, entre a teoria e a vida real há dicotomias, diferenças e alguns *gaps* que nem sempre permitem que os resultados dos modelos aplicados promovam ao destino turístico o objetivo “desenvolver-crescer”.

Portanto, compreender as teorias sem se distanciar do fluxo contínuo de mudanças no sistema turístico, apresenta-se como fundamental às tentativas de adequação do corpo teórico à realidade vivida.

No turismo, o passado, as oportunidades presentes e as perspectivas futuras proporcionam um enorme leque de teorias que ensejam ser a solução para os males provenientes da dinâmica da sociedade, principalmente a promovida pelo ambiente econômico.

É nesse contexto que a economia do desenvolvimento nasce, num período histórico onde se percebia o aumento da intervenção do Estado, buscando-se delinear políticas públicas que acelerassem o crescimento dos países menos desenvolvidos. Hall (2001) indica que os anos de 1970 a 1985 trouxeram a preocupação dos governos em gerar políticas públicas que

fomentassem o desenvolvimento a partir do turismo como agente principal, e com crescente envolvimento governamental no fornecimento de infraestrutura. A predominância do enfoque teórico e analítico foi o subdesenvolvimento.

Sharpley (2002) infere que a teoria do desenvolvimento e do turismo evoluiu muito ao longo do tempo, principalmente pós Segunda Guerra Mundial, considerando que o turismo é o foco da política de desenvolvimento econômico de muitos países e regiões, valendo-se do setor como uma estratégia para atingir o objetivo crescer-desenvolver. Segundo o autor, os países estão competindo cada vez mais para internacionalizar suas receitas, expandir a participação no mercado de viagens e lazer, possibilitando-os a ter uma perspectiva de receita na ordem de aproximadamente 1.850.000.000,00 EUR (US\$ 2 trilhões) até 2020.

No ambiente globalizado e competitivo do turismo, assim como em outras áreas, as teorias do desenvolvimento, políticas, planos e estratégias consciente ou inconscientemente expressam uma preferência, as quais refletem valores sociais, culturais e econômicos (Goldsworthy, 1988 citado por Alshboul, 2016). O reconhecimento dos sistemas de valores inerentes e das bases políticas em relação ao desenvolvimento do turismo facilitam a compreensão da existência de uma forte componente normativa advinda do Estado, o qual vale-se do turismo para desencadear ou reforçar as ações desenvolvimentistas e de crescimento.

Sendo assim, para os destinos turísticos melhor aproveitarem as previsões otimistas, contidas em Sharpley (2002), e estabelecerem suas políticas de desenvolvimento, define-se a necessidade de compreender o passado, o presente e as tendências futuras quanto a leituras gerais e conceituais do desenvolvimento do turismo.

Para tanto, evidencia-se que quatro foram as principais correntes de pensamento do desenvolvimento, sendo que algumas apresentaram teorias que propõem a ruptura com a teoria ortodoxa marginalista<sup>26</sup> (baseada na escassez dos fatores de produção), destacando as externalidades e a intervenção do Estado na economia (Myrdal, 1965; Hirschman, 1961; Furtado, 1984 e 1985), como: a da modernização, da dependência, a neoliberal e as abordagens alternativas ao modelo neoliberal.

Em Rostow (1956 citado por Faria, 2012) vê-se que a teoria da modernização enquadra o desenvolvimento como um processo evolutivo, o qual, na perspectiva do autor, ocorre em etapas e objetivando o progresso. A sustentação teórica é o crescimento econômico, que, segundo Rostow (1956 citado por Faria, 2012), tende a encaminhar uma sociedade de

---

<sup>26</sup> Ver Sandroni (2002)

uma condição pré-capitalista para uma sociedade de consumo. Deste ponto de vista, o desenvolvimento é conquistado somente através do crescimento econômico e o último estágio de um *continuum*, que conduzirá à sustentabilidade e conseqüente mudanças na economia e sociedade.

Nesta teoria, três são os fatores fundamentais para encaminhar o desenvolvimento: a poupança, as externalidades e o comércio externo. Sendo assim, para se alcançar o nível desejado, o Estado deve desempenhar a função de coordenar os investimentos para forçar as externalidades e incrementar o comércio internacional. Desta forma, aumentar a poupança como proporção da renda nacional, incentivar a industrialização e reduzir a participação da agricultura na economia, seja na produção como no emprego, era o objetivo na teoria da modernização (Faria, 2012).

Hidalgo (2008) infere que na teoria da modernização o crescimento econômico é visto como sinônimo de desenvolvimento e, por isso, a solução para desenvolver-se firma-se na premissa da expansão dos mercados, das empresas, enfim, do sistema capitalista.

Em contraponto a teoria da modernização, surge na América Latina no início dos anos de 1960 a teoria da dependência, a qual aparece pela constatação de que os países periféricos não conseguiram fixar índices de crescimento econômico, assim como foram incapazes de reduzir as desigualdades sociais e atingir o desenvolvimento desejado.

Para os teóricos<sup>27</sup> que corroboram com a percepção de que a teoria da modernização não é capaz de assistir todas as sociedades, ou seja, as desenvolvidas e em desenvolvimento, o subdesenvolvimento e o desenvolvimento não constituem estágios de um processo evolutivo, apesar de estruturalmente relacionados, apresentam-se como realidades diferentes que são o resultado do modo de produção capitalista mundial (Faria, 2012). Esta teoria objetivava a compreensão da reprodução do sistema capitalista de produção nos países considerados periféricos, tendo em vista o aprofundamento das diferenças econômicas, sociais e políticas entre países e regiões.

Nesta condição, as relações entre os países, considerados “centro”, desenvolvidos, e os da “periferia”, subdesenvolvidos, é desigual, pois o controle hegemônico dos mercados é exercido pelos países do “centro”, forçando os “periféricos” a uma perda de controle sobre os recursos de que dispõem, transferindo, assim, a renda da “periferia” para o “centro”. Portanto, o contexto de subordinação é o cenário que persiste e transforma os países periféricos em

---

<sup>27</sup> Marini (2008); Furtado (1985); Dos Santos (1978); Bamberger (1978); Frank (1980) e outros.

exportadores de matéria-prima e importadores de produtos manufaturados, bens de consumo, integrando-os ao sistema capitalista internacional.

Apesar de identificar a dinâmica da dependência entre “centro” e “periferia” e estabelecer as relações que geram a transferência de capital, empobrecendo o periférico, a teoria da dependência não fornece soluções à superação das mazelas providas internamente pelas contradições do capitalismo. Porém, esta teoria mantém-se com vigor nos discursos de diversas correntes intelectuais, entre elas a do “desenvolvimento alternativo”.

Do contexto turbulento evidenciado pela teoria da dependência, o qual caracteriza-se pela formação e expansão dos grandes conglomerados empresariais transnacionais (Final da década de 1970), novo padrão de distribuição da atividade econômica global, diminuição do grau de liberdade dos países periféricos, desequilíbrio nas balanças de pagamentos e o consequente distanciamento da renda per capita entre os países “centro” e periféricos, surgem novas ideias para suprir as lacunas ao desenvolvimento que as teorias anteriores não possibilitaram preencher. O conceito de desenvolvimento incorpora outras dimensões além da econômica, contemplando as dimensões ambientais e humanas.

Faria (2012) diz que, neste contexto, a ONU – Organização das Nações Unidas, na tentativa de ampliar o caráter da humanização parcial dos mercados, adota o paradigma do desenvolvimento humano, reconhecendo que o primordial para uma sociedade é desenvolver as capacidades humanas, ou seja, o conjunto de coisas que as pessoas podem fazer ou ser na vida.

A essa abordagem insere-se, mais fortemente a partir do início dos anos de 1990, ao caráter da humanização parcial dos mercados o entendimento de que o mundo está em processo de se tornar insustentável a partir de quatro fatores principais (Rohde, 1994): o crescimento populacional exponencial, depleção da base dos recursos naturais, sistemas produtivos poluentes e um sistema de valores que propicia a expansão ilimitada do consumo material.

Portanto, assimila-se a percepção de que o sistema capitalista, calcado nas teorias que o sustentam, não se mostra suficiente para garantir um futuro com qualidade de vida e quantidade de recursos.

A esta percepção integra-se novos olhares sobre o desejo do desenvolvimento, muitos com especial atenção às dimensões da vida social, compreendendo outras perspectivas além da econômica para o processo de desenvolvimento.

Boiser (2001) indica que é a partir de uma visão mais humanista ao processo de desenvolvimento que outras alternativas integram-se, como a do desenvolvimento sustentável, de base comunitária, ecodesenvolvimento, entre outras. Esta forma de olhar e compreender o mundo, calcado no ser humano e não apenas na condição econômica, tem como um dos precursores Max-Neef (2010), o qual, em conjunto com Elizalde e Hopenhayn, propôs um novo conceito para o desenvolvimento a partir do indivíduo, nomeado “Desenvolvimento a Escala Humana”. Para os autores, este novo modelo de desenvolvimento se concentra e sustenta na satisfação das necessidades humanas fundamentais, na geração de maiores níveis crescentes de autodependência e na articulação orgânica dos seres humanos com a natureza e a tecnologia, dos processos globais com os comportamentos locais, do pessoal com o social, do planejamento com autonomia e da Sociedade Civil com o Estado (Max-Neef, Elizalde e Hopenhayn, 1986 citado por Boiser, 2001).

Em consonância com os ideais de desenvolvimento constantes no conceito de desenvolver-se, os quais tem um caráter libertário, retirando o foco da pessoa-objeto para a pessoa-sujeito, surge no início dos anos de 1990 o IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, desenvolvido pelo paquistanês Mahbub ul Hapum e o indiano Amartya Sen, sendo um contraponto ao índice economicista PIB – Produto Interno Bruto que até então era o mais utilizado para caracterizar uma região.

Dentre as teorias alternativas no turismo, o contraponto ao sistema de produção capitalista e o avanço das atividades turísticas sobre as reservas de recursos naturais e culturais, destaca-se a do desenvolvimento sustentável, contabilizando inúmeros estudos<sup>28</sup> sobre os impactos positivos e negativos do turismo no ambiente, assim como sobre as populações autóctones e os recursos que as mantêm.

#### **4.4. Desenvolvimento Sustentável: Uma teoria alternativa no Turismo**

Apesar das atenções terem se voltado para as teorias alternativas de desenvolvimento, as políticas públicas, forçadas pela hegemonia do ideal neoliberal, continuam priorizando a dimensão econômica e relegando atenções secundárias às outras dimensões da vida em sociedade. Sen (2000) questiona os modelos hegemônicos de desenvolvimento do ocidente, qualificando-os como uma política cruel de desenvolvimento, pois tendem a exaurir os recursos naturais e aumentar as desigualdades sociais. Para o autor, deve-se ter um esforço, no

---

<sup>28</sup> Ver Godfrey (1996), Clark (1992), Hunter (1995), Murphy (1994), Simpson (1993), UNWTO (1993 e 2010) e outros.

processo de desenvolver, para conjugar as dimensões econômica e sociocultural num contexto de fortalecimento dos valores e instituições, tendo em vista que o desenvolvimento econômico é o resultado da somatória de inovação tecnológica, progresso técnico associado aos investimentos em P&D com, fundamentalmente, os recursos humanos e acumulação de capital social.

Moreira (2013)<sup>29</sup> adverte que frequentemente vê-se um reconhecimento da mudança de paradigma pertinente ao conceito de desenvolvimento, percebendo-se especial atenção ao caráter da sustentabilidade para os territórios. Para a autora, no turismo o aumento de competitividade de um destino turístico está, além de outras variáveis, conectado a uma visão estratégica com base em quatro aspectos:

“(i) a integração dos princípios de desenvolvimento sustentável nos processos (a filosofia da sustentabilidade é um fator-chave para alcançar a competitividade a longo prazo); (ii) a ênfase que é colocada no futuro (a visão estratégica requer esta perspectiva de futuro); (iii) a necessidade de colaboração entre os grupos de interesse (*stakeholders*) do destino (nos processos de planeamento e de tomada de decisão) e (iv) a flexibilidade que o processo oferece em modificar as condições ambientais (a visão estratégica confere a flexibilidade necessária para que o destino se adapte as mudanças ambientais e as incertezas do futuro que caracterizam também as condições do mercado).

O caráter da sustentabilidade no processo de desenvolvimento mostra uma mudança de paradigma conectada a corrente de pensamento do desenvolvimento a uma escala humana. Ou seja, a crítica ao modelo de desenvolvimento baseado no crescimento econômico, e que estabelece como contraponto um horizonte calcado no respeito à capacidade que o ambiente tem de munir o progresso e o desenvolvimento humano, é liderada, entre outros, pelo movimento ambientalista e teve seu início, mais perceptivelmente segundo Montibeller-Filho (2001), a partir de meados da década de 1960, através da “revolução ambiental” norte-americana, a qual expande-se, nos anos de 1970, para o Canadá, Europa ocidental, Japão, Nova Zelândia, Austrália e atinge o auge na década de 1980 e início dos anos de 1990 quando sensibilizam-se os países Latino-americanos, da Europa oriental, da União Soviética e asiáticos.

Mesmo num ambiente competitivo, como o descrito em Moreira (2013), e de baixa cooperação, vários foram os segmentos que se manifestaram formando novos processos e constituindo o movimento ambientalista global, abarcando organizações e grupos de proteção à natureza, agências governamentais, cientistas ligados ao tema, algumas empresas, entre

---

<sup>29</sup> A autora indica na literatura alguns exemplos do reconhecimento da importância da sustentabilidade, dentre os quais destaca Cravidão & Cunha (1991, 1993 e 1996), Silva (1997), Cooper & Ruhanen (2004), Farrell & Twining-Ward (2004), Cavaco (2005 e 2010), Baumgartner (2006), Partidário (2006), Ritchie & Crouch (2006), Williams (2009) e Santos, Cravidão & Cunha (2010).

outros atores, que reivindicavam uma pauta constituída por questões voltadas para a eficiência energética, redução da poluição, gestão de recursos naturais, e outros temas.

Sendo assim, historicamente, a década de 1970 ficou marcada como o início da institucionalização da preocupação com o meio ambiente e, conseqüentemente, com o novo modelo de desenvolvimento que incorporava a sustentabilidade como caráter central.

O processo de institucionalização do ambientalismo foi marcado por uma série de eventos sobre meio ambiente, sendo a Conferência de Estocolmo-1972 que evidenciou a preocupação de políticos, governos e de religiosos católicos. Neste mesmo ano cria-se o PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Sachs, 2002, 2004 e Montibeller-Filho, 2001).

A evolução da institucionalização da preocupação com o meio ambiente, aos poucos fez com que houvesse a adoção de um conceito mais abrangente daquele que vinha sendo aceito até então, o ecodesenvolvimento, passando para a concepção de um desenvolvimento sustentável (ver quadro 17), consolidado a partir do Relatório da Comissão Brundtland em 1987.

Conceitos	Ecodesenvolvimento	Desenvolvimento Sustentável
<b>Divergências</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atendimento das necessidades básicas da população</li> <li>• Utilização de tecnologias apropriadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ênfase no papel da política ambiental</li> <li>• Responsabilidade com os problemas globais e com as futuras gerações</li> </ul>
<b>Convergências</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visão holística – conjunto dos aspectos econômicos, políticos, culturais, sociais, ecológicos e outros</li> <li>• Abordagem sistêmica – como as várias dimensões</li> <li>• Ambientalismo, a idéia-força – o desenvolvimento é inseparável da gestão de recursos naturais</li> <li>• Plano e planejamento local, tendo referência global</li> </ul>	

Quadro 17 – Ecodesenvolvimento x Desenvolvimento Sustentável  
 Fonte: Montibeller-Filho (2001)

Leis e D'amato (1995 citado por Montibeller-Filho, 2001) referem-se aos anos de 1990 como sendo o período em que houve uma aproximação entre o setor privado e o Estado, tendo em vista o desejo de aproveitarem-se de uma nova consciência política e de um novo mercado sensível às questões ambientais. Para os autores, o movimento ambientalista configura-se de forma complexa e multidimensional, porém com grande capacidade de gerar

um ambiente de cooperação e solidariedade entre as nações. Desta forma, em 1992, no Brasil, realiza-se a ECO 92, na qual as nações reafirmam seus compromissos para com o meio ambiente global.

Bramwell e Lane (1993 citados por Hall 2001, p.21) evidenciam os cinco princípios básicos da sustentabilidade, os quais estão identificados no Relatório Brundtland:

“(1) o conceito do planejamento holístico e a criação de estratégias; (2) a importância de preservar processos ecológicos essenciais; (3) a necessidade de proteger o patrimônio humano e a biodiversidade; (4) a necessidade de buscar um tipo de desenvolvimento que permita à produtividade ser sustentada no longo prazo para as gerações futuras (o conceito de equidade intergeracional); (5) a meta de atingir um melhor equilíbrio de justiça e oportunidades entre nações”.

Nesta perspectiva, inseriu-se, no contexto das discussões ambientais e políticas públicas no mundo, a ideia de se modelar um processo de planejamento que abarcasse uma variedade mais ampla de dimensões da vida humana, contidas num pensamento estratégico que compreendesse a complexidade existente, além da prospecção de futuro. Porém, de forma contraditória, cada país, ao longo dos anos, vem, apesar da retórica de cooperação e desenvolvimento sustentável, justificando algumas ações contrárias aos princípios elencados a partir do discurso da soberania e da garantia da necessidade de maximização da exploração e uso dos recursos naturais e serviços ambientais, buscando uma maior vantagem competitiva no mercado global. Percebe-se, portanto, que a discussão ambiental está inserida num contexto político, o qual é influenciado por aspectos geopolíticos de ordem militar, econômico, social, entre outros.

Montibeller-Filho (2001, p.41) alerta que

“vê-se, portanto, evidências a indicar que o princípio ambientalista fundamental da cooperação entre países, (...) não é a tônica. Pelo contrário, (...) o país com força política procurar posicionar-se estrategicamente para continuar usufruindo (sem a devida compensação) dos bens e serviços ambientais oferecidos pelos mais fracos e para desfrutar das oportunidades econômicas potenciais abertas pelo ambientalismo”.

Contrapondo-se aos comportamentos soberanos dos países, a concepção inicial do desenvolvimento sustentável engloba, como princípio intrínseco ao conceito, estratégias para o não uso predatório da natureza. Desta forma, conforme Costa (2009), as políticas públicas devem estimular setores capazes de adicionar valor e contribuir para a diminuição da degradação. No turismo, para Cavalcanti (1999 citado por Costa, 2009), o ecoturismo mostra-se como uma alternativa construtiva de uso dos recursos naturais, mantendo-os na mesma qualidade e quantidade no ambiente natural, pois possibilita a geração de empregos e, simultaneamente, o cuidado com o meio ambiente e cultura local.

A propositura do desenvolvimento sustentável encaixou-se perfeitamente com os anseios de se caracterizar e justificar as atividades turísticas, pois, inicialmente considerada, por alguns autores<sup>30</sup>, como a indústria sem chaminés, passou nos últimos 20 anos a ser questionada sobre os impactos negativos que impõe ao meio ambiente natural e social<sup>31</sup>.

Lenzi (2006) enfatiza que apenas crer numa possível capacidade de congraçamento entre produção/ crescimento econômico e proteção ambiental não é pertinente do discurso do desenvolvimento sustentável. Para o autor, a diferença sustenta-se na sua ligação com questões de justiça social, democracia, direitos humanos e obrigações, tanto com gerações presentes quanto com as futuras. Porém, nomeadamente, o desenvolvimento sustentável também tem como base fundamental a conciliação do desenvolvimento econômico com as necessidades de preservar o ambiente, distribuir riquezas e utilizar os fluxos e fundos naturais a longo prazo (Binswanger, 1999). Essa visão firma-se por princípios como a precaução, a responsabilidade intergeracional, a democracia, a participação, o respeito à sociobiodiversidade e a ética no uso dos recursos<sup>32</sup>.

Nota-se que tais preocupações centram-se no atendimento de necessidades humanas básicas, conforme apresenta o Relatório Brundtland. Lenzi (2006) afirma, entretanto, que mesmo que o desenvolvimento sustentável tenha uma visão antropocêntrica, permite que questões não-antropocêntricas insiram-se no debate, passando a contemplar outras racionalidades, entre as quais razões à conservação e proteção ao meio ambiente que não apenas as de caráter utilitarista.

Atualmente, todos os setores econômicos, em maior ou menor grau, reconhecem o desenvolvimento sustentável e seu forte conteúdo normativo. Sendo assim, no turismo a busca pelo desenvolvimento, que congrega os valores conectados ao respeito à natureza e ao uso racional dos recursos naturais, formou uma proposta qualificadora do desenvolvimento, ou seja, concebeu as atividades turísticas no espectro da sustentabilidade, relacionando justiça social, qualidade de vida, equilíbrio entre o uso e a capacidade de fornecimento e regeneração de recursos naturais e ambiente, longevidade do retorno econômico-financeiro.

---

<sup>30</sup> Ver Viegas (2008)

<sup>31</sup> Ao passo do aumento populacional, da evolução tecnológica e das facilidades de acesso aos meios de transporte, possibilitando a realização de viagens mais frequentes, o turismo começa a ser percebido como um setor que, interligado a outros, provoca significativos impactos no ambiente natural, social, cultural e econômico. (Choi & Sirakaya, 2006; Communities, 2006; C. Cooper, 2008; Hardy & Beeton, 2011; Saarinen, 2006; Viegas, 2008).

<sup>32</sup> Ver Herrera, 1984; Bursztyn, 1995; Sachs, 1995; Rodrigues, 1998; Santa-Rita, 2000; Frey, 2001; Capra, 2002; Duarte e Whermann, 2002; Pena-Vega, 2003; Leef, 2004; Hopwood, 2005; Theodoro, 2005; Bursztyn e Bursztyn, 2006.

O turismo de caráter sustentável insere-se no contexto, descrito por Santos, Cunha e Cravidão (2010), onde “a importância da conjugação das dimensões econômica (eficiência, crescimento, estabilidade), social (equidade, solidariedade) e ecológica (reprodutibilidade dos recursos naturais), de forma a conseguir intervenções equilibradas e eficazes” (Figura 34).



Figura 34 – Parâmetros de avaliação da sustentabilidade territorial  
 Fonte: Santos, Cunha e Cravidão, 2010.

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO) no Código Mundial de Ética do Turismo (1999) – art.3º Turismo, fator de desenvolvimento sustentável – define que “o conjunto de atores do desenvolvimento turístico têm o dever de salvaguardar o ambiente e os recursos naturais, na perspectiva de um crescimento econômico são, contínuo e sustentável, capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e as aspirações das gerações presentes e futuras”.

Segundo a Organização Mundial de Turismo<sup>33</sup> (1994) o conceito de turismo sustentável, é “aquele ecologicamente suportável a longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente equitativo para as comunidades locais, mantendo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte de vida”. Sustentando-se nesta base conceitual, a UNWTO admite o desenvolvimento do turismo sustentável como um processo que tem o atendimento as necessidades dos turistas e das regiões receptoras e, também, a proteção do ambiente e promoção de oportunidades futuras a diretriz a ser seguida.

Costa (2009) considera que, valendo-se do conceito cunhado pela UNWTO, para o turismo ser sustentável é fundamental que seja sustentado economicamente, mas também

<sup>33</sup> OMT. Desenvolvimento do turismo sustentável: manual para organizadores locais. Brasília: Organização Mundial do Turismo (OMT), 1994.  
 116

ambientalmente prudente e socialmente incluyente. Pois, desta forma encontrar-se-á com o conceito de sustentabilidade, na busca de outros futuros possíveis e com maior capacidade de continuidade da atividade e sobrevivência dos destinos.

Contudo, a sustentabilidade dos destinos não é um atributo que pertence a uma determinada tipologia ou segmento do turismo, mas um padrão de desenvolvimento a ser perseguido para qualquer escala ou característica da atividade turística (Clarke, 1997 citado por Costa, 2009).

Os indicadores que proporcionam o enquadramento do desenvolvimento às características da sustentabilidade são indispensáveis para sustentar as decisões aos mais diversos níveis e áreas. Percebe-se em Santos (2014) que os indicadores são diversos e inserem-se no contexto dos componentes da sustentabilidade territorial, os quais são: fatores de suporte, fatores organizacionais, decisão política, preservação ambiental, expressão simbólica, valências económicas e valências sociais (Figura 35).



Figura 35 – Componentes da sustentabilidade territorial  
Fonte: Santos, 2014.

Na Europa, praticamente, todos os Estados-membros da EU já publicaram documento sobre indicadores ambientais ou de desenvolvimento sustentável. Em Portugal, mais

especificamente, vários foram os trabalhos que abordaram e desenvolveram indicadores ambientais gerais<sup>34</sup>.

Conseguir definir um conjunto de indicadores de desenvolvimento sustentável adequados para uma comunidade, cidade, região ou país não caracteriza uma tarefa fácil como sinalizam Fujiwara (2005). Mesmo assim, os indicadores são a forma mais utilizada para análises referentes as dinâmicas sociais, tendo em vista que funcionam como base de avaliação e fornecem informações sobre condições e tendências do desenvolvimento, contribuindo, assim, para a concepção de políticas e para a comunicação entre diferentes grupos (Bossel, 1999; Segnestam, 2002).

O uso dos indicadores de sustentabilidade se dá considerando-os como uma ferramenta essencial à gestão e avaliação de desempenho, os quais objetivam a transmissão de informação técnica-científica de maneira condensada e cognoscível, preservando o significado original dos dados, visando melhorar a qualidade das decisões na gestão da sustentabilidade (Agência Portuguesa do Ambiente, 2015). Já em relação ao modelo conceitual, a Agência Europeia do Ambiente usa a DPSIR (*driving force, pressure, state, impact and response* – Figura 36).

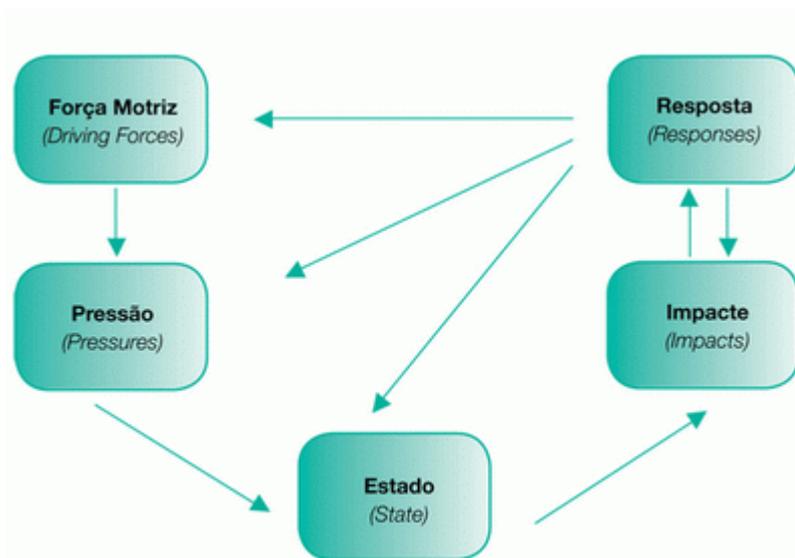


Figura 36 - Modelo de indicadores utilizado no Relatório do Estado do Ambiente - “Força motriz – Pressão – Estado – Impacte – Resposta”

Fonte: “Indicadores do Ambiente: Classificação e Situação Geral” do Relatório Técnico n.º 25 da Agência Europeia do Ambiente, 1999)

<sup>34</sup> Martins (1994); Partidário (1990) em qualidade do ambiente urbano; Mano (1989) em qualidade da água doce; Ramos (1996), Ribeiro e Rodrigues (1997), entre outros.

Neste modelo os indicadores da força motriz (*driving force*) apresentam, descritivamente, os desenvolvimentos social, demográfico e econômico, além das mudanças nos estilos de vida, níveis globais de consumo e padrões de produção. Os indicadores de pressão (*pressure*) descrevem o uso dos recursos existentes e, também, a liberação de substâncias e agentes físicos e/ou biológicos. Nos indicadores de estado (*state*) fornece-se a quantidade e qualidade dos fenômenos físicos, biológicos e químicos, por exemplo: recursos florestais e faunísticos e níveis de ruído. Já os de impacto (*impact*) descrevem a importância das alterações no estado do ambiente. E os indicadores de resposta (*responses*) indicam as respostas de grupos e indivíduos e às tentativas dos governos em prevenir, compensar, melhorar ou adaptar-se a mudanças no estado do ambiente (Stanners, Bosch, Dom, Gabrielsen, Gee, Martin, Rickard, Weber, 2007 citados por D'Oliveira, 2015).

Segundo o INE (2016) os indicadores de desenvolvimento sustentável em Portugal (Quadro 18) classificam-se a partir de sete objetivos estratégicos, sendo eles: a) sociedade do conhecimento; b) crescimento, competitividade e eficiência energética; c) ambiente e patrimônio natural; d) equidade e coesão social; e) valorização do território e conectividade internacional; f) participação ativa na cooperação internacional e g) administração pública eficiente.

Objetivos Estratégicos	Prioridades Estratégicas
<u>1. Sociedade do conhecimento</u>	Educação e formação Melhoria da qualidade / ensino superior Aprendizagem ao longo da vida Desenvolvimento científico e tecnológico Desenvolvimento cultural
<u>2. Crescimento, competitividade e eficiência energética</u>	Competitividade e emprego Desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC Inovação empresarial Desenvolvimento e ecoeficiência Alterações climáticas Gestão das massas de água Oceano Solo Biodiversidade Gestão integrada do ar Gestão integrada dos resíduos
<u>3. Ambiente e património natural</u>	
<u>4. Equidade e coesão social</u>	Equidade e sustentabilidade financeira dos sistemas de Segurança Social Mercado de trabalho e integração social Saúde
<u>5. Valorização do território e conectividade internacional</u>	Atração urbana Desenvolvimento regional Conectividade internacional
<u>6. Participação ativa na cooperação internacional</u>	Cooperação financeira para o desenvolvimento sustentável mundial Globalização do comércio
<u>7. Administração Pública eficiente</u>	Abertura e modernização da Administração
Indicadores contextuais	
Dívida e Défice das Administrações Públicas	
População	

Quadro 18 – Indicadores de Desenvolvimento Sustentável (IDS) em Portugal  
Fonte: INE, 2016 com base na Resolução do Conselho de Ministros nº 109/2007

Em vários países, inúmeras são as iniciativas e os modelos de desenvolvimento do turismo sustentável, envolvendo metodologias de análise da sustentabilidade e de monitoramento das atividades turísticas.

No Brasil os indicadores do desenvolvimento sustentável foram definidos pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). Os indicadores foram divididos em quatro categorias: dimensão ambiental, social, econômica e institucional, os quais subdividem-se em 19 pontos a serem considerados, os quais são: (a) Dimensão Ambiental:

Atmosfera, terra, água doce, oceanos, mares e áreas costeiras, biodiversidade e saneamento; (b) Dimensão Social: População, trabalho e rendimento, saúde, educação, habitação e segurança; (c) Dimensão Econômica: quadro econômico e padrões de consumo; (d) Dimensão Institucional: quadro institucional e capacidade institucional.

No auxílio para mitigar os impactos ambientais, as empresas em geral dispõem, de maneira prática e funcional, de sistemas que ajudam a aplicação dos indicadores, como: Sistema de Gestão da Sustentabilidade para os Meios de Hospedagem (ABNT – NBR15401:2006, Selo Verde e o ISO 14001 – Sistema de Gestão Ambiental.

Já em âmbito mundial, a OMT (2005) publicou um conjunto de indicadores que analisam as informações sobre o desenvolvimento sustentável do turismo numa comunidade, cidade, região ou país, os quais, de forma abrangente, estão assimetria com o conceito de turismo sustentável e o Código Mundial de Ética do Turismo: (a) bem-estar das comunidades receptoras; (b) conservação do patrimônio cultural; (c) participação comunitária no turismo; (d) satisfação dos turistas; (e) saúde e segurança; (f) aproveitamento dos benefícios econômicos do turismo; (g) proteção dos recursos naturais; (h) gestão dos recursos naturais escassos; (i) limitação do impacto ambiental do turismo; (j) controle das atividades turísticas; (k) organização e controle do lugar de destino; (l) projeto de produtos e serviços e sustentabilidade de operações e serviços turísticos.

Com a certeza da relação íntima entre meio ambiente e turismo, considerando que o meio ambiente é a base de muitas das atrações turísticas e que exerce grande pressão na dinâmica do sistema turístico, justifica-se a crescente preocupação em gerar métodos de avaliação e mensuração desta relação (Lickorish e Jenkins, 2000; Cooper et al.,2001; Dias, 2003)

Coriolano (2013) destaca que os modelos alternativos de desenvolvimento minam o modelo hegemônico ocidental, pois busca o equilíbrio entre a sustentabilidade econômica e a socioambiental, envolvendo compromisso e postura ética. O “desenvolvimento desejado valoriza as pessoas, as culturas, é, portanto na escala humana” (Coriolano, 2013, p.133).

É a este raciocínio, entre outros, que Max Neef (2012 citado por Coriolano, 2013) constrói sua argumentação para delinear o desenvolvimento a partir da autoindependência das regiões, dos territórios e das pessoas. Para ele a escala humana surge através de políticas públicas que direcionam e priorizam as ações considerando o ambiente social e o indivíduo, beneficiando-os quando se enraíza no âmago da sociedade a consciência da relevância do ser

humano e na abolição da estrutura social que faz opugnação constante e coordenada aos direitos humanos.

Sendo assim, outros indicadores destacam-se para avaliar as ações e analisar as informações sobre o desenvolvimento em curso. Uns mais objetivos e de caráter utilitarista como o PIB – Produto Interno Bruto, Taxa de crescimento, Taxa de desemprego, outros que ampliam a abordagem, tendo como exemplo o IDH – Índice de Desenvolvimento Humano e o Índice de GINI, e aqueles considerados holísticos como o FIB – Felicidade Interna Bruta.

A vida humana não deveria ser passível de mensuração, pois detém níveis de subjetividade e de diversidade elevados e que dificultam uma padronização das informações. Porém, num mundo que cada vez mais exige a materialidade dos fatos, desenvolver métodos de análise e avaliação, que tragam as variáveis da vida social do ambiente tácito para o explícito, torna-se fundamental para construir modelos de desenvolvimento inclusivos e democráticos.

#### **4.5. Síntese**

Compreender as diferenças conceituais e práticas entre crescimento econômico e desenvolvimento não constitui tarefa fácil, pois, como relatado nos argumentos introdutórios deste capítulo, ao longo da história foram muitos os autores que influenciaram, com suas linhas de pensamento, a incompreensão presente. O foco econômico nas políticas públicas de crescimento e desenvolvimento apresenta-se como o provedor da ênfase no crescimento econômico em detrimento do desenvolvimento. Essa característica perdurou, pelo menos, três séculos, iniciando nas visões dos economistas clássicos como Adam Smith e David Ricardo até os estudiosos mais atuais da corrente estruturalista.

O presente capítulo, no seu enquadramento conceitual, enfatizou a evolução do conceito de desenvolvimento, iniciando as explicações a partir do caráter economicista ao com foco no indivíduo. Para tanto, autores como Picketty (2014), Harvey (1977 e 2011), Heidmann e Salm (2009), Furtado (1983 e 2000), Krugman (1991), Sachs (1986), Montibeller-Filho (2001), Myrdal (1956), Coriolano (2006 e 2012), Max-Neef (2012), entre outros, através de suas concepções de desenvolvimento e da dinâmica sociocultural, permitem a assimilação de que o sistema capitalista, calcado nas teorias que o sustentam, não se mostra suficiente para garantir um futuro com qualidade de vida e quantidade de recursos necessários ao bem-estar humano.

A percepção do aumento das mazelas sociais proporcionadas pela adoção dos princípios pertinentes ao sistema capitalista, integra-se aos novos olhares sobre o desejo do desenvolvimento, justificando-os. Perspectivas que atentam-se para outras dimensões da vida social, trazem consigo a necessidade de transgressão conceitual da concepção economicista ao processo de desenvolvimento.

Desta forma, os argumentos utilizados fundamentam-se em Boiser (2001), o qual indica que é a partir da visão mais humanista do processo de desenvolvimento que outras alternativas integram-se ao debate, como as do desenvolvimento sustentável, de base comunitária, ecodesenvolvimento, as quais valem-se da visão de mundo de Max-Neef (2010), pois baseiam-se na premissa da valorização do ser humano e não apenas na condição econômica, objetivando satisfazer as necessidades humanas fundamentais, gerando maiores níveis crescentes de autodependência e articulação orgânica dos seres humanos com a natureza, a tecnologia, dos processos globais com os comportamentos locais, do pessoal com o social, do planejamento com autonomia e da Sociedade Civil com o Estado.

Sendo assim, seguindo o caráter libertário das teorias alternativas de desenvolvimento, evidencia-se a necessidade de uso e valorização de instrumentos de análise e mensuração do processo de desenvolvimento. Dentre as ferramentas indicadas, destacou-se os indicadores do desenvolvimento, iniciando pelo IDH – Índice de desenvolvimento Humano até os ligados aos impactos positivos e negativos no meio ambiente e amplamente utilizados nos modelos de desenvolvimento sustentável.

Em relação ao turismo, abordou-se tangencialmente, porém de forma integrada, questões pertinentes às teorias gerais que influenciam o desenvolvimento dos destinos turísticos. Compreendeu-se que os modelos de desenvolvimento no turismo implementados nos países menos desenvolvidos valeram-se das experiências daqueles que mostram-se em estágios mais avançados, principalmente no que concerne a captação de turistas.

Neste contexto, muitos destinos turísticos, em escala regional, se mantêm numa relação centro-periferia, tendo como exemplo no Brasil os municípios ao longo do litoral do estado do Piauí (Brasil) que dependem das cidades de Fortaleza (CE), Teresina (PI) e São Luiz (MA) como portas de entrada de turistas, pois nestas rotas, a dependência às cidades-centro caracteriza-se devido a existência de infraestrutura aeroportuária à chegada de visitantes nacionais e estrangeiros, da representação de empresas transnacionais no receptivo, de cadeias hoteleiras, mão-de-obra qualificada e especializada, entre outros fatores, localizados no centro emissor-indutor, o qual reduz o impacto econômico nos locais ao longo

das rotas entre o centro-receptivo e os destinos turísticos, mantendo-se assim o caráter de dependência dos municípios, cujo turismo está em desenvolvimento, àqueles onde a atividade turística apresenta-se num estágio mais avançado.

Esta compreensão, sustentando-se nas ideias contidas em Cooper et.al. (2001); Sinclair e Stables (2009) e Sharpley (2009), indica que os efeitos multiplicadores do turismo são menores do que os relatados de forma positiva por alguns *experts*, ou seja, países, estados e municípios menos desenvolvidos, porém com algum desenvolvimento turístico, não conseguem dinamizar e diversificar a economia local somente das receitas advindas das atividades turísticas.

Entretanto, há novos caminhos ao desenvolvimento que devem ser considerados no planejamento do turismo. Portanto, no intuito de evidenciar as teorias alternativas no turismo, sendo estas o contraponto ao sistema de produção capitalista e ao avanço das atividades turísticas sobre as reservas de recursos naturais e culturais, destacou-se o desenvolvimento sustentável, tendo em vista a pluralidade de estudos sobre os impactos positivos e negativos que a atividade turística proporciona ao ambiente e a capacidade que esta teoria alternativa demonstra em minimizar as desigualdades sociais e valorizar o contexto socioeconómico e cultural das populações autóctones dos destinos turísticos.

Ainda no debate da influência das teorias alternativas de desenvolvimento no turismo, destaca-se, no próximo capítulo, as formas de analisar, avaliar e mensurar o processo de desenvolvimento a partir de indicadores, sendo alguns com características de medição específicas e outros mais holísticas.

Nesta perspectiva, objetiva-se, no capítulo subsequente, reavaliar as concepções de desenvolvimento da visão neoclássica do *homo economicus*<sup>35</sup> e discutir os índices e indicadores atuais que afirmam-se com base nessa premissa, assim como o de evidenciar a evolução dos instrumentos de medição, caracterizando aqueles que se enquadram às teorias alternativas na visão de um homem social-parentético<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Ver Guerreiro Ramos, 1971b, p.18

<sup>36</sup> Ver Guerreiro Ramos, 1971a, p.9-10; Guerreiro Ramos, 1971b, p.466

## CAPÍTULO V – INDICADORES DO DESENVOLVIMENTO NO TURISMO

### 5.1. Introdução: Dos índices e indicadores economicistas/utilitaristas aos holísticos

A globalização exige do tecido social a adaptação ou subjugação ao capital que a dinamiza, fazendo sentir seus efeitos em todos os estratos da sociedade. As consequências, tendenciosamente, delineiam a precarização da vida, seja para o ser humano, à fauna e/ou a flora do planeta, sendo fundamental a reflexão sobre a perspectiva de estilos e modos de vida que sejam economicamente viáveis, ambientalmente sustentáveis e socialmente justos (Mance, 2008).

Com esta perspectiva, Guerreiro Ramos (1989) apresenta ao mundo a proposição de uma nova ciência social e de organizações centradas num novo modelo de homem, o homem parentético, explicitando a possibilidade de um modelo calcado numa forma mais humanista de pensar e agir na sociedade.

Centrado na racionalidade substantiva, como contraposição à racionalidade instrumental, num novo modelo de homem e de um novo método de compreensão social: a redução sociológica; Guerreiro Ramos (1989) caracteriza o homem parentético como aquele capaz de abstrair-se da realidade e observá-la, abstendo-se das influências da racionalidade instrumental, característico do mercado e do atual contexto capitalista, que tendenciosamente predominam sobre as relações humanas. Desta forma, expande sua visão de mundo, deixando a característica da unilateralidade do homem econômico. Para o autor,

“Esta é uma revolução silenciosa que, embora não faça manchetes na imprensa, constitui, na perspectiva deste livro, a história do futuro, isto é, a práxis de emergente modelo de relações entre os indivíduos, e entre estes e a natureza. Em outras palavras, este modelo restaura o que a sociedade centrada no mercado deformou ou, em parte, destruiu: os elementos permanentes da vida humana (Guerreiro Ramos, 1989, p.15).

Para que essa revolução, destacada por Guerreiro Ramos (1989), ocorra de forma contínua, deve-se adotar uma outra racionalidade para as relações sociais, ou seja, sair das limitações da racionalidade instrumental/ funcional para a racionalidade substantiva, a qual sustenta “que o lugar adequado à razão é a psique humana. Nessa conformidade, a psique humana deve ser considerada o ponto de referência para a ordenação da vida social, tanto quanto para a conceituação da ciência social em geral, da qual o estudo sistemático da organização constitui domínio particular” (Guerreiro Ramos, 1989, p. 23).

As transformações necessárias para o alcance de uma sociedade mais justa e humana passam, na percepção de Guerreiro Ramos (1989), pelo método da redução sociológica. De acordo com o autor, o método pode ser compreendido por: a) atitude imprescindível à assimilação crítica da ciência e da cultura importadas; b) adestramento cultural sistemático necessário para habilitar o indivíduo a resistir à massificação de sua conduta às pressões sociais organizadas; c) superação da ciência social nos moldes institucionais e universitários em que se encontra.

Neste sentido, corroborando com parte dos ideais de Guerreiro Ramos, Max-Neef (2012) evidencia o novo papel do indivíduo humano no contexto social, fortalecendo a ideia de que o desenvolvimento deve privilegiar todas as formas de relação e interação, deixando o caráter do ter, no qual o foco é a pessoa-objeto, e considerar como primordial que a base do processo seja na cultura da cooperação e solidariedade. Esta perspectiva encaminha a reflexão de um mundo melhor às metodologias que proporcionam maior previsibilidade e conformidade econômico-social e ao novo modelo de homem, o parentético. Porém, Débord (2003, p.31) traz a percepção de que na sociedade atual o modelo de desenvolvimento, característico na sociedade do espetáculo, pauta-se por um processo quantitativo através do “alargamento incessante do poderio econômico”, reificando o ser humano, o qual mostra-se como mercadoria ao aceitar o mundo transformado, porém “transformado em mundo da economia”.

Alcançar o modelo ideal de desenvolvimento na escala humana envolve muitos fatores e não depende somente da vontade de uma cidade, estado ou país, pois a pressão dos agentes e variáveis externas inibe, por vezes, as livres iniciativas. Sendo assim, determinar o nível de desenvolvimento de uma região, seja na ótica econômica ou outra associada a um setor, traz consigo o desafio de avaliar um conjunto de características quantitativas e qualitativas, de caráter subjetivo e objetivo. Tal ação, garantidora do foco estratégico do processo de desenvolvimento, exige métodos confiáveis e claramente verificáveis.

Este capítulo trata do desafio de se gerar um modelo de desenvolvimento que transgrida e altere o contexto social atual, retirando o foco da pessoa-objeto e o caráter utilitarista/funcional do sistema e que garanta a inclusão da perspectiva das relações sociais que mirem a pessoa-sujeito e um ambiente de plena justiça social. Para tanto, discute-se os parâmetros que asseguram a visão economicista, calcados em índices e indicadores como o PIB – Produto Interno Bruto e o PIL – Produto Interno Líquido, abrangendo, nesta abordagem, os indicadores do turismo propagados pela OMT – Organização Mundial de

Turismo, tecendo a crítica que embasa a percepção de esgotamento do modelo capitalista e de organização social atual, para que seja um contraponto ao modelo “ideal” de desenvolvimento. Tal modelo é compreendido, neste capítulo, como alternativo e holístico, pois sustenta-se em índices e indicadores que congregam, de forma mais abrangente, outras dimensões da vida humana, como: a social e a ambiental, trazendo a concepção de um desenvolvimento calcado do indivíduo para a sociedade, da felicidade e Bem-Estar individual à felicidade e Bem-Estar coletivo. Sendo assim, os índices e indicadores que se apresentam como os que fornecem informações e dados confiáveis sobre as dimensões citadas e desenvolvidos e reconhecidos pelas Nações Unidas, são, dentre outros: IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, Índice de GINI e o Índice de Felicidade Interna Bruta.

A relevância deste capítulo encontra-se no fato de ser, como se verá na tese (ver Parte IV), a base para o modelo de desenvolvimento proposto, o qual valer-se-á do FIB – Felicidade Interna Bruta como uma ferramenta essencial ao diagnóstico da realidade do turismo no destino em estudo.

Portanto, compreende-se que os indicadores e índices apresentam-se como métodos fiáveis e capazes de auferir periodicamente o contexto com diversos enfoques. Segundo Herculano (2000 citado por Sales, Costa, Veroneze e Ferreira, 2013, p.61) “o uso de indicadores auxilia nas comparações entre dois ou mais objetos de estudo, em virtude das informações condensadas, simplificadas e quantificadas que fazem parte de sua composição”.

A OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico<sup>37</sup> (2001) classifica os indicadores, não só na perspectiva quantitativa e qualitativa, mas também, como sendo fatores ou variáveis que determinam um meio para medir aquisições, refletir mudanças e avaliar o desempenho de atores específicos, funcionando como modelos simplificados da realidade.

Já os índices são indícios ou sinal de que existe uma relação de contiguidade com aquilo que é representado (Freitas, 2007 citado por Sobral et.al., 2011). Pode tratar-se de uma expressão numérica da análise entre duas quantidades ou de diferentes indicadores, os quais são formulados para qualificar e/ou quantificar situações que sejam de interesse, seja em relação a economia, ao meio ambiente, a cultura ou ao ambiente social, servindo de forma indireta de referência para abordar aspectos relevantes.

Em qualquer situação ou área de interesse, a elaboração de um indicador deve, segundo Caldas (2006), atender alguns parâmetros: (a) Comparabilidade – permitir

---

<sup>37</sup> Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (2001). *Knowledge and Skills for Life*. Paris: OECD.

comparação temporal e espacial; (b) Disponibilidade de Informação – os dados devem ser acessíveis e constituir séries históricas; (c) Normalização – os resultados obtidos devem ser traduzidos para uma escala adimensional.

No turismo, assim como em outros setores, os indicadores tem importante participação no processo de decisão em políticas públicas e planos estratégicos, seja na esfera privada ou da administração pública.

Tomasi (2000) identifica os indicadores e variáveis a serem considerados no planejamento do turismo (Quadro 19).

Indicador	Variáveis
Indicador de Identificação	<p>Nome do Município;</p> <p>Nome do Estado;</p> <p>Nome do Prefeito;</p> <p>Nome do responsável pelo Órgão Municipal de Turismo;</p> <p>Nome do responsável pelas informações;</p> <p>Local e data.</p>
Indicador de Econômico	<p>Renda per capita; Pernoites gerados; Aposentos ocupados; Aposentos disponíveis; Hóspedes no período; Taxa de ocupação por aposento; No de leitos criados; Gasto turístico em hospedagem/alimentação/ transporte urbano; Embarques/desembarques rodoviários/ferroviários/aéreos/hidroviários; Permanência média; Empregos gerados diretos e indiretos; Variação salarial/contribuições sociais nos cargos diretos e indiretos; Arrecadação de impostos/taxas; Ingressos e gastos da administração pública; Variação de empresas e produtos locais; Variação de investimentos privados externos;</p> <p>Desenvolvimento de áreas estagnadas na economia local; Variação do no de parcerias abertas/existentes; Fluxo de visitantes nos pontos turísticos; Liberação de recursos para a atividade; Renda turística; No de estabelecimentos; PIB; Grau de especialização turística do município; Localização do turismo na pauta de produtos de exportação.</p>
Indicador de Social	<p>Interesse dos autóctones no município; Variação populacional; Qualificação de recursos humanos; Preservação da herança cultural; Aceitação populacional em relação ao turismo; Degradação do patrimônio; Modificação do consumo; Variação do número de conselhos da comunidade; Modificação da percepção de cenário; Numero de tombamentos históricos/culturais; Conservação cultural; Variação do número de museus; Variação de grupos folclóricos; Valorização do artesanato; Criação de ONGs</p>

<p style="text-align: center;">Indicador de Ambiental</p>	<p style="text-align: center;">Poluição da água, ar, som, visual; Proteção Ambiental; Capacidade de carga do local</p>
<p style="text-align: center;">Indicador Infraestrutural</p>	<p style="text-align: center;">Acesso; Áreas de lazer públicas; Transporte Urbano; Segurança; Saneamento Básico; Saúde; Educação</p>

Quadro 19 – Indicadores e variáveis no turismo  
Fonte: Adaptado de Tomasi (2000).

Já CEPAL (2006) especifica os indicadores econômicos a partir da relação entre a balança de pagamentos (BdP), as contas nacionais (SCN) e as contas-satélites do turismo (CST), cujas variáveis quantificam, de forma indireta, a relevância econômica da procura turística internacional (Consumo do turismo de entrada e saída) – Figura 37.

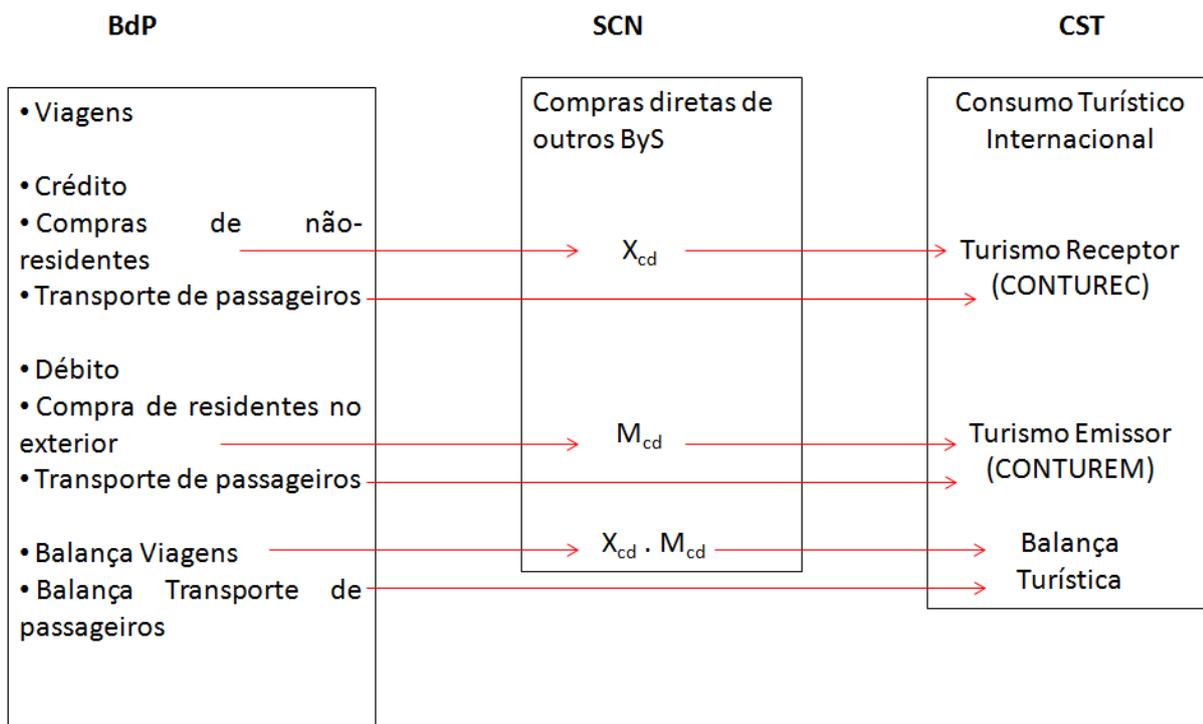


Figura 37 - As relações entre a balança de pagamentos, contas nacionais e Contas Satélites do Turismo.  
 Fonte: Adaptado de CEPAL, 2006.

Em CEPAL (2006) ByS representa os bens e serviços, e  $X_{cd}$  e  $M_{cd}$  a “exportação” e “importação” de compras diretas de bens e serviços, que se registram nos quadros de oferta e utilização das contas nacionais quando não se conhece sua análise por produto e quando seu valor se aproxima mediante o item “viagens” da balança de pagamentos. Desta forma, segundo CEPAL (2006), o conjunto de indicadores nesta proposta podem reagrupar-se, considerando indicadores sobre equilíbrios macroeconômicos, produção, consumo e preços e emprego, salários e inversão.

Contemplando os demais indicadores, descritos no quadro 18, Santos (2013) revela que vários estudos (ver quadro 20) já foram realizados com o intuito de construir sistemas de indicadores que meçam um modelo de desenvolvimento que contemple, em maior amplitude, o caráter da sustentabilidade no turismo.

ANO	INSTITUIÇÃO/AUTOR	DESCRIÇÃO
1995-96	Organização Mundial do Turismo (OMT).	Publicou um primeiro guia prático sobre Indicadores de Sustentabilidade do Turismo, embora já desenvolvesse trabalhos nesta matéria desde 1992.
1998	Cadeia Hoteleira de Âmbito Mundial (ACCOR)	Realizou-se um trabalho concreto e prático no sentido de dotar os hotéis de indicadores ambientais que permitissem descrever a sua situação e compará-la com a dos outros.

2001	Agência Americana para a Proteção do Ambiente (EPA)	Estabeleceu um método de construção de indicadores que medissem o impacto econômico e ambiental de vários subsetores do turismo (alojamento, restaurantes, transportes e outras atividades ligadas ao turismo como desportos náuticos, golfe, congressos, parques temáticos, etc).
2002	Ministério do Ambiente da Espanha	Reuniu especialistas para discutir assuntos relacionados com impacto, responsabilidade do setor do turismo, grau de reversibilidade e extensão do impacto, tendo produzido indicadores ambientais relacionados com turismo, ao nível nacional e para zonas específicas com peso significativo no setor do turismo.
2004	World Tourism Organization – WTO	Volta a publicar um guia sobre indicadores de sustentabilidade do Turismo, intitulado: “Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: a Guidebook”, que contou com a colaboração de cerca de 60 autores de 20 países, criando uma rede de especialistas na matéria, a nível mundial.
2005	Organização Mundial do Turismo - OMT	Recomenda 12 indicadores principais para avaliar a sustentabilidade do turismo, quais sejam: Satisfação local com o turismo; Efeitos do turismo nas comunidades; Satisfação sustentável do turista; Sazonalidade do turismo; Benefícios econômicos do turismo; Gerenciamento da energia; Disponibilidade e consumo de água, etc.
2006	Sistema de Indicadores de Sustentabilidade do Turismo da Macaronésia (ELAVAI et al., 2006)	Este estudo foi resultado de um projeto conjunto entre os Institutos de Estatística dos Açores, Madeira e Canárias, cujo objetivo foi desenvolver um Sistema de Indicadores Estatísticos do Turismo, através do qual se possa medir e acompanhar a evolução da sustentabilidade do turismo em cada uma das regiões. Foram selecionados 36 indicadores distribuídos nas dimensões: econômica, atividade turística, sociedade e cultura, meio ambiente e institucional.
2007	Estudos da Competitividade e as Propostas de Indicadores do Ministério do Turismo	Este estudo tem por objetivo propor um conjunto de indicadores de sustentabilidade para os diversos tipos de turismo que podem ser utilizadas em diferentes regiões. Tem como fragilidade a ausência de critérios de seleção e de análises como também não define parâmetros para as análises.
2009	Hanai (2009)	O estudo elaborou, a partir de uma abordagem participativa, um conjunto de indicadores para o turismo distribuído nas seguintes dimensões: ambiental, social, cultural, turística institucional e econômica. Cada um desses indicadores apresenta os métodos de análise e ponderação.
2010	Falcão (2010)	Este estudo tem por objetivo ampliar e discutir o TALC adequando tal modelo teórico às dimensões da sustentabilidade verificando a aplicação dessa adequação no Arquipélago de Fernando de Noronha. A sustentabilidade foi analisada a partir de seis dimensões: social, econômica, cultural, ecológica, espacial e política.
2010	Ruschmann (2010)	Apresenta 98 indicadores de sustentabilidade, considerando-se os componentes ambiental, social e econômico, aplicados a diversas unidades de conservação no Brasil.

Quadro 20 – Sistemas de indicadores de sustentabilidade do turismo  
Fonte: Adaptado de Santos, 2013.

Para Santos (2013) é com base nos indicadores do quadro 19, quando da sua aplicação, que se torna viável a geração de um conjunto de informações sobre a realidade do desenvolvimento do turismo num dado território, subsidiando o processo de tomada de decisão aos diversos atores envolvidos no setor.

Em território português, o INE (2015), com base no Barômetro do Turismo Mundial da UNWTO, especifica três principais indicadores, de carácter económico, que definem o ranking do turismo no mundo (ver quadro 21).

<b>Posição</b>	<b>Entradas de turistas internacionais</b>	<b>Receitas do turismo internacional</b>	<b>Despesas em turismo internacional</b>
1º	França	EUA	China
2º	EUA	Espanha	EUA
3º	Espanha	China	Alemanha
4º	China	França	Reino Unido
5º	Itália	Macau (China)	Federação Russa
6º	Turquia	Itália	França
7º	Alemanha	Reino Unido	Canadá
8º	Reino Unido	Alemanha	Itália
9º	Federação Russa	Tailândia	Austrália
10º	México	Hong Kong (China)	Brasil
...	...	...	...
	Portugal (35º)	Portugal (26º)	Portugal (45º)

Quadro 21 - Rankings dos principais indicadores de turismo internacional, 2014  
 Fonte: Adaptado de UNWTO – Barômetro do Turismo Mundial, Abril de 2015.

Porém, desenvolver e implementar um modelo de desenvolvimento que gere grandes e visíveis benefícios ao meio ambiente natural, social e económico, equilibrando as forças influenciadoras do sistema, traz perceptíveis desafios e barreiras no campo prático das políticas públicas e da iniciativa privada. Sendo assim, aproveitando-me da visão de Guerreiro (1994), estabelecer o carácter da sustentabilidade ao modelo e processo de desenvolvimento requer que este valide-se a partir da concepção e percepção, por parte dos envolvidos, de justiça social, considerando-a como uma “construção moral e política que se baseia na

igualdade de direitos, na solidariedade coletiva, e no equilíbrio entre partes desiguais por meio da criação de mecanismos de proteção” (Guerreiro, 1994, p.95).

Desta forma, o Turismo de Portugal, no “Relatório de Sustentabilidade: Atuar para o desenvolvimento sustentável” do ano de 2010, explicita a compreensão de que mensurar o turismo na perspectiva da sustentabilidade exige, ao território português, a utilização de indicadores, de caráter econômico, social e ambiental, específicos, como: (a) Consumo turístico; (b) Balança turística; (c) Consumo de energia no alojamento; (d) Emissões decorrentes do consumo de eletricidade; (e) Taxa de sazonalidade; (f) Dormidas em unidades hoteleiras.

Neste sentido, construir indicadores que possibilitem a verificação dos fatores que influenciam o modelo e o processo de desenvolvimento mostra-se vital para o êxito na criação e execução de políticas e iniciativas que consolidem a justiça social no âmago da sociedade, encaminhando o desenvolvimento do território envolvido para o estágio de um bem-estar social e, por consequência, de qualidade de vida com maior plenitude.

Adivar et.al. (2000) indica que para se gerar Bem-estar social tem que se atentar para três aspectos fundamentais: (a) satisfação das necessidades coletivas; (b) gestão de problemas sociais; e (c) reforço de oportunidades. Já Stiglitz et.al. (2002) enfatiza que a consequente qualidade de vida proporcionada pelo estado de Bem-estar, a partir da compreensão do conceito mais amplo do que a produção econômica e o padrão de vida, deve incluir um rol de fatores para além do seu lado material. Desta forma, o autor apresenta três abordagens que exprimem a qualidade de vida com base no Bem-estar: (a) o Bem-estar subjetivo, definido como uma característica psicológica; (b) capacidade, como liberdade de escolha entre diversos funcionamentos; (c) alocações justas, sendo a justa ponderação das diversas dimensões não-monetárias da qualidade de vida.

Em Portugal o INE – Instituto Nacional de Estatísticas<sup>38</sup> (2016) estabeleceu, no ano de 2004, o Índice de Bem-estar, definindo-o como sendo a “presença do melhor padrão de qualidade de vida no sentido mais amplo do termo. (...) abrange não só as condições materiais de vida; mas também outros fatores explicativos do nível de qualidade de vida”. Sendo assim, o INE (2014) apresenta no estudo “Índice de Bem-estar para Portugal – 2013/2014, o qual baseia-se na metodologia desenvolvida pela OCDE e Eurostat, 10 (dez) indicadores/ domínios que integram o IBE: 1. Bem-estar econômico; 2. Vulnerabilidade econômica; 3. Trabalho e remuneração; 4. Saúde; 5. Balanço vida-trabalho; 6. Educação,

---

<sup>38</sup> Ver em [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_ibe\\_oquee&xlang=pt](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_ibe_oquee&xlang=pt)

conhecimento e competências; 7. Relações sociais e bem-estar subjetivo; 8. Participação cívica e governação; 9. Segurança pessoal; 10. Ambiente.

No Brasil, o Ministério do Planejamento, no documento “Indicadores do Desenvolvimento Brasileiro” 2001-2012, delimita em 11 domínios e 59 indicadores (ver quadro 22). Esta medição do desenvolvimento da nação brasileira objetiva, além de fomentar com dados a geração de políticas públicas setoriais e globais, complementar duas outras importantes iniciativas de monitoramento do desenvolvimento humano nacional. A primeira é o Relatório de Desenvolvimento Humano Global produzido pelo PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, sendo a segunda o Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil, que traz consigo, a partir dos dados do censo demográfico, informações minuciosas sobre os municípios brasileiros.

<b>Domínio</b>	<b>Indicadores</b>
Índice de Desenvolvimento Humano e seus componentes	1.Expectativa de vida 2.Média de anos de escolaridade – 25 anos ou mais
Índice de Desigualdade de Gênero	1.Taxa de mortalidade materna (por 100 mil nascidos vivos) 2.Taxa de fecundidade na adolescência (nº de filhos para cada 1000 mulheres de 15-19) 3.Participação de mulheres no congresso (%) 4.População feminina com pelo menos ensino médio – 25 anos ou mais (%) 5.Participação das mulheres na PEA – 25 anos ou mais (%)
Pobreza	1.População em pobreza extrema (menos de US\$ 1,25/dia) (%)
Domínio sobre Recursos	1.RNB per capita (US\$ PPC) – valores correntes 2.PIB per capita (US\$ PPC) – valores correntes 3.Formação bruta de capital fixo (% do PIB) 4.Consumo da administração pública (% do PIB) 5.Carga tributária (% do PIB) 6.Gasto público com educação (% do PIB) 7.Gasto público com saúde (% do PIB)

	<p>8.Gastos com defesa (% do PIB)</p> <p>9.Serviço da dívida (% do PIB)</p> <p>10.Índice de preços ao consumidor (IPCA % aa)</p>
Saúde	<p>1.Mortalidade infantil (por mil)</p> <p>2.Mortalidade na infância (por mil)</p> <p>3.Mortalidade de adultos – homens (probabilidade de um homem de 15 anos morrer antes dos 60 anos) (por mil)</p> <p>4.Mortalidade de adultos – mulheres (probabilidade de uma mulher de 15 anos morrer antes dos 60 anos) (por mil)</p> <p>5.Cobertura de vacinação contra sarampo (tríplice viral) (%)</p> <p>6.Cobertura de vacinação contra DPT (2001) e DPT+Hib (2010) (%)</p> <p>7.Crianças de até 5 anos abaixo do peso (%)</p> <p>8.Mortes por malária (por milhão de habitantes)</p> <p>9.Mortes por cólera</p> <p>10.Mortalidade por doenças cardiovasculares (por 100 mil hab)</p> <p>11.Mortalidade por diabetes (por 100 mil hab)</p> <p>12.Prevalência de HIV entre 15 e 49 anos (%)</p> <p>13.Médicos por 10.000 habitantes</p>
Educação	<p>1.Adultos alfabetizados (15 anos ou mais) (%)</p> <p>2.População com pelo menos o ensino médio (18 anos ou mais) (%)</p> <p>3.Taxa bruta de matrícula: 3.1.Ensino Fundamental/ 3.2.Ensino Superior/ 3.3.Ensino Médio</p> <p>4.Taxa de evasão escolar (ensino fundamental - anos iniciais) (%)</p>
Integração Social	<p>1.Taxa de ocupação (%)</p> <p>2.Taxa de desemprego entre jovens (16 a 25 anos) (%)</p> <p>3.Trabalho infantil (5 a 14 anos) (%)</p>
Fluxos Internacionais de Comércio (bens e serviços)	<p>1.Exportações de serviços (% do PIB)</p> <p>2.Exportações de bens (% do PIB)</p> <p>3.Exportação de manufaturados (% das exportações de bens)</p> <p>4.Importação de serviços (% do PIB)</p> <p>5.Importação de bens (% do PIB)</p>
Fluxos Internacionais de Capital	<p>1.Investimento externo direto líquido (% do PIB)</p> <p>2.Reservas totais exceto ouro (% do M2)</p>
Inovação e Adoção de Tecnologia	<p>1.Formados em ciência e engenharia</p>

	2. Acesso a eletricidade (% da população) 3. Moradores de domicílio com computadores pessoais (mil unidades) 4. Usuários de internet com 10 anos ou mais (mil unidades) 5. Moradores de domicílio com acesso a telefone – fixo e móvel (mil unidades)
Tendências Populacionais	1. População total (mil) 2. Taxa de crescimento médio da população 3. População urbana (% do total) 4. Idade média 5. Razão de dependência total 6. Razão de sexo ao nascer 7. Taxa de fecundidade total

Quadro 22 – Indicadores do Desenvolvimento Brasileiro  
 Fonte: Adaptado de MPOG, 2013.

Os relatórios indicativos do desenvolvimento brasileiro, principalmente nos dados concernentes a dimensão humana, demonstram que, a partir de 2003 até 2013, o Brasil experienciou um contínuo crescimento econômico com inclusão social, o qual subsidia o processo de alcançar um nível mais elevado de Bem-estar.

Porém, no Brasil, o custo econômico ainda domina o escopo dos programas sociais, sem uma abordagem holística, pois medir o Bem-estar social é iniciativa recente e incipiente, tendo em vista que, basicamente, restringe-se a instituições privadas (FGV, ONG Movimento Mais Feliz e MyFunCity), as quais criaram o WBB – Well Being Brazil ou Índice de Bem-Estar Brasil. Para as entidades envolvidas o WBB (2016, s/p) “é o índice que consiste em uma metodologia para mensurar o nível de bem-estar dos brasileiros, a partir das necessidades e anseios das pessoas residentes em diferentes regiões do país”. O WBB é um complemento aos índices e indicadores já existentes utilizados para estimar o crescimento econômico e o desenvolvimento nacional.

O Índice de Bem-Estar Brasil foi criado com base num conjunto de indicadores: clima e atividades ao ar livre, transporte e mobilidade, família, redes de relacionamento, profissão e dinheiro, educação, governo, saúde, segurança e consumo. Os pesquisadores das entidades, parceiras no desenvolvimento e implementação do índice, tratam-no não como a replicação de

indicadores já existentes, mas, pela sua estrutura (ver Figura 38), a de ser um índice complementar aos praticados.



Figura 38 – Estrutura fundamental do WBB  
Fonte: Well Being Brazil Index, 2016.

As iniciativas de índices e indicadores mais abrangentes, em território brasileiro, visam ampliar e superar as análises unidimensionais oriundas de metodologias criadas por organizações e pesquisadores estrangeiros e gerar parâmetros que sejam reflexo da qualidade de vida das pessoas, incluindo as condições do meio social e ambiental na qual estão inseridas. Desta forma, Filho e Gomes (2004, s/p) destacam:

- a) O **Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)** – No ano de 1990, o PNUD apresentou o IDH com o objetivo de medir a qualidade de vida e o progresso humano mundialmente (PNUD, 1996).
- b) O **Índice de Desenvolvimento Social (IDS)** – surgiu como uma alternativa de aferição do desenvolvimento que pretende medir as condições materiais de vida das pessoas, e não o grau de satisfação pessoal visado pelo IDH, do qual metodologicamente deriva.
- c) O **Índice de Desenvolvimento Relativo (IDR)** – busca a expansão das dimensões incorporadas pelo IDH, que se mostrariam insuficientes para responder de forma fidedigna a realidade dos países de economia mais atrasada, onde elementos correlacionados, mas não explícitos, poderiam gerar superestimação ou subestimação do real nível de bem-estar.

d) **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável (IBGE)** – No Brasil, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é um dos pioneiros na sistematização de indicadores de desenvolvimento sustentável, agregando novas variáveis àquelas já consagradas como indicativas de condições de vida das populações. Embora não tenha definido uma metodologia para medir o nível de desenvolvimento, o IBGE apresenta um conjunto de indicadores relevantes a essa abordagem e aplicáveis a tal aferição.

As diversas aplicações que estes índices e indicadores se destinam abordam uma gama ampla de áreas temáticas, desde saúde, educação, mercado de trabalho, arranjos familiares, segurança pública e justiça, infraestrutura urbana, renda, desigualdade, entre outras.

Segundo Souza e Freitas (2010), o indicador, por sua natureza, pode ser de recurso/insumo, ser de realidade empírica/indicador-produto e/ou ser de processo/indicador-processo. Para os autores,

os indicadores-insumos correspondem às medidas associadas à disponibilidade de recursos humanos, financeiros ou equipamentos alocados para um processo; os indicadores-produtos são aqueles que se referem às dimensões empíricas da realidade social, às variáveis resultantes de processos sociais complexos, como a esperança de vida ao nascer, proporção de crianças fora da escola ou nível de pobreza, renda familiar per capita. A diferença entre os dois, os indicadores-insumos quantificam os recursos disponibilizados nas diversas políticas sociais e os indicadores-produtos retratam os resultados efetivos dessas políticas. Os indicadores-processos são indicadores intermediários, que traduzem em medidas quantitativas o esforço operacional de alocação de recursos humanos, físicos ou financeiros (indicadores-insumos) para obtenção de melhorias efetivas de bem-estar (indicadores-produtos), como taxa de frequência à biblioteca por mês; volume de artigos produzidos no semestre (Souza e Freitas, 2010, s/p).

No turismo ou em qualquer outro setor deve-se ter muita atenção quanto à escolha dos indicadores que irão embasar o planejamento, pois na prática não há regras bem delimitadas. Perceber a correspondência do conceito e os indicadores propostos e, também, a estrutura de causalidade entre as dimensões estudadas, viabilizam a verificação de possíveis associações entre as variáveis base e a representação das dimensões não associadas (Souza e Freitas, 2010).

Com esta compreensão e proposta de contraposição e, ao mesmo tempo, de complementação aos índices e indicadores económicos, surge, criado pela ONU – Organização das Nações Unidas e preparado pelo PNUD, na década de 1990 o IDH. Neste índice abarca-se as dimensões da longevidade, educação e renda (Santagada, 2007). Porém, considerando que o IDH representa um instrumento que extrapola as análises economicistas, com base em índices como o PIB, as quais fundamentam-se no desempenho económico,

precisa-se estar atento ao analisar o IDH, pois há necessidade de contextualizá-lo e se não se fizer corre-se o risco de mascarar a realidade.

Dentre as limitações inerentes ao IDH, destaca-se as restrições quanto à medição da qualidade de vida, tendo em vista que exclui no cálculo a dimensão ambiental e aspectos que influenciam diretamente na qualidade de vida da população, como: integração social e cultura (Herculano, 2000). Mesmo sendo um indicador que, na sua gênese, tenta extrapolar o caráter economicista, enquadra-se numa visão unidimensional (utilitária) de bom desenvolvimento (Hirata, 2004).

A complexidade das relações ambientais do sistema social traz a dificuldade de se definir o indicador ou conjunto de indicadores que permitam a adequada mensuração da realidade percebida, seja de uma região ou, mais especificamente, da qualidade de vida de uma população. Sendo assim, a grande variedade de indicadores justifica-se pela tentativa de se descrever qualitativamente e quantitativamente o cenário presente e pelo desejo de um futuro melhor e planejado.

Considerando a imensa gama de fatores influenciadores da dinâmica nas relações do ambiente do sistema social, valer-se de um único indicador não representará a proximidade da totalidade da realidade percebida. Portanto, tendencialmente, encontrar uma forma de reunir o maior número de variáveis e contemplá-las num conjunto de indicadores dará ao processo de planejar o suporte mais adequado para mensurar e definir as intervenções na realidade, objetivando o desenvolvimento humano.

Com essas concepções de mensuração da realidade percebida que emerge o desejo da felicidade inserida no contexto de desenvolvimento, conectando-a com a percepção de bem-estar de uma população. Desta forma, surge, como maneira de aferição, a ideia de Felicidade Interna Bruta.

## **5.2. O FIB no desenvolvimento do Turismo**

Na sociedade ocidental, enraizada na ética do trabalho, o sentimento quanto as atividades do tempo livre e aquelas consideradas obrigatórias adquirem um peso moral, o qual qualifica as ações como apropriadas ou não. Diferentemente das atividades obrigatórias, o turismo gera a sensação e a percepção de que é uma fuga das rotinas, ou seja, momentos que se distanciam do fardo diário e repetitivo das obrigações, que proporcionam alívio e um sentido de liberdade. Graburn (1989) explica que o turismo ocupa um lugar sagrado no

imaginário contextualizado pela vida moderna, desprendendo-se da organização formal da vida, pois alterna momentos considerados ordinários e extraordinários. Segundo o autor, o turismo envolve um processo que encaminha para uma percepção de contexto extraordinário, pois “a sacralização que eleva os participantes a um estado extraordinário em que coisas maravilhosas acontecem, e o processo inverso de dessacralização ou retorno à vida ordinária” (Graburn, 1989, p 24-5).

Lipovetsky (2007) exemplifica que a felicidade conquistada no momento extraordinário, o da viagem – por exemplo –, por sua vez, a cada dia ou a cada viagem, experiência, “tem de ser reinventada e ninguém detém as chaves que abrem as portas da Terra Prometida” (Lipovetsky, 2007, p.370), pois o nível de satisfação muda ao longo da vida, mostrando-se diversa e plural. A cada viagem, mesmo para destinos já visitados, é uma experiência com estados de felicidade diferentes.

O Estado ao planejar o turismo prevê que o plano e as estratégias sejam suficientes para proporcionar a transformação do estado de felicidade individual para um contexto de benefícios à coletividade, integrando os momentos de felicidade do turista à sensação de bem-estar dos visitados. É neste contexto que instrumentos de mensuração fazem-se essenciais ao suporte às ações do Estado no turismo, utilizando-os como indicadores de desempenho ou de constatação da realidade do destino em relação ao objetivo da análise.

Sendo assim, para mensurar os resultados da felicidade e bem-estar perante as atividades e políticas públicas do turismo, alguns economistas<sup>39</sup> indicam o uso de índices e indicadores sociais mais abrangentes, ou comumente denominados holísticos, tendo em vista que abarcam dimensões da vida que os demais indicadores e índices, considerados utilitaristas, deixam de considerar. Dentre aqueles que se destacam no apoio a medição da felicidade e bem-estar, encontra-se o coeficiente de GINI (não é um indicador holístico, mas designa a medida de desigualdade na distribuição de renda), IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, IBE – Índice do Bem-Estar (adotado em diversos países com diversificada metodologia) e o FIB – Felicidade Interna Bruta (Índice que mensura a felicidade de uma determinada população perante as atividades ordinárias e extraordinárias).

O interesse, nesta parte da tese, é evidenciar a relevância do índice FIB e seus indicadores para o desenvolvimento do turismo e dos destinos turísticos, contemplando as populações residentes nas dimensões econômica, social, cultural e ambiental.

---

<sup>39</sup> Ver Stiglitz (2009) e Singer (2002)

Sendo assim, prevalecerá a concepção de felicidade difundida por Galinha e Ribeiro (2005), os quais, sustentando-se em Wilson (1960 e 1967), propunham a noção de Bem-Estar relacionando os conceitos de Satisfação e Felicidade. a partir da perspectiva *Bottom/Up* – a Satisfação imediata de necessidades produzirá felicidade, enquanto que a permanente necessidade por satisfazer causará infelicidade – e *Top/Down* – onde o grau de Satisfação necessário para produzir Felicidade dependerá da adaptação ou nível de desejo, que é influenciado, segundo os autores, “pelas experiências do passado, pelas comparações com outros, pelos valores pessoais e por outros fatores” (Galinha e Ribeiro, 2005, p.204).

Enquadra-se a satisfação em turismo na concepção de Hunt (1977 citado por Barros, 2008, p.44), o qual diz que “a satisfação não é o prazer retirado da experiência de consumo, é a avaliação resultante de que a experiência foi, no mínimo, tão boa como se supunha que fosse”. Portanto, a felicidade só será sentida se houver o atendimento ou superação das expectativas do papel desempenhado por cada elemento intrínseco a experiência turística. Desta forma, Katz e Kahn (1987 citado por Honório e Mattos, 2010) proporcionam a compreensão de que as expectativas existem na mente daqueles que experienciam uma atividade turística e representam padrões em cujos termos avalia-se o desempenho do outro. Estas expectativas não são apenas internalizadas, mas comunicadas ou transmitidas, mesmo de maneira não contínua.

Nesta perspectiva, porém num contexto mais amplo, Ura (2009, p.3-4) subdivide a ideia de felicidade em duas compreensões. A primeira firma-se na concepção de felicidade como um bem público, porém subjetivamente sentido, não sendo possível ficar a cargo de dispositivos e esforços privados. Desta forma, quanto mais desigual for a sociedade, presume-se que maiores serão os níveis de infelicidade. A segunda encaminha o entendimento de felicidade a partir da aceitação de que esta está sujeita a estímulos externos, além dos canais utilizados para buscá-la. Neste caso, a felicidade passa a ser percebida como uma consequência direta de estímulos sensoriais.

O conceito de felicidade tem tido especial atenção pela sociedade desde a Antiguidade clássica. Aristóteles (384 a.C. a 322 a.C.) compreendia a felicidade como o maior bem do homem, a qual identifica-se com o viver bem e o fazer o bem (Marques, 2000).

As sociedades no sistema capitalista mundial, tendem a compreender a felicidade na ótica do ter, ou seja, aquela defendida na utopia conservadora classificada por Karl Mannheim (1976), associada à ideia de crescimento econômico. Para estas, índices e indicadores como o PIB – Produto Interno Bruto satisfazem como indício de sucesso ou fracasso ou, também,

numa concepção mais ampla, a do desenvolvimento econômico, o qual pode orientar-se pelo IDH como índice indicativo do desenvolvimento humano. Une-se o IDH a esta visão de conquista da felicidade, pois este índice não contempla questões inseridas nas temáticas meio ambiente e sustentabilidade, limitando-se às variáveis renda *per capita*, saúde e educação. Nesta linha, Stiglitz (2009) alerta que o PIB apresenta limitações para medir o progresso das sociedades, tendo em vista que não abarca e mensura com eficácia o bem-estar social de uma sociedade. Segundo Lustosa e Melo (2010) o PIB afere apenas as transações econômicas realizadas, não fazendo distinção entre aquilo que representa custo e o que representa benefícios.

Numa contraposição aos indicadores econômicos e, ao mesmo tempo, considerando-se um índice de complementação aos já existentes, apesar da sua amplitude e holismo, o FIB – Felicidade Interna Bruta surge como um indicador sistêmico de Felicidade, criado em 1972 pelo 4º rei do Butão, visando fornecer aos gestores públicos diretrizes focadas para a felicidade da população (ONU, 2002).

Diferentemente dos indicadores tradicionais, pois apresentam como objetivo de aferição o crescimento econômico, o FIB sustenta-se em quatro pilares: a promoção de um desenvolvimento socioeconômico sustentável e isonômico; a preservação e a promoção dos valores culturais; a conservação do meio ambiente natural e o estabelecimento de uma boa governança (Carvalho, 2010). A partir desta base, constituiu-se o FIB com uma distinta abordagem, enfatizando que para a felicidade se faz necessário considerar nove domínios/dimensões: padrão de vida econômico, governança, educação, saúde, vitalidade comunitária, resiliência ambiental, acesso à cultura, gerenciamento equilibrado do tempo e bem-estar psicológico, pois considera-se que estes fatores sejam universalmente comuns.

Portanto, segundo Neto (2010) o conceito do Índice de Felicidade fundamentava-se no princípio de que alguns modelos de desenvolvimento não são facilmente passíveis de serem mensuráveis sob a perspectiva econômica. Dessa forma, num espectro mais amplo, o FIB mensura e sugere que o desenvolvimento das sociedades ocorre na sua plenitude e de maneira igualitária quando o desenvolvimento material e espiritual acontecem ao mesmo tempo, se complementando e se reforçando mutuamente.

O reinado do 4º rei do Butão encaminha o país para um ambiente propício ao preparo do povo à introdução de políticas descentralizadoras, gerando leis e políticas alinhadas com o FIB, o qual, em seu núcleo compreende um conjunto de valores que promovem a felicidade coletiva como valor-fim de qualquer estratégia de desenvolvimento, sendo descrito como: (a)

Holístico – reconhece todos os aspectos das necessidades humanas, desde as de cunho espiritual, material, física ou social; (b) Balanço – equilibrando o progresso no sentido dos atributos do FIB; (c) Coletividade – a felicidade passa a ser um abrangente fenômeno coletivo; (d) Sustentabilidade – Conquistando o bem-estar para a geração atual, conseguindo mantê-la para as gerações futuras; (f) Equidade – alcançar razoável e isonômica distribuição do nível de bem-estar.

Ura (2009) enfatiza que o FIB no Butão é distinto da compreensão ocidental de felicidade por duas razões. Primeiro pelo fato de ser multidimensional, pois não contempla apenas o bem-estar subjetivo, mas inclui outras dimensões da vida humana. E segundo, porque interioriza a responsabilidade e motivações explicitamente.

Segundo Ura (2009), inicialmente o FIB apresenta seis proposições de uso para o índice: 1. Para definir um quadro alternativo de desenvolvimento; 2. Fornecer indicadores para orientar ao desenvolvimento os setores da sociedade; 3. Alocar recursos de acordo com as metas e ferramentas de rastreamento do FIB; 4. Medir a felicidade e bem-estar das pessoas; 5. Medir o progresso ao longo do tempo; e 6. Comparar o progresso em todo o país.

No turismo o uso do FIB como indicador de desenvolvimento não é facilmente encontrado, principalmente nos estudos científicos. A metodologia FIB ainda não encontra guarida nos estudos<sup>40</sup>, apesar de temas como distribuição de renda e pobreza serem abordados, através de assuntos como impactos positivos e negativos do turismo na economia e na sociedade<sup>41</sup>.

Porém, vislumbrando pesquisas sobre, separadamente, assuntos relacionados às proposições de Ura (2009) vê-se estudos que abordam o turismo na perspectiva de agente transformador<sup>42</sup> capaz de gerar um estado de Bem-estar, assim como outras preocupações mais atentas ao impacto econômico na vida comunitária<sup>43</sup>.

Lohmann e Bloom (2015, p.1) explicam que “a busca da ligação entre turismo e felicidade parece ser uma obrigação para o Butão”, mas a relevância para os demais destinos turísticos no mundo ainda não é tão evidente, refletindo nos estudos científicos nacionais e regionais do turismo.

---

<sup>40</sup> Duro e Farré (2015), Paula (2013), Guedes (2014) e Elías, Fernandez e Castro (2012)

<sup>41</sup> A busca por estudos científicos em turismo que contemplassem o assunto Felicidade Interna Bruta deu-se entre os meses de Janeiro e abril de 2016, através dos seguintes meios: Artigos em revistas científicas de turismo brasileiras, espanholas e portuguesas, assim como em revistas científicas de turismo nas plataformas Web of Science, Direct Science e Sage Editora.

<sup>42</sup> Ver Marcon (2007)

<sup>43</sup> Ver Cunha e Cunha (2005)

A felicidade no turismo acha-se no âmago das inter-relações entre visitantes e visitados, porém mais dificilmente como foco das políticas públicas e das atividades concernentes da administração pública e iniciativa privada. Os materiais promocionais para turistas, indicam sempre que a felicidade é um lugar localizado no destino evidenciado, no qual oferece-se sentimentos e experiências positivas.

Numa visão mercantil a felicidade transforma-se num valor a ser comunicado ao cliente, explicitando que o tempo de lazer no destino ofertado proporcionará os níveis de satisfação e bem-estar desejados para os momentos de descanso e/ou de atividades extraordinárias e, desta forma, passa a fazer parte do rol de motivações de férias.

Csikszentmihalyi (2013) e Diener (2000) afirmam que no contexto do FIB ou, mais propriamente, do GNH – Gross National Happiness, empiricamente, a felicidade é avaliada como uma atitude. Já em outras abordagens é considerada como um indicador de bem-estar subjetivo, referindo-se às experiências.

Os campos da experiência turística (ver Figura 39), segundo Pine II e Gilmore (1998), dividem-se em absorção e imersão. No entanto, espera-se dos visitantes e visitados, no ambiente da experiência, participações, sejam elas ativas ou passivas. A partir dessa compreensão, consegue-se definir o papel de cada um no momento da interação e desenvolvimento do turismo, permitindo a antecipação e previsão de ações no campo das políticas públicas para gerar a melhor experiência possível que atenda as expectativas geradas.

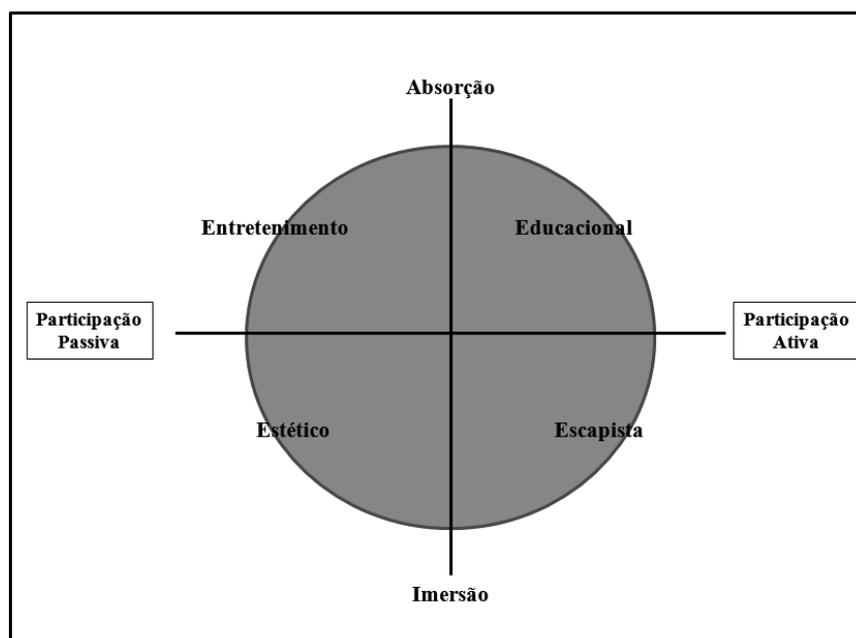


Figura 39 – Campos da experiência  
Fonte: adaptado de Pine II e Gilmore, 1998.

Nota-se que o turismo enquadra-se na Imersão, pois a compreensão de que o turista estando no destino, despe-se do rol de atividades ordinárias e consome em toda a sua permanência as influências por estímulo que são ofertadas; e no campo da Absorção, a qual caracteriza-se quando exige uma participação ativa por atividades passivas, como shows musicais, apresentações de teatro, entre outras, porém no contexto estético não se obriga a participação ativa, mas a imersão é fundamental.

Quando o destino turístico oferta atividades que permitem uma interação mais efetiva entre o turista e o ambiente que o cerca, encaixa-se no campo da experiência escapista, ou seja, aquela que tem uma participação ativa, direta e imersa. Há equipamentos e atrações no destino turístico que proporcionarão outros níveis de satisfação e felicidade, expressas, por exemplo, em experiências educacionais, as quais obtemos através de visitas à museus, zoológicos ou outras atividades mais específicas como palestras ou aulas.

Com toda a amplitude de atividades que encaixam-se no universo do turismo e que potencialmente geram experiências felizes, ainda assim mantém-se no rol das preocupações do processo de desenvolvimento de um destino turístico a geração de emprego e renda. Singer (2003) denota a relevância do assunto, tendo em vista a necessidade individual e coletiva de conquistar a capacidade aquisitiva de bens e serviços que, conseqüentemente, permitem, hipoteticamente, um ciclo virtuoso de renda e crescimento econômico. Contudo, Desbiens e Ferreira de Lima (2004) consideram que o desenvolvimento deve ultrapassar a expectativa econômica da geração de riquezas e almejar gerar qualidade de vida. No entanto, Singer (2003) e Desbiens e Ferreira de Lima (2004) comungam da ideia de que para haver um desenvolvimento, no qual vigore a virtude, no caso sistêmica, da isonomia, necessariamente o processo de se desenvolver deve garantir oportunidades sociais, transparência e segurança social.

Com esta mesma compreensão, o Banco Mundial (2007) define que para obter o desenvolvimento sólido e que se sustente, o crescimento econômico deve vir de uma base ampla de atividades. Para tanto, e pensando na melhoria das condições de vida e da geração de oportunidades, a mão-de-obra torna-se o principal ativo para as pessoas. Desta forma, torna-las mais produtivas encaminha o processo para a obtenção da redução da pobreza. Sendo assim, para sustentar o êxito, são igualmente importantes a educação e a saúde, objetivando o aumento coletivo das habilidades e capacidades e o bem-estar.

Portanto, proporcionar, a partir de políticas públicas de desenvolvimento que abarquem as variáveis sociais, econômicas, culturais e ambientais no turismo, maiores

quantidades de momentos de felicidade, fundamentalmente relacionados com as atividades turísticas pode vir a moldar um destino mais apto a recepção e satisfação das expectativas dos turistas.

Considerando que a filosofia FIB e sua face mais quantitativa, expresso no índice FIB e seus indicadores, ainda não gozam de amplo reconhecimento, tendo em vista o caráter holístico e o embate ideológico com índices mais adaptados às expectativas daqueles inseridos no sistema capitalista de mercado, as medições de felicidade e, conseqüentemente, as análises de bem-estar limitam-se, na maioria das vezes, a metodologias desenvolvidas por institutos, países e empresas.

A escala mundial da pesquisa sobre felicidade deu-se em 2012 através do Relatório Mundial sobre Felicidade desenvolvido pela ONU – Organizações das Nações Unidas que abarcou 156 países. Este documento apontou Portugal na 73ª posição, com 5,4 pontos numa escala de 0 a 10, e Dinamarca, Noruega, Finlândia e Holanda aparecem como os países mais felizes, obtendo 7,6 pontos. Porém, Togo, Benim, República Centro-Africana foram caracterizados pelo índice como aqueles que apresentam menores taxas de felicidade, 3,4 pontos. Esta avaliação também valorou, no que concerne a coletividade, níveis de liberdade política, as redes sociais fortes e a ausência de corrupção. Já a nível individual analisaram variáveis relacionadas com a saúde física e mental, a segurança no trabalho e o ambiente familiar estável.

Outra metodologia em escala mundial é a HPI – Happy Planet Index, a qual em 2015 (ver figura 40) mensurou em 151 países a produção nas dimensões vida longa, felicidade e sustentabilidade para as pessoas vivem neles. As pontuações do índice global classificam os países com base em sua eficiência, longevidade e felicidade que cada um produz por unidade.

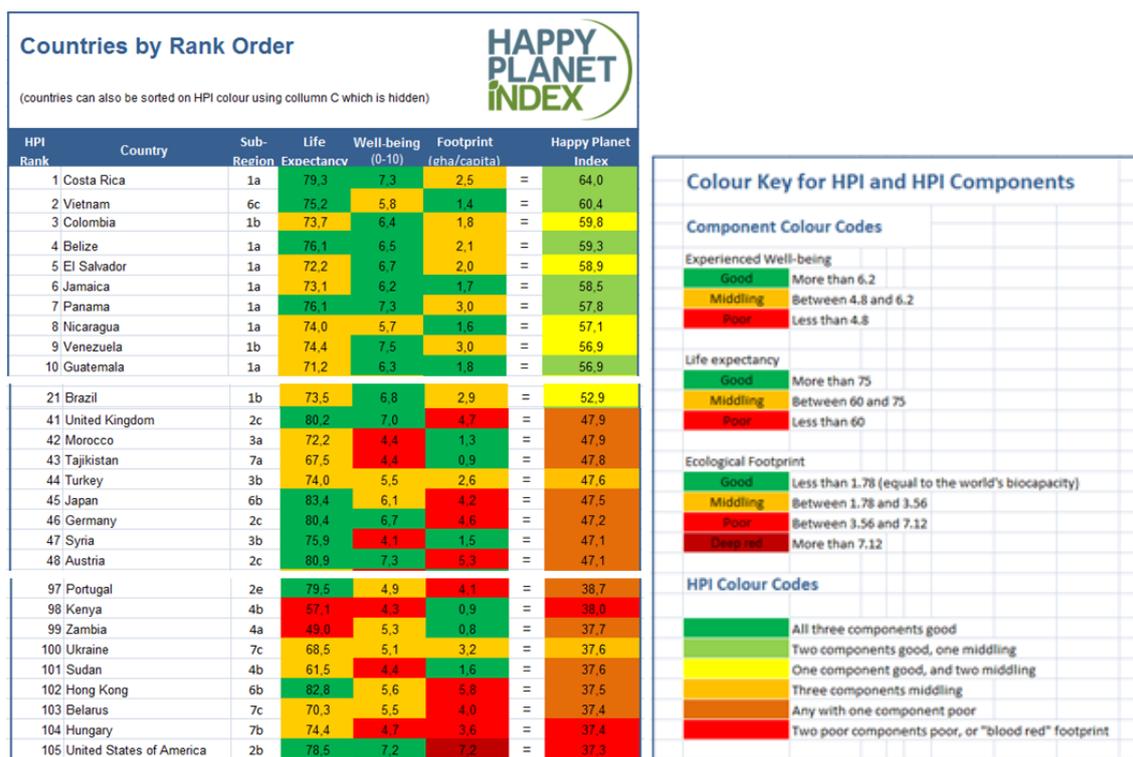


Figura 40 – Ranking Happy Planet Index 2015  
 Fonte: HPI, 2015.

Desenvolver uma análise que possibilita a constatação de indícios sobre a insatisfação dos indivíduos e o impacto que gera na felicidade individual e coletiva e em outras dimensões da vida, permite ao poder público valer-se de dados mais fiáveis para criar políticas de intervenção nos setores mais sensíveis e geradores da percepção negativa. É neste sentido que a figura 40 se apresenta, ou seja, como uma ferramenta de apoio para a geração de uma política de desenvolvimento orientada para a satisfação das necessidades humanas, transcendendo a racionalidade econômica convencional (Pereira, 2011).

Portugal apresenta um índice de expectativa de vida no patamar do excelente, pois as variáveis que garantem a longevidade em vida da população estão presentes nas políticas públicas, ou seja, acesso universal ao sistema público de saúde, políticas nutricionais infantis, sistema público de segurança social, entre outras, mas evidencia-se um país com índice de felicidade média (ver figura 40). Já o Brasil, surpreendentemente, aparece como um país, assim como Portugal, que proporciona condições suficientes para que a expectativa de vida seja elevada, mantendo índice de felicidade considerada mediana.

O turismo, segundo Tarlombani da Silveira e Zem (2010, p.1), “se impõe como um intenso agente de transformação do território ao exercer grande influência sobre a realidade sócio-econômica e ambiental”, podendo ser de caráter positivo (geração de emprego e renda)

ou negativo (degradação ambiental, aumento das desigualdades sociais). Portanto, ter um destino turístico com taxa de felicidade interna bruta baixa, considerando as características do meio ambiente, pode ser a consequência de impactos que, a princípio não se apresentam como negativos, se constituem como não positivos, ou seja, não provêm de impactos negativos, mas da falta de impactos positivos.

Em outro prisma, o turismo pode desenvolver-se numa constante pressão à população do destino turístico, surgindo com resultados econômicos extraordinários, porém com fortes impactos no ambiente social através, por exemplo, da sensação de exclusão e diminuição da acessibilidade aos espaços públicos e/ou significativos para a comunidade. Krippendorf (2001, p.19) explica que “os habitantes das regiões visitadas começam a sentir também um certo rancor em relação aos efeitos negativos do êxodo das massas turísticas. Essas populações têm cada vez mais a impressão de que são invadidas por esse desenvolvimento e, ao mesmo tempo, dele excluídas”. Tal sentimento é descrito por pesquisadores em turismo em diferentes destinos turísticos, seja na Europa ou na América do Sul, sendo mais notórios os casos de Barcelona (Cataluña), Lisboa (Portugal) e Florianópolis (Brasil).

Em relação a Barcelona<sup>44</sup>, Delgado (2007 citado por Estevens, 2014, p.164) faz breve análise sobre o modelo de desenvolvimento urbano, para o qual a cidade é

...marcada por la reapropiación capitalista de la ciudad, en una dinámica de la que los elementos fundamentales y recurrentes – en su caso y en el de otras muchas ciudades – son la conversión del espacio urbano en un parque temático, la gentrificación de centros históricos – debidamente expulsada la historia de ellos -, la terciarización – lo que implica la reconversión de una miseria creciente que no se consigue ocultar, el control sobre un espacio público cada vez menos público.

Theros (2012 citado por Estevens, 2014, p.168) comunga da percepção de Delgado (2007) ao afirmar que

Barcelona de los barrios populares es sustituida por la marca turística, cada vez más cara y exclusiva, construida según el imaginario de la clase media. Por la lógica de este proceso, el Raval va a camino de convertirse en un barrio más pacífico y tranquilo, pero también en un barrio sin leyenda. Desconozco si estamos para muchas leyendas; debemos creer que estos cambios harán mejores las vidas de sus vecinos. En un futuro razonable sus aceras quizá serán más habitables, pero se les borrará la sonrisa lasciva y burlona que las hizo conocidas en todo el mundo.

---

<sup>44</sup> O jornal catalão “El Periódico” divulgou que em 2015 Barcelona havia recebido 8.303.649 turistas, ou seja, o equivalente a um aumento de 518% no número populacional, considerando a população não flutuante de 1,6 milhão de habitantes (INE, 2017).

Os efeitos negativos de um grande fluxo de turistas para Lisboa também produzem sentimentos de rejeição. Bairros mais centrais e inseridos nos roteiros turísticos são aqueles que mais perceptivelmente há insatisfação. Desta forma, registros na imprensa portuguesa, evidenciando as transformações provenientes do crescimento do número de visitantes, são corriqueiros e geralmente trazem relatos com percepções negativas quanto ao turismo de massa, como o destacado pelo jornal público.pt<sup>45</sup> no qual, em poucas palavras, revoltava-se o presidente da AMBA – Associação de Moradores de Bairro Alto Sr. Luís Paisana: “Lisboa está na moda e isto é muito negativo para os moradores, pois coloca em causa a sua qualidade de vida pelos problemas de ruído, segurança, mobilidade e estacionamento, higiene e salubridade urbana”.

No Brasil a resistência quanto ao grande fluxo de visitantes em algumas cidades turísticas não difere muito das “capitais” do turismo europeu, gerando a percepção de invasão e o desinteresse do morador local em permanecer nos bairros mais atingidos pela intensa visitação. Florianópolis é uma dessas cidades brasileiras, pois desde o início da década de 1990 vê-se ao longo dos meses de dezembro à janeiro com um crescimento populacional acima dos 100%<sup>46</sup>, o qual somado com a falta de infraestrutura maximiza problemas antes “controláveis”, como a insegurança pelo aumento da criminalidade, tempo de deslocamento entre praias e centro, falta de água e luz, entre outros, como destaca Maricato (2000) ao dizer que Florianópolis em que seus moradores passaram a conviver com problemas característicos das grandes cidades. Corroborando, Guedini (2000) complementa afirmando que a cidade ao mesmo tempo viu o setor do turismo crescer e especializar-se, também acompanhou o aumento da poluição nas praias.

Portanto, compreende-se que há outras variáveis que, provenientes das relações sociais entre visitantes e visitados, influenciam o desenvolvimento do turismo e a percepção da população autóctone. Ao considerar a amplitude e complexidade da dinâmica das atividades turísticas, percebe-se a necessidade do uso de índices e indicadores mais holísticos que contemplem a diversidade e pluralidade característicos do turismo.

---

<sup>45</sup> Matéria publicada em 01/06/2015 sob o título “Turismo de Massas e Gentrificação assustam moradores de Lisboa. Ver em <http://www.esquerda.net/artigo/turismo-de-massas-e-gentrificacao-assustam-moradores-de-lisboa/37215>

<sup>46</sup> Em matéria publicada pelo site brasileiro de notícias G1, no dia 29/09/2016, Florianópolis recebeu nos primeiros meses de 2016 mais de 1,9 milhão de turistas. Considerando a população fixa de aproximadamente 477.798 hab. (IBGE,2016), o turismo nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro é responsável por um aumento populacional de aproximadamente 390%. Ver em: <http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2016/09/florianopolis-espera-aumento-de-20-no-numero-de-turistas-em-2017.html>

O uso do FIB como indicador para a geração de políticas públicas, tem, em seus domínios e indicadores, a capacidade de encaminhar a gestão pública do turismo no sentido de uma economia solidária em contrapartida as iniciativas mais conservadoras de desenvolvimento calcado na economia de escala. Essa é uma possibilidade plausível quando a gestão do destino turístico compreende que o processo de desenvolvimento passa pela dinâmica de conversão (figura 33, p.105) e democratização do conhecimento<sup>47</sup>.

No ambiente de uma economia solidária a capacidade competitiva como valor central para o sucesso no mercado rende-se à necessidade da cooperação. Porém, para que haja na plenitude ações concretas e conjuntas, o conhecimento deve ser um bem público e não privado, portanto, deve ser compartilhado.

Com base na Espiral do Conhecimento, na qual converte-se o conhecimento através de quatro etapas: socialização, externalização, combinação e internalização. O processo de transformação de conhecimento tácito para explícito e, a partir daí, socialmente compartilhado, induz à cooperação. Sendo assim, Silva (2004), afirma que quando o conhecimento é um bem público, este não “apresenta simultaneamente as características da não rivalidade – o seu consumo por um agente não afeta a quantidade disponível para os outros agentes, e da não exclusão – nenhum agente pode excluir os demais de consumi-lo ao mesmo tempo” (Silva, 2004, p.78).

Almeida (2011, p.81) sugere que no ambiente de cooperação competitiva do turismo as parcerias permitem a “criação de plataformas de entendimento, partilha de conhecimentos e competências, da informação, do capital e de outros recursos...”.

Portanto, considerando os aspectos acima referidos, vê-se que o desenvolvimento endógeno ou de base local, sustentado numa economia de característica solidária e que tenha como premissa o compartilhamento do conhecimento para obter a cooperação necessária, proporcionará o aumento da “eficiência na utilização dos fatores convencionais de produção, assentando sua base conceitual na consideração do aumento do estoque de conhecimentos como sendo o verdadeiro motor do crescimento *per capita*, prioritariamente à acumulação de capital físico ou humano” (Silva, 2004, p.78).

Considerando a base teórica apresentada, percebe-se que o índice FIB – Felicidade Interna Bruta detém, em seus indicadores (ver Figura 41), elementos estratégicos para a elaboração de diretrizes, influenciando positivamente o processo de desenvolvimento de um destino turístico e da população residente.

---

<sup>47</sup> Considera-se, neste caso, o modelo de dinâmico da espiral do conhecimento de Nonaka e Takeushi (1997)



Figura 41 – Os nove indicadores do FIB  
 Fonte: Adaptado de media.gnhcentrebutan.org, 2016.

Buarque (2002, p. 25), esclarece que o desenvolvimento local é “um processo endógeno de mudança, que leva ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos”. Sendo assim, para que o turismo possa servir de instrumento para o desenvolvimento, as políticas públicas e as ações que delas derivarem devem ter enfoque local, mantendo-se atento as tendências e influências externas, e considerar a participação da comunidade como base preponderante para o êxito do desenvolver.

Neste sentido, a concepção das smart cities pode ser considerada um dos caminhos atuais mais viáveis, ou seja, uma tendência, principalmente para as grandes cidades e destinos turísticos, pois, segundo Coelho et. al. (2015), uma smart city envolve (Figura 42): (i) a existência de uma grande infraestrutura digital moderna e segura; (ii) o melhoramento dos serviços públicos atendem as necessidades dos cidadãos residentes, estando acessíveis a qualquer momento para todos; (iii) uma infraestrutura física inteligente, que permita aos serviços valer-se do máximo de dados, objetivando efetivar de forma eficiente os serviços públicos e, também, para auxiliar estrategicamente a cidade no que diz respeito aos investimentos no território municipal e na comunidade; (iv) benchmarking; (v) transparência de resultados e desempenho.



Figura 42 – Infograma da ideia de uma Smart City  
Fonte: IBM, 2017

Os pontos em comum entre a mensuração do FIB e a constituição de uma smart city são muitos, mas o destaque é a convergência para uma melhor qualidade de vida da população residente, contemplando aspectos de políticas públicas em setores funcionais e estruturantes de uma cidade/ destino turístico.

Ademais, atentando-se para as nove dimensões do FIB, os gestores do turismo passarão a ter um instrumento que, não só proporcionará a mensuração da Felicidade Interna Bruta, permitirá orientar as políticas públicas e o desenvolvimento. Desta forma, as nove dimensões do FIB para o turismo são:

(a) **Bem-Estar Psicológico:** Avaliar o grau de satisfação e de otimismo que cada indivíduo (visitante e visitado) tem em relação a sua própria vida. Os indicadores apresentam dados sobre a taxa de emoções positivas e negativas, analisando a auto-estima, sensação de competência, estresse e atividades espirituais. Vinhas (2008, p.25) enfatiza que “a satisfação do turista está profundamente dependente do esforço e a capacidade de cooperação entre as organizações públicas e privadas que contribuem para a configuração dos produtos e destinos em causa. Medir com objetividade e rigor a satisfação do turista tem importância central no processo de tomada de decisões estratégicas”.

(b) **Saúde:** medir a eficiência das políticas de saúde, com critérios como auto-avaliação da saúde, invalidez, padrões de comportamento arriscados, exercício, sono, nutrição, entre outras. O’Donnell (1986 citado por Amendoeira, 2006) delimita a abrangência da saúde em cinco dimensões: a saúde emocional, a saúde social, a saúde intelectual, a saúde espiritual e a saúde física. Dimensionar adequadamente o sistema de saúde tenderá a permitir um nível elevado de bem-estar tanto nos turistas quanto na população residente.

(c) **Uso do Tempo:** É um dos mais significativos fatores que influenciam a qualidade de vida, considerando o tempo para lazer e socialização. Avaliar a gestão equilibrada do tempo facilitará estabelecer parâmetros que compreendam os diferentes tempos que compõem a agenda diária dos visitantes e comunidade, como: o tempo no trânsito, no trabalho, em atividades educacionais e recreativas e o momento das refeições.

(d) **Vitalidade Comunitária:** no turismo, principalmente os produtos turísticos que valorizam a experiência, dependem dos relacionamentos e interações nas comunidades e destinos. Portanto, examinar o nível de confiança, a sensação de pertencimento, a vitalidade dos relacionamentos afetivos, a segurança em casa e na comunidade, a prática de doação e voluntariado, torna-se vital para a construção de uma economia solidária e, fundamentalmente, de um ambiente de cooperação. (Bursztyn, 2009) revela que relações centradas no diálogo e na interação entre visitantes e visitados, na qual não submissão aos turistas e tão pouco os visitados tornam-se objetos de instrumentalização consumista, facilitando a troca de experiências e o diálogo igualitário.

(e) **Educação:** À geração de bem-estar é de grande relevância considerar no planejamento do turismo fatores influenciadores, como: níveis de participação em educação formal e informal, competências e habilidades, evoluindo no processo educacional valores que permeiam o respeito à diversidade, educação ambiental, entre outros que auxiliam para a construção de um ambiente harmônico. Ansarah (2002, p.23) reitera que “a educação em

turismo deve estar direcionada para uma reflexão multidisciplinar e para o trabalho em equipe, contemplando contextos multiculturais em que a criatividade combine o saber tradicional ou local e o conhecimento aplicado da ciência avançada e da tecnologia”.

(f) **Cultura:** Avaliar as tradições locais, festivais, valores nucleares, participação em eventos culturais, oportunidades de desenvolver capacidades artísticas, e discriminação por causa de religião, raça ou gênero, pois o turismo é um “feito social, humano, econômico e cultural dos mais interessantes na atualidade, porque induz a proximidade de relações e as estimula, de modo que, lugares, pessoas, serviços e atrativos se interdependem e criam uma intensa rede de sensações, situações e acontecimentos” (Virginio, 2010, p.67).

(g) **Meio Ambiente:** Há necessidade, para garantir o caráter sustentável ao desenvolvimento, de medir a percepção dos cidadãos em relação ao uso da água, avaliando sua qualidade e distribuição, a qualidade do ar, do solo e da biodiversidade. Os indicadores no FIB incluem acesso a áreas verdes, sistema de coleta de lixo e outros aspectos ligados à conservação e preservação do meio ambiente. A partir das ferramentas de medição e controle, o “gerenciamento racional do turismo pode contribuir em grande parte para a proteção e o desenvolvimento do meio ambiente físico e da herança cultural, bem como para a melhoria da qualidade de vida” (Lickorish, 2000, p.117-118).

(h) **Governança:** Avaliar como a população percebe o governo, a mídia, o judiciário, o sistema eleitoral e a segurança pública, em termos de responsabilidade, honestidade e transparência, envolvendo a medição, nesta perspectiva, da cidadania e a participação dos cidadãos nas decisões e processos políticos, tende a proporcionar ao ambiente organizacional e em desenvolvimento do turismo uma maior transparência. Trentin (2014) explica que relaciona-se ao conceito de governança, por mais que não exista consenso conceitual, as ideias de partilha de poder, participação, integração multinível, diversidade e descentralização, deliberação, flexibilidade e reversibilidade, experimentação e conhecimento, criação, autonomia e autoridade, redes e interdependência, cooperação e interação.

(i) **Padrão de vida:** o FIB reconhece a relevância de indicadores econômicos, mas não os isola, e sim, trata-os de forma integrativa com os demais indicadores presentes na metodologia. Sendo assim, o padrão de vida avalia a renda individual e familiar, a segurança financeira, o nível de dívidas, a qualidade das habitações e o padrão de gastos.

Por fim, a relevância das políticas públicas calcadas em dados e informações, por mais que possam ainda parecer subjetivos à dinâmica do turismo, que envolvem níveis de complexidade e diversificação desafiadoras à criação de métricas que mensurem-nas, localiza-

se na necessidade de compreender, ao menos o mais próximo, a totalidade da realidade do desenvolvimento do turismo em determinado destino. Sendo assim, índices e indicadores isolados poucas respostas fornecem, tendo em vista as próprias limitações metodológicas. Portanto, abranger o maior número de dimensões da vida humana no processo de medição, permite ofertar aos gestores públicos e privados do turismo, assim como às comunidades receptoras, a realidade do turismo e da vida social, cultural e do meio ambiente, potencializando os efeitos multiplicadores do turismo através das ações mais precisas do Estado e da iniciativa privada. É nesta perspectiva que percebe-se o FIB e seu conjunto de indicadores como o índice mais adequado para representar a totalidade das interações e dinâmicas do turismo em dado território, expressando-as na felicidade interna bruta.

### **5.3. Síntese**

O Capítulo V finda-se, porém deixando como principal legado à tese a relevância dos índices e indicadores para o planejamento e desenvolvimento do turismo, assim como reconhece a complexidade do turismo, indicando que a adoção dos indicadores na construção de um índice que possa medir o desenvolvimento em um determinado destino deve se dar pelo entendimento da amplitude das atividades inerentes ao setor, concebendo que a adequação dos indicadores passa pela premissa da característica holística na geração do índice.

Aproveitou-se, para suportar o desenvolvimento da ideia central deste capítulo, das visões de mundo que compreendessem a diversidade de dimensões existentes na vida humana, valendo-se de autores como Guerreiro Ramos (1989), Max-Neef (2012), Adivar et.al. (2000), Stiglitz et.al. (2009), Ura (2009) e Lipovtsky (2007).

Com esta base teórica, explicitou-se as dicotomias entre os indicadores sustentados na racionalidade instrumental e os que se fundamentam na racionalidade substantiva, indicando a relevância do primeiro para o estudo do fenômeno turístico, mas insuficiente para compreender a complexidade e amplitude da vida social humana e, compreendendo a adequação do segundo para o estudo da influência das dimensões social, ambiental, cultural e econômica nas relações entre visitantes e visitados, através da medição do bem-estar subjetivo.

Portanto, o que faz um destino turístico um ambiente social feliz? Para esta pergunta, as respostas estão contidas no cálculo FIB, ou seja, nos nove domínios/indicadores, os quais

auxiliam na compreensão dos por quês em relação ao desenvolvimento do turismo, desmistificando a máxima de que aumentando a renda, aumenta-se por automático o bem-estar.

Desta forma, o capítulo subsequente apresenta as características da pesquisa que encaminham à tese, assim como os métodos e instrumentos utilizados para a recolha e análise dos dados, clarificando-se os procedimentos firmados nos indicadores FIB.

## **PARTE III – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO**

### **CAPÍTULO VI - INFLUÊNCIAS, MÉTODOS E TÉCNICAS DA PESQUISA**

#### **6.1. Introdução à Metodologia da Investigação**

A metodologia da investigação, nesta pesquisa, sustenta-se na fundamentação teórica, que estrutura as bases para a construção da tese, ou seja, a revisão da literatura, realizada nos capítulos II, III, IV e V, constitui o início da fundação basilar do modelo de investigação, o qual tem na questão de partida crítica às influências das políticas públicas no processo de desenvolvimento do turismo no Polo Turístico Costa do Delta. Sendo assim, desenha-se um modelo conceitual cuja relação dirige-se à fundamentação teórica.

Este capítulo apresenta os parâmetros da investigação empírica (De la Fuente, Pichardo, Justicia, & Berbén, 2008; Heikkilä & Lonka, 2006; Rosário et al., 2010), que detém o objetivo de evidenciar em detalhes os métodos e técnicas aplicados nos procedimentos de investigação antes, durante e após a recolha dos dados e informações adquiridas na pesquisa de campo. Sendo assim, para esta pesquisa, definiu-se como mais adequado o uso do inquérito por questionário em três modelos que se complementam na recolha dos dados e informações, assim como de três formas de análise: os testes estatísticos ANOVA – Análise de Variância e Qui-quadrado e a análise de conteúdo (através do software MAXQDA 12), sendo a primeira aplicada ao cálculo do FIB – Felicidade Interna Bruta do território de estudo e da percepção dos residentes sobre aspectos ligados ao turismo, a segunda na verificação do grau de associação entre variáveis, e o terceiro serve ao objetivo de definir a perspectiva da população residente da relação entre as variáveis do FIB – Felicidade Interna Bruta e as dimensões de necessidades (ser, estar, ter e fazer) do Max-Neef (2010).

Para o tratamento dos demais dados aplica-se as análise uni e bivariada. A univariada mostrou-se importante para descrever os dados provenientes de apenas uma variável. Já a bivariada é relevante, pois, para esta pesquisa, consistiu da análise de mais de uma variável, permitindo assim o cruzamento de dados e informações que gerassem uma melhor compreensão sobre o objeto de estudo (Murteira, 1999).

A decisão da aplicação do inquérito por questionário se deu pela compreensão de que este instrumento de recolha de dados e informações permitiria trazer à pesquisa a objetividade e “certezas” necessárias para entender a realidade do desenvolvimento do turismo no território de estudo a partir das políticas públicas e processo de planeamento. Para tanto, obedeceu-se a

diferentes etapas metodológicas, sendo elas: a reflexão com base na revisão teórica e público-alvo da pesquisa, a definição e elaboração dos instrumentos da investigação, delimitação do universo da pesquisa e amostra necessária que o representasse e escolha dos métodos de análise e interpretação dos dados e informações. Nestas etapas definiram-se a estrutura dos questionários, a dimensão da amostra, o procedimento de definição da amostragem e o método de abordagem do inquirido e aplicação do inquérito por questionário.

Segundo Almeida e Pinto (1995), este tipo de recolha de dados apresenta algumas vantagens, tais como: tem capacidade de abarcar um grande número de pessoas, permite o anonimato dos respondentes, oferta às pessoas a possibilidade de responder no momento que melhor lhes convier e não expõe os questionados à influência do questionador.

## **6.2. Etapas da Pesquisa: planejamento e elaboração do instrumento de investigação**

Planejar cuidadosamente a investigação, objetivando o adequado desenvolvimento da pesquisa científica, no atento às etapas necessárias e, também às normas metodológicas indicadas para a forma e conteúdo, traz ao trabalho, e consequentes resultados, a solidez e confiabilidade fundamentais. Para Oliveira (2002) as fases de planejamento e de execução da pesquisa encaixam-se no fluxo de atividades sistematizadas compreendidas em etapas (quadro 23), assim definidas (Lakatos e Markoni, 2001; Barros e Lehfeld, 2000; Cervo e Bervian, 2002):

<b>ORDEM</b>	<b>DEFINIÇÃO DA ETAPA</b>
1º	Delimitação do tema
2º	Formulação do problema
3º	Determinação dos objetivos
4º	Justificativa da investigação
5º	Fundamentação teórica
6º	Metodologia
7º	Coleta de dados
8º	Análise e discussão
9º	Conclusão dos resultados
10º	Redação e apresentação

Quadro 23 – Fases da pesquisa  
 Fonte: Adaptado de Silva e Karkotli, 2011.

Na fase da definição metodológica, o desenho do processo de planejamento e execução da investigação (Figura 43), outras etapas são incorporadas, refinando o plano de pesquisa e direcionando ao foco/ objeto de estudo, dentre as quais destacam-se a definição dos instrumentos de investigação, a delimitação do universo e amostra da pesquisa e técnicas de análise dos dados e informações captadas.

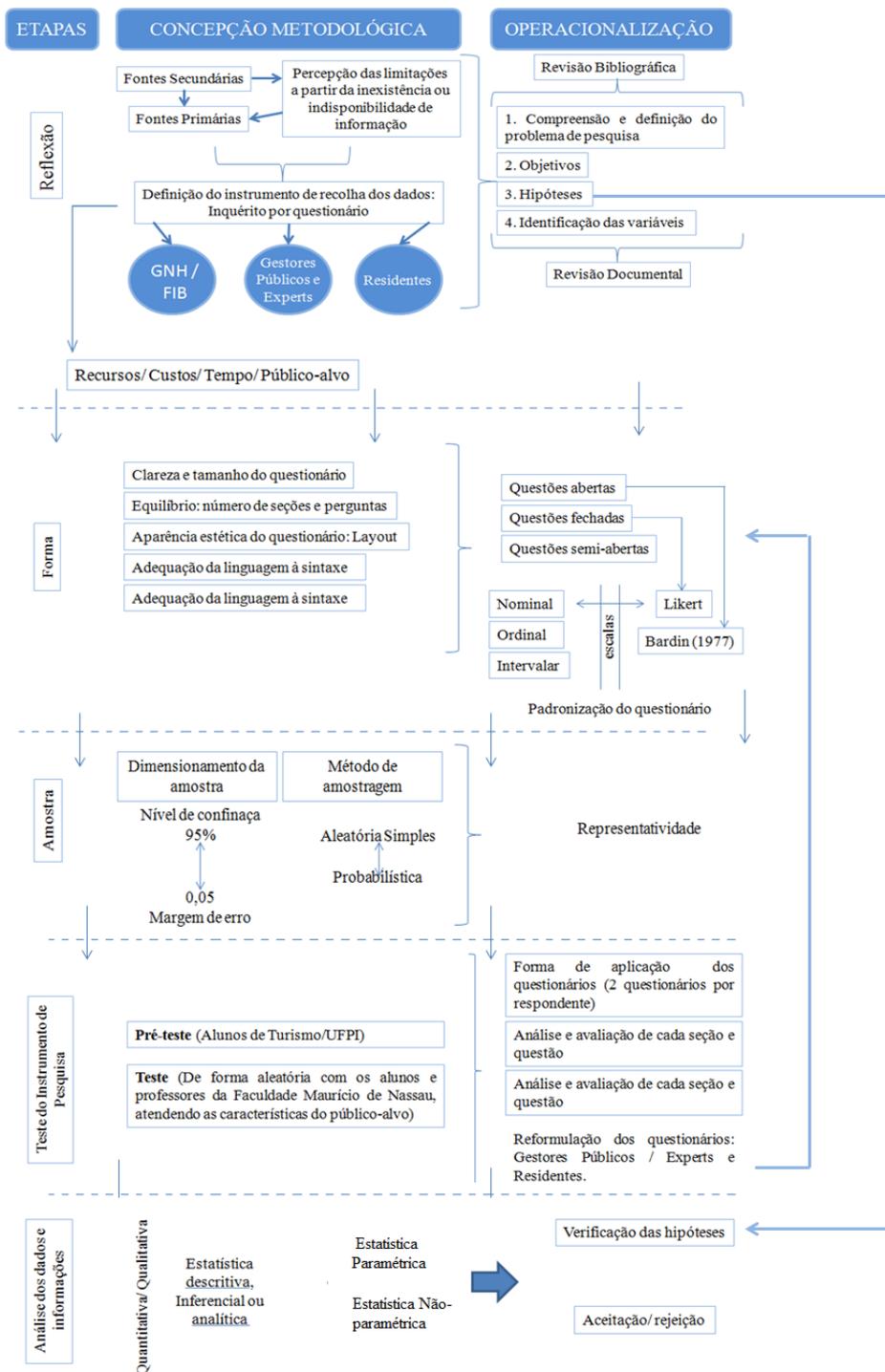


Figura 43 – Esquema metodológico da pesquisa: planejamento e elaboração do instrumento de investigação.  
 Fonte: Elaborado pelo autor com base em Lakatos e Marconi (2001), Barros e Lehfeld (2000), Cervo e Bervian (2002) e Moreira (2013).

### 6.3. Objetivo e Hipóteses da Investigação

Para definir o objetivo desta pesquisa e as hipóteses que norteiam a investigação, percebeu-se, primeiramente, que as discussões mais recentes sobre a ocupação e exploração do litoral piauiense pela atividade turística apresentam reflexões que apontam para um modelo de desenvolvimento que prima pela hegemonia de grandes grupos empresariais, sustentados em políticas públicas neoliberais (Bursztyn, 2003). Essa hegemonia fortalece os processos de desenvolvimento turístico que priorizam a livre organização do mercado, em detrimento das ações sociais do Estado, que passa a ser um mero regulador para o qual as políticas públicas se submetem às necessidades de mercado. Num segundo momento, refletiu-se que a ocorrência desse modelo de desenvolvimento do turismo se dá devido à polarização de interesses, que permite o atendimento dos desejos e necessidades dos grupos de interesse, para favorecer o crescimento econômico do turismo, mas sem possibilitar a participação efetiva dos grupos sociais que detêm os saberes e as tradições formadoras da cultura local, além de não contabilizar adequadamente os impactos causados ao meio ambiente natural.

Sendo assim, os poucos e pobres dados sobre a demanda turística do Estado do Piauí apresentam-se a partir de questionamentos promotores da modelagem do turismo, pois consideram os anseios momentâneos dos turistas e renegam as necessidades sociais dos visitados, permitindo uma política de ações públicas localizadas e sem poder de democratização do acesso à economia formal do turismo para as comunidades receptoras de visitantes.

Portanto, considera-se que ao desenvolvimento da investigação empírica se requer uma provocação na forma de uma questão que apresente a dúvida ou desejo de informar-se sobre algo que norteie e motive a pesquisa e estudo. Assim, o problema identificado à presente pesquisa (Figura 44), vale-se da complexa realidade do território de interesse como referência e estrutura-se da seguinte forma:

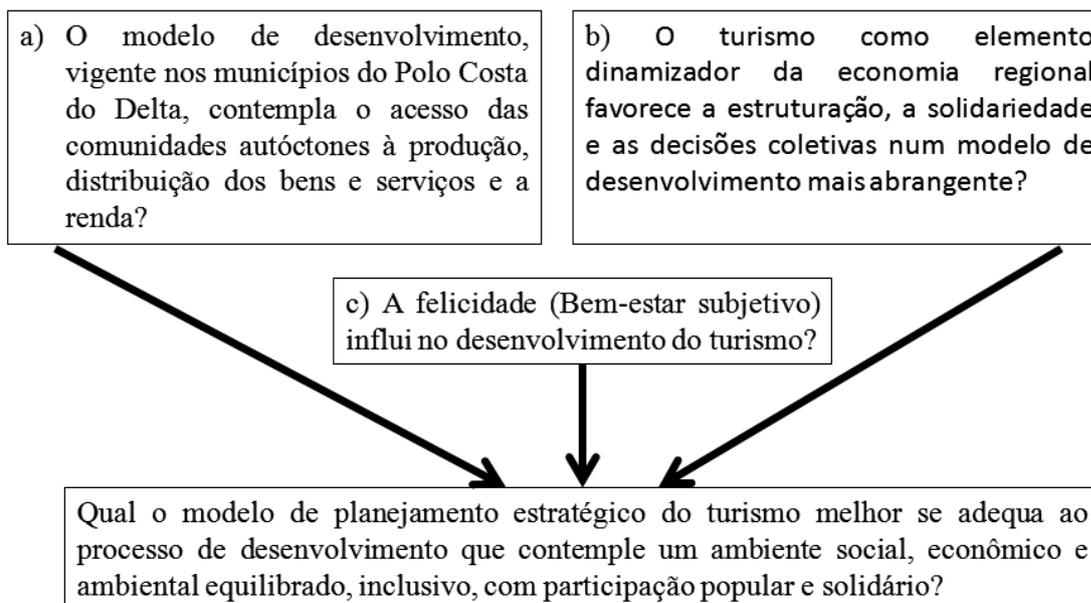


Figura 44 – Definição da questão de partida (problema da pesquisa)  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

No entanto, a hipótese central (Quadro 02, p.08) que se delineia está calcada no entendimento de que o atual modelo de desenvolvimento turístico do Polo Costa do Delta prevê a integração dos municípios do território a partir dos seus recursos, mas não consegue política, econômica e socialmente efetivá-la. Isto proporciona à população um processo de concentração de renda, empobrecimento dos mais carentes e em estado de vulnerabilidade, inacessibilidade aos modos de saber e fazer e a renda proveniente das relações mercadológicas, acentua gravemente a segregação social, aumenta significativamente a má distribuição de renda, traz pioras às condições de vida e intensifica o processo de desterritorialização e reterritorialização, forçando o deslocamento das populações para áreas mais periféricas e distantes dos recursos necessários à produção dos bens e serviços. Sendo assim, o modelo de planejamento estratégico deve congrega o território a partir de instâncias de participação de caráter institucional, abrangendo a população residente, iniciativa privada e poder público, gerando, assim, a coesão necessária para o desenvolvimento de um ambiente solidário e menos desigual.

Contudo, detalha-se a hipótese central decompondo-a em outras quatro relativas ao processo de desenvolvimento do turismo (Figura 45), no sentido em que a revisão da literatura sugere, as quais em conjunto com o objetivo da pesquisa fundamentam a estruturação dos questionários aplicados.

## **POLÍTICAS PÚBLICAS NO TURISMO -----**

Hipótese 1 -A omissão é a política pública mais presente no roll das “ações” político-administrativas, impactando a vida dos cidadãos e deixando-os à sorte do mercado de turismo e dos desejos e necessidades do capital.

## **FELICIDADE INTERNA BRUTA -----**

Hipótese 2 - A Felicidade Interna Bruta de um destino turístico funda-se na percepção do residente sobre a estrutura de benefícios de ordem coletiva que definem a qualidade de vida, considerando que o vazio da atuação do poder público facilita o surgimento de um ambiente de interesses conflituosos, onde os autóctones, numa necessidade de defesa de sua territorialidade, rejeitam o turista devido o processo de exclusão econômico-social promovido pelo turismo.

## **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO -----**

Hipótese 3 - O ambiente dinâmico e competitivo do turismo exige dos destinos turísticos a disciplina de pensar e agir estrategicamente, considerando a complexidade do sistema e indicadores mais abrangentes e representativos da realidade.

## **DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO -----**

Hipótese 4 - O Polo Costa do Delta, em seu território, desenvolve um turismo no qual a produção do espaço está diretamente ligada à reprodução do capital, ritmando as relações estabelecidas entre os operadores (produtores) turísticos, a comunidade receptora e os consumidores (turistas) no ambiente.

Figura 45 – Hipóteses relativas ao processo de desenvolvimento do turismo

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

O objetivo da investigação firma-se na premissa de que um destino turístico só será bom para o turista se for bom para quem nele mora. Desta forma, almeja-se com esta pesquisa propor um modelo de planejamento estratégico para a região do Polo Costa do Delta, sustentando-se nas premissas de um desenvolvimento turístico a escala humana, portanto sustentável.

#### 6.4. Características da Pesquisa

Entregar-se às ideias hegemônicas de turismo sem uma reflexão crítica, mesmo que sejam oriundas de renomados especialistas e cientistas, não é a prática evidenciada nesta tese, pois descortina-se, a partir dos estudos *in loco* e teóricos, as características do território de estudo, percebendo um mundo de injustiças, pobreza, desigualdades e diversificados problemas de ordem ambiental e social conectados direta e indiretamente com a atividade turística que mesclam-se com as realidades desejadas e descritas em muitas obras literárias e científicas em turismo, como: aumento e distribuição de renda, diminuição da desigualdade, melhora do ambiente democrático, aumento da satisfação, geração de emprego, entre outros.

Neste caso, a verdade científica da pesquisa mostra-se, mesmo com dados conclusivos, com base nos objetivos propostos de investigação, mas não eternos, como num permanente e dinâmico processo de construção, desconstrução e reconstrução. Pois, considera-se, segundo Kuhn (2003), que ao longo do tempo paradigmas, orientações e determinantes que ora gozavam do status da verdade, após questionamentos, revisões e novos estudos, são substituídos, seja parcialmente ou totalmente por outros.

O domínio da perspectiva positivista nas investigações em turismo é perceptível pelo enfoque prescritivo dos estudos e da baixa adesão à uma orientação fenomenológica (Nechar, 2006).

Panosso Netto e Nechar (2016, p.18) ressaltam que

“durante muito tempo os pesquisadores do turismo aplicaram processos sistemáticos, tanto teóricos como metodológicos, em suas análises. Isso levou à limitação de suas possibilidades de construção e demonstrou uma falta de criticidade, mas também um vazio argumentativo na implicação que a crítica tem na construção do turismo como objeto de estudo, que vai mais além da medição e objetividade do que é manifestado”.

Medeiros, Passador e Becheleni (2011) indicam que a construção do conhecimento pode fundamentar-se em um leque diversificado de métodos ou correntes filosóficas, dentre as quais destaca-se as abordagens empiristas, positivistas, sistêmicas, dialéticas, estruturalista e funcionalista. Para estes autores, com base em Bicudo (1994), Gil (1995), Massukado (2008) e Vergara (1989), a preponderância de abordagens positivistas e dialéticas nas pesquisas de turismo trouxe à baila discussões entre acadêmicos, cientistas que passaram a evidenciar a compreensão de um caminho alternativo para as pesquisas, implicando numa mudança de postura em relação às bases epistemológicas que os guiam.

No intuito de proporcionar uma estrutura à pesquisa em turismo, Tribe (2001) indica três diferentes paradigmas científicos: o paradigma científico-positivista, o paradigma interpretativo e o crítico. O primeiro, fixa-se em fatos verificáveis e que seriam mais resistentes a possibilidades de falsificação e adulteração. Panosso Netto e Nechar (2016) inferem que em turismo se demanda quantificar dados, benefícios econômicos, afluências e movimentos, porém não podem se limitar a valorizar a descrição quantitativa como essência do próprio fenômeno. No segundo, Tribe (2001) explica que esse paradigma trata o ambiente social como objeto, provocando-o a expor-se por si mesmo. E o terceiro paradigma, firma-se na análise do papel desempenhado pelas ideologias e dos interesses que lhes são intrínsecos.

Nesta perspectiva, a presente tese, corroborando com Panosso Netto e Nechar (2016), vale-se da Teoria Crítica ao evidenciar e refletir sobre as mazelas do ambiente socioeconômico e ambiental do turismo no território Polo Costa do Delta (Ilha Grande de Santa Isabel, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia), da felicidade relacionada com os impactos e benefícios que o desenvolvimento turístico produz ou deixa de produzir na população e das ferramentas para o planejamento de um desenvolvimento à escala humana (Max-Neef, Elizalde e Hopenhayn, 2010).

Portanto, o auxílio da Teoria Crítica, neste caso, foca uma crítica ao *status quo* local e regional do turismo, compreendendo as tendências e experiências em outros países, fundamentalmente Portugal, assim como em relação as características da dinâmica capitalista no turismo que, por vezes, possibilita um ambiente democrático não pleno e um contexto de distribuição dos benefícios sociais, econômicos, culturais e ambientais, porém, em contrapartida, oferta, na maioria das vezes e em maior escala, resultados firmados em bases mais “ditatoriais”, na perspectiva cultural e econômica, formando um sistema mais opressor.

Sendo assim, Panosso Netto e Nechar (2016) ressaltam que

“a validade da perspectiva crítica para o turismo apresenta três aspectos para seu exercício: o filosófico, o histórico e o crítico. A filosofia, em sua essência, é reflexão, pensamento e construção de conhecimentos sobre algo. A história conjuga um emaranhado de fatos, fenômenos e dados sociais que dão lugar a processos, tarefas e objetivos a alcançar. A crítica é o exercício valorativo, de julgamento e emancipador do pensamento tradicional”.

A Teoria Crítica, nesta tese, assim como em Panosso Netto e Nechar (2016), serve como base ao processo de construção do conhecimento em turismo.

Sendo assim, entre as correntes de pensamento, se faz presente nesta tese a humanista, considerando sua forte influência pela fenomenologia de Husserl (1986) e vinculada a

“questões associadas aos significados e valores humanos” (Myers, McGeevy, Carney e Kenny, 2011, p.83).

Portanto, ao verificar as correntes epistemológicas do turismo (Panosso Netto e Nechar, 2014), percebe-se que a presente pesquisa apresenta, no seu caráter, fundamentos que enquadram-na na linha de investigação fenomenológica, fortalecendo a análise crítica, permitindo uma maior robustez da capacidade argumentativa na perspectiva analítica.

Esta pesquisa e tese em turismo é compreendida epistemologicamente, na sua inserção a uma abordagem crítica em relação a predominância de valores capitalistas e das leis econômicas que regem “as vontades” dos turistas, como, segundo Nechar e Panosso Netto (2014), fenomenológica, pois um dos temas estudados é a experiência humana calcada na felicidade como fator determinante para o desenvolvimento turístico. Compreende-se que no turismo insere-se, na dinâmica e essencialidade das atividades turísticas, as necessidades e desejos, motivações, satisfação, que fundamentalmente apresentam-se nas relações sociais, econômicas, culturais e ambientais, definindo o que é e o que representa o turismo (Panosso Netto e Nechar, 2016).

Na perspectiva da fenomenologia, com base em Merleau-Ponty (1971), a visão pessoal ou de uma experiência com o mundo embasa tudo o que se sabe do mundo, mesmo dentro da ciência. Assim, a verdade científica constitui-se a partir do mundo vivido, pois para se fazer ciência que detenha sentido e rigor, se faz necessário considerar a experiência do mundo, da qual ela é o resultado expresso.

O método fenomenológico desvenda o fenômeno, desvelando-o além da aparência, buscando interpretar, não se restringindo à enumeração dos fenômenos e à medição, decifrando os aspectos menos aparentes.

Portanto, esta pesquisa e tese baseiam-se na observação e na percepção do turismo como fenômeno dinâmico e que desenvolve-se a partir da influência individual no tempo e no espaço. O fenômeno do turismo, conforme Panosso Netto (2011), seria algo que se mostra a si mesmo, tal como é, do modo que é.

A perspectiva holística das relações dinâmicas no turismo, ou seja, características afirmativas de que para compreender um determinado fenômeno deve-se entender as interrelações de seu contexto, constitui a concepção metodológica da presente pesquisa (Denker, 1998). Contempla, portanto uma abordagem ampla do tema, inserindo-se na dialética do turismo e das relações sócio-econômicas e ambientais.

Sendo assim, do ponto de vista da sua natureza esta pesquisa é básica, pois objetiva gerar conhecimentos novos e úteis, no intuito de ampliar o debate sobre políticas públicas no turismo e as influências no desenvolvimento do setor a partir do planejamento estratégico, porém sem prática prevista, permitindo envolver verdades e interesses considerados universais.

Ao perceber a forma de abordagem do problema da pesquisa, compreende-se que o estudo, nas suas características, enquadra-se tanto como quantitativo quanto qualitativo, tendo em vista que considera que parte dos dados e informações são quantificáveis, porém exigem a complementaridade proporcionada pela análise crítica entre o mundo real e o sujeito, ou seja, apresenta um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito, inviabilizando a sua tradução meramente em números.

Desta forma, interpretar o fenômeno pesquisado e a atribuição de significados apresentam-se como métodos básicos no processo de pesquisa. Borges (2005) enfatiza que as pesquisas qualitativa e quantitativa, adotadas como base científica, possibilitam a apresentação e análise dos dados referentes ao tema, sendo que a pesquisa qualitativa trabalha com um universo de percepções, significados, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização das variáveis (Deslandes, 1994). Já a pesquisa quantitativa abrange dados concretos e específicos, quantificando o universo do tema e retratando com fidelidade a situação passada e a atual, estabelecendo as relações entre as variáveis (Gil, 1991 citado por Borges, 2005).

Segundo Walle (1997) a complexidade é inerente ao turismo, o que justifica uma abordagem eclética na escolha de métodos como o uso conjunto das abordagens qualitativas e quantitativas.

Na perspectiva dos objetivos de pesquisa propostos, este estudo visa proporcionar maior familiaridade com o problema no intuito de construir hipóteses, caracterizando-se como exploratória. Também é descritiva, tendo em vista a necessidade de descrever as características da população estudada, do fenômeno em causa e das relações entre as variáveis. Mas, como a tese compreende a estreita relação entre felicidade e desenvolvimento turístico, percebe-se a necessidade de identificar os fatores que contribuem para a ocorrência do fenômeno identificado (Ver Capítulo VII, seção 7.3).

As características descritas e identificadas ao presente trabalho proporcionam ao pesquisador ampliação do conhecimento, sendo que o produto final desse processo é um problema mais esclarecido (Gil, 1991).

A execução desta pesquisa compreende três fases: a definição do universo e da amostra; coleta de dados; e, por fim, a análise e interpretação dos dados obtidos.

## 6.5. Procedimentos de Coletas de Dados e Informações

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos para a recolha de dados e informações, numa primeira etapa, resgata-se o tema na literatura pertinente, valendo-se das pesquisas bibliográfica e documental.

Para Gil (1991, p.65) a pesquisa bibliográfica é composta a partir de “material já elaborado, constituído principalmente de livros, artigos de revista, relatórios de pesquisa e artigos científicos”. Os autores lidos e analisados distribuem-se e obedecem ao critério de publicação, pois percebe-se que fazem parte de um evolutivo processo de construção, desconstrução e reconstrução de paradigmas, teorias, conceitos e definições sobre os assuntos pertinentes ao tema desta tese (ver quadro 24).

Assunto	Autor e ano da Publicação
Políticas Públicas	Heidmann e Salm (2010); Dye (2005); Laswell e Kaplan (1970); Lowi (citado por Frey, 2000); Meny e Thoenig (1992).
Planejamento geral e do turismo	Mintzberg (2004); Barreto (2005); Hall (2001); Gunn (1994); Inskip (1991); Beni (2003).
Gestão Estratégica	Mintzberg (2004), Miles e Snow (1978); Ansoff (1977); Fletcher e Cooper (1996); Ritchie (2004); Stokes (2008); Getz (1983); Jamal e Getz (1995); Poon (2010).
Desenvolvimento e crescimento no turismo	Heidmann e Salm (2010); Sharpley (2000); Furtado (1984); Krugman (1991); Sinclair e Stables (2009); Sachs (1986).

Quadro 24 – Autores fundamentais da pesquisa bibliográfica  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Os autores pesquisados têm como características, identificadas nas obras lidas, a consciência da multidisciplinaridade requerida pelos assuntos abordados, ou seja, constroem seus argumentos também em conhecimentos de áreas complementares e correlatas a sua.

Já a pesquisa documental está calcada na utilização de materiais que não receberam tratamento analítico, como documentos oficiais, reportagens, entre outros.

Com o objetivo de buscar evidências empíricas, optou-se pela adoção do inquérito por questionário, ou seja, um instrumento de coleta de dados e informações Estruturado Não-Disfarçado, pois manteve-se o intuito da aplicação na forma de entrevista individual presencial. Os inquéritos por questionário compuseram-se, fundamentalmente, por questões exploratórias, que objetivavam captar a percepção do entrevistado sobre os assuntos de interesse da pesquisa, e descritivas, determinando as características da população estudada.

A entrevista é estruturada, pois as questões foram formuladas previamente, não permitindo ao entrevistado a liberdade de escolha em termos de sequência de respostas, alteração ou inclusão de tópicos. O critério não-disfarçado foi escolhido, considerando a possibilidade de rejeição por parte dos entrevistados ao questionário, caso desconfiassem e não conhecessem as razões e os objetivos da entrevista. Portanto, com base em Mattar (1999), esse instrumento de pesquisa proporciona simplicidade na aplicação e facilidade na tabulação, análise e interpretação.

Foram elaborados quatro tipos de questionários, sendo que dois foram destinados à população em geral residente no território de interesse e um com foco nos gestores públicos do turismo (Prefeitos municipais, vereadores, secretários municipais de turismo, administração e infra-estrutura) e empresários do setor. O instrumento aplicado, apresentado nos Apêndices A, B, C e D, foram estruturados com perguntas fechadas e abertas, para obter uma amplitude maior na captação das informações, ressalvado os objetivos de cada questionário (Quadro 25).

<b>Questionário</b>	<b>Público-alvo</b>	<b>Características</b>
GNH – Gross National Happiness	População em geral residente no território estudado	Perguntas fechadas/ Respostas em escala de Likert
Residentes	Somente população residente, exceto os gestores municipais de turismo e empresários do setor.	Perguntas fechadas/ Respostas em escala de Likert
Residentes	Somente população residente, exceto os gestores municipais de turismo e empresários do setor.	Perguntas abertas/ Análise de conteúdo
Políticos e experts	Somente empresários, professores de turismo e gestores municipais.	Perguntas abertas e fechadas/ Respostas abertas e múltipla escolha/ Escala de Likert

Quadro 25 – Estrutura e público-alvo dos questionários aplicados

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Barros (1990) exemplifica que as perguntas fechadas objetivam restringir a liberdade de resposta do entrevistado.

Para o público-alvo do questionário Residentes definiu-se, como de interesse à presente pesquisa, população com residência fixa nos quatro municípios do Polo Turístico Costa do Delta que estivessem com idade entre 18 e 65 anos, tendo em vista a definição do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística que concebe esta faixa etária como a mais economicamente ativa.

No questionário *Gross National Happiness* o objetivo foi de auferir o FIB – Índice de Felicidade Interna Bruta dos municípios pertencentes ao território de interesse, compondo-se em 16 seções (Satisfação com a vida/ Experiências positivas e negativas/ Satisfação Dominante/ Bem-estar psicológico/ Saúde/ Distribuição do Tempo/ Vitalidade Comunitária/ Apoio Social/ Acesso a educação, arte e cultura/ Seu bairro/ Qualidade do meio ambiente/ Governança/ Bem-estar material/ Trabalho/ Experiência e tendência de consumo/ Demografia).

Já o questionário específico para gestores municipais e experts foi composto por 10 seções (Características do entrevistado/ Políticas públicas de turismo/ Economia do turismo/ Conflito e interesses no território/ Sistema de informação e comunicação/ Meio ambiente/ Legislação turística/ Em relação à oferta turística/ População local/ Capacitação, educação, qualificação).

E o questionário aos residentes compôs-se por 04 seções (Características do entrevistado/ Felicidade e satisfação com a vida/ Percepções do Turismo/ Turismo em seu município), sendo acrescido um questionário com duas perguntas abertas.

Moreira (2013) destaca que a necessidade de ponderar, de estruturar e de aplicar um inquérito por questionário se faz presente, no contexto da investigação científica, quando num estudo em que a informação não existe ou não está disponível nas fontes secundárias, recorre-se as fontes primárias, elaborando o instrumento de recolha da informação que apareça no contexto do tema e/ou do problema da pesquisa, as quais foram definidas com base na revisão bibliográfica.

Desta forma, os quatro inquéritos por questionário objetivam atender a realidade percebida da falta de informação sobre o FIB – Felicidade Interna Bruta, políticas públicas e planejamento do turismo no território de estudo, promovendo ao pesquisador o desafio e a oportunidade de conjugar, a partir dos questionamentos e respostas, as percepções dos residentes, gestores e experts do turismo local e regional, as quais detém um caráter subjetivo e de difícil mensuração.

Sendo assim, foram aplicados 408 entrevistas para cada questionário, exceto o dos gestores e experts que abarcaram a totalidade do universo da pesquisa, sendo apenas 384 considerados válidos<sup>48</sup>. Para subsidiar uma melhor análise, a pesquisa também valeu-se da observação como técnica de coleta de dados e informações, tendo em vista a necessidade de informações não passíveis de contabilizar, pois, segundo Lakatos e Marconi (2001), este método permite focar em um “objeto”/ sujeito para extrair algum conhecimento. No caso desta pesquisa, essa técnica ajudou o pesquisador a obter comprovações das informações a respeito do território em estudo, assim como das relações intrínsecas entre os atores que dinamizam o turismo. Para tanto, adotou-se como forma de observação a assistemática e não-participante, ou seja, foi realizada em ambiente não controlado, no qual o pesquisador manteve-se fora da realidade pesquisada e sem envolvimento direto.

#### 6.5.1. Gross National Happiness – Index

Os catorze indicadores definidos que compõem o questionário para mensurar o índice FIB enquadram-se em nove macro domínios: Bem-estar psicológico e espiritual, Saúde, Uso equilibrado do tempo, Boa governança, Vitalidade comunitária, Educação, Diversidade cultural, Resiliência ecológica e Padrão de vida.

Para todos os Macro domínios há subdivisões que lhes conferem indicadores mais específicos, proporcionando um maior foco e objetividade.

##### ***6.5.1.1. Bem-estar Psicológico e Espiritual***

Este macro domínio apresenta-se com duas dimensões, sendo uma conectada com informações sobre a satisfação com a vida e outro, mais conectada ao aspecto afetivo, que considera as experiências positivas e negativas, constituindo a parte do questionário para a compreensão direta da percepção de felicidade. Desta forma, as formulações psicológicas estão calçadas no desenvolvimento humano e nas capacidades para se enfrentar as adversidades da vida.

Em Arruda (2008, p.7) vislumbra-se a compreensão de que o bem-estar psíquico e espiritual firma-se nas vivências de encontros reciprocamente gratificantes, ou seja, que detenham “o sentido de comunhão com os outros e com o meio natural, o sentido de

---

<sup>48</sup> Foram descartados os questionários que continham alguma rasura ou foram preenchidos parcialmente, invalidando todos os preenchidos pelo mesmo inquirido

pertencimento, o acesso à tradição e à integridade cultural”. Portanto, o bem-estar psicológico e, também, espiritual pode se tornar um atenuante ou alívio para as pessoas, residentes no lugar turístico e/ou turistas, ao processo de adaptação às incertezas que o turismo traz, como a perda de segurança, sossego, trânsito de veículos, lixo, entre outras.

Sendo assim, e com base nos argumentos acima referenciados, evidencia-se a necessidade do macro domínio para a composição do índice FIB, pois encaminha uma abordagem tácita da compreensão do ambiente da paz de espírito das pessoas que encontram-se em ambientes de *stress* e conflitos socioeconómicos, ambientais e culturais como os que, em parte, o turismo de massa impõe às localidades receptoras.

#### **6.5.1.2. Saúde**

Para muitas pessoas o entendimento do que é ter saúde passa pelo fato da ausência de doenças no corpo e na mente. Porém, em países do centro-oriente com o Butão e Nepal, segundo Wangdi (2009), tem sido sempre associado à saúde física e mental a visão de que o Ser saudável é aquele que detém e mantém um bem-estar equilibrado física, mental e socialmente, e não meramente a ausência de doenças. Já Ura (2009) encaminha a definição de que a saúde física e mental são importantes, mas há de existir uma abordagem holística para a saúde como política pública, pois nela concentra-se questões de ordem social, estados emocionais e aspectos espirituais.

A partir do filtro do macro domínio saúde para a medição do índice FIB, evidencia-se que uma combinação e contemplação nas ações públicas de todos os aspectos dessa visão holística, fortalecem a perspectiva de uma maior capacidade de atendimento às oportunidades e desafios da vida, mantendo níveis de equilíbrio que influenciariam positivamente no bem-estar.

Portanto, quanto às condições sociais e ambientais para se terem destinos turísticos saudáveis, tais como ar limpo, água potável, ambientes sociais conectados aos relacionamentos familiares e comunitários devem ser incorporados ao processo de medição do índice, assim como na implementação de políticas públicas que sustentem menores impactos nos períodos de maior fluxo de visitantes nos destinos turísticos.

### **6.5.1.3. *Uso equilibrado do Tempo***

No contexto das viagens e do mercado de turismo, o tempo é um recurso fundamental à operacionalização das atividades conectadas aos destinos e organizações. Considerando a perspectiva capitalista das relações comerciais e sociais do setor, o tempo pode tornar-se um recurso escasso e influenciador nas tensões e conflitos nos destinos turísticos e nas empresas operadoras.

Sendo assim, o FIB ao mensurar se o tempo está sendo utilizado de maneira equilibrada no dia-a-dia, permitirá à pesquisa ter a consciência, em relação ao indivíduo, de que a essencialidade das horas despendidas com trabalho, estudo, sono, lazer, família, religião, entre outras atividades, está no equilíbrio (Arruda, 2008).

Neste sentido, pressupõe-se que um indivíduo que gerencia o seu tempo de maneira mais equilibrada, dando espaço a atividades diversas e com capacidade de satisfação à outros aspectos da vida social e emocional, apresentará medidas de felicidade mais consistentes.

### **6.5.1.4. *Boa Governança***

A compreensão de governança na literatura apresenta muitas definições, evidenciando que o conceito relevante é determinado pela visão e objetivos de cada país na abordagem de governança a ser seguido. Trentin (2014) ressalta que no turismo, como em outras áreas, o interesse pela governança é acompanhado pela busca da melhoria de como o Estado deve atuar como mediador dos problemas do turismo que estejam relacionados com políticas sociais, econômicas e ambientais.

Em geral, as principais qualidades e características na governança são a participação, Estado de direito, a transparência, a prestação de contas, eficiência, eficácia, capacidade de resposta, orientação de consenso, equidade e inclusão (Banco Mundial, 1992; Agência Canadense de Desenvolvimento Internacional, 1996; Kaufmann et.al.,2005), pois refletem os valores que devem ser implementados para justificar-se o contexto da governança.

Faria (2005) caracteriza a boa governança como a busca de integridade, eficiência, responsabilidade e transparência, bem como a participação popular no processo de tomada de decisão.

Na metodologia FIB expõe-se que a ideologia de boa governança define as relações entre a população, os políticos e chefes de estado, tornando-se difícil conseguir progressos governamentais significativos quando a percepção e as relações baseiam-se na desconfiança.

#### **6.5.1.5. Vitalidade Comunitária**

A vitalidade de uma comunidade impera através das relações sociais estabelecidas em bases de cooperação e redes de integração. Sendo assim, no turismo vê-se, mais facilmente, em comunidades que têm como meio de subsistência atividades tradicionais e organizadas para a recepção de turistas, como a pesca, artesanato, atividades rurais, entre outras, caracterizando o turismo comunitário.

Comunitário, no entendimento de Maldonado (2005), caracteriza-se por um sujeito coletivo, que se apresenta com direitos e deveres, composto pela adesão voluntária, sejam indivíduos ou famílias, ou de viver uma territorialidade comum. Sampaio (2005) reforça afirmando que o turismo comunitário é uma estratégia de comunicação social, a qual possibilita que experiências de planejamento que visem o desenvolvimento comunitário, possam efetivar-se através das vivências que a atividade turística pode proporcionar.

Portanto, o sentido de vitalidade comunitária no FIB está na associação de pessoas que apoiam e interagem positivamente com outros indivíduos e é calcado na coesão entre os membros que prestam apoio social.

McMillian (1976) reforça a compreensão de vitalidade, contida no FIB, evidenciando que a existência do senso de comunidade percebe-se como um sentimento que os membros têm de pertença, no qual um importa ao outro e ao grupo, além de uma fé comum de que as necessidades serão satisfeitas através do compromisso de manterem-se juntos.

Para tanto, é vital que haja uma predisposição voluntária do indivíduo e dos grupo, fundamentalmente na doação de tempo e/ou dinheiro objetivando o desenvolvimento da comunidade. Fujiwara e Kawachi (2008) afirmam que o capital social afeta o aprendizado e a saúde das pessoas, além de dificultar a identificação da comunidade como um determinante de bem-estar para os indivíduos e famílias (Putnam, 1993; Campo, 2003).

Neste contexto, o levantamento, neste indicador, abrange, principalmente, quatro aspectos de uma comunidade inclusiva: a) o apoio social retrata as contribuições cívicas realizadas; b) ligação e senso de comunidade; c) relações familiares fortes; d) percepção de segurança.

Portanto, através da exclusão da miséria, da criminalidade, da falta de educação e do individualismo (na compreensão da sobreposição aos interesses coletivos), proporcionaria as condições para vitalizar a vida comunitária, reforçados pelos valores de cooperação, altruísmo, solidariedade consciente e amor que devem permear as famílias e comunidades equilibradas e felizes (Arruda, 2008).

#### **6.5.1.6. Educação**

No questionário GNH – Gross National Happiness destaca-se a relevância de uma abordagem educativa holística que proporcione aos cidadãos adquirir embasamento profundo no que tange ao conhecimento tradicional, valores comuns e novas habilidades.

Compreende-se que a educação deva ser um processo construtivo a partir de um conjunto de crenças, ideias, qualificações e especialidades, constituindo a aprendizagem, desde o ambiente familiar até a formação profissional.

O conhecimento tácito quando explicitado inicia um processo contínuo de aprendizado no ambiente social, pois, segundo Nonaka e Takeushi (1997, citado por Borges, 2014) a dinâmica social depende da capacidade de comunicação e geração de conteúdos comuns a todos os partícipes da comunidade, considerando que o conhecimento individual e tácito ao ser explicitado e compartilhado transforma-se em conhecimento de grupo e num processo de espiral evolutiva (Figura 33, p.104).

Embora a educação formal ocupe um espaço privilegiado no processo de transmissão de conhecimento, segundo Ura (2009) há fenômenos fora das escolas que desempenham papéis igualmente importantes, tais como as comunidades e as famílias.

No questionário GNH busca-se a tentativa de contemplar os aspectos holísticos da educação, considerando quatro indicadores: a literacia, qualificações educacionais, conhecimentos e valores.

Tideman (2004 citado por Sales et.al., 2013) diz ser este o pilar base quando se fala em FIB, posto que, a educação é essencial para os seres humanos atingirem seu pleno potencial, tanto individual como coletivo.

#### **6.5.1.7. Diversidade Cultural**

No contexto do questionário GNH, que detém a ideologia FIB, a diversidade cultural é tratada no que diz respeito a forma como cada indivíduo percebe e reage às diferenças culturais, considerando que para o ser humano viver em sociedade a compreensão e, por vezes a tolerância, se fazem necessárias.

#### **6.5.1.8. Resiliência Ecológica**

Com a evidência da relevância do meio ambiente para o equilíbrio social e econômico das sociedades, principalmente a partir da ECO-92, esperava-se uma adesão maior dos países às medidas de conservação e preservação da natureza. Porém, as referências contábeis, estatísticas, através dos índices globais e nacionais, não contemplam a complexidade e amplitude das questões ambientais na vida social. O PIB é um grande exemplo, pois sua métrica restringe-se a medir a riqueza produzida por um país, ignorando a origem.

Como contraponto, o FIB traz a ideia da sustentabilidade e cuidado com a natureza, pois abarca questões como a qualidade da água, do ar e das florestas na sua metodologia de medição. Alinhado a isso, questões sobre consciência e atitude ambiental permeiam os aspectos abordados.

Assim, a resiliência ecológica é percebida no FIB, como no conceito de Gunderson (2000 citado por Sales et.al., 2013), sendo a forma como um sistema se recupera após um distúrbio. Este macro domínio assume grande importância para o entendimento da felicidade no contexto social, pois poderá prolongar a felicidade através do ato de recuperar e preservar as fontes de sustento, garantindo o futuro das gerações seguintes.

#### **6.5.1.9. Padrão de Vida**

O macro domínio padrão de vida refere-se ao bem-estar material da população, o qual garante o atendimento das necessidades materiais básicas exigidas para se ter uma vida confortável.

No território de estudo (ver figura 01, p.3), Polo Turístico Costa do Delta<sup>49</sup>, que na presente pesquisa congrega os municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, não abarcando Buriti dos Lopes, vem ao longo das últimas duas décadas apresentando um aumento constante no padrão de vida – de R\$178,87 para R\$289,33<sup>50</sup> – da população devido aos investimentos públicos do governo federal e valorização imobiliária (DATASUS, 2014). Porém, as cidades do Polo Costa do Delta ainda vivenciam uma realidade longe da ideal, pois o índice de desenvolvimento humano<sup>51</sup> ainda é muito baixo, em 0,584<sup>52</sup>, contrastando com a percepção de crescimento contínuo.

No questionário GNH utiliza-se indicadores para a medição do padrão de vida que proporcionam informações mais amplas sobre o território, como: renda domiciliar *per capita*, ativos e condições de habitação. Ativos incluem gado, terras e equipamentos, enquanto que as condições de habitação dizem respeito à moradia. Estes indicadores são analisados caso não haja informações complementares suficientes para o indicador renda familiar.

#### 6.5.2. Questionário para os Gestores Municipais e *Experts*/ Questionário Residentes

As questões relacionadas com a avaliação estratégica do turismo no Polo Costa do Delta e seus impactos socioambientais e econômicos resultantes das ações da iniciativa privada e poder público e, também, de projetos propostos em planos de ação como o PDITS – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, foram consideradas fundamentais para o estudo e proposta de planejamento estratégico, no intuito de permitir a construção de um modelo de desenvolvimento mais aberto e com foco nas pessoas, no âmbito das características sociais e econômicas, e comunidade, no que tange as relações entre os residentes, turistas, gestores, empreendedores-*experts*.

A constituição dos questionários sustenta-se na busca da identificação dos pilares do turismo, nas percepções das formas de desenvolvimento do turismo<sup>53</sup>, geração de emprego e renda<sup>54</sup> e, sobretudo, na proteção dos bens naturais e culturais<sup>55</sup>.

---

<sup>49</sup> Território designado pelo Ministério do Turismo no Mapa do Turismo Brasileiro, definindo o conjunto de destinos turísticos de interesse para as políticas públicas e investimentos.

<sup>50</sup> Renda *per capita* individual. Dados referentes a série temporal de 1991 a 2010 (DATASUS, 2014)

<sup>51</sup> Segundo o relatório da UNDP – Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas (2016), o menor IDH é a República Centro-africana com 0.352 e o maior é atribuído a Noruega com 0.949. Sendo assim, o valor médio mundial, considerando as variações entre o IDH máximo e mínimo atribuído aos países, é de 0.650.

<sup>52</sup> Média dos quatro municípios referente ao ano de 2010 (DATASUS, 2014)

<sup>53</sup> Maldonado, 2006; Roussel, 2006; Zaoual, 2008; Bartholo, Sansolo e Bursztyn, 2009.

<sup>54</sup> Goeldner, Ritchie e McIntosh, 2002; Montejano, 2001; Lage e Milone, 2001

<sup>55</sup> Pelegrini, 2006; Le Goff, 1997; Ballart, 2005.

Para compreender a aplicação dos inquéritos por questionário e as características da população estudada, o presente estudo valeu-se de metodologias específicas ao delimitar o universo da pesquisa e a amostra necessária para gerar a confiabilidade desejada, as quais são detalhadas a seguir.

## 6.6. Universo e Amostra

Pizam (1994) e Jennings (2001) compartilham do entendimento de que a investigação, na perspectiva do contexto do turismo, no processo de tomada de decisão no planejamento e gestão do turismo assume relevância e fundamenta as etapas seguintes.

A investigação é compreendida como toda a atividade que objetive captar dados e informações sobre um determinado fenômeno, valendo-se de uma metodologia sustentada em métodos científicos que ofereçam à pesquisa o rigor que proporcionará a confiabilidade necessária e que permita satisfazer os objetivos propostos (Jennings, 2001). Sendo assim, conquista-se ao fim um corpo de conhecimentos mais sólidos.

No turismo, segundo Pearce (1995) e Finn et.al. (2000), muitos investigadores têm adotado métodos desenvolvidos para outras áreas científicas sem atentarem-se para as especificidades refletindo criticamente e impondo-os a testes empíricos.

Até definir a técnica de amostragem a ser utilizada, a presente pesquisa levantou várias formas de se determinar a parte do universo da pesquisa que é de interesse e serventia para o estudo, como: as técnicas de amostragem probabilísticas e técnicas de amostragem não-probabilísticas (Quadro 26).

<b>Amostragens probabilísticas</b>	<b>Amostragens não-probabilísticas</b>
Amostragem aleatória simples	Amostragem por conveniência ou intencional
Amostragem assistemática	Amostragem bola de neve
Amostragem estratificada	Amostragem por quotas
Amostragem por <i>cluster</i>	
Amostragem multi-etapas	
Amostragem multi-fásica	

Quadro 26 – Técnicas de amostragem que podem ser utilizadas nas investigações em turismo  
 Fonte: Eusébio, C.; Kastenholz, E.; Carneiro, M.J. (s/d) com base em Davis (1996) e Reis e Moreira (1993)

Para definir a técnica de amostragem a ser utilizada, atentou-se para a adequação ao objetivo da pesquisa e a questão de partida (problema da pesquisa), avaliando-se os pontos positivos e negativos à recolha dos dados e informações.

Portanto, dos métodos de amostragem estudados optou-se pela escolha da forma aleatória simples, prevendo-se existir uma dificuldade eminente em restringir a população interessante à pesquisa, além das características de necessárias. Porém, a amplitude populacional da pesquisa respeitou as limitações impostas pelas características da população pesquisada, principalmente no que concerne a função e influência no território.

Considera-se como universo da pesquisa a totalidade de indivíduos que detém características definidas pelo objetivo para uma determinada pesquisa. E a amostra a parte do universo da pesquisa selecionada de acordo com regras específicas.

Desta forma o universo da pesquisa formou-se pela totalidade de gestores municipais do turismo (04 prefeitos, 04 vereadores-presidente da Câmara Municipal, 04 Secretários de Turismo, 04 Secretários de Infraestrutura e 04 Secretários de Administração), experts (05 Professores do Curso de Turismo da Universidade Federal do Piauí, 88 empresários da hotelaria e restauração associados a Rota das Emoções) e população residente (190.188 habitantes nos quatro municípios que constituem o território estudado – ver tabela 01) com idade entre 18 e 65 anos, sendo assim o universo da pesquisa constitui-se da seguinte forma:

- a) Gestores Municipais e experts: N=113
- b) População residente: N=190.188 (dados do censo de 2010 do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas)

	Ilha Grande			Parnaíba			Luís Correia			Cajueiro da Praia		
	H	M	HM	H	M	HM	H	M	HM	H	M	HM
G.M.: Prefeitos Municipais	01	00	01	01	00	01	00	01	01	01	00	01
Vereador-presidente da C.M	01	00	01	01	00	01	01	00	01	00	00	00
G.M.: Secretários de Turismo	01	00	01	01	00	01	01	00	01	01	00	01
G.M.: Secretários de Administração	01	00	01	01	00	01	01	00	01	01	00	01
G.M.: Secretários de Infraestrutura	01	00	01	01	00	01	01	00	01	00	00	00
Experts: Professores do Curso de Turismo	00	00	00	03	02	05	00	00	00	00	00	00

(UFPI)												
Experts: Empresários da hotelaria	01	00	01	14	01	15	05	00	05	02	00	02
Experts: Empresários da Restauração	01	00	01	39	03	42	15	02	17	02	00	02
População Residente*	114	23	137	56	164	220	07	09	16	04	00	11

Tabela 01 – Número de entrevistas realizadas através de inquérito por questionário por município do território estudado

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Já a amostragem do universo da pesquisa caracteriza-se como aleatória simples, pois julga-se que todos os elementos tiveram a mesma probabilidade de serem selecionados. No entanto, em atenção a Santos (2016), o cálculo amostral fixou-se nos seguintes parâmetros:

- a) **Erro amostral:** considera-se a diferença entre o valor estimado pela pesquisa e o verdadeiro valor. Para esta pesquisa a margem de erro foi fixada em 5%.
- b) **Nível de confiança:** é a probabilidade de que o erro amostral efetivo seja menor do que o erro amostral admitido pela pesquisa, sendo assim, com base na margem de erro, o nível de confiança é de 95%.
- c) **Percentuais máximo e mínimo:** não foram definidos, tendo em vista a falta de informação precisa que indicasse que os percentuais não passassem de um determinado valor.

Sendo assim, o cálculo da amostra do universo da pesquisa obedeceu a seguinte fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde:

n = amostra calculada    N = população    Z = variável normal padronizada pelo nível de confiança  
e = erro amostral        p = verdadeira probabilidade do evento

Portanto, obteve-se, a partir do cálculo com a fórmula acima descrita, uma amostra de 384 indivíduos, considerando a população residente, pois os gestores e *experts* concebeu-se como meta a totalidade do universo, conforme a Tabela 02.

	Universo			Amostra			Taxa de Resposta %		
	H	M	HM	H	M	HM	H	M	HM
G.M.: Prefeitos Municipais	03	01	04	03	01	04	100	0	75
Vereador-presidente da C.M	04	0	04	04	0	04	100	100	100
G.M.: Secretários de Turismo	04	0	04	04	0	04	100	100	100
G.M.: Secretários de Administração	04	0	04	04	0	04	100	100	100
G.M.: Secretários de Infraestrutura	04	0	04	04	0	04	100	100	100
Experts: Professores do Curso de Turismo (UFPI)	03	02	05	01	02	03	33,3	100	66.7
Experts: Empresários da hotelaria	22	03	25	22	03	25	100	100	100
Experts: Empresários da Restauração	51	12	63	51	12	63	100	100	100
População Residente*	92.619	97.569	190.188	116	268	384	100	99.6	99.7

\*Compõem a população residente todos aqueles que residem permanentemente nos municípios do território pesquisado, incluindo os gestores municipais e experts.

Tabela 02 – Universo, Amostra e Taxa de Resposta

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Considerando que as taxas de resposta, em termos globais e por gênero, nos valores obtidos são satisfatórios, verifica-se que a amostra é robusta.

No inquérito a presença do entrevistador pode ser determinante na escolha dos inquiridos, na coleta das respostas e para atestar a validade delas. Davis (1996) encara o inquérito como um processo ativo, no qual o entrevistador é passível de influenciar e de ser influenciado, que contrasta com outros métodos que detém maior passividade perante a observação.

Desta forma, as entrevistas deram-se em ambientes escolhidos pelos entrevistados, permitindo que se sentissem confortáveis e mais disponíveis para responder, pois cada entrevistado respondeu dois questionários (ver tabela 01). Não houve pré-seleção de entrevistados, exceto os que responderiam o questionário “Políticos e *experts*” devido a delimitação da amostra e características do entrevistado.

## 6.7. Análise e Interpretação dos dados

Nesta pesquisa obteve-se dados e informações a partir de três questionários (GNH, Gestores e Experts e Residentes), assim como de fontes secundárias. Desta forma, o intuito foi de, primeiramente, identificar o índice FIB nos quatro municípios do território delimitado, posteriormente, nos questionários Gestores e *Experts* e Residentes, definir os elementos fundamentais para a elaboração da análise PEST (Política, Economia, Social, Tecnologia).

Portanto, utilizaram-se diferentes formas de análise para os inquéritos realizados, atentando-se para o objetivo e característica do questionário usado.

### 6.7.1. Gross National Happiness (FIB)

Nesse questionário o intuito é definir o índice de Felicidade Interna Bruta (FIB) da população do Polo turístico Costa do Delta. O estudo caracteriza-se como quantitativo descritivo, pois, segundo Malhotra (2001, p.155) “ a pesquisa quantitativa procura quantificar dados e aplicar alguma forma de análise estatística”.

Para Vergara (2000) a pesquisa descritiva não tem o compromisso de proporcionar a explicação dos fenômenos estudados e descritos, mesmo servindo de base para algumas explicações. Porém, neste trabalho, estabelece correlações entre as variáveis, definindo a sua natureza.

O questionário GNH foi elaborado pelo Centro de Estudos do Butão (2010), o qual foi traduzido e adaptado. Desta forma, valeu-se de uma escala de Likert de cinco pontos a partir do balanceamento das alternativas de respostas, considerando a posição do meio como um ponto imparcial, na qual utilizou-se em seus extremos expressões que significassem posicionamentos opostos, como “Discordo totalmente” (nível 1) e “Concordo totalmente” (nível 5). Neste questionário, diferentemente dos outros dois, restringiu o público-alvo a toda população residente nos quatro municípios do território de interesse.

A escala do tipo Likert construída foi composta por um conjunto de itens que medem a felicidade (bem-estar subjetivo) do sujeito inquerido, calculando a média do nível selecionado para cada item.

Os dados obtidos foram tabulados e analisados utilizando-se o software SPSS – Statistical Package for the Social Sciences, versão 22.0. Para a análise, o método escolhido foi

a ANOVA – Análise de variância – de acordo com as médias das respostas para a distinção dos domínios do FIB que podem ter diferenças significativas entre os municípios pesquisados.

Kerlinger (1980), Polit (1995) e Wonnacott (1981) explicam que a ANOVA constitui-se de um procedimento estatístico utilizado para testar a significância das diferenças entre as médias de três ou mais grupos.

Antes de iniciar as análises dos dados, Pizam (1994 citado por Caldeira, 2014) evidencia que para testar uma teoria ou premissa, os conceitos nominalmente definidos devem ser submetidos a teste empírico, requerendo a sua definição operacional. Portanto, foi necessário identificar as dimensões do FIB, traduzindo-as em elementos mensuráveis (Quadro 27).

**Questionário GNH**

<b>Conceito</b>	<b>Dimensão</b>	<b>Fatores</b>	<b>Escala/s/variáveis</b>	<b>Codificação</b>	<b>Tipo de Escala</b>	<b>Referência</b>
Bem-estar psicológico e espiritual	Satisfação com a vida	Satisfação dominante (seção 3)	Qual a avaliação da sua vida neste momento?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Com base em Malhotra, 2001; Andrews, 2007; Comte-Sponville, 2001; Corbi, R. B. & Menezes-Filho, 2006; Dantas, A.R. (2008); Ura (2008)
		Distribuição do tempo (seção 6)	Em uma semana típica, quanto do seu tempo você é capaz de passar a fazer os tipos de coisas de que você gosta?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível		
Saúde	Satisfação em realizar atividades diárias	Distribuição do tempo (seção 6)	Quanto do seu tempo você é capaz de passar a fazer os tipos de coisas de que você gosta?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Ura (2008); Arruda (2008); Gouveia, N. (1998); World Health Organisation (1996)
		Qualidade do meio ambiente (seção 11)	Quão saudável é o seu ambiente físico?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível		
Uso equilibrado do tempo	Satisfação no uso do tempo	Distribuição do tempo (seção 6)	Quanto do seu tempo você é capaz de passar a fazer os tipos de coisas de que você gosta?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Arruda (2008); Ura (2008)
		Trabalho (seção 14)	O que melhor descreve a sua vida atual de trabalho?			
Boa governança	Satisfação com o governo	Governança (seção 12)	Quão satisfeito você está com o trabalho do governo da sua cidade?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Ura (2008); Faris (2004); Trentin (2014); Kaufmann et.al.(2005)
		Seu bairro (seção 10)	No seu bairro o que é importante ter?			
Vitalidade Comunitária	Satisfação e confiança	Vitalidade da comunidade (seção 7)	Qual o seu nível de confiança com as pessoas?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Maldonado (2005); Ura (2008); Sampato (2005); McMillian (1976)
		Apoio social (seção 8)	Quão satisfeito você está com suas relações pessoais?			
Educação	Satisfação com a educação	Acesso a educação, arte e cultura (seção 9)	Com se dá o seu acesso à educação formal e informal?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Ura (2008); Tideman (2004)

Diversidade cultural	Satisfação e integração com a cultura	Satisfação dominante (seção 3)	Qual a sua satisfação com o seu acesso as oportunidades em educação na sua comunidade?			
Resiliência ecológica	Satisfação com a qualidade do ambiente	Acesso a educação, arte e cultura (seção 9)	Como você descreveria seu sentimento de pertencer a sua comunidade?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Brant, L. (2002); Chauí, M. (2000); Ura (2008)
		Satisfação dominante (seção 3)	Qual a sua satisfação com o seu acesso as artes e cultura na sua comunidade?			
Padrão de vida	Satisfação com a qualidade do ambiente	Seu bairro (seção 10)	Qual a satisfação com a qualidade do ambiente no seu bairro?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Farral (2012); Berkes, F. e Folke, C. (1992); Ura (2008); Folke, C. (2006)
		Qualidade do meio ambiente (seção 11)	Quão saudável é o seu ambiente físico?			
Padrão de vida	Satisfação com a suficiência do dinheiro	Bem-estar material (seção 13)	Tens dinheiro suficiente para comprar as coisas que queres?	De 1 = pior possível a 5 = melhor possível	Likert	Ura (2008); Guerreiro (2004); Veenhoven (2000)
		Trabalho (seção 14)	Quão satisfeito você está com o equilíbrio entre o tempo que você gasta em seu trabalho e tempo gasto em outros aspectos da sua vida?			

Quadro 27 – Operacionalização do questionário FIB (Domínios/dimensões)

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

## 6.7.2. Questionário Gestores públicos (políticos e administradores públicos) e *experts*/ Questionário Residentes

Ao questionário destinado aos políticos, administradores públicos (gestores) e *experts* foi definido o uso, em duas diferentes etapas, três métodos de análise: Em primeiro utiliza-se uma análise atentando-se para a média das respostas para os domínios definidos; num segundo momento faz-se uso da análise de conteúdo para as questões abertas, para auxiliar no processo decisório de definição das estratégias do modelo de planejamento estratégico proposto no Capítulo IX.

Selltiz et.al. (1974 citado por Barros, 1990) objetiva-se com a análise de conteúdo elencar as observações, no intuito de obter o sentido mais amplo das respostas para as questões da pesquisa, por meio da sua ligação a outros conhecimentos já adquiridos.

Barros (1990) indica que a interpretação possibilita a busca da compreensão que mais explique os resultados da pesquisa. Sendo assim, a análise de conteúdo desenvolvida nesta pesquisa segue as seguintes fases de análise: 1º- Contato inicial com a mensagem, com busca de documentação paralela para complementação da análise/ caracterização dos conceitos utilizados (Parte II). 2º- Realização da análise, operacionalizando-se os processos de codificação, categorização e quantificação dos dados. 3º- Tratamento das informações obtidas.

Bardin (1977, p.160) diz que: A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, obter indicadores quantitativos ou não, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) das mensagens.

Já ao questionário Residentes limitou-se as análises uni e bivariadas, estabelecendo-se a média das respostas para os domínios delimitados, permitindo, posteriormente, o estabelecimento de correlações e nível de significância ( $X^2$  – Qui-quadrado) entre as variáveis do próprio questionário (Firmino, 2015) e, também, com as do GNH. O SPSS 22.0 foi a ferramenta informática definida como a mais adequada para dar o tratamento analítico necessário.

### 6.7.3. Questionário residentes (questões abertas)

Para analisar os dados captados dos inquéritos não passíveis de serem quantificados, optou-se, sustentando-se nas características da pesquisa e recolha das informações, pelo método de análise de conteúdo, pois é “uma técnica de pesquisa que trabalha com a palavra, permitindo de forma prática e objetiva produzir inferências do conteúdo da comunicação de um texto replicáveis ao seu contexto social” (Bauer, 2002 citado por Cargnatto; Mutti, 2006 p. 682).

Desta forma, para proporcionar uma melhor e mais precisa análise dos conteúdos utilizou-se o software MAXQDA 12, analisando as variáveis relevantes ao estudo, como Bem-estar psicológico, Saúde, Uso do Tempo, Educação, Diversidade Cultural e resiliência, Governança, Vitalidade Comunitária, Diversidade ecológica e Padrão de vida, através da frequência das palavras-chave à inferência através da identificação objetiva das características do conteúdo/ mensagem analisado (Weber, 1985 e Bardin, 1977). Portanto, evidencia-se que o caráter social da análise de conteúdo explicita-se como uma técnica que fixa-se na produção de inferências de um determinado conteúdo para o seu contexto social (Bauer e Gaskell, 2002).

Desta forma, a definição e opção por debater sobre felicidade, sustentada na visão do FIB – Felicidade Interna Bruta, justifica-se, pois atende alguns questionamentos iniciais sob a ótica das transformações no território, como: as mudanças necessárias são para adaptar o território impacta na relação dimensões do FIB com as categorias de análise estabelecidas no desenvolvimento a escala human de Max-Neef (2010)? Qual a percepção do residente nessa relação?

Para tanto, desenvolveu-se o inquérito por questionário estruturado com nove perguntas abertas, ou seja, foi proporcionado ao inquirido a liberdade necessária e desejada para responder. A aplicação do questionário, assim como as entrevistas, deu-se na mesma ocasião dos demais questionários (GNH, Gestores/*Experts* e Residentes).

Sendo assim, valeu-se da matriz estruturada das necessidades humanas (ver quadro 46, p.321) na perspectiva de que não há hierarquia das necessidades.

## 6.8. Síntese

Evidenciou-se, neste capítulo, o posicionamento filosófico do trabalho de pesquisa, o qual caracteriza-se pela postura crítica fundamentada no fenômeno turístico e preocupada em expor, não só o aspecto quantitativo econômico, mas, também, as relações sociais e as necessidades e anseios humanos.

Para tanto, a metodologia estabelecida fixa-se na aplicação de técnicas específicas, com instrumentos apropriados de recolha de dados e informações, assim como de métodos de análise que permitem não só apresentar a problemática do território, mas, através dela e da realidade percebida, ordenar elementos que contribuem para a compreensão do contexto político e administrativo do turismo no território estudado, tornando-se um contributo relevante à construção de um conhecimento científico.

Os dados originais sobre a Felicidade Interna Bruta dos municípios do Polo Turístico Costa do Delta, o turismo e suas influências na economia, meio ambiente, relações sociais e tecnologia, induzem a medidas de ação e tomadas de decisão, as quais evidenciam-se nos próximos capítulos, aprofundando a reflexão do modelo de desenvolvimento do território e do uso do planejamento estratégico como ferramenta adequada de intervenção e integração dos grupos de interesse.

## **PARTE IV – RESULTADOS E PROPOSIÇÕES: MODELO DE DESENVOLVIMENTO E O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

### **CAPÍTULO VII – CONHECENDO O TERRITÓRIO EM ESTUDO: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO SITUACIONAL**

#### **7.1. Introdução**

O Estado do Piauí, um dos 27 que compõem a República Federativa do Brasil, abarca uma área de aproximadamente 252 Km<sup>2</sup>, compatível com 16% do território nordestino e 3% do Brasil, de acordo com dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística do Brasil.

A divisão político-administrativa do estado piauiense abrange 224 municípios (Figura 51), reconhecidos e agrupados pelo IBGE em quatro mesorregiões e 15 microrregiões geográficas, porém, para fins de geração e implementação de políticas públicas, subdividi-se em quatro macrorregiões e onze territórios de desenvolvimento e vinte e seis aglomerados. Sendo que o Polo Costa do Delta, território objeto de estudo por esta tese, encontra-se na porção compreendida como T.D – Território de Desenvolvimento Planície Litorânea, a qual abarca os municípios de Parnaíba, Ilha Grande, Luís Correia e Cajueiro da Praia no que se refere ao aglomerado 01 (CEPRO, 2010). Todo o território da T.D. 01 corresponde a divisão político-administrativa do turismo no estado do Piauí denominada Polo Costa do Delta, no qual a maior parte das atividades turísticas que detém maior atratividade e apelo mercadológico desenvolve-se em áreas protegidas, tanto na APA – Área de Proteção do Delta do Parnaíba quanto na RESEX – Reserva Estrativista.

Dos quatro municípios, Parnaíba é o principal núcleo de suporte ao turista, sendo classificada pelo Ministério do Turismo como um destino indutor do turismo regional. Contudo, Parnaíba ainda tem participação tímida no turismo da região meio-norte, mantendo-se em destaque Barreirinhas no Maranhão e Jericoacoara no Ceará, as quais, em conjunto com Parnaíba, forma a “Rota das Emoções”.

Considerando os três estados que integram o consórcio Rota das Emoções, o Piauí é o que apresenta o menor fluxo turístico, evidenciando-se como dependente da demanda atraída pelos estados vizinhos. Esta percepção é compartilhada pelos atores locais (Gráfico 01), os quais, destacam a falta de políticas públicas para dinamizar o setor no território piauiense e

ênfatisam a inexistência de dados estatísticos consolidados do fluxo turístico do Polo Costa do Delta e da Rota das Emoções.

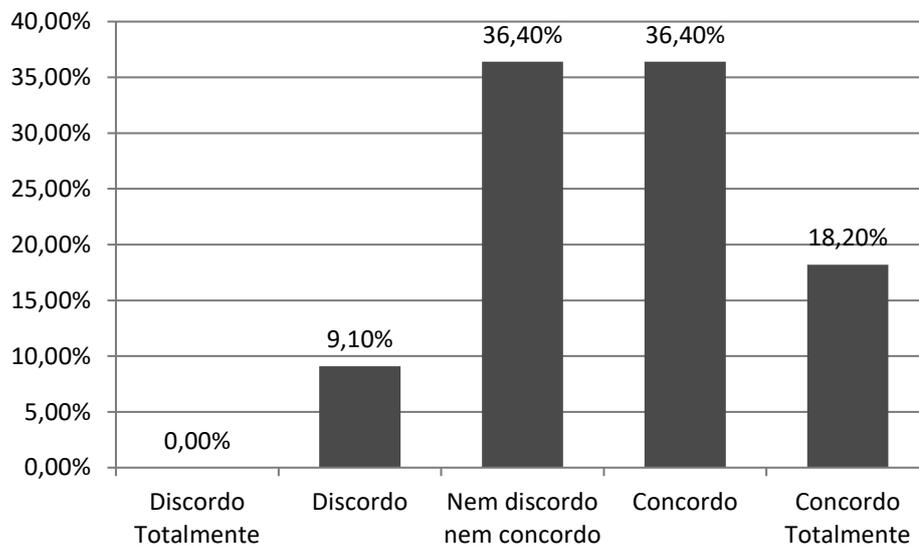


Gráfico 01 – Fluxo turístico é incipiente

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

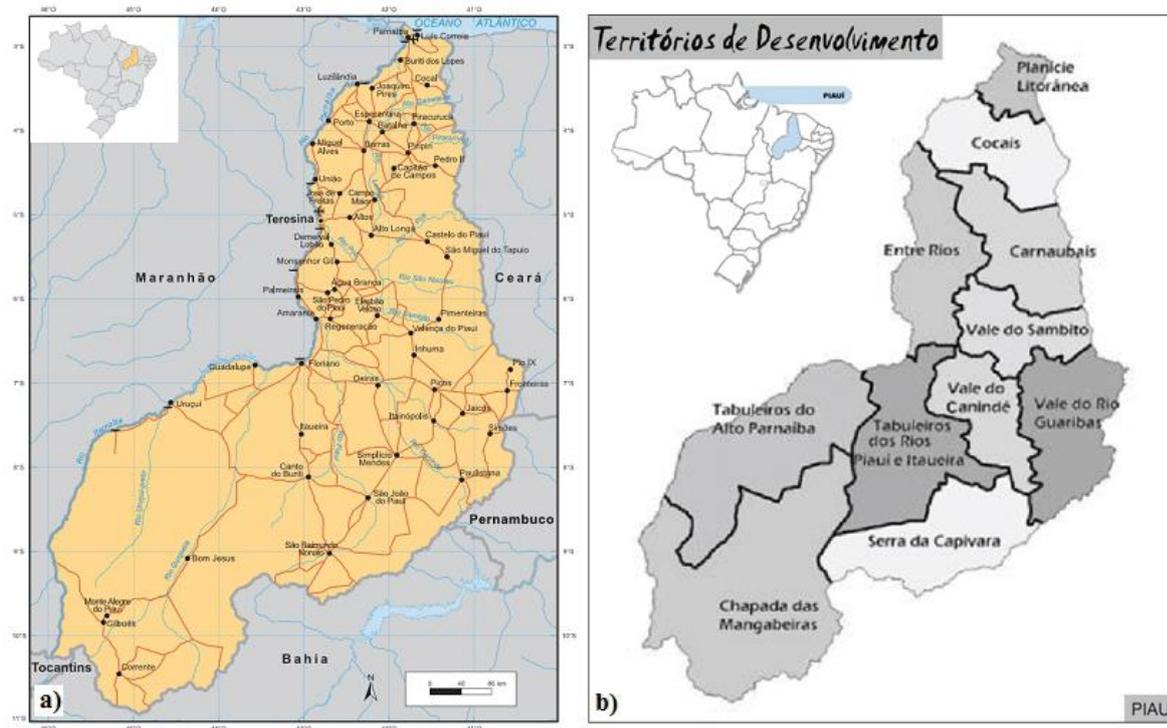


Figura 46 – Organização Político-administrativa do Estado do Piauí  
Fonte: CEPRO, 2005.

Desta forma, estabelecer parâmetros que definam se o turismo está crescendo exige conhecer o território, compreendendo a dinâmica territorial do turismo e seus impactos dentro e fora dos limites do polo turístico.

Sendo assim, estabelecem-se três grandes ações para entender o setor: elaborar um diagnóstico estratégico situacional, como parte inicial e integrante do planejamento estratégico; definir o modelo de desenvolvimento turístico para a região; e o instrumento norteador das políticas públicas e outras ações que atendam a uma visão de futuro desejada.

O diagnóstico do território do Polo Costa do Delta baseou-se em levantamentos de informações, a partir de documentos oficiais do Ministério do Turismo, Banco do Nordeste, Instituto CEPRO e SEBRAE-PI, se caracterizando como uma oportunidade de reflexão e ordenamento de dados.

Com base no diagnóstico estratégico, desenvolveu-se um modelo de desenvolvimento turístico calcado na participação popular, na análise a partir das necessidades e desejos da população local, na percepção da felicidade com base em indicadores específicos e complementares e no reconhecimento da relevância de um ambiente solidário para estabelecer a dinâmica adequada ao turismo no território que responda aos estímulos provenientes das relações ambientais no sistema turístico.

Maldonado (2005) indica que os efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais do turismo evoluem nas comunidades através de um conjunto de variáveis críticas, as quais são analisadas através dos métodos de análise PEST-AL (Político, Econômico, Social, Tecnológico, Ambiental e Legal) e SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), com o intuito de perceber o potencial do território e os fatores limitativos endógenos dos municípios partícipes do polo turístico, assim como os fatores e circunstâncias externos que operam no entorno e definem, a partir de perturbações ao sistema turístico, oportunidades e ameaças ao Polo Costa do Delta.

Desta forma, por fim, define-se o planejamento estratégico como instrumento orientador das intervenções no território para garantir o desenvolvimento desejado e calcado nos valores que diferenciam o polo como destino turístico.

## **7.2. Contexto Geral do Turismo e municípios na Área de Abrangência do Polo Turístico Costa do Delta**

O Polo Costa do Delta, apesar de ter em seu território rico e diverso ambiente natural, ainda não goza de destaque no âmbito do turismo de natureza ou ecoturismo em nível

nacional e tão pouco fora do Brasil. Porém, aos poucos essa realidade está mudando e a cada ano a região atrai novos investidores provenientes de outros estados brasileiros e também de outros países que, geralmente, investem no ramo hoteleiro.

Juntamente com o Parque Nacional da Serra da Capivara, sul do Piauí, o Polo Costa do Delta é o principal destino turístico do estado, o qual tem papel decisivo na competitividade no mercado turístico. Baptista (2010) descreve o território como zona costeira, compreende aproximadamente 1.200Km<sup>2</sup> e localiza-se entre as coordenadas geográficas de 2°42'35'' de latitude sul e 41°14'53'' e 41°52'46'' de longitude oeste, tendo em vista que os municípios integrantes do Polo são todos litorâneos. Com uma extensão linear de 66 Km o território apresenta como limites e divisas o oceano Atlântico ao norte, o estado do Ceará a leste e o estado do Maranhão a oeste.

Macedo (2002) define a região descrevendo-a como detentora de terras planas com praias extensas e falésias, o qual denomina de “litoral de dunas”. Desta forma, com recursos naturais ímpares, devido as ecossistemas presentes e paisagem singular, segundo o Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico no Piauí (2012), o território apresenta vocação para o desenvolvimento de atividades turísticas nos segmentos de ecoturismo, sol e praia, turismo de aventura e turismo desportivo.

Dos quatro municípios piauienses que compõem o Polo Costa do Delta, Parnaíba destaca-se, com base na categorização do Ministério do Turismo (2012), como destino indutor do turismo na região, pois apresenta características de núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos, definindo a dinâmica econômica regional.

Mesmo considerada como destino indutor, Parnaíba, assim como os três demais municípios gozam de um turismo sazonal, concentrado em poucas épocas do ano. Isto ocorre por vários e diferentes motivos, porém destaca-se o difícil acesso, pois somente no ano de 2016 voltaram ao aeroporto da cidade voos nacionais, onde, até então, a viagem rodoviária era principal forma de deslocamento de longa distância, tendo em vista as condições razoáveis das estradas federais que cortam o território e ligam aos principais polos emissores de turistas.

Com o retorno dos voos nacionais à região do delta, o aumento do número de turistas tornou-se uma possibilidade concreta. Esse crescimento no fluxo turístico trará benefícios, devido o aumento dos gastos dos turistas e investimentos público e privado no setor, mas também algum ônus, considerando os impactos negativos ao ambiente natural e social.

O desenvolvimento das atividades turísticas e o crescimento do fluxo de visitantes desperta o interesse de outros setores da economia, não menos importantes mas de maior impacto negativo, como o mercado imobiliário, o qual nos últimos 8 anos impôs aos

municípios um aumento significativo no valor das terras. Segundo o site de notícias G1 (2012) no ano de 2011 a cidade de Parnaíba foi a que mais cresceu no Brasil, chegando a marcar 229% como índice de crescimento, justificando a elevação nos preços das terras.

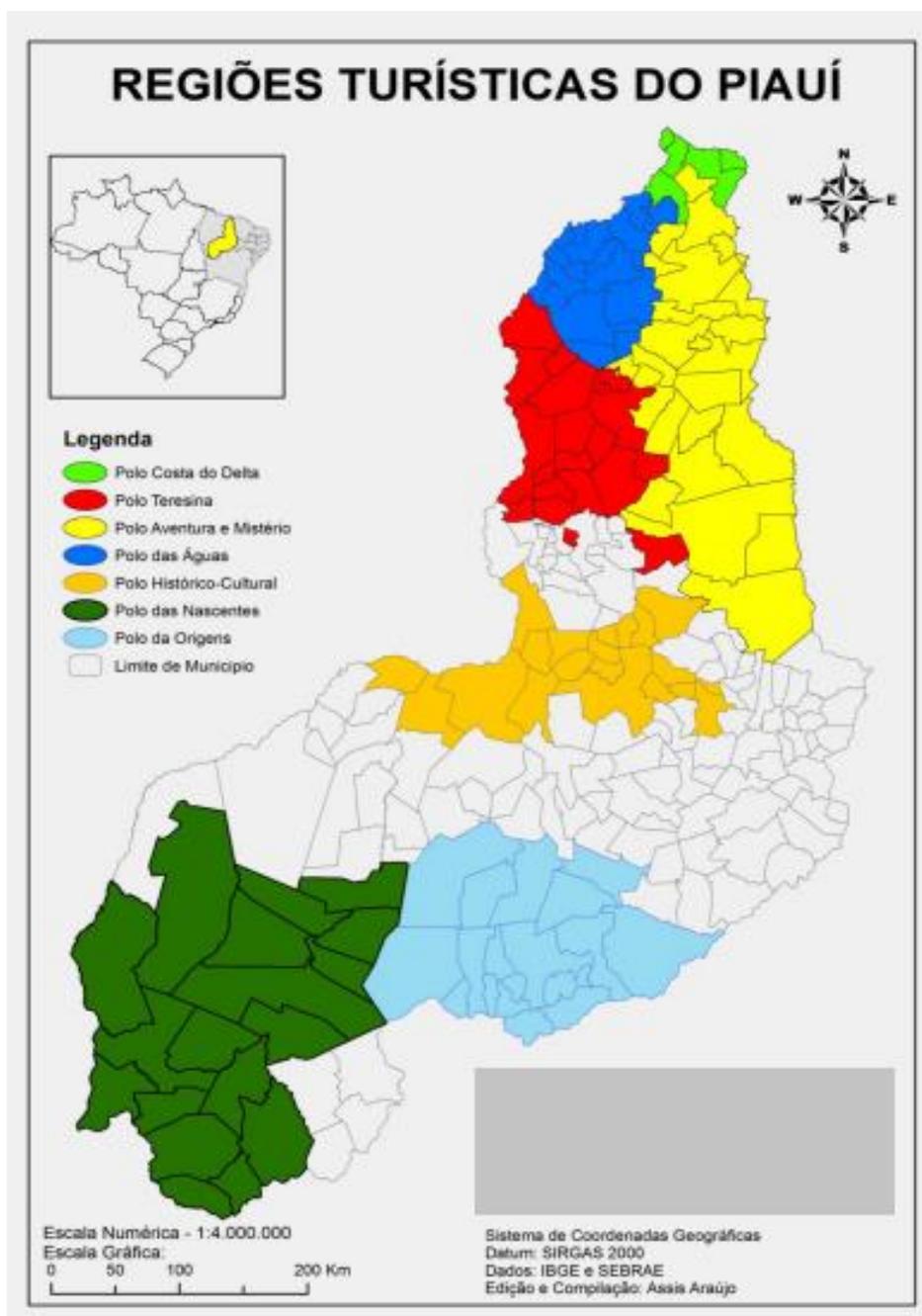


Figura 47 – Regiões Turísticas do Estado do Piauí  
Fonte: IBGE/SEBRAE, 2012.

Neste contexto, entre as cidades que mais emitem turistas à região do Polo Costa do Delta Teresina destaca-se, pois a proximidade com o litoral, aproximadamente 380 Km, faz dos municípios litorâneos destinos preferenciais. Porém, a característica primaz do fluxo

turístico capital-litoral é a de segunda residência, auxiliando no aquecimento do mercado imobiliário.

O turismo no litoral piauiense, segundo o SEBRAE (2012), apresenta como motivação específica, justificando o deslocamento, a procura pelo Sol e Praia, visita a parentes e amigos e busca das belezas naturais da região (Tabela 03).

<b>Motivação</b>	<b>Litoral</b>
Sol e Praia	70,08%
Beleza Natural	17,05%
Visita a parentes e amigos	18,31%

Tabela 03 – Motivação para o turismo no litoral do Piauí  
Fonte: SEBRAE, 2012.

Com uma incidência expressiva de sol ao longo do ano, compreende-se o interesse pelo Sol e Praia, pois unificada as belezas naturais, torna a região litorânea atrativa. Porém, a infraestrutura não acompanha o crescimento do fluxo de visitantes, tendo em vista que os municípios, pela baixa arrecadação de impostos, não tem força econômica para desenvolver os equipamentos públicos necessários ao apoio das atividades turísticas.

A fragilidade dos ambientes naturais da APA – Área de Preservação Ambiental – Delta do Parnaíba exige medidas específicas na minimização dos impactos negativos oriundos do turismo. Desta forma, a adoção de estratégias que objetivem o desenvolvimento sustentável do setor turístico e, fundamentalmente, que abarquem as comunidades, no intuito de gerar e distribuir renda e oportunizar o crescimento do número de empregos à população local, se faz necessária. O ICMBIO – Instituto Chico Mendes de Biodiversidade – tem uma atuação no sentido de apoiar o uso do território para fins turísticos, garantindo a obediência às leis ambientais.

Sendo assim, o território Polo Costa do Delta (Figura 48) integra-se no principal produto turístico regional, a Rota das Emoções. Formada pelo consórcio de três estados do nordeste (Maranhão, Ceará e Piauí), a Rota das Emoções é um projeto cujo objetivo é o de promover o crescimento integral de forma sustentável e socialmente equitativa, articulando as ações públicas nas esferas federal, estadual e municipal, com o apoio de organizações da sociedade civil e iniciativa privada (Filho, 2014).



número de empresas quanto na demanda, mas nos últimos anos com perceptível ampliação na participação do mercado turístico nordestino, tendo em vista o aumento no número de turistas circulando pelas cidades do Polo.

Esta porção do território do Piauí apresenta uma diversidade biológica e paisagística ímpar (Cavalcanti, 2004), destacando-se entre os cenários do litoral o Delta do Rio Parnaíba (ver Figura 50), o qual é o único em mar aberto das Américas e um dos três no mundo (os outros dois são o do Rio Mekong no Vietnã e o do Rio Nilo no Egito).

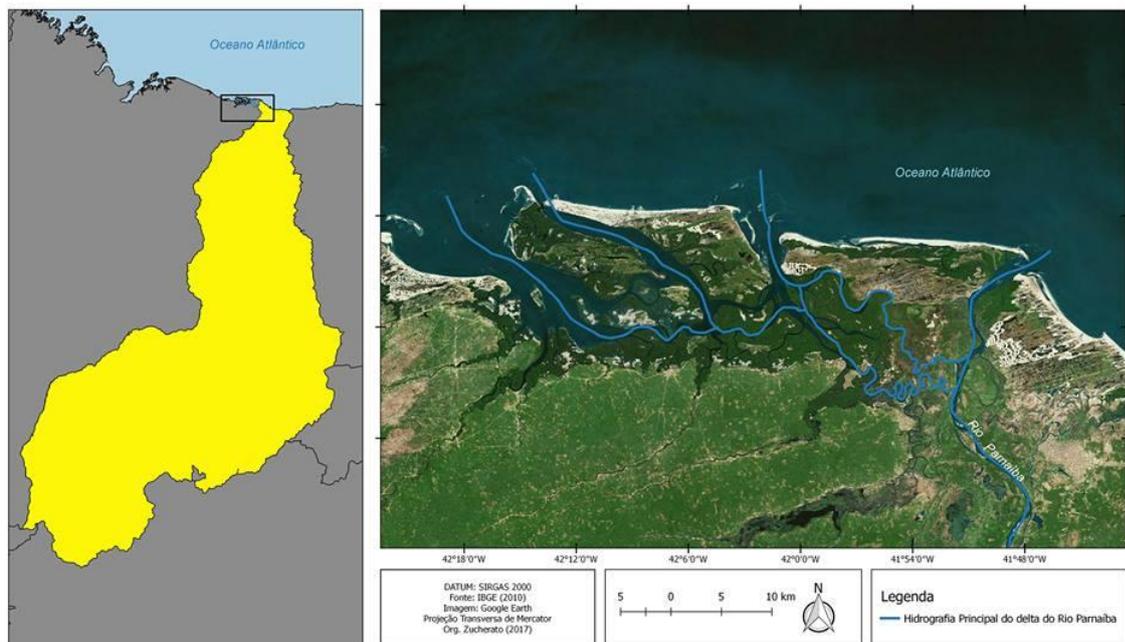


Figura 50 – Delta do Rio Parnaíba  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016 com base no Google Earth

Constituído de aproximadamente 80 ilhas e ilhotas o Delta forma-se a partir da divisão do Rio Parnaíba em cinco bocas, cujas águas desembocam no oceano Atlântico, no sentido oeste-leste, sendo elas: Tutóia, Melancieira ou Carrapato, Caju, Canárias – no lado maranhense – e Barra do Rio Igaracú – no lado piauiense, formando ecossistemas que guardam valiosa diversidade de fauna e flora distribuídos nos 2.700Km<sup>2</sup> de área, aproximadamente, numa orla de 90Km de comprimento por 30Km de largura. Desta forma, em conjunto com os atrativos naturais ao longo do litoral piauiense, o turismo apresenta-se como o maior beneficiário da variedade de recursos naturais e das diferentes paisagens.

O Polo Costa do Delta é formado política e administrativamente por cinco municípios, porém somente quatro são objeto de estudo nesta tese, sendo eles Ilha Grande, Parnaíba, Luís

Correia e Cajueiro da Praia, os quais compreendem os 66Km de extensão litorânea e parcialmente integrados turisticamente pela Rota das Emoções.

Maia, Martins e Baptista (2011) descrevem as rotas como práticas turísticas que oferecem temáticas de interesse ao mesmo tempo que facilitam o acesso a outras atrações ou locais. Já Quijano et al (1992 citado por Correia, 2005) define que a rota é uma descrição de um caminho, o qual especifica lugares e indica uma série de atividades e serviços ao longo de sua extensão.

No caso do Piauí, a Rota das Emoções (Figura 51) ainda não apresenta a integração desejada, pois a ausência de uma instituição gestora com força política para encaminhar as demandas e soluções, liderando o processo de desenvolvimento, faz com que haja uma escassez de participação das autoridades municipais. Esta deficiência ao objetivo de ser competitivo no mercado turístico nordestino traz consigo desafios que perpassam a disputa político-partidário.



Figura 51 – Mapa ilustrativo da Rota das Emoções (MA – PI – CE)  
Fonte: <http://www.dondeandoporai.com.br/>, publicado em maio de 2013.

Mesmo assim, há uma entidade líder no processo de desenvolvimento da Rota, é o SEBRAE, o qual, atualmente, desempenha o papel de gestor, planejador e fomentador de

iniciativas empreendedoras, orientando desde as discussões primárias com os atores locais até a promoção da Rota e destinos que dela participam nos mercados nacional e internacional de turismo, porém eximindo-se de questões referentes a infraestrutura dos destinos turísticos.

Outro ator institucional surgiu para a gestão do território turístico, a ADRS – Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável, compreendendo os estados do Ceará, Piauí e Maranhão, que “nafragou” em 2009 com a desativação do consórcio. Outras entidades tentaram apresentar algum protagonismo, mas também não obtiveram o êxito esperado, como foi o caso da ONG – Organização Não Governamental CARE. Porém, somente no ano de 2016, com a mediação do Ministério do Turismo, a ADRS foi reativada com a assinatura do contrato de rateio entre o Ministério do Turismo e os estados do Piauí, Maranhão e Ceará.

Além da ADRS, atualmente mantém-se outros atores partícipes da gestão da Rota das Emoções, como o ICMBIO – Instituto Chico Mendes da Biodiversidade, AETRE – Associação dos Empresários de Turismo da Rota das Emoções e SEBRAE (Quadro 28).

<b>Âmbito</b>	<b>Atores</b>		
<b>Federal</b>	Ministério do Turismo	Embratur	SEBRAE
<b>Estadual</b>	Maranhão	Ceará	Piauí
<b>Municipal</b>	Araióses Barreirinhas Paulino Neves Santo Amaro Tutóia	Barroquinha Camocim Chaval Cruz Jijoca de Jericoacoara	Cajueiro da Praia Ilha Grande Luís Correia Parnaíba
<b>Unidades de conservação</b>	Federal (6)	Estadual (3)	Municipal (1)
<b>Outros</b>	Instituto Chico Mendes - ICMBio (administra os Parques Nacionais e as APAs)		

Quadro 28 – Atores partícipes da gestão da Rota das Emoções

Fonte: Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções – Produto V, 2014.

Referente ao estado do Piauí, somente os municípios do Polo Costa do Delta e a capital Teresina são os que mais gozam dos efeitos diretos das iniciativas no turismo do setor privado e do fluxo de turistas. Sendo assim, a especial atenção para com os destinos de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, justifica-se, pois, além de compreenderem o território/objeto de estudo, apresentam características que os tornam competitivos na atração de turistas e investimentos.

### 7.2.1. Aspectos Gerais dos Municípios do Território Polo Costa do Delta

A esfera política, em qualquer destino turístico, é relevante à dinâmica do setor, seja pela ação direta através de políticas públicas ou pela ação indireta das leis. Burns e Novelli (2009) destacam que o turismo e suas entidades são afetados pelos governos e admitem que o poder político influencia em mudanças para o presente e futuro.

Borges (2014) indica, a partir de Heidemann e Salm (2010, p. 28-29), que a política pode ser concebida e compreendida como “o conhecimento dos fenômenos ligados à regulamentação e ao controle da vida humana em sociedade, como também à organização, ao ordenamento e à administração das jurisdições político-administrativas”.

No contexto brasileiro a legislação atende a uma hierarquia rígida, onde a esfera municipal não se sobrepõe à federal.

Portanto, as políticas públicas, atividades comerciais e outras que influenciam no desenvolvimento do turismo e do território são regidas por um conjunto de leis que atendem a seguinte hierarquia (Figura 52):



Figura 52 – Hierarquia da legislação no Brasil  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Desta forma, entre os instrumentos no âmbito de cada município brasileiro, destaca-se o Plano Diretor como documento ordenador de caráter político-territorial, o qual, segundo o Estatuto da Cidade (Lei nº10.257/2001), é um instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana obrigatório a todos os municípios que tenham população acima de 20.000 habitantes ou cornubados. Sendo assim, Ilha Grande (Lei nº190/2007), Parnaíba (Lei nº2.296/2007), Luís Correia (Lei nº695/2010) e Cajueiro da Praia (Elaborado no ano de 2007) tem seus planos diretores.

Castrogiovanni (2000) relata que o turismo está diretamente ligado ao espaço municipal, pois é deste território que os visitantes se apropriam. Mesmo não sendo o único território do turismo, o espaço municipal detém regras que delimitam os direitos e deveres da população residente e flutuante, as quais apoiam-se nos instrumentos de gestão do território, sendo o mais comum o plano diretor, no intuito de oportunizar um ambiente equilibrado que facilite a superação de conflitos e problemas existentes, considerando os potenciais sociais, econômicos e ambientais.

É neste contexto que o Estatuto da Cidade indica os instrumentos de gestão ao poder público municipal, dando-lhe condições técnicas e legais de intervir nos processos de planejamento no objetivo de garantir o direito das pessoas às cidades sustentáveis.

### 7.2.1.1. Ilha Grande

O município de Ilha Grande (Figura 53) tem na sua posição geográfica o seu maior diferencial das demais cidades da região, pois localiza-se no extremo oeste do litoral do Piauí, considerada a porta de entrada para o Delta do Rio Parnaíba, estendendo-se territorialmente por 134,318Km<sup>2</sup>.

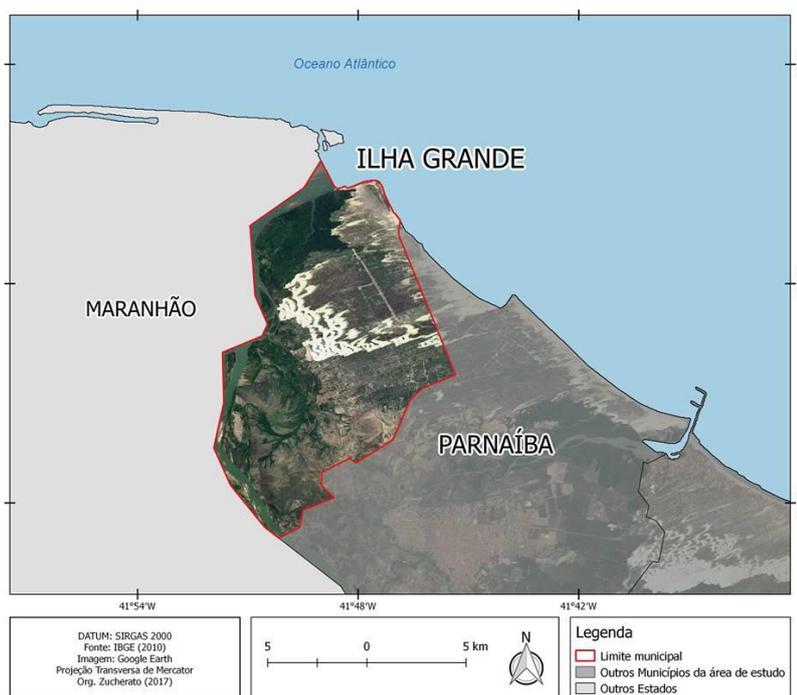


Figura 53 – Município de Ilha Grande  
Fonte: IBGE, 2016.

<b>Dados do Município (Censo 2010 e Estimativa 2016)</b>	
População Estimada para 2016 (hab)	9.242
População em 2010 (hab)	8.914
Área da unidade territorial (Km <sup>2</sup> )	134.318
Densidade demográfica em 2010 (hab/Km <sup>2</sup> )	66.36

Tabela 04 – Dados gerais de Ilha Grande  
Fonte: IBGE, 2016.

Turisticamente o município depende da cidade vizinha, Parnaíba, no que consta a hospedagem, restauração e agenciamento de passeios locais, regionais e viagens, tendo em vista gozar de melhor infraestrutura turística, definindo um alto grau de interação. Porém, economicamente, Ilha Grande tem em sua principal fonte de receitas o artesanato e as atividades pesqueiras.

PIB total em 2013 (US\$)	14.660,37
IDH – PNUD/2013	0.563
Índice de GINI	0.35

Tabela 05 – Dados gerais do Município  
Fonte: IBGE, 2016

O município de Ilha Grande é detentor de grande parte da porção territorial do Delta do Rio Parnaíba, como também Morro Branco, formado por grande extensão de dunas móveis. Além de ser a porta de entrada ao Delta, detém o único cais para saída de embarcações, o pequeno Porto dos Tatus, o qual é o mais relevante equipamento de apoio ao turismo e da atividade pesqueira, suportando pequenas embarcações.

Para gerir o território municipal, o poder público estrutura-se administrativamente da seguinte forma:

<b>ORGÃO</b>
Gabinete do Prefeito
Secretaria de Administração e Finanças
Controladoria Feral do Município
Sec. de Educação, Cultura, Esporte e Lazer
Secretaria de Saúde
Sec. De Turismo, Desenvolvimento, Econ., e Meio Ambiente
Secretaria de Desenvolvimento Social
Secretaria de Obras e Serviços Urbanos
Secretaria de Pesca e Agricultura

Quadro 29 – Estrutura Administrativa da Prefeitura Municipal de Ilha Grande  
 Fonte: Prefeitura Municipal de Ilha Grande, 2016.

Neste contexto da estrutura político-administrativa, a inserção da sociedade dá-se pelos conselhos municipais, os quais são regidos por legislação específica à sua natureza. Segundo o PPA 2014-2017, Ilha Grande mantém os seguintes conselhos: Conselho Municipal do PNAE, Conselho Municipal do FUNDEF, Conselho Municipal de Saúde, Conselho Municipal de Assistência Social, Conselho Municipal da Criança e do Adolescente, Conselho Tutelar, Conselho Municipal de Turismo e Conselho do Meio Ambiente.

Em Ilha Grande o Conselho Municipal de Turismo não tem funcionamento regular, as reuniões não são periódicas, mas esporádicas e sem a participação de importantes atores de influência regional e conhecimento técnico, como a Universidade Federal do Piauí. Desta forma, a influência do Conselho de Turismo é fraca e com pouca força política devido a baixa representatividade da sociedade.

Além da estrutura político-administrativa, o município de Ilha Grande orienta-se, referente ao crescimento e ocupação do espaço, pelo Plano Diretor Municipal (Lei nº190/2007), que trata, além das questões do ordenamento territorial, do tema do turismo sustentável e da conservação ambiental. No que tange ao turismo, o documento não define uma política específica, fixando-se apenas na criação de uma Zona de Interesse Turístico (art. 5º, III), na delimitação de espaços a serem usados pelo turismo (art. 13, II, g) e na colocação da atividade turística como uma das diretrizes específicas para o desenvolvimento econômico municipal (art. 13, IV, a). Assim, responsabiliza o ordenamento territorial com o dever de contribuir ao incentivo do segmento do ecoturismo, devido as características naturais do

município, e a elaboração de roteiros dentro do território que aproveitem as potencialidades que o ambiente oferta, além de definir a necessidade de um calendário de eventos (art. 24).

As políticas públicas em turismo no município de Ilha Grande são incipientes, não atendem as necessidades do desenvolvimento turístico local e, também, inibem a atitude competitiva do destino.

### 7.2.1.2 Parnaíba

O município de Parnaíba (Figura 54) localiza-se entre Ilha Grande e Luís Correia, apresentando uma área territorial de 436 Km<sup>2</sup>, sendo considerado o de melhor infraestrutura social, urbana e turística que atendem uma população de aproximadamente 145.705 habitantes (Figura 59).

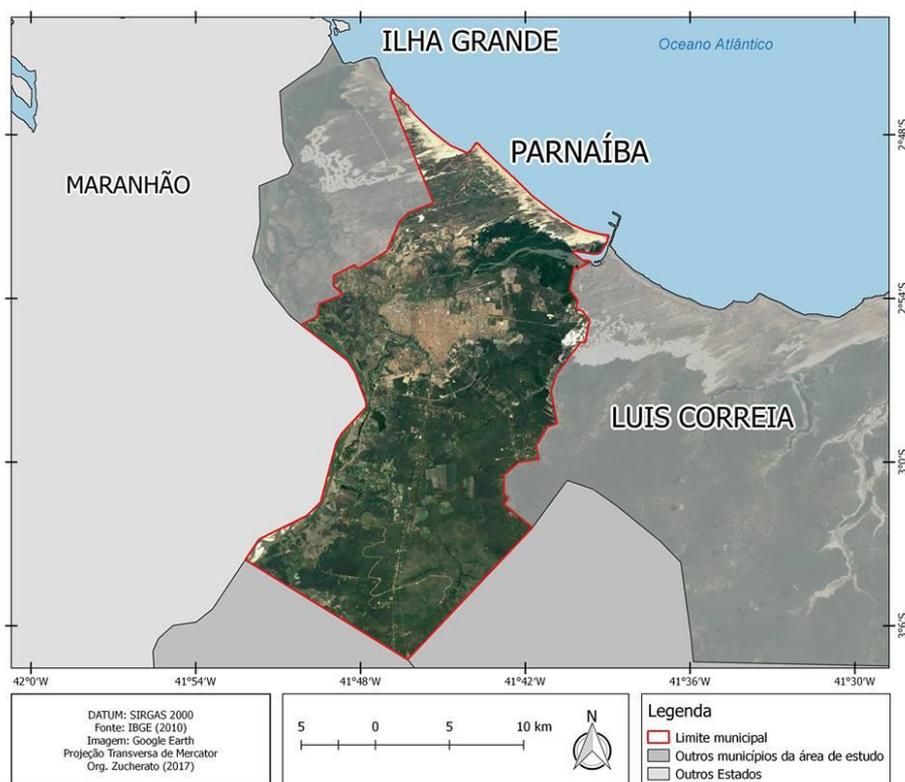


Figura 54 – Localização geográfica de Parnaíba  
Fonte: IBGE, 2016.

<b>Dados do Município (Censo 2010 e Estimativa 2016)</b>	
População Estimada para 2016 (hab)	150.201
População em 2010 (hab)	145.705
Área da unidade territorial (Km <sup>2</sup> )	435.573
Densidade demográfica em 2010 (hab/Km <sup>2</sup> )	334.51

Tabela 06 – Dados Gerais de Parnaíba  
Fonte: IBGE, 2016.

Destacam-se entre os atrativos naturais e culturais o conjunto histórico-arquitetônico Porto das Barcas, Igreja Nossa Senhora das Graças, Lagoa do Portinho e Praia Pedra do Sal (Figura 55). Com uma relevância econômica acima dos demais municípios da região, Parnaíba firma-se como a indutora do turismo e da economia, abrangendo não só os municípios limítrofes, mas toda porção noroeste do Maranhão e nordeste do Ceará.



Figura 55 – Praia Pedra do Sal  
Fonte: Chico Rasta, 2016.

Sendo assim, os reflexos do domínio econômico regional evidenciam-se também na competitividade turística (Gráfico 02), tendo em vista uma maior capacidade de organização do território e de recursos para a realização de obras em infraestruturas básicas.



Gráfico 02 – Índices gerais de competitividade – destino x Brasil 2008-2014  
 Fonte: Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, 2014.

Além das receitas provenientes do turismo, Parnaíba tem sua economia baseada no setor primário, com destaque às atividades agrícolas e de extrativismo, que em conjunto com os segundo e terceiro setores formam um PIB total de R\$ 1.227.547,00 (Um milhão duzentos e vinte e sete mil e quinhentos e quarenta e sete reais, o equivalente a 355.988,63 EUR<sup>56</sup>).

PIB total em 2013 (US\$)	374.252,13
IDH – PNUD/2013	0.687
Índice de GINI <sup>57</sup>	0.43

Tabela 07 – Dados gerais do município  
 Fonte: IBGE, 2016

Com dados que evidenciam a liderança econômica do município na região, diferenciam-se quando descrevem a realidade competitiva do turismo, pois, segundo Ministério do Turismo (2014), Parnaíba vigora um grau de competitividade mediano, tendo em vista as fraquezas perante outros destinos indutores do turismo no Brasil (Tabela 08).

<sup>56</sup> Cotação cambial do dia 08/05/2017: R\$ 1,00 = 0,29 EUR

<sup>57</sup> O índice de GINI mede o nível de desigualdade existente calculado numa escala entre 0 e 1. No caso de Parnaíba o valor é de 0.43, ou seja, abaixo da média brasileira (0.491 em 2015) e de Portugal (0.340 em 2014).

Índice geral	Brasil				Não capitais				Parnaíba			
	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014	2010	2011	2013	2014
	56.0	57.5	58.8	59.5	50.3	51.8	53.1	53.4	42.5	42.9	43.0	43.9

Tabela 08 – Índice geral de competitividade do destino, Brasil e não capitais

Fonte: Elaborado pelo autor com base no Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, 2014.

A competitividade turística de Parnaíba acirra-se com os municípios de São Luís (MA) e Fortaleza (CE), considerando que ambos destinos são responsáveis pela chegada dos turistas à região em razão da melhor infraestrutura aeroportuária e maior número de voos internacionais. Portanto, perante Parnaíba, Fortaleza e São Luís são responsáveis por induzirem o fluxo turístico ao longo do território abrangido pelo produto turístico Rota das Emoções. Sendo assim, o consumo turístico em Parnaíba, e consequentemente em Ilha Grande, Luís Correia e Cajueiro da Praia, é sazonal identificado por dados como o de ocupação na rede hoteleira (Tabela 09).

MUNICÍPIOS	ALTA ESTAÇÃO	BAIXA ESTAÇÃO
Parnaíba	70%	22%
Luís Correia	72%	22%
Ilha Grande	65%	20%
Cajueiro da Praia	60%	20%

Tabela 09 – Média de ocupação na rede hoteleira em 2009

Fonte: Elaborado pelo autor (2016) a partir dos dados constantes no relatório de avaliação ambiental do PRODETUR-PI, 2016.

Assim como o município vizinho de Ilha Grande, Parnaíba também não desenvolve políticas públicas em turismo próprias, operando apenas iniciativas dos governos federal e estadual. Segundo Borges (2014), no caso de Parnaíba, as políticas caracterizam-se como distributivas e redistributivas.

Desta forma, cada vez mais a iniciativa privada apresenta-se como o agente dinamizador e organizador do território, sendo o caso mais notório o do resort *Pure* (Figura 56).



Figura 56 – Masterplan do Pure Resort  
Fonte: pureresorts.com, 2016.

Segundo a empresa responsável pelo empreendimento será construído, ocupando 20% de uma área de 161 hectares, um condomínio fechado com 400 lotes unifamiliares de aproximadamente 500 m<sup>2</sup> cada. Porém, indicam o compromisso em manter baixa densidade, preservação do habitat e integração com a comunidade local.

Ainda não são perceptíveis os impactos que o empreendimento causará no município, pois apresenta grandes limitações na geração e distribuição de renda, tendo em vista as características do *resort*, o qual será detentor de 0,36% do território do município e de aproximadamente 22% do bairro. Neste contexto os conflitos entre resort e comunidade mostram-se intensos, exigindo dos empreendedores a manutenção de um amplo canal de comunicação.

### **7.2.1.3 Luís Correia**

Entre os municípios de Parnaíba e Cajueiro da Praia localiza-se Luís Correia (Figura 57), detentora da maior extensão litorânea das cidades do Polo Costa do Delta (46 Km) e com um território de 1.071Km<sup>2</sup>, apresenta-se com variadas paisagens de campos, dunas e praias.

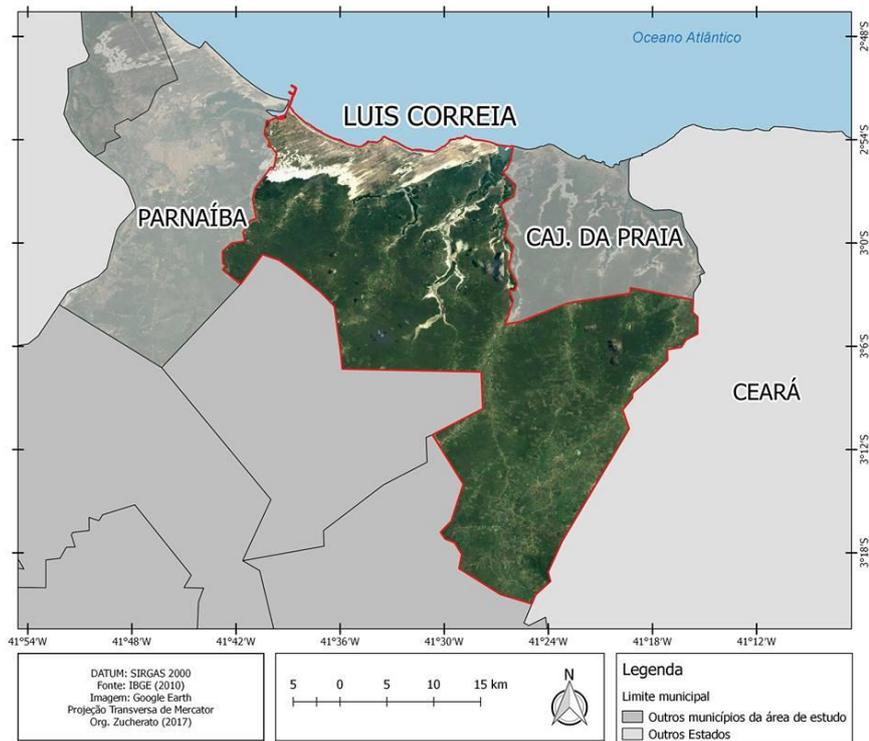


Figura 57 – Limites do município de Luís Correia  
 Fonte: IBGE, 2016.

<b>Dados do Município (Censo 2010 e Estimativa 2016)</b>	
População Estimada para 2016 (hab)	29.683
População em 2010 (hab)	28.406
Área da unidade territorial (Km <sup>2</sup> )	1.070.926
Densidade demográfica em 2010 (hab/Km <sup>2</sup> )	26,52

Tabela 10 – Dados gerais do município de Luís Correia  
 Fonte: IBGE, 2016.

O município tem como principais atividades econômicas a produção agrícola e extração da cera de carnaúba, além às correlatas ao setor de serviços. O turismo tem especial destaque na composição do PIB do setor de serviços municipal (Tabela 11), considerando que Luís Correia concentra o maior fluxo de turistas na região.

PIB total em 2013 (US\$)	53.789,02
PIB do setor de serviços em 2013 (US\$)	29.749,39
IDH – PNUD/2013	0.541
Índice de GINI	0.42

Tabela 11 – Dados gerais do município  
Fonte: IBGE, 2016

O turismo em Luís Correia, como já visto nos demais municípios do Polo Costa do Delta, é sazonal, tendo nos meses de julho, dezembro e janeiro o maior fluxo de turistas, os quais em grande número são provenientes de outras cidades do estado do Piauí, com destaque à capital Teresina como polo emissor (Tabela 11).

<b>Procedência dos Turistas</b>	<b>Percentual</b>		
Nacional	96.6%		
Estrangeiro	3.4%		
Estados brasileiros	Piauí:41.6%	Ceará:18.7%	Outros:39.7%
Piauí	Teresina: 67.3%		Outros: 32.7%

Tabela 11 – Procedência dos turistas  
Fonte: Fundação CEPRO, 2012.

Em uma análise mais específica, vê-se no setor de hospedagem grande diferença em relação aos outros municípios do litoral, ou seja, o tipo de hospedagem predominante são as extra hoteleiras, fundamentalmente a de segunda residência (Tabela 12).

<b>Demanda por local de hospedagem</b>	<b>Percentual</b>
Rede hoteleira	31.3%
Rede extra hoteleira	68.7%

Tabela 12 – Demanda por local de hospedagem  
Fonte: Fundação CEPRO, 2012.

Apesar de apresentar deficiências na infraestrutura, principalmente na básica (luz, água e esgoto), o município de Luís Correia, comparativamente aos demais do Polo Costa do Delta, é dotado de infraestrutura turística para o atendimento à demanda do segmento Sol e Praia, destacando-se os equipamentos de apoio, serviços e de lazer da praia de Atalaia e Coqueiro (Figura 58).



Figura 58 – Praias da Atalaia e Coqueiro  
Fonte: Chico Rasta, 2016.

O fator negativo ao desenvolvimento do turismo e de outros setores da economia local é a capacidade de gestão do governo municipal, o qual tende, como característica regional, não desenvolver políticas públicas que contemplem o planejamento das atividades e uso do solo no território. A inação torna-se perceptível na ocupação irregular e ilegal da faixa litorânea, gerando um processo de privatização de espaços públicos em detrimento do crescimento das estruturas urbanas.

#### ***7.2.1.4 Cajueiro da Praia***

Do litoral piauiense de 66 Km, Cajueiro da Praia detém a segunda menor porção, perdendo somente para Parnaíba. Sua extensão litorânea tem por característica a organização produtiva, social e espacial, congregando, mesmo em contexto conflituoso, interesses locais, dos visitantes e empreendedores.

O município localiza-se na parte leste do Polo Costa do Delta, com uma área territorial de 272 Km<sup>2</sup>, configurando como o último município do litoral e fronteiro ao estado do Ceará e apresentando a menor população da região (Figura 59).



Figura 59 – Limites do município de Cajueiro da Praia  
Fonte: IBGE, 2016.

<b>Dados do Município (Censo 2010 e Estimativa 2016)</b>	
População Estimada para 2016 (hab)	7.483
População em 2010 (hab)	7.163
Área da unidade territorial (Km <sup>2</sup> )	271.707
Densidade demográfica em 2010 (hab/Km <sup>2</sup> )	26,36

Tabela 13 – Dados gerais do município de Cajueiro da Praia  
Fonte: IBGE, 2016.

Economicamente Cajueiro da Praia não se difere das demais cidades da região, pois, assim como as outras, também tem entre as principais atividades as agrícolas, a carcinicultura e o turismo.

PIB total em 2013 (US\$)	15.324,08
IDH – PNUD/2013	0.546
Índice de GINI	0.38

Tabela 14 – Índices e indicadores do município de Cajueiro da Praia  
Fonte: IBGE, 2016

Com praias pouco habitadas e pela paisagem ímpar desenhada pelo Rio Ubatuba, o qual desemboca no mar. O município no turismo ainda apresenta-se muito incipiente, mas com crescente procura (Tabela 15). Entre as praias, Barra Grande é a grande atração (Figura 60), considerada um dos melhores lugares do mundo para a prática de *Kitesurf* e *Windsurf* devido a força e constância dos ventos. A rusticidade do lugar fornece a atratividade necessária para receber as atenções de turistas europeus e de outros estados brasileiros. Nas áreas estuarinas várias espécies de peixes e outros animais marinhos reproduzem-se e apresentam-se aos olhos dos turistas, como o cavalo-marinho e o peixe-boi.

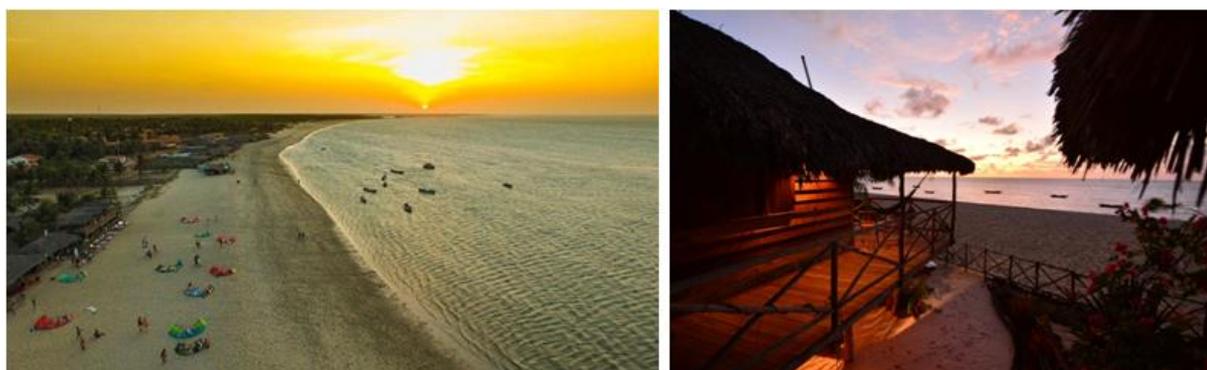


Figura 60 – Praia de Barra Grande  
Fonte: Chico Rasta, 2016.

Demanda por hospedagem (diárias)		Número de empreendimentos de hospedagem
2014	2015	30
16.200	25.920	

Tabela 15 – Demanda por hospedagem e empreendimentos em Barra Grande  
Fonte: Elaborado pelo autor com base em estimativa provida por dados dos hotéis e pousadas, 2015.

Segundo SEBRAE-PI (2015), os estabelecimentos de hospedagem constituem-se legalmente como micro e pequenas empresas, as quais guardam como características a rusticidade e integração com o ambiente costeiro, atendendo os anseios dos visitantes e em coerência à imagem do município como destino ecoturístico.

A administração municipal, mesmo com o potencial turístico evidente, não desenvolve nenhuma política pública específica, delegando à iniciativa privada a responsabilidade do desenvolvimento do turismo e, conseqüentemente, do município. Sendo assim, a percepção do residente em Cajueiro da Praia é de que o turismo proporciona melhores condições de vida (Gráficos 03).

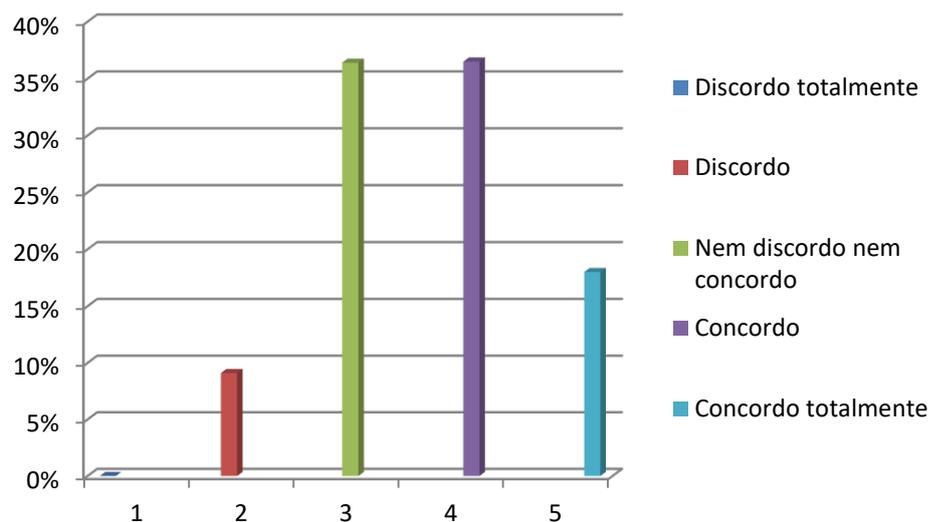


Gráfico 03 – Percepção dos residentes: o turismo traz felicidade?  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Como referido no capítulo VII (Seção 7.3), considera-se possível o estado de felicidade quando as necessidades do indivíduo estão satisfeitas, assim como suas expectativas perante a realidade presente e futura (De La Mora, 1987). É desta forma que compreende-se o contexto do turismo em Cajueiro da Praia, além da ciência de que há outras variáveis, que influenciam nesta percepção, e que estão ligadas ao maior envolvimento da comunidade nas atividades turísticas em localidades específicas, como Barra Grande e Barrinha (Figura 61). Tal situação descortina-se com maior visibilidade quando inquiri-se os residentes, objetivando a percepção pessoal, fundamentalmente nas perspectivas: dos impactos econômicos em relação a renda e a qualidade de vida (Tabelas 16 e 17).



Figura 61 – Fotos do Resort BobZ, vistas de Barra Grande, visualização do cavalo marinho e Peixe-boi  
 Fonte: BobZ Boutique e Chico Rasta, 2016.

Os residentes em Cajueiro da Praia quando inquiridos sobre os impactos econômicos do turismo, fundamentalmente renda e melhoria na qualidade de vida, apresentam resultados significativos à compreensão da percepção que o turismo traz felicidade à Cajueiro da Praia .

Em relação aos impactos econômicos (renda) a média da percepção pessoal dos residentes apresenta-se em concordância com a hipótese de aumento de renda com o turismo, assim como proporciona qualidade de vida (Tabelas 16 e 17).

<b>O turismo no seu município traz a felicidade para os residentes?</b>						
<b>Impactos econômicos - aumenta a renda?</b>	<b>Média</b>	<b>N</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>	<b>Mediana</b>	<b>Assimetria</b>
Discordo totalmente	4,0000	6	1,09545	1,200	4,0000	,000
Discordo	3,5385	26	,90469	,818	3,0000	1,105
Nem discordo nem concordo	2,7200	50	,45356	,206	3,0000	-1,011
Concordo	3,9867	150	,96924	,939	4,0000	-,466
Concordo Totalmente	3,5855	152	,62449	,390	4,0000	-1,073
Total	3,6328	384	,88094	,776	4,0000	-,018

Tabela 16 - O turismo traz felicidade x Impactos econômicos (renda)  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

<b>O turismo no seu município traz a felicidade para os residentes?</b>						
<b>Impactos econômicos - proporciona qualidade de vida?</b>	<b>Média</b>	<b>f</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>	<b>Mediana</b>	<b>Assimetria</b>
Discordo totalmente	5,0000	11	,00000	,000	5,0000	.
Discordo	5,0000	18	,00000	,000	5,0000	.
Nem discordo nem concordo	3,4336	113	,66650	,444	4,0000	-,581
Concordo	3,4438	160	,66111	,437	4,0000	-,650
Concordo Totalmente	3,7927	82	1,17313	1,376	3,0000	-,101
Total	3,6328	384	,88094	,776	4,0000	-,018

Tabela 17 – O turismo traz felicidade x Impactos Econômicos (qualidade de vida)  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Através do teste do qui-quadrado (Tabelas 18 e 19) constatou-se que há relação entre as variáveis e que o grau de associação é significativo, pois o Sig é  $< 0,05$ . Ou seja, a hipótese de que o turismo traz felicidade quando em relação a percepção de que eleva a renda dos residentes e proporciona qualidade de vida tem consistência.

Teste do Qui-quadrado $X^2$		
	Turismo no seu município traz a felicidade para os residentes	Impactos Econômicos – aumenta a renda
Qui-quadrado	86,688 <sup>a</sup>	251,625 <sup>b</sup>
Df	3	4
Significância Sig.	,000	,000

- a. 0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 96.
- b. 0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 18 – Teste do qui-quadrado às variáveis Turismo traz felicidade x Impactos econômicos (aumenta renda)  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Teste do Qui-quadrado $X^2$		
	Turismo no seu município traz a felicidade para os residentes	Impactos Econômicos – qualidade de vida
Qui-quadrado	86,688 <sup>a</sup>	208,943 <sup>b</sup>
Df	3	4
Significância Sig.	,000	,000

- c. 0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 96.
- d. 0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 19 – Teste do qui-quadrado às variáveis Turismo traz felicidade x Impactos econômicos (proporciona qualidade de vida)  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Complementarmente aos dados acima referenciados, o contexto socioeconômico em Cajueiro da Praia, mais especificamente em Barra Grande, é caracterizado pelo alto envolvimento da comunidade com as atividades turísticas, fundamentalmente a partir de pequenos empreendimentos solidários, como a Barratur e Nativos Arte-Ecotur, e auxilia na percepção de melhora da qualidade de vida.

### 7.2.2. Análise da Oferta de Serviços de Interesse Turístico no Polo Costa do Delta

Para uma melhor compreensão do que venha a ser serviços de interesse turístico, tem-se como referência a definição constante na Lei Geral do Turismo (Lei nº11.771/08), a qual entende que

“consideram-se prestadores de serviços turísticos, as sociedades empresárias, sociedades simples, os empresários individuais e os serviços sociais autônomos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam as seguintes atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo: (i) meios de hospedagem; (ii) agências de turismo; (iii) transportadoras turísticas; (iv) organizadoras de eventos; (v) parques temáticos; e (vi) acompanhamentos turístico”

Já Leiper (2004, p. 347) aponta que os serviços de interesse turístico são “o conjunto de empresas e organizações envolvidas na entrega do produto turístico”, os quais responsabilizam-se, em parte, pela integração entre visitantes e localidade de interesse turístico.

Desta forma, a análise dos serviços de interesse turístico está calcada na qualidade e capacidade de atendimento em relação a demanda e o acréscimo dela. Contudo, a capacidade de atendimento fixa-se nos serviços de hospedagem e restauração, considerando o número de empreendimentos em funcionamento e os fluxos de turistas ao longo de um ano.

Os municípios do Polo Costa do Delta enfrentam o fantasma da sazonalidade, a qual centraliza o fluxo de turistas nos meses de Julho-agosto (predominância de europeus) e dezembro-janeiro (maioria turistas brasileiros).

Considera-se, neste caso, a sazonalidade como negativa, pois os locais de interesse turístico, assim como a oferta de serviços não chegam atingir sua capacidade de carga, além de uma prejudicial concentração do fluxo em determinadas épocas do ano, deixando nos demais meses parte da população a mercê da informalidade como forma de sobrevivência. Essa é uma regra do turismo em toda a região.

Cooper (2007) enfatiza que a sazonalidade pode ter como origem fatores conectados à oferta e à demanda turística, ou seja, em relação à demanda a sazonalidade no litoral piauiense explica-se pelos períodos de férias comuns à maior parte da população brasileira, sendo algumas datas determinadas oficialmente pelo governo federal, estadual e/ou municipal. Outro aspecto desse fenômeno está ligado ao clima regional, o qual caracteriza-se por períodos intercalados de calor/chuva e calor/seca, interferindo no fluxo de turistas com motivação de deslocamento ao sol e praia e ao ecoturismo.

Não há dados atualizados sobre a oferta de serviços em turismo para o território Polo Costa do Delta, mas há referências do ano de 2010 (PDITS, 2010) o qual subentende-se que sofreu alterações em virtude da expansão do fluxo turístico e do surgimento de novos empreendimentos.

Sendo assim, os dados contidos no PDITS (2010) apresentam a oferta de serviços em turismo a partir do setores da hotelaria e restauração (Tabela 20).

<b>Hotelaria</b>	<b>UH's</b>	<b>Leitos</b>
	718	1504
<b>Restauração</b>	<b>Nº de estabelecimentos</b>	<b>Capacidade média</b>
	42	277

Tabela 20 – Empreendimentos em hotelaria e restauração no Polo Costa do Delta  
Fonte: Elaborado pelo autor com base em PDITS-2010, 2016.

A distribuição dos serviços de hotelaria e restauração no território é desigual, sendo 43% dos 1504 leitos em Parnaíba, 29% em Luís Correia e 28% em Ilha Grande e Cajueiro da Praia, porém esta realidade vem alterando-se, ampliando o número de estabelecimentos, tendo em vista o cenário econômico dos últimos cinco anos.

Inquiridos os administradores de instituições públicas, gestores de turismo e experts, percebe-se (Gráfico 04) que a oferta de alojamento e a capacidade de atendimento da restauração na região é suficiente para a demanda turística existente, com exceção do período de alta temporada, a qual divide-se entre os meses de dezembro a fevereiro e o mês de julho.

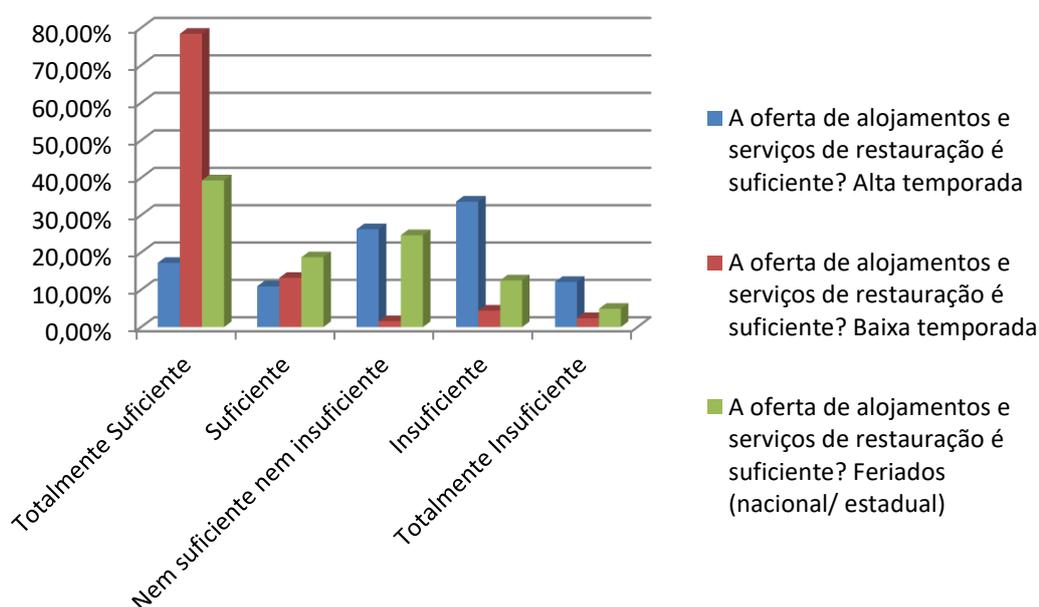


Gráfico 04 – A oferta de alojamentos e serviços de restauração é suficiente?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos políticos, gestores e *experts*.

Em pesquisa, constante no PDITS (2012), realizada nos municípios do Polo Costa do Delta, a indicação, no que tange a qualidade dos serviços turísticos, na relação entre a oferta e demanda, 45,5% dos entrevistados consideram que os serviços apresentam qualidade insuficiente em alguma época do ano. Sendo que a maior parte que afirma a baixa qualidade foram os empreendedores nos segmentos da hotelaria e restauração.

Entre as agências de receptivo do Polo Costa do Delta também vigora a visão da necessidade de qualificação da mão-de-obra, principalmente em relação a línguas estrangeiras e história local, regional e nacional. Porém, quando a avaliação recai sobre a estrutura de cada empresa, há unanimidade quando analisa-se a qualidade do transporte turístico, pois todas

contratam ou mantêm frota de veículos adaptados e próprios ao deslocamento de turistas, considerando o relevo caracterizado pelas formações de dunas e praias.

Com base no Projeto da Rede de Cooperação Técnica para a roteirização – 1ª edição (2007) e 2ª edição (2010), implementado pelo SEBRAE e Ministério do Turismo, o Polo Costa do Delta tem, no cadastro da Rede e divulgado, atualmente<sup>58</sup>, pelo site “Rota das Emoções”, cinco agências de receptivo atuando em todos os municípios do litoral piauiense. Mas, quando observa-se *in loco*, percebe-se que o número de empresas formais e informais é maior do que o divulgado, chegando, só no município de Parnaíba, a 17 empresas privadas integrando os produtos na Rota das Emoções.

Para conectar o território do Polo Costa do Delta a outros destinos turísticos e emissores, além da malha viária estadual e federal, a região detém o aeroporto internacional Prefeito Doutor João Silva Filho.

Apesar de somente no ano de 2014 receber um voo comercial da empresa Azul Linhas Aéreas, o aeroporto de Parnaíba já era detentor de uma antiga história na aviação regional (Quadro 30), tendo em vista a sua posição geográfica e relevância para o escoamento de parte da produção agroindustrial dos municípios fronteiriços a Parnaíba.

ANO	DESCRIÇÃO
1971	O aeroporto de Parnaíba, inspirado na arquitetura do Aeroporto Santos Dumont, do Rio de Janeiro, foi inaugurado em outubro de 1971, pelo então Presidente da República Emílio Garrastazu Médici.
1980	O município de Parnaíba foi um grande exportador de produtos agropecuários para a Europa, cujo negócio representava uma fonte de geração de emprego e renda para cidade, chegando a ser instalados no município, os consulados da Inglaterra, França e Portugal.
2001	A Infraero assume a administração do aeroporto em junho.
2003	Em julho de 2003, foi denominado como Aeroporto de Parnaíba – Prefeito Dr. João Silva Filho, em homenagem ao político local, ex-prefeito da cidade.

---

<sup>58</sup> Ano de referência 2017.

2005	Com intuito de tornar o aeroporto porta de entrada para os turistas estrangeiros destinados aos Lençóis Maranhenses (MA), do Delta do Parnaíba (PI) e Jericoacoara (CE), em 27 de outubro de 2005, foi habilitado para o tráfego aéreo internacional.
2006	No final de 2006 e início de 2007, o Aeroporto recebeu oito voos charters procedente de Verona, na Itália.
2009	Em 2009 foi concluída a obra de ampliação e reforço da pista de pouso e decolagem, passando para 2.500 metros de comprimento por 45 metros de largura, e capacidade de suportar a operação de aeronaves de grande porte, como o Boeing 767-300, cuja capacidade pode chegar a 300 passageiros.
2014	O aeroporto volta a receber um voo comercial, desta vez um voo regular da empresa Azul Linhas Aéreas.

Quadro 30 – Histórico do Aeroporto Internacional Prefeito Doutor João Silva Filho  
Fonte: INFRAERO, 2017.

O aeroporto, como equipamento essencial para facilitar o acesso aos destinos turísticos da região, tem dentre suas características uma capacidade de 800.000 passageiros/ano, duas posições de estacionamento para aeronaves comerciais e uma pista de 2.500 metros de comprimento por 45 metros de largura.

Segundo a INFRAERO (2017), o aeroporto internacional mantém um fluxo significativo de passageiros, mesmo observando que o voo comercial da Azul ocorre uma vez por semana, na ordem de 10.561/ano<sup>59</sup> transportados por 1.335 aeronaves<sup>60</sup>.

### ***7.2.2.1. O Ambiente Político-legal***

O ambiente político concerne ao governo e os seus efeitos (Tribe, 2010), os quais afetam direta ou indiretamente o turismo e suas entidades.

<sup>59</sup> Dados de 2016 considerando pousos e decolagens.

<sup>60</sup> Movimento de aeronaves no ano de 2016.

A estrutura governamental nos municípios do território em estudo, assim como nos demais da federação brasileira, tem como característica a obediência à ordem democrática prevista na constituição do Brasil. Desta forma, o prefeito eleito pelo voto direto apresenta-se como o gestor máximo do território municipal, tendo a prerrogativa de definir políticas e a estrutura político-administrativa da prefeitura, através de secretarias e superintendências.

No que tange a gestão do turismo no território municipal, o conselho de turismo é um canal efetivo de participação, permitindo o estabelecimento de uma maior aproximação do poder público com a Sociedade Civil. A sua relevância reside no papel de fortalecer a participação democrática, mantendo-se como espaço público de composição plural para proporcionar o ambiente necessário ao exercício da função de formulação e controle da execução de políticas públicas.

Políticas públicas em turismo, quando analisa-se os municípios do Polo Costa do Delta, são orientadas por instituições de fora do território, como o Ministério do Turismo, através de seus programas e projetos, governo do estado do Piauí, mesmo estando previsto na maioria dos PPA's<sup>61</sup> no rol de programas estratégicos o turismo. Nestes programas definem-se os recursos destinados à intervenção da gestão municipal no desenvolvimento do setor de turismo, objetivando a geração de emprego e renda a partir da atração de novos empreendimentos e de eventos geradores de fluxo turístico e a divulgação de produtos e potencialidades do município.

No âmbito municipal, o poder público não tem privilegiado e destacado papel, mesmo com os instrumentos disponíveis de planejamento e execução de políticas públicas, o qual poderia assumir a responsabilidade pela formulação, implementação, operacionalização e avaliação permanentes de suas políticas. No caso do turismo, os municípios detém outras metodologias, além do PPA para planejar e gerir o território do município, como o Plano Diretor, visando garantir a todos os munícipes o direito à cidade e recursos presentes e a justa distribuição de benefícios.

A elaboração do Plano Diretor é regida por lei específica, no caso do Brasil, pelo Estatuto das Cidades (Lei nº10.257/2001), o qual regulamenta os artigos 182 e 183 da Constituição Federal do Brasil. No artigo 182 estabelece-se a política de desenvolvimento urbano, executada pelo poder público do município, definindo o processo de ordenamento do pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade, objetivando o bem-estar dos seus

---

<sup>61</sup> PPA – Plano Plurianual no Brasil, previsto no artigo 165 da Constituição Federal e regulamentado pelo Decreto 2.829, de 29 de outubro de 1998, é um plano de médio prazo, que estabelece as diretrizes, objetivos e metas a serem seguidos pelo Governo Federal, Estadual ou Municipal ao longo de um período de quatro anos.

habitantes e designando como documento norteador o Plano Diretor. Já o artigo 183 fixa o uso capião, abrindo a possibilidade da regularização de extensas áreas das cidades.

Mesmo com a regulação do uso do espaço no território Polo Costa do Delta, percebem-se irregularidades na ocupação da porção litorânea dos municípios, sem o devido respeito à legislação ambiental vigente.

Neste cenário, o turismo local firma-se nas vantagens comparativas do território, quando analisa-se o ambiente competitivo, ou seja, no resultado das forças de mercado que acabam impulsionando os recursos do território ao interesse do setor privado, no caso, sem qualquer planejamento mais específico. Ritchie and Crouch (2003) indicam que o fenômeno da concorrência é essencialmente um esforço por parte de grupos de pessoas para estabelecer uma base de poder econômico e político que lhes proporcionem a capacidade de controlar os recursos que possibilitam o bem-estar individual e coletivo.

Desta forma, no que tange a influência dos governos municipais no turismo local, verifica-se que a política pública vigente é a inação, ou seja, o poder público se abstém de suas responsabilidades, abrindo uma lacuna na atenção aos interesses coletivos, permitindo, assim, que a iniciativa privada apresente-se como a ordenadora do território, pois os gestores e administradores públicos assumem as iniciativas de outras esferas da gestão pública do turismo como se fossem oriundas do município (Tabela 21). Porém, nenhuma delas, com exceção da confecção de material promocional e apoio a eventos locais, é de iniciativa originária do município, e sim de programas dos governos do estado e federal. Esta evidência descortina-se quando indagados sobre quais são os setores/ áreas consideradas estratégicas para o município. Tal questionamento proporcionou uma rápida reflexão nos gestores e administradores públicos, demonstrando a falta de conhecimento sobre o setor e a contradição perante a indicação anterior das políticas públicas e ratificou uma certeza aparente nas respostas dos experts. Das respostas obtidas, em Ilha Grande 42,8% dos gestores e administradores (políticos) responderam e nenhum *expert*. Já em Parnaíba 71,4% dos políticos e 40,9% dos *experts* sabem reconhecer quatro áreas estratégicas. Em Luís Correia o cenário de desconhecimento se mantém, pois só 14,3% dos políticos e 63,6% dos *experts* indicaram algum setor estratégico para o turismo do município. E em Cajueiro da Praia nenhum dos políticos inquiridos soube elencar as áreas consideradas estratégicas, porém todos os *experts* (100%) questionados apontaram os quatro setores relevantes ao turismo local.

	<b>Ilha Grande</b>	<b>Parnaíba</b>	<b>Luís Correia</b>	<b>Cajueiro da Praia</b>
	N	N	N	N
Criação e implementação de documentos (planos e projetos)	7	6	2	2
Criar e/ou fortalecer instrumentos organizacionais	0	0	0	0
Designar partes da estrutura organizacional do município e/ou inserir novas estruturas para o atendimento das demandas do turismo	0	0	0	0
Capacitação e qualificação de mão de obra	7	59	21	9
Sensibilização da comunidade	7	6	2	2
Valorização e estímulos à oferta turística	0	0	0	0
Estudos da oferta e demanda turística	0	6	2	0
Participação em eventos	7	54	2	4
Atendimento aos programas nacionais e estadual de turismo	7	51	25	9
Intermediação entre as instituições de fomento e o setor privado	0	0	0	0
Confecção de material técnico-promocional	7	61	25	9
Apoio a eventos e negócios turísticos	7	61	25	9
Investimentos em infraestrutura de água	7	33	2	2
Investimentos em infraestrutura de luz	7	33	2	2
Investimentos em infraestrutura de estradas	0	33	2	0
Investimentos em segurança (polícias, etc.)	0	0	0	0

Tabela 21 – Na gestão municipal desenvolve-se ações em... (Políticas Públicas)

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Portanto, na ausência do poder público, o mais contundente exemplo de ordenamento territorial firma-se na proposta de implantação de um *resort* com um apelo ecológico, intitulado ECOCITY Brasil. Tal empreendimento, proposto pela World Ecologic Center Projetos Turísticos e Ecológicos (JR Project Management, 2008), adquiriu uma porção territorial do município de Ilha Grande de aproximadamente 39,09% da área total (Figura 62).

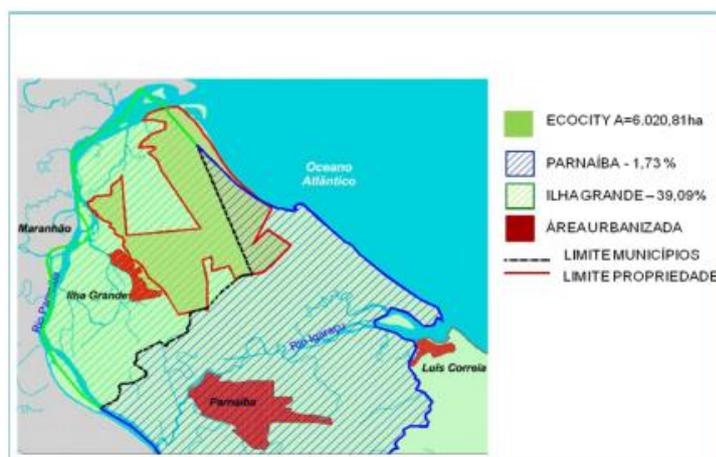


Figura 62 – Localização do empreendimento Projeto Ecocity

Fonte: Elaborado pelo autor (2016) com base em dados da JR Project Management, 2008.

O projeto da Ecocity foi embargado pelos órgãos ambientais, tendo em vista o não atendimento as prerrogativas legais, principalmente por não atender adequadamente a legislação vigente nos quesitos previstos no EIA–RIMA (Estudo de Impacto Ambiental e Relatório de Impacto ao Meio Ambiente), como condições ambientais e sociais da cidade de Ilha Grande.

Outra iniciativa de intervenção para ordenar o espaço turístico já existente foi promovida pelo governo do estado do Piauí, o qual propôs um projeto de urbanização do Porto dos Tatus (Ilha Grande – Figura 63), visando melhorar as condições de acessibilidade e recepção dos visitantes. As melhorias planejadas para o local obtiveram o financiamento do Ministério do Turismo e PRODETUR – Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo.



Figura 63 – Projeto de Urbanização do Porto dos Tatus  
Fonte: SEMAR, 2013 e proparnaiba.com, 2012.

Até o momento nenhum projeto turístico, seja privado ou público, foi implantado, pois, por mais que o governo municipal seja omissivo quanto as demandas de cada iniciativa, a população local, através de associações de classe, como a Associação dos Artesãos e dos Pescadores, assim como dos Órgãos Ambientais se fazem presentes no embate, fazendo prevalecer as exigências legais e sociais.

O descompasso existente entre o poder público nos municípios e o protagonismo da população, no que diz respeito à resistência a grandes empreendimentos turísticos e a pressão para que haja sempre diálogo entre os empreendedores, população e poder público, apresenta-se no pré-julgamento dos gestores e administradores públicos em relação ao nível baixo – em média – de sensibilidade e percepção (Tabela 22) que, na visão deles, a população teria.

Cidades	Sensibilidade				
	Nenhum	Baixo	Nem baixo nem elevado	Bom	Elevado
Ilha Grande	14,3	85,7	-	-	-
Parnaíba	14,3	14,3	42,9	14,3	14,3
Luís Correia	14,3	28,6	42,9	14,3	-
Cajueiro da Praia	42,9	-	28,6	14,3	14,3

Tabela 22 - Qual o nível de sensibilidade e percepção que julgas ter a população local em relação ao turismo? – em %

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

A percepção dos gestores sobre o interesse da população pelo turismo influi diretamente sobre a falta de participação popular no processo decisório – visão esta não compartilhada pelos *experts* entrevistados (Gráfico 05) – e evidencia-se, mais claramente, na tendência do poder público achar que as políticas públicas executadas e o trabalho realizado no município são relevantes e consistentes.

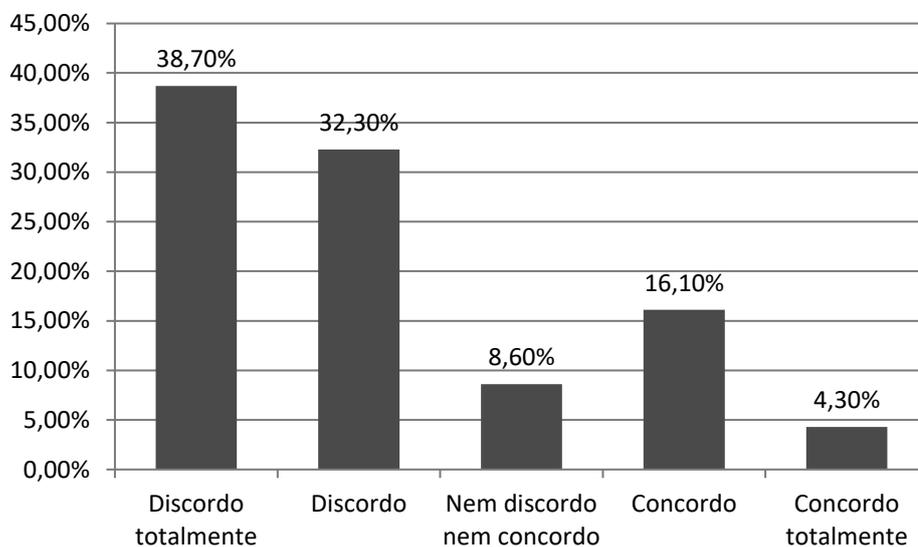


Gráfico 05 – Há participação no planejamento do turismo – visão dos *experts*

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos políticos, gestores e *experts*.

A quase inexistente participação popular e a incompreensão dos gestores e administradores públicos do turismo nos municípios do Polo Costa do Delta, refletem-se não

só no pouco uso dos instrumentos disponíveis de planejamento e elaboração de políticas públicas, mas diretamente na gestão do território, principalmente em períodos de grande fluxo turístico, gerando grande insatisfação nos residentes devido ao impacto negativo nos serviços de responsabilidade do poder público, como: **a)** Em relação ao turismo, numa análise ampla e sem delimitações, os residentes (n=384) indicam que consideram o turismo como algo nada positivo 6,5% (n=25), pouco positivo 23,2% (n=89), positivo 43,5% (n=167), muito positivo 17,7% (n=68) e extremamente positivo 9,1% (n=35). **b)** Em relação a distribuição de água, com a vinda dos turistas, o município melhora a distribuição: para esta variável indica-se como fator influenciador a concentração do fluxo turístico em dois períodos do ano. Sendo assim, com base se há ou não melhora, a percepção é de total discordância para 26,3% (n=101), de discordância 30,7% (n=118), tendo alguns o entendimento de que nem discordam e nem concordam 29,9% (n=115), outros que concordam 6,8% (n=26) e os que concordam totalmente 6,3% (n=24). **c)** Em relação aos acessos e estradas, se o município melhora as condições, responderam que discordam totalmente 37,5% (n=144), alguns somente discordam da afirmação 13,0% (n=50). Um grande percentual de residentes não tem uma percepção definida, pois 34,1% (n=131) nem discordam e nem concordam, mas, contrapondo a maioria, outros concordam 8,9% (n=34) ou concordam totalmente 6,5% (n=25). **d)** Em relação a distribuição de energia elétrica a população residente discorda totalmente 27,6% (n=106), ou discordam 17,2% (n=66), ou nem discordam nem concordam 37,5% (n=144), ou concordam 10,4% (n=40), tendo um pequeno percentual que concorda totalmente 7,3% (n=28) com a afirmação de que a distribuição de energia elétrica melhora com a vinda de turistas.

No contexto descrito e percebido pela população residente, considerando o fluxo turístico, os serviços públicos pioram totalmente 21,1% (n=81), só pioram 32,3% (n=124), nem pioram nem melhoram 32,8% (n=126), melhoram 7,6% (n=29) e, para poucos, melhoram totalmente 6,3% (n=24).

Borges (2016) afirma que a água apresenta-se como regulador da satisfação da população residente no território do Delta do Parnaíba, principalmente no que tange as relações com o setor do turismo.

Os períodos de alta temporada ou seja do aumento do fluxo de pessoas ao Delta do Parnaíba, coincidem com os meses de estiagem. O clima mais seco e de baixa umidade interfere diretamente na oferta de água potável para a população residente em perímetro urbano e rural, assim como o aumento da demanda. Portanto, a alternativa mais comum na região é o poço artesiano, o qual satisfaz as mais variadas necessidades: irrigação de plantações, uso animal (boi, cabras, galinhas) e consumo humano. Sendo assim, para o residente o turismo provoca um grande desconforto devido ao impacto que provoca nas

comunidades e o incipiente retorno econômico e social, criando um sentimento, que no caso parece ser inicial, de rejeição/insatisfação (Borges, 2016).

As estradas e rodovias cumprem valoroso papel na interligação e acessibilidade dos roteiros regionais, porém, especificamente, o acesso rodoviário para Ilha Grande, que se dá pela PI 210 (Figura 64), apresenta alto grau de deterioração, oferecendo perigo a quem trafega por ela, diferentemente da BR343 que detém melhor trafegabilidade e segurança.



Figura 64 – Estrada PI 210 (Parnaíba para Ilha Grande)  
Fonte: Santos, 2016.

Apesar de toda a beleza, recursos naturais e relevância turística, por serem a porta de entrada ao Delta do rio, os municípios não dispõem de infraestrutura básica adequada e tão pouco pesquisas ou dados estatísticos sobre a demanda e a oferta turística. Para além desse contexto, há um alto caráter de dependência dos demais com o município de Parnaíba que reflete-se nas atividades concernentes ao turismo local. Sendo assim, não seria equívoco algum afirmar que parte significativa do fluxo de visitantes à Parnaíba estende sua circulação até os outros municípios do Polo Costa do Delta, gerando um pequeno benefício na geração e distribuição de emprego e renda.

#### **7.2.2.2 O Ambiente Econômico**

A caracterização do ambiente econômico adota o conceito de sustentabilidade econômica para o diagnóstico situacional, especificando a capacidade de geração de fluxo de receita suficiente para suprir as despesas e investimentos necessários a melhoria das condições materiais de vida nos municípios do território estudado. Desta forma, apresentam-se dados de variáveis como: impacto do turismo a partir da importância do PIB de serviços, a

geração de ocupações e renda mensuradas pelo nível de formalização das ocupações e nível de renda praticado, pela capacidade financeira individual verificada a partir da arrecadação própria de impostos e oferta de serviços de interesse turístico.

a) Impacto do turismo a partir da importância do PIB de serviços:

A relevância econômica das atividades do setor de serviços evidencia-se pela participação na constituição do PIB dos municípios, estados e país. No Brasil, o setor de serviços é um dos pilares de crescimento da economia brasileira, representando aproximadamente 60% do PIB e apresentando-se como o maior gerador de empregos formais do país (CAGED-MTE, 2009).

Já no estado do Piauí os dados diferem-se da realidade brasileira, pois na média nacional os serviços mostram-se com importância inferior do que os verificados no Piauí. Essa lógica apresenta-se, também, na agropecuária e indústria, encaminhando ao entendimento de que há um desequilíbrio em investimentos, produção e rentabilidade, ou seja, em participação dos setores econômicos, gerando um cenário de maior instabilidade, tendo em vista que o desejável seria um maior equilíbrio.

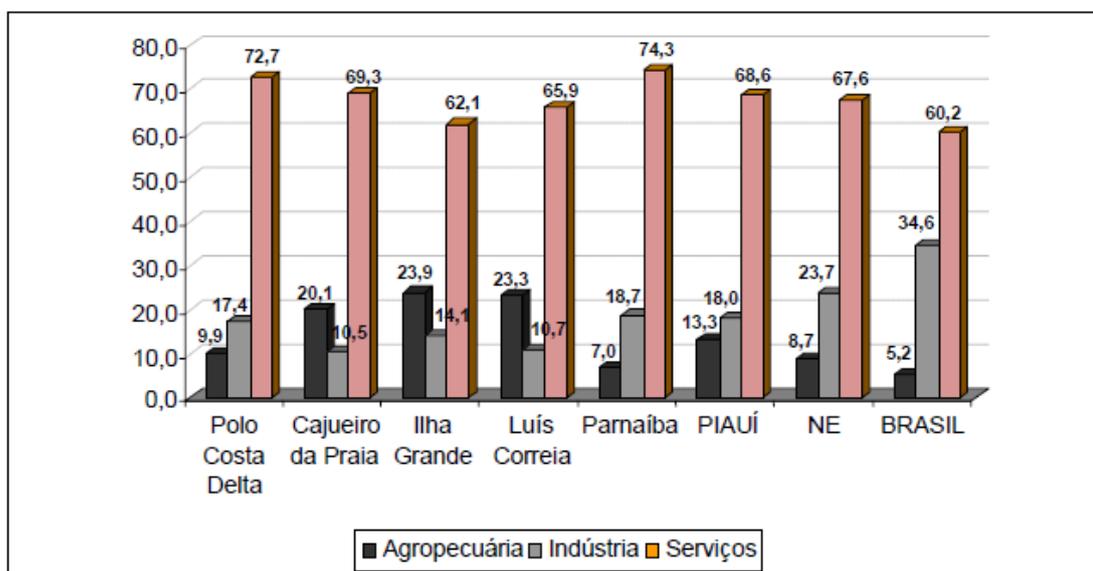


Gráfico 06 – PIB – Produto Interno Bruto por setor econômico  
Fonte: IBGE/ PNAD/Ambiens, 2011.

O gráfico acima indica que a participação do PIB dos municípios, em relação ao setor de serviços, mostra-se próximos dos percentuais do estado e região, distanciando-se, em percentuais inferiores, aos de Parnaíba.

Associa-se este percentual ao crescimento das atividades ligadas ao turismo local, porém ressalta-se que o setor é caracterizado ainda pela baixa produtividade, comparado a outros municípios da Rota das Emoções, e utilização de mão-de-obra de pouca qualificação profissional.

- b) Geração de ocupações e renda mensuradas pelo nível de formalização das ocupações e nível de renda praticado

Na busca de minimizar as desigualdades sociais e econômicas, destinos turísticos focam seus esforços na elevação do nível de ocupação e renda como fatores determinantes à geração de bem-estar coletivo. Porém, Porchmann (2009) encaminha outro raciocínio, para ele a complexidade e a emergência totalizante da questão social, neste começo do século XXI, exige a busca pela maior eficiência e eficácia das políticas de segurança social, redefinindo ações e horizontalizando o conjunto das políticas de proteção (previdência, assistência e saúde), de promoção (educação, cultura e trabalho) e de infraestrutura social (habitação, urbanismo e saneamento).

Portanto, somente gerar postos de trabalho e elevar a renda podem não ser suficientes para criar um ambiente no município que garanta o bem-estar coletivo, pois, por vezes, há concentração e não distribuição dos benefícios.

No turismo as análises dos níveis de ocupação formal e renda absoluta tendem a indicar o dinamismo da economia local, desde que se analise associando-se à formalidade das atividades, mas sem o poder público atentar-se para as demais variáveis do ambiente social terá maior propensão a gerar mais desigualdade. Sendo assim, é de fundamental relevância o combate à informalidade no turismo, considerando que o aumento da formalidade nas ocupações gerarão, segundo Ritchie e Crouch (2003), níveis melhores de competitividade do destino turístico, pois tenderá a elevar a qualidade e, futuramente, a quantidade de recursos humanos disponíveis para a indústria do turismo, moldando a capacidade competitiva.

Em relação ao Polo Costa do Delta e os municípios que o integram, não há registros suficientes que possibilitem a estratificação das ocupações em turismo, permitindo apenas uma análise com a agregação de todos os setores (CAGED-TEM, 2010). Sendo assim, uma análise e interpretação da formalização das ocupações no turismo torna-se viável quando realizada em conjunto com dados complementares inerentes ao território (Gráficos 04 e 07).

EM 2007 o BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – publicou um estudo no qual apontou que a região nordeste detinha o menor índice de

formalização de empregos do Brasil. Nesta pesquisa, o estado do Piauí figurava com a penúltima colocação, onde os postos de trabalho formais não superavam 20% da população em idade de trabalhar (PEA – População economicamente ativa).

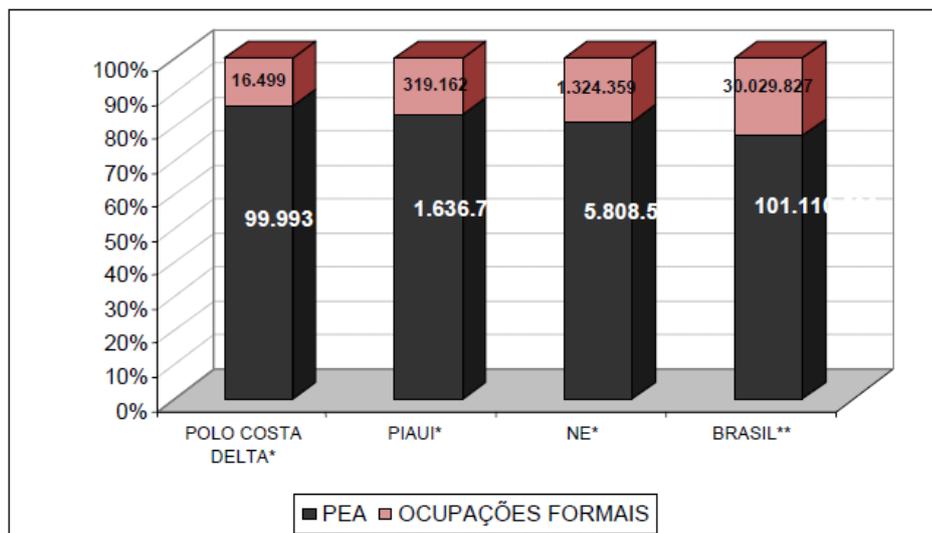


Gráfico 07 – Formalização de Ocupações  
Fonte: Ambiens, 2011.

Ao observar os dados a partir do detalhamento por ramo de atividade no Polo Turístico, verifica-se uma pequena melhoria, porém relativa, pois é dependente dos resultados do município de Parnaíba, tendo em vista ser o segundo maior do Estado e detendo o maior número dos postos de trabalho. Entre os setores analisados, merece destaque o de serviços, considerando que gera mais de 26% das ocupações na região. Isto acontece pelo facto de associar-se os percentuais com o número de habitantes, tendo reflexo na quantidade de ocupações geradas pela atividade pública.

Atividades	Polo Costa Delta	Piauí	Brasil
Extrativa Mineral	0,28	0,18	0,51
Indústria de Transformação	10,08	7,31	17,86
Serviços Industriais de Utilidade Pública	1,61	1,17	0,94
Construção Civil	6,03	7,49	5,17
Comércio	29,73	17,92	18,67
Serviços	26,75	25,04	32,12
Administração Pública	22,50	38,86	21,27
Agropecuária	3,03	2,02	3,46
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Tabela 23 – Percentual (%) de ocupações formais por setor econômico  
Fonte: CAGED-TEM, 2009; sistematizado por Ambiens, 2011.

Portanto, constata-se que grande parte da mão-de-obra formal localiza-se nos setores de comércio e serviços, os quais congregam os maiores percentuais das atividades comerciais

do turismo, que junto com o setor público geram mais postos de trabalho caracterizados pelo formalismo das relações de trabalho.

Ao focar nos municípios do Polo, percebe-se que estes detêm altos níveis de informalidade no trabalho quando comparado ao território do Polo Costa do Delta (Tabela 24).

<b>POLO COSTA DELTA</b>	<b>Parnaíba</b>	<b>Luis Correia</b>	<b>Ilha Grande</b>	<b>Cajueiro da Praia</b>	<b>Piauí</b>	<b>Brasil</b>
Extrativa Mineral	0,07	0,29	-	6,95	0,18	0,51
Indústria de Transformação	12,00	1,59	0,45	0,67	7,31	17,86
Serviços Industriais de Utilidade Pública	1,90	0,39	-	-	1,17	0,94
Construção Civil	7,10	1,59	-	-	7,49	5,17
Comércio	35,06	6,32	1,81	3,59	17,92	18,67
Serviços	24,46	51,16	7,48	1,79	25,04	32,12
Administração Pública	17,74	30,67	87,30	65,70	38,86	21,27
Agropecuária	1,67	8,00	2,95	21,30	2,02	3,46
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Tabela 24 - % de ocupações formais por setor econômico (Polo Costa do Delta)  
Fonte: Adaptado pelo autor (2016) de Ambiens, 2011.

Nesta análise merece destaque o município de Ilha Grande, pois, apesar de não existirem registros de formalização de algumas atividades, tem os maiores índices de formalização das atividades de administração pública em 87,3%, refletindo o elevado grau de informalidade nos demais setores da economia e, conseqüentemente, dependência da renda do setor público.

#### c) Capacidade financeira individual:

Reduzir a pobreza é, talvez, o maior desafio dos municípios do Polo Costa do Delta para minimizar os efeitos da desigualdade social e econômica. Piketty (2014) revela que a estrutura das desigualdades centra-se nos rendimentos do trabalho e na propriedade do capital. Sendo assim, o autor, para compreender as desigualdades, firma seu estudo nas relações e diferenças entre os rendimentos do trabalho e do capital. Já Ravallion e Bidani (1994) elaboram suas análises dos efeitos da redução da pobreza, tomando como referência o aumento da renda média.

Ao verificar-se os dados oficiais sobre a formalização do trabalho, percebe-se uma relação íntima entre esta condição e o rendimento individual proveniente do salário. No Polo

Costa do Delta, considerando o valor médio dos salários no estado do Piauí, a remuneração pelo trabalho formal é correspondente a apenas 60% da renda média do estado (Tabela 25).

	Polo Costa Delta	Piauí	Brasil
<b>Renda Média</b>	739,29	1.219,60	1.595,22
<b>Extrativa Mineral</b>	745,74	819,23	4.868,58
<b>Indústria de Transformação</b>	574,03	714,22	1.576,15
<b>Serviços Industriais de Utilidade Pública</b>	1.464,67	3.330,35	2.994,92
<b>Construção Civil</b>	709,09	779,72	1.296,10
<b>Comércio</b>	605,98	712,23	1.043,87
<b>Serviços</b>	659,13	1.305,01	1.565,02
<b>Administração Pública</b>	846,03	1.547,61	2.193,33
<b>Agropecuária</b>	579,30	785,59	867,67

Tabela 25 – Remuneração média de empregos formais em 31/12/2009  
Fonte: CAGED-TEM, 2009; sistematizado por Ambiens, 2011.

A leitura da tabela acima nos apresenta uma realidade peculiar à região litorânea, indicando um cenário com possibilidades de influência da dinâmica do mercado, ou seja, excesso de oferta e escassez de demanda. Esta situação surge pela falta de planejamento do poder público em relação as atividades econômicas, as quais centralizam-se, no caso do Polo, no município de Parnaíba. Desta forma, percebe-se claramente que Luís Correia e Parnaíba despontam como destinos que ofertam melhores salários. Já Ilha Grande e Cajueiro da Praia mantêm-se apenas com a base salarial do mínimo nacional (Tabela 26).

Atividades	Cajueiro da Praia	Ilha Grande	Luís Correia	Parnaíba	Piauí	Brasil
Extrativa Mineral	604,00	-	496,00	1.137,22	1.219,60	1.595,22
Indústria de Transformação	536,72	465,00	623,03	671,37	819,23	4.868,58
Serviços Industriais de Utilidade Pública	-	-	1.236,19	1.693,15	714,22	1.576,15
Construção Civil	-	-	500,91	917,26	3.330,35	2.994,92
Comércio	509,06	736,98	545,86	632,00	779,72	1.296,10
Serviços	507,00	572,21	618,07	939,24	712,23	1.043,87
Administração Pública	735,18	794,03	713,16	1.141,76	1.305,01	1.565,02
Agropecuária	655,53	516,67	588,97	556,03	1.547,61	2.193,33

Tabela 26 – Remuneração média de empregos formais em 31/12/2009  
Fonte: CAGED-TEM, 2009; sistematizado por Ambiens, 2011.

Portanto, em geral, verifica-se que o mercado de trabalho no Polo Costa do Delta, assim como em Ilha Grande, fundamentalmente o de serviços, no qual o turismo insere-se, contribui à desigualdade social regional na perspectiva da distribuição de renda.

Sendo assim, as atividades turísticas e o planejamento municipal e regional do turismo, conforme a compreensão de Bursztyn (2003), devem contemplar todas as dimensões de um desenvolvimento sustentável ao pensar a dinâmica turística com o objetivo de multiplicador e distribuidor de benefícios à população local. Para o autor, pensar no desenvolvimento de uma região a partir do turismo, obrigatoriamente, encaminhará para a reflexão, planejamento e políticas públicas que convirjam esforços no âmbito econômico, social, cultural, tecnológico e ambiental. Pois, mercantilizar estes vetores, conduzirá ao aumento das desigualdades, excluindo uma boa parte das pessoas e restringindo os benefícios produzidos pelas atividades turísticas a uma pequena parcela da população local.

### ***7.2.2.3 O Ambiente Sócio-cultural***

As variáveis que compõem o ambiente sociocultural de uma comunidade ou município são fatores que influenciam no dia a dia e moldam o comportamento das pessoas, seja nas relações sociais, seja nas manifestações culturais ou, até mesmo, na forma de consumo.

Las Casas (2008) indica que a sociedade molda o comportamento das pessoas conforme elas absorvem as influências, interferindo em suas crenças e valores culturais. Porém, Kotler e Keller (2006) encaminham a percepção de que o processo sociocultural de influenciar e ser influenciado ocorre quase inconscientemente, estabelecendo-se e modificando-se à medida que as pessoas se relacionam umas com as outras, entre elas e as organizações e com a natureza.

No entanto, o ambiente sociocultural apresenta, como resultado das interações sociais e culturais, novas variáveis que merecem atenção, principalmente em relação ao planejamento do turismo, como o bem-estar social. Esta variável passa a ser relevante no contexto do turismo, pois é determinante quando analisa-se o encontro no espaço turístico de visitantes e visitados.

Quando o município, o Estado ou o país não conseguem ofertar um ambiente de qualidade para o desenvolvimento da vida humana, considerando todas as dimensões, dificilmente a população desassistida terá condições e motivações para receber estranhos no seu território, podendo, se de maneira forçada, o turismo gerar conflitos que tendem a inviabilizar a continuação das atividades consequentes da visita.

Portanto, no caso do Brasil, a Constituição Federal de 1988 prevê e regulamenta um conjunto de direitos reconhecidos como universais. No seu artigo 6º determina que “são

direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição”.

Sendo assim, concebe-se que um destino turístico almeje um turismo local desenvolvendo-se sustentavelmente, torna-se fundamental a atenção ao direito do pleno exercício dos direitos sociais da comunidade e turistas. Segundo Sachs (2001), a sustentabilidade não está inerte no tempo e espaço, pois se constitui em um conceito dinâmico, apresentando as crescentes necessidades das populações humanas. Neste caso, o autor designa a variável bem-estar social como integrante das dimensões que constituem o estado de sustentabilidade de um destino turístico.

Neste contexto, segue análises nos campos da saúde, educação, energia elétrica, saneamento, moradia e, por fim, numa perspectiva mais ampla a do bem-estar social a partir do indicador FIB – Felicidade Interna Bruta.

a) Saúde:

A população dos municípios do Polo Costa do Delta é assistida por duas redes de atendimento à saúde, o SUS – Serviço Único de Saúde (Sistema Federal Público) e o privado, o qual subdivide-se entre os planos de saúde e atendimento particular.

No âmbito dos municípios, tanto ao atendimento dos munícipes quanto dos turistas, o sistema público de saúde no Polo mantém-se com Postos de saúde (atendimento preventivo e ambulatorial) distribuídos pelos quatro municípios, porém somente em Parnaíba há hospitais públicos e privados. Sendo assim, a má dimensionalidade e distribuição dos serviços de saúde podem trazer aos usuários transtornos e dificuldades, principalmente para aqueles que residem ou visitam os destinos de Ilha Grande, Luís Correia e Cajueiro da Praia.

b) Educação

Na busca de avaliar a condição do ensino no território de estudo, esta pesquisa valeu-se do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB)<sup>62</sup>, criado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). Os dados apresentados foram disponibilizados em 2016, proporcionando um cenário atual e mais próximo da realidade vivida (Quadro 31).

---

<sup>62</sup> IDEB – Índice de Desenvolvimento da Educação Básica é calculado a partir da proficiência média dos alunos na Prova Brasil com participação inferior a 50%, em decorrência do extravio de provas e fluxo escolar.

	<b>IDEB – 2015 por cidade</b>					
	Cajueiro da Praia	Luís Correia	Parnaíba	Ilha Grande	Sobral <sup>63</sup> (CE)	Brasil
<b>4º e 5º ano</b>	4.9	3.6	4.3	4.1	8.8	5.5
<b>8º e 9º ano</b>	3.3	3.4	3.6	3.2	6.3	4.5

Quadro 31 – IDEB por município do ano de 2015

Fonte: IDEB, 2015 atualizado em 05/09/2016.

Para os municípios do Polo Costa do Delta, assim como para o Brasil, atingirem o patamar educacional da média dos países da OCDE<sup>64</sup>, em termos numéricos, expõe o desafio de progredir da média atual para um IDEB igual a 6.0 em 2022, data definida a partir das comemorações do bicentenário da independência do Brasil, meta já alcançada por alguns municípios do interior do país como Sobral no estado do Ceará, detentor do maior IDEB.

O reflexo dos baixos índices restringe para uma pequena parcela da população jovem o acesso ao ensino profissionalizante e superior.

No âmbito do turismo, a rede de ensino nos municípios do Polo distribui-se entre ensino técnico-profissionalizante, através do SENAC com cursos de curta duração, CEEP – Centro de Educação Profissional Ministro Petrônio Portela, ofertando cursos técnicos em hospitalidade e lazer e UFPI – Universidade Federal do Piauí com o curso de bacharelado em turismo e cursos de curta duração (extensão universitária), os quais juntos ofertam por ano 230 vagas aproximadamente. Os profissionais formados por estas instituições atuam no mercado local e regional nas mais diversas áreas, como: hotelaria, restauração, agenciamento de viagens, eventos, serviços hospitalares, entre outras.

#### c) Infraestrutura: Energia Elétrica

O acesso ao serviço de energia elétrica é fundamental para o desenvolvimento de um território, principalmente o que detém destinos turísticos, pois a falta desse recurso pode afetar não só o fluxo de turistas, mas a qualidade de vida da população. A totalidade dos estabelecimentos comerciais e industriais, além das residências são dependentes do fornecimento de energia elétrica.

<sup>63</sup> Entre os mais de 5.000 municípios brasileiros, Sobral, no estado do Ceará, é detentor do maior IDEB no ensino fundamental – anos iniciais – e um dos melhores no ensino fundamental – anos finais, sendo na média o município brasileiro com o melhor ensino público, a frente das grandes capitais como São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Curitiba e Florianópolis.

<sup>64</sup> OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

Dados disponíveis do ano de 2010 apresentam uma realidade, no fornecimento de energia elétrica, de uma cobertura parcial dos domicílios e estabelecimentos comerciais (Tabela 27).

ref.	Domicílios com Energia Elétrica		Domicílios sem Energia Elétrica	
	Total	%	Total	%
Cajueiro da Praia	1.534	86	257	14
Ilha Grande	1.955	92	170	8
Luís Correia	4.719	76	1.508	24
Parnaíba	34.871	94	2.235	6
<b>Total Polo</b>	<b>43.079</b>	<b>91</b>	<b>4.170</b>	<b>9</b>
<b>Total Piauí</b>	<b>611.016</b>	<b>82</b>	<b>8.340</b>	<b>18</b>
<b>Total Nordeste</b>	<b>11.364.738</b>	<b>90</b>	<b>16.423</b>	<b>10</b>
<b>Total Brasil</b>	<b>31.908.751</b>	<b>93</b>	<b>32.676</b>	<b>7</b>

Tabela 27 – Total de domicílios com energia elétrica e participação %  
Fonte: AEE, 2011.

Entre os domicílios analisados pela referida pesquisa, Luís Correia apresentava o menor percentual de cobertura, pois apenas 76% dos domicílios recebem energia elétrica da rede. Já os outros municípios são atendidos em percentuais de cobertura acima da média do estado do Piauí, sendo que Parnaíba está com 94% dos domicílios assistidos e Ilha Grande com 92%.

Porém, a demanda por energia em algumas épocas do ano evidenciam a insuficiência do sistema de distribuição. Períodos como o verão e alguns feriados nacionais e estaduais o fluxo de pessoas aumenta consideravelmente na região, causando o aumento do consumo e, conseqüentemente, por vezes, o colapso do sistema, prejudicando residentes e visitantes na sua totalidade.

#### d) Moradia

O ambiente social do Polo Costa do Delta apresenta um deficit habitacional, o qual expõe a população mais carente as pressões socioeconômicas da região, assim como, de forma indireta, aos interesses do mercado imobiliário. Essa população permanece excluída da porção privilegiada do território, na perspectiva dos recursos necessários para uma vida de qualidade, fixando-se na periferia e em moradias improvisadas.

Segundo o PLANHAB (2007) a tipologia dos municípios do Polo define o enquadramento dos municípios de acordo com a realidade socioeconômica (Quadro 32).

<b>CAJUEIRO DA PRAIA</b>	Centro urbano em espaço rural consolidado, com algum grau de dinamismo.
<b>ILHA GRANDE</b>	Pequena cidade em espaço rural pobre, com baixo dinamismo.
<b>LUÍS CORREIA</b>	Centro urbano em espaços rurais com elevada desigualdade e pobreza.
<b>PARNAÍBA</b>	Centro urbano em espaços rurais com elevada desigualdade e pobreza.

Quadro 32 – Classificação pelo PLANHAB dos municípios em relação ao Polo  
Fonte: PLANHAB, 2007; sistematização Ambiens, 2011.

Nos municípios estudados constatou-se que há deficit habitacional quantitativo, minimizado pelo programa habitacional federal Minha Casa, Minha Vida, o qual é composto pelo deficit por reposição de estoque e por incremento de estoque, ou seja, caracteriza-se pela necessidade da construção de uma nova unidade habitacional, incluindo: domicílios improvisados, coabitação familiar, pagamento de aluguel e o adensamento excessivo (Tabela 28).

ref.	Habitação Precária	Coabitação Familiar	Ônus Excessivo com Aluguel	Adensamento Excessivo	Déficit total
Cajueiro da Praia	150	160	96	7	413
Ilha Grande	186	200	119	8	513
Luis Correia	591	634	378	27	1.630
Parnaíba	2.830	3.033	1.810	127	7.800
<b>Total Polo</b>	<b>3.757</b>	<b>4.027</b>	<b>2.403</b>	<b>169</b>	<b>10.357</b>
<b>Planície Litorânea</b>	<b>5.151</b>	<b>5.522</b>	<b>3.295</b>	<b>232</b>	<b>14.201</b>

Tabela 28 – Deficit habitacional quantitativo em 2010.  
Fonte: Ambiens, 2011.

A exploração do litoral pelo mercado imobiliário altera a dinâmica do uso das terras, promovendo a expropriação das populações autóctones em detrimento da ampliação de espaços edificantes. Desta forma, considerando as características turísticas dos municípios do litoral, percebe-se que a construção de residências de uso sazonal, denominada de segunda residência, reforça o cenário de deficit habitacional, pois, com tal dinâmica imobiliária, os antigos proprietários, ao vender seu imóvel a preço baixo, ficam desprovidos de recursos suficientes para adquirir outro. Sendo assim, tais residências permanecem ociosas na maior parte do ano, deixando ao município apenas o ônus da manutenção da infraestrutura pública criada para atender esses domicílios.

Para o IPEA (2010) qualquer política pública deve prever a manutenção ou ampliação do conjunto de bens e serviços sociais, equipamentos comunitários e redes de suporte à vida das pessoas, das famílias, das comunidades e das cidades, pois desta forma potencializará o impacto sobre o desenvolvimento econômico, a promoção do bem-estar social e a garantia dos direitos humanos.

e) Saneamento Ambiental

Atualmente o planejamento do saneamento ambiental no Brasil é norteado pelo PLANSAB (2013), o qual apresenta as diretrizes gerais para o saneamento em todas as regiões do Brasil com metas a serem atingidas até o ano de 2033.

No PLANSAB (2013) dos municípios do Polo Costa do Delta somente de Parnaíba é exigida oficialmente metas de saneamento (Tabela 29).

Cidade	A1			E1			R1		
	2018	2023	2033	2018	2023	2033	2018	2023	2033
Parnaíba	82	88	98	51	65	92	86	93	100

Tabela 29 - Metas para principais indicadores de saneamento nas regiões hidrográficas brasileiras (em %)   
 Fonte: PLANSAB, 2013.

Os principais indicadores, utilizados na projeção das metas até o ano de 2033, englobam dados da rede de distribuição de água e/ou poço artesianos, rede coletora de esgoto ou fossa séptica e coleta direta de resíduos sólidos (Quadro 33).

A1	Número de domicílios urbanos e rurais abastecidos por rede de distribuição ou por poço ou nascente com canalização interna / Total de domicílios [Censo 2010]
E1	Número de domicílios urbanos e rurais servidos por rede coletora ou fossa séptica para os excretas ou esgotos sanitários / Total de domicílios [Censo 2010]
R1	Número de domicílios urbanos atendidos por coleta direta (porta-a-porta) de resíduos sólidos / Total de domicílios urbanos [Censo 2010]

Quadro 33 – Principais indicadores selecionados para as metas do PLANSAB   
 Fonte: PLANSAB, 2013.

Com uma rede de distribuição de água com percentuais de atendimento à população acima da média estadual e do nordeste, Parnaíba e Ilha Grande figuram, segundo AEE (2011), com 93,3% e 88,7% de cobertura (Tabela 30). Esses dois municípios são os responsáveis por elevar a média acima do estado para o Polo Costa do Delta.

ref.	Número de famílias (jun/2010)	Famílias com abastecimento via rede pública		Famílias com abastecimento via poço ou nascente própria		Famílias com outras formas de abastecimento	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Cajueiro da Praia	1.791	262	14,6	1.516	84,6	13	0,7
Ilha Grande	2.125	1.884	88,7	109	5,1	132	6,2
Luís Correia	6.227	2.150	34,5	2.996	48,1	1.081	17,4
Parnaíba	37.106	34.620	93,3	1.827	4,9	658	1,8
<b>Total Polo</b>	<b>47.249</b>	<b>38.916</b>	<b>82,4</b>	<b>6.448</b>	<b>13,6</b>	<b>1.884</b>	<b>4,0</b>
<b>Total Piauí</b>	<b>742.744</b>	<b>495.372</b>	<b>66,7</b>	<b>174.831</b>	<b>23,5</b>	<b>72.537</b>	<b>9,8</b>
<b>Total Nordeste</b>	<b>12.595.829</b>	<b>8.726.540</b>	<b>69,3</b>	<b>2.626.929</b>	<b>20,9</b>	<b>1.128.219</b>	<b>9,0</b>
<b>Total Brasil</b>	<b>34.391.166</b>	<b>25.674.157</b>	<b>74,7</b>	<b>6.862.603</b>	<b>20,0</b>	<b>1.511.571</b>	<b>4,4</b>

Tabela 30 – Número de famílias e condição de abastecimento de água  
 Fonte: Ministério da Saúde – Sistema de Informação de Atenção Básica – SIAB, 2010.

Já os demais municípios, Cajueiro da Praia e Luís Correia, não gozam de bom percentual de cobertura, pois apenas 34,5% e 14,6% dos domicílios respectivamente tem ligação à rede de distribuição de água. Essa condição agrava-se em período de férias e feriados, tendo em vista o aumento no número de consumidores.

O crescimento econômico da região, fortalecido pelas atividades concernentes ao turismo e a ampliação do ensino superior – Entre Universidade Estadual do Piauí, Universidade Federal do Piauí e faculdades particulares, a região detém uma população estudantil de aproximadamente 13.000 estudantes, pressiona o ambiente que, sem a necessária distribuição dos benefícios gerados, impulsiona a concentração de renda e oportunidades, assim como encaminha o ciclo da desigualdade socioespacial. Este fenômeno sistêmico materializa-se em ocupações e moradias precárias, além de agravar os impactos negativos e o avanço da população mais carente à periferia, geralmente ocupando áreas de risco e/ou protegidas por lei.

No mesmo sentido seguem os indicadores do esgotamento sanitário na região. Até o ano de 2010 os municípios litorâneos abrangiam aproximadamente 2% do total de domicílios, sendo que Cajueiro da Praia e Luís Correia não tinham rede de esgoto e águas pluviais, subjugando 50% da população ao tratamento de esgoto via fossa séptica e os outros 50% a nenhuma forma de coleta, despejando o esgoto *in natura* no ambiente natural (AEE, 2011). Já Parnaíba e Ilha Grande apresentavam índices de tratamento via fossa acima dos 70%, porém até 2014/2015 os municípios receberam investimentos provenientes do PAC – Programa de Aceleração do Crescimento do governo federal aumentando a cobertura de coleta e tratamento de esgoto.

ref.	Número de famílias com ligação de rede de esgoto		Número de famílias que utilizam fossa		Número de famílias que lançam esgoto a céu aberto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Cajueiro da Praia	21	1,2	961	53,7	809	45,2
Ilha Grande	23	1,1	1.563	73,6	539	25,4
Luís Correia	74	1,2	3.062	49,2	3.091	49,6
Parnaíba	415	1,1	30.885	83,2	5.805	15,6
<b>Total Polo</b>	<b>533</b>	<b>1,1</b>	<b>36.471</b>	<b>77,2</b>	<b>10.244</b>	<b>21,7</b>
<b>Total Piauí</b>	<b>37.151</b>	<b>5,0</b>	<b>452.454</b>	<b>60,9</b>	<b>253.134</b>	<b>34,1</b>
<b>Total Nordeste</b>	<b>3.017.860</b>	<b>24,0</b>	<b>6.957.060</b>	<b>55,2</b>	<b>2.506.909</b>	<b>19,9</b>
<b>Total Brasil</b>	<b>13.352.462</b>	<b>38,8</b>	<b>16.534.635</b>	<b>48,1</b>	<b>4.157.213</b>	<b>12,1</b>

Tabela 31 – Número e percentual de famílias por tipo de tratamento de esgoto

Fonte: AEE, 2011 com base em Ministério da Saúde - Sistema de Informação de Atenção Básica – SIAB, 2010.

Além da rede sanitária, os municípios do Polo Costa do Delta enfrentam o problema da gestão dos resíduos sólidos, no que tange a produção, gestão e disposição final do lixo. A realidade apresentada pelos quatro municípios evidencia a inexistência de aterros sanitários, exigido por lei (nº12.305/10) para todas as cidades, em três deles, sendo Parnaíba a única a ter um aterro com os requisitos mínimos.

#### 7.2.2.4 O Ambiente Tecnológico

O desenvolvimento de tecnologias sempre esteve presente ao longo da existência dos seres humanos, pois assim dependeu a vida e a supremacia da espécie. Até o século 18 todo o processo de produção baseava-se em técnicas artesanais, ou seja, da ideia à venda todo produto era feito à mão e sem padronização. Porém, a partir da segunda metade do século 18 até o final da primeira metade do século 19, desenvolveu-se um processo de transição das antigas técnicas de produção para novas formas de manufatura, tendo como característica fundamental a integração do sistema produtivo à tecnologia da máquina a vapor. A este período denomina-se como primeira revolução industrial ou revolução do carvão e do ferro (Chiavenato, 2004). Esta primeira revolução influenciou diretamente a mecanização da indústria e da agricultura.

Logo no final do século 19 até meados do início do século 20 desencadeou-se outro processo de desenvolvimento tecnológico, através da introdução da energia elétrica e do aço, alterando assim a mecanização industrial e acelerando e aumentando a produtividade.

A terceira revolução industrial ou, como comumente é chamada, revolução da informação, valeu-se dos saltos tecnológicos qualitativos dados nos séculos anteriores, tendo ocorrido a partir do final da primeira guerra mundial, tendo como marco o desenvolvimento do primeiro computador por John Mauchly e John Eckert em 1946, influenciados pelas necessidades da segunda guerra mundial, como as tecnologias de codificação. As transformações na vida humana ganharam contornos antes inexistentes, onde a informação é a matéria-prima, permitindo que as tecnologias provenientes desse novo contexto permeassem o dia a dia e a dinâmica da vida humana, onde a conectividade, a flexibilidade e a convergência de tecnologias são características fundacionais de um ambiente em rede (Druker, 2012).

Sendo assim, Schwab (2016) identifica uma tendência, que surge a partir dos anos de 1990, e que se consolida ano a ano, denominada de “Quarta Revolução Industrial”, a qual caracteriza-se, segundo o autor, não por um conjunto de novas tecnologias em si mesmas, e sim pelo processo de transição rumo a novos sistemas que foram constituídos sobre a infraestrutura da revolução digital. Porém, para Schwab (2016), determina que existem três razões para crer que as transformações atuais não representam a continuidade ou extensão da terceira revolução industrial, a já referenciada revolução da informação, as quais são: a velocidade, o alcance e o impacto nos sistemas.

Neste contexto, o ambiente tecnológico, segundo Tribe (2010), oferta grandes oportunidades e, também, ameaças às organizações e destinos turísticos. Desenvolver tecnologicamente o destino, instituição ou a empresa de turismo proporciona a possibilidade de atrair oportunidades com melhor custo-benefício, seja na atração de turistas ou de investimentos, pois tende a melhorar produtos e serviços e dinamizar o processo de comercialização através dos canais de distribuição. Porém, o ambiente de incertezas proveniente da competitividade também permite que surjam interesses divergentes entre os atores atuantes em relação ao destino ou organização turística, assim como abre espaços para a entrada de novos *players* ao mercado.

Para uma melhor compreensão, Tribe (2010) sugere o estudo do ambiente tecnológico a partir de duas abrangentes áreas: a tecnologia de informação e comunicação, as quais juntas formam o setor das TIC's.

Desta forma, analisar-se-á as TIC's no Polo Costa do Delta abordando o território com base no uso das ferramentas e tecnologias por parte do poder público dos municípios e iniciativa privada.

Buhalis e O'Connor (2005) declaram que as TIC's têm transformado o turismo globalmente e redirecionando-o gradualmente a um novo paradigma e alterando a estrutura da atividade.

É nesse contexto que percebe-se as TIC's ainda pouco presentes no turismo do Polo Costa do Delta, restringindo-se a alguns empreendimentos dos setores da hotelaria e agenciamento de viagens, pois os de outros setores como restauração, eventos e transportes (local e regional), os quais tem maiores índices de informalidade, em sua maioria não fazem uso de tecnologias de apoio à gestão e desenvolvimento do negócio.

A divulgação e promoção dos municípios e seus atrativos turísticos ainda é incipiente e faz pouco uso das TIC's, restringindo-se a publicidades espontâneas produzidas por mídias digitais e tradicionais (revistas e jornais) brasileiras. Desta forma, a responsabilidade de difusão das características do turismo do Polo Costa do Delta é assumido pela iniciativa privada, através da promoção dos empreendimentos turísticos existentes pelo território.

Desta forma, a geração de conteúdo não atende as necessidades e especificidades regional, mas as do capital, seja para a promoção imobiliária ou das empresas de turismo. As plataformas mais utilizadas pelo poder público e empresários são as mídias sociais: facebook, instagram, flickr e twitter, as quais são mundialmente utilizadas por operadores turísticos e turistas independentes

Nos municípios do território estudado, levantou-se dezesseis estabelecimentos hoteleiros que fazem uso de alguma tecnologia da informação – referidas no Quadro 34 –, assim como as agências de turismo emissivo e receptivo.

Ferramenta	Definição	Vantagem
CRM (Customer Relationship Management ou Gestão de Marketing de Relacionamento)	Estabelecimento de contato diferenciado, de maneira a atender as necessidades específicas de cada grupo que pretende atingir (segmentação).	Coletam sugestões dos consumidores, prospectam tendências e ponderam a eficácia de campanhas de marketing, além de manterem as preferências e requerimentos dos clientes para solicitações futuras.
Links patrocinados ou Google Adwords	As empresas pagam para estarem no topo da página dos buscadores. Estratégia de divulgação do site da empresa pela web.	Possibilidade de definição do orçamento diário com a ferramenta – quando os cliques alcançarem o limite imposto pelo cliente, ele ficará “congelado” até o dia seguinte. É a forma mais ágil de se anunciar e atrair visitantes no comércio eletrônico. O principal benefício para as empresas alude ao fato de os links permitirem que a companhia ocupe lugar de destaque nos sites de busca e em redes de conteúdo.
Google Analytics	Monitoramento das redes sociais	Monitoramento das vendas online, análise da interatividade do site, integração e acompanhamento de campanhas, relatórios personalizados etc.
SEM (Search Engine Marketing) ou marketing para mecanismos de busca.	É responsável por tornar um site mais facilmente encontrado, sem pagamento, em mecanismos como Google, Bing e Yahoo.	Facilita o posicionamento em mecanismos de busca e a medição das campanhas em tempo-real, permitindo uma grande flexibilidade na gestão dos orçamentos publicitários. O SEM cuida da navegabilidade do consumidor dentro do site para que ele possa encontrar e consumir o que está procurando.
Redes sociais (Facebook, Google+, LinkedIn, Youtube, Flickr, MySpace, Tumblr, Pinterest e outros)	São ferramentas online projetadas para permitir a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos.	Permitem expansão do mercado, melhor relacionamento com clientes e fornecedores, redução de custos, campanhas de marketing, abertura em novos segmentos de mercado etc.
Blogs	Banco de conteúdo gerado pela empresa e uma forma de obter opiniões sobre os pensamentos de seus clientes e seguidores.	Promove a interação com os leitores do seu blog e, conseqüentemente, facilita a troca de ideias e o acesso a novos conteúdos. Auxilia na divulgação do produto, no aumento da rede de relacionamento e no entendimento do mercado.

Quadro 34 – Ferramentas de e-marketing utilizadas por empresas de turismo do Polo Costa do Delta  
Fonte: Adaptado de Boaria, Dos Anjos e Raye, 2014.

Além dessas ferramentas, especificamente as agências de viagens valem-se de sistemas de distribuição global (GDS), porém, geralmente, a maioria delas fixa-se na disponibilidade de sistemas de distribuição na internet com base no uso da tecnologia webservice, além dos sites próprios fornecedores de serviços, como: empresas de transporte aéreo, rodoviário e hotéis através de sistemas de reservas.

Em 2016 a Computerworld<sup>65</sup> publicou os dez efeitos das TIC's no turismo, dos quais evidenciam-se nove, destacando as transformações que as novas tecnologias podem proporcionar positivamente às empresas e destinos: **i) Acessibilidade Universal:** os destinos inteligentes propiciam experiências acessíveis e satisfatórias para todos, incluindo pessoas com limitações motoras que incapacitam ou dificultam a mobilidade; **ii) Comodidade, rapidez e disponibilidade imediata de informação:** a intimidade do turista atual com as tecnologias trouxe à realidade do turismo mundial a independência do viajante, o qual realiza compras e reservas em pouco tempo, sem necessidade de deslocamento à lojas e agências de turismo, acessando diferentes aplicativos para PC, Smartphone, entre outros dispositivos, obtendo ao

<sup>65</sup> Ver em <https://www.computerworld.com.pt/2016/10/19/10-efeitos-da-aplicacao-de-tic-no-sector-do-turismo/>

mesmo tempo informações específicas e adicionais sobre o produto; **iii) Flexibilidade de preços:** ofertas no turismo “low cost” são uma realidade oriunda da conectividade do turista, ou seja, estão hiperligados e realizam investigações antes de decidir sobre a compra, sendo todo o processo feito online. Desta maneira, comparam preços e serviços, forçando as empresas a buscarem características que as diferenciem da concorrência e gere maior competitividade, proporcionando vantagens ao consumidor final; **iv) Experiências exclusivas e personalização do serviço turístico:** o uso de tecnologias de Big Data e a gestão inteligente do marketing turístico delimitam as características de consumo, entre outras vantagens na identificação das necessidades e desejos dos turistas; **v) Interatividade com o consumidor:** através de sistemas de CRM – Customer Relationship Management; **vi) Destinos turísticos inteligentes:** infra-estruturas tecnológicas garantem o desenvolvimento sustentável do território turístico, a excelência em relação à acessibilidade, a integração do visitante com o ambiente ou o aumento da qualidade da sua experiência, são algumas consequências da adoção de tecnologias como redes de Wi-Fi gratuitas, realidade aumentada, vídeo-guias ou auto-guias, “beacons”, dispositivos que enviam informação de interesse turístico tendo em conta a localização e jogos interactivos; **vii) Economia colaborativa:** com as TIC’s tende surgir novos modelos de negócios, em rede; **viii) Presença no mercado internacional:** a inexistência de barreiras geográficas na Internet facilita a ampliação da divulgação, promoção e distribuição dos produtos; **ix) Redução de custos:** processos gerenciais mais eficientes, através da automatização dos empreendimentos turísticos, tendem a aumentar a produtividade e reduzir a margem de erros e melhorar.

Marques (2014) indica que no uso das TIC’s há uma gama diversa e imensa de recursos disponíveis, dentre os quais, para o turismo pode-se destacar: loja online, e-mail marketing, redes sociais, facebook marketing, Google plus (para aumentar os benefícios com a rede social da Google), You Tube marketing, Google adwords, mobile marketing, entre outros.

As TIC’s, mesmo ignoradas pelo poder público municipal dos destinos do Polo Costa do Delta, tem ganhado a atenção, destacando-se as iniciativas de apoio ao desenvolvimento de *startups*, através do Polo Tecnológico de Parnaíba, que abriga o Instituto Delta TIC’s. O instituto constituiu-se com o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Parnaíba, Governo do Estado do Piauí e SEBRAE (Figura 65).

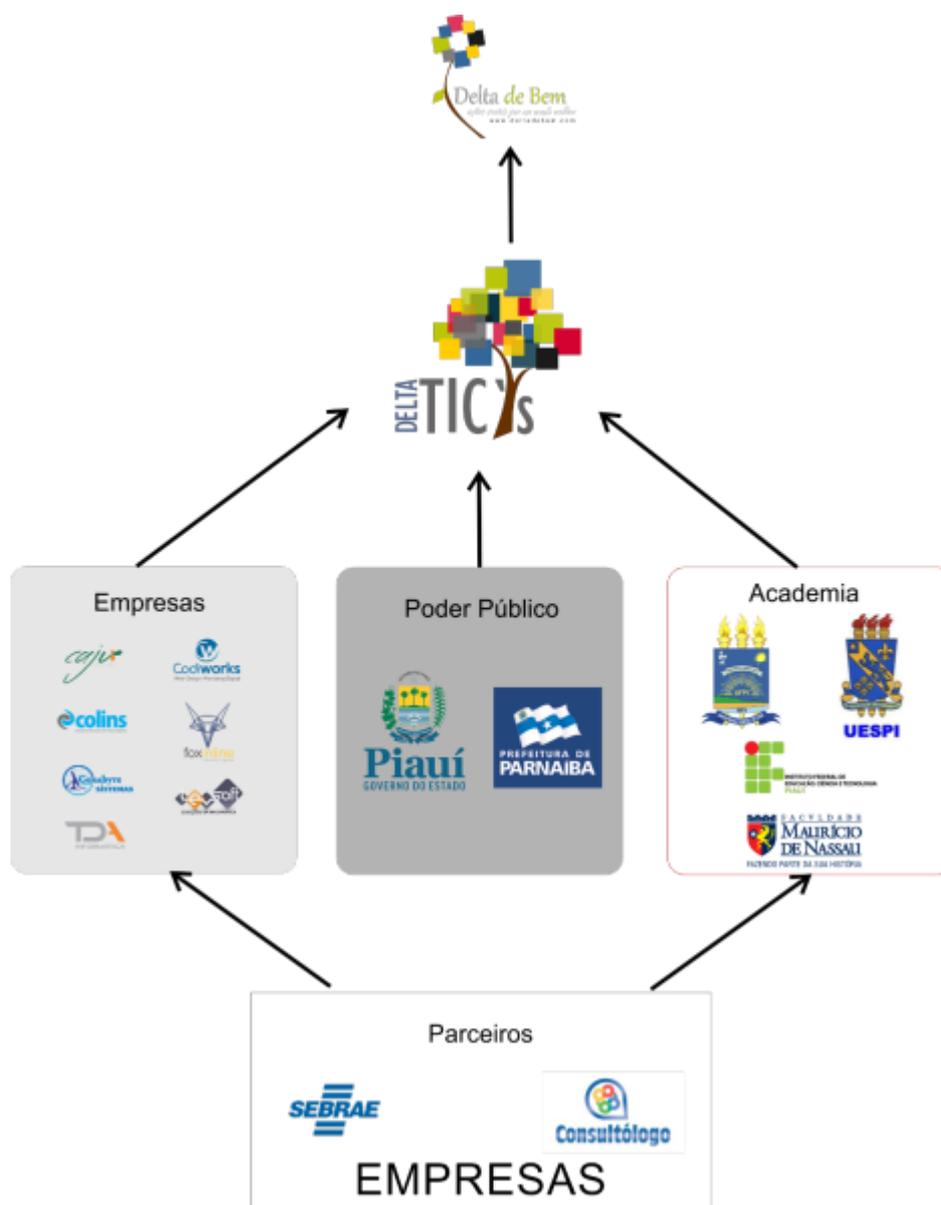


Figura 65 – Rede de parcerias na formação da Delta TIC's  
 Fonte: Delta TIC's, 2016.

O uso das TIC's no território Polo Costa do Delta para o desenvolvimento de um ambiente criativo ao turismo não encontra amparo nas políticas públicas do setor tecnológico da região. Porém, este cenário ganhou em setembro de 2016 as primeiras iniciativas do poder público em democratizar o acesso à informação turística, no caso da prefeitura municipal de Ilha Grande, a qual implantou na cidade um CAT – Centro de Atendimento ao Turista, sendo o primeiro da região que vale-se do aplicativo QR-Code para informar os turistas do patrimônio turístico do município.

Sendo assim, quando inquiridos os gestores e administradores públicos do turismo nos municípios, apenas Ilha Grande e Parnaíba acusam terem centros de atendimento ao turista,

limitando-se a ofertar informações sobre os atrativos naturais e culturais e uma variada gama de material publicitário de empresas de turismo da região.

Em Portugal, mais precisamente idealizado pela Turismo do Porto e Norte de Portugal, a comunicação no destino turístico é realizada através de uma rede de lojas interativas designadas por CIT – Centro de Informações Turísticas. Estes espaços são interligados virtualmente e com tecnologias que disponibilizam aos visitantes informações e dados sobre a oferta turística da região, permitindo ao turista acessar informações sobre qualquer evento, serviço ou atrativo turístico noutra cidade, sendo possível comprar ingressos aos espetáculos, reservar mesas em restaurantes ou diárias em hotéis.

Seguindo orientações da Organização Mundial de Turismo, a rede de lojas CIT apresentam informações e promovem sete produtos estratégicos da região: Turismo de Negócios, City & Short Breaks, Gastronomia e Vinhos, Turismo de Natureza, Turismo Religioso, Touring Cultural & Paisagístico e dos Patrimónios, Turismo de Saude e Bem-Estar.

Neste contexto, Gretzel et. al (2015) relata que com o avanço das TIC's no âmbito do turismo trouxe consigo o conceito de destino inteligente (*smart destination*), considerando o território o suporte e o objeto da adoção e implementação de mídias, interativas e informacionais, em sinergia com seus elementos sociais, enriquecendo as experiências dos turistas e melhorando a competitividade do destino.

Gordin e Matetskava (2012) compreendem, como no caso da incipiente iniciativa de Ilha Grande, que novas formas de interação aliadas com as recentes tecnologias e meios de comunicação geram oportunidades ao turista de ampliar o contato intercultural durante a viagem.

Sendo assim, os municípios do Polo Costa do Delta que desejarem se tornar destinos inteligentes devem atentar-se para: a) Possibilitar e ampliar o acesso gratuito a Internet à população residente e aos visitantes; b) aderir as novas tecnologias e inseri-las no contexto comunicacional do turismo local e regional e c) Integrar os sistemas informáticos locais com os de abrangência mundial.

É neste passo que, percebendo a necessidade de atender aos anseios da população residente dos principais destinos turísticos e cidades economicamente ativas, o governo do Piauí anunciou, em 2014, a expansão da inclusão digital na região litorânea, através da ATI – Agência de Tecnologia da Informação do Governo do Estado do Piauí, implantando pontos de internet em zonas de livre acesso, abarcando os municípios de Parnaíba (Figura 66), Luís Correia e Cajueiro da Praia (G1 PI, 2014). Desta forma, a medida serviria para que a



Ao inquirir-se os políticos (gestores e administradores públicos – n=20) e *experts* (n=93) – Gráfico 08 –, constata-se que os municípios, mesmo sendo destinos turísticos com demanda significativa, não mantêm website para promoção e divulgação do turismo, entende-se, portanto, que tecnologias mais avançadas, e que realmente integrariam as empresas, comunidades ao mercado de turismo, estão ainda distantes de serem adotadas e, principalmente, percebidas como política públicas.

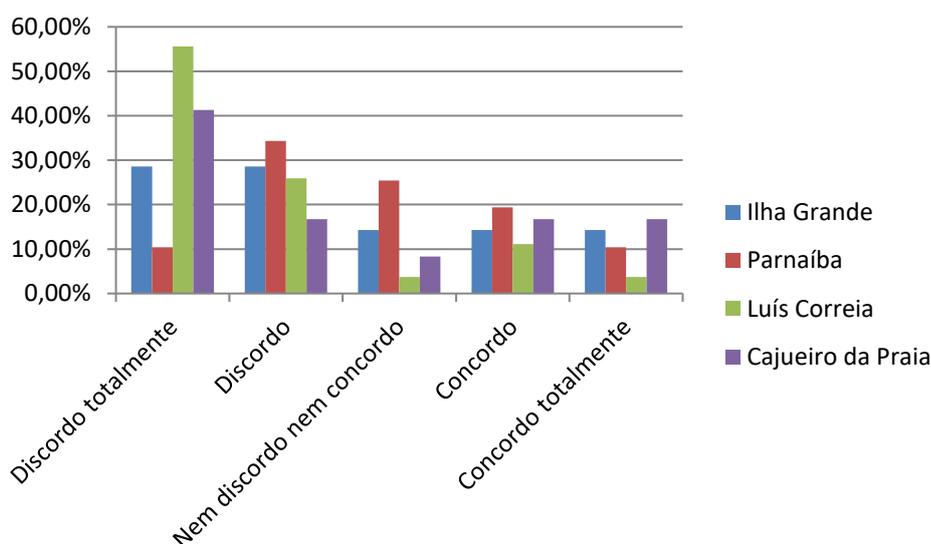


Gráfico 08 - O município utiliza portais na internet para divulgar-se

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos políticos, gestores e *experts*.

Diferentemente dos destinos turísticos do Polo Costa do Delta, em Portugal – utiliza-se como referencia mais recente na aplicação da ideia da indústria 4.0 – a adaptação das empresas portuguesas à nova realidade tecnológica é uma política de estado, ou seja, há políticas públicas específicas para a requalificação das empresas, a qual refletirá, em breve, com mais notoriedade no setor do turismo. Para tanto, em 30/01/2017 no município de Leiria, o governo português lançou a estratégia i4.0<sup>66</sup>, que injetará na economia 4,5 bilhões de euros num período de tempo de 4 anos.

Na base da ideia i4.0 está o trabalho colaborativo e a capacitação de recursos humanos, o qual considerando o turismo, tenderá a fortalecer as redes e aumentar o nível de competitividade das empresas e destinos.

O turista não é mais o mesmo de anos atrás, já está valendo-se das novas tecnologias que privilegiam a conectividade e a independência. Pois, de acordo com Abrantes, Kastenholtz e Lopes (2010), um exemplo são as redes sociais que “estão mudando a maneira como os

<sup>66</sup> Ver em: <http://www.portugal.gov.pt/pt/ministerios/meco/noticias/20170130-mecon-industria-4.aspx>

turistas planejam suas viagens”, pois permitem que os usuários interajam e compartilhem suas experiências no destino turístico com outras pessoas e com a estrutura turística pública (prefeituras, conselhos municipais e secretarias.) e privada (hotéis, agências de viagens e restaurantes.).

Os desafios para o Polo Costa do Delta adaptar-se aos novos tempos são muitos, fundamentalmente de ordem política e econômica.

### **7.3. FIB –Felicidade Interna Bruta**

O debate sobre a felicidade como propulsora de desenvolvimento econômico e social vem de longa data. Hobbes (2008) apresenta uma compreensão pessimista sobre o homem no estado de natureza, percebendo-o como predador de si mesmo, evidenciando o papel político do Estado na função primordial da garantia ao cumprimento das leis (pactos) e segurança, com o objetivo ao bem comum, ou seja, para um estado coletivo de felicidade (pública). O caráter público da felicidade emerge em Locke (2000), o qual defende a busca pela felicidade como base para a liberdade e regras morais, incumbindo o Estado ao papel protecionista à vida, liberdade e propriedade. No entanto, Rousseau (2001) enfatiza que a responsabilidade pela corrosão do homem é a sociedade, pois ele já é bom por natureza. Desta forma, para o autor, o contrato social surge para justificar a submissão de todos ao Estado (autoridade legal), objetivando a formação de uma sociedade harmoniosa calcada na liberdade e com foco ao bem comum.

Compreendendo as diversas compreensões de felicidade e as suas implicações na sociedade, mais recentemente, em 2011, a ONU publicou a Resolução 65/309, denominada “Felicidade: um enfoque holístico pelo desenvolvimento”, encaminhando orientações de inclusão da busca da felicidade como objetivo humano fundamental. Para tanto, instituiu a felicidade como um dos objetivos de desenvolvimento do milênio, no intuito de tornar prática comum a prática de políticas públicas específicas a este fim.

Porém, passados cinco anos, poucos são os países que adotaram a felicidade como base indicadora na formulação de políticas públicas à melhoria da qualidade de vida. No Brasil não foi diferente, pois não há previsão legal na Constituição Federal Brasileira, apenas um PEC – Projeto de Emenda Constitucional nº19/2010 que propõe a alteração do artigo 6º que, se aprovada, passará a ter a seguinte redação: “São direitos sociais, essenciais à busca da felicidade, a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho [...]”.

Desta forma, os municípios brasileiros não desenvolveram formas de mensurar a felicidade e os setores a ela ligados, assim como todos aqueles inseridos no território do Polo Costa do Delta.

Mesmo sendo uma região de interesse turístico, o qual evidenciaria a necessidade de desenvolver práticas sociais e turísticas que proporcionassem e potencializassem o caráter da hospitalidade local, nenhum município tem no rol de políticas públicas qualquer iniciativa de minimizar as deficiências e necessidades da sociedade, apenas cumprem políticas externas ao território e impostas pelos governos do estado do Piauí e Federal.

Portanto, a análise que se segue apresenta a realidade da percepção do contexto socioeconômico, ambiental e cultural na composição de um Estado de felicidade, ou seja, aquele que proporciona as ferramentas mínimas de se buscar à condição feliz.

A realidade no território de estudo<sup>67</sup>, levantada através de inquérito por questionário (ver na seção 7.2), encaminha a compreensão de um ambiente social fragmentado e em relativo declínio, pois as condições de vida da maioria da população ainda são precárias.

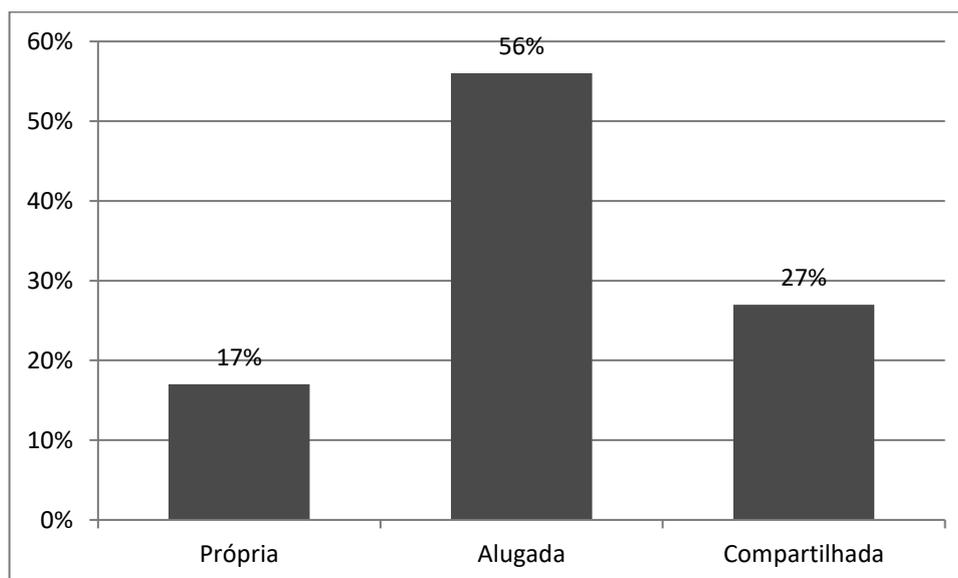


Gráfico 09 – Condição de residência (propriedade)

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário GNH.

A pobreza e a falta de trabalho e renda, fazem da população do Polo Costa do Delta refém do ciclo vicioso da desigualdade, ou seja, no que tange a moradia, dificilmente a população mais carente consegue livra-se do aluguer, auxiliando à concentração de riquezas nas mãos dos proprietários de imóveis e especuladores imobiliários. Neste contexto, mais da

<sup>67</sup> Descrito no capítulo VII com base nos inquéritos respondidos pelos residentes e políticos (gestores e administradores públicos)

metade da população do território sobrevive em moradias alugadas, pois 56% (n=215) declaram viver em casa de terceiros e com pagamento mensal, outra parcela significativa, 27% (n=104), em residências compartilhadas com outros familiares e conhecidos e, apenas, um número menor, 17% (n=65), é detentor dos imóveis nas quatro cidades do polo .

Dados sobre o desemprego no estado do Piauí, segundo o IBGE, demonstram que a taxa de 9,9%, alcançada em agosto de 2016, traz maiores desafios ao poder público, especialmente na manutenção das condições mínimas de vida, pressionando a população adaptar-se à nova realidade, a qual tenderá a diminuir a taxa de moradias próprias e aumentar as taxas de residências compartilhadas e alugadas devido a possível queda nos rendimentos individuais e familiares.

Sendo assim, objetivando um maior detalhamento da realidade do território de estudo, agrega-se aos dados já expostos (ver capítulo VII) outros que, em seu conjunto, constituam as condições de felicidade, ou seja, que afirmam o FIB<sup>68</sup> dos municípios circunscritos aos limites do Polo Costa do Delta. Para tanto, com o intuito de distinguir os domínios do FIB, que apresentaram diferenças significativas entre os municípios (Tabela 32), realizou-se o teste estatístico ANOVA – Análise de Variância, o qual, ao considerar os dados captados, apresentou nível de significância das dimensões FIB (Sig <0.05), assim nenhuma variável (dimensão) foi excluída da análise.

	<b>Ilha Grande</b>	<b>Parnaíba</b>	<b>Luís Correia</b>	<b>Cajueiro da Praia</b>
<b>Bem-estar Psicológico</b>	2,0357	2,6762	2,1516	3,8483
<b>Saúde</b>	1,5782	3,3288	2,0054	1,9972
<b>Uso do Tempo</b>	2,0268	2,2024	2,0027	2,3990
<b>Vitalidade Comunitária</b>	3,6821	2,0864	1,6620	4,2694
<b>Educação</b>	1,0322	1,9692	1,9180	2,1982
<b>Cultura</b>	2,1970	2,1346	2,0020	2,0536
<b>Meio Ambiente</b>	1,0530	2,0940	2,6035	4,1231
<b>Governança</b>	1,8827	1,5513	1,0424	1,1120
<b>Padrão de Vida</b>	1,6672	3,9396	2,2081	2,2021
<b>FIB</b>	<b>1,9061</b>	<b>2,4425</b>	<b>1,9550</b>	<b>2,6892</b>

Tabela 32 – FIB obtido através da média das dimensões (Inquérito GNH) numa escala de 1 a 5, onde 5 corresponde a felicidade.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do inquérito GNH, 2015.

<sup>68</sup> Ver as dimensões do FIB na seção 5.2

Numa análise mais ampla dos resultados, percebe-se que o nível de felicidade dos municípios do Polo Costa do Delta, além de ser sempre muito baixo<sup>69</sup>, diferencia-se claramente. As razões para as diferenças entre municípios de uma mesma região congregam-se, na perspectiva desta tese, em três possibilidades: na relação população residente X número de empreendimentos turísticos, na relação demanda e oferta turística e no protagonismo econômico regional.

Em relação a Parnaíba, a compreensão do índice FIB (2,4425), o qual aparece em 2º lugar entre os municípios com maior índice de felicidade no Polo, perpassa pelo seu protagonismo econômico regional, ou seja, a liderança econômica que exerce sobre todo o território faz com que haja uma percepção de importância ou de mais elevada autoestima por parte do residente, pois é a cidade, na região, que detém uma rede de saúde pública mais robusta, número significativo de escolas públicas e particulares, além de universidades e faculdades. Compreende-se que outros setores da economia parnaibana mostram-se relevantes à dinâmica social no município (Tabela 33).

<b>Setor Produtivo</b>	<b>Produção Anual em US\$<sup>70</sup></b>	<b>PIB em %</b>
Comércio e Serviços	215.147.520,78	56,90
Indústria	29.851.247,30	7,89
Agropecuária	6.905.143,20	1,82
Administração, saúde, educação públicas e seguridade social	126.152.140,43	33,37
Total	378.055.743,76 (valor adicionado bruto)	100,00

Tabela 33 – Valores da produção a preços correntes e PIB total  
Fonte: IBGE, 2013 com o ano de 2010 como referência.

Neste contexto, quando fixa-se a observação sobre a relação população versus número de empreendimentos turísticos (Tabela 35, p.253), obtém-se como resultado uma proporcionalidade positiva, assim como em Luís Correia e Cajueiro da Praia. Ilha Grande nesse contexto é a exceção.

Mesmo sendo o protagonista da economia regional, Parnaíba apresenta um baixo índice FIB. Tal resultado tem como pontos mais fortes de pressão as dimensões vitalidade comunitária (2,0864), educação (1,9692) e governança (1,5513). Desta forma, os dados possibilitam a seguinte inferência:

<sup>69</sup> O FIB dos municípios do Polo Costa do Delta é sempre muito baixo. Na escala adotada o ponto 3 é o ponto nulo, ou seja, o zero. Assim, conclui-se que o FIB é negativo e explicita um ambiente de não felicidade.

<sup>70</sup> Tendo como referência o câmbio de US\$ 3,247 para cada R\$ 1,00

a) Em relação a vitalidade comunitária: devido o baixo poder aquisitivo da população e os alarmantes níveis de segurança, caracterizam os residentes pela desconfiança, a qual evidencia-se no gráfico 10 com 63% (n=242) com nenhuma confiança e 32,30% (n=124) com pouca confiança. Os residentes apresentam os mesmos percentuais de desconfiança para as variáveis “vizinhos e estranhos que encontra”.

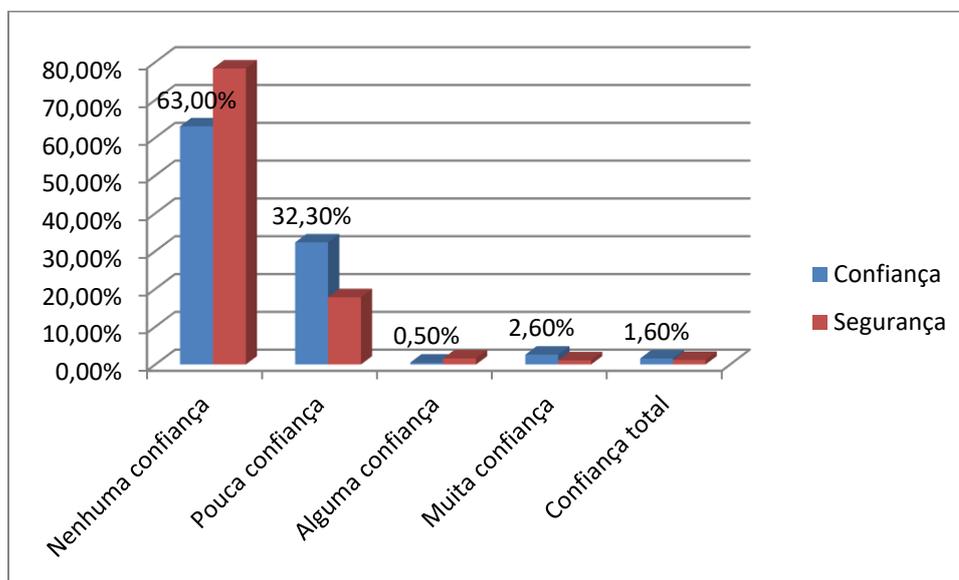


Gráfico 10 – Vitalidade comunitária (Confiança e segurança)

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário GNH.

b) Em relação a educação: a existente desigualdade em qualidade entre o ensino público municipal e estadual e o ensino particular é grande, fundamentalmente no que tange a qualificação dos docentes, recusos didáticos e estrutura física das escolas, traz à percepção da população residente a insatisfação com a educação. Esta inferência, funda-se no índice GINI (Tabela 34), o qual traz consigo o destaque ao baixo nível de renda per capita, explicitando, assim, a insatisfação com as oportunidades de acesso à educação formal devido as características econômicas da população. Neste contexto, dos inquiridos 36,5% (n=140) são extremamente insatisfeitos com as oportunidades de acesso à educação, 27,3% (n=105) mostram-se insatisfeitos, 16,7% (n=64) evidenciam uma indefinição quanto ao nível de satisfação e apenas 13,5% (n=52) destacam sua satisfação com 6,0% (n=23) de extremamente satisfeitos. Estes dados contrastam-se com a realidade educacional no Polo Costa do Delta, onde Parnaíba é detentora da maior rede educacional entre os quatro municípios.

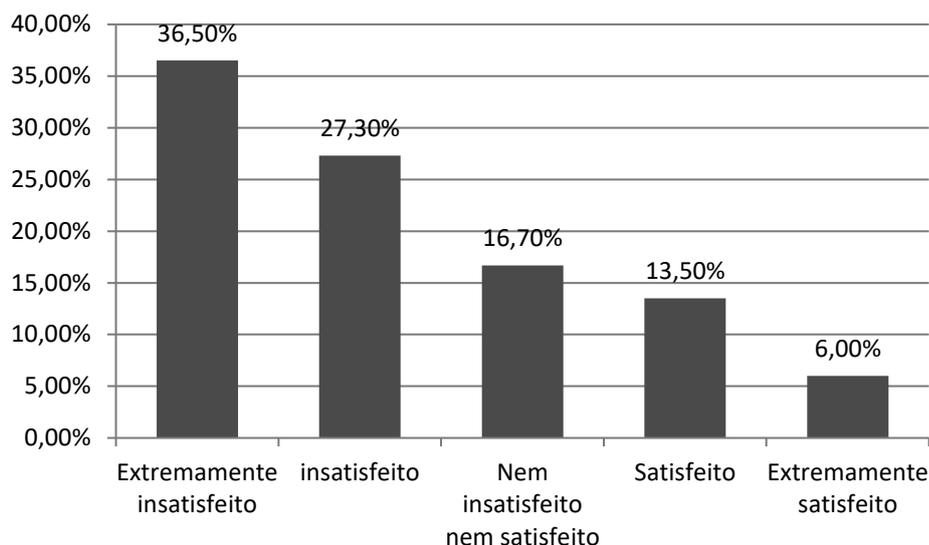


Gráfico 11 – Acesso à educação

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário GNH.

c) Em relação a governança: a baixa participação da população no processo decisório e a visão dos gestores e administradores municipais sobre o nível de envolvimento dos residentes reforça a ideia da invisibilidade social, ou seja, as decisões são *top/down* desconsiderando-se o interesse da população (ver p.229).

No Polo Costa do Delta, num contexto de maior precariedade à qualidade de vida, Luís Correia (1,9550) e Ilha Grande (1,9061) apresentam os piores índices de felicidade, pois com a escassez de demanda e a baixa diversidade econômica, detém maiores percentuais de desigualdade social – Índice de GINI (Tabela 33). Sendo que em relação ao turismo, considerando que Ilha Grande é o município que tem infraestrutura portuária para acesso ao Delta do Parnaíba e Luís Correia a maior parte das praias do litoral piauiense, ambos os municípios sofrem com a sazonalidade do fluxo de turistas ao longo do ano, diluindo, assim, a riqueza (PIB).

Município	Incidência de Pobreza	Índice de Gini <sup>71</sup>
Ilha Grande	64,61%	0,35
Luís Correia	55,01%	0,42

Tabela 34 – Desigualdade Social

Fonte: IBGE, 2016 com dados referentes ao ano de 2003.

<sup>71</sup> O índice de Gini mensura a desigualdade social de um município, estado ou país, indicando um valor numérico de 0 a 1, onde quanto mais próximo de 1 mais desigual será considerado.

Destoando da realidade regional, Cajueiro da Praia (2,6892) é o município identificado como o mais feliz, ou seja, os residentes consideram-se satisfeitos com a vida proporcionada localmente. Tal fenômeno ocorre, diferenciando-se dos demais municípios, pois a influência do turismo é mais evidente, ou seja, é presente no cotidiano da população, além da manutenção de hábitos e atividades econômicas extrativistas. A relação nº de empresas de turismo X população evidencia uma proporção acima da média das outras cidades, assim como a dependência da pesca, cata de mariscos e extração vegetal (ipecacuanha ou poaia-raiz, jaborandi, urucum, carnaúba, entre outros).

<b>Tipo de Empresa</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Empregos Diretos<sup>72</sup></b>	<b>População Local</b>	<b>%</b>
Hotéis e pousadas	15	225	7163 <sup>73</sup>	3,14
Associação de Condutores (Guias locais)	02	22		0,30
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>247</b>		<b>3,45</b>

Tabela 35 - Relação nº de empresas de turismo X população em Cajueiro da Praia  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Os resultados obtidos sobre o FIB – Felicidade Interna Bruta dos municípios do Polo Costa do Delta indicam que os residentes, de acordo com o município, apresentam níveis distintos de felicidade, os quais são influenciados, principalmente, por fatores de ordem econômica e social.

Outra consideração que se faz infere que, diferentemente do restante do estado, o Polo Costa do Delta congrega todas as condições para uma rápida recuperação no número de empregos, tendo em vista o fluxo turístico e as atividades comerciais ligadas ao turismo, que garantem uma dinâmica positiva e a manutenção do nível de qualidade de vida da população. Neste sentido, dois indicadores apresentam-se como indicativo da capacidade de resiliência do ambiente econômico e social, são eles o acesso ao trabalho e renda pelo turismo, ao considerar o percentual de empregados no turismo (empregos formais e informais), onde os 38,3% (n=147) residentes declaram que trabalham diretamente com o turismo (Gráfico 12) e a perspectiva de melhoria da condição financeira no turismo (Gráfico 13).

<sup>72</sup> Números aproximados devido a rotatividade e adequação ao fluxo de turistas.

<sup>73</sup> População em 2010, sendo estimado para o ano de 2016 uma população de 7483 habitantes.

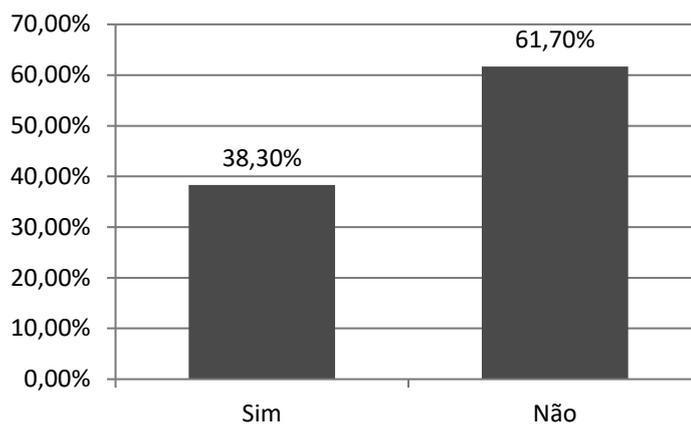


Gráfico 12 – Trabalha no turismo?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Os 38,30% dos entrevistados indicaram trabalhar diretamente com o turismo e declararam desenvolver suas atividades profissionais em quatro áreas: hotelaria, restauração, transportes e eventos. Este contexto traz consigo a relação com a percepção do turismo como um setor positivo à qualidade de vida e, por consequência, à composição das condições para obter felicidade. Sendo assim, perspectivando evidenciar esta relação, inquiriu-se os residentes sobre a capacidade do turismo aumentar a renda, obtendo 39,6% (n=152) de pessoas que concordam totalmente com esta afirmação, 39,1% (n=150) concordam, 13,0% (n= 50) nem discordam e nem concordam – admitem ter dificuldade para perceber a influência –, 6,8% (n=26) discordam e 1,6% (n=06) discordam totalmente. Estes inquiridos que discordam ou discordam totalmente informaram que não trabalham com o turismo, ou seja, exercem outras profissões distintas, atuando em outros setores.

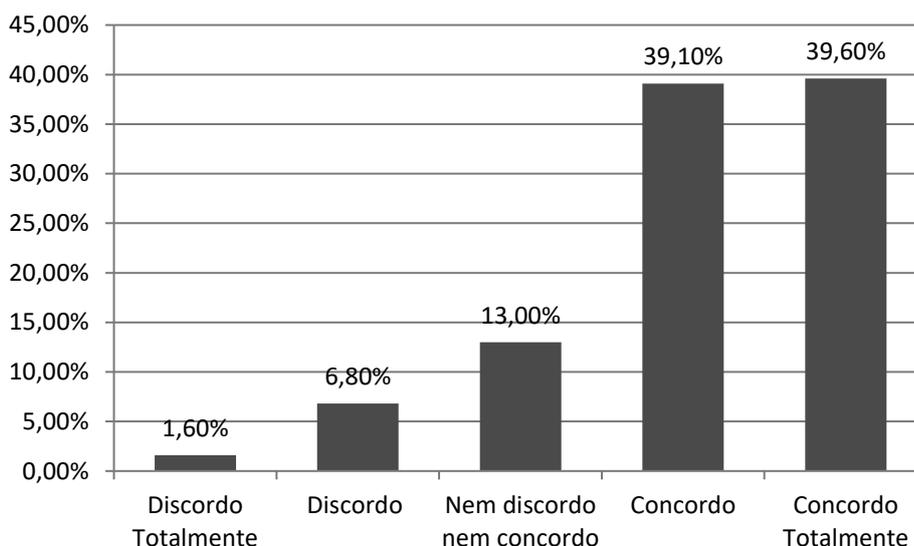


Gráfico 13 – Impactos econômicos – O turismo aumenta a renda

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Portanto, os indicadores acesso ao trabalho em turismo e renda trazem significativas informações que, apesar da realidade complexa e de pobreza (com base no índice GINI), apontam, no Polo Costa do Delta, uma perspectiva de geração de felicidade pelo turismo, a qual, quando relacionada com a pergunta “o turismo no seu município traz a felicidade para os residentes?”, evidencia um percentual elevado de concordância, pois somando-se os residentes que concordam (33,10%, n=127) e concordam totalmente (18,0%, n=69) é de 51,1% (n=196).

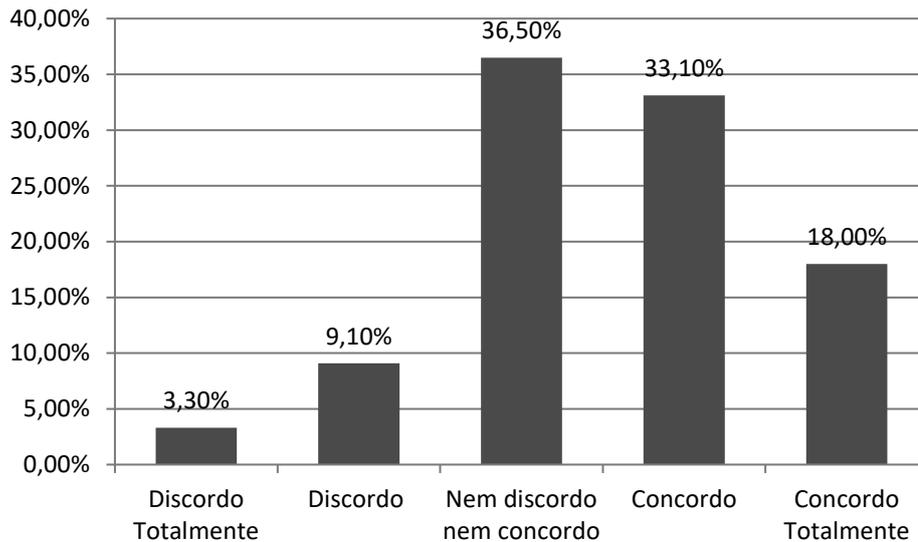


Gráfico 14 - Em termos gerais, o turismo no seu município traz a felicidade para os residentes?  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Paradoxalmente a percepção de felicidade pelo turismo, o índice FIB apresenta outra visão da felicidade (Tabela 32, p.249), pois considera em maior amplitude a complexidade do ambiente social relacionado com o contexto ambiental, cultural e econômico. Assim, compreende-se que o turismo, na parte da população direta ou indiretamente influenciada pelas atividades turísticas, seja exercendo uma função específica ou através de algum conhecido/ parente, proporciona a percepção de que é uma alternativa à vida sofrida das atividades extractivistas no Polo. Esta inferência funda-se no entendimento de que o trabalho no turismo traz à renda familiar o complemento substancial e necessário à qualidade de vida desejada, a qual nas atividades de pesca, coleta de mariscos e caranguejo, entre outras, não proporcionam.

Portanto, o baixo índice FIB nos municípios e Polo Costa do Delta justifica-se, pois a maior parte da população desenvolve suas atividades econômicas e profissionais em outros

setores, os quais não são percebidos com relação direta ao setor do turismo (61,7%, n=237) – ver gráfico 12 (p.254).

Compreende-se que, em relação a Felicidade Interna Bruta, a influência do tipo de coletividade envolvida, ou seja, coesão social, implica diretamente nos resultados e no objetivo do alcance de um estado social que propicie a felicidade, pois o interesse comum dos integrantes de um determinado grupo social pela obtenção de um benefício coletivo nem sempre é suficiente para levar cada um deles a contribuir à obtenção desse benefício (Mancur, 1999). Assim, o elemento turismo aparece no contexto social como um agregador com capacidade de alterar a dinâmica do território. É nesta perspectiva que a percepção de felicidade, pelo menos percentualmente, visualiza-se de maneira mais significativa quando analisada no turismo do que quando trata a população numa abordagem mais alargada.

#### **7.4. Identificação e Análise da Base Legal**

##### **7.4.1. Legislação Federal**

No âmbito federal, há um conjunto de leis e decretos que disciplinam um universo amplo de atividades e comportamentos no turismo. Em toda a história recente da legislação de turismo no Brasil (quadro 35), somente em 2008 foi sancionada uma lei (nº11.771/2008) específica para o setor, a qual tem por objetivo orientar as atividades turísticas em território nacional em seus distintos aspectos, assim como de normatizar os princípios que regem a relação entre o turismo e o território. Reconhece-se, na lei, que os princípios são a livre iniciativa, a descentralização, a regionalização e o desenvolvimento econômico-social justo e sustentável, os quais, regulamentarmente, embasam a Política Nacional do Turismo.

Porém, historicamente a legislação do turismo no Brasil aparece na pauta do Congresso Nacional apenas a partir da década de 1970, através dos Estatutos da Organização Mundial de Turismo em 1970, reconhecendo-o em território brasileiro pelo decreto nº56/1972, que aprovava o texto dos Estatutos da OMT, os quais foram promulgados, pelo então Presidente Gen. Ernesto Geisel, em 1974 no decreto assinado nº75.102 de 20 de dezembro.

<b>Lei</b>	<b>Data de Promulgação</b>	<b>Descrição</b>
6.513	20 de dezembro de 1977	Dispõe sobre a criação de áreas especiais e de locais de interesse turístico; sobre o inventário com finalidades turísticas dos bens de valor cultural e natural; acrescenta inciso ao art. 2º da Lei nº 4.132, de

		10 de setembro de 1962; altera a redação e acrescenta dispositivo à Lei nº 4.717, de 29 de junho de 1965; e dá outras providências.
6.815	19 de agosto de 1980	Define a situação jurídica do estrangeiro no Brasil, cria o Conselho Nacional de Imigração.
8.181	28 de março de 1991	Dá nova denominação à Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), e dá outras providências.
8.623	28 de janeiro de 1993	Dispõe sobre a profissão de guia de turismo e dá outras providências.
10.683	28 de maio de 2003	Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências. E estabelece o Ministério do Turismo (Art.25)
11.637	28 de dezembro de 2007	Dispõe sobre o programa de qualificação dos serviços turísticos e do Selo de Qualidade Nacional de Turismo.
11.771	17 de setembro de 2008	Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.
12.591	18 de janeiro de 2012	Reconhece a profissão de turismólogo e disciplina o seu exercício.
12.974	15 de maio de 2014	Dispõe sobre as atividades das agências de turismo.

Quadro 35 – Legislação Brasileira de Turismo  
Fonte: Câmara dos Deputados do Brasil, 2015.

Numa abordagem mais ampla, o turismo vê-se contemplado como agente de transformação social, de desenvolvimento, na Constituição da República Federativa do Brasil, a qual estabelece como princípios gerais (art.3º) a garantia do desenvolvimento nacional e a erradicação da pobreza, marginalização e desigualdades sociais nacional e regionais. Mas, somente no art.180º é que o turismo é reconhecido como garantidor da promoção e incentivo do desenvolvimento econômico e social.

Para regulamentar as leis promulgadas e questões não previstas em lei foram publicados decretos-lei a partir do ano de 1968 (quadro 36).

<b>Decreto</b>	<b>Data de publicação</b>	<b>Descrição</b>
63.067	31 de julho de 1968	Dispõe sobre os requisitos exigidos para aprovação dos projetos específicos relacionados com a concessão de estímulos do turismo e dá outras providências.
82.307	21 de setembro de 1978	Dispõe sobre concessão de vistos de entrada para estrangeiros com base em reciprocidade.
84.910	15 DE JULHO DE 1980	Regulamenta dispositivos da Lei nº 6.50544, de 13 de dezembro de 1977, referentes aos meios de hospedagem de turismo, restaurantes de turismo e acampamentos turísticos (campings).
86.176	6 DE JULHO DE 1981	Regulamenta a Lei nº 6.513, de 20 de dezembro de 1977, que dispõe sobre a criação de áreas especiais e de locais de interesse turístico e dá outras providências.
946	1º DE OUTUBRO DE 1993	Regulamenta a Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993, que dispõe sobre a profissão de guia de turismo e dá outras providências.
1.983	14 DE AGOSTO DE 1996	Institui, no âmbito do Departamento de Polícia Federal do Ministério da Justiça e da Diretoria-Geral de Assuntos Consulares, Jurídicos e de Assistência a Brasileiros no Exterior do Ministério das Relações Exteriores, o Programa de Modernização, Agilização, Aprimoramento e Segurança da Fiscalização do Tráfego Internacional e do Passaporte Brasileiro (Promasp), e aprova o Regulamento de Documentos de Viagem.
4.406	3 DE OUTUBRO DE 2002	Estabelece diretrizes para a fiscalização em embarcações comerciais de turismo, seus passageiros e tripulantes.
6.916	29 DE JULHO DE 2009	Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas da Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), e dá outras

		providências.
7.381	2 DE DEZEMBRO DE 2010	Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências.
7.994	24 DE ABRIL DE 2013	Aprova o Plano Nacional de Turismo 2013-2016.
8.102	6 DE SETEMBRO DE 2013	Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério do Turismo, e dá outras providências.

Quadro 36 – Legislação Turística Brasileira (Decretos-lei)  
Fonte: Câmara dos Deputados do Brasil, 2015.

Cerqueira, Mazaro, Furtado e Neto (2010) acreditam que a legislação turística brasileira, mesmo com ressalvas, expõe as mudanças e avanços das leis, políticas públicas e organização político-institucional do turismo na estrutura do governo federal, possibilitando a percepção dos resultados positivos e a ascensão do país a um patamar de maior competitividade.

#### 7.4.2. Legislação Estadual de Apoio ao Turismo

O arcabouço legal, que delimita e regulamenta as atividades turísticas e as relações com o meio ambiente, tem no Decreto Federal s/n de 6 de novembro de 2008 a mais recente decisão para subsidiar o planejamento do turismo no Polo Costa do Delta, que compreende o território denominado “Região Turística do Meio-Norte”, o qual instituiu o grupo de trabalho interministerial para a elaboração do plano de desenvolvimento sustentável (PDSRT). Este grupo de trabalho satisfaz o objetivo inicial, apresentando em 2009 o referido plano.

Porém, mesmo sendo a iniciativa regional mais recente, o Plano não satisfaz a necessidade de gerar o direcionamento das ações dos municípios e, também, não conseguiu estabelecer um controle sistemático do território, no que diz respeito ao turismo e a gestão ambiental.

Desta forma, há no estado do Piauí outros instrumentos legais que tentam prover a inter-relação entre as questões condizentes ao planejamento urbano e meio ambiente às atividades econômicas do turismo. Um desses mecanismos é a regionalização dos programas,

ações e distribuição orçamentária (art.1º, § 1º da Lei Complementar nº 87/2007), que define o planejamento participativo territorial para o desenvolvimento sustentável do estado do Piauí.

Neste contexto, o governo estadual instituiu na sua estrutura uma autarquia específica para coordenar e executar a política estadual do turismo, a Piauí Turismo, pela Lei nº5.436, porém foi extinta e suas atribuições incorporadas à SETUR – Secretaria Estadual de Turismo.

Com o objetivo de se desenvolver políticas regionais de desenvolvimento, o Polo Costa do Delta recebe do Estado o Plano Diretor do Litoral, aprovado pela Assembléia Legislativa do Estado do Piauí, englobando os municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, integrando-os com base na premissa da percepção de núcleos funcionais que descentralizem as atividades econômicas e sociais (art. 3º).

Outro mecanismo de gestão do território que incide sobre o Polo Costa do Delta é o ZEE – Zoneamento Ecológico-econômico do Baixo Parnaíba. Este documento busca proporcionar uma visão integrada do território, evidenciando potencialidade e fraquezas em relação ao meio ambiente natural e socioeconômico, além de indicar diretrizes de uso e ocupação do território.

Todos estes instrumentos, que se somam a legislação federal e as leis que regem as unidades de conservação que abarcam os quatro municípios do Polo, formam um conjunto de regras relevante, porém muito complexo de se por em prática, dada a falta de estrutura e recurso do poder municipal de cada município.

#### 7.4.3. Legislação Municipal de apoio ao Turismo

A legislação de cada município do Polo Costa do Delta, referente ao tema em análise, é praticamente inexistente, pois restringem-se ao ordenamento do território, fundamentalmente na regulação do uso e da ocupação do solo.

Sendo assim, percebe-se que não há capacidade institucional para encarar e solucionar as necessidades existentes. Segundo o PDTIS (2010, p.155), o Delta do Parnaíba é uma região “ocupada principalmente por propriedades rurais onde se desenvolvem atividades de agropecuária e extrativismo. O turismo ainda é incipiente, apesar da presença de paisagens peculiares que tornam o Delta um local de destaque nas políticas voltadas ao desenvolvimento turístico local”. Portanto, frente as riquezas dos recursos naturais o território abstêm-se do protagonismo no ordenamento, permitindo que, no atual processo de valorização do solo e do crescimento das cidades do Polo, a ocupação desordenada, proveniente da especulação imobiliária, gere impactos que poderiam ser evitados.

Mesmo os quatro municípios tendo seus planos municipais de gestão territorial, os chamados Planos Diretores, aprovados, delimitando as zonas urbanas e rurais, e incidindo sobre o território municipal sob força de lei, a existência do documento legal por si só não garante a eficácia no controle da gestão territorial.

## **7.5. Áreas de Influência Direta (AID) e Áreas de Influência Estratégica (AIE)**

Para subsidiar uma melhor compreensão sobre o território em estudo, definiu-se as áreas de influência e estratégica do turismo, considerando o meio físico-biótico e o meio socioeconômico. Sendo assim, a zona de alcance direta é percebida na perspectiva de área territorial contínua às áreas de interesse turístico. Segundo o CONAMA 01/86 a área de influência consiste no espaço geográfico onde incidem, incidiram ou incidirão impactos diretos e indiretos.

Já a área de influência estratégica delimita-se aos municípios e outras porções do território que possam sofrer influências do turismo. Portanto, considera-se, neste caso, o raio de deslocamento terrestre para viagens de um dia e produtos que apresentem complementaridade.

### **7.5.1. Área de Influência Direta (AID)**

A AID do turismo no território Polo Costa do Delta refere-se aos municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, conforme apresentado na parte VII.7.2.1 Aspectos Gerais dos Municípios do Território Polo Costa do Delta. Perceptivelmente, a faixa litorânea no território desses municípios apresentam maior grau de influência da atividade turística, auxiliando e alavancando o desenvolvimento de outras áreas do mesmo território, pois apresenta o maior fluxo de visitantes.

Neste contexto, inserem-se, em termos de meio físico-biológico, as bacias hidrográficas, as unidades de conservação e a conectividade, mas quando se trata de compreender a dinâmica socioeconômica acrescenta-se as zonas de trânsito.

Sendo assim, o meio físico-biótico, inicialmente relacionado com as bacias hidrográficas (Figura 67), abarca todas as microbacias que fazem parte das Bacias Difusas do Litoral do Piauí e Bacia Difusa do Baixo Parnaíba como área de influência direta.

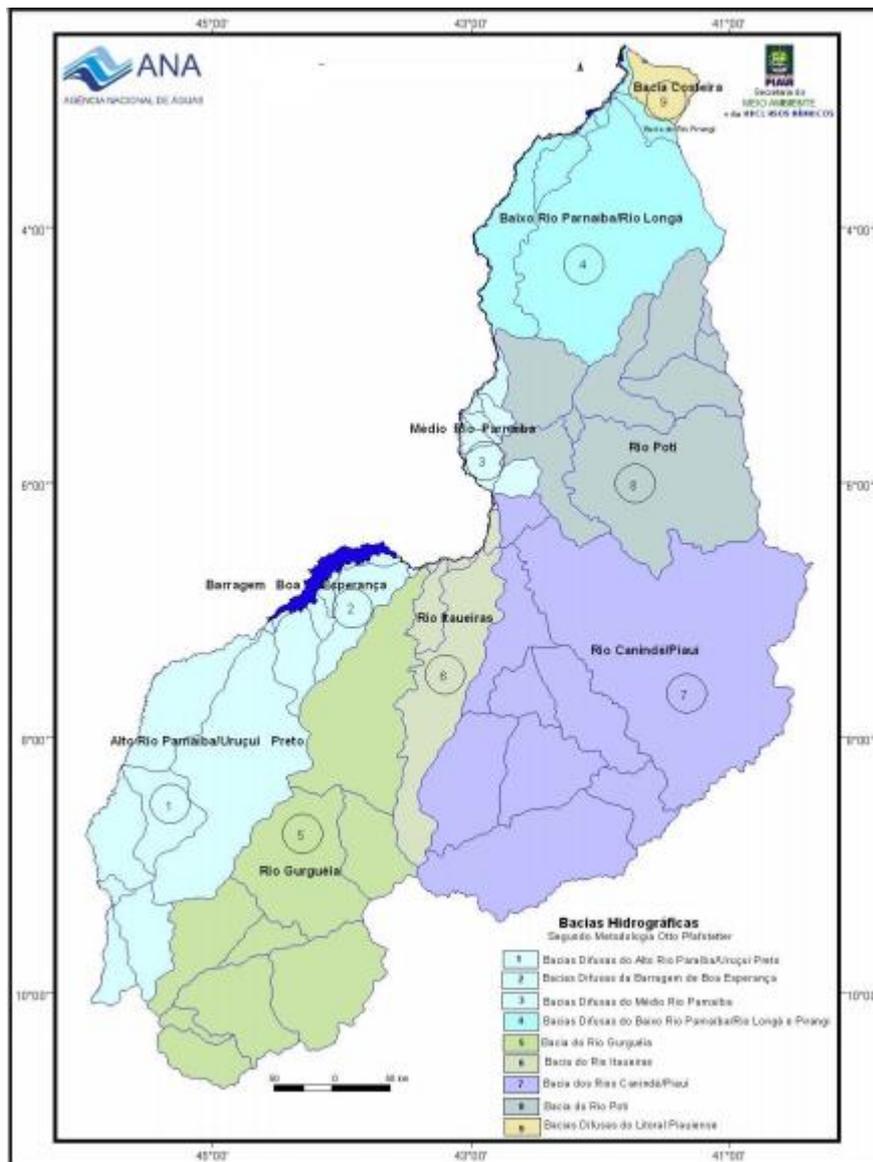


Figura 67 – Bacias hidrográficas do Estado do Piauí  
 Fonte: SEMAR, s/d.

Estas bacias hidrográficas apresentam abundante irrigação superficial, lençol freático próximo da superfície e proximidade com o Oceano Atlântico, tornando a região frágil às influências do turismo. Porém, a presença da atividade turística no ambiente costeiro propicia, também, o carreamento do pertinente impacto ao Oceano, compreendido como o ambiente que tem melhores condições de diluir e de resiliência.

A falta de saneamento básico e o aumento da circulação em áreas de dunas interferem diretamente na balneabilidade das praias, na qualidade do ambiente e, por conseguinte, na sustentabilidade do turismo.

Já as unidades de conservação existentes no território em estudo, com destaque à Área de Proteção Ambiental do Delta do Parnaíba, são consideradas áreas de influência direta, pois

vê-se as atividades turísticas atuando de duas formas divergentes, sendo a primeira como potencializador da conservação ambiental e a segunda como fator de degradação do ambiente (Sunlu, 2003). Desta forma a área da APA (Figura 68), a qual tem uma delimitação territorial pactuada por diversos agentes sociais e governamentais, tende a ter influência direta, como o aumento do fluxo turístico, em relação as paisagens, fauna e flora.

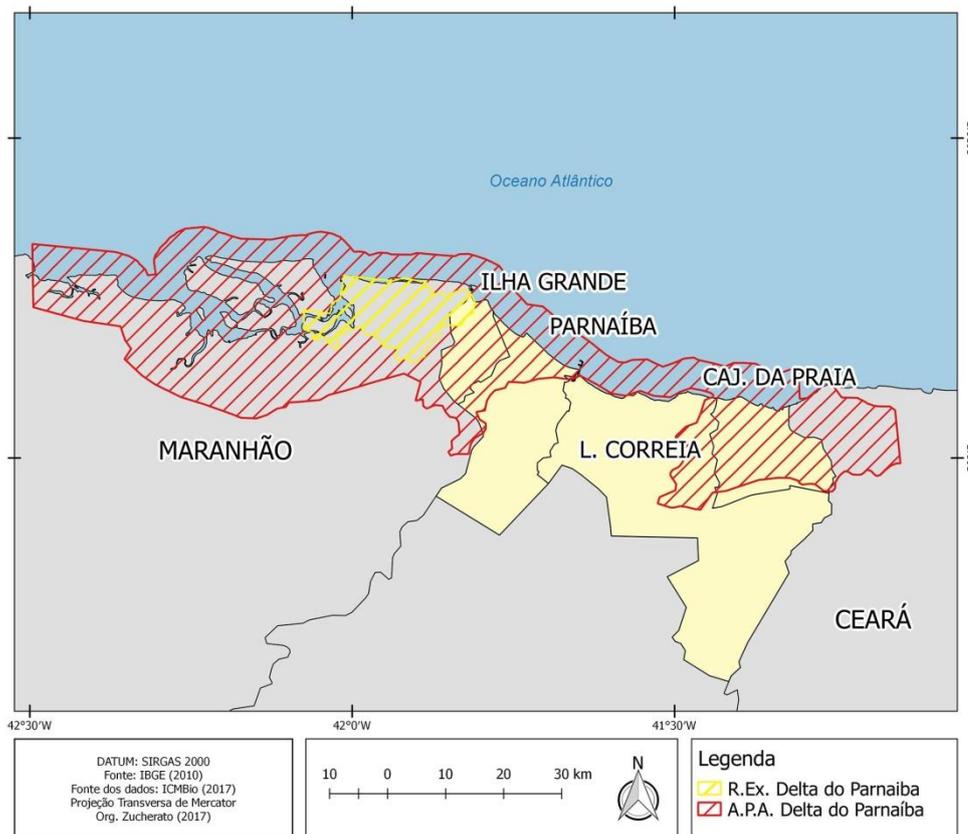


Figura 68 – Delimitação das unidades de conservação APA Delta do Parnaíba e Resex do Delta do Parnaíba.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Ao considerar que todo território em estudo está compreendido na área da APA do Delta do Parnaíba e que os fluxos turísticos dividem-se pelos quatro municípios, identifica-se que a circulação dá-se na amplitude do território, porém o consumo turístico somente ocorre em pontos específicos de interesse do turista e das empresas, trazendo na operacionalidade das atividades turísticas a descontinuidade territorial, a qual, na compreensão de Cordeiro e Souza (2015), pode gerar conflitos territoriais entre visitante e visitado. Portanto, a conectividade entre as zonas de interesse turístico é fundamental para a coesão do território.

A influência direta é exposta pela linearidade do deslocamento dos turistas e operadores turísticos, perfazendo o trajeto de Jericoacoara (CE) – Parnaíba (PI) – Barreirinhas (MA) – Rota das Emoções (Figura 69) –, sendo que por vezes, abarca também Teresina (PI), definindo a zona de influência estratégica.

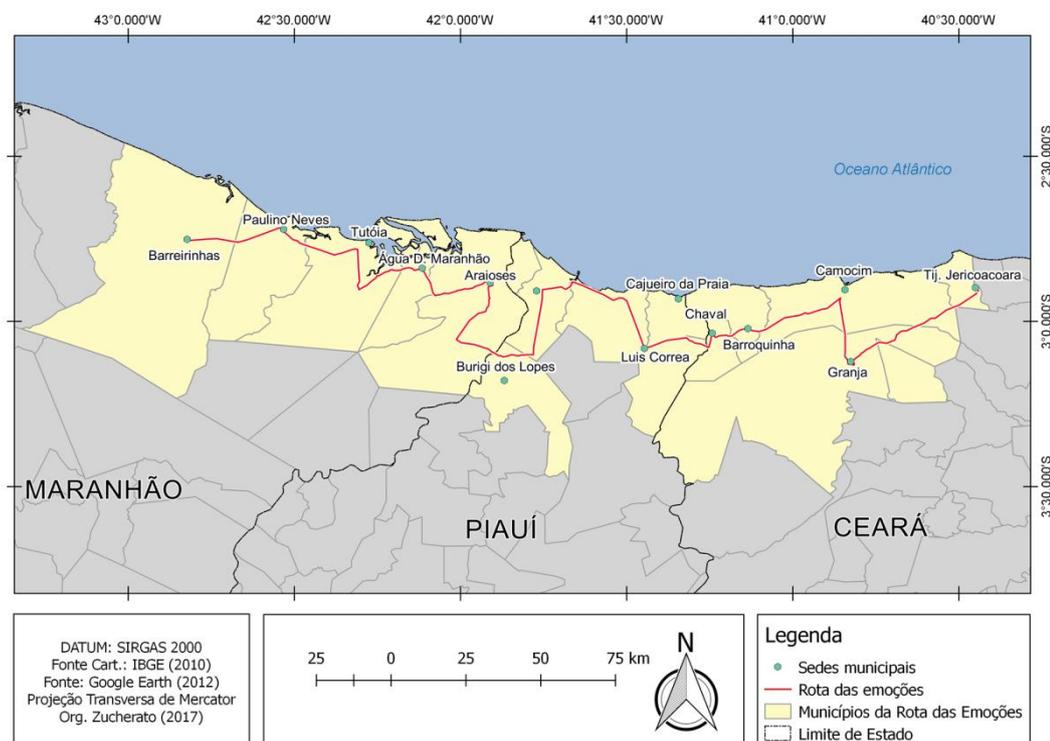


Figura 69 – Trajeto da Rota das Emoções  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

## 7.5.2. Paisagens Culturais: Polo Costa do Delta

### 7.5.2.1. Regiões de Planejamento Territorial do Estado do Piauí: Polos Turísticos

O planejamento territorial, quando se observa o setor turístico, por iniciativa do governo do Estado do Piauí é praticamente inexistente, pois apenas se ampara nos planos da gestão federal. Desta forma, destacam-se planos e projetos para a gestão do território piauiense, fundamentalmente, a porção norte do território que compreende o objeto de estudo.

Entre os programas federais de incentivo e incremento do turismo na região norte do Piauí, os mais efetivos foram o PRODETUR-NE I e II e também um subproduto do PRODETUR intitulado Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS.

Segundo o Relatório de Avaliação Ambiental Estratégica da Região Costa Norte (2006), de todos os planos e projetos que incidem na Costa Norte o PRODETUR é o mais importante, devido o volume de recursos e o caráter do programa. Pois, além de contemplar um plano de gestão estadual e municipal do turismo, influenciado pela preocupação da gestão ambiental no âmbito do estado, é resultado do desenvolvimento de um programa de âmbito

nacional. Já o PDITS é o instrumento técnico de planejamento, gerenciamento, coordenação e execução das decisões de investimento de longo prazo nos pólos de turismo constantes no PRODETUR.

Neste programa a instituição executora é o Banco do Nordeste, porém na segunda fase (PRODETUR-NE II) a elaboração e execução do PDITS fica a cargo do governo estadual, através, geralmente, das secretarias de turismo e/ou outras secretarias e órgãos do estado. O PDITS tem previsto no processo de planejamento e execução a revisão bianual, compreendendo a dinâmica do território e do turismo.

Para financiar o programa, escolheu-se como principal fonte de recursos ao PDITS o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o qual disponibilizou, via sistema de empréstimo, US\$400 milhões, sendo que 60% por empréstimo e 40% na forma de contrapartida nacional: governos federal, estadual e municipal.

No entanto, para gerir melhor a execução e gestão de recursos, assim como para mensurar os resultados, elaboraram-se PDITS para os pólos dos estados partícipes da Costa Norte – Piauí, Maranhão e Ceará (Quadro 37).

Pólos	Municípios do Pólo	Municípios da Área de Planejamento
<b>Ceará</b> Pólo Costa do Sol	Fortaleza, Caucaia, São Gonçalo do Amarante, Paracuru, Paraipaba, Trairi e Itapipoca, Aquiraz, Cruz, Itarema, Amontada, Acaraú, Jijoca de Jericoacoara, Camocim, Barroquinha, Chaval, Granja e Viçosa do Ceará	Fortaleza, Caucaia, São Gonçalo do Amarante, Paracuru, Paraipaba, Trairi Itapipoca, Aquiraz, Jijoca de Jericoacoara, Camocim.
<b>Piauí</b> Pólo Costa do Delta	Teresina, Parnaíba, Ilha Grande, Luís Correia, Cajueiro da Praia	
<b>Maranhão</b> Pólo São Luís e Entorno	Pólo 1 – Histórico-Cutural: São Luiz, Alcântara, Raposa, Paço do Lumiar, São José de Ribamar. Pólo 2 – Lençóis Maranhenses: Humberto de Campos, Primeira Cruz, Santo Amaro, Barreirinhas. Pólo 3 – Delta do Parnaíba: Paulino Neves, Tutóia, Água Doce e Araisos.	

Quadro 37 – Pólos de Turismo e Áreas de Planejamento dos Estados do CE, PI e MA  
Fonte: LIMA/COPPE/UFRJ com base em dados do Mtur, 2006.

É dessa forma que a gestão do território de interesse turístico acontece no Piauí, ou seja, a iniciativa do governo federal conjugado com recursos externos ao Estado é que

determinam como ocorrerão os investimentos e intervenções, cabendo ao Estado apenas indicar, quando lhe é permitido, as áreas de interesse.

Sendo assim, o mapa do turismo no Piauí define-se com base na categorização dos municípios da Regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro (Portaria nº144/2015), o qual é um instrumento de identificação do desempenho econômico do setor nos municípios que constam no Mapa do Turismo Brasileiro (Portaria nº172/2016).

Para o Ministério do Turismo (2016), a categorização respeita as peculiaridades dos municípios e serve para: otimizar a distribuição de recursos, orientar a elaboração de políticas específicas para cada categoria de municípios, aperfeiçoar a gestão pública, na medida em que fornece aos gestores do Ministério e dos Estados mais um instrumento para subsidiar a tomada de decisão, auxilia na atualização do Mapa do Turismo brasileiro feita periodicamente e auxilia na reflexão sobre o papel de cada município no processo de desenvolvimento regional.

A metodologia para a categorização dos municípios utilizada pelo Ministério do Turismo do Brasil considerou a amplitude do universo de estudo, decidindo valer-se de uma análise quantitativa a partir de dados secundários disponíveis no próprio Ministério do Turismo –Mtur. Diante desta decisão, optaram pela análise de cluster (ou de agrupamento) com base em quatro variáveis<sup>74</sup>, as quais deram origem a cinco categorias de municípios (Tabela 36).

Resumo da Seleção		
Categoria	Nº de Casos	% de Casos
A	51	2.34%
B	155	7.13%
C	424	19.5%
D	1219	56.0%
E	326	15.0%
Total	2175	100%

Tabela 36 – Categorização dos Municípios  
Fonte: Mtur, 2016.

<sup>74</sup> Segundo o Ministério do Turismo – Brasil (2016), quatro são as variáveis consideradas na metodologia de aferição do Índice de Competitividade: a) número de ocupações formais no setor de hospedagem (fonte: Relação Anual de Informações Sociais – RAIS/ Ministério do Trabalho e Emprego); b) número de estabelecimentos formais no setor de hospedagem (fonte: RAIS/ Ministério do Trabalho e Emprego); c) estimativa do fluxo turístico doméstico (Estudo da Demanda Doméstica – fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE/ Mtur); d) estimativa de fluxo turístico internacional (Estudo da Demanda Internacional – fonte: FIPE/Mtur).

Neste contexto, inserem-se os 65 destinos considerados pelo Ministério do Turismo como indutores do turismo regional, os quais foram definidos para receber investimentos técnicos com base no critério de existência de roteiros que possuíssem infraestrutura turística básica, com atrativos qualificados que fossem capazes de atrair e distribuir o fluxo e benefícios das atividades com as cidades do seu entorno.

Portanto, no Pólo Costa do Delta a cidade considerada indutora do turismo regional é Parnaíba, tendo em vista características específicas definidas pela geografia, fluxo turístico e infraestrutura.

#### 7.5.2.1.1. Características Físicas e Naturais

As características do litoral do Estado do Piauí, principalmente no que tange o relevo, geologia e clima, são muito similares as dos estados vizinhos Maranhão e o extremo noroeste do Ceará. Porém, mas algumas diferenças podem ser apontadas na descrição do território.

Em relação ao relevo e geologia, no litoral piauiense, a pressão que a expansão urbana causa sobre os ambientes costeiros, assim como as atividades de mineração proporcionam profundas transformações, evidenciando os seguintes impactos no meio ambiente:

- a) Modificação da paisagem por ação antrópica, fundamentalmente a movimentação de dunas, as quais com a ação dos ventos e intervenção do homem no ambiente, invadem estradas e casas em diversas localidades, como: Praia de Macapá (Luís Correia), Lagoa do Portinho (Parnaíba), além da perda de vegetação nativa (Figura 70).



Figura 70 – Movimentação das dunas – Praia de Macapá e Lagoa do Portinho (PI)  
Fonte: Ellyo Teixeira (2014) e Jéssica Silva (2016).

- b) Degradação de áreas pela mineração que causam negativo impacto visual, prejudicando o turismo local.

- c) Processo de desertificação e aumento de erosão eólica e marinha através da remoção de vegetação nativa: restinga, além da poluição (lixo) nas praias.

Já quando se analisam os recursos hídricos, o litoral do Piauí detém o principal rio que origina o Delta do Parnaíba, o único delta em mar aberto das Américas. Mesmo privilegiado pelos abundantes cursos de rio, mar e lagoas, atividades que valem-se desses recursos, em sua grande maioria, causam danos e outros impactos aos ambientes, condenando o território a escassez cada vez maior dessa oferta natural.

Podem-se elencar como atividades de maior impacto para o ambiente natural as 13 fazendas de carcinicultura (800ha), coleta indiscriminada de caranguejo, coleta de camarão e mariscos, além de outras atividades de menor impacto, mas que em conjunto com as já citadas formam uma força destrutiva significativa para o ambiente, a qual apresenta os seguintes impactos: diminuição de recursos estuarinos devido a pesca predatória, poluição causada por resíduos e efluentes sanitários, redução do volume de água de lagoas e assoreamento dos rios, prejudicando, principalmente, a navegação (Figura 71).



Figura 71 – Impactos ambientais aos recursos hídricos do litoral do Piauí  
Fonte: Samuel Brandão (2016) e Gil Oliveira (2016).

Os principais ecossistemas existentes no Piauí (figura 72), às vezes referidos, na literatura específica, como biomas, tendo em vista que a eles associam-se um tipo de clima e um tipo de vegetação de predominância, no caso específico a Caatinga, o Cerrado e as Áreas de Transição (conhecidos como Ecótonos). Desta forma, a caatinga está associada ao clima semiárido, o cerrado ao tropical subúmido e as áreas de transição correspondem ao encontro dos climas do semiáridos de leste e tropicais subúmidos de oeste (Castro, 2003).

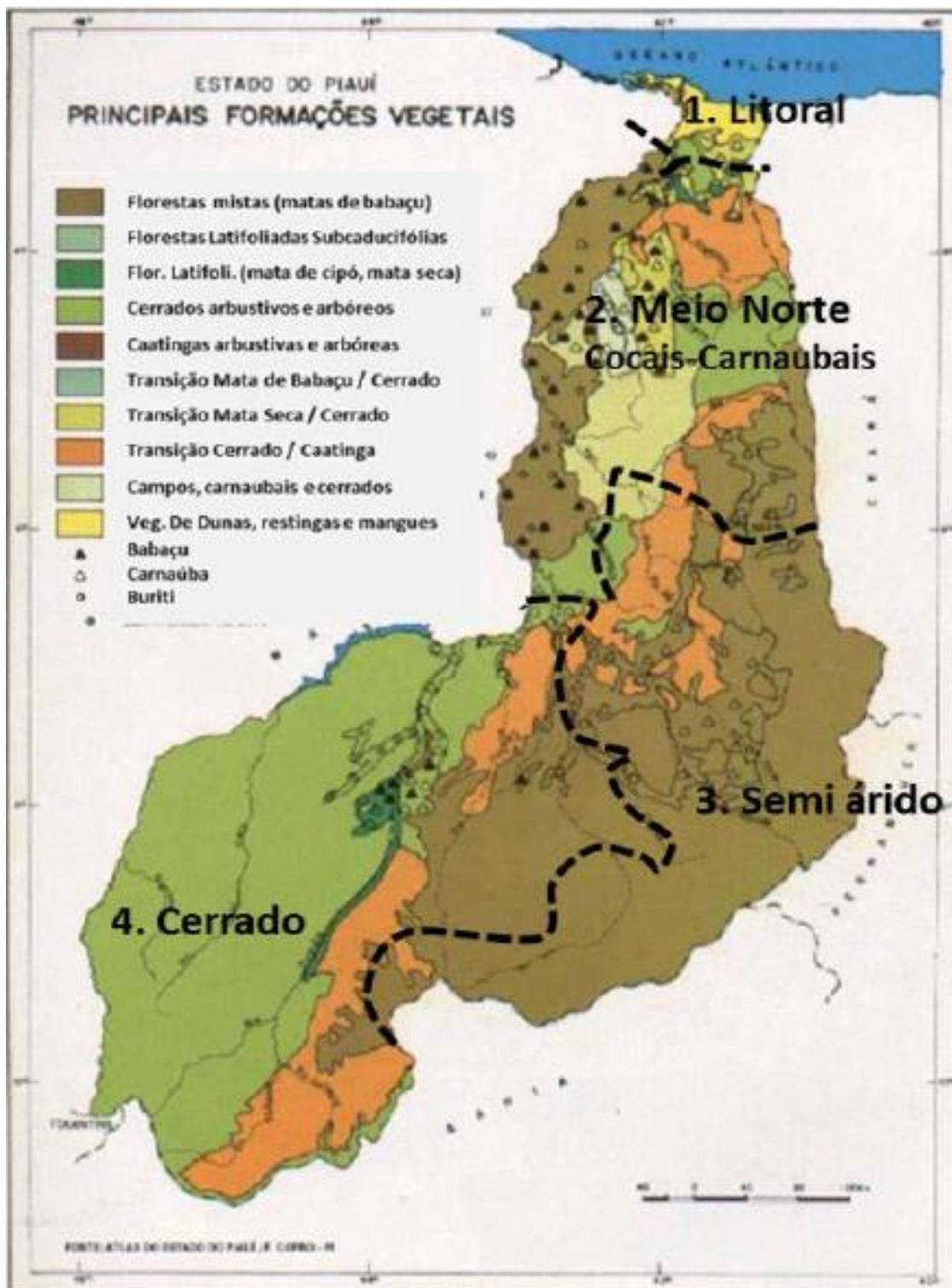


Figura 72 – Principais formações vegetais no Estado do Piauí  
Fonte: Castro, 2007.

Na região do litoral (Baixo Parnaíba) predominam a Floresta Semidecídua ou Mista e a vegetação litorânea. A floresta mista aparece nos trechos do médio e baixo Parnaíba, regiões mais influenciadas pela umidade, apresentando estrutura complexa, pois além das espécies semidecíduais como as matas fluviais megatérmicas, hidrófilas, também há palmáceas,

especificamente o tucum, buriti, babaçú e carnaúba. Sendo assim, a vegetação litorânea, diferentemente da floresta mista, encontra-se apenas nos 66Km de costa, fronteira com o Oceano Atlântico, composta por: paisagens de restinga que vão das dunas aos campos herbáceos, abertos ou fechados com frutícetos inundáveis a não inundáveis e matas com porte médio a elevado; mangues do solo pantanoso; praias arenosas; vegetação de dunas e palmeiras, no caso coqueiros e carnaubais (Castro, 2003).

#### **7.5.2.2. Unidades de Paisagem**

Aproveitando-se da metodologia e conhecimento explicitado no documento Mapa de Áreas de Proteção Econômica e Proteção Ambiental – Produto 5 (2013), compreende-se que, geralmente, três métodos são utilizados para identificação das unidades de paisagem cultural (analítico, sintético e misto), sendo que no documento supracitado o método definido foi o misto, pois considerou-se “que inclui técnicas de reconhecimento de áreas homogêneas do ponto de vista geográfico e de identificação de discontinuidades paisagísticas relevantes (sintético) e as de superposição de cartas/camadas (mapas temáticos) e delimitação de áreas gerais e posterior integração, de forma visual e quantitativa” (pg. 65). Tais metodologias de identificação foram utilizadas no planejamento territorial de alguns países, dentre eles: Austrália nos anos 1950-60 (CSIRO), pela FAO em 1976 na análise dos recursos territoriais dos países subdesenvolvidos, e pelos adeptos da escola do Landscape Ecology de Troll (1970), representantes do método sintético; e por Macharg (1969), Van Esteweld y Antrop (2004) na Bélgica, e Sabaté (anos 2000) na Espanha, utilizadores do método analítico.

A unidade de paisagem, que resulta dos métodos citados, tende a ser a de um misto de paisagens com unidades únicas, que destacam a especificidade da associação, detalhes geográficos (ecossistemas e formações vegetais), que associam-se com paisagens de unidades de caráter geral, realçando características de predominância.

Ao realizar um levantamento documental, a presente pesquisa, identificou alguns trabalhos já desenvolvidos sobre o Piauí, percebendo que as unidades de paisagem descritas serviriam como orientação para análises de condicionantes ambientais. São eles: ZEE – Zoneamento Ecológico-econômico do Estado do Piauí (SEMAR, 2012, p.144) e cartas de aptidão do uso da terra desenvolvidas pela EMBRAPA.

Desta forma, extrairam-se dados e informações para subsidiar as análises da paisagem cultural da planície litorânea, a qual tem em seu território todos os municípios componentes do pólo turístico Costa do Delta.

Considera-se que a paisagem cultural é um espaço delimitado geograficamente e associado a eventos, atividades, personagens, história da vida de relações que a originou, assumindo valores estéticos e culturais (Sabaté, 2004)

#### 7.5.2.2.1. Paisagem Cultural da Planície Litorânea

O Pólo Costa do Delta detém valores histórico-culturais e naturais fundamentais para a identidade do piauiense, dentre os quais o conjunto histórico-arquitetônico Porto das Barcas (figura 79), antigo porto para escoar a produção agropecuarista, o próprio delta do rio Parnaíba – saída para o Oceano Atlântico – o peixe-boi em Cajueiro da Praia, entre outros. A dinâmica da região é ditada pela influência da cidade de Parnaíba, abrangendo onze municípios piauienses e alguns do Maranhão e Ceará, porém, considerando somente o território do norte do Piauí, a cidade é sede das relações econômicas e sociais regionais abarcando, neste contexto, uma população de aproximadamente 280 mil pessoas – soma da população dos municípios influenciados por Parnaíba (IBGE, 2010). Na última década o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística detectou, através dos censos, que a região norte do estado cresceu, em população, uma média de 1.38%, representando em Parnaíba um acréscimo próximo a 13 mil pessoas, em Luís Correia algo em torno de 4 mil habitantes e em Cajueiro da Praia pouco mais de mil residentes.

Com o aumento populacional é perceptível o impacto no ambiente da região, principalmente na paisagem entre as zonas urbanas e rurais, onde cresceram o número de loteamentos e condomínios. Considerando que os quatro municípios do pólo turístico têm seus territórios costeiros pertencentes a APA do Delta do Parnaíba e RESEX do Delta do Parnaíba (Unidades de Conservação Federal), a pressão sobre o ambiente faz dos ecossistemas locais mais sensíveis a influência humana. Manguezais, restingas e dunas (figura 52), as quais são de interesse crescente à atividade turística sofrem com o manejo inadequado proporcionado pelas populações locais, visitantes e *trade* turístico.

As exigências legais impostas pelas unidades de conservação, se observadas pelas gestões municipais, podem transformar-se em benefícios econômicos, sociais e culturais, fortalecendo a economia regional e o turismo. A presença de inúmeras lagoas, mangues, apicuns e dunas constituem-se em elementos fundamentais e que caracterizam e individualizam a região litorânea do Piauí. Desta forma, conservar e preservar os ecossistemas e as atividades tradicionais ligadas ao extrativismo, desde que controlado nos parâmetros da

legislação vigente, apresenta-se como condição primária à identidade e desenvolvimento do território.

Atividades ligadas a agricultura, carcinicultura e pecuária, que num primeiro momento não são consideradas estratégicas ao desenvolvimento do turismo, são fundamentais à dinâmica econômica regional, mesmo na forma atual que são realizadas, pois ainda mantém um grande potencial de destruição de vegetação nativa, poluição de rejeitos, entre outros impactos. Porém, todas as influências negativas podem ser minimizadas e compensadas, permitindo que atividades do ambiente rural, ao moldarem-se às necessidades e desejos dos turistas, possam participar do rol de produtos e serviços conectados a cadeia do turismo. Nesta perspectiva, as instalações hidráulicas de irrigação dos Tabuleiros Litorâneos (figura 73), que contrastam com a baixa produção agrícola, seriam a grande facilitadora no desenvolvimento da fruticultura e produção de hortaliças.

Práticas extractivistas como a coleta do caranguejo e a pesca, as quais são atividades econômicas tradicionais, mesmo num espaço limitado como o litoral do Piauí, também possibilitariam a interação entre turistas e comunidade tradicional, proporcionando experiências e conscientização sobre os ecossistemas locais.



Figura 73 – Porto das Barcas, Lagoa e duna e vinhas dos Tabuleiros Litorâneos  
Fonte: Mateus Machado (2014) e proparnaíba.com (2013).

Mesmo com toda a diversidade de recursos e beleza cênica, algumas questões relevantes encontram-se constantemente na pauta dos debates, audiências públicas e discursos de gestores públicos locais, como: a necessidade da ampliação e fortalecimento dos Arranjos Produtivos Locais, não só das atividades tradicionais ligadas ao extrativismo e agricultura, mas também do artesanato e turismo; a preocupação com a perpetuação dos modos de fazer das atividades econômicas tradicionais, principalmente às que vinculam-se a cadeia do turismo; Preservação do patrimônio histórico-cultural da cidade de Parnaíba e zona portuária.

No âmbito do meio ambiente natural também afloram preocupações com questões ligadas a valorização da APA e RESEX do Delta do Parnaíba, devido a relevância biológica; e proteção de ecossistemas locais, como: as lagoas, dunas, mangues, salgados e apicuns que

ainda mantém-se apesar da crescente pressão do crescimento urbano dos municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia.

### 7.5.3. Turismo e Impacto Ambiental

O turismo na região do pólo Costa do Delta, mesmo sem dados oficiais contínuos, percebe-se que vem gradualmente crescendo, tendo em vista o aumento do número de estabelecimentos de hospedagem, restauração e entretenimento. O desenvolvimento mais intenso, principalmente na costa do Piauí, de um modo geral, atrai duas dinâmicas de pressão sobre o meio ambiente: a expansão da infraestrutura básica, de apoio e turística e o aumento de moradias de primeira e segunda residência. Segundo Cravidão (1989) conhecer os tipos de residência secundária traz um grande desafio no planejamento do território, pois, para a autora, as habitações secundárias podem, tipologicamente, compreender: residências legais e clandestinas, residências do litoral e do interior, residências de fim-de-semana, residência de férias, antigas propriedades familiares e residência de investimento imobiliário e de aluguel. Mesmo esta tipologia sendo desenvolvida para a realidade portuguesa, muito vale para o entendimento da dinâmica do turismo de segunda residência no território em estudo.

As expansões de infraestrutura e moradia trazem, naturalmente, um aumento da população residente e flutuante que, caso ocorra em curtos períodos de tempo, sem proporcionar o prazo adequado para o planejamento e preparação do território, permite o desordenado crescimento, marcando a paisagem local, seja na concepção paisagística, ambiental, urbanístico ou social. A “desordem” evidencia-se na vontade e iniciativa do setor privado e, também, no carácter permissivo e omissivo da gestão pública municipal, tal fenómeno ocorre em diversos destinos turísticos no mundo, porém é recorrente em todo o litoral brasileiro.

Podem-se elencar as principais pressões ambientais no litoral piauiense, provenientes do crescimento urbano desordenado e do turismo, destacando-se: o aumento populacional, crescimento da especulação imobiliária, ocupações irregulares, aumento da disputa pelos recursos naturais e serviços essenciais (água, gás, luz, coleta de lixo), aumento do tráfego de veículos e número de acidentes, cresce a demanda por recursos sociais (saúde, educação, segurança e limpeza pública), entre outras.

Em outros municípios do litoral brasileiro, considerados destinos turísticos consolidados, como Rio de Janeiro e Florianópolis, a omissão do poder público fez dos impactos negativos incipientes à evolução de pressões ambientais maiores e com maiores

custos de reversão ao erário público, algo em eminência no território polo Costa do Delta. A poluição dos recursos hídricos, fundamentalmente cursos de água, devido ao despejo de efluentes sanitários não tratados; poluição do solo, ar e lençol freático tendo em vista o aumento dos resíduos sólidos dispostos em lixões; aceleração da erosão do solo e redução da biodiversidade local é já perceptível.

Outras dinâmicas tendem a surgir com a alteração da paisagem e influência dos impactos no meio ambiente. Em relação aos recursos sociais e ao modo de vida local, com as transformações ambientais as comunidades buscam meios de adaptação e, por vezes, de contestação do modelo de desenvolvimento, tendo em vista a percepção de que o aumento do fluxo de pessoas e de residentes traz a descaracterização da cultura local. Porém, na visão de (Grünewald, 2003), as mudanças culturais não podem ser vistas como impuras ou poluídas, mas como resultado da interação, reações aos grupos partícipes da dinâmica social do turismo, que geram novas formas de perceber o mundo. Desta forma, altera-se os modos de vida e, também, agravam-se influências negativas à vida social, como: deslocamento e marginalização de populações (desterritorialização e reterritorialização) e problemas sociais (violência, prostituição, etc.).

#### ***7.5.3.1. Compatibilidade Ambiental/Econômica da Macrorregião do Litoral***

As restrições que a região do litoral do Piauí apresenta relacionam-se aos recursos naturais. Considerando que o setor de serviços é dominante na composição do PIB local (IBGE, 2010) as transformações percebidas ocorrem em todo o território, porém impactam primordialmente recursos como Água e a biodiversidade, pois variáveis ambientais como o clima são amplamente favoráveis as atividades econômicas, principalmente ao turismo.

A compatibilidade entre meio ambiente e economia regional é dinamizada pelas restrições e riscos ambientais ao território litorâneo, pois abriga diversificados ecossistemas específicos que interagem entre si, tornando a ocupação humana mais impactante.

Em relação ao relevo/solo, o segmento do turismo provoca transformações no território, perceptível quando se observa a expansão urbana e de atividades correlatas ao turismo, sobretudo o aumento do mercado imobiliário de segunda residência. Esse movimento de expansão escasseia as áreas próprias para serem ocupadas, desencadeando problemas mais graves socialmente, economicamente e ambientalmente, como: a ocupação de áreas alagadas, várzeas, mangues e dunas; retirada de terra de determinados lugares, por vezes, de espaços

protegidos por lei, para o uso como aterro; verticalização das moradias e impermeabilização do solo e obstrução de áreas de movimentação de dunas (CEPRO, 2013).

O impacto sobre a reserva de água é mais visível, e se não controlado, no que tange ao elevado consumo sazonal, traz, em tempos de férias, colapsos no abastecimento e prejuízos à qualidade da oferta.

Relevo - Solo	Clima	Água	Bioma (Vegetação)
Turismo	Turismo	Turismo	Turismo (Lazer)
Indústria Extrativa Mineral*	Indústria Extrativa Mineral	Indústria Extrativa Mineral*	Indústria Extrativa Mineral
Petróleo e Gás	Petróleo e Gás	Petróleo e Gás	Petróleo e Gás
Energias Renováveis	Energias Renováveis	Energias Renováveis (biomassa)	Energias Renováveis (biomassa)
Agronegócio	Agronegócio	Agronegócio (agr. Irrig)	Agronegócio
Infraestrutura	Infraestrutura	Infraestrutura (portuária)	Infraestrutura (hidrov. e portuária)
Educação e Cultura	Educação e Cultura	Educação e Cultura	Educação e Cultura
Ciência, Tecnologia e Inovação			
APLs	APLs	APLs	APLs (pesca/carnicultura)

Quadro 38 – Compatibilidade entre os segmentos econômicos e recursos ambientais (Branco = neutro, Azul = muito compatível, Amarelo = compatível e Vermelho = pouco compatível)  
Fonte: ZEE/CEPRO, 2013.

O quadro 38 demonstra que as atividades turísticas representam, no presente momento, as maiores preocupações com o ambiente local, pois considera-se que há relação entre o aumento do interesse do setor imobiliário pela região e o aumento do fluxo de turistas. Todavia, quando se analisa o impacto ao relevo/solo identificam-se pontos específicos e, se o poder público atentar-se, reversíveis, como por exemplo a ocupação da faixa de marinha – proibida pela Constituição Federal do Brasil (art.20; Leis Federais nº2.398/87; 9.636/98 e 7.661/88. Já em relação a água, o aumento do consumo ocorre somente em períodos de férias, o qual traz a toda alta temporada o colapso no abastecimento, por causa da má dimensionalidade da infraestrutura pela empresa responsável e governo local. O impacto mais notório do turismo se dá na forma de ocupação do espaço territorial, o qual sofre com a perda de vegetação nativa, sendo a mais impactante a perda de áreas de restinga.

### 7.5.3.2. Aptidão para a Atividade do Turismo

De acordo com o Ministério do Turismo (2016), o turismo na região nordeste do Brasil vem ao longo dos últimos dez anos crescendo mais do que o de outras regiões do país.

Segundo a pesquisa Sondagem do Consumidor/Mtur (2016), o nordeste brasileiro concentra 41% da preferência de viagem, destes uma pequena parte indica o Piauí como destino turístico.

Entre os estados do Maranhão, Piauí e Ceará, o Piauí apresenta, atualmente, a mais baixa procura, a qual justifica-se na pouca exposição do estado ao mercado turístico e na existência de um único voo interestadual com possibilidade de conexão com destinos estrangeiros. Porém, o fluxo turístico ao litoral é crescente, mas sazonal por concentrar-se em determinados períodos do ano, ocorrendo no sentido interior – litoral e em menor dimensão de estado para estado (Gráfico 15).

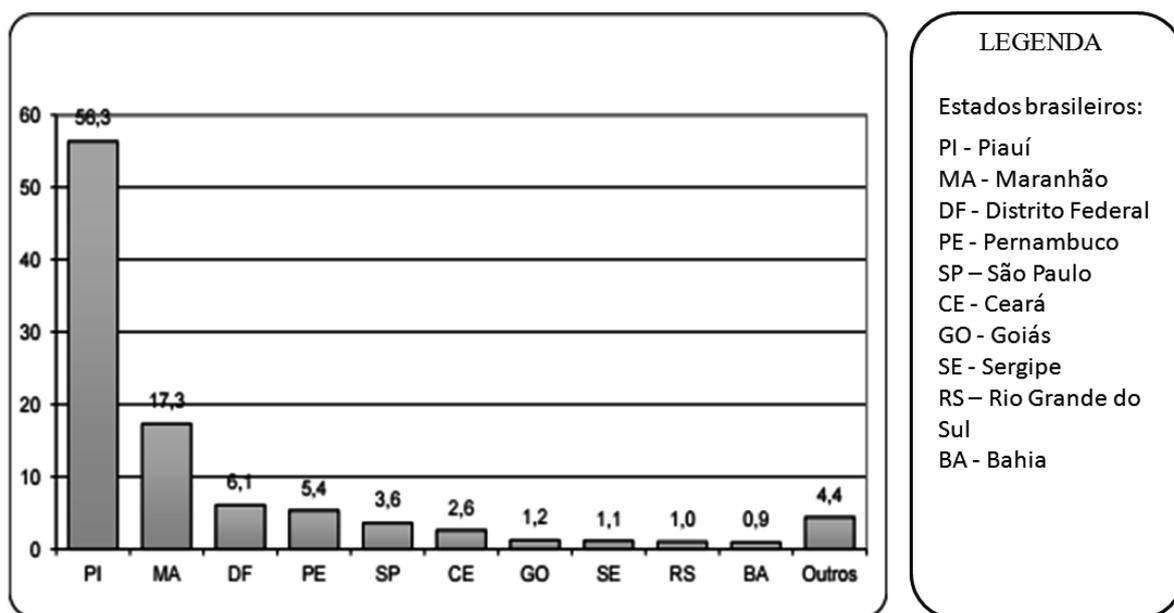


Gráfico 15 – Turismo doméstico: Polos emissores (%)  
Fonte: FIPE/Mtur, 2012<sup>75</sup>

As condições necessárias ao desenvolvimento do turismo no pólo Costa do Delta já existem, no entanto o setor esbarra na burocracia, inação estatal, falta de planejamento do setor e, conseqüentemente, poucos dados confiáveis, forte participação de mercado dos estados vizinhos Ceará e Maranhão, relegando ao litoral piauiense preferência secundária. Nesta questão, em específico, uma das razões pelas quais a preferência se dá pelos estados vizinhos é o acesso aos atrativos turísticos, principalmente os da Rota das Emoções (Figura 74).

<sup>75</sup> Não há dados estatísticos atualizados sobre o mercado turístico do Piauí.

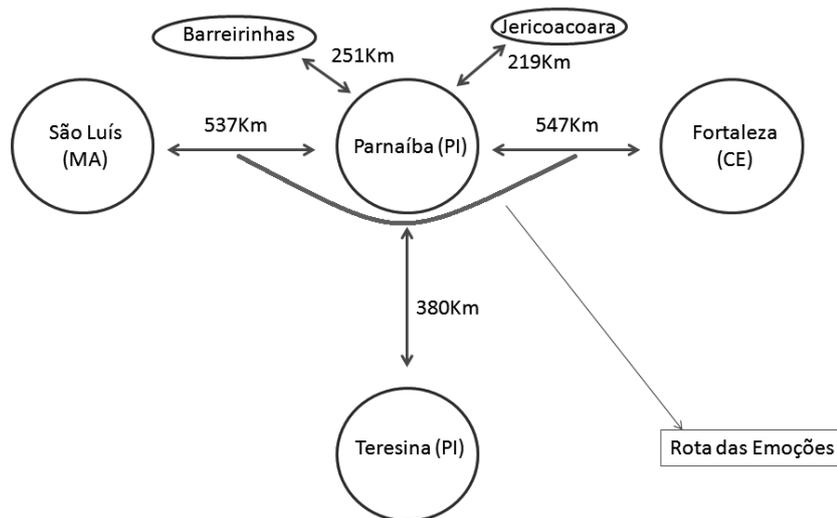


Figura 74 – Distâncias regionais entre Parnaíba e polos emissores  
 Fonte: Elaborado pelo autor com base no Guia Rodoviário Michelin, 2016.

Sendo assim, o potencial turístico do pólo Costa do Delta firma-se na diversidade de ecossistemas no pequeno território de 66 Km, com destaque ao Delta do Rio Parnaíba. Nesta pequena extensão territorial todos os municípios foram agraciados pela natureza com recursos naturais aptos ao desenvolvimento de produtos turísticos (Figura 75).



Figura 75 – Atrativos naturais do Pólo Costa do Delta  
 Fonte: Foto 1 – Melo (2015), foto 2 - Voz de Ilha Grande (2016), foto 3 – BGK (2013), foto 4 – proparnaíba.com (2013) e foto 5 – 180graus.com (2013)

A dinâmica socioeconômica do turismo no Polo Costa do Delta caracteriza-se, dentre outros aspectos, pelo fluxo de turistas que se deslocam na chamada zona de trânsito, a qual é percebida como o espaço geográfico que mostra-se de grande relevância em relação às

atividades econômicas concernentes ao turismo, pois a área de abrangência do Polo abarca municípios que detêm atrativos que tendem a ser compreendidos como complementares na perspectiva de formatação de produtos turísticos, da operacionalização de rotas e roteiros e da comercialização.

O efeito multiplicador do turismo na região induz, em parte, o surgimento de novos empreendimentos e atividades, ao todo são aproximadamente 68 empreendimentos no setor de hospedagem, 80 estabelecimentos de restauração e 17 agências de viagem, porém ainda não apresenta uma distribuição e circulação da renda mais ampla e menos desigual. A arrecadação de imposto, o qual pode significar os benefícios econômicos, nessa área de influência, podem ser verificados através da conta ISSQN – Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza das prefeituras da zona de trânsito (Gráfico 16), pois incide diretamente no desenvolvimento das atividades turísticas que promovem a perpetuidade das produções locais em artesanato, gastronomia, entre outras, criando um mercado para a produção local.

Verificar a amplitude da distribuição dos benefícios do crescimento econômico regional, no Polo Costa do Delta, não se mostra tarefa fácil, tendo em vista a falta de dados estatísticos do ambiente social e econômico da região. Mesmo com tais dificuldades, algumas informações surgem de algumas iniciativas, como as da Fundação CEPRO, as quais apresentam, com certa desfasamento temporal, dados estatísticos sobre educação, turismo, saúde, segurança e demonstram, a partir de dados quantitativos, o crescimento regional do turismo.



Gráfico 16 –ISSQN em 2013  
Fonte: Tesouro Nacional/Siconfi-contas anuais, 2015.

Sendo assim, a aptidão para o desenvolvimento do turismo no território pólo Costa do Delta se dá pelo reconhecimento da amplitude e diversidade dos recursos naturais e sua singularidade, pela crescente capacidade de atração de investimentos e pela melhoria incipiente do acesso aos municípios do pólo e atrativos turísticos. Nos últimos dois anos, a infraestrutura de apoio ao turismo apresentou melhoras com investimentos do governo brasileiro e do Estado do Piauí, atendendo a ampliação da pista de pouso e decolagem do Aeroporto Internacional Prefeito Dr. João Silva Filho (capacidade para 500 mil passageiros/ano, segundo a INFRAERO, 2017) e recomposição da capa asfáltica das BR's 343 e 402.

#### 7.5.4. Área de Influência Estratégica

Para fins de delimitação da presente pesquisa, o território objeto de estudo fixa-se nos quatro municípios do pólo Costa do Delta, porém a área de abrangência para compreender a dinâmica econômica e social do turismo na região estende-se aos estados vizinhos do Ceará e Maranhão, tendo em vista que, conjuntamente, formam o mais relevante produto turístico do litoral piauiense, a Rota das Emoções (Figura 69, p.264).

A Rota das Emoções, como referido anteriormente, constitui-se um produto integrado para além do território de estudo e sustenta-se pela ação institucional articulada (Governos do Piauí, Maranhão e Ceará, SEBRAE, Ministério do Turismo, ICMBIO, Ministério do Meio Ambiente e Governo Federal do Brasil) e pela complementaridade dos atrativos existentes no roteiro. Desta forma, ao longo da rota encontram-se unidades de conservação (Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses – MA, APA do Delta do Parnaíba – PI e o Parque Nacional de Jericoacoara – CE). Para além dos atrativos naturais, destacam-se a gastronomia local, as manifestações culturais (São João da Parnaíba) e expressões artísticas como o artesanato, compondo os diversos roteiros operacionalizados na Rota das Emoções.

A integração dos três estados à formação de produto macrorregional foi resultado do projeto da Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização (Mtur) e SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em parceria com as prefeituras dos municípios inseridos no território da Rota das Emoções. O objetivo da integração era dar maior visibilidade no mercado nacional e internacional de turismo, maximizando os recursos disponíveis à promoção da Rota e dos destinos dela partícipes.

A área de influência estratégica, delimitada pela Rota das Emoções, apresenta crescimento da demanda e oferta, porém mais concentrado no território Polo Costa do Delta, tendo em vistas a escassez anterior de serviços e empreendimentos turísticos. Segundo o SEBRAE (2010), o roteiro detém aproximadamente 267 empreendimentos de hospedagem, 241 restaurantes, bares e similares, 771 agências de viagens, incluindo as que desenvolvem apenas serviços de receptivo.

O Planejamento Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções – Produto V (2014) acusa o uso e consumo desequilibrado no território, demonstrando concentração e domínio de mercado dos polos emissivos de São Luís e Fortaleza.

Como representado na figura 76, 80% dos turistas que transitam na Rota das Emoções entraram no território pelo Ceará, mais precisamente por Fortaleza. Isto explica-se devido o município ter o aeroporto com mais conexões nacionais e internacionais e, portanto, um fluxo maior de turistas. No outro extremo da Rota, São Luís que, assim como Fortaleza, é detentor de infraestrutura aeroportuária, detém 18% das entradas de visitantes. Já Parnaíba não divide o protagonismo regional com as duas capitais, tendo em vista que somente em 2014 há voos regulares entre a cidade e outros destinos, os quais são operados por apenas uma companhia aérea que mantém uma rota aérea nacional (Parnaíba – Recife).

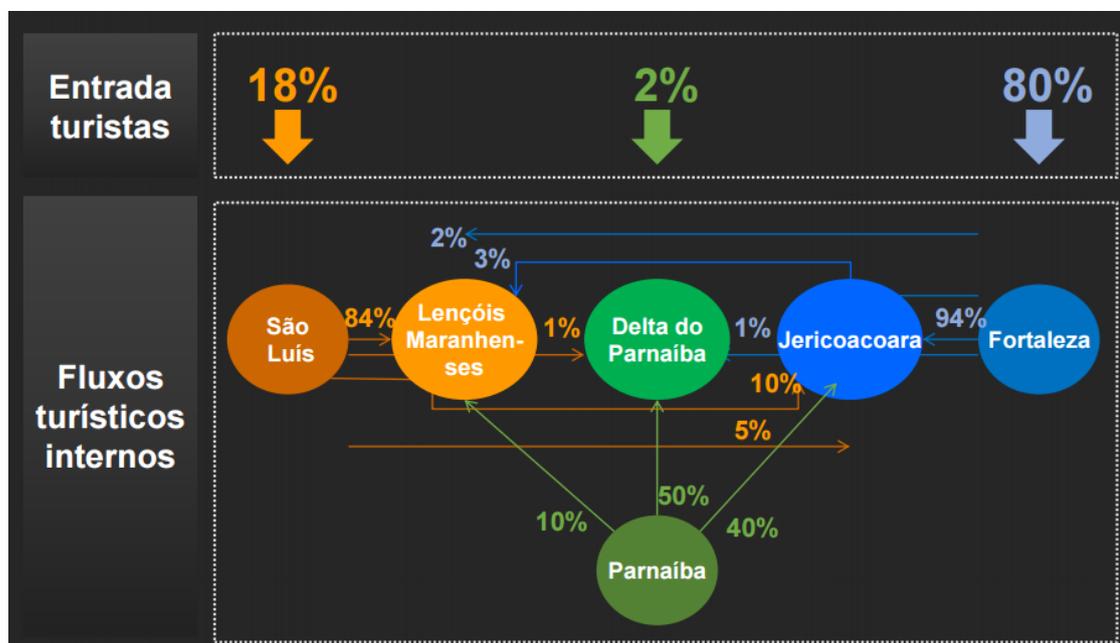


Figura 76 – Consumo e uso desequilibrado no território<sup>76</sup>  
 Fonte: Planejamento Estratégico da Rota das Emoções, 2014.

<sup>76</sup> Não há relação entre as cores que determine níveis de importância ou outra forma de distinção, seja qualitativa ou quantitativa, apenas serve como efeito gráfico.

Percebe-se na figura 82 que o fluxo turístico entre os estados do Maranhão e Piauí é incipiente (10%), pois os acessos são precários, ou seja, não há estradas com boas condições de trafegabilidade, fazendo com que os turistas permaneçam no destino de Barreirinhas (84%), que dá acesso ao atrativo turístico Lençóis Maranhenses. Porém, entre os estados do Ceará e Piauí a realidade é diferente, vê-se que os turistas que chegam ao Polo Costa do Delta são em 40% provenientes da cidade indutora, Jericoacoara. Desta forma, apenas 10% percorrem a Rota toda e 5% no sentido Barreirinhas – Jericoacoara.

Dados referentes a demanda e a renda turística da Rota das Emoções, assim como dos municípios que dela participam é quase inexistente, fixando-se apenas nas capitais Fortaleza e São Luís, pois os demais destinos não há informação estatística confiável que apresente a realidade atual do turismo na região.

## **7.6. Análise PEST: O Ambiente Envolvente do Polo Costa do Delta**

Compreender o território a partir de suas dinâmicas internas na perspectiva social, ambiental, cultural, tecnológica e econômica traz uma nova inquietação, ou seja, dúvidas provenientes da incompletude que os dados e informações sobre o ambiente interno contém. Sendo assim, passa-se a entender que, considerando o território influenciador e influenciado por níveis sistêmicos diferentes, há necessidade de se ampliar o campo de estudo para além dos limites geográficos.

Para esta tese optou-se por delimitar a área de abrangência, caracterizada pela intensidade de influência. Desta forma, apresentou-se como território total de estudo, pela comparação, a soma do Polo Costa do Delta com os trechos maranhense e cearense da Rota das Emoções, alargando até as capitais São Luís (MA) e Fortaleza (CE). Na mesma perspectiva, identificado um fluxo de turistas estrangeiros, fundamentalmente europeus, estabelece-se, porém, não por comparação e sim por tendência de mercado/comportamento, os parâmetros do turismo no mundo.

Portanto, para o desenvolvimento de uma análise mais ampla, escolheu-se o método de análise PESTAL, a qual corresponde a um modelo de diagnóstico estratégico do ambiente externo ao território, mas compreendido dentro da área de influência estratégica, que detém elementos não controláveis pelo território-núcleo (Figura 77).

A análise PESTAL incide sobre variáveis de amplitude macroambiental, como: política, econômica, social, tecnológica, ambiental e legal.

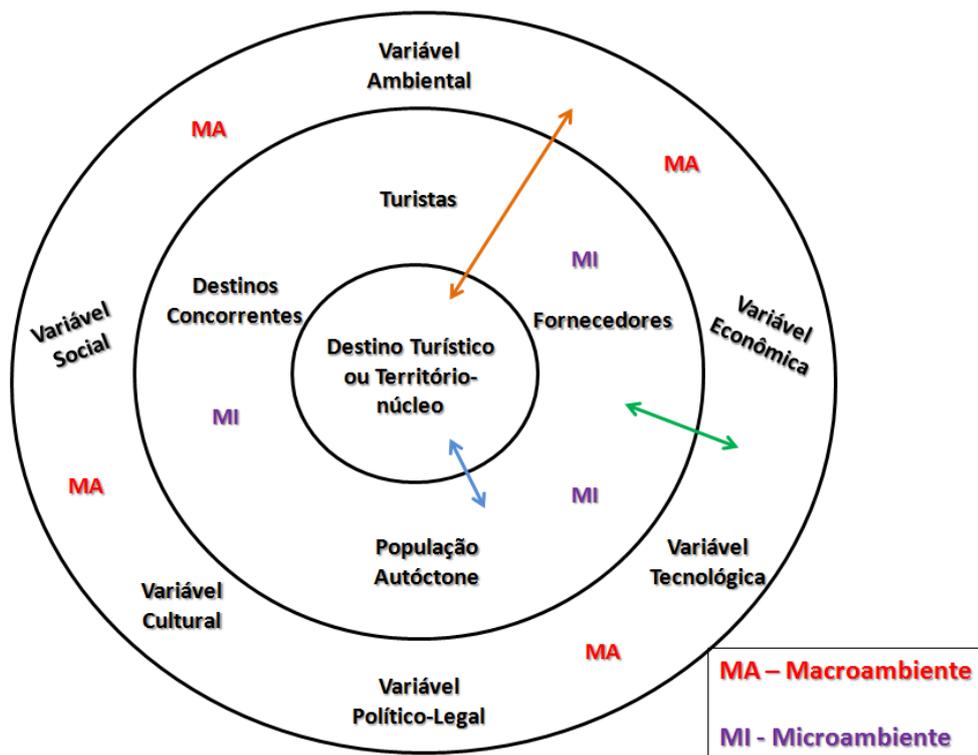


Figura 77 – Dinâmica do ambiente organizacional do Destino/ Território-núcleo  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016 com base em Kotler e Keller, 2012.

O destino turístico é constituído por atores e forças que não são passíveis de controle e afetam a capacidade de gerenciamento público do destino e das empresas que nele estão inseridas. Para o sucesso do destino como um lugar que congrega um conjunto de produtos turísticos, o gestor público deve adaptar suas políticas públicas não só para a satisfação dos anseios dos cidadãos, mas também na perspectiva da disputa de mercado, ou seja, considerando as tendências que o ambiente apresenta. Ritchie e Crouch (2003) reconhecem que, devido a natureza única do turismo, a verdadeira capacidade de um destino turístico para competir envolverá suas forças sociais, econômicas, políticas, culturais, tecnológicas e ambientais (variáveis do macroambiente).

Moreira (2013, p.149) relembra, auxiliando no entendimento da visão de Ritchie e Crouch (2003), que “face ao exposto se infere que o termo competitividade tendo uma matriz económica se aplica quer aos territórios (as cidades, as regiões e as nações), quer as organizações (entidades, empresas e associações)”.

O ambiente competitivo de um destino turístico compreende as forças internas, contidas num universo mais próximo e passível de algum controle, denominado de microambiente, o qual detém variáveis de influência direta e mais influenciáveis pelas ações do destino, e forças externas, cujo impacto se dá indiretamente, abarcadas no macroambiente.

Dowbor (1999) entende que o município, no caso o destino turístico, desponta como a unidade social básica da organização social, desempenhando um papel semelhante para a sociedade ao que a empresa moderna representa para as atividades econômicas. Nesta perspectiva, as principais forças do microambiente e macroambiente de um destino turístico, segundo Ritchie e Crouch (2003), são fatores condicionantes do ambiente competitivo, os quais ofertam oportunidades e ameaças.

Sendo assim, e prevendo a utilidade da compreensão do Polo Costa do Delta como destino turístico e sua participação no mercado de turismo regional, nacional e internacional, que analisa-se, através do método PESTAL – Político, Econômico, Social, Tecnológico, Ambiental e Legal (Quadro 39), o ambiente externo ao Polo, no intuito de gerar dados e informações, que conjugadas às do ambiente interno, permitirão o desenvolvimento de uma proposta de planejamento mais próxima das necessidades reais. No entanto, valendo-se de Porter (1996), esta análise atenta-se para o entendimento de que algumas ações de um município do Polo podem causar uma redução da atratividade do Polo como destino turístico. Portanto, manter a análise de forma integrada, verificando as especificidades de cada município, gera maior confiabilidade.

	<b>Político</b>	<b>Econômico</b>	<b>Social</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Legal</b>
Mundo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recrudescimento das tensões geopolíticas</li> <li>- A saída do Reino Unido da zona euro, gerando incertezas quanto a estabilidade do bloco econômico</li> <li>- Tensões na geopolítica mundial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crescimento global de 3.2% previsto para 2016 e de 3.5% para 2017</li> <li>- Crescimento na zona do euro em 1.6% em 2015, mantendo-se para 2016/2017</li> <li>- Aumento no número de turistas (1.2 bilhão em 2016)</li> <li>- Desaceleração do crescimento econômico chinês</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alterações da estrutura populacional</li> <li>- Humanização das experiências</li> <li>- Aumento da procura por experiências novas</li> <li>- Escolha de destinos mediante a cultura</li> <li>- Aumento do interesse pelo turismo gastronômico</li> <li>- Elevação da rigidez na entrada e saída de estrangeiros</li> <li>- Terrorismo</li> <li>- Refugiados de guerra e fome</li> <li>- Dificuldade de preservar a originalidade e a autenticidade dos lugares e das pessoas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Surgimento de novas tecnologias na área de comunicação</li> <li>- Aumento do turismo digital</li> <li>- Facilidade de acesso à serviços e produtos</li> <li>- Inclusão da realidade aumentada</li> <li>- Aumento da gestão de reputação online</li> <li>- Perda da privacidade</li> <li>- Diminuição do papel das agências de viagens na intermediação entre produtor e consumidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimento da cooperação entre instituições para o apoio aos objetivos de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas</li> <li>- Avanço do capital sobre o patrimônio natural</li> <li>- Alterações climáticas</li> </ul>	<p>Acordo Geral sobre Comércio de Serviços (GATS) da Organização Mundial do Comércio (OMC)<sup>77</sup>.</p>

<sup>77</sup> O GATS abrange todos os tipos de serviços, com exceção daqueles serviços exclusivos de atividade governamental nos quais não há oferta comercial ou competitiva. O Acordo classifica os serviços em onze setores, subdivididos em subsetores que permitem ampliar sua abrangência, quais sejam: (i) comunicações; (ii) serviços prestados a empresas; (iii) construção e serviços de engenharia relacionados; (iv) educação; (v) distribuição; (vi) meio ambiente; (vii) serviços financeiros<sup>21</sup>; (viii) serviços sociais e de saúde; (ix) turismo; (x) transporte; e, (xi) energia. O Acordo, no entanto, não define especificamente o conceito de serviço. Entretanto, documentos da OMC definem serviço como o objeto de uma prestação que visa à realização de algo, podendo resultar ou não em um produto visível e concreto, de forma a satisfazer a vontade do consumidor que a solicitou (Hoerbe, 2006).

	<b>Político</b>	<b>Econômico</b>	<b>Social</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Legal</b>
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instabilidade política</li> <li>- Reforma estrutural do Estado (propostas de PEC para reduzir o papel do Estado)</li> <li>- Tensão entre poder político e sociedade civil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorização do dólar e do euro (aumento de estrangeiros)</li> <li>- Desaceleração do setor aéreo</li> <li>- Queda na intenção de viagem (brasileiros)</li> <li>- Retração do turismo doméstico (em faturamento)/2015 e pequeno crescimento de 0,4% em 2016</li> <li>- Recessão econômica</li> <li>- Valorização do dólar, gerando dificuldades para empresas endividadas na moeda americana (setor aéreo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mudanças de estilos de vida e padrões de consumo</li> <li>- Democratização do turismo (acesso ao lazer e viagens)</li> <li>- Aumento do índice de desemprego</li> <li>- Empobrecimento das famílias</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso generalizado das TIC's</li> <li>- Integração em Rede</li> <li>- Aumento do uso da Internet para publicidade e propaganda</li> <li>- Internet como promotora de novos comportamentos</li> <li>- Maior relevância das redes sociais na formação da opinião e motivação do turista</li> <li>- Pulverização da informação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento do interesse pelo turismo em áreas naturais, oportunizando o surgimento de novos destinos</li> <li>- Privatização de unidades de conservação</li> </ul>	<p>Lei Geral do Turismo (Nº11.771/2008)</p> <p>DECRETO Nº 7.381 de 02 de dezembro de 2010.</p>

	<b>Político</b>	<b>Econômico</b>	<b>Social</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Legal</b>
Ceará (Fortaleza e Jericoacoara)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bancada de congressistas articulada e com influência</li> <li>- Existência de uma secretaria de estado do turismo</li> <li>- Políticas públicas em turismo efêtivas e estruturadas</li> <li>- Força institucional</li> <li>- Pequena integração com os estados vizinhos;</li> <li>- Disputa judicial de parte do território piauiense</li> <li>- Maior índice de competitividade (Mtur,2015)</li> <li>- Política de incentivo à investimentos privados</li> <li>- Melhor gestão pública e governança</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento do fluxo de turistas estrangeiros</li> <li>- Crescimento dos investimentos turísticos (ano 2014/2015)</li> <li>- Melhor estrutura produtiva</li> <li>- Maior competitividade em preço</li> <li>- Melhor infraestrutura aeroportuária</li> <li>- Maior oferta de produtos e serviços</li> <li>- Maior penetração de mercado</li> <li>- Catalisador nacional e internacional de demanda turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidade de aproveitamento de mão-de-obra local, devido a ampla rede de oferta de cursos técnicos, e profissionalizantes e superior.</li> <li>- Elevado nível de desigualdade social e de criminalidade em áreas urbanas e periféricas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolvimento de aplicativos para telemóvel (celular), ofertando melhor acesso aos serviços públicos e turísticos.</li> <li>- Política de desenvolvimento das TIC's.</li> <li>- Melhoria da infraestrutura de telecomunicações.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevação dos níveis de poluição no litoral</li> <li>- Ampliação do número de aerogeradores no litoral, gerando 17,2% da energia eólica brasileira.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Legislação de Incentivo de Investimento (Isenção Fiscal)</li> </ul>
Maranhão (São Luis e Barreirinhas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Políticas públicas para conservação do patrimônio histórico-arquitetônico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Catalisador nacional e internacional de demanda turística</li> <li>- Maior penetração no mercado turístico com produtos relacionados a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevado nível de desigualdade social e de criminalidade em áreas urbanas e periféricas.</li> <li>- ONG's e Movimentos Sociais mais atuantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adoção de tecnologias para divulgar e preservar o patrimônio histórico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detém maior parte do território do Delta do Parnaíba.</li> <li>- Maior extensão de dunas (aprox. 40 Km) com lagos pluviais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Decreto Estadual nº 11.899/91 criou no Estado do Maranhão a Área de Proteção Ambiental (APA) da Foz do Rio Preguiças, Pequenos Lençóis</li> </ul>

Piauí (Ilha Grande, Luís Parnaíba, Correia e Cajueiro da Praia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bancada de congressistas de baixa expressividade</li> <li>- Pouca integração entre os municípios</li> <li>- Políticas públicas regionais incipientes em meio ambiente e turismo</li> </ul>	<p>cultura e meio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melhor estrutura de distribuição</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fontes de recursos externos ao território;</li> <li>- Falta de gestão orçamentária eficiente;</li> <li>- Contorno gerencial administrativo e fiscal do território desestimulador;</li> <li>- Política voltada para a indústria, atividades extrativistas e agropecuária</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituições acadêmicas para a formação de mão-de-obra qualificada;</li> <li>- Forte interação entre as universidades, ONG's e associações de representação social;</li> <li>- Elevado nível de desigualdade e aumento dos índices de criminalidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baixo desenvolvimento de novas tecnologias;</li> <li>- Incentivo ao uso e desenvolvimento das TIC's é incipiente;</li> <li>- Infraestrutura precária para a captação de novos empreendimentos em tecnologia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meio ambiente conservado por força de lei;</li> <li>- Amplas áreas preservadas e com baixa influência humana;</li> <li>- Aumento da poluição proveniente da capital Teresina.</li> </ul>	e Região Lagunar Adjacente.
<p>Legislação Federal delimita e regra a APA do Delta do Parnaíba e RESEX do Delta do Parnaíba.</p>						

Quadro 39- Análise PEST-AL da Área de Influência, do Brasil e do mundo em referência ao Polo Costa do Delta.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

## 7.7. Análise de SWOT

As bases do desenvolvimento turístico a escala humana compreendem premissas, além de outras, que fixam-se em um ambiente natural preservado, num conjunto de equipamentos que proporcionem a oferta de bens e serviços à satisfação das necessidades e desejos da população local e dos visitantes, assim como numa comunidade coesa social e culturalmente que favoreça-se economicamente das atividades concernentes ao turismo.

Desta forma, analisar o ambiente externo ao Polo Costa do Delta mostra-se insuficiente para perceber todos os aspectos relacionados com a dinâmica do turismo no contexto social e econômico do território. Portanto, complementar a análise avaliando cada elemento do ambiente interno a partir das forças e fraquezas, percebendo as oportunidades e ameaças existentes, fornecerá melhores subsídios ao desenvolvimento do planejamento estratégico.

É desta maneira que sugere-se o uso da metodologia SWOT (Figura 78), pois, segundo Kotler (1999), avalia-se aspectos próprios do ambiente interno, como características físicas, estruturais, organizacionais e outros de caráter particular do território estudado. Porém, essa análise não está dissociada das influências externas, tendo em vista que impactam a percepção das oportunidades e ameaças ao polo turístico. Com base nestes dois focos de análise, organiza-se, metodologicamente, da seguinte forma:

<b>Interno</b>	<b>Strengths</b> Pontos Fortes	<b>Weaknesses</b> Pontos Fracos
	<b>Opportunities</b> Oportunidades	<b>Threats</b> Riscos e Ameaças
<b>Externo</b>		

Figura 78 – Focos de análise da matriz SWOT

Fonte: Elaborado pelo autor (2016) com base em Buchanan & O'Connell, 2006.

Portanto, entende-se a análise de SWOT como a ferramenta adequada para avaliar o território de estudo em referência ao seu ambiente envolvente. Esta metodologia tem sua

autoria creditada a dois professores da Havard Business School, Kenneth Andrews e Roland Christense (Buchanan & O’Connel, 2006).

Sendo assim, optou-se por utilizar a matriz SWOT<sup>78</sup> para compreender as características positivas e negativas do território em referência ao ambiente competitivo do turismo ao qual está inserido. No entanto, percebeu-se que a esta metodologia permite o cruzamento dos quatro contextos considerados, obtendo-se como resultado a indicação de elementos para futuras estratégias de atuação do Polo Costa do Delta no mercado turístico.

Dividiu-se a análise de SWOT em cinco focos de estudo: Delta do Parnaíba (quadro 40), Praias dos quatro municípios do Polo turístico (quadro 41), Produtos Turísticos (quadro 42), Patrimônio Histórico-cultural (quadro 43) e Econômico-social (quadro 44).

	FORÇAS		FRAQUEZAS	
	INTERNO			
<b>DELTA DO PARNAÍBA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Singularidade da paisagem natural e cultural do território;</li> <li>- Ambiente natural preservado;</li> <li>- Baixa densidade demográfica;</li> <li>- Diversidade de ecossistemas;</li> <li>- Diversidade de fauna e flora;</li> <li>- Detém o único Delta em mar aberto das américas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificuldade de acesso;</li> <li>- Fragilidade dos ecossistemas;</li> <li>- Péssimo controle das embarcações que deslocam os turistas;</li> <li>- Falta de infraestrutura de apoio nos locais de visitação,</li> <li>- Dificuldade de visualização de animais, com exceção dos caranguejos;</li> <li>- Falta de água nos lagos pluviais entre dunas em determinadas épocas do ano.</li> </ul>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>EXTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aproveita a tendência mundial de crescimento do mercado de ecoturismo;</li> <li>- Melhorar acesso às ilhas do Delta do Parnaíba;</li> <li>- Considerar que os atrativos naturais dos estados vizinhos estão com grandes espaços degradados e aumento da densidade populacional.</li> </ul>		
<b>AMEAÇAS</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso e ocupação ilegal do solo (atividades agropecuárias)</li> <li>- Controle do fluxo de visitantes;</li> <li>- Controle no número e tipo de embarcações;</li> <li>- Desconhecimento da capacidade de carga.</li> <li>- Potencialidade petrolífera do território.</li> </ul>		

Quadro 40- Análise SWOT do Delta do Parnaíba

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

O quadro 40 estabelece duas perspectivas, a primeira referente ao ambiente interno do território Delta do Parnaíba e a segunda ao ambiente externo, ou seja, elencou-se os pontos fortes e fracos para designar e qualificar as características do território que apresentam a diversidade e o diferencial. Sendo assim, o Delta do Parnaíba evidencia-se como um ambiente singular cujas qualidades, as quais lhe atribuem vantagem perante outros locais turísticos do

<sup>78</sup> Esta matriz SWOT dá sustentação para a complementaridade do quadro 51 (p.391), que evidencia as questões críticas na ordem das fraquezas e pontos fortes do Polo Costa do Delta em relação aos problemas atuais e emergentes.

nordeste brasileiro. Porém, explicita-se que, em relação ao turismo, o território limita o desenvolvimento das atividades turísticas, pois é débil em infraestrutura, fiscalização e sazonal – depende dos fenômenos naturais, como a chuva, para manter alguns atrativos naturais.

Quando expande-se a análise para além das fronteiras do território, percebe-se um conjunto de oportunidades, com base nas características do ambiente natural do Delta do Parnaíba, seja para a intervenção do poder público na melhoria da infraestrutura, no aproveitamento das fraquezas dos destinos turísticos concorrentes e das tendências mundiais de crescimento do turismo em ambiente natural (econturismo e outros). No que tange as ameaças externas, o território é vulnerável aos interesses do capital, pois não há gestão como destino turístico e muito pouco na perspectiva de conservação e preservação, tendo em vista as limitações operacionais do ICMbio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade.

	FORÇAS		FRAQUEZAS	
	INTERNO			
	<b>PRAIAS DE ILHA GRANDE, PARNAÍBA, LUÍS CORREIA E CAJUEIRO DA PRAIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Locais de desova de cinco espécies de tartaruga-marinha: de Couro (<i>Dermochelys coriácea</i>), de Pente (<i>Eretmochelys imbricata</i>), Verde ou Aruanã (<i>Chelonia mydas</i>), Cabeçuda ou Mestiça (<i>Caretta caretta</i>) e Oliva (<i>Lepidochelys olivácea</i>);</li> <li>- Existência de peixe-boi em todo o litoral, mas visível em Cajueiro da Praia;</li> <li>- Práticas desportivas (surf, windsurf e kitesurf).</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coloração turva da água em algumas praias devido a ação do vento e existência de detritos orgânicos (alga marinha) e inorgânicos;</li> <li>- Acessos precários e mal sinalizados (estradas esburacadas, de areia ou terra e, por vezes, com bloqueio das dunas móveis);</li> <li>- Mau dimensionamento das infraestruturas básica e de apoio ao turismo;</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>EXTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento do interesse de investidores de outros estados e países;</li> <li>- Investimentos governamentais;</li> <li>- Grande fluxo de turistas intermunicipais e interestaduais;</li> <li>- Interesse das operadoras europeias por destinos turísticos com natureza singular e exuberante;</li> <li>- Estrutura de visualização e visitação ao peixe-boi marinho;</li> <li>- Cultura popular ligada ao artesanato e gastronomia;</li> <li>- Ações de desenvolvimento do turismo sustentável</li> <li>- Ampliação da oferta de serviços básicos e turísticos</li> <li>- Produtos turísticos que abarquem mais de um ecossistema (ex.: Dunas e mangues);</li> </ul>	
	<b>AMEAÇAS</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento do interesse pelo mercado imobiliário;</li> <li>- Crescimento desordenado do turismo;</li> <li>- Maior promoção de destinos concorrentes como Jericoacoara e Lençóis Maranhenses;</li> <li>- Diversidade de acesso ao litoral dos destinos concorrentes.</li> </ul>	

Quadro 41 – Análise de SWOT – praias

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Destacado no quadro 41, as praias dos municípios do Polo Costa do Delta diferem-se das demais do litoral nordestino, pois detêm diversidade única na região e no país. Dentre os elementos que caracterizam sua singularidade estão a presença do peixe-boi marinho (fácil visualização), de cinco espécies de tartarugas marinhas que desovam no litoral piauiense e da qualidade e intensidade do vento, o qual proporciona condições especiais à prática desportiva do Windsurf e Kitesurf. Mas, quando se analisa sob a perspectiva da infraestrutura e características de balneabilidade, as praias do Polo mostram-se aquém das necessidades turísticas, tendo em vista a cor turva da água, na maior parte do ano, e acessos precários.

O contexto de um ambiente diverso e conservado faz das praias alvo do interesse externo, o qual, por pressão, apresenta oportunidades, como atração de turistas e investimentos e, também, a melhoria das infraestruturas de observação dos animais marinhos, porém as ameaças ao equilíbrio do ambiente costeiro são constantes e caracterizadas pela ganância do mercado imobiliário e o posicionamento no mercado turístico dos destinos concorrentes.

PRODUTOS TURÍSTICOS NO POLO COSTA DO DELTA	FORÇAS		FRAQUEZAS	
	INTERNO			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Passeio ao Delta do Parnaíba;</li> <li>- Artesanato local;</li> <li>- Produtos ligados aos desportos aquáticos;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baixa diversidade de produtos;</li> <li>- Equipamentos turísticos inadequados;</li> <li>- Falta de capacitação dos agentes envolvidos.</li> </ul>	
OPORTUNIDADES	EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interesse externo em produtos ecoturísticos;</li> <li>- Integração aos produtos turísticos a visualização da postura de ovos das tartarugas e do peixe-boi;</li> <li>- Equipamentos hoteleiros integrados ao ambiente natural</li> <li>- Diversificação dos produtos turísticos;</li> <li>- Produtos que integrem os atrativos do Polo;</li> <li>- Qualificação do capital humano.</li> </ul>		
AMEAÇAS		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoção dos produtos nos canais de distribuição;</li> <li>- Atratividade de Jericoacoara e Lençóis Maranhenses</li> <li>- Transferência da renda pelo grande capital (nacional e estrangeiro) para fora do território.</li> </ul>		

Quadro 42 – Análise de SWOT – Produtos turísticos

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Em relação produtos turísticos no Polo Costa do Delta (quadro 42), o diferencial existente centra-se nos passeios na foz do rio Parnaíba e ilhas do Delta, na representação da cultura local em trabalhos manuais e roteiros focados nos esportes aquáticos. Numa análise comparativa aos destinos concorrentes – considera-se pelas características os destinos de Jericoacoara e Barreirinhas – dos estados vizinhos Ceará e Maranhão percebe-se a inferioridade na qualidade dos equipamentos turísticos (Porto dos Tatus) e a falta de mão-de-obra qualificada. Em contrapartida, em atenção as tipologias do turismo em ambiente natural,

se verifica oportunidades para potencializar os pontos fortes do território, devido as especificidades do meio ambiente. Neste contexto, o baixo uso de canais de distribuição de maior abrangência caracteriza a ameaça ao território perante a hegemonia turística dos destinos concorrentes, assim como o pequeno percentual de reinvestimento da rentabilidade adquirida pelos empreendimentos turísticos de capital externo.

PATRIMÔNIO HISTÓRICO-CULTURAL	FORÇAS		FRAQUEZAS	
	INTERNO			
	- Relevância histórica regional e nacional; - Concentração de bens históricos no município de Parnaíba; - Bens históricos protegidos por lei.	- Mau estado de conservação dos bens históricos.		
OPORTUNIDADES	EXTERNO	- Investimentos privados para a melhoria e qualificação dos bens; - Existência de políticas públicas nacionais específicas de incentivo à conservação do patrimônio. - Investimentos em ações de preservação do patrimônio; - Promoção do patrimônio histórico; - Conscientização pública; - Aproveitamento turístico; - Projetos para captação de recursos nacionais e estrangeiros.		
AMEAÇAS		- Especulação Imobiliária (Interesse do setor hoteleiro, Instituições patronais e grandes corporações de capital externo) - Dificuldade na fiscalização do estado de conservação do patrimônio; - Falta de incentivos aos proprietários de bens históricos.		

Quadro 43 – Análise de SWOT do patrimônio histórico-cultural  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

À análise do quadro 43 mantém-se a perspectiva da constante pressão que exercem os destinos regionais concorrentes, como Fortaleza, Jericoacoara, São Luiz e Barreirinhas. Sendo assim, compreende-se que o patrimônio histórico-cultural do litoral do Piauí detém relevância regional e nacional, assim como a diversidade ambiental da região do Delta do rio Parnaíba e estrategicamente apresenta vantagens sobre os destinos turísticos regionais concorrentes, com exceção de São Luiz (MA), pois têm seus bens históricos concentrados num pequena porção do território, facilitando a delimitação para o amparo da lei e preservação do patrimônio. Porém, ao longo dos anos, em vários governos municipal e estadual, o patrimônio histórico-cultural esteve acanhadamente presente em nas iniciativas de políticas públicas, resultando na má conservação das construções e outros bens históricos.

À cultura local oportunidades evidenciam-se no horizonte de médio prazo, mas que só poderão ser aproveitados caso hajam políticas públicas específicas e com disponibilidade orçamentária anual e contínua para promover a atração de investimentos privados que

qualificarão e resignificarão os bens culturais em possível benefício para o turismo e, principalmente, para a perpetuação da memória da história local, regional e nacional.

Neste contexto, em constante pressão, com força contrária às oportunidades, está o imediatismo do capital, pela presença no território dos interesses do setor hoteleiro e imobiliário, somado a inação como política pública pode reduzir as vantagens oriunda das características do patrimônio histórico-cultural, as quais fundam-se na cultura portuguesa, africana e indígena.

	FORÇAS		FRAQUEZAS	
	INTERNO			
<b>ECONÔMICO-SOCIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação do Litoral do Piauí Convention Visitors Bureau;</li> <li>- Existência de associações e instituições de fortalecimento ao turismo;</li> <li>- Aeroporto com capacidade de atendimento à 500 mil passageiros/ano;</li> <li>- Aumento do número de empreendimentos turísticos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baixa qualidade da mão-de-obra local;</li> <li>- Sazonalidade turística;</li> <li>- Índice de IDH, GINI, FIB baixo;</li> <li>- Baixa coesão social;</li> <li>- Economia pouco diversificada (sustentada em atividades extrativistas);</li> <li>- Baixa atração de investimentos.</li> </ul>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>EXTERNO</b>			
<b>AMEAÇAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de infraestrutura para novos empreendimentos (energia elétrica e água);</li> <li>- Conflito de interesses entre investidores, poder público e população local.</li> <li>- Estímulos excessivos para entrada de novos investidores.</li> <li>- Atrasos regulares e cancelamento nos voos.</li> </ul>			

Quadro 44 – Análise de SWOT econômico-social  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

A possibilidade de análise do ambiente interno e externo, através da metodologia SWOT, permite, como implícito no quadro 44, estabelecer ligações com as análises anteriormente descritas, definindo a relevância da infraestrutura para o desenvolvimento estratégico do turismo na região. Assim, o território já apresenta iniciativas de estruturamento do setor turístico, abrangendo o setor de eventos, a contribuição e relação entre academia, poder público e iniciativa privada, o setor aéreo e, em maior quantidade, empreendimentos diversos que atendem as demandas turísticas.

Em consonância com a estruturação do território para o desenvolvimento do turismo, ocorre quase simultaneamente o aumento do interesse dos turistas brasileiros e estrangeiros pelos atrativos e produtos do Polo Costa do Delta. Porém, compreende-se que há

características, próprias do território, que diminuem a dinâmica de crescimento e desenvolvimento, as quais definem-se pela desigualdade social e econômica da população local.

No entanto, a perspectiva de crescimento, como já ocorrido nos anos de 2010, 2011 e 2012<sup>79</sup>, devido a infraestrutura e o desenvolvimento incipiente do turismo, assim como a outros fatores de ordem espacial, pois nos destinos regionais concorrentes poucos são os que detêm espaços disponíveis e com características de interesse dos setores imobiliários e hoteleiro, gera oportunidades para a ampliação do alcance do efeito multiplicador dos benefícios do turismo. Destaca-se a capacitação de mão-de-obra e do território turístico e investimentos públicos, tendo em vista que compreende-se que a inserção da mão-de-obra local no mercado de trabalho do turismo potencializa a participação e a distribuição das riquezas geradas pelo setor, sendo o investimento público o impulsionador da economia e da construção de condições para atração de capital privado.

As ameaças que o ambiente externo, ou seja, a pressão dos destinos concorrentes e outras condicionantes, podem ser minimizados através da capacitação, participação da população residente e investimento público, os quais têm força para equacionar as demandas internas e externas, proporcionando um maior equilíbrio para o ambiente do turismo e do território.

Desta análise de SWOT (quadros 40, 41, 42, 43 e 44) resulta a identificação de um conjunto de desafios – cenários e objetivos estratégicos (Subseção 9.2.2.10, p. 405), que terão suas soluções encaminhadas nas estratégias propostas na simulação de planejamento estratégico no território de estudo, que se podem enunciar como fraquezas operacionais e estruturantes (Quadro 51, p.391) e pontos fortes (Quadro 52, p.393) da seguinte forma:

- Fraquezas: integração entre os municípios, gestão municipal, infraestrutura, acesso, qualificação do *trade* turístico, participação popular, fluxo de turistas, ambiente natural, divulgação do território turístico Polo Costa do Delta, ambiente social e economia do turismo.
- Pontos fortes: atrativos, desenvolvimento do turismo sustentável, acesso, participação popular e desenvolvimento econômico.

---

<sup>79</sup> Ver reportagem do G1 “Parnaíba no Piauí é a cidade com maior crescimento no Brasil” (29/12/2012) e do Cidade Verde “Conheça Parnaíba, a quarta cidade do nordeste em desenvolvimento do comércio” (05/09/2011).

## 7.8. Síntese

Este capítulo fixou-se no objetivo de evidenciar a realidade do território Polo Costa do Delta na perspectiva econômica, social, cultural, paisagística, ambiental, tecnológica e legal, explicitando, sistematicamente, o contexto geral do turismo e municípios na área de abrangência do território estudado.

Sendo assim, percebeu-se a hegemonia econômica do município de Parnaíba, definindo as relações socioeconômicas e a dinâmica turística no Polo, assim como a importância de Ilha Grande como destino de acesso ao Delta do Rio Parnaíba, as praias de Luís Correia e o conjunto paisagístico de Cajueiro da Praia (praias e mangues).

Neste diagnóstico do território, estabeleceu-se a relação entre elementos do espaço social com a felicidade, na perspectiva do benefício coletivo, identificando em cada município a afinidade e consequências de indicadores sociais e econômicos.

Ainda no contexto do diagnóstico evidenciou-se, num caráter retrospectivo, a legislação que incide sobre o turismo nos municípios do Polo, esclarecendo a hierarquia legal e definindo o contorno territorial e socioeconômico dado pelo conjunto de leis, portarias e decretos, os quais, além de regularem as atividades concernentes ao turismo, apresentam as limitações do território impostas pelas normas legais que gerem os espaços da APA e RESEX do Delta do Parnaíba.

No intuito de gerar mais informações relevantes ao desenvolvimento do modelo de desenvolvimento e do processo de planejamento estratégico do Polo Costa do Delta, estruturaram-se os dados em duas perspectivas: a primeira explicitando as influências positivas e negativas do ambiente externo ao território de estudo a partir da análise PEST-AL – Político, Econômico, Social, Tecnológico, Ambiental e Legal; Já a segunda analisando o ambiente interno a partir das perturbações impostas pelo ambiente externo, através da análise de SWOT, trazendo à luz informações sobre as potencialidades, fraquezas, oportunidades e ameaças do território perante o seu ambiente envolvente.

Com base no conjunto de dados e informações do diagnóstico situacional estratégico, sustentar-se-á, no capítulo subsequente, a definição das proposições ao território Polo Costa do Delta, mais especificamente em relação aos modelos de desenvolvimento do turismo e planejamento estratégico.

### 8.1. Introdução

Evidenciou-se, na fundamentação teórica desta tese, que se vivencia atualmente um contexto de crescente complexidade no turismo, o qual gera transformações em acelerado ritmo, promovendo incertezas, inconformidade e busca contínua por aprender novas formas de atuação no ambiente em que a competitividade impera e transgride as organizações e os destinos turísticos, tornando a gestão e o planejamento estratégico ferramentas a um desejado desenvolvimento do setor, onde os diferentes grupos de interesse refletem e participam em conjunto do processo de planejar e decidir sobre o futuro.

Neste capítulo, que antecede a simulação do planejamento estratégico do território Polo Costa do Delta e as considerações finais, foca-se o debate no modelo de desenvolvimento mais adequado ao território de estudo e a ferramenta que melhor permite o planejamento das necessidades e interesses dos agentes que dinamizam o espaço turístico, natural e social.

Desta forma, abordam-se as mudanças estruturais econômicas, ambientais, sociais, políticas, tecnológicas e institucionais necessárias, sob o ponto de vista do modelo de desenvolvimento proposto, ao futuro desejado aos municípios do polo turístico, o qual fixa-se num ambiente economicamente sustentável, socialmente feliz e solidário. Tais premissas, sustentam-se na análise das respostas que geraram o índice FIB – Felicidade Interna Bruta de cada município e, também, do território, assim como do resultado dos questionários respondidos pelos *experts* e população residente do Polo Costa do Delta. Para além disto, apresenta-se alguns princípios que norteiam a visão estratégica, explicitada na simulação do P.E. e que auxiliam no processo de valorização do território, como o bem-estar subjetivo calcado na dimensão felicidade, a solidariedade entre os atores partícipes do turismo no território, e o reconhecimento de que todas as necessidades humanas são passíveis de serem classificadas e analisadas, diferenciando-as dos desejos, delineando, assim, a relação entre a população, o seu território e o turismo.

## 8.2. Base Conceitual da Proposta

### 8.2.1. O Desenvolvimento Turístico: Mudanças Estruturais Econômicas, Ambientais, Sociais, Políticas, Tecnológicas e Institucionais

Muitos autores<sup>80</sup> reconhecem no turismo possibilidades positivas e negativas de desenvolvimento, considerando as suas dimensões social, política, ambiental, cultural, tecnológica e econômica, as quais formam um complexo sistema.

A dinâmica de interação entre os diversos setores da sociedade varia a cada destino turístico, região turística ou país, tendo em vista a influência de diferentes modelos de desenvolvimento, políticas para o crescimento econômico, interesses de grupos externos, políticas sociais, entre outras. Uma eficiente e eficaz gestão pública do turismo tende a trazer às comunidades locais melhorias nas condições de vida, ao mesmo tempo favorecem uma melhor experiência pelo turista (Dias, 2005). Porém, nem sempre consegue-se maximizar a potencialidade do turismo em distribuir os benefícios gerados, assim como de minimizar os danos causados no ambiente social, econômico, natural e cultural.

Desta forma, alguns pesquisadores<sup>81</sup> vêm ressaltando a necessidade de se repensar os modelos de desenvolvimento, fundamentalmente ofertando novos paradigmas e indicadores que proporcionem uma maior capacidade de compreender a realidade a partir das pessoas e de suas necessidades. Sendo que, uma das mais enfatizadas é o direito à felicidade, podendo potencialmente sair do contexto mais abstrato para algo mais “concreto”, ou seja, passível de ser desenvolvido e mensurado através de políticas públicas efetivas.

Neste novo contexto, surgem indicadores econômicos e sociais decorrentes de pensamentos que delineiam novas formas de avaliar o ambiente, porém numa perspectiva mais holística, congregando as diversas variáveis que influenciam a vida em sociedade. Dessas linhas de pensamento<sup>82</sup>, quase a totalidade designa, direta ou indiretamente, como base para um desenvolvimento sustentável uma economia calcada na mensuração da felicidade.

A ideia-base é que medindo o bem-estar subjetivo e controlando o efeito das diversas variáveis que o influenciam, o impacto de alterações de algumas políticas públicas nos níveis

---

<sup>80</sup> Ver Oliveira (2010), Cunha e Cunha (2005) Fernandez (1974), Beni (2003), Ritchie e Crouch (2003) Tribe (2010) Swarbrooke (2000), Bramwell (2011), Mosedale (2011), Cravidão e Santos (2013), Carvalho, L.C.P. & Vasconcelos, M.A.S. (2005), entre outros.

<sup>81</sup> Utiliza-se como referência para esta tese os seguintes autores: Max-Neef (2012); Sen e Kilksberg (2010); Menezes-Filho (2012) e Angrist e Pischke (2008).

<sup>82</sup> Exemplo da proposta de desenvolvimento a escala humana de Max-Neef e do FIB – Felicidade Interna bruta desenvolvido pelo governo butanês e difundido por Ura e Galay (2004).

de satisfação com a vida poderia ser isolado e avaliado. Frey (2008) enfatiza que essa metodologia tende a superar os entraves com métodos tradicionais na avaliação de bens públicos, por exemplo, como os de valoração contingente e os de revelação de preferência, assim como poderia capturar os efeitos diretos e indiretos das externalidades envolvidas. Frey e Stutzer (2009, p.10) indicam que “com o bem-estar subjetivo reportado como uma medida *proxy* da utilidade, os bens públicos podem ser diretamente avaliados em termos de utilidade”.

Prearo (2013) destaca que há relação entre os serviços públicos e o bem-estar subjetivo individual, mas, no entanto, ressalta que essa relação é mais evidente quando analisa-se em estratos específicos, a partir das características socioeconômicas e demográficas da população.

O ex-presidente francês Nicholas Sarkozy, em 2008, estruturou uma comissão com o intuito de estudar e identificar as limitações do PIB como indicador e, também, quais outros indicadores poderiam ser desenvolvidos, mensurando mais eficazmente o progresso social. Participaram dessa comissão vários notáveis da economia e do direito, entre eles Amartya Sen, Joseph Stiglitz, Daniel Kahneman e Cass Sunstein. Tal comissão apresentou um relatório em 2009, no qual apresentava as contradições do PIB como indicador de progresso.

A tendência indicada no relatório da comissão Sarkozy – SCR (2011), de deslocar o foco da produção econômica para o bem-estar das pessoas, não encaminha a negação ou eliminação dos indicadores tradicionais, mas que haja uma complementaridade entre eles e os da economia da felicidade, objetivando o fornecimento de respostas para problemas relevantes no âmbito das condições de vida (renda, capacidade de consumo, riqueza, acesso a bens e serviços), da saúde, educação, do trabalho e outras atividades individuais e coletivas, envolvimento e participação política, governança, meio ambiente (sustentabilidade) e insegurança (seja na perspectiva econômica, social ou física).

No ensejo da possibilidade de novos indicadores, mais amplos na medição da vida humana, em 2011 a Assembleia Geral da ONU (Organização das Nações Unidas) aprovou a Resolução 65/309, na qual convidava os países membros a adotar políticas de mensuração da felicidade do seu povo, valendo-se, posteriormente, para orientar políticas públicas mais inclusivas. Neste documento, a ONU reconhece a importância da felicidade como direito humano, enquadrando-a nos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), definindo que é necessário outros indicadores face as limitações do PIB em refletir adequadamente a felicidade e o bem-estar. Desta forma, o objetivo de desenvolvimento para os países membros, através do ODM, passa a ser o de buscar um crescimento econômico mais

equilibrado que possa promover a erradicação da pobreza, introduzir o desenvolvimento sustentável, a felicidade e o bem-estar na vida dos cidadãos.

No Brasil, a PEC – Proposta de Emenda Constitucional – nº19/2010 propõe acrescentar-se ao art.6º da Constituição Brasileira a busca da felicidade como um direito social.

Porém, há uma divisão no entendimento do uso de um indicador baseado na felicidade. Enquanto autores como Frey (2008) evidenciam que a felicidade não se obtém quando se busca por ela, e sim como um produto consequente de outras atividades, outros compartilham das aspirações de Ura e Galay (2004), os quais defendem que o Estado deve maximizar o indicador de felicidade, buscando aumentar a FIB – Felicidade Interna Bruta do país. No entanto, Ura e Galay (2004) reconhecem que a dificuldade de universalizar o FIB é a ausência de consenso em relação à metodologia do índice.

É neste *gap* metodológico que surgem propostas similares de medição da felicidade, porém, diferentemente do FIB, apresentam menor amplitude na abordagem dos territórios analisados e mensurados, como o *Happy Planet Index* (HPI)<sup>83</sup>. Afirma-se que o HPI tem menor abrangência territorial, e portanto, precisão na medição da felicidade, do que o FIB pelos seguintes fatores metodológicos: a mensuração do bem-estar está focado no indivíduo, excluindo o contexto social como a vitalidade comunitária; a expectativa de vida, mesmo relevante, é de difícil compreensão da sua influência na percepção individual de felicidade, pois a expectativa de vida pode ser baixa mas com felicidade elevada, assim como do contrário; a desigualdade, inicialmente, era contabilizada na perspectiva econômica, porém, mais recentemente, ajustaram acrescentando as desigualdades na expectativa de vida e no bem-estar, excluindo, à primeira vista, as desigualdades sociais diretas e as relacionadas ao trabalho e gênero, por exemplo; já a inclusão da medida da “pegada ecológica” vê-se como fundamental, tendo em vista que elementos contidos no cálculo utilizado influenciam diretamente na qualidade de vida das pessoas, como o nível de emissão de CO<sup>2</sup>.

No entanto, Valente (2004, p.01) lembra que, em relação a qualidade de vida, a sua definição

“não é consensual, mas apresenta aspectos que são partilhados pela maioria dos investigadores, nomeadamente a sua característica multidimensional, integrando dimensões objectivas e subjectivas. Outro aspecto reconhecido é que a qualidade de vida pode ser descrita em termos de domínios ou dimensões, cada um dos quais associado a um diferente aspecto da vida. De um modo geral, a qualidade de vida relaciona-se com a satisfação das necessidades de uma população a nível

---

<sup>83</sup> Ver NEF (2016). *Happy Planet Index: Methods Paper*. Disponível em: [https://static1.squarespace.com/static/5735c421e321402778ee0ce9/t/578dec7837c58157b929b3d6/1468918904805/Methods+paper\\_2016.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5735c421e321402778ee0ce9/t/578dec7837c58157b929b3d6/1468918904805/Methods+paper_2016.pdf)

económico, social, psicológico, espiritual e ambiental, proporcionando tranquilidade, segurança e esperança de um futuro melhor”.

Portanto, percebe-se que o FIB apresenta mais adequada metodologia para definir o nível de felicidade disponível no ambiente interno de um determinado território, compreendendo as perspectivas individual e coletiva contidas nas dimensões consideradas no processo de mensuração.

Sendo assim, o FIB tende a proporcionar a capacidade de compreender a dinâmica de um território e, fundamentalmente, no que tange ao turismo, a possibilidade de inferir, com dados complementares, a influência que as atividades turísticas exercem no contexto social, pois a felicidade e o turismo entrelaçam-se no cotidiano da comunidade receptora e dos turistas, no entendimento de que um destino para ser bom para quem visita deve ser ótimo para quem nele reside e trabalha.

Partindo dessa premissa, reconhece-se a capacidade que as atividades inerentes ao turismo têm de gerar emprego e renda, mas somente potencializa-se a distribuição dos benefícios gerados através de políticas públicas inclusivas que objetivem o bem-estar do cidadão pelo desenvolvimento dos setores que compõem as dimensões da felicidade no contexto do destino turístico, como: saúde, educação, segurança, saneamento básico, mobilidade, entre outros. Ao contrário, as atividades turísticas podem elevar o custo de vida local, no que tange a formação de preços dos produtos e serviços, assim como das condições de viver no destino turístico.

Nesta perspectiva, o planejamento e o investimento público no turismo são vitais na garantia do crescimento econômico desejado e fundamentais para indicar ao setor privado as áreas prioritárias. Doswell (1997) relata, ao tratar do papel do Estado enquanto dinamizador do território através do investimento público, que muitos governos financiam, por esforço próprio, as infraestruturas essenciais ao desenvolvimento do turismo, vislumbrando o retorno com o crescimento econômico e o bem-estar social, atrelados ao interesse e financiamento pelo setor privado de estruturas específicas de turismo, gerando impostos, empregos, novos negócios, e promovendo as atividades dinamizadoras. Só os governos têm a capacidade articular esforços conjuntos envolvendo dois ou mais setores da sociedade em benefício da população e do seu território.

Para tanto e objetivando a conquista de um ambiente feliz para o cidadão e quem visita o destino turístico, os governos valem-se de indicadores que evidenciam as lacunas na vida social a serem preenchidas pelas políticas públicas, orientando os investimentos. É nesta área das políticas públicas que verifica-se uma mudança de paradigma mais latente, pois os

governos percebem a insuficiência dos indicadores econômicos como descritores da complexidade da vida social. Neste sentido, buscam, como já mencionado, construir indicadores que permitam a constatação dos fatores que influenciam o modelo e o processo de desenvolvimento adotado e, também, que gerem e possibilitem a execução de políticas públicas e iniciativas do setor privado que solidifiquem a justiça social no âmago da sociedade, saindo de um caráter meramente racional-economicista para um estágio de um bem-estar social que detenha uma qualidade de vida com maior plenitude.

Sendo assim, como indica Adivar et.al. (2000), no desenvolvimento do turismo a geração de bem-estar social atenta-se para três pontos principais e fundamentais: (a) satisfação das necessidades coletivas; (b) gestão de problemas sociais; e (c) reforço de oportunidades (Figura 79).

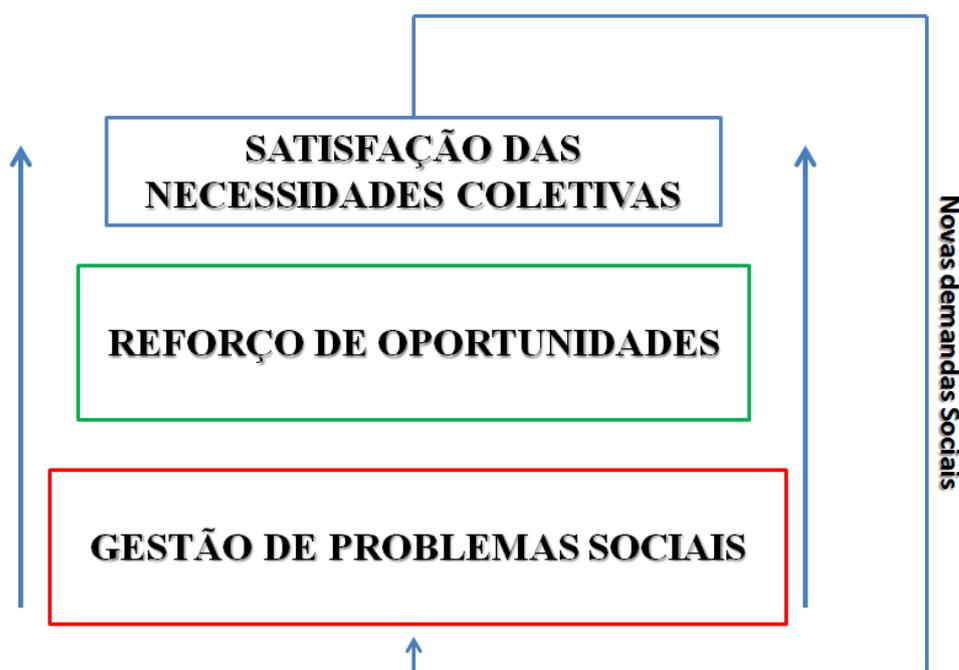


Figura 79 – Geração de bem-estar social – indicativo para políticas públicas  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016 a partir de Adivar et.at., 2000.

Prevalecerá a concepção de felicidade, difundida por Galinha e Ribeiro (2005), quando o Estado conjugar a noção de bem-estar com os conceitos de satisfação e felicidade, ampliando a participação popular numa espiral *bottom/up*, onde a satisfação imediata de necessidades tenderá a produzir felicidade – percebendo que a permanente necessidade por satisfação causará infelicidade – e na verticalidade das decisões *Top/Down*, na qual se exigirá um grau de felicidade maior a ser produzido ou induzido pelo Estado, gerando dependência à adaptação da satisfação ou nível de desejo, que é influenciada pelas experiências do passado, pelas comparações, valores pessoais, entre outros fatores.

Bailly (1981, p.11-12) ajuda a compreender este processo à felicidade, pois define bem-estar “como qualquer valor que é o resultado de uma relação entre uma pessoa e / ou um grupo e um estado ou propriedade; é uma interpretação, é claro subjetiva, de mundo, ou seja, uma qualidade que atribuímos a um tipo de relacionamento. De preferência, para uma forma inconsciente ou consciente de bem-estar há noções derivadas de valores de pessoal e coletiva” (tradução livre).

Já Stiglitz et.al. (2009) evidencia três abordagens que exprimem a qualidade de vida com base no bem-estar: (a) o Bem-estar subjetivo, definido como uma característica psicológica; (b) capacidade, como liberdade de escolha entre diversos funcionamentos; (c) alocações justas, sendo a justa ponderação das diversas dimensões não-monetárias da qualidade de vida.

Diante dos pressupostos apresentados, o modelo de planejamento estratégico e desenvolvimento do território turístico Polo Costa do Delta é composto por processos que se apresentam num contexto de integração e interdependência.

O modelo proposto, de carácter geral, baseia-se na compreensão de que o meio produz e proporciona as condições para a criação de mecanismos à satisfação das necessidades e desejos da população autóctone/ residente (saúde, educação, segurança, emprego, renda, moradia, etc.), que constituem a base de um contexto de felicidade, mesmo influenciado por variáveis internas e externas ao território turístico, desde que estimulado (Figura 80).

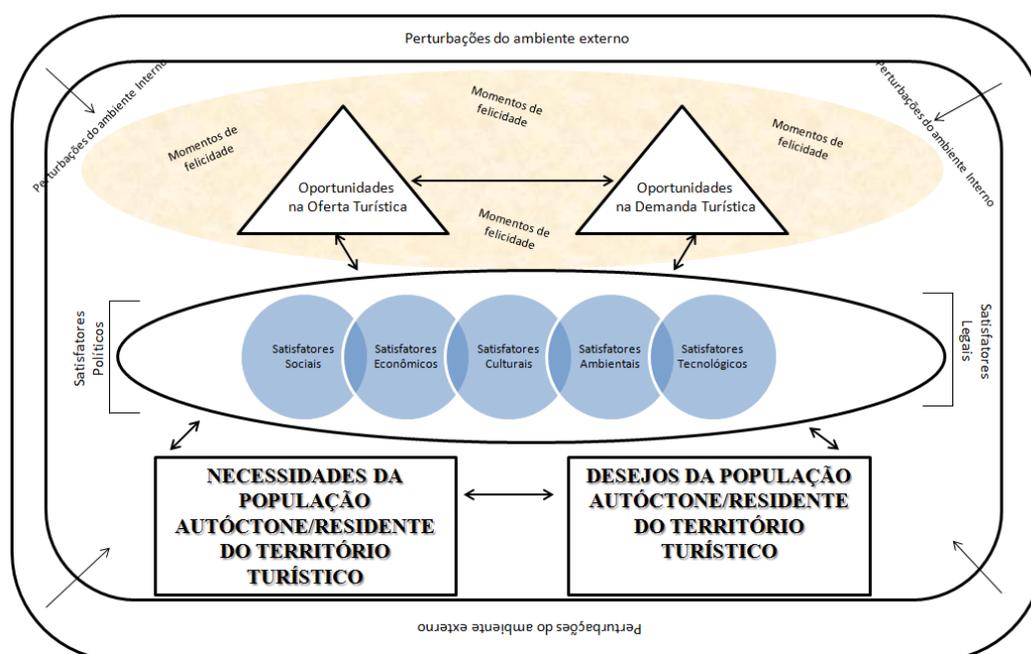


Figura 80 – Dinâmica do ambiente na geração de bem-estar/ felicidade  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Para constituir um desenvolvimento mais humano, voltado ao desenvolvimento do turismo num contexto de felicidade, exige-se compreender a dialética entre as variáveis dinamizadoras do sistema, ou seja, é preciso identificar as necessidades e desejos da população autóctone/ residente para desenvolver mecanismos de satisfação que gerem oportunidades na oferta turística, assim como na demanda. Max-Neef (1993) infere que esta dinâmica proporciona formas de organização em que os bens e serviços potenciam os satisfatores para viver as necessidades de maneira coerente, sã e plena.

Desta forma, as variáveis pertencentes a dinâmica do desenvolvimento turístico a escala humana apresentam-se em: 1º) necessidades da população autóctone/ residente no território turístico, 2º) desejo da população autóctone/ residente no território turístico, satisfatores, 3º) oportunidades na oferta turística, 4º) oportunidades na demanda turística, 5º) perturbadores do ambiente interno e perturbadores do ambiente externo, os quais definem as relações entre os grupos de interesse, poder público e iniciativa privada. Assim, um contexto de felicidade exprime o somatório das necessidades e desejos equacionados pelos satisfatores criados e/ou adotados como políticas públicas para permitir a geração de oportunidades, dinamizando-se, assim, numa espiral virtuosa (momentos de felicidade – em destaque na figura 86).

Sendo assim, explicitam-se as intenções de cada variável no processo de desenvolvimento:

a) **Necessidades da população autóctone/ residentes:** compreendem-se as necessidades como sendo os requisitos básicos à vida humana e podem ser classificados em de subsistência, de proteção, de afeto, de compreensão, de participação, de criação, de recreio, de identidade e de liberdade (Max-Neef, 1993). A característica fundamental é que as necessidades pré-existem, ou seja, vem à frente de qualquer desejo humano.

No contexto do modelo proposto de desenvolvimento, entende-se que as necessidades da população autóctone diversificam-se entre as básicas (fisiológicas) às de estima e realização pessoal, mas não hierarquicamente, ao contrário da teoria de Maslow que prega a hierarquização das necessidades. O residente quando confrontado com a realidade, por exemplo, imposta pela presença do turista, por vezes, tem suas necessidades básicas satisfeitas, assim como a de segurança, mas vê o turismo como uma atividade econômica que intima-o a exaltar sua necessidade de auto-estima, respeito dos outros e respeito aos outros, encaminhando-o ao exercício da tolerância e cordialidade, no intuito de não acirrar o confronto e poder valer-se das possíveis benesses econômicas (Figura 81).

Portanto, o valor que se pode oferecer aos turistas-consumidores fixa-se na satisfação das suas necessidades emocionais, porém, considerando o que forma a experiência turística envolve a relação e a satisfação dos visitados.

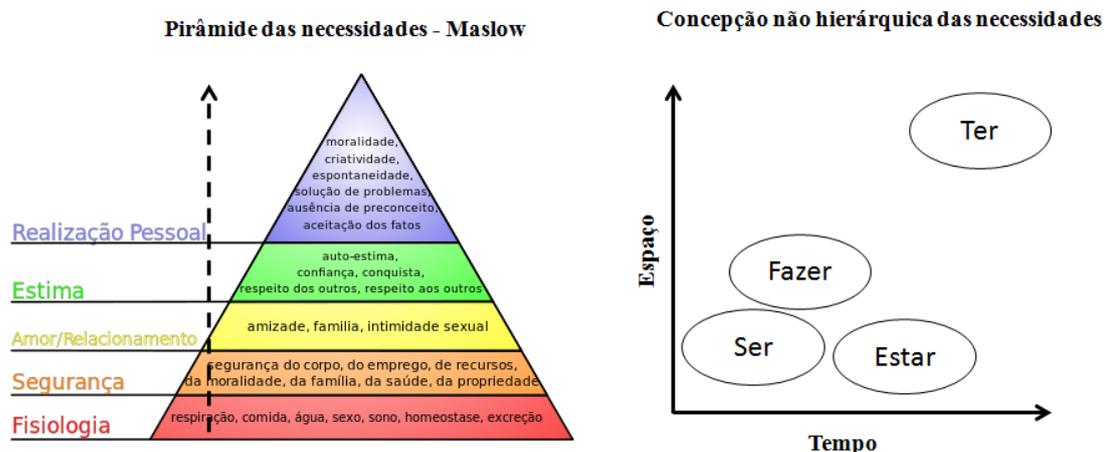


Figura 81 – Diferenças entre as concepções de necessidades entre Maslow e Max Neef  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2017.

Como ressaltado na figura 87, compreende-se as diferenças metodológicas quanto as dimensões das necessidades, porém identifica-se, também, algumas semelhanças, como: Em Max-Neef o ser vem em primeiro, pois demanda de uma condição do indivíduo, por vezes, independente da sua condição social ou econômica, exigindo menos recursos e tempo, e em Maslow o ser exigirá a todos que atendendam, inicialmente, as necessidades fisiológicas expressas pela individualidade. O caráter diferenciador entre ambos consiste na exigência de Maslow em relação a obediência à hierarquia, ou seja, antes de atender necessidades de maior complexidade o indivíduo deverá sanar as de sobrevivência. Nesta perspectiva, a concepção de Max-Neef das necessidades como não-hierarquizadas, são compreendidas pelo caráter ontológico universal e invariável, no que tange a sua natureza, pois é parte da condição humana. Neste sentido, a variação das prioridades, em relação às necessidades e desejos, se dá a cada indivíduo assim como a cada comunidade/ sociedade de um destino turístico. Ao exemplificar, o explicitado na figura 81, valeu-se do entendimento de que em um destino turístico, em que prevaleça a desigualdade econômica e social, a pobreza ou o não acesso às oportunidades é resultante de uma ou mais necessidades frustradas e/ ou negadas e, portanto, não atendidas, seja parcialmente ou plenamente, por um conjunto de satisfatores (políticas públicas).

Sendo assim, quando analisa-se o território em estudo (Polo Costa do Delta), percebem-se necessidades inerentes a vida social da comunidade e do indivíduo, plenamente classificáveis, porém diluídas entre as diferentes classificações, e que variam

hierarquicamente de acordo com a percepção do residente, do *expert* e do gestor público quando inserido no contexto do turismo.

Na percepção do residente (incluem-se nesta categoria os gestores, experts e a população residente no território) em determinadas épocas do ano (dezembro e janeiro, carnaval e páscoa e julho) o fluxo turístico aumenta substancialmente. Não há dados oficiais sobre essa demanda sazonal, mas, tendo como referência dois empreendimentos hoteleiros em zona urbana (Pousada dos Ventos e Hotel Cívico), percebe-se um aumento acima dos 90% no número de visitantes, ocasionando uma taxa de ocupação de aproximadamente 80%<sup>84</sup>. Desta forma, os serviços públicos, já precários, tendem a piorar na qualidade e oferta, devido o elevado número de usuários. Sendo assim, a relação entre a percepção dos serviços públicos – Gráfico 18 – (distribuição de água, energia elétrica, coleta de lixo e transporte) e a influência da presença do turista na alteração da rotina de trabalho do residente (Gráfico 12), evidencia novas necessidades, as quais impõem-se às básicas, nestas épocas do ano. Um dos indicativos, em relação ao transporte, é o aumento no número de emplacamentos de novas motocicletas pelo DETRAN<sup>85</sup> – Departamento de Trânsito - que indica um percentual de 60% a mais do que nos demais períodos do ano.

Definem-se, aqui, os transportes públicos como a amostra significativa da percepção do residente sobre a qualidade e oferta dos serviços públicos, tendo em vista a importância para a região (Gráfico 17), facilidade em relacionar com outras variáveis que expliquem o impacto do turismo no cotidiano da população local.

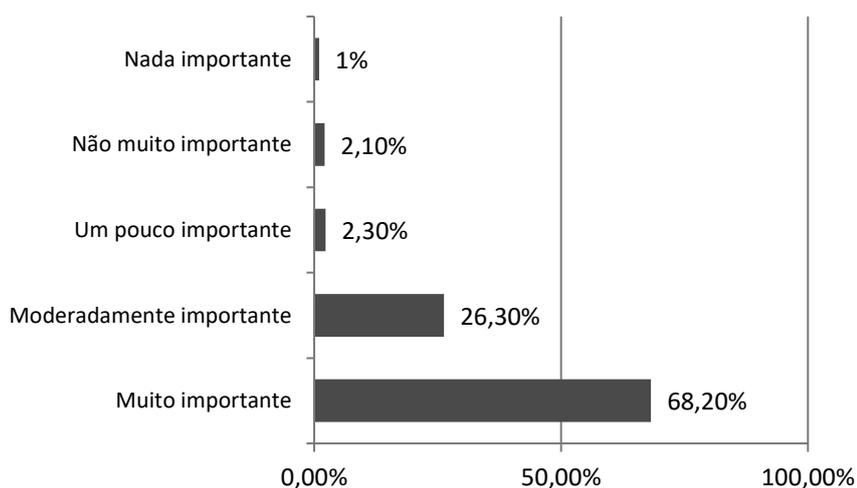


Gráfico 17 – Serviços essenciais: transporte público de qualidade

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

<sup>84</sup> Dados não oficiais disponibilizados pelos empreendimentos Pousada dos Ventos e Hotel Cívico, ambos localizados no município de Parnaíba.

<sup>85</sup> Dados disponibilizados pelo Sr. Wilson Gomes Vieira (Diretor de Registro e Licenciamento) do DETRAN-PI no ano de 2015.

A relevância do transporte público para a população local reside nas características socioeconômicas, as quais restringem as formas de deslocamento pelo território, além da dimensão territorial do Polo Costa do Delta, pois a baixa renda per capita (US\$ 87,46) não propicia à população independência na escolha e aquisição do meio de transporte. Assim, 68,2% (n=262) declaram ser o transporte público muito importante, 26,3% (n=101) reforçam com a percepção de que a importância é moderada e apenas 5,4% (n=21) acham-no pouco, nada ou não muito importante.

Quando insere-se a variável turismo (Gráfico 18) como condicionante da qualidade e oferta do transporte público a percepção do residente altera-se, tendo em vista a mudança no cotidiano do território.

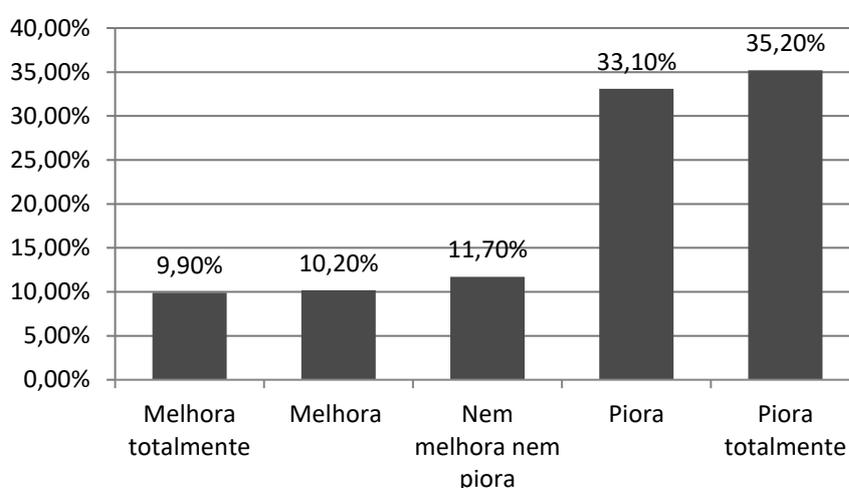


Gráfico 18 – Em relação aos serviços públicos, o turismo

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

O impacto que o turismo traz aos munícipes do território do Polo Costa do Delta é perceptível, por parte dos residentes, tendo em vista o aumento do fluxo de visitantes. Portanto, para 35,2% (n=127) o turismo piora muito os serviços públicos, outros 33,1% (n=127) acham que piora, portanto mais de 68% afirma a influência negativa do turismo no seu cotidiano. Ainda assim, 11,7% (n=45) acreditam que o elevado número de turistas não interfere na qualidade e oferta dos serviços públicos. Há, ainda, os que veem no turismo a influência positiva, 10,2% (n=39) – acham que melhora – pois, por exemplo, em relação aos transportes ocorre um aumento no número de veículos para o período de maior fluxo de turistas, e para 9,9% (n=38) o turismo melhora totalmente os serviços públicos.

Para compreender melhor a percepção dos residentes e o impacto no cotidiano, questionaram-se os residentes se o contato com o turista alteraria a sua rotina de trabalho (Gráfico 19). Dos respondentes 33,1% (n=127) concordam totalmente que alteram a rotina de

trabalho, 30,5% (n=117) concordam que o contato influencia no cotidiano em relação ao trabalho, mas 15,1% (n=58) indicam indecisão quanto a percepção. No entanto, 12% (n=46) explicitam que discordam e 9,4% (n=36) discordam totalmente, evidenciando que não alteram a rotina de trabalho em virtude do contato com o turista. Mais uma vez a percepção sobre o contacto com o turista ou com as atividades turísticas apresenta uma conotação negativa.

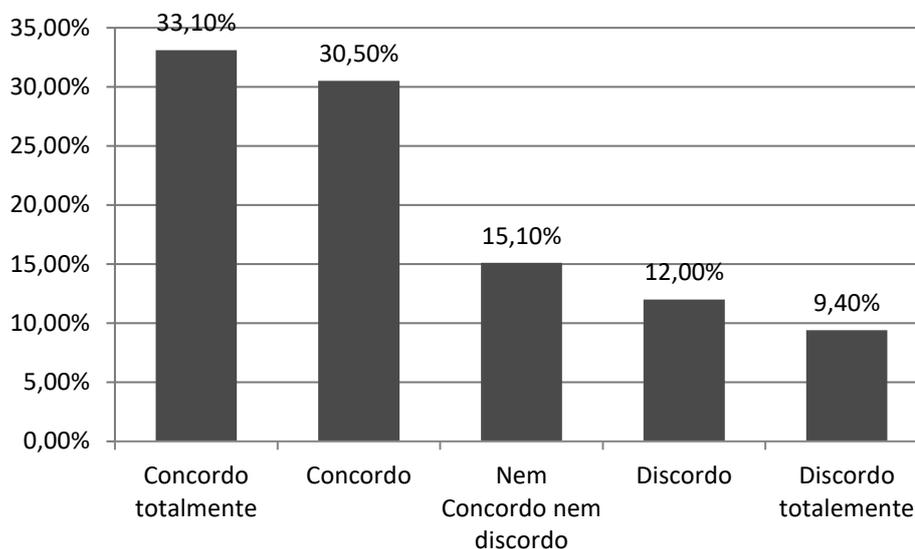


Gráfico 19 – O contato com o turista altera sua rotina de trabalho? Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Portanto, compreende-se que é significativa (Sig.< 0,05) a relação entre a percepção da qualidade e oferta dos serviços públicos e a alteração da rotina do residente pelo contato com o turista (Tabela 37), assim como o indicativo do aumento no número de registros de veículos mais acessíveis financeiramente, como a motocicleta, pois proporciona a fuga dos transtornos ocasionados pela desigual oferta dos serviços públicos perante a demanda. O aumento do fluxo de turistas, neste caso, apresenta a debilidade da liberdade individual e coletiva no ambiente social, considerando as condicionantes que o turismo impõe ao cotidiano do residente.

Teste do Qui-quadrado $\chi^2$			
	Serviços Essenciais: transporte público de qualidade	Em relação aos serviços públicos, o turismo:	O contato com o turista altera a sua rotina de trabalho
Qui-quadrado	644,724 <sup>a</sup>	128,292 <sup>a</sup>	92,484 <sup>a</sup>
Df	4	4	4
Significância Sig.	,000	,000	,000

e. 0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 37 – Teste do qui-quadrado às variáveis alteração da rotina x qualidade dos serviços públicos  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Para evidenciar que o elevado fluxo de turistas para um curto período do ano influencia na alteração da hierarquia das necessidades dos residentes, ou seja, contrapondo-se a compreensão de Maslow e alinhando-se ao entendimento de Max-Neef (Figura 81, p.315), insere-se a variável residência, pois a comparação entre a necessidade de serviços públicos, adequados na oferta e qualidade, e a condição de residência (Gráfico 20) justifica a necessidade momentânea de aquisição de um veículo motorizado, no caso a motocicleta.

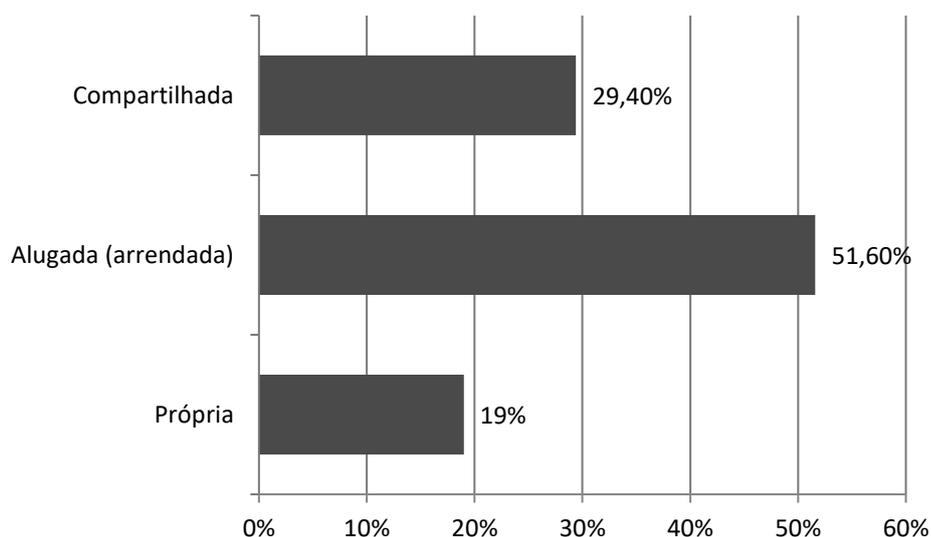


Gráfico 20 – A sua residência é

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Desta forma, percebe-se que a condição de moradia própria ser indicada apenas por 19% (n=73) apresenta uma condição de residência sustentada na dependência, tendo em vista que 29,4% (n=113) declaram que compartilham com outras pessoas e 51,6% (n=198) residem em imóveis alugados. Sendo assim, compreende-se que, em parte, o aumento do número de pessoas no território devido aos períodos do ano com maior fluxo de visitantes traz ao residente o entendimento da necessidade de alteração das suas prioridades, ou seja, antes de garantir sua independência residencial prefere investir na segurança, rapidez e conforto no deslocamento, principalmente ao trabalho.

Para ampliar a reflexão sobre como se dá o processo de definição entre necessidades e desejos, imprescindíveis no modelo proposto para a delimitação dos satisfatores, captaram-se informações de caráter qualitativo<sup>86</sup>, as quais obteveram-se, concomitantemente, ao longo da aplicação dos inquéritos por questionário para residentes, gestores públicos e *experts*.

---

<sup>86</sup> De acordo com os métodos e ferramentas de pesquisa descritos no capítulo da metodologia da pesquisa.

Sendo assim, utilizaram-se como categorias de análise as dimensões do FIB, relacionando-as com as categorias de necessidades de Max-Neef (2012), descritas no quadro 45.

<b>Dimensões FIB</b>	<b>Ser</b>	<b>Ter</b>	<b>Estar</b>	<b>Fazer</b>
<b>Bem-estar psicológico</b>	Equilíbrio/ solidariedade	Baixo nível de dívida/	Família/ comunidade	Socialização/ participação
<b>Saúde</b>	Saúde física/ mental	Alimento/ serviços médicos e hospitalares/ saneamento	Natureza/ lar	Alimentar/ descansar
<b>Uso do tempo</b>	Livre	Lazer	Convivência	Amigos
<b>Educação</b>	Sábio/ leitor	Políticas Públicas/ professores	Escolas/ universidades	Estudar/ analisar
<b>Diversidade cultural e resiliência</b>	Bilíngue	Habilidades artísticas	Praça	Artes manuais/ música
<b>Governança</b>	Crítico	Voz/ participação/ direitos	Associação de moradores/ prefeitura	Política/ cooperar/ compartilhar
<b>Vitalidade comunitária</b>	Solidário	Habitação/ Segurança/ identidade	Comunidade/ família	Contribuir/ ações coletivas
<b>Diversidade ecológica</b>	Consciente	Saneamento básico	Cidade limpa	Educação ambiental
<b>Padrão de vida</b>	Honesto	Habitação/ renda/ trabalho/ lazer	Transporte	Exercícios físicos

Quadro 45 – Matriz das necessidades humanas (residentes<sup>87</sup>)

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015 com base em Ura (2009) e Max-Neef (2012)

Observando o quadro 45 das necessidades acima, relacionando-o com os dados quantitativos, percebe-se que o turismo, mesmo na ambiguidade em relação aos impactos provocados, tem a provável capacidade de alinhar as necessidades para um ambiente coletivo urbano equilibrado, pois no que tange ao bem-estar psicológico o turismo pode potencializar as necessidades do ser (equilíbrio/solidariedade) com o do fazer (socialização/participação), assim como no uso do tempo.

Na perspectiva da diversidade cultural, o residente evidencia, como necessidade, o uso do espaço público para o desenvolvimento e exposição das suas habilidades artísticas.

Porém, mais especificamente em relação aos serviços públicos (transporte) e condição de vida, as necessidades são diretas e conectadas com mais de uma dimensão do FIB, tendo em vista que para um conjunto de serviços públicos de melhor qualidade é fundamental vitalidade comunitária, governança, bem-estar psicológico, diversidade ecológica, educação e saúde, objetivando um padrão de vida melhor.

<sup>87</sup> Reafirmo que para o público definido como residentes enquadram-se a população, nas características definidas na metodologia da pesquisa, os gestores públicos e os *experts*.

b) **Desejos da população autóctone/ residentes:** os desejos ultrapassam o limite da necessidade, pois anexados a eles estão as influências do ambiente social e outras variáveis que determinam comportamentos. Kotler e Keller (2006) define que os desejos surgem quando as necessidades são dirigidas a objetos específicos capazes de satisfazê-las.

A interação entre população residente e turistas traz à tona as influências dos visitantes no modo de vida, apresentando novas formas de socialização, além de novidades tecnológicas. King, Pizam e Milmanl (1993), Johnson, Snepenger e Akis (1993), Archer e Cooper (2002) e Cooper et.al. (2007) são alguns dos pesquisadores que se debruçaram sobre a temática dos impactos que o turismo causa nas populações residentes nos destinos turísticos. Em comum nestes autores encontra-se a preocupação em evidenciar dois polos distintos de compreensão, um pelas influências positivas e outro pelas negativas.

No Polo Costa do Delta os desejos são múltiplos e diversos, abrangendo desde as diferentes formas de lazer até vontades essenciais, como a democratização de acesso aos bens e serviços públicos e do turismo e benefícios dele gerados. Neste sentido, analisa-se a perspectiva da formulação dos desejos da população residente perante o turismo desenvolvido no Polo Costa do Delta, considerando as dimensões econômica e social.

Em relação aos impactos econômicos, o turismo aumenta as oportunidades (Gráfico 21), mas em contrapartida beneficia um pequeno número de pessoas (Gráfico 22).

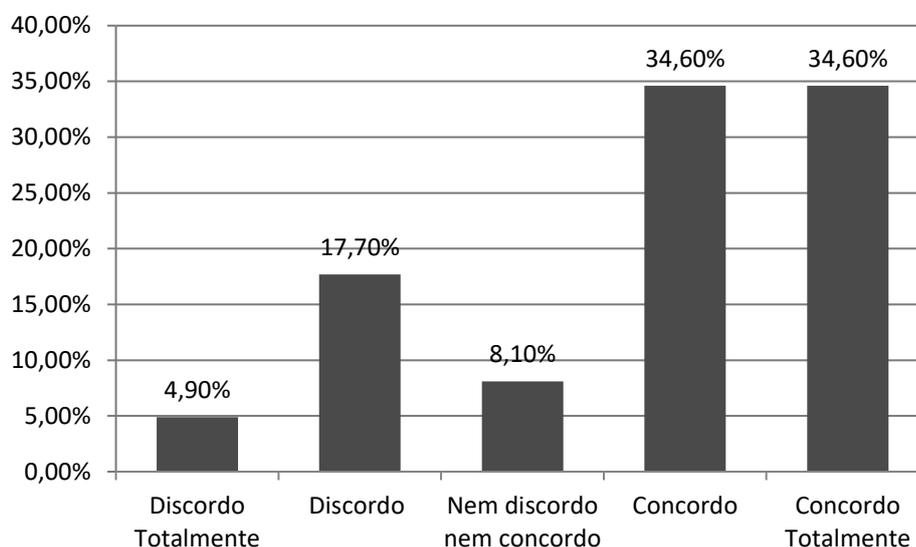


Gráfico 21 – O turismo aumenta as oportunidades de trabalho

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Em virtude da sazonalidade, o número de postos de trabalho nas atividades concernentes ao turismo aumenta, na percepção da população residente, nos períodos de alta temporada, 69,2% (n=266) concordam ou concordam totalmente com esta afirmação, pois nos

períodos previstos de maior fluxo de turistas no território muitos empreendimentos, que se mantem fechados e inativos ao longo do ano, reabrem gerando um impacto significativo na economia local. Porém, para 17,7% (n=68) o turismo não causa impacto na geração de emprego na alta temporada. Acredita-se que este percentual de respondentes justifica-se, tendo em vista que coincide, em caráter aproximado, diretamente com o percentual dos entrevistados que declararam não trabalhar com o turismo, ou seja, 16,4% (n=63).

Contraopondo-se a perspectiva positiva do turismo na geração de empregos surge a compreensão dos residentes que o setor ainda é desigual economicamente, pois os benefícios econômicos centram-se num número restrito de pessoas perante a população (Gráfico 22).

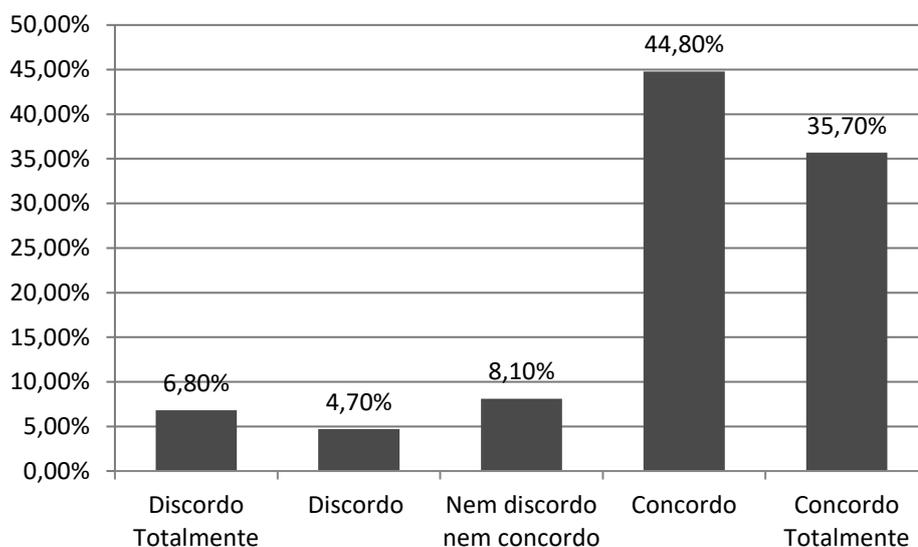


Gráfico 22 – O turismo beneficia um número pequeno de pessoas

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Acredita-se que o entendimento dos residentes quanto aos benefícios do turismo serem restritos a um número pequeno de pessoas, se deve ao fato de que as empresas do turismo receptivo comercializam roteiros que delimitam a circulação dos turistas pelo território<sup>88</sup>, deixando pequenos comerciantes sem o contato mais intenso com os visitantes. Cabe ressaltar, portanto, que 80,5% (n=309)<sup>89</sup> concordam ou concordam totalmente com a afirmação, sendo apenas 11,5% (n=44) os que discordam ou discordam totalmente. A discordância em relação a afirmação se dá devido ao pequeno número de empreendimentos

<sup>88</sup> A maior parte das empresas de turismo receptivo do Polo Costa do Delta fixa-se nos passeios no Delta do Rio Parnaíba. Apenas os guias de turismo de Cajueiro da Praia trabalham exclusivamente com os atrativos naturais do litoral nordeste do Piauí, mais especificamente a praia de Barra Grande, Barrinha e mangues.

<sup>89</sup> Referente a soma dos que concordam (44,8%) com os que concordam totalmente (35,7%).

turísticos na região, na maior parte empresas classificadas<sup>90</sup> como pequena ou microempresa. Denota também que uma parte significativa dos empregos no turismo são claramente muito mal remunerados.

Para averiguar a relação entre as variáveis e confirmar a hipótese de que é desejo da população residente uma melhor distribuição da renda proveniente do turismo que valeu-se do teste do qui-quadrado  $X^2$  (tabela 38).

Teste do Qui-quadrado $X^2$		
	O turismo aumenta as oportunidades de trabalho	O turismo beneficia um pequeno número de pessoas
Qui-quadrado	375,479 <sup>a</sup>	271,130 <sup>a</sup>
Df	4	4
Significância Sig.	,000	,000

a.0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 38 – Teste do Qui-quadrado às variáveis aumento das oportunidades de trabalho x distribuição da renda turística (benefício).

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Constata-se forte relação entre as variáveis, tendo em vista o Sig.< 0,05. Infere-se, portanto, que apesar do aumento do número de postos de trabalho a distribuição da renda turística é desigual, causando a percepção no residente de que os benefícios econômicos do turismo restringem-se a uma pequena parcela da população.

Em relação aos impactos no meio social, parte-se do pressuposto de que a ampliação do convívio do residente com o turista reflete na mudança de comportamento (Gráfico 23) e, consequentemente, no estilo de vida (Gráfico 24).

Dos inquiridos sobre se o turismo modifica o dia a dia, 37,9% concordam ou concordam totalmente com a interferência que o contato com o visitante causa, tendo a capacidade de gerar novas demandas aos residentes. Porém, 21,6% (n=83) não conseguem definir se há ou não alguma necessidade nova que gere mudanças no comportamento, e 18,5% (n=71) discordam totalmente, pois acredita-se que a cidade já é percebida como turística e assim têm maior dificuldade de perceber as transformações pela interação social entre visitante e visitado.

<sup>90</sup> Classificação com base no Decreto-Lei n.º 372/2007, de 6 de novembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 143/2009.

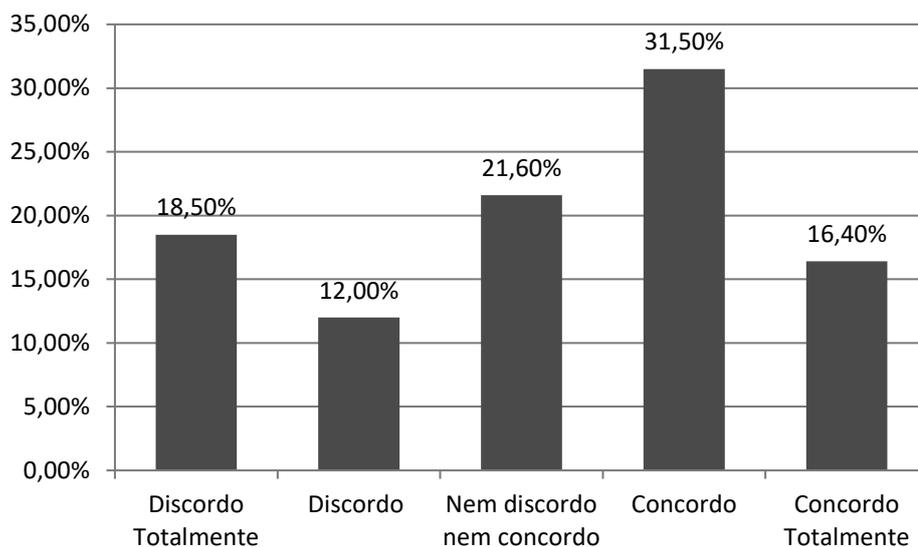


Gráfico 23 – O turismo modifica o dia a dia?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Corroborando esta percepção, os residentes compreendem que a influência dos turistas pressionam o contexto social local, pois, considerando as diferenças socioeconômicas, veem no visitante quem proclama as novas necessidades. Desta forma, 43,8% (n=168)<sup>91</sup> percebem as mudanças no estilo de vida da população local, sendo que 39,8% discordam ou discordam totalmente sobre a influência dos visitantes.

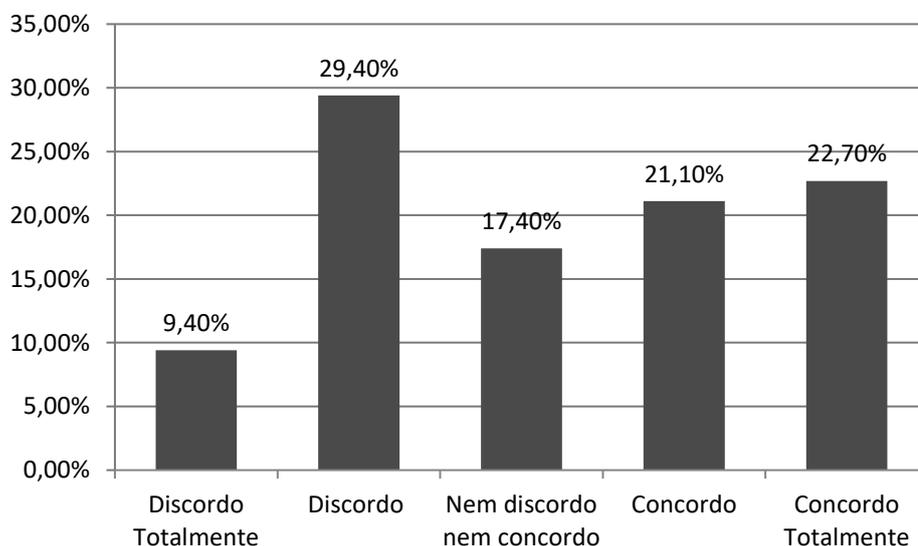


Gráfico 24 – O turismo muda o estilo de vida?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

<sup>91</sup> Somatório dos inquiridos que concordam com os que concordam totalmente.

Inferese que a presença do turista no território com seus costumes e poder econômico, influenciam no comportamento, assim como no estilo de vida do residente (Tabela 39), pois a associação entre as variáveis analisadas é significativo, Sig < 0,05).

Teste do Qui-quadrado $X^2$		
	Impactos Sociais - modifica o dia a dia	O turismo muda o estilo de vida
Qui-quadrado	41,208 <sup>a</sup>	41,573 <sup>a</sup>
Df	4	4
Significância Sig.	,000	,000

a.0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 39 – Teste do Qui-quadrado às variáveis comportamento do residente (modifica o dia a dia) x mudança no estilo de vida.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

A observação do contexto social dos bairros que mais mantém contato com os turistas, conjugado com os dados já referenciados, permite constatar que dentre as novas necessidades, os visitantes conseguem, indiretamente, despertar a percepção do residente para os seus objetos e características, com destaque para veículos automotores, tecnologias (celular), música, alimentação e bebidas.

Ao considerar que o turismo afeta o comportamento e o estilo de vida, inevitavelmente os valores culturais sofrem influência pelas ambições e interesses dos residentes, dentre eles as crenças, as motivações sociais e as atitudes perante o ambiente coletivo (Lage e Milone, 1995).

Portanto, designa-se como conjunto de desejos, as necessidades provenientes da interação turista-residente e que despertem a vontade e motivação dirigidas para a aquisição dos benefícios percebidos e gerados pela presença dos visitantes, seja na compreensão da tendência da ampliação das oportunidades de trabalho ou da capacidade de distribuir melhor os benefícios, atingindo um número mais significativo de pessoas e, fundamentalmente, que permita a aquisição de elementos característicos do estilo de vida do turista.

c) **Satisfatores Sociais:** Os satisfatores sociais constituem-se na interface entre os bens e serviços e as necessidades humanas, sendo, de acordo com Pereira (2011), tudo aquilo que pode representar modos de ser, ter, fazer e estar, que contribua à realização das necessidades.

Quando abarcam-se as necessidades na perspectiva do turismo, requer-se a reflexão sobre as interferências no contexto social provocadas pela interação entre residentes e turistas, as quais tendem a gerar novos modos de vida, fazendo a população residente incorporar hábitos e estilos de vida externos ao seu ambiente. Este processo dinamiza-se em fluxos de

dois sentidos, primeiro caracteriza-se na busca da população local em adaptar-se as características de consumo dos visitantes e em segundo no intuito de defender-se das influências externas para manter-se autêntico na sua expressão sociaocultural e, assim, o carácter da singularidade como atração. Débord (2003) explica que o espetáculo, no caso o ambiente e seus elementos visitado e consumido pelo turista, tem a sua estrutura baseada na aparência, evidenciando os aspectos positivos do território turístico, o qual desperta os desejos de consumo. Segundo Débord (2003, p.17), “o espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’”.

Débord (2003, pp.18-19) afirma que o momento em que o ambiente social deixa de ser autêntico e adapta-se para o “espetáculo”, este expressa-se através da dominação econômica sobre a vida social e numa “evidente degradação do ser para o ter”.

Assim, Cruz (2014, p.185), lembrando a percepção de Thorstein Veblen, afirma que em sociedades competitivas, o consumo não se relaciona diretamente ao fim ostentatório das satisfações reais das necessidades individuais, mas é orientado pela motivação “latente, derivada, desviada, aproximada, de emulação predatória ou pecuniária intersubjetiva”, ou seja, orientados por uma competição hostil através “da demonstração da capacidade de dispêndio e de desperdício conspícuos para a obtenção ou elevação de status, aceitação social ou reconhecimento social”.

No contexto do turismo, no território em estudo, pertinente ao conflito existente entre visitantes e visitados, potencializado pela apropriação do território por parte dos empreendimentos turísticos, seja proveniente da comparação cultural ou da rejeição ao diferente, na perspectiva do ser, os satisfatores sociais atendem ao anseio do pertencimento ao lugar, porém, devido a inação do poder público, no que diz respeito a políticas públicas, essa sensação de realização da necessidade social origina-se espontaneamente na população autóctone/ residente, pois ao ver pessoas de outras culturas passa a aceitar melhor a sua, valorizando os símbolos, hábitos, linguagem e valores. Outra perspectiva é a de que passam a ter contacto outras culturas, sendo influenciados por elas, e adaptando-se a elas a cada novidade, num processo de aculturação. Essa constatação apresenta-se inserida na compreensão dos impactos sociais do turismo no Polo Costa do Delta, dentre os quais os respondentes compreendem que ocorre o aumento do sentimento de pertencimento à comunidade (Gráfico 25).

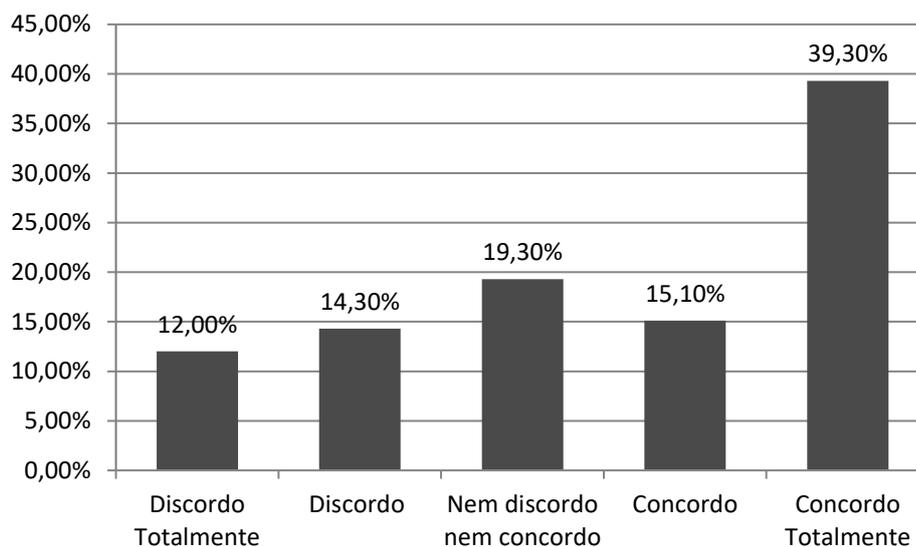


Gráfico 25 – O turismo aumenta o sentimento de pertencimento a comunidade  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Desta forma, 54,4% concordam totalmente ou concordam com a afirmação de que há o aumento do sentimento de pertencimento com a presença do turista e das atividades turísticas. Infere-se aqui que o sentimento de pertencimento confunde-se com valorização cultural, não gerando concordância total à afirmação – e, considerando o somatório dos que discordam e discordam totalmente, 26,3% (n=101) defendem que não ocorre o aumento do sentimento de pertencimento.

Um exemplo contundente do aumento do sentimento de pertencimento à comunidade se dá através da evidência dos impactos que os festejos de São João (festas juninas), no mês de junho, têm sobre a comunidade, pois, além de valorizar a cultura local, ainda espetacularizam-na, organizando-se grupos para dançar músicas típicas, valorizando a linguagem popular, as comidas típicas, entre outros aspectos formadores desse sentimento. Aqui o conflito dá espaço a tolerância, pois o turista é elemento fundamental na geração do sentimento de pertencimento, assim como na transformação da expressão cultural dos festejos juninos em produto turístico apto ao consumo.

Neste contexto, os satisfatores sociais extrapolam a satisfação das necessidades básicas abarcando outras necessidades ligadas a autorrealização, ou seja, dos modos de ser, ter, fazer e estar. Desta forma, as necessidades identificadas devem ser supridas por mecanismos, que legitimem a coesão social e promovam o desenvolvimento, os quais podem expressar-se na forma de políticas públicas que equilibrem a satisfação das necessidades e desejos.

d) **Satisfatores Econômicos:** Estão relacionados a mecanismos de satisfação espontâneos ou desenvolvidos pelo poder público (gestores municipais, estadual e nacional), sendo que, no que tange ao turismo, concentram-se, no caso brasileiro e do Polo Costa do Delta, no esforço de aumentar o rendimento *per capita* e diminuir o desemprego na população em idade ativa. Desta forma, destacam-se iniciativas nas esferas federal e estadual de ampliar o acesso as linhas de financiamento ao empreendedorismo no turismo e desburocratizar o processo de contratação de mão-de-obra.

Com base na percepção das iniciativas dos gestores públicos em dinamizar o setor do turismo, identifica-se na população autóctone/ residente uma certeza das ações do poder público, mas, ao mesmo tempo, apresentam a dúvida da eficácia dessas medidas. Assim, 34,90% (n=134) nem discordam e nem concordam, todavia, 49,2% concordam, pois para eles as ações do poder público associadas ao turismo promovem o surgimento de um número mais expressivo de iniciativas empreendedoras (Gráfico 26). Esta constatação, nas respostas dos entrevistados, confirma-se quando dos questionamentos se o turismo aumenta as oportunidades de trabalho (Gráfico 27) e se o turismo aumenta a renda (Gráfico 28). Em termos de empreendimento, o turismo assume-se, pois, como elemento perspectivado de forma positiva.

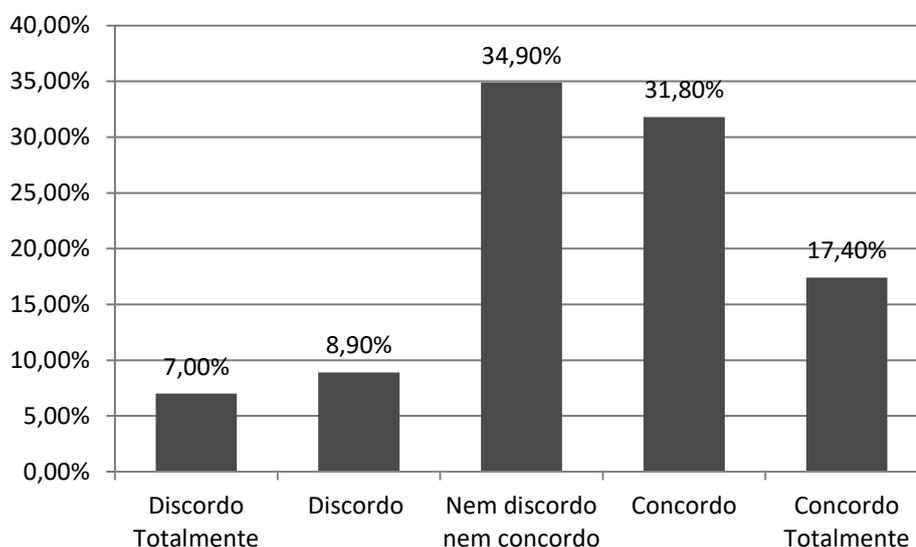


Gráfico 26 - Com o turismo multiplica-se o número de iniciativas empreendedoras  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Há uma parcela da população que percebe o turismo na sua capacidade de gerar novas iniciativas no setor privado, mas evidencia-se que esta não é a maioria, o que corrobora com

os dados seguintes sobre oportunidades de trabalho e aumento de renda, efetivamente 86,80% (n=333) dos respondentes.

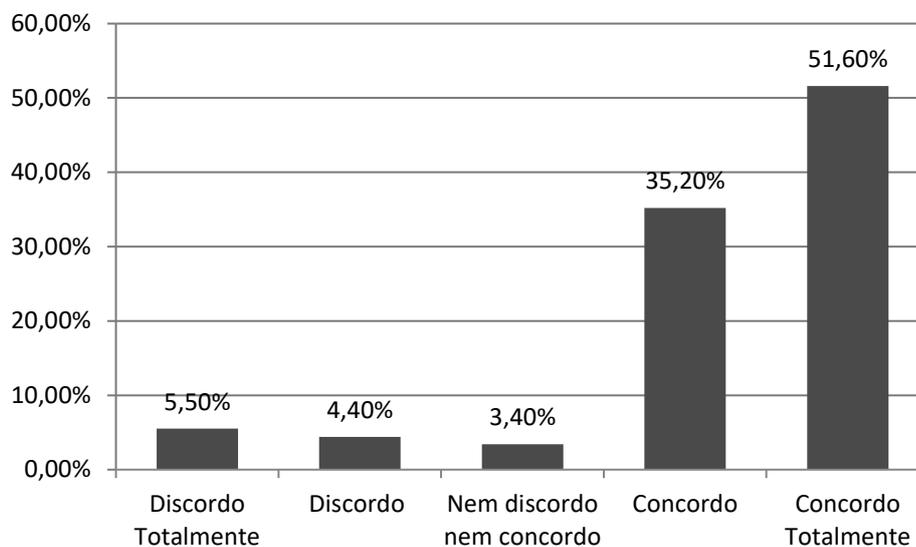


Gráfico 27 – Com o turismo aumentam as oportunidades de trabalho

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Neste caso, a estatística da percepção da população é precisa, pois explicita a coerência entre o aumento das iniciativas empreendedoras com as oportunidades de trabalho, demonstrando que há possibilidades de haver em certos períodos do ano, a alta temporada<sup>92</sup>, uma redução significativa do desemprego local<sup>93</sup>.

<sup>92</sup> A alta temporada do turismo no Polo Costa do Delta abrange os meses de dezembro, janeiro e a primeira quinzena de fevereiro, no que tange o turismo interno, e o mês de agosto em relação aos estrangeiros – fundamentalmente os europeus.

<sup>93</sup> Segundo o IBGE (2017), para o ano de referência de 2010, Parnaíba detinha uma taxa de desemprego de 9,71%. Deste percentual, decresce, em períodos de alta temporada, próximo a 30%, segundo declara o IPEA (2017), ampliando o número de ocupações de 50.612 para 65.800.

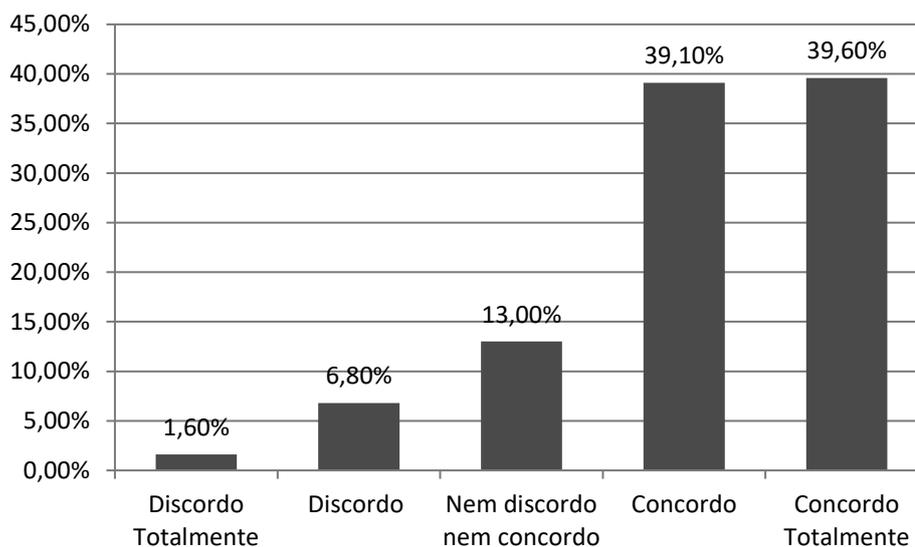


Gráfico 28 – Com o turismo aumenta a renda

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Com o impacto positivo no aumento das oportunidades de trabalho e dos postos de trabalho formal, como descrito no gráfico 27, compreende-se como natural a percepção de que o turismo impacta no aumento da renda. O turismo no Polo Costa do Delta influencia na motivação empreendedora, gera oportunidades e aumenta a renda do trabalhador, porém mais perceptivelmente no período de alta temporada. Assim, 79,3% concordam totalmente ou concordam com o impacto positivo do turismo na economia local.

A relação entre as variáveis número de iniciativas empreendedoras, oportunidades de trabalho e aumento de renda é significativo<sup>94</sup>, considerando-se que as variáveis estão relacionadas e são dependentes entre si.

Portanto, os satisfatores económicos, na forma de políticas públicas, devem atentar-se para o desejo da distribuição dos benefícios gerados pelo turismo de maneira mais equitativa em relação a população residente e, assim, ampliar o número de iniciativas empreendedoras, proporcionar um processo virtuoso de geração de oportunidades de trabalho e, conseqüentemente, de aumento da renda.

e) **Satisfatores culturais:** Max-Neef (1993) esclarece que os satisfatores não são os bens económicos e, tão pouco, serviços disponíveis que estão referidos a todos aqueles que contribuem para a realização de necessidades humanas. Os satisfatores podem incluir e adquirir, entre outras, formas de organização, estrutura política, práticas sociais, condições subjetivas, valores e normas, espaços, contextos, comportamentos e atitudes que repercutem

<sup>94</sup> P<0,001

sobre as formas em que se expressam as necessidades. Para o referido autor, as necessidades humanas são finitas, poucas e classificadas, sendo pouco diferentes em diversas culturas e épocas, e um dos aspectos que define uma cultura é a escolha dos satisfatores.

Nesta compreensão, os satisfatores culturais expressam-se na forma de políticas públicas, as quais, nos municípios do Polo, são insuficientes para garantir a satisfação das necessidades e desejos, assim como para proporcionar um ambiente de menor conflito entre turistas e residentes. O sentimento de perda, proveniente da interação, materializa-se na transformação da paisagem cultural, ou seja, no reordenamento do espaço urbano, de lazer e de trabalho (Gráfico 29), qualificando-se como impactos negativos e retratados pela interferência do turismo na cultura local (gráfico 30, p.331) e modificação de valores e princípios (gráfico 31, p.332).

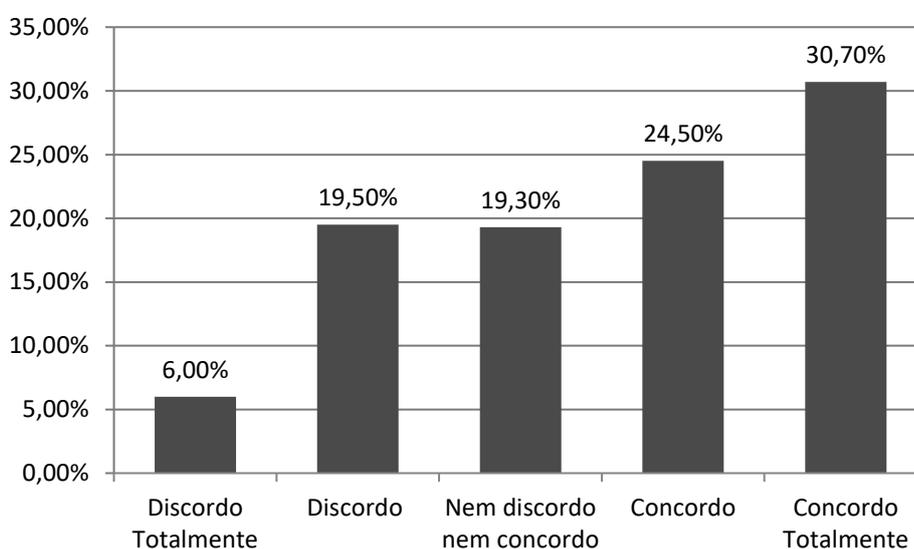


Gráfico 29 - O turismo diminui o acesso dos residentes em algumas áreas públicas.  
Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

Um dos elementos que contribuem para o sentimento de perda é a segregação e elitização do espaço público, no qual o residente vê-se excluído e/ou com dificuldade de acesso. Nesta perspectiva, 55,1% dos inquiridos (concordam totalmente ou concordam) afirmaram que a sua percepção é a de que o turismo cerceia, em parte, o direito ao espaço público. Somente 25,5% (n=98) desacreditam no turismo como o agente delimitador do deslocamento e acesso nos e aos espaços públicos, pois discordam ou discordam totalmente da afirmação inicial.

A percepção da perda de acesso ao espaço está intrinsecamente conjugada com a pressão externa ao território, mais precisamente do mercado imobiliário e hoteleiro, os quais

dinamizam o território na visão económico-racional, ignorando os valores e a cultura local (Gráfico 30 e 31).

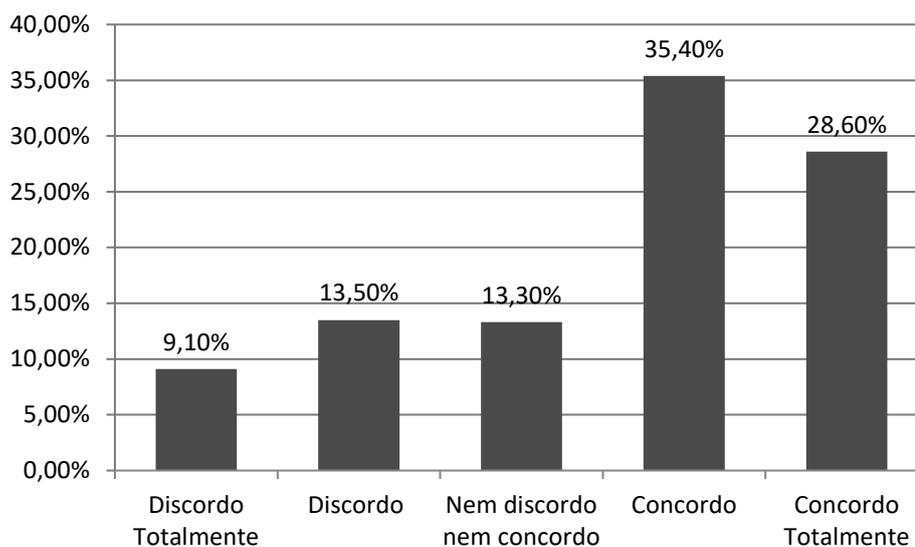


Gráfico 30 – O turismo influencia negativamente na cultura local?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

A perda de espaços públicos para o capital privado, na expressão do avanço do mercado imobiliário e hoteleiro, impacta nos espaços de convivência que, no caso das comunidades piscatórias e que vivem de atividades extractivistas, constituem-se nos ambientes praianos. Nesta caso, a percepção de 64% (n=246) – concordam e concordam totalmente com a afirmação inicial – vê o turismo como agente influenciador do processo de ocupação do espaço por atores extraterrítório, sendo que, somente 22,6% (n=879) discordam e discordam totalmente.

Proporcionando uma compreensão mais alargada do sentimento de perda, os inquiridos evidenciaram, gráfico 31, que concordam e concordam totalmente (63,6% - n=244) que o turismo modifica os valores e princípios característicos na sociedade local, porém 19,5% (n=75) discordam e discordam totalmente.

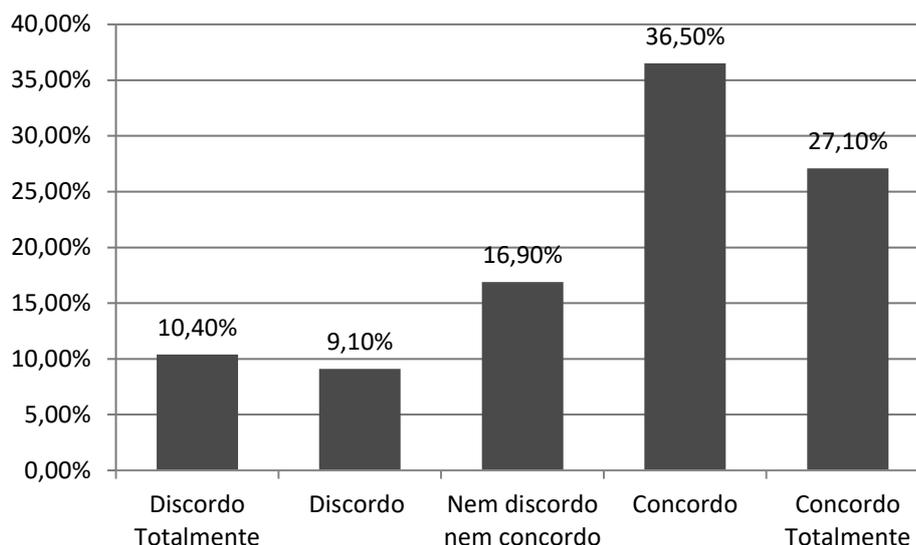


Gráfico 31 - O turismo modifica os valores e princípios?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

A relação entre as variáveis (tabelas 40 e 41) diminuição do acesso a áreas públicas, influência negativa na cultura local e modificação dos valores e princípios é significativa (Sig.< 0.05), evidenciando que o turismo no território do Polo Costa do Delta impacta a população residente negativamente, por transformação dos seus espaços, dos seus valores e princípios e, conseqüentemente, da cultura local.

Sendo assim, a relação *diminuição do acesso a áreas públicas versus influência negativa na cultura local* estabelece que a hipótese de impacto negativo prevalece, pois compreende-se que a percepção de que o turismo impacta negativamente na cultura local é significativamente influenciada pela diminuição do acesso do residente a áreas públicas (Tabela 40).

Teste do Qui-quadrado $X^2$		
	O turismo influencia negativamente a cultura local	O turismo diminui o acesso dos residentes em algumas áreas públicas
Qui-quadrado	99,411 <sup>a</sup>	63,786 <sup>a</sup>
Df	4	4
Significância Sig.	,000	,000

a.0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 40 - Teste do Qui-quadrado às variáveis diminuição do acesso a áreas públicas \* influência negativa do turismo na cultura local.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015

Da mesma forma, quando se analisa o grau de associação entre as variáveis *influência negativa do turismo na cultura local versus o turismo modifica os valores e princípios*, percebe-se que a relação é significativa (Sig.< 0.05). Portanto, infere-se que, na visão do

residente, o turismo interfere diretamente nas formas de relações sociais, alterando o conjunto de valores e princípios a partir do turista como referência.

Teste do Qui-quadrado $X^2$		
	O turismo influencia negativamente a cultura local	O turismo modifica valores e princípios
Qui-quadrado	99,411 <sup>a</sup>	103,839 <sup>a</sup>
Df	4	4
Significância Sig.	,000	,000

a.0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 41 - Teste do Qui-quadrado às variáveis influência negativa do turismo na cultura local \* o turismo modifica os valores e princípios.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015

Ao analisar as variáveis anteriormente descritas, constata-se, com base na ideia de Swarbrooke (2000), que a equidade asseguraria que todos os que investem no turismo do Polo Costa do Delta, sejam residentes ou empreendedores externos, pudessem ter benefícios sem que houvesse a dissipação de forças e recursos no território.

Porém, esta percepção apresenta-se com um caráter dual, pois, ao mesmo tempo, os residentes compreendem que as atividades turísticas e a interação com os visitantes promovem a reafirmação da identidade local (gráfico 32), assim como os benefícios são distribuídos desigualmente.

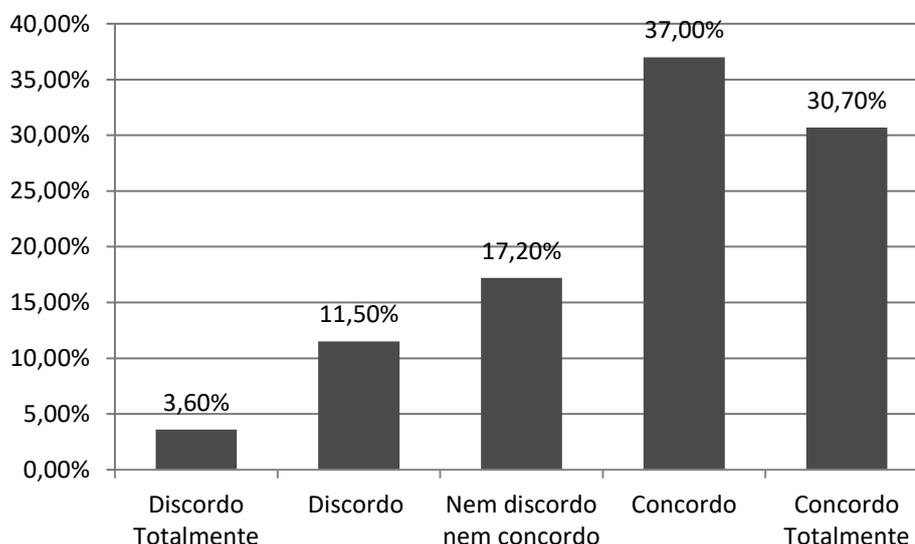


Gráfico 32 – O turismo reafirma a identidade local?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Compreende-se que é presente no território uma força de resistência que gera um grau relevante de coesão social no intuito de manter delimitada a identidade local perante a pressão cultural e social proveniente dos visitantes. São muitas as formas de manifestação dessa

resistência, seja por meio da expressão artística dos grupos folclóricos, artesanato, música, ou de formas de associativismo, como o das marisqueiras em Ilha Grande, que reafirmam a tradição da economia extrativista de caráter comunitário, colaborativo e solidário. Sendo assim, 67,7% (n=260) concordam e concordam totalmente que o turismo reafirma a identidade local, mas para 15,1% (n=58) a presença dos turistas influencia às mudanças nos modos de vida, lazer e trabalho e, portanto, discordam e discordam totalmente da afirmação.

Desta forma, verifica-se que em períodos de grande fluxo de visitantes, meses correspondentes a alta temporada, parte dos residentes modificam seu cotidiano para adaptar-se a nova e sazonal dinâmica social e econômica, seja por influência indireta ou por necessidade de adequação às necessidades de consumo turístico dos turistas. Assim, a artificialização do comportamento caracteriza-se, no Polo Costa do Delta, muito mais pela percepção de alguns residentes, das possibilidades de acessar os benefícios do turismo de alta temporada, trocando temporariamente de trabalho e abandonando as atividades econômicas tradicionais, como a pesca, a coleta de caranguejo e mariscos por atividades profissionais em setores como a restauração e hospedagem (Gráfico 33).

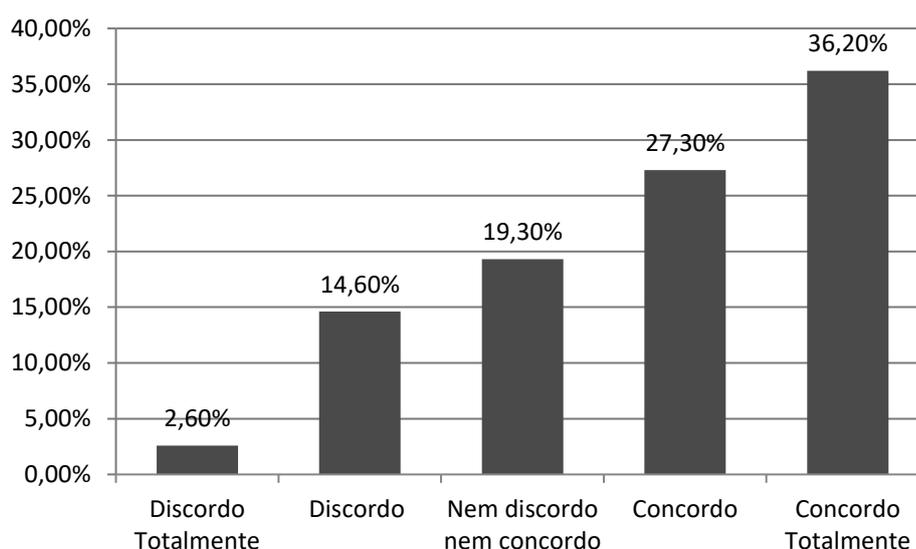


Gráfico 33 – Produz comportamentos artificiais para satisfazer o turista.

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes.

A artificialização do comportamento também apresenta-se diretamente no modo de agir do residente no contato com o turista, como a adoção de palavras estranhas ao vocabulário regional e adaptação da culinária local (ex.: gírias e adaptação do açaí com misturas de xarope de guaraná, cana de açúcar, amêndoas, entre outros ingredientes que se adequam ao paladar do visitante).

Corroborando com o observado e descrito acima, 63,5% (n=244) concordam ou concordam totalmente com a hipótese da produção de um comportamento artificial do residente para satisfazer o turista. E 17,2% (n=66) discordam ou discordam totalmente, pois infere-se, aqui, que o grupo de discordantes encontra-se entre a camada mais velha dos inquiridos<sup>95</sup>.

Infere-se que a produção de um comportamento artificializado está diretamente relacionado com a mudança que o turismo provoca no estilo de vida do residente (Gráfico 24, p.323), pois o grau de associação entre as variáveis é significativa (Sig.< 0.05) – Tabela 42.

Teste do Qui-quadrado $X^2$		
	Produz comportamentos artificiais para satisfazer o turista	Muda o estilo de vida
Qui-quadrado	124,568 <sup>a</sup>	41,573 <sup>a</sup>
Df	4	4
Significância Sig.	,000	,000

a.0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é de 76,8.

Tabela 42 - Teste do Qui-quadrado às variáveis o turismo muda o estilo de vida \* produz comportamento artificial para satisfazer o turista.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015

Os satisfatores culturais, na concepção do desenvolvimento à escala humana do turismo, tende a abranger as categorias de necessidades do Ser e Estar, pois o sentido de pertencimento ao território e a identidade local estabelecem-se a partir da interação com o turista, tendo em vista a dinâmica do conflito, confronto e revisão de valores e princípios, processos estes que, por vezes, fortalecem a coesão social na condição de resistência ao novo, ao diferente, ou, como no caso de destinos turísticos consolidados<sup>96</sup>, de rejeição às transformações territoriais, pois, como refere Lefebvre (2008, p.57) “as contradições do espaço (...) advêm do conteúdo prático e social” e, portanto, também pertinentes à dinâmica apresentada pelo turismo. Portanto, infere-se que os satisfatores culturais, na forma de políticas públicas para o território Polo Costa do Delta, carregarão em si características de distribuição e redistribuição de parte dos benefícios gerados pelo turismo (Borges, 2014), influenciando na dinâmica local e nas mudanças das necessidades e desejos dos residentes.

f) **Satisfatores Ambientais:** A gestão das necessidades e desejos de uma sociedade exprime o gerenciamento dos recursos intra e intergeracional, os quais, em conjunto com

<sup>95</sup> 28,9% (n=111) dos inquiridos informaram terem nascido entre 1955 e 1969. A camada mais jovem dos respondentes, 48,7% (n=187), explicita que declararam ter nascido entre 1985 e 1996.

<sup>96</sup> Ver Butler (2011).

políticas públicas específicas e orientadoras, são um imperativo de competitividade e preocupação mundial. Forman (1995) reafirma que, ao usar-se a expressão ambiente sustentável, a qual compreende-se também na expressão sustentabilidade territorial, concebe-se que a integridade ecológica e necessidades humanas, concomitantemente, devem ser mantidas através das gerações. Porém, percebe-se, no momento atual, uma contracorrente, calcada no sistema capitalista e no neoliberalismo, que insiste na tendência do uso de satisfatores cada vez mais intensivos em energia e materiais para satisfazer as necessidades predominantemente não materiais<sup>97</sup>, sendo os exemplos eminentes os Estados Unidos e a China.

Nos municípios do Polo Costa do Delta o modelo de desenvolvimento, adotado e admitido como o futuro do território, é o industrial, renegando as potencialidades turísticas e recursos naturais para um segundo plano ou mesmo um crescimento e desenvolvimento de ambos em caráter que, por vezes, poderá ser colaborativo.

Desta forma, a percepção da população autóctone/ residente sobre o turismo sofre interferência das políticas impostas pelos governos federal e estadual, que geram divisão de recursos e projetos desconectados entre si. Aqueles disponibilizam recursos financeiros para a concretização do projeto de desenvolvimento industrial, exemplificado na ZPE – Zona de Processamento de Exportação, que são distritos industriais incentivados, onde as empresas neles localizadas operam com suspensão de impostos, liberdade cambial (podem manter no exterior, permanentemente, as divisas obtidas nas exportações) e procedimentos administrativos simplificados - com a condição de destinarem pelo menos 80% de sua produção ao mercado externo.

Este contexto apresenta-se como um dos elementos perturbadores do ambiente interno<sup>98</sup> do sistema proposto, tendo em vista o caráter centralizador dos recursos financeiros e a tendência de ampliar as desigualdades sociais e econômicas no território, além de problemas de ordem ambiental.

Portanto, não é de surpreender que parte da população residente perceba os impactos negativos do aumento do fluxo de turistas, pois, para todo o período de época baixa os serviços públicos ofertados são de baixa qualidade, fundamentalmente, para este caso, o saneamento básico (água e esgoto) e a coleta e tratamento de lixo. Assim como compreender a lógica estatal de geração de políticas públicas restritivas, de caráter regulador e que, por vezes, direcionam as benesses para atividades mais poluentes e exercidas por grandes

---

<sup>97</sup> São não materiais pela característica da intangibilidade.

<sup>98</sup> Discutidos no tópico K (p.352) desta seção.

empreendimentos. Esta forma de gerir o ambiente, objetivando uma melhor qualidade de vida e, ao mesmo tempo, oportunidades econômicas, traz consigo o perigo já presenciado ao longo do Rio Parnaíba, tendo em vista o impacto poluidor da cidade de Teresina, que influencia na aceleração das transformações da paisagem no Delta do Rio Parnaíba.

Sendo assim, no intuito de compreender os impactos percebidos pelos residentes, principalmente os ocasionados pelo turismo, inquiriu-se, para confirmar se a hipótese alternativa de que o turismo é percebido como um agente transformador do ambiente natural, gerando deterioração, poluição e diminuição dos recursos naturais, a população residente e, assim entender as necessidades e desejos pertinentes às demandas ambientais. (gráficos 34, 35 e 36).

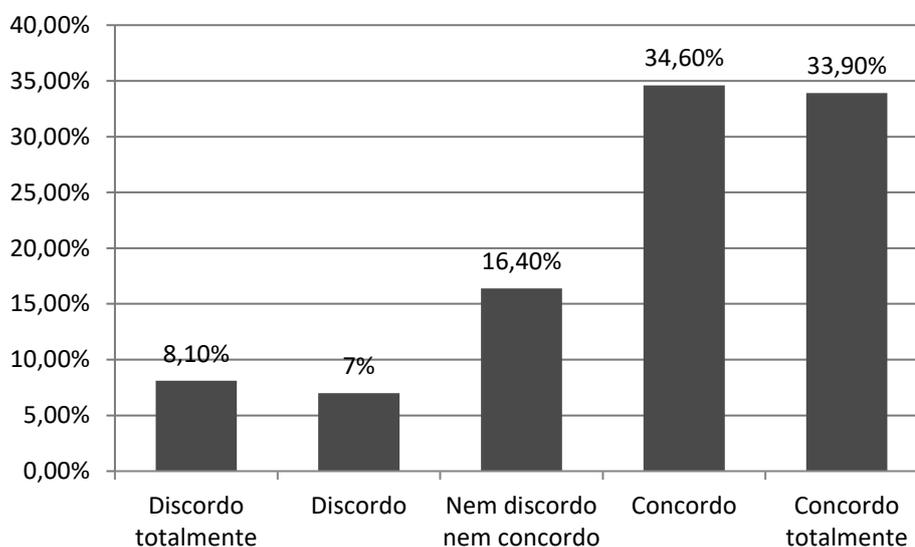


Gráfico 34 – O turismo aumenta a poluição?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Dos respondentes, 33,9% (n=130) concordam totalmente e 34,6% (n=133) concordam, pois creditam a precariedade dos serviços de saneamento ambiental em épocas de alta temporada ao aumento do fluxo de pessoas pelo território. Porém, 16,4% (n=63) não conseguem definir sua percepção. Considera-se, neste caso, que o fato dos serviços sanitários não atenderem com qualidade a totalidade da população, impõe a uma parte dos residentes a dificuldade de perceber se o turismo aumenta a poluição.

Mesmo em Parnaíba, com 100% dos domicílios e empresas atendidas pelo sistema de recolha de resíduos sólidos (lixo), as demais cidades não contemplam a totalidade de seu território na coleta de lixo, auxiliando na visão da população local para a degradação ambiental pela poluição (dados de saneamento 2013 – Min. das Cidades).

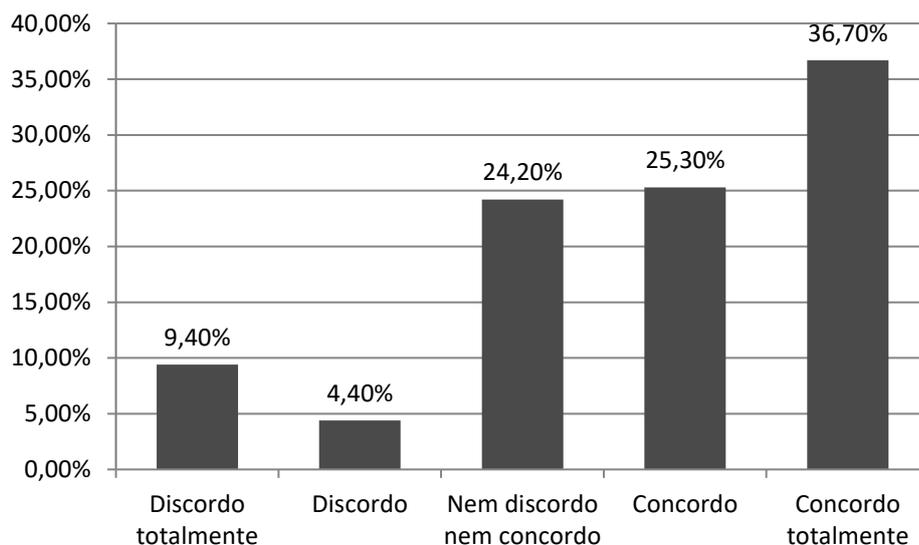


Gráfico 35 – O turismo amplia a geração de lixo?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Corroborando com a percepção do residente sobre o aumento da poluição pelo turismo, a qual inferiu-se estar relacionada com a coleta de resíduos sólidos (lixo), inquiriu-se a população residente sobre a geração de lixo e se o volume amplia-se com o turismo. Desta forma, 62% (n=238) dos inquiridos concordam ou concordam totalmente e 13,8% (n=53) discordam ou discordam totalmente. Mas, um percentual significativo de residentes (24,2% - n=93) não exprime uma compreensão exata do impacto negativo do turismo no problema ambiental do lixo. Acredita-se que a desigualdade na qualidade da coleta dos resíduos sólidos contribua para este percentual elevado, considerando os quatro municípios do Polo Costa do Delta.

Segundo a ONG Ilha Ativa (2013), os resíduos sólidos coletados diariamente em Parnaíba configuram, aproximadamente, 100 toneladas, dentre os quais quase 80% do lixo coletado é orgânico, quantidade esta que aumenta nos meses de alta temporada. Já nos demais municípios não há dados consistentes sobre a recolha de resíduos sólidos.

Além dos problemas provenientes do lixo, outros relacionados com a precariedade das infraestruturas no Polo Costa do Delta, como o tratamento e distribuição da água (Gráfico 36) elevam a lista das necessidades e desejos, potencializadas pelas atividades turísticas e o aumento do fluxo de pessoas pelo território.

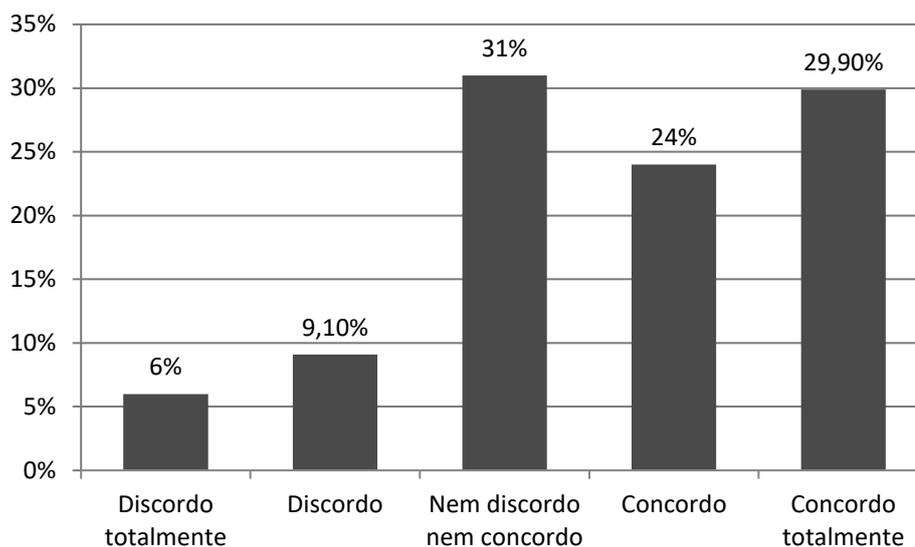


Gráfico 36– O turismo auxilia na piora da qualidade da água?

Fonte: Elaborado pelo autor (2015) com base no inquérito por questionário respondido pelos residentes..

Considerando a precariedade das infraestruturas para a captação, tratamento e distribuição de água, inquiriu-se os residentes para verificar a relação do turismo (alta temporada) com a deterioração na qualidade da água. Assim, 53,9% (n=207) concordam ou concordam totalmente, sendo que para 15,1% (n=58) discordam ou discordam totalmente sobre a influência do turismo na deterioração da qualidade de água. Acredita-se, contudo, que, em virtude do grande número de poços artesianos em empresas e residências da região, parte da população residente, 31% (n=119), não percebe alteração alguma na qualidade da água.

A água sempre foi um dos recursos mais escassos no estado do Piauí, assim como na Região Meio-Norte, tendo em vista as características climáticas. Porém, ao longo dos anos quase nada foi realizado em infraestrutura para sanar o problema, gerando prejuízos ao objetivo desenvolvimentista dos gestores municipais e turismo local. Na alta temporada, a população residente e os turistas são forçados a programar-se para o uso da água, pois a empresa responsável pela captação, tratamento e distribuição impõe o sistema de rodízio entre os municípios do litoral (AGESPISA, 2016).

Os problemas ambientais geram novas necessidades e realçam as já existentes que, se houvessem infraestruturas proporcionais as demandas do ambiente, poderiam ser amenizadas e/ou satisfeitas. Portanto, os satisfatores ambientais, neste modelo, devem conter políticas caracterizadas pelos objetivos distributivos, pois nem toda a população do Polo Costa do Delta tem acesso a água tratada e de qualidade, reguladores e constitutivos.

Ehrlich e Mellado (s/d) afirmam, no que se refere aos destinos turísticos, que a população residente, geralmente, mostra-se mais reticente em relação ao desenvolvimento do

turismo de forma indiscriminada, predatória e majoritariamente promovido por agentes, interesses e capital externos sem a possibilidade real de participação popular (gráfico 05, p.223 – visão dos *experts*). Esse turismo que impõe ao destino um grande fluxo de visitantes, inevitavelmente, traz consigo desafios que congregam obrigação da satisfação das necessidades de saneamento e, também, dos desejos da população residente em ofertar um ambiente agradável e limpo ao visitante.

Thevenin (2011) ressalta que o turismo reflete a lógica da acumulação e reprodução capitalista, contribuindo para a expansão do consumo em massa. No nordeste brasileiro, o autor refere-se ao setor como uma “nova monocultura” que vem territorializando-se aceleradamente, transformando os espaços habitados por pescadores e agricultores, contribuindo para a ruptura de tradições e culturas e impondo um mundo moderno.

Chama-se a atenção para a falta de planejamento somado à inação como política pública predominante no turismo do Polo Costa do Delta, que encaminha o território a um contexto de desregulação legal<sup>99</sup> e domínio de interesses do capital, ampliando as demandas ambientais, objetivando a adaptação do Polo aos desejos dos visitantes.

g) **Satisfatores tecnológicos:** A tecnologia é um satisfator, fundamentalmente, das necessidades de comunicação, porém capaz de ser uma força impulsionadora para um mundo da uniformização. Em relação ao turismo, as tecnologias da informação e da comunicação geraram um amplo universo de benefícios que, segundo Biz e Ceretta (2008), podem ser exemplificados pela: aceleração nos processos de rotina; automação de processos que não geram valor, como o *check-in*; serviços customizados; informação em tempo real dos destinos e maior capacidade de análise pelo turista.

No que tange a população do Polo Costa do Delta, a tecnologia associada ao turismo evidenciou algumas carências, como: fluxo contínuo e sem oscilação de energia elétrica, capacidade de internet, serviços de assistência e, mais especificamente, acesso e exposição no mercado turístico. Sendo assim, a tecnologia da informação e comunicação é parte integrante das políticas públicas locais, destacando-se o apoio às *start-ups*, concebido dentro da lógica de desenvolvimento empreendedor. Porém, o Polo Costa do Delta mantém-se carente de políticas de desenvolvimento tecnológico voltadas à qualidade de vida, ao lazer e às relações sociais.

---

<sup>99</sup> A desregulação legal não se dá na perspectiva da falta de legislação, mas na desobediência as leis já existentes e a omissão do poder público em fiscalizar.

Considerando que o ambiente da comunicação em turismo é dinâmico e mutável, pois tanto a população autóctone/ residente quanto os turistas ofertam novas necessidades e desejos a partir da satisfação com a tecnologia anterior, promovendo um fluxo de criação e recriação, através do processo *input-processamento-output-retroalimentação*. Portanto, segundo Max-Neef (1993), é preciso examinar também saber em que medida o meio reprimirá, tolerará ou estimulará para que as possibilidades disponíveis ou dominantes sejam recriadas e alargadas pelos próprios indivíduos ou grupos que o compõem.

Neste sentido, os satisfatores tecnológicos, principalmente aqueles na forma de políticas públicas, terão a função constitutiva de um ambiente propício a criação e recriação de tecnologias que gerem satisfação e insiram ao processo de desenvolvimento a promoção do bem-estar e da qualidade de vida num contexto de crescimento turístico. Tobelem-Zanin (1995 citada por Santos, 2003, s/p.) destaca que para a qualidade de vida deve-se definir “os elementos que constituem as condições de habitat, de saúde, de inserção na vida activa, de utilização do tempo livre, de vida familiar, sem esquecer os dados mais directamente económicos sobre os rendimentos, os consumos e os patrimónios”.

h) **Satisfatores políticos e legais:** Ao longo dos anos as políticas públicas tornaram-se o principal fator de ressarcimento dos anseios populares, renovando-se a cada nova reivindicação, como uma espécie de moeda de troca entre a população e os gestores públicos ou entre o povo e o Estado.

Congregando necessidades das mais variadas formas e fontes, permeando as dimensões social, ambiental, tecnológica, cultural e econômica, os satisfatores políticos e legais caracterizam-se pela transversalidade e atendimento universal, ou seja, surgem num conjunto de ações específicas ou integradas para satisfazer a premissa da legitimação do poder do Estado, regulando o sistema.

Neste sentido, Max-Neef (1993) propõe alguns tipos de satisfatores, diferenciando-os das necessidades (quadro 46), os quais aproveita-se para descrever em relação à realidade do território investigado.

Satisfator	Descrição	Política Pública	Lei
Violadores-destrutores	São elementos de efeitos paradoxais. Aplicados com o pretexto de satisfazer uma determinada necessidade, não somente aniquilam a	Não foi encontrado nenhuma ação do poder público que correspondesse a descrição do satisfator.	

	possibilidade de sua satisfação num prazo imediato, mas, sim, impossibilitam a satisfação adequada de outras necessidades.		
Pseudossatisfatores	São elementos que estimulam uma falsa sensação de satisfação de uma necessidade determinada. Seu atributo especial é que geralmente são induzidos por meio de propaganda, publicidade e outros meios de persuasão.	Implantação da ZPE – zona de processamento de exportação	Lei Federal nº11.732/2008  Decreto Federal s/n de 30 de junho de 2010  Lei Estadual nº 6.021/2010
Satisfatores Inibidores	Aqueles que, pelo modo como satisfazem (geralmente sobre-satisfazem) uma necessidade determinada, dificultam seriamente a possibilidade de satisfazer outras necessidades.	Definição do território do Delta do Parnaíba (MA e PI) como área de proteção e conservação ambiental, congregando a APA e RESEX do Delta.	APA do Delta do Parnaíba (Dec s/n.º de 28.08.1996)  RESEX (Dec s/nº de 16 de novembro de 2000)
Satisfatores Singulares	Aqueles que apontam a satisfação de uma só necessidade, sendo neutros à respeito da satisfação de outras.	Criação dos Conselhos Municipais de turismo e fundos municipais de turismo.  Regulamentação do transporte público  Qualificação profissional: Programa Litoral Mais  Ampliação do número de voos e companhias aéreas no aeroporto internacional de Parnaíba	Parnaíba: Lei complementar nº056/2014.  Luís Correia: Não há  Cajueiro da Praia: Lei nº012/2001  Ilha Grande: Não há  Parnaíba: Leis nº1544/97, 1790/2001, 1862/2002  Ilha Grande: Não há Luís Correia: Não há Cajueiro da Praia: Não há  Sem lei específica, mas com a regulação através de termo entre a Prefeitura de Parnaíba e SEBRAE-PI.  Sem lei específica
Satisfatores Sinérgicos	Aqueles que, pela forma como satisfazem uma necessidade determinada, estimulam e contribuem para a satisfação de outras	São João da Parnaíba  Festival do Caranguejo	Editais anuais para o concurso de quadrilhas juninas.  Sem lei específica

	necessidades.	<p>Lei Orgânica do Município</p> <p>Política de desenvolvimento territorial (Plano Diretor Municipal)</p> <p>Política Regional de Saneamento Básico</p> <p>Reimplantação da Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável</p> <p>Urbanização da orla da praia Pedra do Sal – Parnaíba</p> <p>Urbanização da orla da praia Atalaia – Luís Correia</p>	<p>Leis s/n</p> <p>Paranaíba: Lei nº2.296/2007</p> <p>Ilha Grande: Lei nº190/2007</p> <p>Luís Correia: Lei nº695/2010</p> <p>Cajueiro da Praia: Lei nº</p> <p>Plano Diretor de Gerenciamento de Resíduos Sólidos do Litoral</p> <p>Sem lei específica, mas regulado pelo consórcio MA/PI/CE.</p> <p>Sem lei específica (política pública planejada com previsão de emendas constitucionais)</p> <p>Sem lei específica (política pública planejada com previsão de emendas constitucionais)</p>
--	---------------	--	--

Quadro 46 – Tipos de satisfatores e satisfatores políticos e legais em relação ao turismo do Polo Costa do Delta  
Fonte: Elaborado pelo autor com base em Pereira (2011).

I) **Oportunidades na Oferta Turística:** Na literatura do turismo encontram-se descrições para definir a oferta turística, que encaminham à compreensão de que “é um conjunto de recursos e características inerentes a um destino turístico” (Mathieson e Wall, 1982 citado por Fazenda, Silva e Costa, 2008, p.80) – figura 82 –, ou que “é um conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultura, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um determinado período de tempo, um público visitante” (Beni, 2003, p.159). Objetivamente, a oferta turística é tudo aquilo que está a disposição do mercado turístico para

permutar, vender, locar, enfim, incluindo os recursos primários, os manufaturados, as facilidades turísticas, as infraestruturas e os acessos.

Relacionar as componentes da oferta turística (atrações, transportes, informação, promoção e serviços) com mecanismos de satisfação das necessidades de emprego e renda mostra-se uma tarefa dependente do planeamento turístico e do modelo de desenvolvimento desejado.

Gerar oportunidades à população autóctone/ residente é um constante desafio aos gestores públicos, pois carrega consigo outros desafios interdependentes, como crescimento econômico, estabilidade social, entre outros.

Sendo assim, Pereira e Nascimento (2012) corroboram com a ideia de que as oportunidades ou, no caso dos trabalhadores, o emprego, surgem de condicionantes ambientais, predominantemente, econômicas, assim como do estágio de desenvolvimento do destino/país. Para os autores, um destino/país que esteja no estágio de quase pleno emprego goza de um crescimento constante, atraindo os trabalhadores informais para a formalidade empregatícia, definindo a inovação como fator fundamental para a manutenção da ascensão econômica e, conseqüentemente, social.

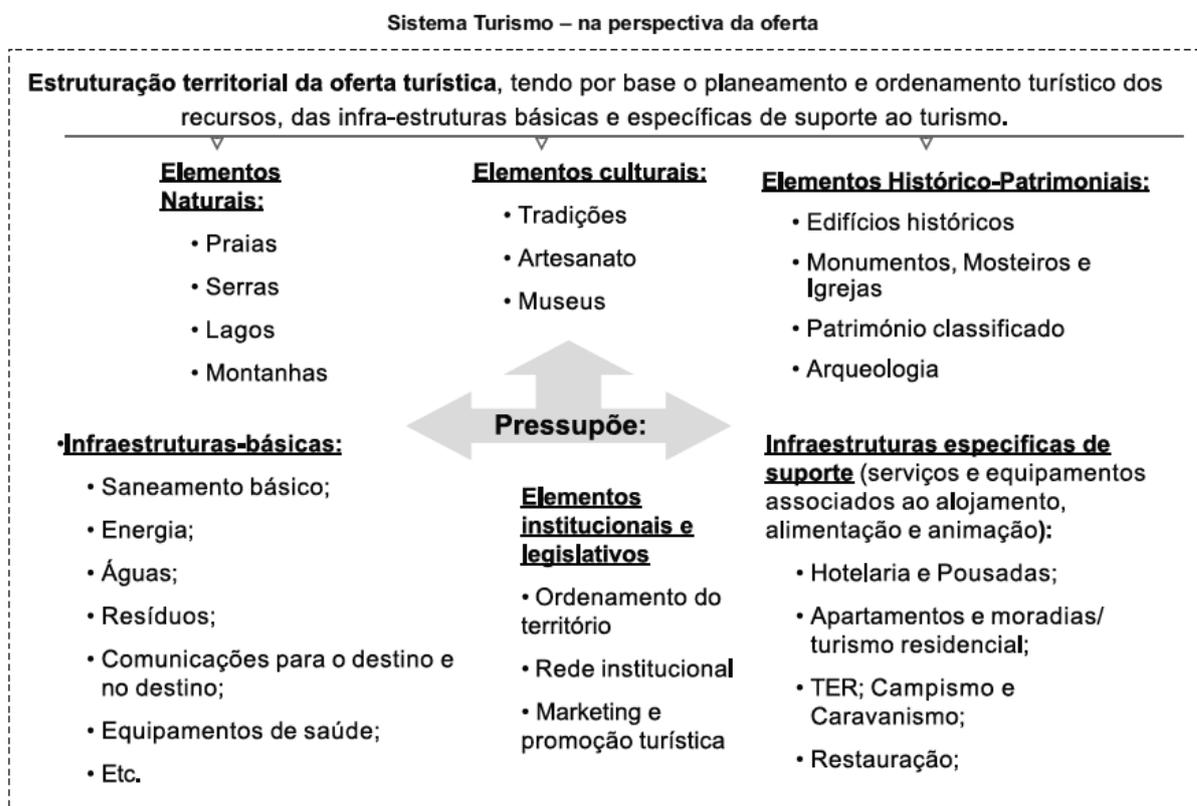


Figura 82 – Estruturação territorial da oferta turística  
 Fonte: Fazenda, Silva e Costa, 2008.

O sistema turístico compreende a oferta turística como resultado do somatório de alguns fatores ambientais que pressionam e moldam-na, mais precisamente de elementos perturbadores provenientes do ambiente externo, como as motivações de viagem e lazer e perfil de consumo dos turistas, e do ambiente interno, evidenciado na permanente atenção à adequação da oferta às necessidades de consumo dos visitantes, num processo de input-processamento-output-retroalimentação, no qual a oferta apresenta-se como o output da transformação dos desejos e necessidades dos consumidores, geralmente oferecidos na forma de serviços e produtos turísticos tangíveis e intangíveis.

Assim, compreende-se que as oportunidades na oferta turística podem ser classificadas na perspectiva de investimento/ inovação ou de emprego/ renda. Contudo, na oferta os investimentos detêm especial importância, pois entende-se que é através deles que se obtém o crescimento da própria oferta turística. Um plano de crescimento do turismo deve atentar para o volume e a distribuição dos investimentos no território necessários à expansão e eficiência desejados.

Beni (2003) destaca que o turismo, apesar de suas peculiaridades, apresenta na base de sua dinâmica, dentro do ambiente econômico, características similares a de outros setores, sendo passível analisá-lo com os mesmos instrumentos e medidas utilizadas em outros segmentos da economia.

Porém, é necessário ressaltar que em nenhuma etapa do processo econômico, em relação ao turismo, escapa da integração da população no contexto de análise, seja na questão da dinâmica produtiva, da distribuição, de intercâmbio ou de consumo. No entanto, o objetivo de gerar oportunidades na oferta turística só tem êxito quando observada a intrínseca relação deste com os níveis conquistados com os satisfatores, ou seja, quanto mais elevado for o nível de satisfação das necessidades e desejos da população autóctone/ residente maior será a força econômico-social para gerar novas oportunidades.

Para que o produto turístico constitua-se como oferta qualificada, firmada nos pilares da sustentabilidade, é fundamental que os gestores e planejadores do turismo integrem e qualifiquem as diferentes componentes da oferta turística (Fazenda, Silva e Costa, 2008).

A oferta turística exige que o planejamento do turismo no território, por característica, seja um processo de continuidade, ou seja, que permita, com base em diagnósticos situacionais, que os gestores possam adequar as estratégias às demandas provenientes das pressões e influências provenientes do ambiente externo ao destino que perturbam e promovem mudanças e adaptações. Desta forma, ordenar a oferta turística e formatá-la em produtos turísticos de forma coerente, para Fazenda, Silva e Costa (2008, p.80), pressupõe a

existência de um “conjunto de infraestruturas básicas e específicas de suporte à própria atividade turística”, as quais são provenientes do influxo das perturbações do ambiente externo mais as necessidades e desejos da população autóctone/ residente.

No Polo Costa do Delta a oferta turística classifica-se em dois grandes grupos: recursos naturais (Delta do Rio Parnaíba e litoral piauiense) e agenciamento de serviços de turismo receptivo. Assim, as oportunidades na oferta turística do território fixam-se nas atividades tradicionais (pesca, artesanato, coleta de caranguejo e mariscos), em serviços à conservação da natureza e em atividades pertinentes ao turismo receptivo.

**J) Oportunidades na Demanda:** habilitar o destino turístico para identificar na demanda as oportunidades que potencialmente podem ser desenvolvidas é exercício fundamental, pois a partir das motivações de viagem e perfil do turista, além de outros elementos de análise (Figura 83), pode a oferta turística qualificar-se, redefinir-se e adaptar-se. Burns (2007) apresenta um modelo sobre as motivações dos turistas baseado na ideia do *push and pull*, ou seja, fatores que atraem ao destino turístico, pressionando-o às mudanças e adaptações.

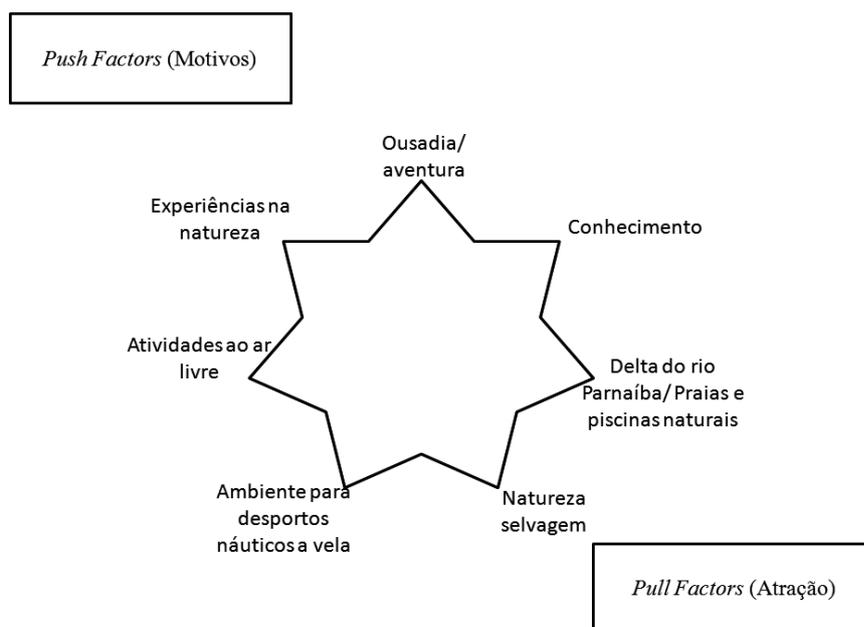


Figura 83 – Possíveis fatores *push and pull* do Polo Costa do Delta<sup>100</sup>  
Fonte: Adaptado de Burns (2007).

Já Mathieson e Wall (1982 citado por Fazenda, Silva e Costa, 2008, p.81) ressaltam que a demanda turística define-se pela “totalidade das pessoas que viajam ou desejam viajar para fazer uso de *facilities* e serviços longe do local de trabalho e da sua residência”.

<sup>100</sup> Não há pesquisa com dados oficiais sobre as motivações dos turistas que visitam o território Polo Costa do Delta.

Nesta definição percebe-se dois tipos de demanda, a efetiva e a potencial. Sendo que a efetiva compõe-se pelas pessoas que realmente viajam, as quais são retratadas constantemente nas pesquisas e estatísticas do turismo, tendo em vista que se refere às pessoas que estão no destino turístico, ou seja, estão exercendo o direito de consumo. E a demanda potencial é designada pelas pessoas, que por algum motivo, não estão em viagem, mas que detêm todas as características inerentes ao turista.

Na dinâmica do turismo as oportunidades na demanda surgem, e são interdependentes, das oportunidades na oferta e vice-versa (figura 84, p.351), pois ambas se influenciam, definindo os seus tamanhos no mercado turístico do destino. Porém, as oportunidades na oferta são limitadas à capacidade de carga do destino/ atração turística, diferentemente das oportunidades na demanda que podem ser direcionadas para outros destinos de interesse ao turismo.

Neste sentido, aproveitando a interpretação de Porter (1990) sobre posicionamento e competitividade, admite-se que para um destino turístico obtenha uma balança comercial no turismo positiva e que sustente-se ao longo do tempo deverá ser definido o seu posicionamento no mercado, caracterizando, assim, a sua demanda e delineando suas oportunidades, atentando-se para defender-se das forças do ambiente externo que perturbam o sistema e diminuem a capacidade competitiva. As oportunidades, portanto, apresentam-se em duas frentes: a primeira é a conjugação dos resultados dos satisfatores das necessidades dos residentes com as necessidades e desejos dos turistas; a segunda fixa-se no mercado do qual o destino faz parte, atentando-se para as características de consumo e motivações dos turistas, além de outros aspectos.

Para auxiliar os destinos turísticos a definirem de atuação no mercado, Porter (1990) oferta, para analisar a atratividade e o potencial competitivo, um modelo de análise baseado em cinco forças: **a) ameaça de novos entrantes:** constantemente há novos destinos com características semelhantes que tendem a disputar, no mercado turístico, os canais de distribuição, fornecedores e turistas. Em relação a esta força, o destino turístico, no caso os municípios do Polo Costa do Delta, podem valer-se das inovações inerentes a novos *players* como oportunidades na demanda, ou seja, por benchmarking apropriar-se das boas práticas a tempo de adquirirem as mesmas competências dos novos destinos concorrentes. **b) Intensidade de rivalidade entre concorrentes:** o Polo Costa do Delta, mesmo inserido na Rota das Emoções, sofre concorrência direta dos municípios litorâneos do Maranhão e Ceará, como as cidades de Barreirinhas (MA), Camocim (CE) e Jericoacoara (CE). Neste caso, as oportunidades estão mais associadas a um senso de colaboração do que propriamente de

competição, pois as portas de entrada do turismo regional são Fortaleza (CE) e São Luiz (MA). c) **Pressão pelo poder de barganha dos fornecedores do turismo no destino:** a falta de diversidade e dependência em relação a fornecedores, seja em serviços ou produtos, interfere diretamente na capacidade de adaptação e resposta aos estímulos do mercado. Desta maneira, o Polo Costa do Delta, no que tange ao transporte aéreo, por exemplo, é refém de apenas uma empresa, a qual submete o território a sua vontade, influenciando no posicionamento do destino no mercado. d) **Pressão pelo poder de barganha dos turistas:** as perturbações ao sistema de turismo do território Polo Costa do Delta se dão a medida em que os turistas apresentam novas demandas de necessidades e desejos, forçando o destino a mudanças e/ou adaptações, sob riscos de destinos substitutos que captem o turista almejado. e) **Ameaça de produtos ou destinos substitutos:** se o Polo turístico Costa do Delta manter-se na inércia, fundamentalmente pela inação dos gestores públicos, aos poucos outros destinos com produtos turísticos mais inovadores e atrativos irão ofertar níveis de satisfação ao consumidor que os do Polo não terão condições de atender.

Oportunizar à população local possibilidades na demanda de geração de emprego e renda traz ao destino turístico vantagens competitivas provenientes da inovação, investimentos que integrarão um círculo virtuoso de uma dinâmica entre as forças da oferta e da procura.

Ritchie e Crouch (2010) esclarecem que as cinco forças de Porter (1990), quando analisadas na perspectiva do turismo, entranham-se em sete elementos da realidade complexa de um destino turístico (fatores de suporte e recursos; recursos centrais e atrativos; administração do destino; políticas públicas, planejamento e desenvolvimento; qualificação e ampliação de características determinantes; vantagens comparativas e vantagens competitivas), os quais foram propostos no modelo de competitividade/ sustentabilidade para destinos turísticos ( figura 28, p.75).

Ritchie e Crouch (2010) destacam que a realidade do turismo brasileiro denuncia que o Brasil procura alcançar o sucesso no mercado turístico por meio da criação e/ou benefício de dois principais tipos de vantagem estratégica: a comparativa e a competitiva. Assim como o Brasil, o Polo Costa do Delta vale-se das suas vantagens comparativas, pois é o único delta em mar aberto das américas e o que detém, entre os três deltas em mar aberto do mundo, o ambiente mais preservado. Os recursos que dotam o território de singularidades são aqueles com os quais o território foi agraciado pela natureza e ou os desenvolvidos pela sociedade, inerentes, por exemplo, à cultura, com a característica da acumulação ao longo do tempo (Ritchie e Crouch, 2010).

Na busca de maiores níveis de competitividade, o Polo Costa do Delta tem como dever valer-se das suas vantagens comparativas somando-as a outros elementos provenientes do processo de adaptação do território e a sua configuração em produtos turísticos, como as tecnologias, conhecimento, recursos humanos e físicos e infraestruturas que os visitantes esperam ver e os atraiam. Assim, neste processo, as oportunidades na demanda tenderão a surgir, devendo ser estimuladas por políticas públicas que caracterizem-se como satisfatores das necessidades inerentes a motivação da população residente em inserir-se no mercado turístico.

Para tanto, concebe-se que a dinamização do ambiente interno entre as oportunidades geradas pela oferta e demanda (figura 84) configura-se como responsabilidade da gestão administrativa do destino (DMO<sup>101</sup>).

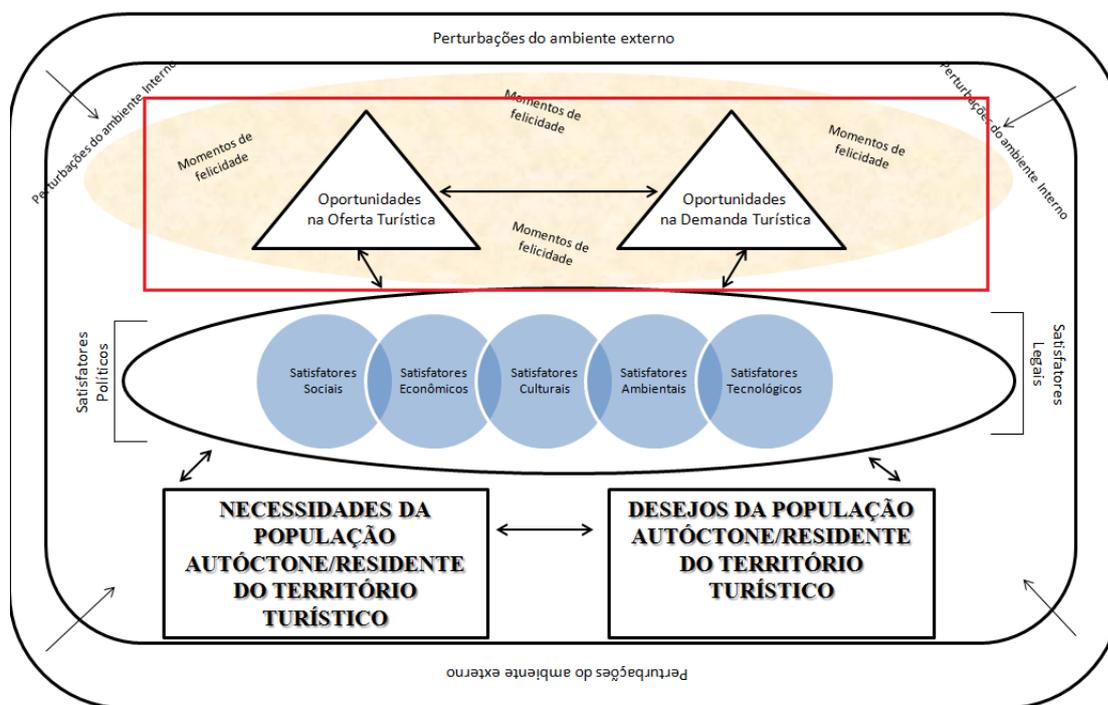


Figura 84 – Destaque da dinâmica entre as oportunidades na oferta e as na demanda  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Em destaque na figura 91, explicita-se que a dinâmica entre as oportunidades da oferta e da demanda é proveniente de estímulos internos como respota as pressões dos elementos perturbadores do ambiente externo. Desta forma, concebe-se que a demanda turística, e por consequência as oportunidades dela geradas, é influenciada por fatores ambientais socioeconômicos e espaciais, ou seja, o fluxo de turistas tende a existir, crescer ou diminuir a

<sup>101</sup> Sigla em inglês: Destination Management Organization.

partir das características do destino, no que tange o nível de urbanização (no sentido de haver mais pessoas nas cidades do que no campo), da economia global e nacional, da natureza dos recursos, do meio ambiente, da comunicação e acessibilidade, do clima, da personalidade do turista, entre outros. É na dinâmica entre as oportunidades na oferta e na demanda, geridas pelo gestor da DMO, que há a percepção de felicidade do residente, pois suas necessidades estarão satisfeitas ou em curso de satisfação e, também, a de um horizonte futuro de oportunidades.

São as motivações de viagem e lazer que, em conjunto com outros elementos, caracterizarão as oportunidades na oferta e demanda. Segundo Mathieson e Wall (1982 citados por Fazenda, Silva e Costa, 2008, p.81), as motivações de viagem restringem-se a quatro grandes grupos: físicas ou psicológicas (relaxe, saúde, desporto, desafio); culturais (ler sobre lugares desconhecidos); sociais (visitar amigos e familiares ou por razões de status.

**K) Perturbações do Ambiente Interno:** O entendimento do ambiente interno de um destino turístico passa, definido neste modelo, fundamentalmente, por cinco aspectos que influenciam a dinâmica do microambiente: a) aspectos organizacionais: rede de comunicação, organização territorial, organização político-administrativa, políticas públicas e legislação municipal; b) aspectos interpessoais: interação entre a população autóctone/ residente e os turistas; c) aspectos promocionais: segmentação de mercado (tipos de turismo e motivações de consumo), estratégia de produto e distribuição; d) aspectos de produção: infraestrutura básica e turística; e) aspectos econômicos: oportunidade de investimentos, incentivos fiscais.

Sendo assim, as perturbações no ambiente interno são originadas, principalmente, da interação entre visitante-visitado e visitante-destino, trazendo à tona, por vezes, conflitos de cunho cultural-territorial, influência da política fiscal do município, condições de infraestrutura (saneamento básico, rede de energia elétrica, rede de telecomunicações, acessos, entre outras) e interferência na felicidade, a qual refletirá no nível de satisfação e na qualidade de vida dos cidadãos.

**L) Perturbações do Ambiente Externo:** Compreende-se as perturbações provenientes do ambiente externo ao destino turístico, no caso o Polo Costa do Delta, como aquelas oriundas de elementos que estão no âmbito macro do sistema turístico em questão, que interferem na sua dinâmica, não podendo ser controlados por forças do ambiente interno. Desta forma, admite-se que externamente há elementos que promovem intervenções da ação direta e outras indiretamente. Michel (2004) entende na ação direta os elementos do ambiente externo que

influenciam, sem intermediários, as atividades de uma organização/ destino. Nesta concepção, encaixam-se grupos de interesse ou indivíduos que afetam e são afetados na busca de um destino por seus objetivos, por exemplo uma empresa que deseja instalar-se em determinado destino turístico e influi o sistema para aceitá-lo, seja por via econômica ou outra que lhe proporcione vantagem e facilidades de inserção no mercado. Já os elementos que atuam indiretamente afetam o destino de duas formas: a) algumas forças do ambiente externo podem induzir a formação de um grupo ou despertar o interesse de um indivíduo que venha a tornar-se um stakeholder ou um *player* b) os elementos de ação indireta criam um “clima”, podendo ser uma nova tecnologia, influência econômica para crescimento ou declínio, mudanças culturais e sociais, que exigem do destino turístico a capacidade de ajustar-se, adaptar-se e reagir.

Entre as variáveis que compõem os elementos de ação indireta, destacam-se: Variável social (demografia, educação, valores de consumo, entre outros); Variável econômica: a relação, por exemplo, entre as taxas de lucros das empresas, de câmbio, de salários, de inflação e de juros; Variável político-legal: legislação específica e de abrangência indireta, processo político-partidário, valores e ideologias políticas; Variável tecnológica: novas formas de comunicação (redes sociais, softwares, aplicativos para smartphones); Variável cultural: modos de viver, tendências de consumo e religiosidade.

Geralmente as mudanças contínuas e crescentes no ambiente externo trazem efeitos de longo alcance sobre as organizações e destinos turísticos, forçando-os a redefinirem suas estratégias de atuação no mercado.

Portanto, constata-se que a dinâmica territorial do destino turístico, assim como sua atuação no mercado objetivando atrair novos visitantes, é um ciclo ininterrupto, constante, o qual sempre ressignifica as necessidades e gera novos desejos na população autóctone/residente, obrigando ao destino, a partir das interações ambientais, identificar e criar os satisfatores certos para a manutenção do equilíbrio do sistema.

Santos (2014, p.70) estabelece que a dinâmica territorial do destino turístico apresenta-se nas relações estabelecidas que compelem a uma “interpretação sustentável do turismo” sustentadas em sete grandes vértices de estruturação (Figura 35, p.116).

Já a OCDE – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico desenvolveu um modelo conhecido como PSR (Pressão, Estado e Resposta) – figura 85 – que auxilia na compreensão do processo dinâmico de influenciar e ser influenciado, previsto na figura 84 (p.351).

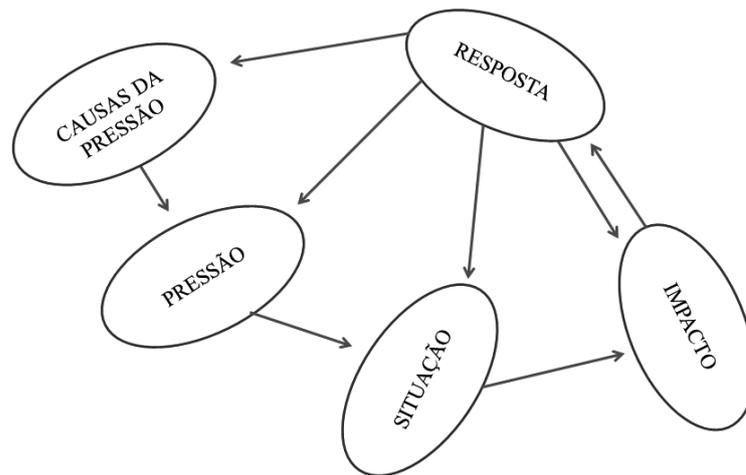


Figura 85 – Adaptação do modelo DPSIR (OCDE)  
 Fonte: Rebollo et.al., 2001.

As mudanças e adaptações do território/ destino turístico para adequar-se as exigências impostas pelo ambiente externo são oriundas de pressões dos elementos e variáveis. As respostas ao novo cenário, sejam elas sociais, ambientais, econômicas, ou outras, influenciam na nova situação e também na origem da pressão.

Cabe ressaltar que a OCDE, ao incluir no marco analítico as causas da pressão e os impactos resultantes, entende que as respostas também influenciam nas causas da pressão ambiental e nos impactos gerados.

Consoante as explicações apresentadas, percebe-se que na gestão pública de um destino turístico não há um claro ponto de equilíbrio. Uma atitude passiva do gestor em relação ao futuro que se desenha deixa-o com poucas alternativas, sendo a consequência mais usual ao despreparo e maior previsibilidade o aumento dos gastos públicos para enfrentar os desafios impostos.

Kotler et. al.(2005) entende que a atratividade de uma cidade é resultado da composição de três capacidades: investibilidade, habitabilidade e visitabilidade. Essas três capacidades reforçam-se mutuamente, concorrendo para a melhoria contínua da situação do destino. Esses aspectos reiteram a importância de construir no presente o futuro desejado, mas para tal algumas ferramentas devem ser consideradas, sendo a maneira de congrega os mecanismos necessários ao desenvolvimento a escala humana do destino turístico, como o planejamento estratégico (P.E.). Portanto, ao invés do planejamento tradicional que valoriza o produto e o plano, o P.E. destaca o processo, compreendido, desta forma, como um instrumento de mobilização. Para tanto, deve-se atentar aos aspectos que diferenciam o P.E. da concepção tradicional, o seu caráter democrático e participativo.

Costa (2015, p.296) indica que

“O plano apresenta-se como um elemento fundamental para disciplinar o ordenamento do território, independentemente da sua escala de aplicação e apresenta-se, simultaneamente, como um elemento de suporte para a materialização do planeamento estratégico, ao incorporar, no seu desenho, os contributos dos diferentes interessados. Pese embora o ato de planear pressuponha uma dimensão técnica, o planeamento incorpora, sobretudo, uma certa visão do poder político sobre a gestão do território. Essa visão, consubstanciada no ato de planear, materializa-se, de forma objetiva, através da elaboração de um Plano”.

Sendo assim, compreende-se que o desenvolvimento do turismo local e regional do Polo Costa do Delta, a partir de um modelo participativo, sustentado num plano estratégico, consistindo no conjunto de incentivo de iniciativas endógenas e exógenas e valendo-se das potencialidades do território, tenderá oportunizar um desenvolvimento planejado e, conseqüentemente, com a melhoria dos indicadores sociais e econômicos.

### 8.2.2. Planejamento Estratégico Participativo no Turismo: Um Aprendizado

O planejamento estratégico (P.E.), anteriormente referenciado, mostra-se nas suas diversas formas como uma ferramenta eficaz no intuito de transformar a realidade que se vivencia, tendo em vista que permite aumentar a habilidade e competência de gestão. Desta forma, compreende-se que por lidar com problemas complexos e não estruturados, o P.E. não prevê o resultado sem a dúvida imposta pelas diferentes variáveis que tornam o processo de planejar e executar dinâmico e capaz de adaptar-se, mas possibilita ao homem conduzir seu futuro com melhores condições para corrigir os erros e potencializar os acertos.

Portanto, quando se observa a gestão de destinos turísticos, nota-se que o P.E. não permite aceitar uma única explicação ou predição do futuro, mas impõe a necessidade de produzir uma solução pela situação vivida, a qual pode ser discutível e dependente de interesses dos atores envolvidos.

Sendo assim, nas mais variadas vertentes teóricas do planejamento estratégico destaca-se a “escola de aprendizado”, que tem como seus principais teóricos Hamel e Prahalad (1998), Mintzberg (2011) e Peter Senge (2007). Nesta linha de pensamento, a explicação para o fenômeno de as estratégias emergirem reside na capacidade das pessoas em aprenderem a respeito de uma situação tanto quanto a capacidade das organizações de lidarem com ela. A formação de estratégia é percebida como um processo incremental lógico e emergente. À medida que as pessoas e as organizações vão vivenciando uma situação ou oportunidade, aprendem e novas estratégias vão emergindo. Esse processo pode estar tanto centrado na

cúpula quanto disperso na hierarquia abaixo na organização. Por isso, os interesses de diversos *stakeholders* podem ser considerados e abre-se mais espaço para o surgimento da responsabilidade social nas estratégias.

O processo de aprendizagem organizacional é modelado como um desenvolvimento contínuo, centrado em cinco disciplinas (Senge, 2007):

a) Domínio pessoal: as organizações somente aprendem por meio do aprendizado dos indivíduos que a compõem; a aprendizagem individual não garante a aprendizagem organizacional, porém não existe aprendizagem organizacional sem aprendizagem individual;

b) Modelos mentais: é necessário reconhecer o papel dos modelos mentais, pré-concebidos, e formas de manejá-los, de maneira a viabilizar o surgimento, a verificação e o aperfeiçoamento de novas imagens sobre o funcionamento da organização; esta é uma inovação decisiva na construção de organizações inteligentes;

c) Visão compartilhada: é uma força derivada do interesse comum, vital para a organização, pois proporciona concentração e energia para a aprendizagem; a visão compartilhada é básica para a obtenção de comprometimento, ponto chave em qualquer processo de mudança;

d) Aprendizagem em equipe: tem por fundamento a ideia de alinhamento, onde um grupo de pessoas funciona como uma totalidade, concentrando energias na busca de um resultado; como todas as decisões importantes são tomadas em equipes, a aprendizagem em equipe torna-se um aspecto chave de aprendizagem nas organizações.

e) Pensamento sistêmico: é um marco conceitual, um corpo de conhecimentos e ferramentas que têm se desenvolvido nos últimos sessenta anos; caracteriza-se como a disciplina integradora das demais, viabilizando que as cinco se desenvolvam em conjunto.

Mintzberg (2003) corrobora com parte do processo de aprender a aprender do Senge (2007), pois admite que a validade das estratégias formuladas somente ocorre quando elas tornam-se coletivas, caracterizando-se como organizacionais, guiando o comportamento organizacional em alta escala.

Transferida a ideia acima à realidade organizacional do turismo, fundamentalmente no que tange a gestão pública, o P.E. envolve questionamentos que encaminham à adoção do pensamento da Escola de Aprendizado, pois surge perguntas básicas: a) como abranger e conciliar objetivos de ordem técnica do processo de planejamento com os interesses das populações atingidas? b) como assegurar a participação e representação política no processo de planejamento? c) como absorver o novo ambiente de participação aos mecanismos clássicos de representação política? d) como reduzir a propensão do sistema social à

cooptação política e formação de grupos específicos de interesse ampliados pela ideia participativa do modelo? Estas são algumas inquietações que surgem, pelo fato de que cada uma delas requer e envolve uma fase do modelo de planejamento participativo.

Prates e Andrade (1985), ao desenvolverem uma matriz analítica, elencaram três modelos de planejamento participativo, considerando a necessidade de distinção conceitual de participação em duas fases do planejamento: a de elaboração e a de implementação, ou seja, um com característica incorporativa e de participação induzida, outro incorporativo de participação espontânea e, por fim, o autônomo de participação espontânea.

No âmbito do município, Gohn (1995) esclarece que a participação popular origina-se do resultado das lutas sociais empreendidas por movimentos e organizações sociais que reivindicavam direitos e espaços de participação, passando de um estado de participação induzida para uma participação autônoma e espontânea.

Neste contexto, percebe-se que para responder as inquietações acima referidas, as políticas de parceria apresentam como solução a transferência da responsabilidade do Estado para as comunidades – intermediadas pelas organizações civis e, no caso brasileiro, por vezes com a iniciativa privada – em relação a atividades que até então eram de exclusiva responsabilidade do poder público.

No turismo exemplifica-se a conquista da participação popular pela orientação do Ministério do Turismo para que os municípios, principalmente os considerados indutores do turismo, constituam conselhos municipais, sejam somente consultivos ou consultivos-deliberativos, abrangendo os principais setores da sociedade interessados neste segmento. Desta forma, obrigações referentes a formulação de políticas públicas passam a ser compartilhadas com estas novas instâncias de decisão, as quais acompanham e avaliam a execução das ações do Poder Público.

Alday (2007) explica que “as associações civis têm, cada vez mais, assumido papéis relevantes nos processos de mobilização social, planejamento e gestão de políticas públicas e, sendo chamadas, podem contribuir de forma decisiva para a identificação e implementação de alternativas de desenvolvimento municipal”.

Sendo assim, o planejamento estratégico participativo tem a capacidade de fixar no processo de planejamento a dinâmica do aprender a aprender, ou seja, uma constante comunicação que busca no conhecimento tácito do indivíduo elementos que, em conjunto com outros, podem apresentar uma dinâmica espiralar, transformando o conhecimento individual no conhecimento explícito e de grupo.

Para Marta Irving (2002, p. 37), “O conhecimento demanda participação e um saber intrínseco das próprias sociedades humanas em seus núcleos mais simples, capazes de expressar singularidades, símbolos e expectativas”.

Neste aspecto, o Polo Costa do Delta, pela inação dos gestores públicos, não desenvolve ou desenvolveu nenhum processo de planejamento do turismo, pois restringiu-se as iniciativas propostas por organismos externos ao território, como o Ministério do Turismo e Banco do Nordeste (PRODETUR e PDTIS). Para confirmar esta percepção, inquiriu-se os gestores públicos do turismo nos municípios do Polo e, também, os *experts* (Tabela 43) para saber se o planejamento fazia parte da gestão e fomento ao turismo no município.

	Frequência	Gestores <sup>a</sup> %	Frequência	<i>Experts</i> <sup>b</sup> %
Discordo totalmente	1	5,6	33	36,7
Discordo	3	16,7	29	32,2
Nem discordo nem concordo	1	5,6	15	16,7
Concordo	8	44,4	7	7,8
Concordo totalmente	5	27,8	6	6,7
	18	100	90	100

a. Calculou-se o desvio padrão nos gestores em 1,22741

b. Calculou-se o desvio padrão nos *experts* em 1,19842.

Tabela 43 - O planejamento faz parte do processo de gestão e fomento ao turismo no município?

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

Percebe-se a discrepância entre os gestores e *experts*, no que tange as percepções sobre o uso do planejamento no processo de gestão e fomento do turismo em âmbito municipal. Com base na tabela 44, compreende-se que os gestores incorrem no erro de encobrir a realidade das gestões municipais do turismo, pois em nenhum município do Polo Costa do Delta há iniciativa própria em planejamento do turismo e, portanto, não há participação popular nas decisões.

	Frequência	Gestores <sup>a</sup> %	Frequência	<i>Experts</i> %
Sim	1	5,6	0	0,00
Não	17	94,4	90	100,0
	18	100	90	100

a. Calculou-se o desvio padrão no grupo gestores em 0,23570<sup>102</sup>

Tabela 44 - Conhece a existência de algum plano de desenvolvimento do turismo no município?

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

<sup>102</sup> Indica que os pontos dos dados estão próximos da média/ valor esperado.

Sendo assim, considerando os poucos dados existentes sobre o território Polo Costa do Delta, compreende-se que as gestões do turismo nos municípios têm e terão dificuldade em gerir o setor e, assim, tenderão a se repetir nos erros de planejamento e execução.

Portanto, na perspectiva do planejamento estratégico participativo em turismo, o poder público que aprende e proporciona aprendizado, valorizará a geração de conhecimento interna, não só o explicitado e ofertado por agentes e elementos externos, seja ela de ordem técnica ou popular, criando um cenário de compartilhamento de informações.

### **8.3. Síntese**

O Capítulo VIII caracterizou-se pelo compromisso de concretizar, com base nos fundamentos descritos e discutidos nos capítulos anteriores, o objetivo central, ou seja, de estabelecer as proposições para a construção de um modelo de desenvolvimento que guardasse em si virtudes exaltadas ao longo da exposição de argumentos nos capítulos da fundamentação teórica, como: o foco nas pessoas, estabelecimento de um ambiente democrático e participativo, adoção de valores que sustentassem um desenvolvimento sustentável e, fundamentalmente, que o modelo permitisse uma dinâmica ambiental baseada no bem-estar sócioeconômico e na felicidade.

Para tanto, precisou-se evidenciar o modelo de desenvolvimento vigente no território de estudo, o qual define-se por enfatizar o desenvolvimento pelo processo de industrialização e massificação do turismo, acelerando a ocupação do espaço real pelo capital e transformando no espaço turístico sectário (Boullón, 2002), onde ações como expropriação da terra e impactos ambientais negativos estabelecem o paradigma do crescimento econômico.

Como contraposição ao modelo vigente, propôs-se um desenvolvimento turístico com referências ao humanismo de Max-Neef (2010 e 2012), indicando mudanças estruturais e novos indicadores socioeconômicos como o FIB. Assim, mostrou-se fundamental o entendimento de que se faz primaz para o processo de desenvolvimento o estabelecimento de um canal de comunicação eficiente entre a população e os gestores do território, atentando-se para o envolvimento da população residente no processo de decisão na formulação de políticas públicas, definindo uma estrutura organizacional funcional flexível que tende a possibilitar uma participação mais plena.

Desta forma, explicita-se que é primordial a identificação das necessidades e desejos dos residentes no território, para que se concretize políticas públicas de satisfação, possibilitando o acesso e aproveitamento às oportunidades na oferta e na demanda turística.

As necessidades e desejos dos turistas, que induzem seu comportamento de consumo, surge no modelo proposto no processo de geração de oportunidades na demanda. Neste contexto, a dinâmica entre os ambientes de oportunidade (oferta e demanda) conjugada com os mecanismos de satisfação dos residentes constituem um novo ambiente, onde percebem-se momentos de felicidade, seja pela satisfação ou pelo equilíbrio entre as demandas internas e externas ao sistema.

Assim, encaminha-se as bases necessárias para a adoção de ferramentas de planejamento que objetivem a eficiência e eficácia do modelo de desenvolvimento. Portanto, definiu-se o planejamento estratégico do turismo como o processo que permite congrega as premissas do modelo de desenvolvimento proposto, pois, como está enfatizado no capítulo a seguir, o processo de aprendizagem é mais relevante do que o documento, ou seja, o planejar em conjunto (gestores, academia, políticos e comunidade) é mais relevante.



## CAPÍTULO IX – O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO COMO FERRAMENTA DIRECIONAL DO DESENVOLVIMENTO

### **9.1. Desenho da Proposta**

#### 9.1.1. Dinâmicas Ambientais

Compreende-se, e já aqui explicitado (Capítulos II, III e IV), o turismo como um setor da economia e da vida social dinâmico e dependente das influências ambientais, onde pontuam a cultura e o ambiente natural, a tecnologia e o enquadramento legal (Beni, 2003; Cuervo, 1967; Leiper, 1979; Molina, 2000 ; Getz, 1986; Sessa, 1985).

Portanto, para um perfeito entendimento do modelo proposto, vê-se a necessidade de evidenciar algumas considerações específicas e resultados pretendidos com o modelo de desenvolvimento do turismo a escala humana, valendo-se do planejamento estratégico como fator orientador e dinamizador.

Considera-se que núcleos econômicos isolados não fazem parte da realidade na economia, sendo a interdependência dos vários elementos e variáveis do ambiente que provocam as dificuldades de compreensão e avaliação, tendo em vista a estrutura complexa existente.

Ao mesmo tempo que o turismo influencia e é influenciado por outros setores econômicos nas esferas do município, estado, país ou no âmbito internacional, forças contrárias e perturbadoras do sistema operam na economia (figura 86), tornando-a dinâmica, instável, incerta e mutável, dificultando a percepção dos custos envolvidos e a quantificação da lucratividade que provém das atividades turísticas.

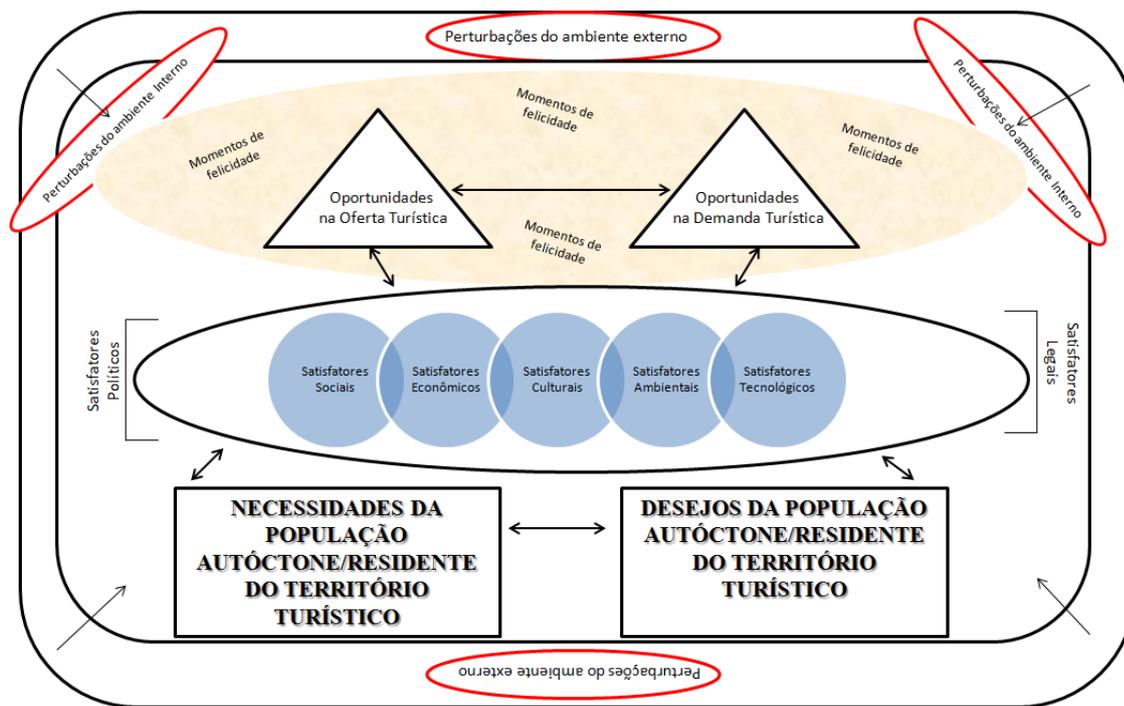


Figura 86 – Dinâmica dos elementos e variáveis perturbadoras  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Percebem-se os elementos e variáveis perturbadoras (em destaque na figura 86) em dois ambientes distintos, mas interdependentes: o ambiente externo (macro) e o ambiente interno (micro/meso).

No ambiente interno os principais elementos e variáveis que perturbam o equilíbrio são, segundo Lage e Milone (2001):

- na perspectiva da demanda: o preço dos produtos turísticos; os preços de outros bens e serviços concorrentes; o nível de renda dos turistas; e o gosto do turista. A análise matemática, considerando um certo período de tempo  $t$ , segundo os autores, pode-se representar a demanda turística pela seguinte função  $DT_t = f(PT_t, PC_t, R_t, G_t)$ , sendo  $DT_t$  demanda por produtos turísticos,  $PT_t$  preço dos produtos turísticos,  $PC_t$  preço dos bens e serviços concorrentes,  $R_t$  nível de renda dos turistas e  $G_t$  gastos constantes dos turistas.

Desta forma, consegue-se entender as características econômicas do turismo em determinado destino, considerando:

$Var.DT_t / Var.PT_t < 0$  = uma variação pra baixo dos preços dos produtos turísticos, implicará no aumento da demanda por produtos turísticos.

$Var.DT_t / Var.PC_t > 0$  = um aumento na renda dos bens e serviços concorrentes, trará ao destino o aumento da demanda por produtos turísticos.

$Var.DT_t / Var.R_t > 0$  = um aumento na renda dos consumidores (turistas), fortalecerá (aumentará) a demanda por produtos turísticos.

- na perspectiva da oferta: o preço do produto turístico; o preço de outros bens e serviços; o preço dos fatores de produção; e o nível de avanço tecnológico.

Portanto, expressa-se, matematicamente, a análise matemática, considerando um determinado período de tempo  $t$ , segundo Lage e Milone (2001), pela função  $OT_t = f(PT_t, PO_t, PF_t, T_t)$ , no qual  $OT_t$  é a oferta de produtos turísticos,  $PT_t$  são os preços dos produtos turísticos,  $PO_t$  os preços dos outros bens e serviços,  $PF_t$  o preço dos fatores utilizados na produção dos produtos turísticos e  $T_t$  a tecnologia constante.

Sendo assim, na dinâmica econômica oferta turística, considera-se:

$Var. OT_t / Var. PT_t > 0$  um aumento de preços dos produtos turísticos implicará no aumento da oferta de produtos turísticos.

$Var. OT_t / Var. PO_t < 0$  acarreta numa diminuição relativa dos preços dos outros bens e serviços, impactando no aumento da oferta de produtos turísticos.

$Var. OT_t / Var. PF_t < 0$  influencia na diminuição dos preços dos fatores produtivos e influencia o aumento da oferta de produtos turísticos.

- na perspectiva social: Considerando o aspecto das relações sociais no ambiente do destino turístico, admite-se um certo grau de conflito entre visitante e visitado, seja na perspectiva comparativa ou no esforço da mudança para satisfazer o turista. Sendo assim, na ótica da população autóctone/ residente dois fatores interferem na hospitalidade e desenvolvimento do turismo: a Felicidade Interna Bruta (Bem-estar); a desigualdade (GINI).

O elemento população, na perspectiva desta tese, é o mais vulnerável do ambiente interno, pois está mais sujeito as influências do ambiente externo e desprovido de mecanismos de defesa rápidos e eficientes, pois é dependente de outras ações e políticas públicas na economia.

Sendo assim, na dinâmica turística envolvendo a população, é importante considerar:

$FIB > GINI$  o impacto do turismo na população local tenderá a ser melhor absorvido.

$FIB < GINI$  o impacto do turismo na população local tenderá a ser mais percebido e as atividades do setor e os turistas refutadas.

Já no ambiente externo os principais elementos e variáveis que interferem positiva e negativamente são (Pereira, 2016):

- Taxa de inflação: para o turismo de um destino a inflação pode ser traduzida como a conjugação de uma desvalorização cambial da moeda local em relação a outras, interferindo no aumento do volume e circulação de dinheiro, assim como no aumento dos preços por outros fatores, por exemplo preço dos combustíveis, energia, entre outros.

Numa análise simplificada quanto menor for o preço da moeda local menos turistas podem vir, pois os preços ao mercado externo aumentam, porém se há uma desvalorização da

moeda local a tendência é que ocorram dois fenômenos: 1. Os preços no destino turístico aumentam devido a influência do câmbio no preço dos insumos dos produtos turísticos; 2. Os preços no destino aumentam, pois aumenta a demanda por produtos turísticos.

- Taxa de Juros: encarecem ou barateiam os produtos turísticos devido a influência que tem na distribuição de recursos financeiros ao investimento público e privado. Portanto, juros altos refletem empréstimos caros e, pela lógica, os custos do dinheiro emprestado são repassados ao consumidor.

- Taxa de Salários: componentes diretos do custo dos produtos turísticos, podem aumentar os preços finais e produzirem uma retração na produção, considerando que se crescerem acima dos patamares da produção tendem a inviabilizar novos investimentos e expansão da produtividade.

- Taxa de Lucros: o setor privado é movido, no contexto capitalista, pelo ímpeto de conquistar percentuais cada vez mais elevados de lucratividade, ou seja, precisam que o ROI – Retorno sobre Investimento esteja em constante elevação ano a ano. Assim, nesta lógica, existirá a tendência de os investimentos seguirem o percentual de crescimento dos lucros. Porém, para um modelo de desenvolvimento do turismo a escala humana o interessante é que os lucros sejam equilibrados e proporcionais as taxas de salários, câmbio, juros e inflação.

- Taxa de câmbio: conforme já analisado na taxa de inflação, para o turismo se o câmbio estiver elevado (moeda local desvalorizada) proporcionará o aumento do fluxo de turistas e aumento no consumo e produção de produtos turísticos. Mas, se o câmbio estiver baixo (moeda local valorizada) estancará ou provocará uma retração da procura turística.

Neste contexto dinâmico, conflituoso e mutável do ambiente externo e interno, e entre eles, obriga os gestores do destino turístico, assim como todos os atores envolvidos no processo do P.E., definirem, com base no diagnóstico situacional, qual paradigma o destino vivencia naquele momento e qual perspectiva tem, a longo prazo, de manter-se com as mesmas características de relações ambientais (quadro 47).

<b>PARADIGMA A – Ambiente...</b>	<b>PARADIGMA B – Ambiente...</b>
de estabilidade	de instabilidade
de previsibilidade	de imprevisibilidade
que apresenta certezas	de incertezas
ee conformidade	de inconformidade
e de possibilidade de manutenção do status quo	mudança contínua visando o “aprender a aprender”

Quadro 47 - Paradigmas ambientais – visão estratégica  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Em relação ao paradigma A a dinâmica do processo do planejar estrategicamente concebe:

- O produto do P.E. como documento e não aprendido;
- O P.E. é imposto no modelo *Top to Down*;
- As organizações geralmente constituem comitês para elaborar o P.E.;
- Quem executa/ implementa as estratégias não sabe o por quê.;
- Há dificuldade de assegurar o comprometimento das pessoas na implementação, monitoração e avaliação das estratégias se as mesmas nunca foram ouvidas;
- O P.E. segue a lógica formal baseado na racionalidade econômica/ instrumental = racionalidade do cálculo utilitário.

Já no paradigma B a dinâmica do processo de planejar exige outro comportamento gerencial, que concebe:

- O processo de elaboração do P.E. e de formulação de estratégias é mais importante do que o seu produto final (documento);
- A valorização da organização pelo processo explicita que a mesma deseja que as pessoas aprendam/ mudem sua forma de pensar (da visão do início, meio e fim), de um pensamento linear/ cartesiano para um pensamento que abarque a complexidade/ totalidade;
- A visão do todo interconectado;
- Da busca do alinhamento estratégico em prol de objetivos comuns;
- Da busca do envolvimento/ comprometimento e da consolidação da gestão compartilhada (ocorre a soma de esforços);
- Por meio da gestão compartilhada – figura 87 – as pessoas procuram definir estratégias/ ações comuns que venham atender os interesses comuns de todos os segmentos interno e externo.

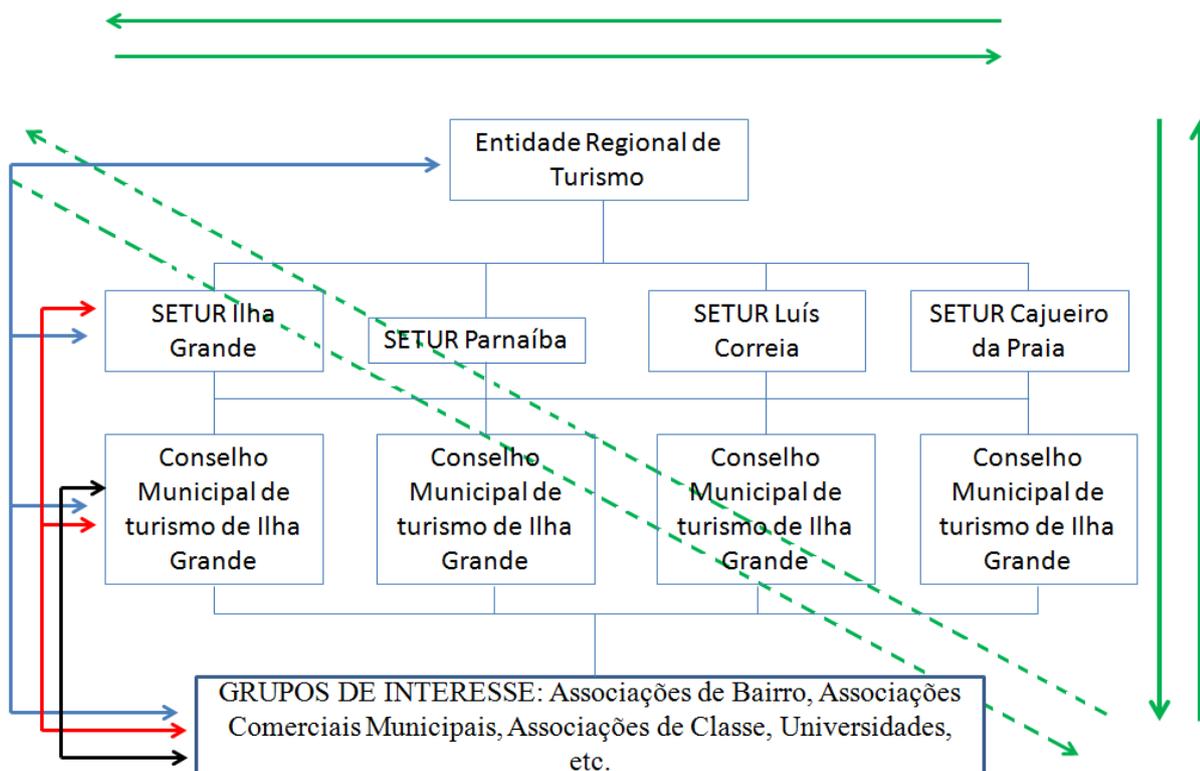


Figura 87 – Gestão compartilhada no P.E. e no turismo da região turística  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

É imperativo aos municípios integrantes do Polo Costa do Delta atentarem-se para a necessidade de estimular nos seus cidadãos as habilidades e competências para organizarem-se em associações, fundamentalmente de bairro, pois, assim compreende-se que a população autóctone/ residente poderá participar mais ativamente do processo de planejar estrategicamente o destino a partir da sua microrrealidade, ou seja, do seu bairro, da sua rua.

Também é relevante congregar as demais formas associativistas no processo e de diferentes setores da sociedade, ampliando o debate e abarcando ao máximo as diferentes correntes de pensamento social, no intuito de proporcionar maior representatividade e comprometimento futuro.

Para ordenar o processo e permitir que todos possam efetivamente participar e serem ouvidos, a entidade regional de turismo precisa implementar um modelo de processo de decisão que contemple um ordem/fluxograma funcional, o compartilhamento de conhecimentos e possibilite a decisão colegiada.

### 9.1.2. Estrutura das Decisões: Operacionais, Administrativas e Estratégicas

Com a compreensão de que dos processos de tomada de decisão provém todo o conjunto de ações e análises que originam a formulação de uma política pública, considerando o contexto da gestão pública do destino turístico, entende-se que a inserção desse processo na estrutura do planejamento estratégico compreende três fases sucessivas: formulação, implementação e avaliação, formando um ciclo que se realimenta.

A política é concebida no âmbito do processo decisório pelos tomadores de decisão, os quais estarão inseridos numa estrutura burocrática governamental, porém, necessariamente para o modelo de desenvolvimento do turismo a uma escala humana, deverá ser de caráter democrático e participativo, impelindo e negando outras estruturas organizacionais que contenham uma ordem autoritária.

Desta forma, o enfoque *bottom up* é o que caracteriza o fluxo de informações e geração de conhecimento no processo de tomada de decisão no modelo de desenvolvimento proposto, pelos seguintes motivos: 1. O enfoque *bottom up* parte da análise das redes de decisões, as quais ocorrem de forma concreta no âmbito do enfrentamento dos atores envolvidos, seja na formulação das políticas públicas, seja no processo de implementação; 2. Parte-se do entendimento de que o controle pleno em todo o processo de elaboração de políticas é difícil e condiciona a implementação. Porque resulta de um processo interativo e conflituoso, suscetível a diversas influências como da estrutura organizacional da entidade gestora e o contexto em que está a ser gestacionado; 3. A implementação é a continuação da formulação.

Portanto, ao modelo proposto concebe-se a formulação, implementação e avaliação de políticas públicas de caráter processual, ou seja, é o resultado de uma sucessão de processos que compreendem o conflito, o consenso e a tolerância.

Sendo assim, o desenho estrutural do processo de tomada de decisão enquadra-se no modelo incremental de Lindblom (1959) – figura 88 –, no qual há elevada capacidade de aprimoramento e adaptação.

Lindblom (1959) propõe que os componentes principais do modelo incremental de tomada de decisão explicitam-se em que:

- a) os distintos problemas, sejam provenientes da sociedade ou do governo, chegam ao processo de decisão, convertendo-se em temas da agenda política;
- b) os atores envolvidos com o processo detêm a capacidade de conceber, formular e descrever os temas da agenda, a qual é objeto da ação governamental;

c) o planejamento envolve não somente a ação futura, mas também os riscos e potencialidades envolvidas, assim como as alternativas, os objetivos e os resultados esperados.

d) a entidade gestora implementa a política formulada;

e) necessita-se de construir métodos específicos de avaliação para a análise das políticas em implementação.

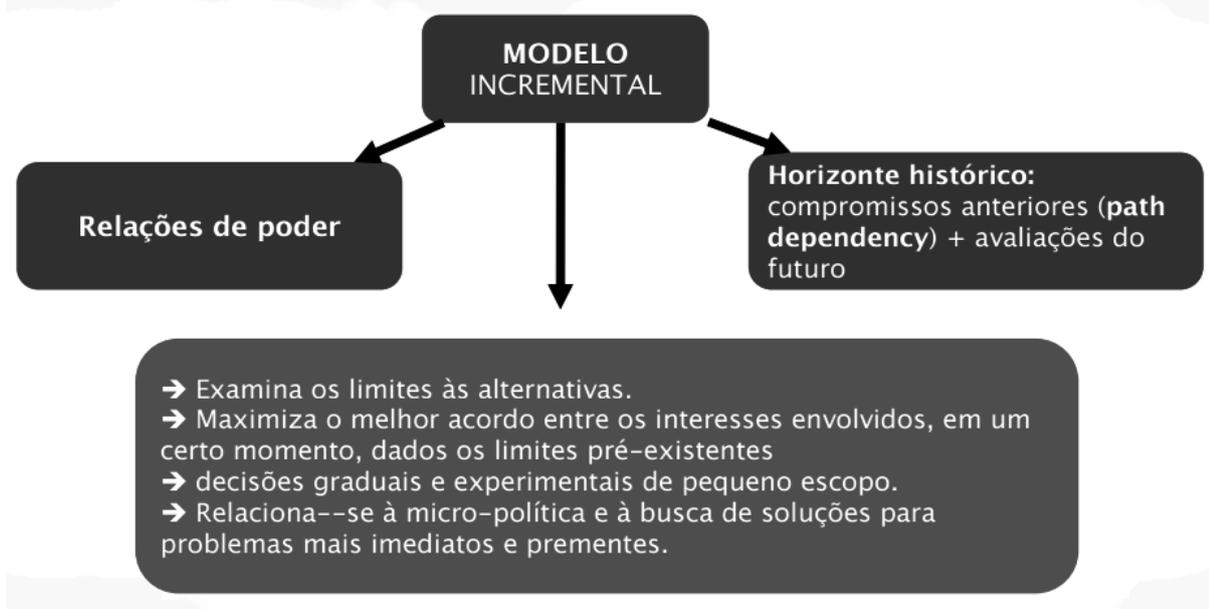


Figura 88 – Modelo Incremental de tomada de decisão  
Fonte: Elaborado pelo autor com base em Lindblom (1959)

Contudo, os principais componentes englobam um conjunto de nove fases inerentes ao processo de elaboração de uma política pública, os quais desenvolvidos pela entidade gestora e os atores envolvidos, as quais são: a escolha de temas para definir a agenda; a filtragem dos temas; o processamento de cada assunto; a prospecção das consequências futuras referente aos temas; a definição de objetivos, resultados e prioridades; a análise de opções e alternativas para os cursos de ação; a avaliação e revisão da política; e a manutenção, sucessão, sobreposição ou encerramento da política adotada.

## 9.2. Planejamento Estratégico do Turismo no Polo Costa do Delta: Uma Proposta

### 9.2.1. Preparação e Organização do Planejamento Estratégico

Alavancar o desenvolvimento do turismo num território com as especificidades do Polo Costa do Delta requererá assentá-lo sobre bases sólidas que abarquem princípios como a inserção social, distribuição de renda, geração de oportunidades, sustentabilidade econômica e

ambiental, valorização da cultura e dos elementos do ambiente social, pressupondo a necessidade de conceber e contemplar a coordenação e o envolvimento de todos os atores partícipes do sistema turístico referente ao território em questão (Figura 89).

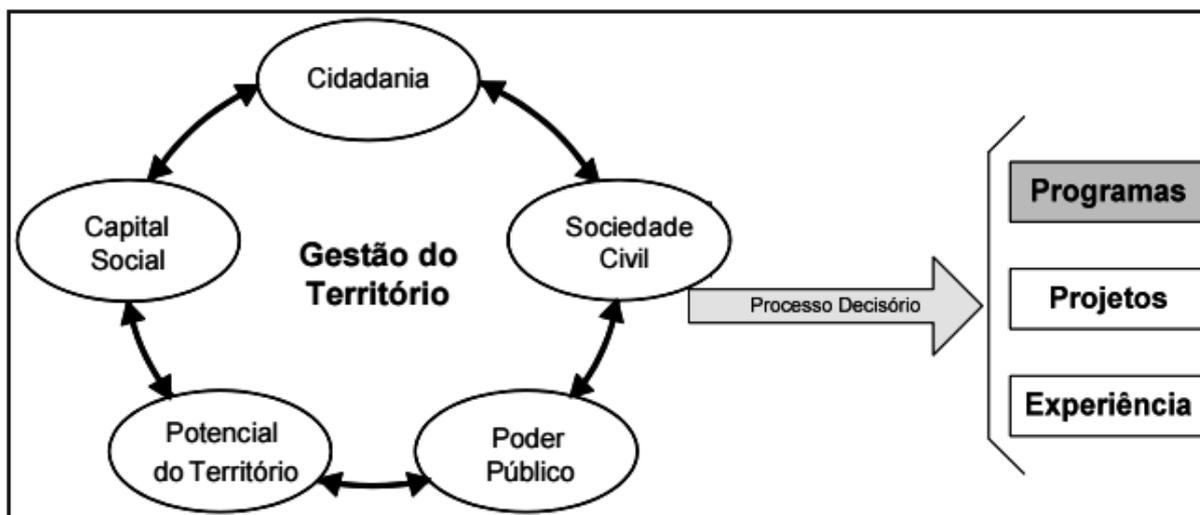


Figura 89 – Dimensões de análise da gestão do território e o processo decisório  
Fonte: Lizuka, Gonçalves-Dias, Aguerre, 2011.

A administração do turismo é a soma de esforços dos atores sociais, sejam os envolvidos diretamente ou aqueles que participam de forma indireta, sendo o Estado o coordenador dos interesses particulares e coletivos, assim como o principal responsável pela iniciativa de elaboração de planos e projetos para o desenvolvimento da atividade turística em determinado território (Jafari, 1987; Cooper et al, 2001), mas o processo de coordenação para a geração de políticas públicas e orientação à sociedade não dispensa, como já referido, a participação dos setores privados interessados e, tão pouco, da comunidade autóctone/residente do território turístico.

As formas de participação da sociedade, de uma maneira geral, são múltiplas e diversas. Sendo assim, desde logo, torna-se relevante demarcar a compreensão de algumas delas, com destaque aos movimentos sociais.

Segundo Gohn (2008), os movimentos sociais devem ser compreendidos como “ações sociais coletivas de carácter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas”. Tais formas, segundo a autora, podem adotar diferentes maneiras de se manifestar, seja pela pressão direta (mobilizações, marchas, passeatas, atos de desobediência civil, negociações, etc) ou pela pressão indireta.

No contexto do modelo de desenvolvimento do turismo à escala humana, o que diferenciaria a organização civil não-governamental dos movimentos sociais se ambos são

oriundos da iniciativa popular? A diferença mora nos seguintes aspectos: os movimentos sociais possuem identidade, têm opositor e articulam ou fundamentam-se em um projeto de vida e de sociedade.

Quem melhor para manifestar as necessidades e desejos da sociedade, senão ela mesma? Organizar-se para apresentar conjuntos de demandas via práticas de pressão/mobilização, de forma pró-ativa, ofertando uma reflexão sobre a própria experiência, faz da valorização dos movimentos sociais uma das estratégias-chave para a captação dos anseios coletivos que, por sua vez, conduzirão a definição de satisfatores adequados na forma de políticas públicas que impulsionarão a geração de oportunidades para satisfazer as demandas explicitadas.

No caso do modelo de desenvolvimento do turismo a escala humana (Seção 8.2), privilegiou-se uma abordagem integrada e que contempla as dinâmicas ambientais do sistema turístico, valendo-se das principais teorias sobre desenvolvimento e planejamento estratégico no turismo. Sendo assim, e em conformidade com as premissas teóricas constantes nos capítulos II, III, IV e V, considera-se os seguintes princípios na construção do modelo conceitual:

- a garantia de formas de crescimento econômico, associadas ao desenvolvimento a uma escala humana, que contemplem a sustentabilidade como valor inerente (Max-Neef, 2012; Ritchie e Crouch, 2003; Gunn, 1994);
- a garantia da participação ampla e irrestrita dos mais variados grupos e atores sociais interessados e/ou partícipes do turismo (Getz, 1987; Gohn, 2008);
- conjugar as necessidades e desejo da população local com os da iniciativa privada, compreendendo as parcerias público-privada, desde que atentado à responsabilidade social (Pearce, 1992; Costa, 2001);
- a garantia de um modelo de planejamento fundamentado na configuração *bottom-up*, promovendo a geração de conhecimento e uso da informação (Choo, 2003; Dowbor, 1989);
- o uso do modelo incremental de tomada de decisão, firmando a configuração *bottom-up* como modelo funcional de comunicação e geração de conhecimento (Choo, 2003; Lindblom, 1959);
- a garantia do planejamento integrado focado na organização social à participação no processo de planejamento e elaboração de políticas públicas (Gunn, 1994; Oliveira, 1988; Heidemann e Salm, 2010);

- garantia de capacitação popular à sensibilização para participação e compartilhamento de conhecimentos, práticas e valores do desenvolvimento do turismo como atividade econômico-social;
- a garantia de um destino turístico com alto índice de felicidade, através da satisfação das necessidades e desejos que geram um elevado bem-estar social.

O modelo de desenvolvimento do turismo ao Polo Costa do Delta congrega três dimensões: a sociopolítica, a físico-territorial e a socioeconômica (figura 90), as quais, quando analisadas em conjunto nas suas inter-relações, indicam a adequação do planejamento estratégico como instrumento orientador das políticas públicas e ações da iniciativa privada.

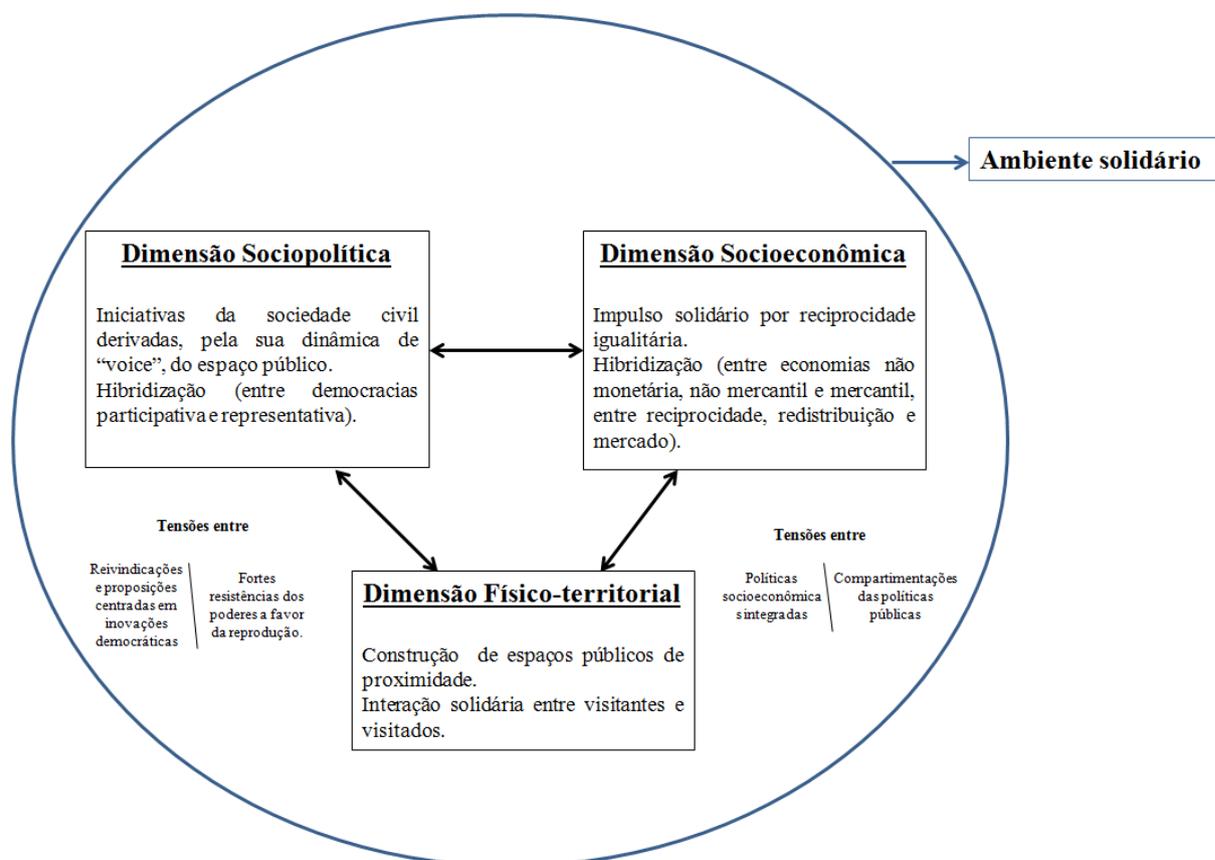


Figura 90 – Dimensões do modelo de desenvolvimento  
Fonte: Elaborado pelo autor (2016) com base em Laville, 2009.

Getz (1987) e Costa (2001, 2006) revelam que o planejamento não deve prescindir da integração de todos os elementos do sistema com o intuito de garantir uma visão partilhada e também definir as responsabilidades em cada fase do processo (figura 91).

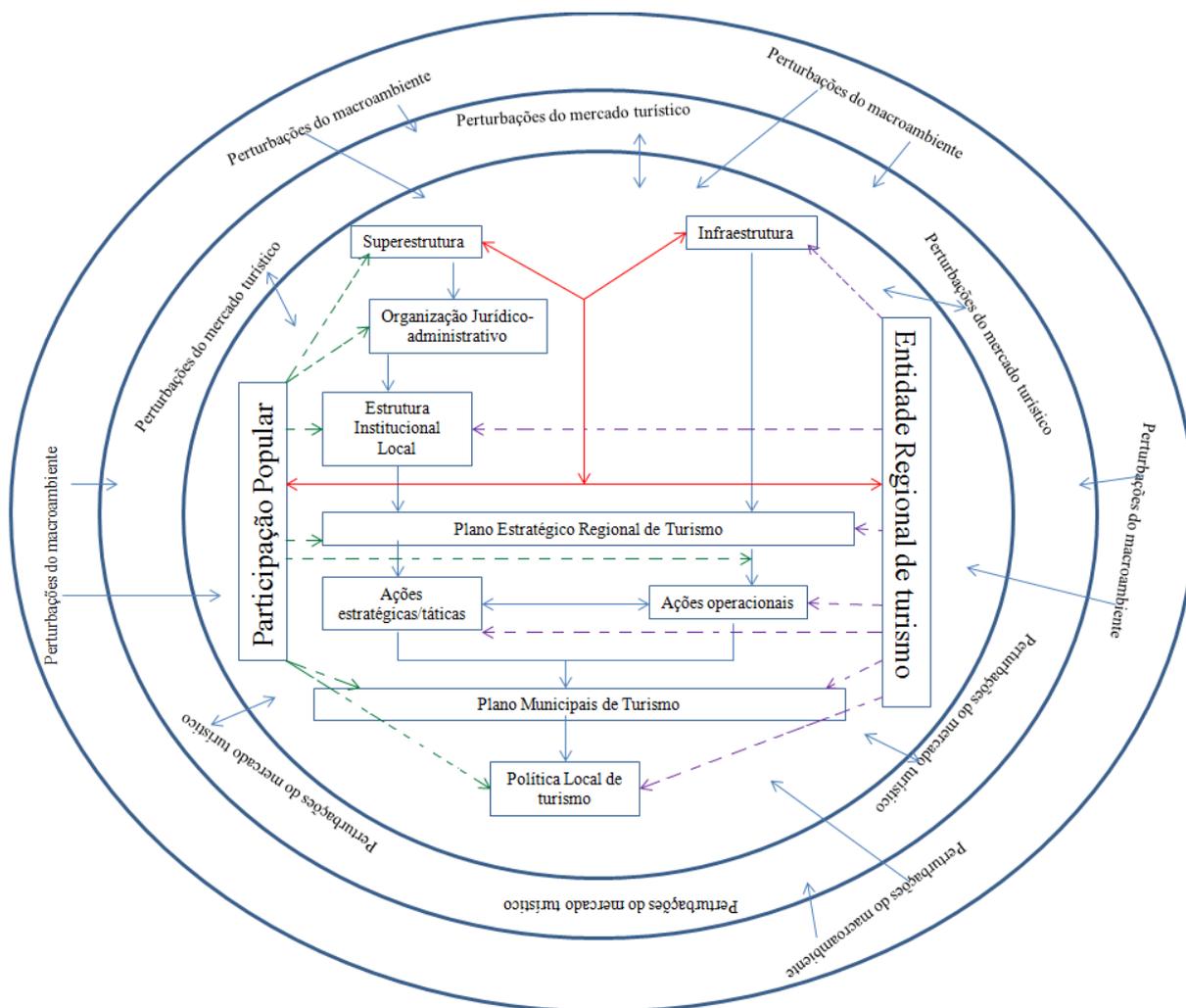


Figura 91 – Modelo funcional – definição de responsabilidades

Fonte: Elaborado pelo autor (2016) com base em Silva (2013), Costa (2015), Nogueira (2010) e Cunha (2013) e Beni (2003).

O caráter da intersetorialidade e interdependência é o primeiro entendimento acerca das relações ambientais no sistema de turismo. Neste modelo de desenvolvimento o ambiente solidário, explicitado nas três dimensões, ameniza o ímpeto competitivo no ambiente interno, proporcionando elementos necessários à cooperação e iniciativas associativistas, sem ignorar o caráter concorrencial existente no ambiente externo. Este modelo é possível nos municípios do Polo Costa do Delta, pois são compostos por comunidades com população pouco numerosa, coesas culturalmente e com forte sentimento de pertença ao lugar, sendo algumas delas formadas por pescadores, catadores de caranguejo, marisqueiras, extrativistas de carnaúba, entre outras.

A figura 91 explicita essas relações ambientais entre os elementos do micro e macroambiente, definindo que os elementos inseridos neste contexto influenciam-se mutuamente, gerando pressões sobre a superestrutura e construindo a compreensão acerca das

infraestruturas necessárias. Porém, para permitir que haja êxito no objetivo de satisfazer as necessidades e desejos, através dos satisfatores implícitos nas políticas públicas, faz-se primário canalizá-las ordenadamente pelo processo de planejamento de caráter estratégico, ou seja, estabelecer meios e formas de se obter a satisfação maximizando as oportunidades e minimizando as ameaças ofertadas pelo dinamismo do ambiente interno e externo.

A definição do papel do turismo no contexto das dinâmicas do ambiente e, conseqüentemente, das políticas públicas fixa-se através da legislação nacional vigente, a qual sobrepõe-se a estadual e municipal. Sendo assim, a Lei Geral do Turismo (Lei nº11.771/2008) apresenta uma série de elementos de regramento para os setores atuantes diretamente no turismo, como hospedagem, agenciamento, organizadores de eventos, transportes turísticos, parques temáticos e acampamentos turísticos, estabelecendo como elo dinamizador com outros setores da economia o programa de financiamento (FUNGETUR) às atividades no turismo reconhecidos pelo Ministério do Turismo como de interesse turístico.

Desta forma, a legislação vigente do turismo constitui-se num conjunto de diretrizes legais orientadoras e ordenadoras de caráter estável, pois tende a manter-se válida por longos períodos, ultrapassando, por vezes, vários governos, além de refletir princípios existentes nos documentos-base da Organização Mundial de Turismo, como o Código Mundial de Ética para o Turismo (OMT, 1999).

O estabelecimento de estratégias passa pelo comprometimento dos atores envolvidos e do equilíbrio entre os anseios da população do destino turístico e o mercado de turismo, ou seja, a busca permanente satisfazer as necessidades e desejos da população, das empresas e prestadores de serviços e os desejos de consumo turístico dos turistas, sempre em consonância com a legislação e documentos oficiais orientadores e de consenso.

Em termos gerais, considerando os aspectos aqui já evidenciados, e com base nos autores pesquisados (OMT, 1985; Mintzberg e Quinn, 1992; Cooper, 2001; Ritchie e Crouch, 2010, Mtur, 2007) o processo de planejamento estratégico do turismo, no contexto do Polo Costa do Delta, deve abarcar oito etapas (Figura 92), as quais são aqui decompostas de forma minuciosa detalhada.



Figura 92 – Etapas do processo de planejamento estratégico do turismo no Polo Costa do Delta  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2016) com base em Oliveira (1988) e Ministério do Turismo (2007)

Desta forma, estabelecem-se as etapas do processo, compreendendo-as da seguinte maneira:

1. **Sensibilização:** sensibilizar não é convencer! Esta é a primeira e uma das mais importantes premissas no processo de planejar estrategicamente, pois sensibilidade significa que alguém está apto a sentir alguma coisa, ou seja, perceber modificações no meio em que se vive, reagindo adequadamente perante elas (Ministério do Turismo, 2007). Porém, para que haja a reação na qualidade que o desafio do P.E. impõe é importante a sensibilização não permaneça no campo individual, mas abranja um contexto coletivo e consensual.

No Polo Costa do Delta todos os municípios, Ilha Grande, Luís Correia, Parnaíba e Cajueiro da Praia, tem qualidades ambientais, culturais, sociais e econômicas que permitem diagnosticar os atrativos de cada um, sendo uns mais facilmente reconhecíveis do que outros, mas ao alcance da sensibilidade de todos residentes e visitantes, mesmo que as vezes nem todas as pessoas consigam perceber a totalidade do potencial à sua volta.

Sendo assim, esta proposta de P.E. define como primeira forma de trabalho a comunicação dinâmica que permita a troca de experiências, a transformação de conhecimento tácito em explícito e, conseqüentemente, a geração de conhecimento entre a população residente, poder público e iniciativa privada, os quais fundamentalmente estarão envolvidos no processo de planejar, implementar, monitorar e avaliar.

Portanto, a sensibilização é a etapa inicial do processo do P.E., e por esta razão é o começo de uma seqüência crescente e espiral de geração e compartilhamento de conhecimento.

No contexto desta proposta, vale ressaltar a importância da estruturação do processo de sensibilização, a qual firma-se na necessidade de explicitar as vantagens do P.E. para o plano individual e coletivo, assim como da participação popular no processo de planejamento. A sensibilização é composta, na visão desta proposta, da seguinte forma: 1º todos têm o direito de entender os conceitos envolvidos no P.E.; 2º todos têm o direito de entender o seu papel no P.E.; 3º todos têm o direito de entender o papel do P.E. na sua atividade; 4º todos tem o direito de se envolver no P.E.; 5º todos tem o direito a ter uma visão global do P.E.; 6º todos devem estar motivados com o P.E.

Cumprindo na plenitude a sensibilização, espera-se obter das pessoas das comunidades a compreensão de que sua organização e participação são fundamentais para o fortalecimento do seu bairro, cidade e região, e de que é possível para cada cidadão ser ouvido, conhecer, valorizar e promover o seu município.

É fulcral o entendimento de que quando “as pessoas estão sensíveis e organizadas em torno de um interesse coletivo, as ações alinhadas a esse interesse, propostas pelos diversos programas do Estado e de outras organizações, tornam-se mais eficientes, e a consequência são os benefícios mais facilmente distribuídos entre todos” (Ministério do Turismo, 2007).

O processo de sensibilização deve ocorrer, preferencialmente, em grupos representativos da sociedade, porém circunscritos aos limites geográficos dos bairros, como associações de moradores, clubes recreativos, entre outros, em eventos organizados seja na forma de oficinas, reuniões, seminários, palestras, dentre outras, para, a partir daí integrar esferas organizacionais de maior abrangência, como os conselhos municipais.

**2. Mobilização:** A mobilização resulta da condição de elementos do ambiente social que propiciam a coesão, como o sentimento de pertença e interesses comuns. A sua origem também pode ser compreendida como proveniente do amadurecimento social, o qual provoca nos diferentes segmentos da sociedade ações mais conscientes, gerando o protagonismo necessário na condução do processo de planejamento e, por consequência, de desenvolvimento. Desta forma, o ato de mobilizar é um instrumento imperativo ao êxito do modelo de desenvolvimento turístico e, também, da eficiência e eficácia da implementação do planejamento estratégico.

Toro e Werneck (2004) enfatizam que o ato de mobilizar convoca vontades dos grupos sociais para atuarem na busca de um benefício comum, considerando uma perspectiva de compartilhamento.

Pretensiosamente, nesta proposta, mobilizar fixa-se em provocar os diferentes atores envolvidos direta e indiretamente no planejamento e desenvolvimento do turismo no Polo Costa do Delta, ou seja, reunir o poder público (prefeituras e secretarias municipais, governo do estado e secretarias estaduais), iniciativa privada, sociedade civil e instituições de ensino para debater os problemas em comum e propor soluções que gerem o maior benefício à coletividade.

Segundo o Ministério do Turismo (2007), por meio da mobilização é possível estabelecer mecanismos de fortalecimento institucional, seja da iniciativa privada ou da sociedade. Porém, para o Ministério do Turismo, é necessário focar-se nos benefícios oriundos do turismo, desde que estejam centrados nas populações locais e nos “resultados a serem percebidos em nível regional”. Os indicadores dos resultados são: 1. O aumento da produção nos setores responsáveis pela economia do município e região; 2. Crescimento econômico; 3. Distribuição equitativa de todos os benefícios; 4. Ampliação de postos de trabalho e novas oportunidades; 5. Distribuição de renda; 6. Realização de práticas turísticas respeitáveis social e ambientalmente e mais eficientes economicamente; 7. Melhoria na qualidade de vida da população residente.

Para que se inicie o processo de mobilização é fundamental que o de sensibilização esteja concluído, pois desta forma prevê-se que os diferentes grupos de interesse e a população em geral estejam cientes do contexto do turismo no município e região, além de predispostos à participação.

Sendo assim, estrutura-se a mobilização no planejamento estratégico do turismo do Polo Costa do Delta através de três etapas:

1º- A coletivização: nesta etapa busca-se evidenciar a pluralidade das atividades e campos de atuação, tornando explícito a todos que aquilo que uma pessoa faz, outras mais também o faz com mesmo propósito e sentido. Isto, quando internalizado, trará a compreensão da importância das atitudes e atos individuais e seus efeitos no ambiente social. Portanto, a coletividade passa a ser calcada no compartilhamento de experiências que geram interação e reconhecimento.

2º- Compartilhamento de informações e geração de conhecimento: A geração do conhecimento não pode ser compreendida apenas como a conquista do saber, pois adota-se aqui uma visão mais ampla do conhecimento. Entende-se que o conhecimento é dinâmico e originando-se de um processo contínuo de construção social e ação coletiva, incorporados nas tarefas individuais e coletivas e nas relações sociais. Segundo Choo (2003, p.351) o

conhecimento num ambiente organizacional “combina sentir, conhecer e fazer em ciclos contínuos de interpretação, inovação e ação”.

Portanto, a coletivização da informação para a geração do conhecimento deve atender a lógica espiral abrangendo a socialização, a externalização, a combinação e a internalização (Figura 93).

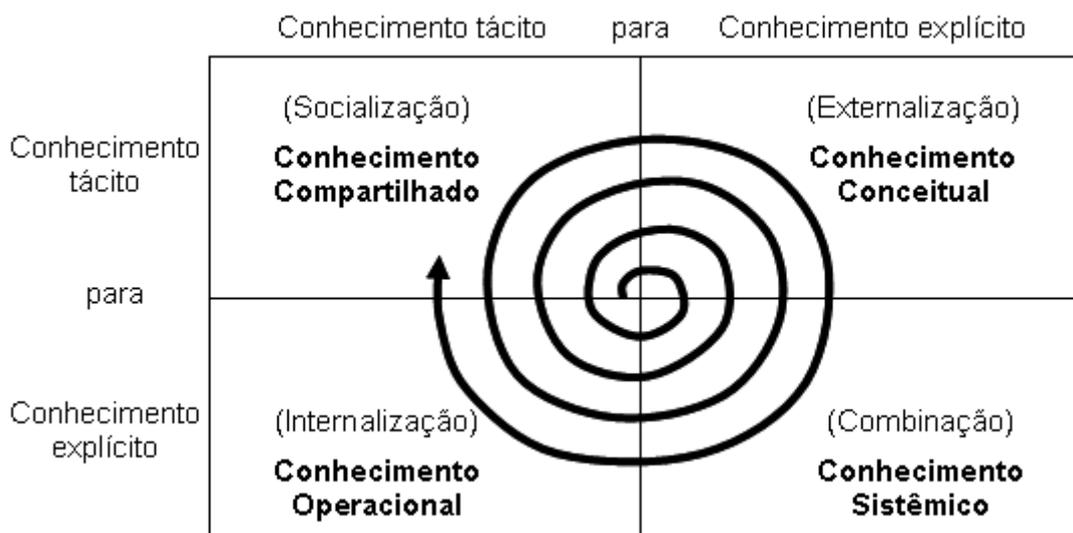


Figura 93 – Espiral do conhecimento de Nonaka e Takeuchi (1997)  
Fonte: Nonaka e Takeuchi, 1997.

3º- Inserção e explicitação de processos participativos: garantir aos partícipes do processo de planejar, que estejam sensibilizados e mobilizados, a participação, e evidenciar-lhes as formas de fazê-la, tenderá a funcionar para fortalecer a cidadania e a legitimação político-administrativa do P.E. Sendo assim, é primário explicitar como valor de participação a democracia; apresenta-la e exercê-la como um direito de todos; e dependência do desenvolvimento social para com ela.

Compreende-se que, no contexto do processo de planejamento estratégico do turismo, os processos participativos podem apresentar-se na forma de assembleias das associações de bairros, das associações de classe, dos movimentos sociais, dos conselhos municipais de turismo, da entidade regional de turismo, entre outros.

**3. Audiências Públicas:** As audiências públicas são encontros realizados nas comunidades com ampla e livre participação popular, no intuito de ouvir da população as

demandas da sociedade pertinentes a diversos contextos e, em conjunto registrar as opiniões e sugestões de solução às questões evidenciadas.

Este tipo de encontro do gerador do motivo da reunião com os interessados em discutir-lo existe para que haja a possibilidade democrática da ampla participação popular, promovendo o exercício da cidadania através do compartilhamento de experiências, informações e conhecimentos quando uma determinada decisão tende a afetar a coletividade.

Para o Instituto Pólis (2005) as audiências públicas podem ocorrer durante quaisquer processos de elaboração e aprovação de leis, projetos e políticas públicas, ou ainda para prestação de contas, tanto por parte do poder público quanto da iniciativa privada. De acordo com a Constituição Federal do Brasil (1988), o poder executivo deve realizar audiências públicas durante o planejamento municipal e na formulação de políticas públicas.

Em qualquer momento, a população pode encaminhar solicitação aos seus representantes a realização de audiências públicas para debater assuntos pertinentes ao ambiente social municipal, como a resolução de conflitos.

Porém, esta iniciativa de participação popular nas decisões relevantes no âmbito do município pode ser invalidada caso a parte responsável pela convocação não garanta a efetiva e ampla participação da população. Sendo assim, algumas situações tendem à anulação, como: a falta de divulgação prévia e em tempo razoável das informações sobre o tema a ser debatido; a escolha de um local inadequado para a realização da audiência; a falta de acessibilidade; a restrição do número de participantes ou do direito de voz dos participantes de forma a impossibilitar um debate amplo sobre o assunto pré-definido. Para tanto, cabe ao Ministério Público o ato de invalidar uma audiência pública, seja antes ou depois de sua realização (Instituto Pólis, 2005).

**4. Institucionalização da Entidade Regional:** Admite-se que a descentralização das decisões é possível quando o foco da participação popular é o município, pois no momento em que envolve a região, no caso os municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, se faz necessário um ente representativo das necessidades e desejos de cada município e que gere coesão e uma identidade gerencial ao P.E.. Desta forma, considerando os princípios da ampla participação popular, da sustentabilidade ambiental e econômica, da integração no território e da descentralização do poder de decisão, inerentes a proposta de desenvolvimento do turismo a escala humana e o processo de planejamento estratégico do território Polo Costa do Delta, compreende-se relevante o envolvimento dos diversos setores do turismo, tendo cada um representatividade no processo de desenvolver e planejar.

Gandara, Torres e Lefrou (2003) evidenciam que é possível chegar a uma sociedade mais justa valendo-se do turismo como elemento de consecução de uma sociedade equitativamente mais equilibrada, mas ressaltam que para isso “todos os responsáveis pela atividade turística tem, e devem ter, o compromisso de utilizá-la como instrumento para melhorar as condições socioeconômicas de nossa população, ou seja, como instrumento de inclusão social.

Sendo assim, o envolvimento dos diversos grupos de interesse permite que sejam promovidas ações de transformação no ambiente socioeconômico, objetivando a implementação e futura ampliação de um turismo mais justo socialmente e focado no ser humano.

Portanto, quando considerado o planejamento em nível regional, aqui abarcando os municípios do Polo Costa do Delta, é fundamental o estabelecimento e o fortalecimento de parcerias entre os atores sociais envolvidos, sejam eles de caráter público ou privado. Para isto, prevê-se a criação de uma entidade regional de turismo que congregue os diferentes partícipes do turismo, reconhecendo-se e fortalecendo-se a organização gerida de maneira compartilhada pelo poder público, iniciativa privada e sociedade civil (Ministério do Turismo, 2007).

Esta organização de caráter participativo e regional, além de coordenadora do processo de planejar estrategicamente, poderá desempenhar o papel de fomentadora do desenvolvimento regional e de instância de governança ao turismo do território.

**5. Definição do sistema de comunicação:** Garantir a ampla participação e a qualidade na coordenação do processo de planejamento estratégico do turismo no Polo Costa do Delta requererá um sistema de comunicação que possibilite a afirmação da estrutura organizacional definida (Figura 91 – Modelo Funcional – definição de responsabilidades e Figura 87 – Gestão Compartilhada do P.E.).

Os fluxos de informação afetam o ambiente competitivo e, mesmo na perspectiva colaborativa deste modelo de construção do P.E., definem a dinâmica e a eficiência e eficácia das decisões (Porter, 1996). Neste sentido, compreende-se que a informação é elemento fundamental para a prosperidade do plano estratégico, do desenvolvimento turístico regional e para a geração e compartilhamento de conhecimentos. Gonçalves e Filho (1995) evidenciam a informação como recurso que permite o alinhamento estratégico através de fluxos de comunicação entre os ambientes do sistema. Na mesma sintonia Gândara (2003) define que, em virtude da quantidade dos fluxos de informação que acontece no turismo, é fundamental

que haja algum esforço para imprimir qualidade na gestão através da adoção de novas tecnologias que permitam uma melhor coordenação entre eles, proporcionando o desenvolvimento de produtos turísticos de qualidade.

Sendo assim, estabelece-se que, para este processo de construção do P.E., o fluxo de dados e informações para a geração de conhecimento deve atender a estrutura funcional, ou seja, necessariamente deve ser ascendente (bottom-up), descendente (top-to-down) e transversal (que promova a horizontalização das relações) – ver Figura 95 (gestão compartilhada) –, pois, desta forma, obter-se-á uma estrutura organizacional mais flexível sem perder a facilidade coordenação, monitorização e avaliação.

**6. Elaboração do Planejamento Estratégico:** Com o objetivo de desenvolver o turismo do território Polo Costa do Delta de forma eficiente e em benefício da coletividade, a participação popular é vital para o êxito da implementação do planejado. E, como já explicitado, a estrutura administrativa deve atentar ao caráter da descentralização do poder e democratização do acesso à participação. Para tanto, considera-se ao processo de planejar os seguintes e fundamentais elementos: a) o ser humano e seu habitat (dimensão socioambiental); b) o potencial turístico (espaço adaptado e natural); c) Vocação/Características do turismo local; d) as demandas turísticas (desejos e motivações de deslocações) – ver Figura 98 (Dimensões do modelo de desenvolvimento).

Jara (1996) afirma que “além da preocupação com o desenvolvimento local, há necessidade de que o desenvolvimento deva ser sustentável, e a visão sustentável é, necessariamente, uma visão ética, um compromisso com o futuro, um compromisso intergeracional e intrageracional”.

Portanto, estabelece-se como estrutura funcional e relevante aos objetivos de desenvolvimento à escala humana do turismo as seguintes fases do P.E. (figura 94):

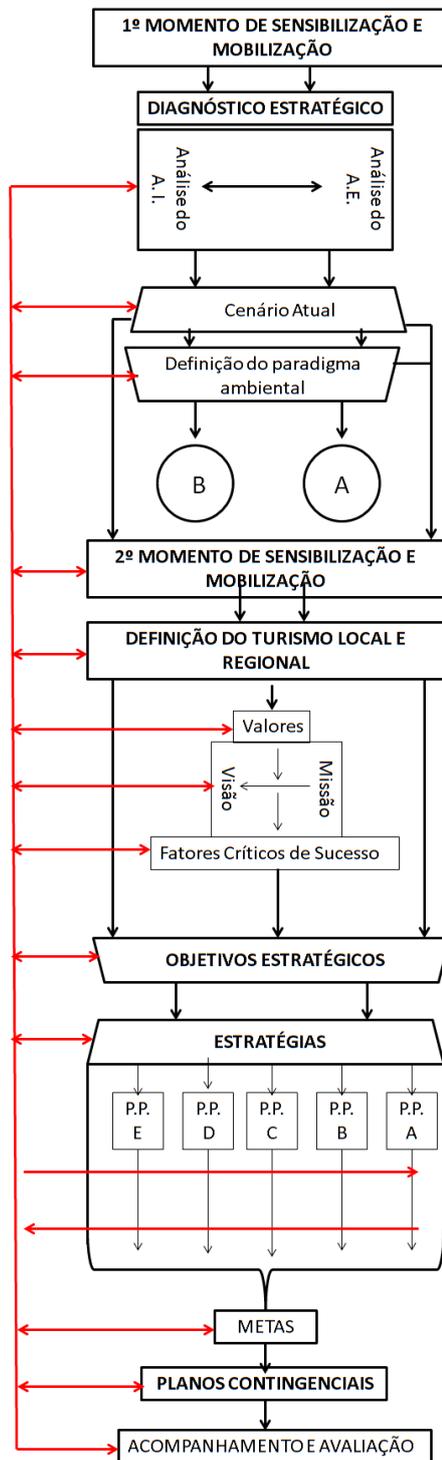


Figura 94 – Fase do Planejamento Estratégico do Turismo  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2016) com base em Oliveira (2006), Gunn (1994) e Hall (2001)

**Fase 1: Sensibilização e mobilização:**

O processo de sensibilização ao planejamento estratégico do turismo, como já descrito anteriormente (Figura 92, p.374), deve evidenciar ao público-alvo os objetivos do P.E., esclarecer sobre as formas de participação e integração dos diferentes atores ao longo da

elaboração do P.E., informar dos princípios basilares do planejamento em turismo em referência a sustentabilidade e o caráter da descentralização do poder decisivo.

Os atos de sensibilizar e mobilizar devem ocorrer em pelo menos dois momentos do processo de elaboração do planejamento estratégico. O primeiro momento é inicial, pois despertará nas pessoas o senso de responsabilidade comunitária e formará a coesão de grupo pelos interesses comuns à causa do desenvolvimento do turismo. E o segundo momento surge como a reafirmação dos princípios inerentes ao desenvolvimento desejado, reagrupando os atores envolvidos para as fases decisivas do planejamento estratégico, reforçando o caráter do planejamento participativo.

## Fase 2: Diagnóstico Estratégico Situacional

O diagnóstico é, usualmente, a primeira fase da elaboração do planejamento estratégico, pois a partir da realidade verificada que se é possível estipular os caminhos necessários e os cenários futuros a cada um deles. Sendo assim, precede as demais fases e servindo de alicerce para o desenvolvimento do planejamento.

Portanto, observando Tedesco (2008, p.43), que o diagnóstico adequado deve formar uma base comum de observações que “tornem menos frequentes as interpretações subjetivas e buscar um processo de análise participativo com as pessoas que devem decidir ou que serão afetadas pelo processo de planejamento”.

No entanto, o diagnóstico estratégico no planejamento do turismo, para a proposta desta tese, estrutura-se na análise de dois ambientes, com referência ao destino turístico, o interno e o externo. No ambiente interno busca-se verificar dados e informações sobre a dinâmica econômica geral e do turismo no território em questão, a estrutura e condicionantes do ambiente social, o desenho político-administrativo, a inovação e uso de tecnologias, recursos naturais e sustentabilidade, aspectos legais do território, infraestruturas básica e turística e a relação com os demais elementos e variáveis do ambiente interno (Figura 95).

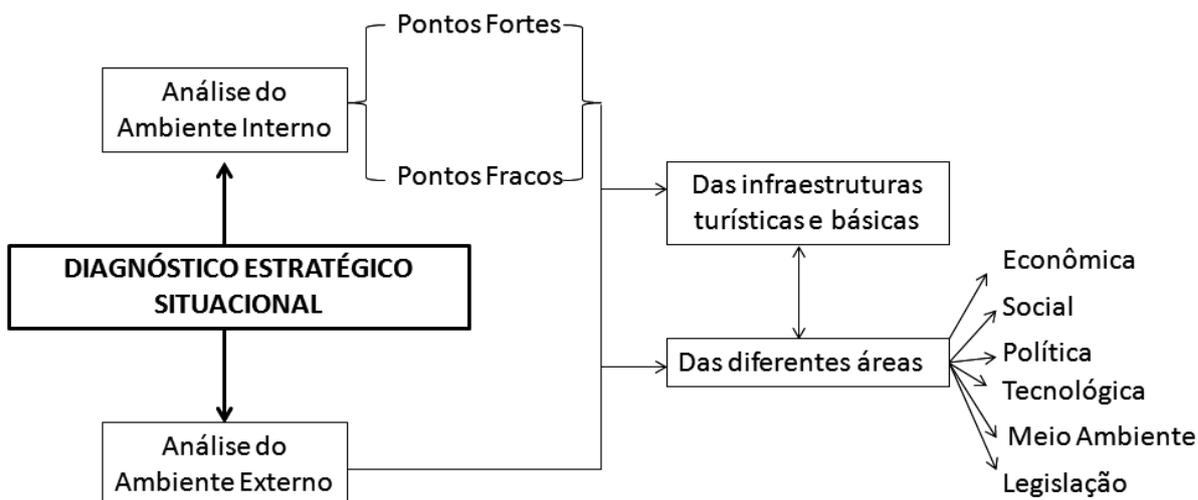


Figura 95 – Diagnóstico Estratégico Situacional  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

O diagnóstico estratégico situacional do turismo no Polo Costa do Delta deverá subsidiar as duas próximas fases do planejamento, a definição da base paradigmática a partir da análise PEST-AL e a sensibilização.

### Fase 3: Definição da base paradigmática

Nesta fase, com base no diagnóstico estratégico, estrutura-se a percepção da dinâmica ambiental entre o microambiente e o macroambiente do sistema turístico do território/ destino turístico, definindo as influências e as características ambientais. É desta forma que verifica-se a competitividade existente e a frequência e ritmo de mudanças que a interação entre os dois níveis de ambiente promovem e impõem.

Calcado na definição da base paradigmática, escolher-se-á o processo de planejamento, como explicitado na página 364 (quadro 47 – paradigmas ambientais).

### Fase 4: Sensibilização e mobilização (2º momento)

### Fase 5: Definição do turismo local e regional

Deve ser definido a luz dos recursos para o turismo existentes, benefícios proporcionados e serviços ofertados pelo território/ destino turístico, explicitando os tipos de turismo.

#### Fase 6: Definição dos valores do destino

Esta fase é constituída pela percepção, compreensão e ato de elencar o conjunto de argumentos racionais e emocionais, além dos valores intrínsecos a vida social, que descrevem, caracterizam e expressam o território/ destino turístico. A síntese desses valores influencia, numa fase posterior, na construção da identidade territorial turística através de uma marca (figura 96). Portanto, a partir do posicionamento desejado no mercado turístico propõe-se uma mensagem que reflita o conjunto de valores atuais e aqueles a serem desenvolvidos no futuro com base na expectativa de interação entre visitantes e visitados.

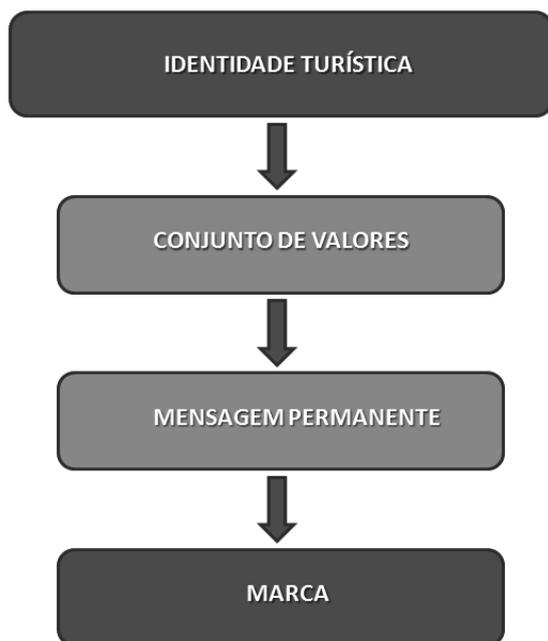


Figura 96 – Construção da identidade turística  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

#### Fase 7: Definição da missão

Nesta fase define-se a razão de ser do território e destino em relação ao turismo regional, nacional e internacional, observando as seguintes questões que roteirizam o processo de definição: o que deve fazer, para que deve fazer, para quem deve fazer, como deve fazer, onde deve fazer e qual a responsabilidade social que tem.

#### Fase 8: Definição da visão

O destino deve demonstrar qual é o estado desejado perante o turismo regional, nacional e internacional. Para formular essa visão de futuro, sustenta-se no diagnóstico estratégico situacional do turismo. Ex.: Ser o destino líder do turismo brasileiro sustentável e uma referência internacional (Plano Catarina 2020, 2010).

## Fase 9: Fatores Críticos de Sucesso

O Polo Costa do Delta, como já evidenciado (Capítulo VII), detém um conjunto de atributos, sendo a maioria calcada no vigor dos recursos naturais locais, que podem unificar turisticamente o território, fazendo da conjugação dos quatro municípios um destino turístico competitivo e que proporcione uma experiência integrada aos turistas.

As atenções do gestor em turismo, seja na caracterização do destino ou na análise do grau de competitividade, segundo Buhalis (2000), devem estender-se à seis variáveis: as atrações (sejam espaços naturais, naturais adaptados ou turísticos – Boullón, 2006); acessibilidade (sistema de transporte, considerando a infraestrutura viária); Serviços (hospedagem e restauração, instalações turísticas, eventos, entre outros); pacotes disponíveis (elaborados pelas empresas de turismo e gestores dos destinos); atividades (todas as atividades disponíveis para o consumo turístico); e serviços auxiliares (que podem ser utilizados pelos turistas, como: bancos, correios, hospitais, etc.).

Buhalis (2000) apenas dá uma diretriz sugerindo alguns elementos gerais ao gerenciamento de um destino turístico, pois aceita-se que são diversos e, geralmente, as responsabilidades gerenciais fixam-se em entidades do setor público ou privado.

Detectar os elementos e variáveis que potencializam o turismo no Polo Costa do Delta não apresenta-se como uma tarefa fácil, devido a diversidade existente no ambiente natural e as transformações sociais dos últimos quinze anos no território. Porém, faz-se vital ao desenvolvimento do planejamento estratégico identificar quais fatores são inerentes ao alcance dos objetivos estratégicos, caracterizando-se como críticos ao desejo de êxito do plano.

Os fatores críticos de sucesso sintetizam as capacidades de um destino para executar as estratégias delineadas e, por consequência, de desenvolver-se. Baker e Cameron (2008, citado por Flores e Flores, 2015) expuseram um conjunto de trinta e três fatores de sucesso, sendo agrupados em quatro etapas que integram o desenvolvimento da marca do destino turístico: orientação estratégica, identidade e imagem de destino, participação dos grupos sociais interessados (*stakeholders*), e implementação, monitoramento e avaliação (Quadro 48).

Orientação Estratégica	Identidade e imagem de destino
1. Estatísticas de visitação incluem os principais mercados do destino	16. A necessidade de desenvolver a identidade da marca é reconhecida
2. O principal competidor é identificado	17. Associações de marca são identificadas
3 Tendências do turismo são identificadas	18 . A necessidade para o desenvolvimento de

<p>4. A orientação de longo prazo é adotada</p> <p>5. A competitividade internacional é reconhecida</p> <p>6. Destaca a necessidade de melhorias de infraestrutura</p> <p>7. Reconhece a necessidade de integração com os planos turísticos nacionais/regionais</p> <p>8. Considera as atitudes dos moradores para o turismo</p> <p>9. Considera a cultura local, valores e estilos de vida</p> <p>10. Riqueza e criação de emprego e qualidade de vida para os residentes são objetivos primários</p> <p>11. A questão da superlotação é abordada</p> <p>12. Os problemas ambientais são abordados</p> <p>13. A questão da sazonalidade é considerada</p> <p>14. O benefício do turismo para o destino é quantificado</p> <p>15. Cenários são desenvolvidos</p>	<p>imagem é reconhecida</p> <p>19. O posicionamento é discutido</p> <p>20. A necessidade de coordenação de material promocional da indústria é reconhecida</p> <p>21. As promessas feitas nas comunicações de marketing reconhecidas e garantidas aos visitantes</p> <p>22. Novas e inovadoras formas de canais de comunicação são abordados</p> <p>23. A necessidade de melhorar a marca e reconhecimento da marca é reconhecida</p> <p>24. A importância das experiências para os turistas, em oposição às proposições tangíveis é reconhecida</p>
<b>Participação dos Stakeholders</b>	<b>Implementação, monitoramento e avaliação</b>
<p>25. As agências nacionais do governo estão envolvidas no planejamento</p> <p>26. Agências governamentais locais estavam envolvidas no planejamento</p> <p>27. O escritório de Turismo / área turística estava envolvida no planejamento</p> <p>28. Os moradores locais foram envolvidos no planejamento</p> <p>29. As empresas locais estavam envolvidas no planejamento</p> <p>30. A necessidade de melhorar a comunicação entre os stakeholders (público, privado e residentes) é reconhecida</p> <p>31. Liderança é dirigida para dar maior orientação para os interessados.</p>	<p>32. A escala de tempo para cada tarefa está incluída</p> <p>33. A necessidade de monitoramento e avaliação é estabelecida</p>

Quadro 48 – Fatores críticos de sucesso  
Fonte: Baker e Cameron, 2008 (citado por Flores e Flores, 2015)

#### Fase 10: Definição dos objetivos estratégicos

Os objetivos estratégicos não se resumem aos alvos imaginados ou externados pelos gestores, mas são desígnios premeditados que abarcam o território como um todo, os quais referem-se a posição desejada no mercado turístico ao longo do tempo e, assim, tentam antecipar-se as influências do ambiente interno e externo, adaptando-se quando necessário para atender as exigências do ambiente em mudança.

Neste contexto, entende-se que há, fundamentalmente, dois elementos que se fazem presentes na construção dos objetivos: o elemento psicológico (abarca os valores, atitudes, desejos e necessidades individuais e coletivas, entre outros) e os recursos (técnico, financeiro, tecnológico, etc.).

A formulação de objetivos ao desenvolvimento do turismo, nesta proposta, sustenta-se na delimitação e análise de problemas provenientes da fase do diagnóstico estratégico, ou seja, os desafios inerentes ao ambiente dinâmico e competitivo do turismo que merecem atenção, pois tenderão a influenciar o destino turístico positivamente ou negativamente num determinado intervalo de tempo. Para tanto, tem-se como referência as necessidades da população autóctone/ residente e turistas, além dos anseios do mercado e suas variáveis ambientais.

Portanto, a definição dos objetivos deve atender ao conjunto de satisfatores delimitados e compreendidos como fatores críticos à satisfação das necessidades e desejos da população autóctone/ residente, tendo como horizonte a geração de oportunidades na oferta e na demanda turística do território (ver figura 84, página 351 – dinâmica dos elementos e variáveis perturbadoras), assim como potencializar os aspectos positivos do território e minimizar os negativos, contribuindo para o equilíbrio do processo input-output entre os ambientes interno e externo.

Oliveira (2006) define que os objetivos estratégicos expressam os resultados que se deseja, considerando a situação atual e a futura almejada, os responsáveis pela realização, os prazos para realização e os critérios e parâmetros de medição, encaminhando, desta forma, os eixos prioritários à elaboração das políticas públicas necessárias.

É a partir dos objetivos estratégicos que passam a ficar mais evidentes as políticas públicas necessárias ao atendimento das necessidades e desejos da população autóctone/ residente, da iniciativa privada, dos turistas e do poder público, as quais expressam-se com mais vigor nas estratégias.

#### Fase 11: Definição das estratégias

Depois de definidos os objetivos estratégicos torna-se vital perceber e delimitar como se quer e como fazer para chegar a eles, explicitando as linhas de ação e intervenção. As escolhas devem prever qual será o impacto sobre os problemas percebidos na fase anterior, ou seja, quais os fatores que causam os problemas e que impossibilitam o surgimento de novas oportunidades ao território.

Lira e Escudero (2012) ressaltam que as estratégias classificam-se por tipo (Quadro 49), sendo definidas em nível local, auxiliando na visualização de quais os enfoques ou as formas de intervenção em que se materializa o planejamento local.

<b>Estratégias</b>	<b>Definição</b>
De complementaridade	“são aquelas que fazem o esforço em concentrar a ação em alguns elementos que podem impulsionar o processo de desenvolvimento, por exemplo, mediante a complementação entre atores, produtos, municípios, etc”
De consolidação	“São aquelas estratégias que procuram ampliar a cobertura, acesso ou melhorar a qualidade dos serviços, principalmente de fatores que já estão presentes no território. Por exemplo, a melhoria na qualidade da educação em um povoado”.
De diversificação	“São aquelas que criam novos elementos, condições ou fatores diferentes aos existentes na atualidade. Por exemplo, povoados que dispõem de escola básica e que desejam dispor também de uma escola com educação técnica”.
De recuperação e/ou revalorização	“São estratégias que se definem para zonas ou territórios com recursos em esgotamento, e que pretendem usar o capital existente para gerar novos produtos e/ou serviços. Também são denominadas em alguns casos, estratégias de reconversão, quando os recursos já se esgotaram”.
De reequilíbrio	São estratégias que procuram incorporar população em zonas deterioradas, por exemplo, reduzindo as disparidades entre povoados.
De atração	São aquelas que tem como finalidade a chegada de novas empresas, ou de população. Os exemplos clássicos destas modalidades são as estratégias de atração de investimentos.
De integração	São as que pretendem desenvolver elementos que acelerem a integração da comunidade, favorecendo vínculos e colaborações entre os agentes ou setores presentes, que se encontram dispersos física ou socialmente.

Quadro 49 – Tipos de estratégia  
Fonte: Lira e Escudero (2012, p.67)

Já Mintzberg (1992) e Miles e Snow (2003) apresentam a percepção de estratégia como a forma escolhida para influenciar e/ou aprender com as influências provenientes dos elementos e variáveis do ambiente externo ao território, definindo que a estratégia pode ser: a) vista como um plano (conjunto de diretrizes); b) como um padrão (constância em comportamento, seja ou não pretendida), c) como uma posição (um meio de posicionar o

território no ambiente competitivo), d) como uma perspectiva (consiste não apenas de uma posição escolhida, mas de um meio arraigado de perceber o mundo), e) como um conceito definido pela cultura da organização social, f) como defesa (adotada por destinos turísticos que possuem domínio definidos de produto/mercado, que buscam a manutenção ou defesa da ação dos concorrentes), g) como prospecção (é adotada por destinos turísticos que buscam novas oportunidades de mercado e reagir com respostas potenciais às tendências emergentes), h) de caráter analítico (adotada por destinos que procuram garantir o domínio atual e, ao mesmo tempo, queiram explorar novas oportunidades) e i) como reação (de caráter instável, a estratégia reativa não possui capacidade de integração, pois é adotada de maneira temporária, de forma tardia perante a concorrência).

Há que se esclarecer que a formulação de estratégias sustenta-se na análise estratégica, ou seja, com base no diagnóstico e na detecção dos problemas, oriundos da interação entre os ambientes interno e externo, transforma-se o conteúdo analisado em propostas definidas.

Indica-se para esta fase, no que tange o modelo para o Polo Costa do Delta, que as estratégias sejam formuladas atentando para as potencialidades para aproveitar as oportunidades e fortalecer o destino; para procura da superação das fraquezas, gerando oportunidades; para os riscos e perturbações do macro e microambiente, no intuito de superar as ameaças existentes; para as limitações do território, objetivando neutralizar as ameaças apesar das fraquezas.

#### Fase 12: Definição das metas

As metas são frações das estratégias definidas, ou seja, são o passo-a-passo para se chegar ao objetivo almejado. Desta forma, são definidas em termos quantitativos e com prazo determinado. Em alguns casos utilizam-se indicadores para explicitar quantitativamente o estado futuro desejado.

Pode-se, observando as estratégias definidas e políticas oriundas, determinar nas metas não só o estado futuro desejado, mas, também, indicar quem irá realizar cada uma, como será realizado, quando e quanto possivelmente custarão.

Barbosa e Brondani (2005) explicam que as metas são necessárias ao cumprimento da estratégia e, conseqüentemente, da missão, mantendo-se alinhado com a visão definida para o contexto do resultado da implementação do plano.

### Fase 13: Planos contingenciais

Os planos contingenciais têm caráter preventivo, preditivo e reativo, apresentando características estratégicas e de operação, as quais auxiliam no controle das situações emergenciais, minimizando os impactos negativos. Portanto, deve-se propor uma série de procedimentos alternativos às estratégias definidas, considerando a alteração dos cenários esperados, os quais subsidiaram a formulação das estratégias.

Desta forma, objetiva-se garantir o alcance dos objetivos estratégicos reorientando, se necessário, as estratégias adotadas para satisfazer o novo cenário. Porém, o plano de contingência deve atentar para quatro etapas básicas: a avaliação, a planificação, a viabilidade e a execução.

### Fase 14: Implementação

Findadas as etapas anteriores, as quais definem o modo de atuação do território/destino turístico no contexto da dinâmica do ambiente competitivo em que está inserido, chega o momento de pôr em prática o planejado, na perspectiva dos cenários definidos.

O planejamento estratégico não se limita as aspirações turísticas do território, mas abarca, também, a forma de transformar o futuro desejado em ações no presente, através do processo de implementação do plano (Oliveira, 2012).

No caso do modelo proposto, a responsabilidade pela implementação do plano é da entidade regional de turismo, pois concebe-se que a mesma congrega os diferentes grupos de interesse e as forças sociais e econômicas necessárias. No entanto, com a possibilidade do processo de implementação encontrar barreiras oriundas dos ambientes interno e externo ao território, faz-se relevante atentar para o fato de que a execução somente no sentido tático do planejamento não é suficiente para garantir o êxito, pois a execução insere-se no contexto dinâmico e mutável do ambiente e, assim, merece estar inserida na compreensão sistêmica que delimita a percepção do planejado.

Para Ritchie e Crouch (2010) a implementação das estratégias explicita a construção de uma vantagem competitiva, de forma consciente e coordenada. Sendo assim, a execução das estratégias e o êxito da implementação são definidos pelo grau de alinhamento entre a estrutura e cultura organizacional da entidade regional de turismo, entre os processos, os sistemas de trabalho, o modelo de comunicação (sistema de informação), além do comprometimento dos envolvidos (população, iniciativa privada e poder público).

## Fase 15: Acompanhamento e avaliação

Monitorar e avaliar são processos com atividades que determinam o cumprimento do planejado pelos atores envolvidos e pelo próprio território no seu desenvolvimento, quantificando e qualificando a obtenção e o uso dos recursos de maneira eficaz e eficiente, de forma a atingir os objetivos e, se caso há alguma interferência que reconfigure o cenário, seja de ordem interna ou externa, possibilitam o encaminhamento de ações corretivas nas estratégias e metas anteriormente definidas.

O caráter da gestão do território/ destino turístico está implícito nesta fase, pois detém a função administrativa de harmonizar a execução das ações programadas, além de corrigi-las. Portanto, valendo-se da compreensão de Certo e Peter (1993), controlar a execução do plano requer ações de monitoramento, avaliação e promoção das diversas melhorias nas atividades que ocorrem ao longo do planejamento estratégico. Ackoff (1980) enfatiza que controlar a implementação requer a avaliação das decisões depois que foram implementadas, envolvendo a previsão do resultado de uma decisão, comparando-a com o resultado real e, desta forma, adotar medidas corretivas quando há necessidade.

### 9.2.2. Plano Estratégico do Turismo do Polo Costa do Delta: Simulação a partir do Modelo de Desenvolvimento Proposto

#### **9.2.2.1. Introdução**

A elaboração do planejamento estratégico do Polo Costa do Delta, para este trabalho, não atendeu as premissas da sensibilização e mobilização, pois para o objetivo acadêmico e as condições para a realização da pesquisa de campo impuseram limitações orçamentais e de tempo. Desta forma, a aplicação do modelo à realidade dos municípios do Polo é parcial, porém relevante às conclusões sobre os problemas que incitaram ao ato de pesquisar sobre o território e explicitar algumas propostas.

Reconhece-se, como delimitado ao longo da apresentação do modelo de desenvolvimento e de elaboração do P.E., que o uso de instrumentos que garantam a participação popular deve ser uma constante, do diagnóstico ao acompanhamento e avaliação, na compreensão de que o desenvolvimento das ações locais ganham coerência e complementaridade de esforços, obtendo como um possível resultado a geração de um ambiente de comprometimento e coesão social, facilitando, assim, a implementação de estratégias para o bem-estar econômico e social, sustentabilidade ambiental, pluralidade e

diversidade cultural, equidade social, democracia participativa, felicidade e liberdade espiritual.

### 9.2.2.2. Principais conclusões do diagnóstico

O território Polo Costa do Delta, o qual congrega os municípios de Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, é detentor de grande diversidade ecológica que, compreendidas no seu conjunto, apresentam importante fonte de riquezas naturais ao desenvolvimento sustentável da região, assim como matéria-prima à formação de produtos turísticos que promovam a conexão do turista com a natureza e as comunidades locais.

Considerando que parte do território pesquisado encontra-se sob a égide das leis ambientais federal, estadual e municipal, tendo em vista a amplitude territorial da APA – Área de Preservação Ambiental do Delta do Parnaíba, que abarca quase todo o litoral piauiense, e a frágil economia baseada basicamente em atividades extractivistas, verifica-se que os municípios apresentam algumas limitações ao desenvolvimento do turismo, as quais evidenciam-se como fraquezas operacionais e estruturantes quando observadas no âmbito da dinâmica do ambiente externo ao território, ou seja, quando confrontadas com as características competitivas do mercado turístico e dos *players* regionais (Fortaleza, Jericoacoara, São Luiz e Barreirinha), como evidenciado na análise de SWOT (quadros 40, 41, 42, 43 e 44, pp.300-304).

Sendo assim, evidencia-se os problemas atuais e emergentes no Polo Costa do Delta (Quadro 50).

<b>Problema (Fraquezas e Ameaças)</b>	<b>Questões críticas</b>
Integração entre os municípios	1. Transporte intermunicipal (fraca oferta de veículos e horários; 2. Falta de ações conjuntas no desenvolvimento do turismo dos quatro municípios; 3. Pouca cooperação entre os empresários
Gestão municipal	1. Inexistência de uma entidade regional de turismo; 2. Ausência de governança nos municípios; 3. Inação do poder público municipal; 4. Problemas de gestão de outra natureza

<p style="text-align: center;">Infraestrutura</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Precária infraestrutura turística;</li> <li>2.Insuficiência de sinalização turística nos municípios e corredores turísticos<sup>103</sup>;</li> <li>3.Ausência de infraestrutura básica nos municípios de Ilha Grande, parte de Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia;</li> <li>4.Problemas na distribuição de energia elétrica e água potável.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Acesso</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Inexistência de transporte ferroviário;</li> <li>2.Ausência de uso do Rio Parnaíba como via de transporte de massa;</li> <li>3.Precariedade dos acessos terrestres em períodos chuvosos do ano;</li> <li>4.Insuficiência no número de voos regionais e nacionais (chegadas e partidas);</li> <li>5.Inexistência de marinas e porto.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Qualificação do <i>trade</i> turístico</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Baixa qualificação profissional em todos os níveis (operacional e gerencial);</li> <li>2.Baixa qualidade em grande parte dos produtos e serviços ofertados;</li> <li>3.Carência de falantes de línguas estrangeiras (Inglês, Francês, Espanhol, Italiano e Alemão);</li> <li>4.Baixa oferta de mão-de-obra qualificada;</li> <li>5.Baixo apoio ao fomento de iniciativas empreendedoras.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Participação Popular</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Ausência de participação popular nas instâncias deliberativas do poder público;</li> <li>2.Baixo interesse pelo ambiente político;</li> <li>3.Comunidades tradicionais à margem do turismo local.</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Fluxo de turistas</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Grande concentração de turistas em Parnaíba e Luís Correia;</li> <li>2.Baixa inserção dos produtos locais dos municípios de Ilha Grande e Cajueiro da Praia nos produtos turísticos ofertados aos visitantes, com exceção do passeio ao Delta do Parnaíba (realizado pelo Porto dos Tatus em Ilha Grande);</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Ambiente Natural</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Problemas de extração de areia das dunas;</li> <li>2.Coleta excessiva de caranguejo, por vezes em temporada de defeso;</li> <li>3.Falta de aterros sanitários para a destinação do lixo;</li> <li>4.Baixa adesão à coleta seletiva de lixo.</li> </ol>

<sup>103</sup> Concebe-se o conceito de corredor turístico cunhado por Boullón (2002).

Divulgação do território turístico Polo Costa do Delta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ausência de divulgação dos pontos turísticos locais;</li> <li>2. Inexistência de promoção do território;</li> <li>3. Não adesão as iniciativas do Ministério do Turismo à participação nas ações de promoção do destino Brasil.</li> </ol>
Ambiente Social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grande desigualdade social e de renda;</li> <li>2. Exclusão de grande parte da sociedade dos processos decisórios;</li> <li>3. Índice de felicidade e bem-estar muito baixo.</li> </ol>
Economia do turismo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ausência de dados confiáveis e periódicos;</li> <li>2. Sazonalidade</li> <li>3. Pouca diversidade de produtos</li> </ol>

Quadro 50 – Fraquezas e Ameaças do território Polo Costa do Delta  
 Fonte: Elaborado pelo autor (2016) a partir da análise SWOT (quadros 40, 41, 42, 43 e 44)

Pontos Fortes e Oportunidades	Questões críticas
Atrativos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Patrimônio Natural: Paisagens litorâneas, fauna e flora;</li> <li>2. Singularidade: O único delta oceânico das américas e um dos três existentes no mundo;</li> <li>3. Possibilidade de visualização de animais marinhos com baixo impacto ambiental: Peixe-boi e cavalo-marinho;</li> <li>4. Diversidade de praias nos 66Km de litoral</li> <li>5. Patrimônio Cultural: Conjunto arquitetônico parcialmente preservado, tradições folclóricas e protagonismo histórico.</li> </ol>
Desenvolvimento do turismo sustentável	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reativação da ADRS – Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável;</li> <li>2. Grandes áreas naturais preservadas (APA do Delta do Parnaíba);</li> <li>3. Possibilidades de desenvolver o turismo rural e integrá-lo ao território turístico;</li> <li>4. Possibilidade do desenvolvimento centrado no ambiente comunitário</li> </ol>
Acesso	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliação da pista de pouso e decolagem do aeroporto internacional de Parnaíba;</li> <li>2. Implantação de um voo nacional entre Parnaíba e Recife e um regional entre Parnaíba e Teresina;</li> <li>3. Bom acesso rodoviário nos períodos secos do ano;</li> </ol>
Participação popular	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Surgimento de algumas iniciativas de turismo de base local;</li> <li>2. Êxito no confronto com o capital externo (Ex.:</li> </ol>

	Ecocity em Ilha Grande); 3.Existência de instâncias de governança (Conselhos Municipais de Turismo, porém inativos.
Desenvolvimento Econômico	1.Perspectivas de crescimento e geração de renda com o turismo e construção civil 2.Aumento de oportunidades na oferta e demanda turística; 3.Aptidão ao modelo de desenvolvimento à escala humana; 4.Implantação da ZPE – Zona de Processamento de Exportação. 5.Ampliação no número de universidades e faculdades.

Quadro 51 – Pontos Fortes e Oportunidades do território Polo Costa do Delta  
Fonte: Elaborado pelo autor (2016) a partir da análise de PEST e SWOT (quadros 39, 40, 41, 42, 43 e 44)

Portanto, as fraquezas estruturantes concentram-se na inexistência de uma entidade regional do turismo, dificultando o gerenciamento do desenvolvimento do setor, tendo em vista que cada município age individualmente e com poucos recursos. Outro ponto fundamental fixa-se na ausência de dados periódicos sobre as atividades turísticas na região, pois o trabalho de recolha, tratamento e divulgação de dados e informações não é realizado no Polo Costa do Delta, assim desconhece-se a série histórica do desenvolvimento e crescimento do turismo no litoral do Piauí. Soma-se a estas fragilidades competitivas a insuficiência criativa na produção de novos e diferentes produtos turísticos, comparando com os destinos consolidados de Barreirinhas (Lençóis Maranhenses) e Jericoacoara. E por fim, a inexistência de um plano de marketing que defina as estratégias de distribuição e promoção dos destinos turísticos do Polo. As demais fraquezas, na maior parte, são inerentes aos deveres do estado em prover, como o acesso aos municípios e seus atrativos, infraestrutura básica, infraestrutura portuária e aeroportuária, entre outras já elencadas.

A ausência de coesão social entre as comunidades dos municípios impera, dificultando a participação política nos processos decisórios, pois há diferentes níveis de desigualdade social e de renda, além do desenvolvimento econômico não uniforme. Para auxiliar na compreensão da complexidade social no território, há quatro indicadores, o índice de GINI, o PIB – Produto Interno Bruto, o IDH – Índice de Desenvolvimento humano e o FIB – Felicidade Interna Bruta, que ao serem cruzados os dados, obtém-se a conclusão de que, no caso especificamente do Polo Costa do Delta, quanto menor for a desigualdade social maior é a percepção de satisfação com a vida, de felicidade (Tabela 45), com exceção de Cajueiro da Praia.

	<b>Ilha Grande</b>	<b>Parnaíba</b>	<b>Luís Correia</b>	<b>Cajueiro da Praia</b>
<b>Índice de GINI</b>	0.35	0.43	0.42	0.38
<b>FIB</b>	1.9061	2.4425	1.9550	2.6892
<b>IDH</b>	0.563	0.687	0.541	0.546
<b>PIB</b>	14.660,37 US\$	374.252,13 US\$	53.789,02 US\$	15.324,08 US\$

Tabela 45 – Dados sobre o desenvolvimento humano no Polo Costa do Delta  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016 com base em IBGE (2016 - dados de 2013).

Todos os municípios do Polo turístico seguem uma mesma lógica, quanto mais desiguais menos desenvolvidos socialmente mais pobres economicamente e, por consequência, população menos feliz. Porém, excetua-se apenas Cajueiro da praia deste contexto, pois há características sociais que diferenciam-se. A dinâmica social local explícita e permite explicar o motivo do índice FIB ser mais elevado. Verifica-se há maior coesão social e compreensão do impacto do económico do turismo no município, o que promove uma percepção de satisfação por parte das comunidades e, desta forma, de felicidade. Mas, julga-se que tal entendimento não se sustentará ao longo do tempo, tendo em vista que as necessidades básicas para uma vida de qualidade mantém-se desassistidas, ou seja, não criou-se nenhuma política pública ou outro mecanismo que desempenhe o papel de satisfator no contexto social e económico.

Neste contexto, o grande desafio ao desenvolvimento turístico do Polo Costa do Delta é adotar um modelo agregador, que una o território exigindo dos municípios estratégias complementares que potencializem a distribuição de renda e do fluxo turístico pelo território e, também, a resolução das fraquezas estruturantes.

### **9.2.2.3. Base do paradigma competitivo do turismo**

Concebe-se para esta fase que as bases paradigmáticas para serem identificadas precisam ser consideradas na extensão das mudanças e impactos que pode provocar nas estruturas político-administrativas, económicas e ambientais no turismo, fundamentalmente observando-se sob a ótica do destino turístico, ou seja, um olha do ambiente interno para o externo, percebendo as ameaças e oportunidades na dinâmica ambiental.

Outra perspectiva são bases não-paradigmáticas, percebidas aqui como mudanças que envolvem dimensões menos complexas e menos abrangentes no sistema turístico, sustentada em características como a conformidade, a certeza e a tendência do poder público

compreender pela estrutura político-administrativa a necessidade de manutenção do *status quo*.

O Polo Costa do Delta insere-se num ambiente de alta competitividade, compreendendo regionalmente a *players* de grande atratividade turística, como Fortaleza e Jericoacoara no Ceará e São Luís e Barreirinhas no Maranhão. Sendo assim, as bases paradigmáticas que caracterizam o ambiente são calcadas na inconformidade, incerteza e necessidade de aprendizado constante em virtude da dinâmica e as mudanças do ambiente competitivo, exigindo dos municípios do Polo uma atuação planejada e estratégica.

Os desafios para o aumento da participação de mercado do Polo Costa do Delta são inúmeros, porém destacam-se os dependentes da iniciativa privada, como o aumento e diversificação dos voos no Aeroporto Internacional de Parnaíba. Também elenca-se a busca pela mudança do fluxo de turistas na região, fazendo de Parnaíba município indutor do turismo, pois, atualmente, mesmo com um voo regular semanal, o Polo Costa do Delta é refém dos fluxos oriundos do Maranhão e Ceará (figura 97).

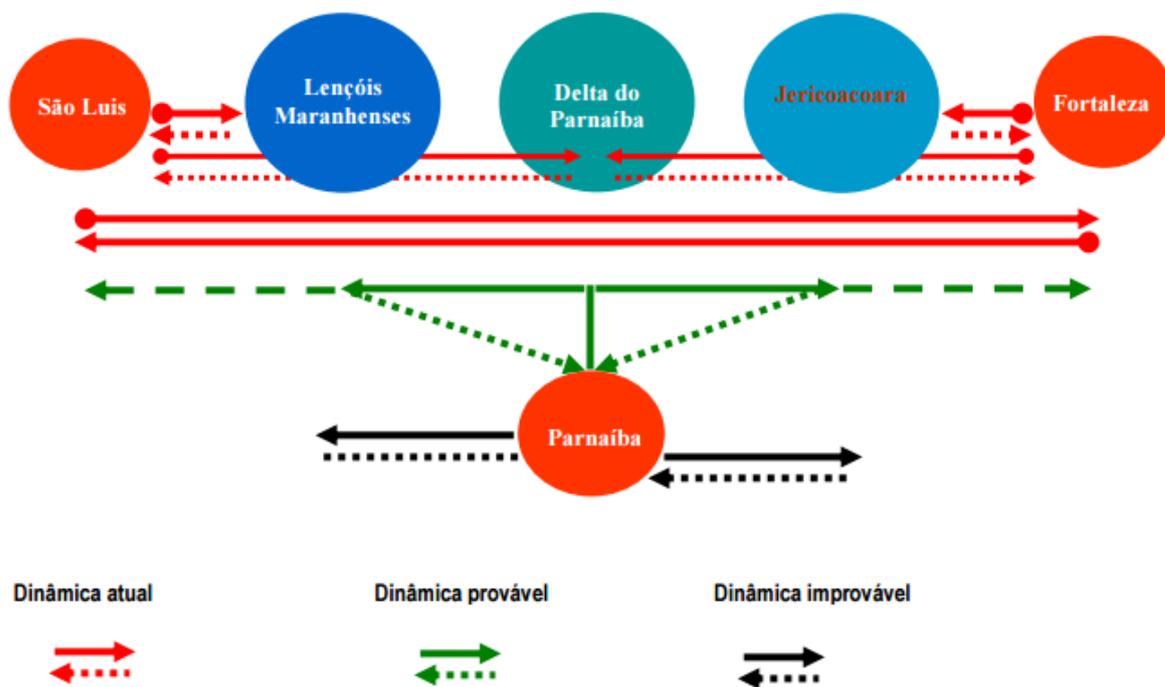


Figura 97 – Dinâmica atual e previsível dos fluxos de turistas na região Meio Norte.  
Fonte: Elaborado pelo autor (2016) com base em Ministério do Turismo/UFRJ/COOPE, 2006.

A improbabilidade de Parnaíba ser um destino indutor e distribuidor do fluxo de turistas aos poucos deixa de ser uma regra, pois com a diversificação do acesso ao destino, no caso com a implantação de um voo nacional semanal, o município tem aumentado

gradativamente sua competitividade e participação no mercado. Porém, atualmente Parnaíba ainda é refém do fluxo induzido por Fortaleza (CE), Teresina (PI) e São Luís (MA).

Sendo assim, compreende-se que as estratégias a serem adotadas pelo Polo Costa do Delta devem conter caráter reativo/prospectivo, pois não há domínio de mercado a ser defendido, apenas a conquista de maiores fatias de participação no mercado turístico.

#### **9.2.2.4. Sensibilização e Mobilização**

Nesta fase deve-se focar no trabalho em grupo, promovendo o empoderamento político da população, gerando sentido de autonomia, para reforçar os compromissos coletivos com o município, o turismo, e com o planejamento. O planejamento estratégico deve ser um documento que expressa a vontade de todos e, ao mesmo tempo, seja o instrumento de intervenção no ambiente interno e externo do destino, maximizando os pontos fortes, minimizando os pontos fracos do território, criando condições mais favoráveis à concorrência no mercado turístico.

Portanto, para o êxito nesta fase é relevante que o Polo Costa do Delta haja a partir dos seguintes passos:

1º Passo: Divulgar para a população local o início do processo de planejamento do destino turístico e a possibilidade de ampla participação popular;

2º) Passo: Criar e estruturar as associações de bairro, institucionalizando a participação na estrutura organizacional do governo local, através dos conselhos municipais;

3º) Passo: identificar e convocar à participação os movimentos sociais ligados direta e indiretamente ao turismo local e regional, as associações de classe e os sindicatos Patronal e dos trabalhadores (Quadro 52);

Associação de moradores e pescadores da Pedra do Sal
Assentamento Cajueiro (MST – Movimento dos Sem Terra)
Colônia de Pescadores Z-38
Associação de marisqueiras e fileteiras de Luís Correia
Associação das rendeiras da Ilha Grande
Colônia de Pescadores de Ilha Grande Z-7
Movimento LGBT (Grupos Guará e Boneca de Pano)
Cooperativa de catadores de caranguejo Delta-Uçá
Cooperativa de pescadores de manjuba do Igaracú – COOPMANJUBA
Cooperativa de trançados de taboa Broderviller
Cooperativa de artesãos do bairro São Vicente de Paula (Trançados VIP)
Cooperativa de cerâmica Arte Feito a Mão

Cooperativa Nova Vida – Traçados em Taboa
Cooperativa Resgatando com Arte – COOPERA
Cooperativa de artesãos e condutores de turistas Nativos de Barra Grande (Nativos Arte-Ecotur)
Cooperativa de condutores e guias de turistas de Ilha Grande - COOPERCIG
Cooperativa de hospedaria familiar do Delta - COOPEDEHF
AETRE – Associação dos Empresários de Turismo da Rota das Emoções
Litoral Piauiense <i>Convention Visitors Bureau</i>
ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens (Seccional Piauí/Parnaíba)
ONG Tartarugas do Delta
ONG Comissão Ilha Ativa

Quadro 52 – Associações, Cooperativas e Movimentos Sociais do Polo Costa do Delta  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

- 4º Passo: Definir uma agenda de eventos de formação periódica, como: reuniões nas associações de bairro e núcleos dos movimentos sociais, seminários e palestras em parceria com as universidades;
- 5º Passo: Convocar uma reunião aberta para todos os interessados, fundamentalmente as associações, cooperativas, universidades e movimentos sociais;
- 6º Passo: Apresentar a iniciativa de realizar o planejamento estratégico do turismo do Polo, detalhando cada fase do processo;
- 7º Passo: Estabelecer os grupos de trabalho (GT's) setoriais, estabelecendo metas de recolha de dados, informações e suas respectivas análises;
- 8º Passo: Convocar reunião aberta para análise conjunta dos relatórios apresentados pelos GT's;
- 9º Passo: Apresentação a todos os interessados os conhecimentos gerados pelos GT's;
- 10º Passo: Fortalecimento da coesão social em torno do P.E e do desenvolvimento do turismo regional, assim como do sentimento de pertença;
- 11º Passo: Apresentação e discussão do modelo de participação no processo de elaboração do Planejamento Estratégico, o qual dar-se-á, prioritariamente, através das associações de bairro, de classe, cooperativas, movimentos sociais, ONG's, universidades e demais representatividades institucionais.

Inicialmente o mobilizador poderá ser indicado pelo poder público para iniciar o processo de sensibilização, mas ao longo do tempo tende-se a flexibilizar a centralidade desse papel, tendo em vista estágios mais avançados de organização, fundamentalmente na criação da entidade regional de turismo.

### 9.2.2.5. Definição do turismo local e regional

Mantendo-se as características de participação popular, define-se, a partir do diagnóstico situacional, quais as aptidões do território para o turismo. As tipologias de turismo, a seleção e priorização dos negócios e produtos turísticos condicionarão decisões futuras, como as estratégias de atuação no mercado e desenvolvimento do território ou, numa perspectiva mais prática, a quantidade e qualidade de infraestrutura, equipamentos e recursos, além dos tipos de serviços necessários à composição dos produtos turísticos alinhados as características do território.

É relevante ao processo de planejamento considerar a diversidade de tipos de turismo, cada qual com características e exigências de infraestrutura específicas, além de determinar os atrativos de cada um, sustentando-se no potencial de crescimento perante a uma demanda existente, de rentabilidade à iniciativa privada e ao poder público e da capacidade de distribuição de renda a longo prazo.

No Polo Costa do Delta as características do território já induzem a determinados tipos de turismo, considerando, principalmente, os recursos naturais abundantes. Desta forma, conforme o mapa (Figura 98), verifica-se a capacidade do Polo abranger, estrategicamente, dois tipos de turismo: o ecoturismo, o turismo desportivo, o turismo de aventura, o turismo cultural-religioso e o turismo de sol e praia.



Figura 98 – Mapa turístico do Polo Costa do Delta  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

O turismo no litoral do Piauí é compreendido como de interesse especial, tendo em vista que o fluxo de visitantes é caracterizado por motivação específica, e, como tal, impõe

aos empreendedores limitações na composição dos produtos turísticos devido as características de consumo.

Desta forma, percebe-se que o litoral do Piauí é rico em recursos naturais que, em seu conjunto, permitem uma gama diversificada de atividades desde que compreendidas nas áreas permitidas por lei, pois quase a totalidade da faixa litorânea encontra-se nos limites da APA do Delta do Parnaíba. Sendo assim, os tipos de turismo e as atividades deles originários que mais facilmente valem-se para a composição dos produtos turísticos são:

- **Ecoturismo:** a compreensão e os estudos sobre as motivações para viagens e as atividades que garantem a satisfação das expectativas são recentes na história do turismo, mesmo que tais atividades sejam já realizadas a mais de um século. Assim, entende-se o ecoturismo, ou seja, um segmento do turismo que atende as satisfações dos turistas em estar mais próximo da natureza e cuja motivação concentra-se nos elementos do ambiente natural.

No Brasil o ecoturismo foi introduzido no final dos anos 80 através do projeto “Turismo Ecológico” da EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo que, em parceria com o IBAMA – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, realizam a primeira iniciativa direcionada ao ordenamento do segmento, criando a Comissão Técnica Nacional. Mas, somente com a Rio 92 o ecoturismo ganhou maior notoriedade, apresentando-se como um mercado com demanda crescente.

Em Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo (1994), conceitua-se ecoturismo como sendo “um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações”. Esta definição encontrará eco nos valores da população em relação ao território, na missão e visão explicitadas nesta simulação de planejamento estratégico, assim como no caráter da conquista e afirmação do Polo Costa do Delta como destino turístico perante o mercado turístico. É no conceito de ecoturismo que encontra-se a força motriz para um outro modelo de desenvolvimento do turismo, com foco no homem como ser social, que visa o bem-estar das populações.

- **Turismo Desportivo:** Cravidão e Santos (2013, p.478) definem este tipo de turismo como “a participação ativa ou passiva num desporto competitivo ou recreativo”. Já Carvalho e Lourenço (2009) determinam que deve-se considerar quatro premissas para caracterizar um indivíduo como turista desportivo: 1. Que a pessoa realize uma viagem para fora do seu ambiente habitual e que permaneça pelo menos uma noite no local visitado; 2. Que esta

viagem não tenha caráter definitivo, considerando normalmente que ela não deva exceder os 12 meses; 3. Que esta viagem não tenha como motivação principal exercer uma atividade remunerada; e 4. Que o viajante participe durante a viagem ou estada, numa atividade ou contexto desportivo.

Porém, a motivação de consumo dá-se pela qualidade do destino para a prática das atividades desportivas desejadas. É desta forma que vislumbra-se o Polo Costa do Delta provido de ambientes costeiros adequados aos seguintes desportos: Windsurf, Kitesurf, Surf, Sandboard, Skimboard, Motocross, BTT – Bicicleta Todo Terreno, Desportos de vela, pesca desportiva, entre outros, pois o território é rico em ambientes de vento intenso, com grandes extensões de dunas, com trilhas de terra e areia e, também, de belíssimas praias com boas ondas para a prática do surf e outros esportes náuticos.

Destacam-se como locais para a prática desportiva as praias de Barra Grande e Macapá para o kitesurf e windsurf, pois é uma área dotada de fortes e constantes ventos, a praia da Pedra do Sal para o surf, as dunas de Luís Correia para a prática do sandboard (tendo em vista a proximidade com o núcleo urbano), as trilhas existentes em todo o território do Polo e as lagoas do Sobradinho e do Portinho para a pesca desportiva.

A participação de turistas nas práticas desportivas nos destinos turísticos pode se caracterizar de três formas: como turismo de prática desportiva (TPD), turismo de espetáculo desportivo (TED) e outros contextos turístico-desportivos.

- **Turismo de aventura:** O Ministério do Turismo do Brasil (2010) conceitua o turismo de aventura fundamentando-se em aspectos referentes à atividade turística e ao território considerando a motivação do turista. Desta forma, cunha a seguinte definição: “turismo de aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo” (p.14). Sendo assim, e agregando a norma da ABNT NBR 15500, as atividades de aventura apresentam ao mesmo tempo caráter recreativo e riscos avaliados, controlados e assumidos.

A variedade de atividades de aventura e de locais onde podem ser realizadas é de alta relevância para conceber o segmento, exigindo que o deslocamento no destino e no momento de realização das atividades apresente esforço diferente do habitual, implicando em procedimentos específicos, com uso de equipamentos e equipe de profissionais treinadas.

- **Turismo Cultural-religioso:** Os municípios do Polo Costa do Delta não caracterizam o território somente pelas paisagens e fartos e diversificados recursos naturais, mas, também,

por deter um conjunto de manifestações culturais calcadas na linha religiosa predominante, a cristã. Tais manifestações religiosas atraem anualmente um fluxo significativo de turistas, apesar de ainda não quantificado mas perceptível em determinadas épocas do ano, caracterizando e fortalecendo o turismo religioso na região. Dentre os quatro municípios, Parnaíba destaca-se por ser a promotora de duas significativas festas católicas, a de São Francisco e São Sebastião<sup>104</sup>.

- **Turismo de Sol e Praia:** muitas são as denominações para o segmento turístico sol e praia, como: turismo de sol e mar, turismo litorâneo, turismo de praia, turismo de balneário, entre outros (Ministério do Turismo, 2010). Portanto, para fins de formulação de políticas públicas, nas orientações básicas ao turismo de sol e praia do Ministério do Turismo do Brasil, considera-se o turismo sol e praia como aquele constituído por atividades relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.

Sendo assim, no litoral piauiense, o turismo sol e praia ocorre em praias costeiras, pois os quatro municípios que constituem o território não detêm praias fluviais. Desta forma, os maiores fluxos de turistas concentram-se em períodos de férias escolares (julho, dezembro e janeiro) e feriados, os quais tem origem a capital e interior do Piauí, além de cidades próximas dos estados do Maranhão e Ceará.

Associado a este segmento turístico está o turismo de segunda residência, tendo em vista o volume de turistas e a proximidade da capital piauiense do litoral (380 Km aproximadamente). Cravidão (2008, p.31) compreende que o turismo de segunda residência “decorre, em primeiro lugar, da existência de uma residência principal. Além disso, consideramos como englobadas naquele conceito todas as habitações utilizadas quer em fins-de-semana, férias ou outros períodos de ócio, pelo seu proprietário, familiares e amigos, podendo também ser alugada ao ano. Isto é, a segunda residência não implica aquisição, no entanto, nos casos mais frequentes, os seus utilizadores são também proprietários”.

Desta forma, define-se, no Mapa (Figura 106), os segmentos com potencial para serem atendidos pelos recursos e possíveis produtos turísticos no Polo Costa do Delta.

---

<sup>104</sup> Ver estudos preliminares descritos em Magalhães, Moreira e Perinotto (2015)

### 9.2.2.6. Valores

O conjunto de valores que definem o Polo Costa do Delta é proveniente das conclusões da análise do diagnóstico situacional, compreendendo as características territoriais, os tipos de turismo, os produtos turísticos existentes e, fundamentalmente, o consumo. Tais valores estão sintetizados e agrupado num decálogo, o qual é constituído por argumentos cuja racionalidade contempla os aspectos emocionais que, em outra perspectiva, descrevem o destino.

Portanto, estrutura-se o decálogo a partir do seguinte questionamento: Por que experimentar o litoral do Piauí?

- Para INTERAGIR com a natureza, caminhando, explorando os rios e mangues, sentir o vento, observar a vida selvagem, experienciar...
- Para AVENTURAR-SE com cavalgadas a beira mar, pedalar por trilhas entre dunas e a mata, ultrapassando os limites do dia a dia...
- Para VIVENCIAR o dia a dia dos pescadores, lifestyle nas praias, as comunidades pesqueiras e artesãs, conhecer a história e a cultura popular, comer bem,...
- Para DESCOBRIR o Polo Costa do Delta e suas riquezas naturais, seus municípios, suas paisagens,...
- Para PRATICAR ESPORTES AO AR LIVRE, surfando com windsurf, kitesurf nas ondas do mar ou descendo as dunas de sandboard, nadar nas lagoas, pescar, velejar, competir,...
- Para PARTICIPAR de eventos científicos, encontro de negócios,...
- Para ENVOLVER-SE com as comunidades, as festas populares e eventos religiosos,
- Para DIVERTIR-SE em shows, festas, casas noturnas,...
- Para RELAXAR em ambientes naturais, pousadas de luxo ou rústicas, gozando de liberdade e conforto,...
- Para EMOCIONAR-SE com o espetáculo da natureza no Delta do Rio Parnaíba, nas ilhas, nas praias e mangues,...

Observar e refletir sobre cada uma das palavras leva-nos a compreender a essência turística e natural do Polo Costa do Delta, conduzindo-nos a uma mensagem síntese dos valores que, num enfoque comparativo, deverão compor os produtos e serviços. Esta

mensagem, sugere-se que futuramente acompanhe nas peças publicitárias a marca do território.

Portanto, a partir do posicionamento estratégico desejado, explicitado na Visão 2025, o presente plano propõe a seguinte mensagem: Litoral do Piauí, destino rico em natureza e aventura!

#### **9.2.2.7. Missão**

Para ser percebido como um destino ativo, solidário e ambientalmente responsável, o Polo Costa do Delta deve partir da premissa de que os impactos ambientais das atividades turísticas decorrem de uma cadeia de transformações. Por isso, deve acreditar que, para atrair e satisfazer o turista e, também, sua população local, as ações precisam considerar a cadeia produtiva integralmente, as necessidades e desejos e o perfil do destino e consumidor.

Sendo assim, a missão na gestão do destino Polo Costa do Delta é transformar o turismo da região num agente incentivador de um ambiente solidário e feliz, irradiando uma imagem positiva aliada ao caráter do turismo ativo, presente no território.

#### **9.2.2.8. Visão**

Ser referência de turismo ativo, solidário e feliz no nordeste brasileiro até o ano de 2025.

#### **9.2.2.9. Fatores Críticos de Sucesso**

Os fatores críticos de sucesso a serem considerados explicitam-se a partir das premissas do modelo de desenvolvimento e dos desafios percebidos e impostos pelo ambiente externo, o qual estabelece as principais preocupações do turismo do Polo Costa do Delta para a garantia do êxito do plano estratégico de turismo. Desta forma, elenca-se os seguintes fatores (Quadro 53):

<b>Orientações Estratégicas</b>	<b>Identidade e Imagem do destino</b>
1.Elaborar estatísticas regulares sobre o ambiente econômico do turismo; 2.Identificar os principais concorrentes diretos; 3.Melhorar a infraestrutura básica; 4. Participação popular; 5.Gerar emprego e renda; 6.Sazonalidade 7.Menusração e divulgação da distribuição e	8.Criar a marca do território; 9.Desenvolver a marca e a imagem do território; 10.Definir o posicionamento de mercado; 11.Garantir a qualidade do destino turístico.

alcance dos benefícios gerado pelo turismo no Polo.	
<b>Participação dos stakeholders</b>	<b>Implementação, monitoramento e avaliação</b>
12. Alinhamento entre a entidade regional de turismo, a academia, o governo do estado do Piauí e Ministério do Turismo; 13. Garantir o atendimento das necessidades e desejos da população local e iniciativa privada, através dos satisfatores estratégicos. 14. Estabelecer e garantir a comunicação eficaz entre os stakeholders.	15. Cumprir com as metas estabelecidas; 16. Manter-se na metodologia de monitoramento e avaliação definida.

Quadro 53 – Fatores Críticos de Sucesso do P.E. do Polo Costa do Delta  
Fonte: Elaborado pelo autor (2016) a partir de Baker e Cameron, 2008.

Os desafios identificados sustentam-se na realidade percebida e nas tendências do turismo na região, compreendendo a extensão total da Rota das Emoções, ou seja o litoral cearense, piauiense e maranhense, e estão relacionados ao desejo de superar as deficiências e vulnerabilidades que bloqueiam o surgimento de condições mais favoráveis ao cumprimento da visão 2025.

Assim, esses desafios estão conectados com problemas estruturais do território e coesão social e econômica, além dos problemas oriundos das más gestões municipais. A resolução de problemas mais complexos existentes requererá dos gestores a atenção prioritária às questões elencadas, que garantirão a possibilidade de melhor lidarem com as deficiências operacionais do turismo local, porém é crucial o esforço por uma melhor articulação entre os principais atores da sociedade, iniciativa privada, governos, academia e comunidade.

#### **9.2.2.10. Cenários e objetivos estratégicos**

Segundo Santos (2013) a elaboração de cenários atende aos seguintes passos: 1º Identificação da decisão-chave; 2º Identificação das forças motrizes; 3º Classificação das forças motrizes quanto à ordem de relevância; e 4º Seleção dos cenários básicos. Já Furlanetto et. al. (s/d) acrescenta a necessidade de definição do cenário macroeconômico.

Portanto, para esta simulação de planejamento estratégico reconhece-se como decisão-chave para o território Polo Costa do Delta a visão estratégica anteriormente definida.

As tendências, que surgem da análise do diagnóstico, apontam para um conjunto de três cenários possíveis a médio e longo prazo, os quais giram em torno de quatro grandes forças motrizes; (i) Crescimento econômico brasileiro; (ii) Novas centralidades econômicas; (iii) Conservação e proteção do meio ambiente/Desenvolvimento sustentável; (iv) Novos mercados emissores.

**Cenário A:** O turismo interno cresce, favorecendo novos destinos brasileiros.

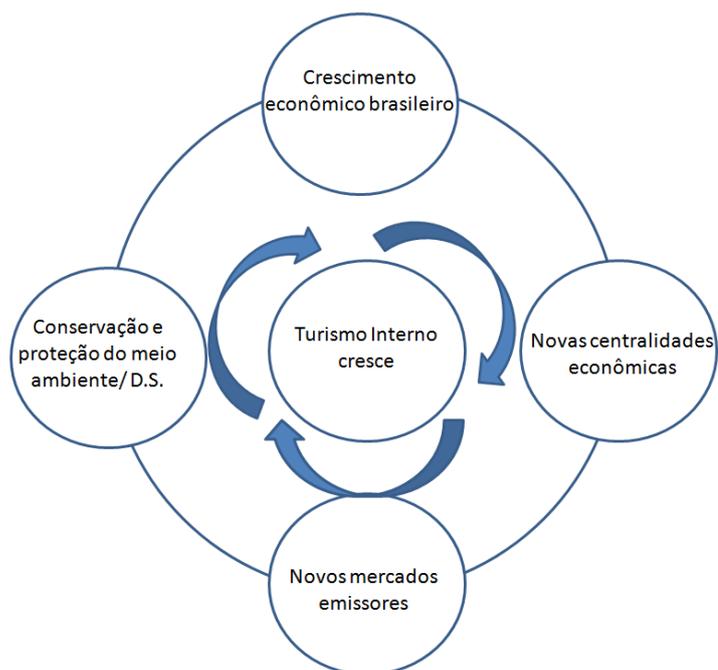


Figura 99 – Cenário A  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

A partir de 2018, com um novo governo eleito, os incentivos ao turismo interno no Brasil aumentam estimulando o mercado turístico e a ampliação da participação de mercado do Polo Costa do Delta. Dentre os incentivos estão a redução dos impostos estaduais sobre combustíveis de avião, desvalorização do real perante o dólar e facilidades de financiamento do lazer.

Muitos dos incentivos elencados são mecanismos de reaquecimento da economia nacional com objetivos de inibir a importação de produtos e serviços e fazer crescer a produção nacional. Assinala-se para este cenário um interesse de aproximadamente 75% dos viajantes desejam conhecer um novo lugar (TripBarometer, 2016), entre estes encontra-se a nova geração que busca por aventura e novas experiências.

Neste contexto, surgem novos estados emissores ao Polo Costa do Delta, principalmente os do sul do país.

**Cenário B:** mantém-se estagnado o crescimento do turismo no Brasil, assim como outros setores da economia nacional.

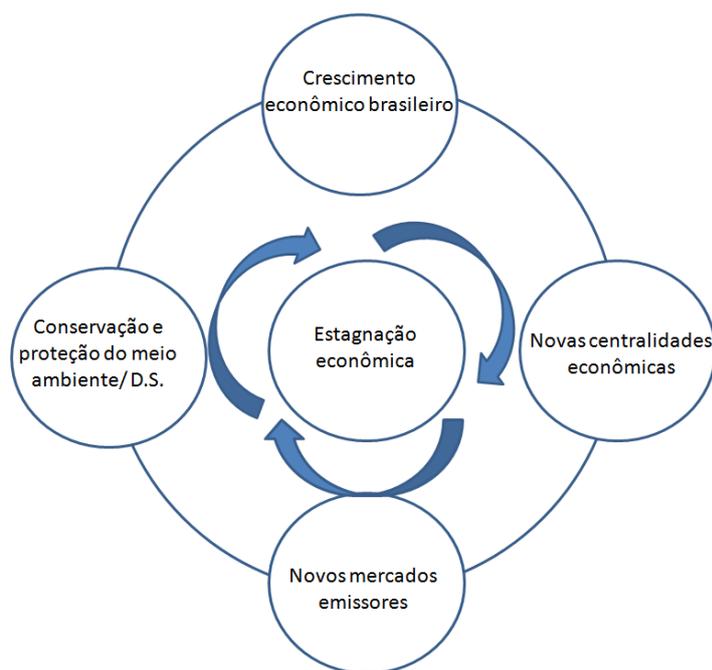


Figura 100 – Cenário B  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

A estagnação econômica brasileira persiste, tendo em vista os seguintes fatores: o governo federal diminuiu os investimentos; os juros altos inibem os empresários de investirem, preferindo realocar os recursos no mercado financeiro; consumo em queda; e política fiscal inadequada gerando sobretaxas.

Este cenário indica o receio do consumidor em gastar e, desta forma, mantém apenas gastos considerados essenciais, pois com os juros altos a contração de novas dívidas é adiada e o dinheiro fica retido em aplicações mais seguras, como a poupança. Portanto, gera-se a preferência nos viajantes por destinos mais próximos do local de residência e que ofereçam produtos turísticos baratos. Sendo assim, destinos distantes, como o litoral do Piauí, deixam de ser atraentes, reduzindo a demanda e, conseqüentemente, decrescendo a produção local ou mantendo-se positivamente próximo a zero.

**Cenário C:** aumenta o interesse dos turistas estrangeiros pelos atrativos do Polo Costa do Delta.

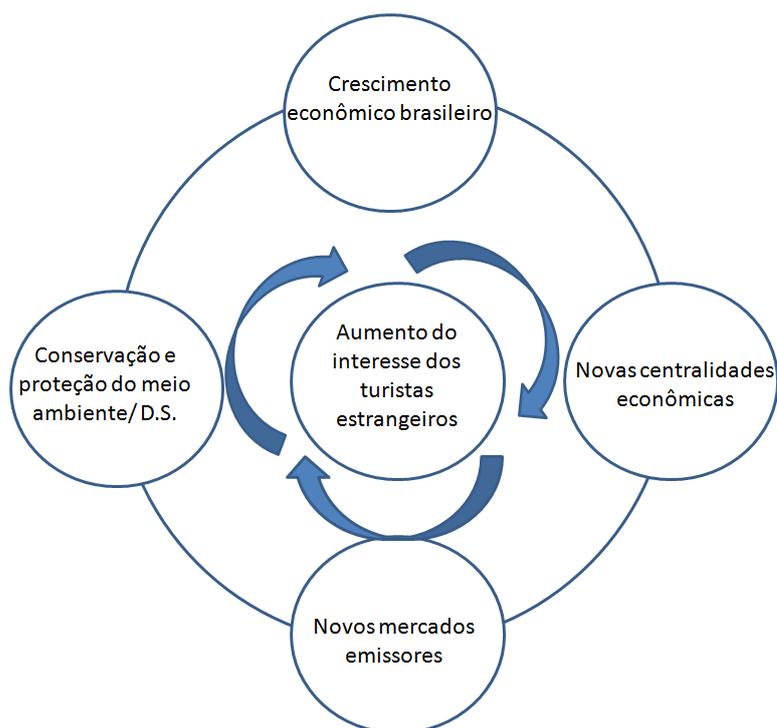


Figura 101 – Cenário C  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

O cenário positivo para o turismo brasileiro deve-se ao fato da consolidação de algumas tendências, como: a desvalorização do real perante o dólar; ampliação de acordo bilateral de não exigência de visto para entrar no país, aumento do terrorismo na Europa e Oriente Médio e manutenção do interesse por destinos mais sustentáveis ambientalmente.

Para este contexto, as forças motrizes que forçam o fluxo de turistas ao Polo Costa do Delta são: a economia brasileira; as comunidades tradicionais do Polo, destacando-se as pesqueiras; e a regulação do espaço da APA do Delta do Parnaíba, através de um plano de manejo. Pois, com a implementação do plano estratégico do turismo, o Polo Costa do Delta terá uma coesão social e cultural maior e melhores instrumentos de conservação da natureza.

Quando combinam-se os cenários, na perspectiva de junção dos elementos influenciadores e na concepção de que fatos de um podem ocorrer no contexto de outro. Sendo assim, admite-se:

- a) Cenário de pleno crescimento (A + C)
- b) Cenário de retração e/ou estagnação do turismo interno (B+ C)
- c) Cenário de estagnação do turismo no Polo Costa do Delta (B)

Dois dos três cenários (A e C) implicam num maior crescimento a nível nacional e mundial, com fortes diferenciações entre estados brasileiros, fundamentalmente no que diz respeito à perspectiva de crescimento regionais; no aumento da competição no mercado turístico e, no contexto financeiro, intensa competitividade no setor pelas poupanças, atraindo o consumidor para financiamentos de curto prazo. Todos estes fatores produzem no turismo do Polo Costa do Delta uma dinâmica de reorganização das atividades na busca de adaptar-se às exigências do mercado turístico nacional e mundial.

Para tanto, o Polo deve atender aos objetivos estratégicos aqui explicitados, tendo em vista os cenários futuros e as características de reação e prospecção ao mercado turístico. Desta forma, define-se:

- **Objetivo Estratégico 1:** Estruturar e fortalecer a organização e gestão do território turístico Polo Costa do Delta.

Cunha (2006) define o destino turístico sob duas formas: a primeira vista como forma de identificação do local visitado e a segunda como espaço territorial onde se desenvolve um complexo de interrelações que garantem a existência de fatores de atração, processo de produção e consumo para satisfazer as necessidades turísticas. O autor ainda enfatiza que o espaço territorial é dinâmico e, desta forma, sujeito a transformações que geram novas relações, modificam suas características e promovem o nascimento de novas atividades que resultará em novas estruturas do espaço.

A gestão do destino turístico envolve obrigatoriamente três grandes grupos de interesse: o poder público, a iniciativa privada e a população do destino (Fazenda, Silva e Costa, 2008). Logo, delimitar as responsabilidades de cada agente é fundamental para evitar o choque de papéis e expectativas, afirmando estruturalmente em um sistema de responsabilidade compartilhada.

Ao Polo Costa do Delta faltam, perceptível no diagnóstico estratégico, alguns elementos estruturantes ao território como destino turístico, como: equipamentos turísticos (um conjunto de facilidades que auxiliam na hospedagem e manutenção e ocupação do tempo livre dos turistas), acessibilidades (oferta mais ampla de modais, abrangendo a possibilidade de transporte férreo e marítimo-fluvial) e infraestruturas básicas (conjunto de construções, equipamentos e serviços exigidos para garantir o desenvolvimento e o bem-estar da população local e visitantes).

Sendo assim, para possibilitar o desenvolvimento do território turístico inserido na perspectiva humanística do modelo proposto, observa-se a priorização da criação de uma entidade regional de turismo que congregue os diversos stakeholders dos quatro municípios

do litoral do Piauí que compõem o Polo Costa do Delta, envolvendo-os numa estrutura participativa e calcada na construção e disseminação do conhecimento.

- **Objetivo Estratégico 2:** Assegurar um modelo de desenvolvimento do turismo que promova o equilíbrio entre os anseios da população do território e os do mercado turístico.

O modelo de desenvolvimento proposto sustenta-se nas características endógenas do território Polo Costa do Delta, pois é concebida no ambiente interno com perspectivas de intervenção no ambiente externo, assim como baseia-se na conjunção de esforços dos atores locais, admitindo-se a possibilidade de resultar, a partir da ação das pessoas, mudanças no meio social, econômico, ambiental, cultural, tecnológico, legal e turístico. Desta forma, o destino turístico é, nesta perspectiva, uma consequência da ação e do conhecimento dos diversos partícipes, desejadamente, de maneira harmônica e integrada.

A garantia da compreensão, planejamento e implementação do modelo de desenvolvimento turístico a escala humana passa pela sensibilização dos grupos de interesse e de seus integrantes, no intuito de que assimilem a relevância do seu papel no ambiente social e da capacidade individual e coletiva de promover mudanças desejadas, pois, a partir dessa consciência, gerará maior comprometimento futuro com os objetivos estratégicos e a execução dos planos para o desenvolvimento do território.

Ao longo do processo de desenvolvimento, na elaboração e execução dos planos necessários para dinamizar as ações fundamentais a garantia do alcance dos objetivos, o equilíbrio entre os anseios da população do território e os do mercado turístico somente poderá ser viabilizado através da gestão do território pelo poder público, num primeiro momento, e posteriormente pela entidade regional de turismo.

A partir da constituição da entidade regional o território obterá condições para uma ampla integração, articulação e coesão territorial, considerando o desenvolvimento como a expansão das liberdades substantivas com a orientação da relevância das ações para os fins mais do que para os meios que desempenham papéis de relevo (Sen e Kliksberg, 2010).

- **Objetivo Estratégico 3:** Posicionar o Polo Costa do Delta no mercado turístico como um destino de felicidade, de multiprodutos, diferenciado e de qualidade.

Definir como ocupar uma posição diferenciada com base no público-alvo é, para o Polo Costa do Delta, hoje um dos maiores desafios, tendo em vista a falta de dados sobre a

demanda turística do território. Sendo assim, a quase inexistência de informações dificulta a percepção de qual ação projetará os produtos e a imagem do território. Kotler e Armstrong (2004), determinam que o posicionamento pode ser obtido a partir da fórmula **Segmentação + Diferenciação = Posicionamento**. Segundo os autores, o posicionamento define-se pelo ato de desenvolver a oferta e a imagem para ocupar um lugar destacado na mente dos clientes-alvo.

Portanto, os segmentos turísticos identificados ao Polo Costa do Delta consideram as aptidões do território ao turismo e a visão estratégica (Figura 102).



Figura 102 – Aptidões turísticas do território Polo Costa do Delta  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016, com base em Lage (1992), Águas, Rita e Costa (2004) e Bigné e Andreu (2004)

- **Objetivo Estratégico 4:** Qualificar o Polo Costa do Delta como destino turístico.

Prover aos atores do turismo local a possibilidade de conhecer e aprender com os exemplos de sucesso em outras cidades, estados e países, é uma maneira de contribuir para o aumento da competitividade através da inovação e criatividade.

Para tanto, se faz necessário que a entidade regional de turismo crie e mantenha uma base de dados, disponível a todos os interessados, de melhores práticas no turismo. Destinos emergentes, como o Polo Costa do Delta, ao atentarem-se para a precisão de diversificar e melhorar a sua oferta de produtos e experiências turísticas proporcionam-se uma capacidade de adaptação as imposições do mercado, assim como garantem um desenvolvimento sustentável e com maior capacidade competitiva.

Para uma qualificação do território ao turismo, considera-se que contribuem para o resultado: o desenvolvimento de uma rede de parceiros comerciais e solidários para a oferta do Polo Costa do Delta, centrar o desenvolvimento de produtos alinhados as aptidões turísticas do território, salvaguardar as características e qualidade dos recursos naturais através de planos de manejo para as unidades de conservação, definir incentivos à iniciativa privada para manter o patrimônio arquitetônico e histórico, dar acessibilidade à população para qualificar a mão-de-obra local através dos institutos, universidades e entidades privadas de ensino, fortalecimento do tecido empresarial, entre outras medidas ligadas a oferta e demanda turística.

- **Objetivo Estratégico 5:** Garantir a infraestrutura necessária ao desenvolvimento almejado.

A infraestrutura para o turismo transcende os equipamentos específicos às atividades inerentes ao setor, pois antes de desenvolver no território construções e outros bens de atendimento aos visitantes, obrigatoriamente, o poder público, como responsável-gestor pelo território, deve implantar as infraestruturas que atenderão as necessidades básicas tanto da população residente quanto da flutuante.

No que se refere a infraestrutura urbana, Mascaró (2005) e Zmitrowicz e Neto (1997) relacionam-na com o espaço urbano, pois consideram que são interdependentes e se transformam em elemento de associação entre a forma, a função e a estrutura. Para os autores, a infraestrutura deficiente traz prejuízos ao município, transtornos a população e turistas.

Desta forma, quando da sua implantação deve ser atentamente dimensionadas às características do lugar e das atividades que nele forem desenvolvidas.

Portanto, a este objetivo considera-se como infraestrutura básica fundamental para o desenvolvimento do turismo no Polo Costa do Delta, compreendendo os princípios explicitados anteriormente, o: sistema viário (acesso, pavimentação, drenagem), sistema sanitário (lixo, água e esgoto), sistema energético (geração e distribuição de energia elétrica e gás) e Sistema de comunicação (Telefonia, TV a cabo, Internet).

Para Santos (1988) é possível desenvolver alternativas para melhorar as condições de vida da população não supervalorizando as técnicas importadas, mas criando métodos adequados às características de cada lugar.

#### **9.2.2.11. Estratégias**

Os objetivos estratégicos foram formulados com a compreensão para algumas necessidades de concretude, como: facilidade de medição, horizonte de médio prazo, atenção aos diferentes grupos de impacto, riscos e incertezas do ambiente competitivo do turismo em relação ao Polo Costa do Delta, envolvimento interdisciplinar e a certeza da existência de muitos tomadores de decisão ao longo do processo de planejamento, assim como considerou-se o julgamento de valor, ou seja, o envolvimento de decisão de valor crítico, a partir de análises dos impactos ambientais versus econômicos, impactos sociais versus custos econômicos, entre outros.

Desta forma, conforme Chiavenato (2004), considerou-se para, sequencialmente, elaborar-se as estratégias que conduzirão a satisfação dos objetivos, envolvendo a análise da vocação turística do território.

Sendo assim, elaborou-se as estratégias em atendimento aos cenários delineados. Para cada objetivo estratégico definiu-se como adequado o desenvolvimento de três estratégias, as quais originarão os programas e planos específicos, compreendendo o conjunto de oito eixos estratégicos.

## Eixo Estratégico – Planejamento e Gestão

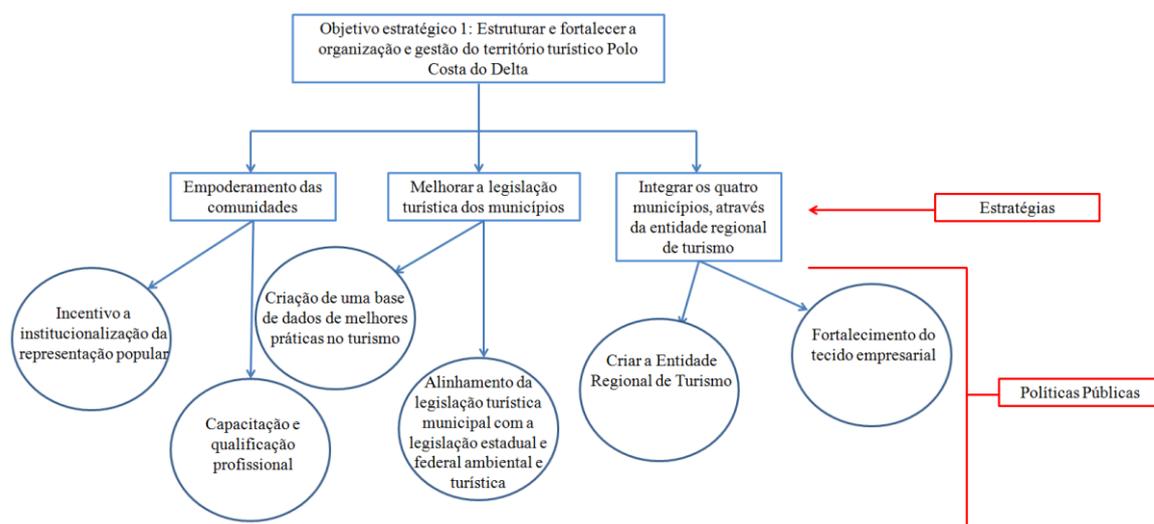


Figura 103 – Estruturação e fortalecimento do território – OE1  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

A necessidade de empoderamento das comunidades passa pela exigência do modelo de desenvolvimento de compartilhamento de conhecimento entre o técnico e o popular, de garantia de participação plena dos munícipes e qualificação para gerar competências e habilidades ao aproveitamento das futuras oportunidades com o turismo.

Assim como com as comunidades, o setor empresarial do turismo merece atenção, fundamentalmente no que tange ao conjunto de incentivos ao investimento turístico no território e constituição dos processos de produção, distribuição e comercialização do destino, exigindo uma relação próxima e calcada na interação entre a iniciativa privada, comunidades e poder público.

Porém, para atender ao êxito das duas primeiras estratégias, faz-se necessário atentar-se para a legislação turística, organização territorial e ambiental.

## Eixo Estratégico – Desenvolvimento Ambiental e Socioeconomicamente equilibrado do turismo

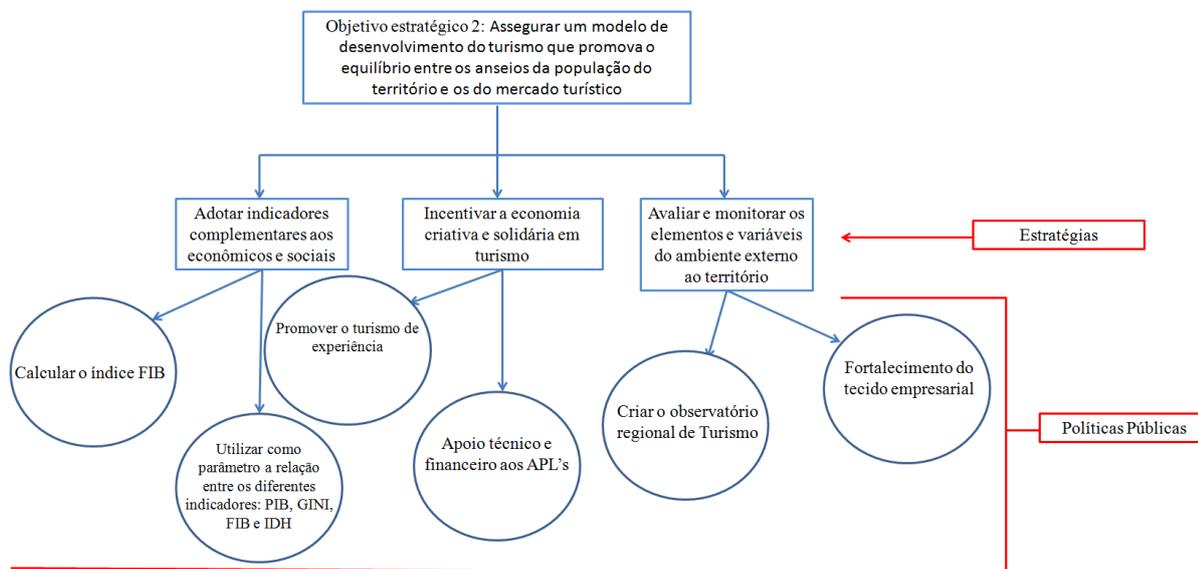


Figura 104 – Desenvolvimento ambiental e socioeconomicamente equilibrado do turismo – OE2  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

A partir dos dados e informações captadas e analisadas ao longo do Capítulo VI desta tese, percebeu-se que o modelo de desenvolvimento do turismo no Polo Costa do Delta segue a premissa capitalista neoliberal de que o Estado deve manter-se o mais ausente possível, delegando ao mercado a responsabilidade de reger as relações e a dinâmica do turismo no território. Desta forma, identificou-se que as comunidades estavam insatisfeitas com as atividades concernentes ao turismo, tendo em vista que sentiam-se alijadas no âmbito das oportunidades e ficando a elas apenas o ônus da exploração do turismo no território, ou seja, os dividendos são destinados a poucos, geralmente empresários de outros estados e países, enquanto os impactos negativos são sentidos pelas comunidades, como a falta de abastecimento de água e energia elétrica.

Portanto, garantir um modelo de desenvolvimento no qual os anseios da população local sejam considerados e que, ao mesmo tempo, atenda as necessidades da iniciativa privada, proporcionando um ambiente equilibrado e calcado na sustentabilidade e solidariedade, faz-se fundamental o uso de indicadores que meçam e auxiliem no diagnóstico dos pontos negativos e positivos, seja no contexto econômico, social, ambiental ou cultural. Sendo assim, entende-se que os indicadores mais utilizados como o PIB, IDH e GINI não satisfazem o objetivo de medição da realidade vivida, exigindo, desta forma, a adição de outros indicadores, que neste caso sugere-se o FIB – Felicidade Interna Bruta, estabelecendo a

sua relação com os demais e, assim, proporcionando uma percepção mais ampla do contexto do desenvolvimento do território.

Para ativar economicamente o turismo no Polo Costa do Delta, atendendo as premissas do desenvolvimento desejado, estabelece-se que o envolvimento das comunidades é de alta relevância, não só no planejamento do turismo, mas, também, inserindo-as no âmbito econômico, através da economia criativa a partir do turismo de experiência e dos arranjos produtivos locais (artesanato, apicultura, piscicultura, etc.). Com esta política, soma-se a consolidação do território turístico Polo Costa do Delta, buscando a coesão sociocultural através de roteiros turísticos integrados.

Contudo, garantir o destino turístico Polo Costa do Delta alinhado com as tendências do mercado brasileiro e internacional de turismo e as necessidades e desejos das comunidades locais sugere que o monitoramento do ambiente interno e externo, referente ao território em questão, seja permanente. Portanto, ter o observatório regional de turismo como política pública, trará o conforto na participação às comunidades locais e, ao mesmo tempo, a segurança jurídica necessária à iniciativa privada, suprimindo de maneira imprescindível a falta de dados e informações sobre o turismo no território.

É neste contexto que sugere-se o fortalecimento do tecido empresarial como política pública permanente, através da estruturação de ambientes de cooperação e participação, auxiliando a iniciativa privada na identificação e estruturação de canais de distribuição e na promoção do destino turístico, tendo em vista que o êxito do processo de desenvolvimento depende, além da ampla participação popular, de um setor empresarial forte e coeso. Para tanto, percebe-se a importância de alguns meios que favorecem a coesão da iniciativa privada, como: a homogeneidade no perfil profissional dos interlocutores/participantes, interesses similares, expectativas razoáveis de resultados ou benefícios tangíveis a curto e médio prazo (Ministério do Turismo, 2006).

## Eixo Estratégico – Posicionamento de Mercado

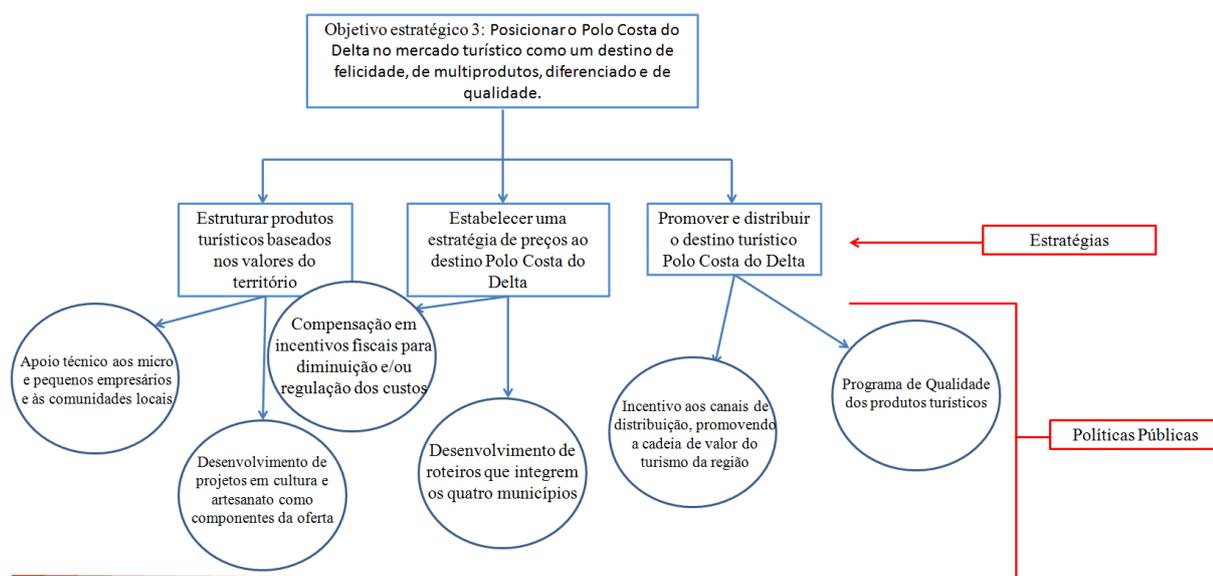


Figura 105 – Posicionando o Polo Costa do Delta no mercado turístico

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

O posicionamento do Polo Costa do Delta consiste na atenção da Entidade Regional de Turismo em direcionar a seleção e priorização dos mercados geográficos aos quais serão ofertados os produtos turísticos do território, baseando-se nas informações de mercado, conhecendo o volume da demanda existente e potencial, as taxas de crescimento dos diferentes tipos de turismo existentes no território em referência a outros mercados emissores. Conhecendo o volume e os hábitos de consumo dos mercados emissores, entre outros aspectos, trará ao território maior capacidade de definir e priorizar os tipos de turismo com maiores possibilidades de proporcionar satisfação aos turistas e retorno socioeconômico.

Sendo assim, a adoção das três estratégias definidas é fundamental para o êxito em posicionar o Polo, no mercado turístico, em atenção a Visão 2025. Assim, estruturar os produtos turísticos baseando-os nos valores inerentes ao território proporcionará o fator diferencial necessário para destaca-los no mercado. Entretanto, é relevante que se adote políticas públicas que incentivem e perpetuem este processo, como o apoio técnico aos micro e pequenos empresários e às comunidades locais, assim como para o desenvolvimento de projetos em cultura e artesanato como componentes da oferta turística. Outra estratégia importante é estabelecer uma estratégia de preços ao Polo Costa do Delta, considerando a individualidade empresarial e comunitária, mas buscando um alinhamento em relação as características de consumo e consumidor, baseando os preços na realidade do mercado

externo, não somente ajustando o preço interno a um custo-base, e adotando-se o preço CIT (*Cost, Insurance and Travel*).

Para tanto, sugere-se que se adote como políticas públicas a compensação em incentivos fiscais para diminuição e/ou regulação dos custos, pois, desta forma, potencializa-se a atração de investimentos externos e indica ao setor privado local a possibilidade de expansão e adaptação ao mercado externo. Também, apresenta-se como fundamental a integração do território em roteiros, tendo em vista a capacidade de redução dos custos de produção e a diversificação dos componentes do produto turístico.

Por último, identifica-se a necessidade de promover o Polo Costa do Delta como destino turístico ativo e solidário, através de políticas públicas permanentes que abarquem incentivos aos canais de distribuição, visando promover a cadeia de valor do turismo do Polo e a criação de um programa de qualidade para os produtos turísticos ou ao setor relacionados, indicando ao turista um maior nível de satisfação.

### Eixo Estratégico – Qualificação do Polo Turístico

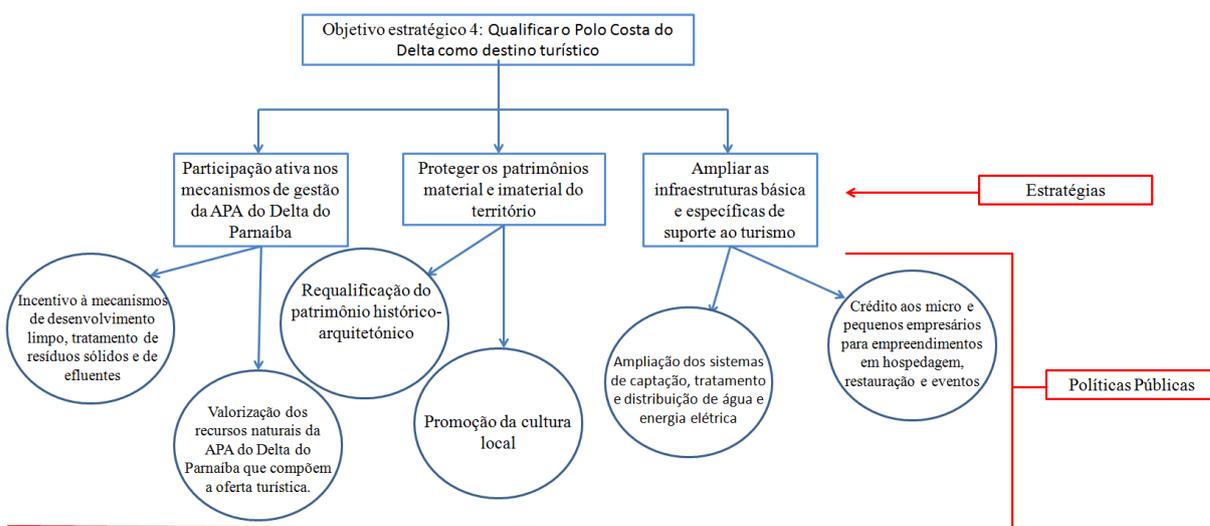


Figura 106 – Estratégias de qualificação do destino a partir dos valores do território  
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Com a clareza da composição da oferta turística, a qual descreve-se no diagnóstico estratégico, que constitui-se no conjunto de recursos e características inerentes ao destino Polo Costa do Delta, incluindo os recursos primários, as facilidades turísticas, as estruturas econômico-sociais e políticas, a geografia e o ambiente, as infraestruturas e acessibilidades internas (Mathieson e Wall, 1982 citado por Fazenda, Silva e Costa, 2008), percebe-se que o processo de qualificação do território ao turismo passa pela conjunção de forças para

interrelacionar as componentes da oferta turística, como atrações, transportes, informação, promoção e serviços (Gunn, 1994).

Neste sentido, sugere-se três estratégias que congregam as necessidades de integração do turismo com o ambiente natural a partir dos recursos provenientes da APA do Delta do Parnaíba, com os patrimónios material e imaterial do território e com as infraestruturas básica e as específicas do turismo. Sendo assim, vislumbra-se a necessidade de adoção de políticas públicas que contribuam com iniciativas oriundas dos mecanismos de desenvolvimento limpo, considerando o caráter sustentável do desenvolvimento desejado para o território, promovendo o tratamento adequado dos resíduos sólidos e efluentes, além da redução de emissão de gases, garantindo benefícios reais ao ambiente, mensuráveis e de longo prazo de mitigação dos impactos negativos do turismo.

Outras ações do poder público devem ser implementadas através de parcerias público-privado, como a ampliação dos sistemas de captação, tratamento e distribuição de água e energia elétrica, atendendo 100% da população local e, também, a adoção de mecanismos de facilidade de financiamento aos micro e pequenos empreendimentos nas áreas de hospedagem, restauração e eventos.

### Eixo Estratégico – Infraestrutura ao Turismo

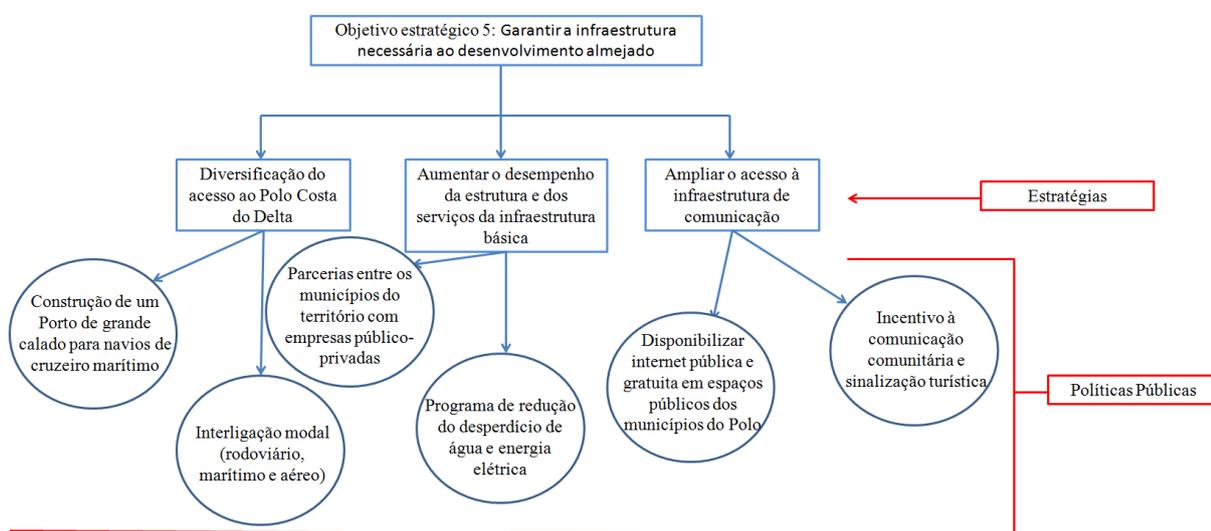


Figura 107 – Estratégias para a infraestrutura ao turismo  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

As estratégias e políticas públicas, delas oriundas, devem garantir ao conjunto de infraestruturas básica, de apoio e turística o caráter da facilidade a universalização do acesso,

a qualidade dos bens, equipamentos e serviços e, fundamentalmente, a competitividade do destino turístico.

Portanto, diversificar as formas de acesso ao território turístico Polo Costa do Delta é vital para o desenvolvimento do turismo nos municípios, pois atualmente restringe-se a via terrestre (carro e autocarro) e aéreo (com um voo doméstico semanal), sendo que o município de Luís Correia há espaço destinado pelo Governo do Estado do Piauí e Prefeitura Municipal de Luís Correia para a construção de um terminal marítimo, desde que em atenção a resolução nº1556/2009 da ANTAQ – Agência Nacional de Transportes Aquaviários.

Outro fator relevante ao acesso para o Polo turístico é a interligação modal, ou seja, a sincronia entre os voos, os autocarros urbanos e intermunicipais, o qual é hoje desarticulado e de baixa cobertura territorial.

Ao observar o diagnóstico estratégico vê-se que o território não é só carente de novas infraestruturas, mas também da ativação e bom desempenho das já existentes. Sendo assim, é importante que os gestores do turismo na região atentem-se para a necessidade de melhorar a eficiência e eficácia da própria estrutura e dos serviços de infraestrutura básica, como distribuição de água e energia elétrica. Desta forma, oferta-se duas linhas de atuação, a primeira na busca de estabelecer parcerias entre os municípios do território e empresas público-privadas e, a segunda, de desenvolver um programa específico para o aumento da eficiência, através da redução de desperdício na execução dos serviços relacionados as infraestruturas básicas.

A infraestrutura de comunicação é outra dimensão da infraestrutura urbana e do território que exerce efeitos diretos na produtividade e competitividade turística das cidades. Nos últimos trinta anos a conexão virtual tornou-se tão relevante quanto a física entre os destinos turísticos e polos emissores, pois aproxima-os dos consumidores, seja pelo conforto e conveniência ou pela disponibilidade.

Portanto, é primaz a estruturação e incentivo à comunicação comunitária no intuito de gerar coesão territorial no que tange as características sociais e culturais, além de disponibilizar internet pública e gratuita nos espaços públicos nos municípios do Polo Costa do Delta.

O conjunto de estratégias e políticas públicas sugeridas tenderão a proporcionar ao território os elementos necessários para a dinamização do desenvolvimento do turismo, gerando um ambiente de participação, compartilhamento de conhecimento e de competitividade.

### 9.2.2.12. Metas

As metas qualitativas a serem alcançadas até 2025 alinham-se as estratégias priorizando a ampliação da participação de mercado e a qualidade do turismo no Polo Costa do Delta, pois compreende-se que fundamental não é ter turistas em quantidade, mas adequado a capacidade de carga do território, enfatizando os produtos e serviços que potencializem a distribuição de renda, a geração de postos de trabalho, aumento da qualidade de vida da população local, a diversidade natural e cultural do Polo e, principalmente, a felicidade e solidariedade.

Neste caso, as metas apresentam-se como relevantes, no plano operacional, para melhorar o desempenho global do turismo, porém, assim como outras etapas do plano estratégico, precisam ser monitoradas e atualizadas permanentemente em adequação a dinâmica do ambiente interno e externo do sistema turístico no qual o Polo insere-se.

Portanto, as metas devem atender qualitativamente e quantitativamente as políticas públicas geradas a partir de cada estratégia (Figura 108), porém a sua elaboração requer a participação ampla e irrestrita de todos os grupos de interesse envolvidos no processo de planejamento, tendo em vista a necessidade de definição dos prazos e atribuição de responsabilidades.

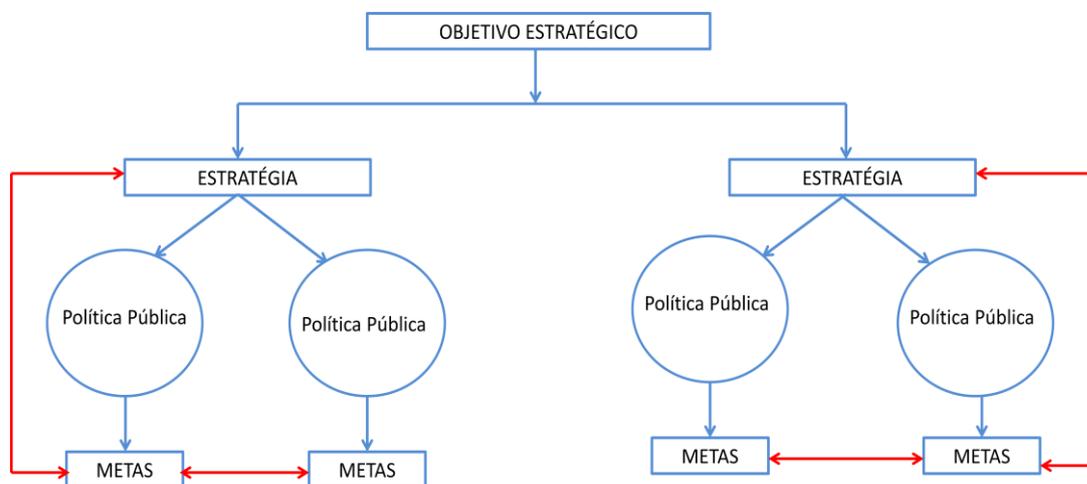


Figura 108 – Delineamento das metas  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

É relevante frisar que para o êxito do plano estratégico há que se delinear metas que estabeleçam prazos para o cumprimento e que sejam definidas na medida em que o Polo os alcance e se ajuste a elas, atentando-se que prazos curtos exigirão dos meios empregados para

o alcance pouca flexibilidade, sendo que em prazos mais longos há a possibilidade da adequação ou mudança.

### 9.2.2.13. Planos Contingenciais

Os planos de contingência apresentam-se no contexto do planejamento estratégico como estratégias alternativas que possibilitam ao destino turístico a recuperação de sua performance na atratividade de turistas e investimentos, considerando que em determinado momento houve alguma perturbação proveniente do ambiente, seja interno ou externo, como: catástrofes naturais, terrorismo, perda de mercado para a concorrência, entrada de um novo *player* no mercado turístico, entre outras possibilidades.

Neste P.E. considera-se como um cenário atípico o intitulado como B, ou seja, a manutenção de um ambiente de estagnação do crescimento no Brasil e, conseqüentemente, no nordeste, afetando o conjunto de setores que dinamizam a economia do turismo.

Para este contexto, o plano de contingência deverá permitir que o destino mantenha-se com um fluxo turístico constante durante o período de estagnação do crescimento nacional e nordestino até que este seja ultrapassado. Uma possibilidade à superação deste cenário é a manutenção de uma reserva financeira ou estratégica para diminuir os custos da iniciativa privada e elevar os investimentos do poder público, lançando novos produtos turísticos no mercado.

Este plano de contingência objetiva prover o Polo Costa do Delta de um conjunto de possíveis ações reativas que permitam o melhor gerenciamento da situação inusitada e que garantam as condições necessárias à continuidade do turismo na região. Sendo assim, considera-se as seguintes etapas (Figura 109):

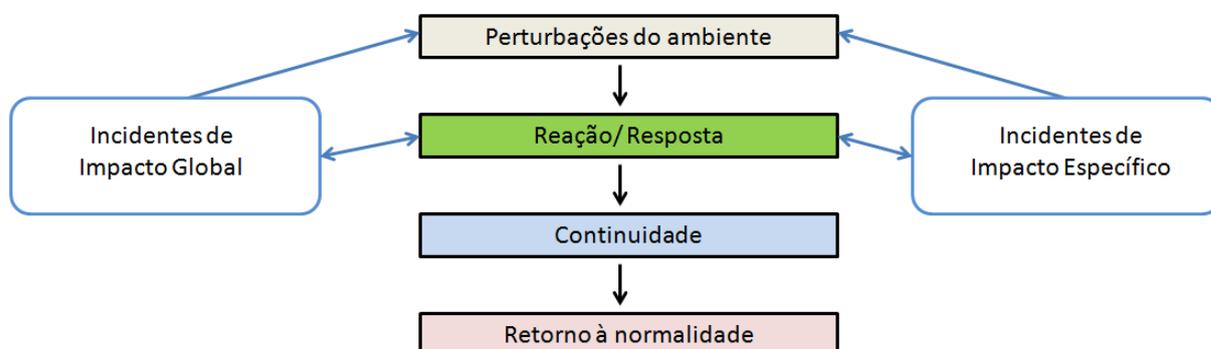


Figura 109 – Etapas abrangidas pelo Plano de Contingência  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Aos incidentes de impacto global, aqueles que abrangem todo o território, desenvolvem-se ações reativas que permitam ao Polo a continuidade das atividades turísticas, observando a missão e a visão estratégica. Já aos incidentes específicos, ou seja, aqueles que atingem um ou outro município do território ou um determinado setor da oferta turística, requer-se ações voltadas para o restabelecimento das atividades que tenham sofrido algum dano.

#### **9.2.2.14. Acompanhamento e avaliação**

Acompanhar, avaliar e controlar não se consolidam ao final do processo de planejamento estratégico de um destino turístico, pois fazem parte do processo e devem se fazer presentes em todas as etapas do planejamento. Vasconcelos Filho (1985) adverte que, antes de se por em prática, ou seja, executar o plano, obrigatoriamente o gestor deve verificar a consistência interna ao plano (recursos humanos, financeiros e estruturais; a escala de valores; a cultura organizacional identificada a partir dos vários partícipes do processo e da entidade ou órgão governamental responsável pela implementação), a consistência externa (recursos externos sejam financeiros, humano ou material; legislação vigente; concorrentes; canais de distribuição identificados; planos de governo; conjuntura econômica e política), os riscos envolvidos (ecológicos, econômicos, sociais e políticos), e o horizonte de tempo (cenários futuros).

Ao implementar, nesta fase, observa-se como o destino turístico está indo de acordo com a situação desejada e planejada. Porém, no que concerne ao controle, necessita-se da previsão de instrumentos no planejamento que permitam a ação necessária para assegurar o cumprimento dos objetivos estratégicos, das estratégias, das políticas públicas, das metas e de consequentes projetos. Para tanto, envolve-se um processo de: a) Avaliação de desempenho; b) Comparação do desempenho observado com os objetivos, estratégias, políticas públicas, metas e projetos; c) Análise de possíveis desvios; d) Ação corretiva; e) Acompanhamento da ação corretiva; f) Adição de informações para desenvolver os futuros ciclos de atividades.

Considera-se, para esta fase, entre outros, os critérios e parâmetros de avaliação definidos no contexto de uma situação adequada de custo-benefício.

### **9.3. Síntese**

A evolução do sistema turístico de um contexto mais simples, sob o ponto de vista das relações ambientais, para um evidentemente calcado na complexidade, trouxe o turismo ao

patamar de setor econômico relevante ao desenvolvimento de um país como o Brasil ou Portugal, assumindo a expressão crescente do PIB e de outros indicadores que evidenciam os impactos que as atividades concernentes ao setor proporcionam aos territórios turísticos.

Este capítulo, que aqui se finaliza, valoriza o processo do planejamento estratégico do turismo como ferramenta útil à obtenção do desenvolvimento desejado, mas, fundamentalmente, embasado nas premissas da participação popular ampla e irrestrita, na compreensão das perturbações ambientais que geram mudanças contínuas e que requerem do gestor público e dos atores envolvidos habilidades e competências específicas para adaptar o destino, quando necessário, às tendências de mercado, ou reagir na perspectiva de manutenção da participação ou prospecção de um melhor posicionamento perante os turistas e concorrentes. Outros valores inerentes ao modelo de desenvolvimento do turismo, para o Polo Costa do Delta, proposto são a felicidade e a solidariedade. A felicidade como valor social transcende o estado psicológico de bem-estar, pois traz consigo um conjunto de necessidades e desejos sociais, econômicos e culturais satisfeitos, total ou parcialmente, que permitem o prolongamento temporal de uma percepção de inclusão social. E a solidariedade, tendo em vista que acarreta na transformação de outros valores sociais, inclusive o monetário, pois a moeda de troca passa a não mais ser só o dinheiro, mas a experiência e outros atributos diferenciais que podem produzir a complementaridade no sistema turístico.

Portanto, os estudos aqui apresentados, e que moldam o ponto de vista do pesquisador em referência ao futuro do turismo no Polo Costa do Delta, proporcionaram a identificação de três cenários possíveis, os quais trazem consigo a necessidade urgente do planejamento estratégico do turismo, além da constatação de que o modelo de desenvolvimento turístico existente requer mudanças profundas, compreendendo que o mesmo não produz a felicidade interna suficiente à um ambiente de qualidade de vida e solidário, pois fixa-se em valores neoliberais que tiram do estado o papel de orientador do desenvolvimento e excluem a população da participação do processo decisório, fazendo da inação do estado uma política pública.

A par disto, sugere-se uma gestão estratégica formada pela aliança do poder público, iniciativa privada, academia (universidades e institutos de pesquisa) e população residente local, representados numa entidade regional de turismo que congregue os quatro municípios do Polo Costa do Delta, valorizando o território, proporcionando o apoio à inovação e direcionando as ações dos atores envolvidos para um desenvolvimento na perspectiva das necessidades humanas, delineadas em Max-Neef (2012), e no caráter da sustentabilidade

ambiental, econômica, cultural e social, não desconsiderando a competitividade que define contornos e que impactam as relações ambientais no sistema turístico.

Sendo assim, finaliza-se esta tese apresentando as concordâncias e refutações das hipóteses e, também, as conclusões a partir dos objetivos propostos.

## **PARTE V – O MODELO DE DESENVOLVIMENTO E O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PROPOSTO**

### **CAPÍTULO X – CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Chegar ao fim de uma tese de doutoramento não traz a certeza de que o tema pertinente a investigação esgotou-se, mas que, a partir do alcance dos objetivos iniciais, surgiram novas perspectivas para ampliar a abrangência do conhecimento além da fronteira atual.

Investigar e gerar um conhecimento científico não firma-se como finalidade única à tese, mas a possibilidade de expor a aplicabilidade das teorias e métodos em novos desafios de investigação que transformem o conhecimento já existente em outro que possa a reiniciar o ciclo dados – transformação – informação – transformação – conhecimento.

A atualidade do tema delimitado e do problema identificado situa-se na pertinência e alinhamento com a realidade do território de estudo, o Polo Costa do Delta, o qual apresentou-se nos capítulos I e VII. Compreender as políticas públicas em turismo, da sua concepção à aplicação, e o processo de planejamento estratégico, percebendo que o conjunto de informações pertinentes aos dois assuntos está conectado, em caráter de dependência com o modelo de desenvolvimento turístico, não mostrou-se tarefa fácil, fundamentalmente pela complexidade e abrangência.

Entender que o ambiente, no qual o território de estudo insere-se, na sua dinâmica complexa, tornou mais evidente a necessidade de uma visão embasada na gestão estratégica, aderindo a ferramentas próprias da área como o planejamento estratégico do turismo como instrumento norteador de futuras políticas públicas.

Para tanto, firmou-se a necessidade de revisar o modelo de desenvolvimento regional do turismo e dos municípios que compõem o Polo Costa do Delta, no litoral do Piauí. Desta forma, assumiu-se como maiores desafios ao estudo do território como destino turístico as escalas local, sub-regional e regional, considerando-as de relevância para a efetividade do estudo, pois são nestas escalas que se fundam a oferta e a partir delas que se orienta a demanda turística.

Ao longo da tese, que finda neste capítulo, os conteúdos explicitaram-se num ordenamento lógico convergindo para fundamentar os argumentos, entendidos pelo pesquisador como válidos, que evidenciaram a complexa relação entre elementos subjetivos, como a felicidade, e objetivos como o turismo como atividade econômica e social, o território, o desenvolvimento e o processo de decisão para a constituição de políticas públicas.

Evidenciou-se no capítulo VII a relevância da felicidade como característica primaz do bem-estar social, a qual foi apresentada quantitativamente através do índice de felicidade interna bruta, o FIB. Com a adoção do FIB entre o rol de índices e indicadores, a tese aceitou a abrangência da análise permitida pelo índice, que envolveu nove dimensões investigadas: bem-estar psicológico, saúde, uso do tempo, vitalidade comunitária, educação, cultura, meio ambiente, governança e padrão de vida.

Portanto, aliada a felicidade, como elemento importante ao desenvolvimento turístico, a investigação teórica realizada fixou-se em apresentar os fundamentos que firmassem a percepção da dinâmica do turismo no território de estudo a partir de uma visão sistêmica e a valorização das tendências geradas pelas interações entre os elementos e variáveis do sistema turístico. Sendo assim, reconheceu-se a relevância de temas como a sustentabilidade, o desenvolvimento endógeno com base na visão de Max-Neef, a competitividade e a visão estratégica para as políticas públicas.

Na investigação empírica envolveu-se na captação de dados e informações três grupos de interesse no turismo do Polo Costa do Delta: a iniciativa privada e experts, os gestores públicos e a população residente, os quais apresentam-se nesta tese como elementos que compõem a estrutura da oferta turística local. Com base na percepção destes grupos sociais, estabeleceu-se, no diagnóstico situacional do território, a visão prevalente do turismo no Polo Costa do Delta, assim como da vida nas dimensões econômica, ambiental, social, tecnológica e legal, sugerindo formas de intervenção no território e sistema turístico, como, neste caso, o modelo de desenvolvimento turístico proposto e o planejamento estratégico.

Neste capítulo, objetivou-se sintetizar os pontos centrais da tese que resultam da pesquisa e estudo realizados, compreendidos numa análise crítica do território, que sugerem o modelo de desenvolvimento turístico a escala humana, cujo instrumento, considerado, de intervenção no território é o plano estratégico de turismo, permitindo uma visão e gestão estratégica do Polo Costa do Delta, porém firmado na premissa da ampla participação popular no processo de planejamento do turismo local.

Esta reflexão retrospectiva da pesquisa e dos assuntos pertinentes ao tema desta tese evidencia nas considerações, que concordam ou refutam as hipóteses, o que de mais significativo e relevante se concluiu, assim como finaliza-se a partir dos objetivos propostos, explicitando as possibilidades de transformação da realidade local do Polo Costa do Delta a partir do desenvolvimento a escala humana sustentado, entre outras dimensões, na felicidade como resultado do processo de satisfação das necessidades e desejos da população residente.

Esta tese não teve por objetivo esgotar o debate sobre os assuntos políticas públicas, planejamento estratégico e desenvolvimento turístico pertinentes ao tema, mas, com base nas conclusões, gerar novos caminhos para se aprofundar o conhecimento sobre o litoral do Piauí como destino turístico ativo e sustentável e os assuntos constantes neste estudo.

### **10.1. Concordância e Refutação de Hipóteses**

Os resultados da investigação empírica, ou seja, os oriundos da aplicação dos inquéritos por questionário foram apresentados e analisados no Capítulo VII, o qual os evidencia inseridos na argumentação que constrói o pensamento sustentador do modelo de desenvolvimento proposto e do instrumento de intervenção no território, refutando ou concordando, implicitamente, as hipóteses (H). Desta forma, os resultados das hipóteses formuladas, em síntese, são:

**Em concordância H<sub>1</sub> (Políticas Públicas):** “ A omissão é a política pública mais presente no rol das ações político-administrativas, impactando na vida dos cidadãos e deixando-os a sorte do mercado de turismo e dos desejos e necessidades do capital”.

Na seção 7.2.2.1 (O Ambiente Político-legal) verificou-se que os governos dos municípios do Polo Costa do Delta, assim como o do Estado do Piauí, não desenvolvem ações próprias em benefício do desenvolvimento turístico, pois limitam-se a atender, não de forma plena, as iniciativas externas provenientes de outras instâncias governamentais. Muitos foram os exemplos elencados, como: orientação do Ministério do Turismo para constituição dos conselhos municipais de turismo, formulação dos PPA's, PRODETUR, elaboração de planos diretores e planos e projetos estratégicos.

A investigação faz emergir o problema estrutural do turismo em escala regional, sub-regional e local, evidenciando a relação entre a demanda turística e a diversidade de equipamentos e infraestrutura, que em conjunto a quase inércia dos governos locais, propiciam ao interesse da iniciativa privada o ambiente adequado à introdução de formas eficientes de explorar o espaço do território, retirando o máximo benefício à individualidade dos empreendimentos e excluindo a população local da participação. Exemplificou-se tal situação através das iniciativas de implantação de resorts em Ilha Grande e Parnaíba, a Ecocity Brasil e o Pure Resort, verificando que apenas o segundo obteve melhor êxito, tendo em vista que os órgãos ambientais brasileiros inibiram, legalmente, a construção do Resort Ecocity.

Portanto, percebe-se a incipiência do processo de formulação de políticas públicas, expressa na ativação dos conselhos municipais de turismo, tendo até o momento ocorrido somente em Parnaíba, e da reimplantação da ADRS – Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável, porém sem a ampla participação popular, mantendo-se a estrutura organizacional e de decisão *top down*.

Desta forma, a inação, consciente ou não, é a política pública ainda dominante no território do Polo Costa do Delta, beneficiando mais o mercado turístico, refletido na crescente participação da iniciativa privada na gestão do turismo, e o capital do que as comunidades autóctones e seus territórios.

**Em concordância H<sub>2</sub> (Felicidade Interna Bruta):** “A felicidade interna bruta de um destino turístico funda-se na percepção do residente sobre a estrutura de benefícios de ordem coletiva que definem a qualidade de vida, considerando que o vazio da atuação do poder público facilita o surgimento de um ambiente de interesses conflituosos, onde os autóctones, numa necessidade de defesa da sua territorialidade, rejeitam o turista devido ao processo de exclusão econômico-social promovido pelo turismo”.

Esta hipótese concretiza-se ao longo da seção referente ao diagnóstico situacional do território, explicitada no resultado expressivo de algumas questões dos inquéritos aplicados (Tabela 32, p.249). As questões analisadas permitiram auferir o índice FIB de cada município e do Polo Costa do Delta, evidenciando o grau de infelicidade dos residentes. Estes dados quando vistos em conjunto aos de outras variáveis, como os referentes aos impactos sociais e culturais justificam o baixo índice FIB.

A percepção do residente no território do Polo Costa do Delta é de que o turismo, nos moldes como é praticado, não proporciona a felicidade, pois não garante o atendimento das necessidades e desejos específicos da população residente (tabela 46), assim como não cumpre com a geração de emprego e distribuição de renda conforme o entendimento do cidadão residente.

<b>Infraestrutura</b>	<b>Média do Polo Costa do Delta</b>
Água	1,6523
Energia	1,7150
Acessos e estradas	1,6506

Tabela 46 – Melhoria das infraestruturas básicas (escala de 1 a 5)  
Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados primários, 2015.

Quando se analisa o conjunto dos dados, percebe-se que o município de Cajueiro da Praia destoa dos demais do Polo, fundamentalmente no que diz respeito a felicidade proveniente das atividades concernentes ao turismo, evidenciado num índice FIB mais elevado. Tal fenómeno encontra guarida no contexto socioeconómico do turismo local, tendo em vista que o impacto que a atividade causa na comunidade é mais perceptível pelo residente, pois há um grande número de empreendimentos turísticos, em sistema cooperado ou não, comparado proporcionalmente a população, que geram um fluxo de visitantes mais constante e com menor variação entre a baixa e a alta temporada do nos outros quatro municípios do Polo Costa do Delta.

**Em concordância H3 (Planejamento Estratégico do Turismo):** “O ambiente dinâmico e competitivo do turismo exige dos destinos turísticos a disciplina de pensar e agir estrategicamente, considerando a complexidade do sistema e indicadores mais abrangentes e representativos da realidade”.

Como relatado no Capítulo III, o turismo não está à margem do que Lipovetsky e Charles (2004) denominam de embate entre os mercados, ou seja, o setor insere-se numa dinâmica competitiva delimitada e definida pelos elementos, variáveis e atores partícipes da disputa mercadológica. Outros fatores embasam esta visão do ambiente envolvente ao território estudado, como o comportamento de consumo individual e coletivo, os avanços técnicos e tecnológicos nos campos da comunicação e transportes, são alguns exemplos de áreas que impactam o turismo e as relações competitivas entre destinos turísticos.

É desta forma que percebe-se a obrigação de ampliar os usos do ato de planejar, atendendo a adequação exigida pelas diversas necessidades oriundas da vida num mundo globalizado.

Esta dinâmica mercadológica no turismo, explicitada em teoria, evidencia-se no dia a dia dos municípios, empresas e comunidades do Polo Costa do Delta, pois, considerando que o território insere-se entre dois destinos (São Luís e Fortaleza) que captam grandes fluxos de turistas, sofre constantes pressões que geram perturbações ao ambiente interno do Polo e que produzem a sensação de incerteza, inconformidade, imprevisibilidade, indicando a relevância de adquirir competências e habilidades para um aprendizado, adaptação e inovação contínuos.

Na seção 7.5.1. (Área de Influência Direta) define-se a área de influência direta, a qual compreende o trecho litorâneo do estado do Piauí, abarcando os quatro municípios do Polo Costa do Delta. Este território apresenta um maior grau de atividade turística calcada nas características geográficas, fundamentalmente a localização, o meio físico.biológico, as bacias

hidrográficas, as unidades de conservação e a conectividade, além das zonas de trânsito. Ao considerar que todo território em estudo está compreendido na área da APA do Delta do Parnaíba e que os fluxos turísticos dividem-se pelos quatro municípios, identificou-se que a circulação do turista dá-se na amplitude do território, porém o consumo turístico somente ocorre em pontos específicos de interesse do turista e das empresas, trazendo na operacionalidade das atividades turísticas a descontinuidade territorial, a qual, na compreensão de Cordeiro e Souza (2015), pode gerar conflitos territoriais entre visitante e visitado. Portanto, a conectividade entre as zonas de interesse turístico é fundamental para a coesão do território.

A influência direta é exposta pela linearidade do deslocamento dos turistas e operadores turísticos, perfazendo o trajeto de Jericoacoara (CE) – Parnaíba (PI) – Barreirinhas (MA), sendo que por vezes, abarca também Teresina (PI), definindo a zona de influência estratégica. Porém, esta configuração em rota faz de Parnaíba um redistribuidor do fluxo turístico para os demais municípios do Polo, deixando para São Luís e Fortaleza o papel de gerar e captar a maior parte do volume de visitantes, relegando ao Polo Costa do Delta uma atuação secundária (figura 97, p. 396), mesmo detendo o principal patrimônio paisagístico-cultural dos três estados: o Delta do Rio Parnaíba.

A área de abrangência alarga-se para além da direta, abrangendo um território mais amplo que abarca o litoral dos estados do Maranhão e Ceará, o que possibilitou a compreensão das tensões e perturbações no ambiente competitivo entre os destinos turísticos localizados ao longo da Rota das Emoções, principal produto turístico que congrega parte do território dos três estados.

A este território mais alargado denominou-se, nesta tese, de área de influência estratégica, tendo em vista o acirramento competitivo entre os destinos. Desta forma, pode-se perceber que o produto proporcionou desde 2009 um crescimento contínuo no fluxo de turistas e de empreendimentos turísticos, pois, segundo o SEBRAE (2010), o roteiro detém, contabilizando os três estados, aproximadamente 267 empreendimentos de hospedagem, 241 restaurantes, bares e similares, 771 agências de viagens, incluindo as que desenvolvem apenas serviços de receptivo.

Sendo assim, a capacidade de pensar estrategicamente ser faz importante ao atendimento dos objetivos de crescimento e desenvolvimento turístico do Polo Costa do Delta, porém o domínio do planejamento estratégica é a competência necessária para gerar as habilidades fundamentais de uso desta ferramenta para desenvolver, orientar e analisar as

ações empreendidas ou a empreender, na busca de equilibrar o uso e o consumo no território, retirando a concentração e domínio de mercado de São Luís e Fortaleza.

O cenário competitivo percebido e desfavorável, atualmente, ao Polo Costa do Delta foi descortinado em duas análises realizadas, através dos métodos PEST-AL e SWOT, no qual ordenou-se as influências, pressões e perturbações ao ambiente interno do Polo, destacando-se em nível mundial, nacional, regional e local. Dentre as ameaças identificadas evidenciam-se:

1. Valorização do real frente ao dólar e euro, prejudicando a capacidade de atração de turistas estrangeiros;
2. Elevação da rigidez na entrada e saída de estrangeiros de importantes países emissores, como: Estados Unidos, Espanha e Alemanha;
3. Dificuldade em preservar a originalidade e autenticidade do patrimônio, lugares e pessoas;
4. Avanço do capital sobre o patrimônio natural e cultural;
5. Instabilidade política no Brasil;
6. Aumento da tensão entre o poder público (federal, estadual e municipal) e a sociedade civil;
7. Aumento do nível de desemprego e empobrecimento das famílias;
8. Pulverização das infirmações no universo das comunicações sociais;
9. Privatização de unidades de conservação;
10. Destinos concorrentes com melhor infraestrutura básica, de apoio e turística, facilitando a estruturação dos produtos turísticos;
11. Destinos concorrentes com canais de distribuição mais desenvolvidos;
12. Destinos concorrentes com maior capacidade de aproveitamento da mão-de-obra qualificada;
13. Destinos concorrentes com melhor infraestrutura de telecomunicações.

Diante das eminentes ameaças e pressões provenientes do ambiente envolvente ao Polo Costa do Delta, vislumbrou-se a relevância de se repensar o modelo de desenvolvimento turístico do território, assim como de adequar o planejamento estratégico às necessidades territoriais e competitivas percebidas nas perspectivas econômica, social, ambiental, tecnológica, cultural, legal e turística.

Portanto, sugeriu-se, na seção 8.2, que o modelo de desenvolvimento turístico do Polo fosse sustentado por uma visão mais ampla das dinâmicas existentes no sistema turístico, calcada na imprescindível participação popular no processo de planejamento e decisão das estratégias concernentes a atuação do Polo no mercado turístico, indicando que as

necessidades primeiras são as oriundas do ser humano e não do mercado, pois no turismo a atratividade do território está estritamente conectada à população local, a qual, em conjunto com outros elementos, fornecem, no momento do consumo do produto turístico, a experiência desejada pelo turista.

Para tanto, foi de grande relevância ao modelo proposto o Plano do turismo de Portugal, explicitado no documento *Estratégia 2027*, que define a importância da participação popular no planejamento e nas decisões, onde o Estado assume suas responsabilidades e mobiliza os agentes e a sociedade, a qual é compreendida como um processo de construção plural.

**Em concordância parcial H<sub>4</sub> (Desenvolvimento Turístico):** “O Polo Costa do Delta, em seu território, desenvolve um turismo no qual a produção do espaço está diretamente ligada à reprodução do capital, ritmando as relações estabelecidas entre os operadores (produtores) turísticos, a comunidade receptora e os consumidores (turistas) no ambiente”.

Nos últimos 60 anos acelerou-se no mundo um processo de mudanças econômicas, ambientais e sociais, que acontecem gradualmente e promovem uma nova ordem socioeconômica. Neste ambiente dinâmico e de incertezas que, em face desta nova realidade, o Estado aderiu a um modelo de gestão do bem comum, onde as organizações da sociedade civil passaram a exercer papel de protagonistas no ato de reivindicar do Estado e de seus próprios integrantes, ações que demonstrem atitude frente ao novo cenário.

Esta percepção de mundo permeou toda a fundamentação teórica e a proposta desta tese. Desta forma, é justificável este estudo concordar com Harman e Horman (1993, p.31), os quais comentam que “a atual política econômica, empresarial e social não é, em termos gerais, coerente com o desenvolvimento global viável de longo prazo. Em toda a parte, ela tem sido aplicada sem considerar o futuro global viável e sem compreender a amplitude de mudança sistemática requerida para alcançar semelhante futuro”.

Percebe-se que a gestão do bem público, sustentado no modelo neoliberal, onde as organizações civis dominam grande parte das regras, em detrimento da omissão do poder público, não é o caminho mais adequado ao desejado futuro de um mundo mais sustentável.

Neste contexto, compreende-se que os municípios do Polo Costa do Delta apresentam-se sem a habilidade de buscar alternativas de desenvolvimento que lhes permitam respeitar suas características espaciais, vantagens comparativas e competitivas e, especialmente, que levem a uma verdadeira melhoria na qualidade de vida dos munícipes. Pois, geralmente, o

padrão de desenvolvimento estabelecido no imaginário dos governantes é o obtido a partir da instalação de indústrias e da atração dos grandes capitais.

O turismo, como atividade econômica, aparece, em parte da literatura em turismo, como o setor salvador e capaz de promover um modelo de desenvolvimento mais adequado aos anseios modernos de sustentabilidade. Porém, a atividade turística vive da apropriação do estético, fundamentando-se, como qualquer outra atividade econômica capitalista, na exploração da força de trabalho e da ocupação espacial regrada pelo capital.

Na seção 7.2, a preferência dos gestores dos municípios do Polo pela estratégia de atrair o grande capital, evidenciado através dos exemplos da Ecocity Brasil (Ilha Grande) e Pure Resort (Parnaíba), molda o desenvolvimento do Polo e reestrutura territorialmente, por vezes, excluindo parte da população dos recursos e meios de produção turística. Somente o município de Cajueiro da Praia apresenta características diferentes dos demais, tendo em vista que ao longo do litoral do município não há nenhum grande grupo hoteleiro ou empreendimento turístico fora do enquadramento legal de micro ou pequena empresa<sup>105</sup>, além de iniciativas sustentadas no associativismo cooperativo (ex.: associações de condutores em Barra Grande).

Nos exemplos de Ilha Grande e Parnaíba percebeu-se que, quando as relações capitalistas se definem, é que os rios, as praias e as dunas passam a ser dominados economicamente pela atividade turística. Desta forma, entende-se a não adequação do modelo de desenvolvimento existente para o litoral do Piauí, pois se sustenta no atendimento dos anseios de uma minoria dominadora dos meios de produção turística, ou seja, na ocupação territorial do litoral sob a perspectiva da apropriação, onde a especulação imobiliária aliada à atividade turística passou a ser a forma de promover o lugar economicamente. Portanto, aproveitando do pensamento de Altvater (1995, p.307), concorda-se com a premissa de que “... de uma maneira trágica, a exploração privada dos bens comuns globais não conduz ao aumento da prosperidade, mas à destruição dos recursos da natureza e, por esta via, à destruição da base vital da humanidade”.

A inadequação na percepção popular em relação modelo de desenvolvimento predominante explicita-se em alguns questionamentos realizados através dos inquéritos por questionário, aplicado para a população residente e *experts*. Perguntou-se, por exemplo, se há participação popular no planejamento do turismo, dos respondentes 71% (n=64) dos *experts* discordaram. Na visão dos gestores públicos o nível de sensibilidade e percepção que julgam

---

<sup>105</sup> A Lei Geral, também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, foi criada pela Lei Complementar Federal 123/2006 para regulamentar tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a esse setor, conforme disposto na Constituição Federal. As Micro e Pequenas Empresas são aquelas que faturam uma receita anual de até R\$ 2,4 milhões.

ter a população local em relação ao turismo (tabela 22, p.223) é nenhum ou quase nenhum, sendo que quase metade dos inquiridos indicam não saber ao responderem que é nem baixo nem elevado. Portanto, constata-se uma discrepância entre a realidade vivenciada pelos *experts* e população residente e os gestores, algo perceptível em outros questionamentos, justificado pela necessidade dos gestores em criar no imaginário popular a compreensão de que a gestão municipal é calcada na democracia preconizada pela Constituição Federal do Brasil.

A compreensão da população sobre a realidade do território Polo Costa do Delta e o modelo de desenvolvimento turístico promovido e imposto pela inação, dos gestores municipais, como política pública trouxe ao ambiente social a necessidade de gerar alternativas aos residentes e, desta forma, desencadeou um processo de empoderamento das comunidades tradicionais, caracterizado na seção 9.2.2.4, através da constituição de associações e cooperativas de pescadores, marisqueiras e artesãos e institucionalizado em APL's – Arranjos Produtivos Locais<sup>106</sup>. Contudo, a concordância parcial da hipótese H<sub>4</sub> funda-se na percepção de que está em formação, e cada vez mais ampliado, um ambiente solidário economicamente e socialmente no território, indicando a adequação do modelo de desenvolvimento turístico e planejamento estratégico propostos.

É na perspectiva de uma nova consciência econômico-social que firma-se as esperanças intrínsecas ao modelo de desenvolvimento proposto, o qual molda-se à escala humana, ou seja, fixa-se nas necessidades e desejos da população local, indicando, através do planejamento estratégico, o processo de formulação de políticas públicas que sejam percebidas como ações que geram satisfação e bem-estar.

Neste contexto o índice FIB e seus indicadores, elencados na seção 7.3, fornecem informações mais abrangentes sobre o território, a partir da ótica dos residentes, abarcando dimensões e variáveis correlatas a economia, ambiente social (saúde, educação, segurança), ambiente natural, entre outras. Valer-se do FIB como apoio à compreensão do território traz valias que outros índices e indicadores não proporcionam, tendo em vista que auferem partes específicas da realidade percebida. Entendendo o caráter holístico do FIB, o modelo de desenvolvimento turístico proposto utiliza-o como indicador base das necessidades e desejos para além do turismo, tornando-o fundamental para o desenho do modelo.

---

<sup>106</sup> Arranjos Produtivos Locais são aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa (Cardoso, 2014).

Essas considerações encerram, por assim dizer, a proposta desta tese, porquanto contêm o contexto e a dinâmica da relação entre políticas públicas, planejamento estratégico e desenvolvimento turístico.

## **10.2. Conclusões a partir dos Objetivos Propostos**

Mesmo com as hipóteses confirmadas, salvo a H<sub>4</sub> que evidenciou uma pressão, proveniente das comunidades dos municípios do Polo, de resistência a partir da formação de um ambiente economicamente e socialmente mais solidário, detectou-se que resiste-se, pois os interesses do capital especulativo moldam-se na forma, principalmente, de expropriação da terra e implantação de *resorts* que adquirem grandes porções do território dos municípios do Polo, excluindo a população autóctone do processo de desenvolvimento do turismo.

Sendo assim, justifica-se a definição do **OE<sub>1</sub>**, que compreende o diagnóstico do contexto atual do desenvolvimento turístico do território de estudo (Capítulo VII), atentando-se não só para o fato da resistência das comunidades às transformações sócio-espaciais provenientes do turismo, mas para a complexidade oriunda das relações entre os elementos do sistema turístico regional. Desta forma, a pesquisa levantou dados e informações de organismos governamentais e não-governamentais, como BNB – Banco do Nordeste, SEBRAE, Ministério do Turismo, entre outros, os quais evidenciaram as mazelas do Polo Costa do Delta inerentes as atividades econômicas, ao ambiente natural, ao ambiente social e tecnológico, que interligam-se na dinâmica do turismo e evidenciam as falhas estruturais do Polo como destino turístico e para a qualidade de vida do residente.

Outra compreensão proporcionada pelo diagnóstico situacional, conectada a competitividade do mercado turístico, diz respeito ao “estrangulamento” mercadológico que dificulta o posicionamento do Polo Costa do Delta como destino turístico, pois Fortaleza (CE) e São Luís (MA), detentores de melhores infraestruturas e diversidade de acesso, captam maior parte do fluxo turístico, no trecho dos três estados compreendido como Rota das Emoções. Segundo os dados constantes no P.E. da Rota das Emoções (2014), entram pelo Polo Costa do Delta, através de Parnaíba, apenas 2% dos turistas que percorrem a Rota das Emoções, sendo Fortaleza responsável por 80% e São Luís por 18% das entradas.

Portanto, vislumbra-se Parnaíba como destino indutor do turismo, porém a sua influência é circunscrita ao território do Polo Costa do Delta, tornando o fluxo de turistas uma dinâmica superiormente induzida na região pelos municípios de Fortaleza e São Luís.

Somado a esta realidade, de um ambiente competitivo no turismo regional, encontra-se a escassez de investimentos públicos na estruturação dos municípios do Polo, seja em infraestruturas consideradas básicas para uma vida de qualidade, seja vislumbrando o desenvolvimento e crescimento do turismo, a qual influencia diretamente na população residente a percepção da felicidade e no posicionamento do Polo no mercado turístico.

A evidência da falta de investimentos em infraestrutura, a qual, na concepção desta tese, torna-se fato quando mensurada, através da percepção da população residente pelos indicadores do índice FIB – Felicidade Interna Bruta (OE2). No indicador Saúde constatou-se, com base nas observações do pesquisador, que há centralidade do atendimento no município de Parnaíba, que concentra todos os hospitais públicos e privados do território, assim como a maior parte dos postos de saúde. Esta constatação, encaminha a compreensão sobre a insatisfação da população com o atendimento desta necessidade básica associada ao alto grau de precariedade em saúde, na percepção individual (Tabela 47), e a não indicação dos políticos, gestores públicos e *experts* da existência de políticas locais que preveem investimentos em infraestrutura básica (Seção 2 do questionário políticos e *experts*).

	<b>Ilha Grande</b>	<b>Parnaíba</b>	<b>Luís Correia</b>	<b>Cajueiro da Praia</b>	<b>Polo Costa do Delta</b>
<b>Precária</b>	33,4	19,6	28,2	<b>34,6</b>	28,95
<b>Razoável</b>	<b>38,2</b>	<b>32,2</b>	<b>33,6</b>	21,5	<b>31,38</b>
<b>Boa</b>	16,5	19,5	21,5	12,6	17,52
<b>Muito Boa</b>	7,4	16,8	12,1	18,3	13,65
<b>Excelente</b>	4,5	11,9	4,6	13,0	8,50
<b>Total (R)</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,00

Tabela 47 - Em geral, eu diria que minha saúde é:

Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

A mensuração do índice FIB deu-se na sua amplitude, ou seja, considerou-se todos os nove indicadores para identificar o nível de satisfação com a vida e o território, exprimindo-se numericamente no índice de felicidade. Em três municípios encontrou-se similaridades na percepção do residente, sendo a mais evidente a relação desigualdade social e felicidade. Em Ilha Grande, Parnaíba e Luís Correia a população residente compreende-se como infeliz a medida que as desigualdades social e de renda acentuam-se, sendo Cajueiro da Praia o município destoante desta realidade, pois sua população residente identifica-se mais com as atividades concernentes ao turismo, qualificando-o como positivo, tendo em vista maior coesão social e melhor compreensão do impacto económico do turismo. Desta forma,

percebe-se como desafio ao território Polo Costa do Delta estabelecer um ambiente mais equilibrado e favorável à felicidade, ampliando a penetração da distribuição dos benefícios gerados pelo turismo.

A partir da constatação da não coesão social no território e das diferentes percepções sobre o turismo, identificou-se no início do estudo a necessidade de entender melhor o modelo de desenvolvimento turístico predominante no Polo (OE<sub>3</sub>).

Portanto, valeu-se, neste trabalho, da análise diagnóstico calcada no contexto atual do turismo nos quatro municípios do Polo, a qual apresentou, no Capítulo VII, dentre outras informações, os seguintes resultados que caracterizam o modelo de desenvolvimento do turismo:

1. Baixa capacidade competitiva, pois não desenvolveu infraestrutura necessária, instâncias de governança inativas e quase inexistência de estratégias de promoção do território;
2. A inação como política pública governamental, repassando à iniciativa privada as responsabilidades de gestão do território, fundamentalmente no que tange o uso e ocupação do solo, tendo como contraponto apenas o ICMBio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade;
3. Não há canais de distribuição estruturados, e tão pouco dados confiáveis sobre os principais polos emissores de turistas para o Polo Costa do Delta;
4. Os níveis de participação popular na gestão e planejamento do turismo são extremamente baixos, restringindo-se a poucas audiências públicas para discutir alguns empreendimentos de maior impacto, como por exemplo os *resorts*;
5. Atratividade reduzida, devido a ineficiência governamental e as características infraestruturais dos municípios concorrentes de influência regional;
6. Estrutura de decisão centralizada e focada na atração de investimentos externos que contribuam com a criação e expansão da oferta turística;
7. O efeito multiplicador do turismo mostra-se como um processo acanhado e incipiente, surgindo de forma descontínua territorialmente, o qual tem como uma das referências mensuráveis o imposto ISSQN;
8. Favorecimento econômico e infraestrutural de Parnaíba em detrimento da exploração dos recursos e atrativos naturais dos municípios vizinhos e integrantes do Polo Costa do Delta;
9. O Polo Costa do Delta por mais que seja influenciado pelos elementos e dinâmica do ambiente externo envolvente, atua em caráter quase hermético e pouco colaborativo;

10. A geração de conhecimento em turismo dá-se isoladamente por alguns atores locais e sem a penetração necessária no território;
11. Gestão dos municípios executada por políticos locais com graves deficiências administrativas, evidenciando a inabilidade e falta de competência.

A estas características que influenciam no desenho do modelo de desenvolvimento existente somam-se outras que, coligadas ao processo decisório das políticas públicas, proporcionam uma estrutura organizacional e decisória linear, rígida, de comunicação lenta e fundada na perspectiva *Top Down*.

Sendo assim, considerou-se, na Seção 9.1., que o enfoque *bottom up* é o que caracteriza um fluxo de informações e uma geração de conhecimento profícua em relação ao processo de tomada de decisão no modelo de desenvolvimento proposto, pelos seguintes motivos: 1. O enfoque *bottom up* parte da análise das redes de decisões, as quais ocorrem de forma concreta no âmbito do enfrentamento dos atores envolvidos, seja na formulação das políticas públicas, seja no processo de implementação; 2. Parte-se do entendimento de que o controle pleno em todo o processo de elaboração de políticas é difícil e condiciona a implementação. Porque resulta de um processo interativo e conflituoso, suscetível a diversas influências como da estrutura organizacional da entidade gestora e o contexto em que está a ser gestacionado; 3. A implementação é a continuação da formulação.

A partir da compreensão do processo de formulação das políticas públicas no território estudado, percebeu-se, além da inação como política pública, outras ações que definem o quadro de ingerência no turismo, como: a) escolhem o tema para definir a agenda em caráter pessoal ou político-partidário, excluindo a possibilidade de ampla participação; b) a filtragem dos temas ocorre sem metodologia definida, apenas parte-se da vontade do gestor; c) o processamento de cada assunto fica circunscrito a um pequeno grupo de assessores, vereadores da situação e uns poucos especialistas, quando convidados; d) não concatenam elementos suficientes para prospectar as consequências futuras; e) definem os objetivos mirando grupos de interesse ou setores da sociedade que lhes provenham maiores vantagens políticas; f) resultados raramente são mensurados; g) a avaliação da política empregada dá-se a partir dos resultados das vantagens conquistadas e não do processo de formulação da decisão e política pública.

Portanto, o objetivo de explicitar as políticas públicas do turismo no território (OE4) deparou-se com um dinamismo no processo de elaboração e implementação das políticas proveniente de outras esferas governamentais, tais como a estadual e federal, sendo o município mero executor de parte dos interesses externos, limitando seu papel no Polo. Desta

percepção, tornou-se fucral evidenciar as melhores práticas em planejamento (OEs), fundamentalmente com caráter estratégico, ou seja, que detivessem um pensamento estratégico e que objetivassem um aprendizado contínuo. Considerando estas determinantes, identificou-se a experiência de Portugal, constante nos PENT – Planos Estratégicos Nacionais de Turismo de 2007 até o ano de 2015 e em outras iniciativas de planejamento, como relevante ao estudo e proposições para o território Polo Costa do Delta.

Constatou-se nos planos estratégicos de Portugal três características principais: 1. São detentores de vasto e rico conjunto de dados e informações atualizadas sobre o turismo no mundo, no território e a relação entre ambas escalas; 2. O processo decisório dá-se numa organização mais verticalizada, *Top to Down*, principalmente no que tange as decisões; 3. A horizontalização do processo apresenta-se nos momentos iniciais do planejamento abarcando o *trade* turístico e outros grupos de interesse. Porém, no plano Estratégia 2027 percebe-se uma mudança no desenho do plano e no processo de formulação da decisão e conseqüente política pública ou ação específica da iniciativa privada, explicitada na proposta de ampla participação que possibilite a convergência, para um mesmo ambiente de debate, de contributos de diversos setores da sociedade.

Com base no conjunto de informações geradas pelo diagnóstico situacional, melhores práticas planejamento do turismo de Portugal e das teorias estudadas e ordenadas na fundamentação teórica, definiu-se o ideal de modelo de desenvolvimento turístico para o Polo Costa do Delta (OE<sub>6</sub>), apresentando os seguintes pontos fundamentais:

- a) Que o modelo permita gerar um processo de aprendizagem contínua, considerando o domínio pessoal, os modelos mentais, visão compartilhada, aprendizagem em equipe e pensamento sistêmico, proporcionada na interação entre os atores sociais e políticos em âmbito institucional e no meio social;
- b) Que garanta formas de crescimento econômico, associadas ao desenvolvimento a uma escala humana, que contemplem a sustentabilidade como valor inerente (Max-Neef, 2010; Ritchie e Crouch, 2003; Gunn, 1994);
- c) Que garanta a participação ampla e irrestrita dos mais variados grupos e atores sociais interessados e/ou partícipes do turismo (Getz, 1987; Gohn, 2008);
- d) Que conjugue as necessidades e desejos da população local com os da iniciativa privada, compreendendo as parcerias público-privada, desde que atentado à responsabilidade social (Pearce, 1992; Costa, 2001);
- e) Que garanta um modelo de planejamento fundamentado na configuração *bottom-up*, promovendo a geração de conhecimento e uso da informação (Choo, 2003; Dowbor, 1989);

- f) Que use um modelo incremental de tomada de decisão, firmando a configuração *bottom-up* como modelo funcional de comunicação e geração de conhecimento (Choo, 2003; Lindblom, 1959);
- g) Que garanta o planejamento integrado focado na organização social à participação no processo de planejamento e elaboração de políticas públicas (Gunn, 1994; Oliveira, 1988; Heidemann e Salm, 2010);
- h) Que garanta a capacitação popular à sensibilização para participação e compartilhamento de conhecimentos, práticas e valores do desenvolvimento do turismo como atividade econômico-social;
- i) E que garanta um destino turístico com alto índice de felicidade, através da satisfação das necessidades e desejos que geram um elevado bem-estar social.

Os pontos fundamentais acima elencados encaminham à compreensão de que o modelo de desenvolvimento turístico, proposto na Seção 8.2.1, congrega três dimensões: a sociopolítica, a físico-territorial e a socioeconômica, as quais estabelecem-se em caráter de interdependência, equilibrando o ambiente conflituoso e de tensões gerado pelos diferentes interesses dos atores sociais e políticos.

Portanto, com interesses dos partícipes do sistema turístico nem sempre serem convergentes, evidenciados no diagnóstico situacional, definiu-se como modo de intervenção no território para induzir a implementação do modelo de desenvolvimento turístico proposto, assim como desencadear uma visão estratégica compartilhada pelos atores sociais e políticos ligados direta e indiretamente com o turismo no Polo Costa do Delta, uma estrutura de planejamento estratégico (**OE7**) adequada ao território de estudo.

Sendo assim, na Seção 9.2.2, explicitou-se o processo de elaboração e implementação de um planejamento estratégico fundado nos princípios inerentes a um ambiente social e econômico mais solidário e que possibilite o bem-estar e a felicidade. Desta forma, evidenciou-se, na preparação e organização do P.E., uma gestão do território que concebe a administração do turismo como a soma dos esforços dos atores, sendo o Estado o coordenador dos interesses particulares e coletivos, expressa no modelo funcional que define as responsabilidades (figura 91, p.372).

As etapas propostas para o processo de elaboração do P.E. do Polo Costa do Delta abarcam, como foi visto, as seguintes fases: sensibilização, mobilização, audiências públicas, institucionalização da entidade regional, definição do sistema de comunicação, elaboração do P.E., implementação do P.E. e Monitorização e avaliação.

Acredita-se que a estrutura do planejamento estratégico somada a base conceitual do modelo de desenvolvimento do turismo ao Polo Costa do Delta, os quais consideram os princípios da ampla participação popular, da sustentabilidade ambiental e econômica, da integração no território e da descentralização do poder de decisão, inerentes a proposta de desenvolvimento do turismo a escala humana, garantindo aos diversos setores do turismo e da sociedade a representatividade necessária no processo de desenvolver e planejar o território.

Esta investigação deixa uma contribuição teórica sobre o desenvolvimento do turismo a uma escala humana e da concepção de políticas públicas inseridas no contexto do processo de planejamento estratégico do turismo. Também encaminha-se como legado uma compreensão mais clara sobre o Polo Costa do Delta e os municípios partícipes, fundamentalmente no que tange ao turismo local e regional, mas a abrangência e profundidade do estudo empreendido não se esgota em si. Desta forma, vislumbra-se, ainda, um largo campo de estudo sobre o tema aqui estudado, porém fundamentalmente envolvido na relação felicidade e turismo sustentável, seja na perspectiva social, econômica, ambiental ou cultural.

Portanto, mais fortemente após a investigação realizada, fica registrada nesta tese a crença de que o turismo, nas suas mais variadas vertentes, só atenderá as premissas de um desenvolvimento sustentável na medida em que o cidadão residente no destino turístico sentir-se e for inserido no processo decisório e de formação das políticas públicas.

Por fim, espera-se que esta tese de doutoramento inspire outros investigadores a pesquisar as possibilidades de um turismo mais inclusivo e gerador de um contexto solidário e feliz.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbagnano, N. (1999). *História da Filosofia*. V.5. (4ª ed.) Trad. Nuno Valadas e Antonio Ramos Rosa. Lisboa: Editorial Proença.
- Abrantes, J.L., Kastenholz, E. & Lopes, R. (2012). Web 2.0 and impacts in tourism. *Journal of Tourism and Development*. v4 n.17/18, 91-93.
- Ackoff, R. L. (1980). *Planejamento empresarial*. São Paulo: Atlas.
- AGESPISA – Águas e Esgotos do Piauí S.A. Falta d'água! Acedido em 25/09/2016. Disponível em <http://www.agespisa.com.br/site/pages/public/index.jsf>
- Águas, P., Rita, P. & Costa, J. (2004). Fluxos Turísticos Internacionais: Um estudo de segmentação de mercado, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 2 (1): 79-87.
- Andrews, S. (2007). *PIB ou FIB: as lições do Butão – conheça o reino do Butão, onde a Felicidade Interna Bruta é o fator mais importante*. *Revista Época*, Editora Globo, (n.501) dez.
- Akama, John S. (2002). The Role of Government in the Development of Tourism in Kenya. *International Journal of Tourism Research*. 4 (p, 1-13).
- Alday, H. E. C. (2007). *O Planejamento Estratégico dentro do Conceito de Administração Estratégica*. Acedido em 05 de novembro de 2015, em [http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v3\\_n2/o\\_planejamento\\_estrategico.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v3_n2/o_planejamento_estrategico.pdf)
- Allison, G. T. & Zelikow, P. (1999). *Essence of decision: explaining the Cuban missile crisis* (2.ed) New York: Addison-Wesley.
- Almeida, J. F. & Pinto, J. M. (1995). *A Investigação nas Ciências Sociais*. (5ª ed.) Lisboa: Editorial Presença.
- Almeida, C.R. (2011). A Importância da Coopetição no sector turístico. In: Coleção Politécnico da Guarda.
- Alshboul, K. (2016). *Assessing Local Community Involvement in Tourism Development around a Proposed World Heritage Site in Jerash, Jordan* (Dissertação de Doutoramento). Waterloo, Waterloo University.
- Altwater, E. (1995). *O Preço da Riqueza. Pilhagem Ambiental e a Nova (Des)Ordem Mundial*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista.
- Ambiens. (2011). *Avaliação Ambiental Estratégica do PRODETUR Nacional no Estado do Piauí, Polo Costa do Delta e Polo Origens*. Ministério do Turismo/ Governo do Estado do Piauí.

- Amendoeira, J. (2006). *Uma biografia partilhada da enfermagem*. A segunda metade do século XX. Coimbra. Formasau.
- Amorim, E. (2013). *Planeamento Turístico em Portugal: Abordagem relacional entre a Formação Superior em Turismo e a efetivação do Planeamento a nível Local*. (Tese de doutoramento). UNL.
- Andion, C. (2003) Análise de redes e desenvolvimento local sustentável. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, 37(5).
- Andrade, J.V. (1997). *Turismo: Fundamentos e Dimensões*. São Paulo: Ática.
- Andrews, S. (2007). *PIB ou FIB: as lições do Butão – conheça o reino do Butão, onde a Felicidade Interna Bruta é o fator mais importante*. *Revista Época*, Editora Globo, n.501, dez.
- Angrist J.; Pischke, J. (2009) *Mostly Harmless Econometrics: An Empiricist's Companion*. Princeton: Princeton University Press.
- Anholt, S. (2007) *Competitive Identity – The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, Londra: Palgrave Macmillan, p. 3.
- Ansarah, M. G. dos Reis. (2002). *Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil*. São Paulo: Aleph.
- Ansoff, H. I. (1990). *A nova estratégia empresarial*. São Paulo: Atlas.
- Ansoff, H. I. (1972). The concept of strategic management, *Journal of Business Policy*, v.2, n.4, 3-9.
- Archer, Brian e Cooper, Chris (2002). Os impactos Negativos e positivos do turismo. THEOBALD, W. (Ed.). *Turismo Global*. São Paulo: Senac.
- Arruda, M. (org.). (2009). *Intercambiando Visiones de una Economía Responsable, Plural y Solidaria*, ALOE/PACS, Rio de Janeiro.
- Ashworth, G. & Kavaratzis, M. (ed.). (2010). *Towards Effective Place Management: Branding European Cities and Regions*, Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.
- Aubert, N. (Ed.). (2004). *L'Individu Hypermoderne*. Paris: Éditions Érès.
- Augusto, L.P.L.F. (2014). *Comunicação e Turismo: relações públicas, dialogismo e imagem nos media digitais*. (Dissertação de doutoramento). Universidade de Coimbra.
- Azzoni, C.R. (1993). Desenvolvimento do Turismo ou Desenvolvimento Turístico? Reflexões com base em duas regiões atrasadas em São Paulo. *Revista Turismo em Análise*, v.4, n.2, 37-50.

- Bachrach, P. & Baratz, M.S. (1962). Two faces of power. *The American Political Science Review*, v.56, n.4, 947-952.
- Bachrach, P. & Baratz, M.S. (1970). *Power and powerty*. New York, Oxford.
- Bailly, A. (1981). *La géographie du Bien-être*, PUF, Paris.
- Baker, M. and Cameron, E. (2008) Critical success factors in destination marketing, *Tourism and Hospitality Research*, v.8, n.2, 79-97.
- Ballart H,J. (2005). *Patrimônio Cultural y Turismo Sostenible en el Espacio Iberoamericano: Retos y Oportunidades do Presente. Diálogos*, Maringá: DHI e Programa de Pós-graduação em História — Universidade Estadual de Maringá, v.9, n.1.
- Bambirra, V. (1978). *Teoria de la Dependencia: Una Anticrítica*, Era, México.
- Banco de Portugal. (2014). *Análise do Setor do Turismo – Estudos da Central de Balanços*, Outubro.
- Banco Mundial. (2007). *Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial: O desenvolvimento e a próxima geração*. Washington, DC.
- Banco Mundial. (1992). *Governance and Development*. Whashington DC, The World Bank Publication.
- Baptista, E.M.C. (2010). Estudo morfossedimentar dos recifes de arenito da zona litorânea do estado do Piauí, Brasil. (Dissertação de doutoramento). Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.
- Barbosa, E.R. & Brondani, G. (2005). Planejamento estratégico organizacional. In *Revista Eletrônica de Contabilidade*. Volume I, nº 2.
- Bardin, L.. (1977) *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barqueiro, A. V. (2001). *Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização*. Rio Grande RS: UFRGS Editora.
- Barreto, M. (2000). *Turismo e Legado Cultural*. Campinas, Papirus.
- Barreto, M.. (2005). *Planejamento responsável do turismo*. Campinas: Papirus.
- Barros, A.J.P. & Lehfeld, N. (1990). Aparecida de Souza. *Projeto de Pesquisa: propostas metodológicas*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Barros, A. J. P. & Lehfeld, N. A. S. (2000). *Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica*. 3. ed. São Paulo: Makron Books.
- Barros, J.L.G. (2008). A satisfação com a qualidade de serviços na fidelização dos destinos turísticos (Dissertação de Mestrado), Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

- Bartholo, R. & Sansolo, D. & Bursztyn, I. (Eds.). (2009). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e imagem.
- Bauman, Z. (1999). *Globalização: As consequências Humanas*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2007). *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Becker, D.F. & Wittmann, M.L. (2003). *Desenvolvimento Regional: Abordagens Interdisciplinares*. Santa Cruz: EDUSC.
- Benevides, I.P. (2002). Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: Rodrigues, A.B. (Ed.) *Turismo e desenvolvimento local*. (p. 23- 41). São Paulo: Hucitec.
- Beni, M. C. (2003). *Análise estrutural do turismo*. (9ª ed). São Paulo, Senac.
- Berkes F. & Folke C. (1992). A systems perspective on the interrelations between natural, human-made and cultural capital. (1–8). *Ecological Economics*, 5.
- Bethlem, A. (2009). *Estratégia Empresarial: Conceitos, processo e administração estratégica*. 6. Ed. São Paulo: Atlas.
- Bicudo, M. A. V. (1994). Sobre a Fenomenologia. In: Bicudo, M. A. V. & Espósio, V. H. C. (Eds.). *Pesquisa Qualitativa em Educação*. Piracicaba: UNIMEP.
- Bigné, J. E. & Andreu, L. (2004), Emotion in Segmentation, *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 682 – 696.
- Binswanger, M. (1999). *Stock markets, speculative bubbles and economic growth*. Edward Elgar, Aldershot.
- Biz, A.A. & Ceretta, F. (2008). Modelo de gerenciamento do fluxo de informação dos portais turísticos governamentais: uma abordagem teórica. *Revista Turismo Visão e Ação*, v. 10, nº 03, p. 399-414, set/dez.
- Blake, A. , Arbache, J., Teles, V. & Sinclair, T. (2005). *Tourism and Poverty in Brazil, Fórum Mundial de Turismo para a Paz e Desenvolvimento Sustentável*, Rio de Janeiro, novembro. Disponível em: <[www.unb.br/cet](http://www.unb.br/cet)>.
- Blasco, E.F. (2001). Análisis Económico y Turismo: El turismo como un bien Mengeriano de primer orden. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.10.
- Boaria, F., Dos Anjos, S.J.G. & Raye, R.L. (2014). Aplicação do e-marketing nas redes hoteleiras do Brasil. *Tourism & Management Studies*, v.10, n.2, 116-122.
- Bobbio, N. (1986). Política. In Bobbio, N., Matteucci, N., Pasquino, G. (eds.) *Dicionário de Política*. Brasília, UnB.

- Boff, L. (1993). *Ecologia, Mundialização e Espiritualidade*. São Paulo: Ática.
- Boff, L. (2014). O pavor dos abastados: a desigualdade e a taxaço das riquezas. . Acedido em 15 de abril de 2016. Disponível em: <https://leonardoboff.wordpress.com/2014/05/25/o-pavor-dos-abastados-a-desigualdade-e-a-taxacao-das-riqueza/>
- Boisier, S. (2001). Desarrollo (local): ¿ De qué estamos hablando ? In: Madoery, O.; Vásquez Barquero, A. (Eds.), *Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local*. Rosario: Editorial Homo Sapiens.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction – critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, pp.109-157/189-195.
- Borges, V.P.C. (2005). Marketing Cultural: Uma Ferramenta para Políticas de Responsabilidade Social (Dissertação de mestrado). Florianópolis, UDESC.
- Borges, V.P.C. (2014). Políticas Públicas e o Desenvolvimento Segregador no Turismo: Uma discussão conceitual e reflexiva referente ao turismo de Parnaíba-Piauí. *Turismo: Estudos e Práticas*, v.3, 23-40.
- Borges, V.P.C. (2016). Percepções do Turismo no Delta do Rio Parnaíba-PI: Questões hídricas e sustentabilidade. In Nunes, A., Moreira, C.O., Paiva, I.R. & Cunha, L. *Territórios de Água*. CEGOT – Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território.
- Bossel, H. (1999). *Indicators for sustainable development: theory, method, Applications: a report to the Balaton Group*. Technical Report, Internacional Institute for Sustainable Development, Canada.
- Boullón, R.C. (2002). Planejamento do espaço turístico. Bauru, SP: Edusc.
- Boullón, R.C. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. 4ª edição. México: Trillas.
- Braga, N. (1988) O processo decisório em organizações brasileiras: comportamentos comunicativos. *Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro*, v. 22, n. 4, p. 34-51, out./dez.
- Bramwell, B. (2011). Governance, the state and sustainable tourism: a political economy approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4/5), 459e477.
- Brant, L. (2002). *Faces da cultura – desenvolvimento social e investimento cultural privado*. Acedido em 16 de abril de 2016. Disponível em: [www.fundata.org.br/Artigos%20.../15%20-%20FACES%20DA%20CULTURA.pdf](http://www.fundata.org.br/Artigos%20.../15%20-%20FACES%20DA%20CULTURA.pdf)
- Brasil. Ministério das Cidades. (2006). *PlanHab – Plano Nacional de Habitação: Política Nacional de Habitação*. Brasília, DF.
- Brasil. Ministério das Cidades. (2007). *PlanHab – Plano Nacional de Habitação: assentamentos precários no Brasil urbano*. Brasília, DF.

- Brasil. Ministério da Integração Nacional. (2009). *Plano de Desenvolvimento Sustentável da Região Turística do Meio-Norte*. Brasília-DF.
- Brasil. Ministério das Cidades. (2013). *PlanSab – Plano Nacional de Saneamento Básico*. Brasília, DF.
- Brasil. Ministério da Saúde. (2010). Sistema de Informação de Atenção Básica – SIAB. Acedido em 11/07/2016. Disponível em <<http://www2.datasus.gov.br/SIAB/index.php>>
- Braverman, H.. (1987). *Trabalho e Capital Monopolista: A degradação do trabalho no Século XX*. Rio de Janeiro:LTC.
- Bresser-Pereira, L. C. (1977). *Estado e Subdesenvolvimento Industrializado*. Ed. Brasiliense, São Paulo.
- Bresser-Pereira, L.C. (2014). A quase estagnação brasileira e sua explicação novo-desenvolvimentista. Work paper, Escola de Economia, Fundação Getúlio Vargas.
- Bresser-Pereira, L.C. (2016). Entrevista ao programa de televisão Um Brasil entrevista. Acedida em 13/10/2016. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=sDbh\\_33Kh4A](https://www.youtube.com/watch?v=sDbh_33Kh4A)
- Bronzo, M. & Garcia, F. C.. (2000). As bases epistemológicas do pensamento administrativo convencional e a crítica à teoria das organizações. In: Rodrigues, S. B. & Cunha, M. P. (eds.) *Estudos organizacionais: novas perspectivas na administração de empresas*. São Paulo: Iglu.
- Buarque, S. C. (2002). *Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia de planejamento*. Rio de Janeiro: Ed. Garamond.
- Buchanan, L. e O’Connell, A. (2006). *Uma Breve História da Tomada de Decisão*. Harvard Business Review, Jan.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destinations of the future*. *Tourism Management*, 21 (1) 97-116
- Buhalis, D. (2003). *ETourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. Pearson Education.
- Buhalis, D. & O’Connor, P. (2005). Information Communication Technology Revolutionizing Tourism. *Tourism Recreation Research*, 30, 7-16.
- Burns, P. (1999). *An Intrudocion to Tourism and Anthropolgy*. Ed. Taylor & Francis.
- Burns, P. (2007). *Entrepreneurship and small business*, Macmillan, Handmills: Palgrave.
- Bursztyn, M. (1995). Armadilhas do progresso: contradições entre economia e ecologia. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. X, n. 1, p. 97-124.

- Bursztyn, I. (2003). A influência do ideário neoliberal na formulação de políticas públicas de turismo no Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*. Vol. 3, N° 4.
- Bursztyn, M.A. & Bursztyn, M. (2006). Desenvolvimento sustentável: biografia de um conceito. In: Nascimento, E. & Vianna, J. *Economia, meio ambiente e comunicação*, Rio de Janeiro: Garamond. p. 54-67.
- Bursztyn, I. & Bartholo, R. & Delamaro, M. (2009). Turismo pra quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil. In: Bartholo, R.; Sansolo, D. G.; Bursztyn, I. *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares*. 144-162. Brasília, Letra e Imagem, P. 76- 107.
- Butler, R.W. (1980). *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*. The Canadian Geographer/ Le Géographe Canadien, v.24, n.1, 5-12.
- Butler, R. W. (2002). Problemas e temas da integração do desenvolvimento do turismo. In: Pearce, D. G & Butler, R. W. *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*. São Paulo: Contexto, p.85-103. (Coleção Turismo).
- Butler, R. (Ed.) (2006). *The Tourism area life cycle: Conceptual and theoretical issues*, v.2, Clevedon, UK, Channel View Publications.
- Butler, R. (2011): *Tourism area life cycle, Contemporary Tourism Reviews*. Oxford, Goodfellow Publishers.
- Butowski, L. (2010). Tourism in the EU economic and social cohesion policy in 1994-1999 and 2000-2006 budget programming periods. *Tourism Review*, v.58, n.2, 145-159
- CAGED, MTE. (2010). Acedido em 29/07/2016. Disponível em: [http://perfildomunicipio.caged.gov.br/seleciona\\_uf\\_consulta.asp](http://perfildomunicipio.caged.gov.br/seleciona_uf_consulta.asp)
- Cai, L. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of Tourism Research*. 29(3): 720–742.
- Cai, L.A., Gartner, W.C. & Munar, A.M. (2009). Tourism Branding a Community Affair. in Cai, L.A., Gartner, W.C. & Munar, A.M. (ed.) *Tourism Branding: Communities in Action (Bridging Tourism Theory and Practice, Volume 1*, Emerald Group Publishing Limited, pp.1 - 14
- Caldas, E.L. (2006). Indicadores municipais de arrecadação. 2006. Acedido em 17/08/2016. Disponível em: <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2610>
- Campos, H. R., & Francischini, R. (2003). Trabalho infantil produtivo e desenvolvimento humano. *Psicologia em Estudo*, 8(11), 119-129.
- Cañada, E. & Gascón, J. (2007) *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace.

- Capra, F. (2002). *O Ponto de Mutação: A Ciência, a Sociedade e a Cultura emergente*. 23ª ed. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo, SP: Editora Pensamento-Cultrix.
- Cardoso, U.C. (2014). *APL: Arranjo Produtivo Local*. Brasília, SEBRAE.
- Cargnin, A.P. (2007). A dimensão territorial no planejamento governamental brasileiro: avanços e limitações na elaboração dos Planos Plurianuais. I Seminário Reforma de Estado e Território: Integração Sul-Americana e Gestão do Território. Porto Alegre, UFRGS/POSGEA.
- Carvalho, C.L. (2009). *Políticas Públicas no Turismo Brasileiro: A cidade de São Paulo e a Construção de sua Identidade Turística* (Dissertação de doutoramento), Universidade de São Paulo.
- Carvalho, P.G. & Lourenço, R. (2009). Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*. [online]. 2009, vol.9, n.2, 122-132.
- Carvalho, L.C.P. & Vasconcelos, M.A.S. (2005). *Introdução à economia do turismo*. Ed.Saraiva. São Paulo.
- Carvalho, M. B. (2010). A Felicidade na agenda da administração e suas relações com conceitos organizacionais (Dissertação de mestrado). Minas Gerais: Faculdade FUMEC.
- Castro, A.A.J.F. et.al. (2003). *Unidades de Planejamento: uma proposta para o Estado do Piauí com base na dimensão diversidade de ecossistemas*. Ecotone.
- Castrogiovanni, C. (2000). Turismo e ordenação do espaço urbano. In: *Turismo Urbano*. São Paulo: Contexto.
- Cavalcanti, A.P.B. (2004). Análise Integrada das Unidades Paisagísticas na Planície Deltaica do Rio Parnaíba – Piauí/Maranhão. *Mercator*, v.3,n.6, jul/dez, 105-118.
- CEPAL – Comissão Econômica para América Latina e Caribe (2006). *Indicadores Econômicos do Turismo*. Santiago do Chile, ONU.
- CEPRO. (2005). *Piauí em Números*. Teresina: Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Estado do Piauí, 7ª edição.
- Cerqueira, L.R. & Mazaro, R.M. & Furtado, E.M. & Neto, J.M.R. (2010). *Políticas Públicas em Turismo no Brasil: Cronologia dos 70 anos da Legislação Turística e das Instituições Oficiais de Turismo*. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n.13/14, pp. 977-978.
- Certo, S. C. & Peter, J. P. (1993). *Administração Estratégica: planejamento e implementação da estratégia*. São Paulo: Makron Books, 1993.
- Cervo, A. L.; Bervian, P. A. (2002) *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall.

- CIA – Comissão Ilha Ativa (2013). Resíduos Sólidos em Parnaíba: o grande problema? Acedido em 21/10/2016. Disponível em <http://comissaoilhaativa.org.br/residuos-solidos-em-parnaiba-o-grande-problema/>
- Chauí, M. (2000). *Convite à Filosofia*. 12 ed. São Paulo: Ática.
- Chesnais, F. (1995). A globalização e o curso do capitalismo de fim-de-século. *Economia e Sociedade – Revista do Instituto de Economia da Unicamp*, Campinas, n. 5, p 1-30, Dezembro.
- Chiavenato, I. (2004). *Teoria Geral da Administração*. São Paulo: CAMPUS, 7ª Edição.
- Choi, H., & Sirakaya, E. (2006). *Sustainability indicators for managing community tourism*. *Tourism Management*, 27(6), 1274-1289. doi:10.1016/j.tourman.2005.05.018
- Choo, C.W. (2003). *A Organização do Conhecimento: Como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Ed. SENAC.
- Clark, C. (1992). *Environmental Protection Through Tourism*. iIII Séminaire sur L'Industrie Touristique Face à la Construction Européenne Communautaire , Bruges, 5-6, pp.II9-130.
- Clarke, C. (1992). *Environmental Protection Through Tourism*. iIII Séminaire sur L'Industrie Touristique Face à la Construction Européenne Communautaire , Bruges, 5-6, pp.II9-130.
- Clemente, A. & Higashi, H.Y. (2000). *Economia e desenvolvimento regional*. São Paulo: Atlas.
- Clifton, James A (1977). Competition and the evolution of the capitalist mode of production. *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 1, No. 2, pp. 137-151
- Coelho, N.; Paiva, R.; Baldaque, S.; Almeida, S. & Salgado, S. (2015). *Cidades Inteligentes - "Smart Cities": Infraestrutura tecnológica: caracterização, desafios e tendências*. Projeto FEUP, Universidade do Porto.
- Cohen, E. (1979a). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179.
- Communities, E. (2006). *Methodological work on measuring the sustainable development of tourism Part 2: Manual on sustainable development indicators, Part 2*, 26.
- Connell, J.; Page, S.J. & Bentley, T. (2009). Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand: Monitoring Local Government Planning Under the Resource Management Act. *Tourism Management*. V.30, n.6, pp.867-877.
- Comte-Sponville, A. (2001). *A felicidade, desesperadamente*. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes.

- Conselho Nacional do Meio Ambiente, Brasil. (1986). *Resolução CONAMA nº001 de 23 de janeiro*. Brasília-DF.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2001). *Turismo, princípios e prática*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2007). *Turismo: princípios e práticas*. 3.ed. Porto Alegre: Bookman.
- Corbi, R. B. & Menezes-Filho, N. A. (2006). *Os determinantes empíricos da felicidade no Brasil*. Revista de economia política, vol. 26, n.04 (104), pp.518-536, out./dez.
- Cordeiro, T.S.T. & Souza, R.G.A. (2015). A Complexidade Territorial do Canyon do Rio São Francisco e suas Várias Instâncias de Governança para o Turismo. *Revista de Desenvolvimento Econômico*, Edição especial.
- Coriolano, L. N. (2003). Os limites do desenvolvimento e do turismo. *Pasos*. v.1,nº2, 161-171.
- Coriolano, L.N. (2006). *O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza*. São Paulo: Annablume.
- Coriolano, L. N. (2012). *Desafios del Turismo: Dilemas del Desarrollo en la Escala Humana y en la Sostenibilidad Ambiental*. 1. ed. Editorial Acadêmica Espanhola, v. 1.
- Coriolano, L.N. (2013). Lazer e Turismo para o Desenvolvimento na Escala Humana. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*. v. 1, n. 2, 126-141
- Correa, S.M.S. (2003). *Capital Social e Desenvolvimento Regional*. Santa Cruz, EDUNISC.
- Correia, L. (2005). *As rotas dos vinhos em Portugal: estudo de caso da rota do vinho da Bairrada*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Aveiro, Universidade de Aveiro, Mestrado, 169.
- Costa, B.K. & Boaventura, J.M.G. & Barreto, L.M.T. (2010). Formulação de Estratégias no Turismo: um estudo em órgãos municipais do Estado de São Paulo. *Turismo em Análise*, v.21, nº1, pp.110-129.
- Costa, B. K. (1999). Análise estratégica na gestão de empresas hoteleiras: proposição de um modelo (Dissertação de doutoramento), FEA USP.
- Costa, C.M.M. (2001),“O papel e a posição do sector privado na construção de uma nova política para o Turismo em Portugal,” Seminário AEP – Novas Estratégias para o Turismo, pp. 65-87
- Costa, E. A.. (2006). *Gestão Estratégica*. São Paulo: Saraiva, 2006.
- Costa, F. R. (2009). *Turismo e patrimônio cultural: interpretação e qualificação*. São Paulo, SENAC.

- Costa, C.A.F. (2015). Turismo na Serra da Estrela – Impactos, Transformações Recentes e Caminhos Para o Futuro (Dissertação de Doutoramento). Universidade de Coimbra.
- Costa, C. & Santos, N. (2016). Turismo na Serra da Estrela: Planeamento da Atividade Turística e Desenvolvimento. *Cadernos de Geografia*, n.35, 19-30
- Cotterman, J. D. & Wilber, J. S. (2000). *Strategic Planning for Dumies*. Disponível em: <<http://www.altmanweil.com/about/articles/articles.cfm?ArticleID=142>>. Acedido em: 27 jul. 2015.
- Cravidão, F. D. (1989). *Residência secundária e espaço rural: Duas aldeias na serra da Lousã – Casal Novo e Talasnal*. ”In *Colecção de Estudos* n°10 da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, 90p.
- Cravidão, F. D. (2008). *Residência secundária e espaço rural: duas aldeias na Serra da Lousã*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Cravidão, F & Santos, N. (2013). *Turismo e Cultura: Destinos e Competitividade*. Coimbra: University of Coimbra Press.
- Crouch, G.I. & Ritchie, J.R.B. (1999). Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity, *Journal of Business Research*, 44(3): 137-152.
- Crouch, G. 2007. Modelling Destination Competitiveness: A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes, National Library of Australia Cataloguing in Publication Data
- Cruz, R. C. A. (2000). *Políticas de turismo e território*. São Paulo: Contexto.
- Cruz, M. (2014). *O Teórico da Economia Moderna: Teoria Econômica, Psiqye e Estética da Ordem Patriarcal*. 1ª Edição, Publicação do autor.
- Csikszentmihalyi, M. (2013). *Flow: The psychology of happiness*. New York: Random House.
- Cuervo, R. S. (1967). *El turismo como medio de comunicación humana*. México-DF: Departamento de Turismo do Governo do México.
- Cunha, L. (2001). *Economia e Política do Turismo*. Ed. Mcgraw Hill, Portugal.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Ed. Mcgraw Hill, Portugal.
- Cunha, S. K. & Cunha, J. C. (2005). Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local. *Revista de Administração Contemporânea*. v.9, n.2.
- D’Oliveira, R. L.D.(2015). *Princípios da Sustentabilidade*. Acedido em 30/04/2016. Disponível em [https://wikiglaw.fd.uc.pt/mediawiki/index.php/Princ%C3%ADpio\\_da\\_Sustentabilidad\\_e](https://wikiglaw.fd.uc.pt/mediawiki/index.php/Princ%C3%ADpio_da_Sustentabilidad_e).

- Dallago, C. S. T. (2010) Relações de trabalho e modo de produção capitalista. In *Proceedings of the 1nd Seminário de Saúde do Trabalhador de Franca*, Franca, São Paulo, Brasil. Acedido em 12 de maio de 2016. Disponível em <[http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=MSC000000112010000100001&lng=en&nrm=iso](http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC000000112010000100001&lng=en&nrm=iso)>
- Dantas, A. R.. (2008). *Que vida viver? Uma análise sociológica da felicidade*. Comunicação apresentada no grupo temático Identidade, valores e modos de vida, do VI Congresso Português de Sociologia – mundos sociais: saberes e práticas, Universidade Nova de Lisboa.
- Davis, D. (1996). *Business Research for Decision Making*. 4<sup>th</sup> edition. Duxbury Press.
- Decreto-Lei nº67/2008 de 10 de abril – *estabelece o regime jurídico das áreas regionais de turismo de Portugal continental, a sua delimitação e características, bem como o regime jurídico da criação, organização e funcionamento das respectivas entidades regionais de turismo*.
- Débord, G. (2003). *A Sociedade do Espetáculo*. eBooksBrasil.com
- De la Fuente, J., Pichardo, M. C., Justicia, F., & Berbén, A. (2008). Enfoques de aprendizaje, autorregulación y rendimiento en tres universidades europeas. *Psicothema*, v.20, n.4, 705- 711
- Denker, A. F.M. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura.
- Derruau, M. (1977). Livro Terceiro, 2<sup>a</sup> parte: Os mecanismos e os sistemas econômicos -2. *Os mecanismos impostos por grupos econômicos: Grupos de pressão*. In: Editorial Presença (Portugal) Martins Fontes (Brasil). *Geografia Humana (1<sup>o</sup> vol.)*. 2<sup>a</sup> ed.
- Desbiens, Y. & Ferreira de Lima, J. (2004). Cadrage du Développement Regional. *Revista Interfaces*, Brasil/ Canadá, n.4, p.179-192.
- Deslandes, S.F. (1994). A construção do projeto de pesquisa. In: Minayo, M.C. de S. (Ed.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- Dias, F. S. (2010). *Poder público, iniciativa privada e comunidade: união para o desenvolvimento sustentável do turismo*. Acedido em 13 de maio de 2016 em <[www.amigosdanatureza.org.br/noticias/.../694.fernandatur.doc.doc](http://www.amigosdanatureza.org.br/noticias/.../694.fernandatur.doc.doc)>.
- Dias, R.. (2003). *Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas.
- Dias, R. (2005). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Atlas.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43.

- DiMaggio, P. J. & Powell, W.W. (1983). The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, v. 48, n. 2, p. 147-160.
- Doswell, R. (1997). *Tourism: How effective management makes the difference*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Dowbor, L. (1989). *Introdução ao planejamento municipal*. São Paulo: Brasiliense, Cepam.
- Druker, P. (2012). *Tecnologia, administração e sociedade*. São Paulo: Campus.
- Duarte, L.M.G. & Whermann, M.E.S. (2002). Desenvolvimento e Sustentabilidade: desafios para o século XXI. *Revista de Planejamento Regional*, Salvador, 15-24.
- Duro, J. A. & Farré, F. X. (2015). Estacionalidad Turística en las Provincias Españolas: Medicion y Análisis. *Cuadernos de Turismo*, 36, 157-174.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Madden, J., & Spurr, R. (2000). Economic impacts of inbound tourism under different assumptions regarding the macroeconomy. *Current Issues in Tourism*, 3(4), 325–363.
- Dwyer, L. & C. Kim (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism*, 6(5): 369-414.
- Dye, T.R. (2005) *Understanding Public Policy*. 11th Edition, Pearson Education Inc., Pearson, 1.
- Ehrlish, K.; Mellado, Jesús (s/d). Sensibilidad Ambiental: Su repercusión sobre la demanda Turística y consecuencias en el reajuste de la oferta. Acedido em 27/09/2016. Disponível em: <file:///C:/Users/w8/Downloads/Dialnet-SensibilidadAmbiental-2246566.pdf>
- Elías, S. & Fernandez, M. R. & Castro, M. (2012). Propuesta de un sistema de indicadores para evaluar el impacto del turismo en la pobreza de la localidad de Monte Hermoso. *Anuario Turismo y Sociedad*, v.8, 41-53.
- Elliot, J. (1997). *Tourism: politics and public sector management*. Routledge, London.
- Estevens, A.I.R. P. (2014). *As Expressões Geográficas do Conflito Urbano: Os casos do Raval (Barcelona) e da Mouraria (Lisboa)*. (Dissertação de doutoramento). Lisboa, Universidade de Lisboa.
- Etkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, v.29, n.2, 109-123.
- Faria, D.M.C.P. (2012). *Análisis de la capacidad del turismo en el desarrollo económico regional: el caso de Inhotim y Brumadinho* (Dissertação de doutoramento). Centro de

Planejamento e Desenvolvimento Regional, Universidade Federal de Minas Gerais e Universidad de Alicante, Belo Horizonte.

- Faria, C.A.P. (2005). A política da avaliação de políticas públicas. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 20, n. 59, p. 97-109, out.
- Farinha, L. & Ferreira, J. (2013). *Triangulation of the Triple Helix: A conceptual Framework* (working paper). Triple Helix Association. Web.
- Farrall, M. H. (2012). O conceito de Resiliência no contexto dos sistemas socio-ecológicos. *Ecologi@ 6*: 50-62
- Fazenda, N. & Silva, F.N. & Costa, C. (2008). *Política e planeamento turístico à escala regional o caso da agenda regional de turismo para o norte de Portugal*. Revista Portuguesa de Estudos Regionais nº18, APDR.
- Fernandes, J.L.J. (2008). Desenvolvimento Local, Segmentação Espacial das Cadeias Produtivas e Globalização: Controlam os Lugares o seu Destino? Breve contributo desde a Geografia. 5º congresso Internacional sobre Desarrollo Local en un Mundo Global del 4 al 22 de diciembre. EUMED.
- Fernandez, L.F (1974). *Teoria y técnica Del turismo*. 2ed. Madrid: Nacional, v.2.
- Figueiredo, A.M. (2010). *A Territorialização de Políticas Públicas em Portugal*. Ed. IFDR.
- Figueiredo, J.C. (s/d). *Turismo de Portugal – Horizonte 2015*.
- Filho, J. S. S. & Gomes, J. M. A. (2004). *Indicadores de Bem-estar Social nos Municípios da Bacia Hidrográfica do Rio Guaribas – Piauí*. II Encontro da ANPPAS, 26 a 29 de maio. Acedido em 13 de maio de 2016 em [http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro2/index.html#11](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro2/index.html#11)
- Filho, J. M. (2014). *Dinâmica Espacial e Condicionantes para o Desenvolvimento dos Serviços Ligados ao Turismo no Piauí: Uma leitura geográfica da organização do espaço litorâneo* (Dissertação de doutoramento). Recife, UFPE.
- Finn, M. & Elliott-White, M., & Walton, M. (2000). *Tourism and Leisure Research Methods – data collection, analysis and interpretation*. Harlow, England: Longman.
- Firmino, M. (2007). *Turismo – Organização e Gestão*. Lisboa: Escolar Editora
- Firmino, M.J.A.C.S. (2015). *Testes de hipóteses: uma abordagem não paramétrica*. Mestrado em Matemática para Professores. Universidade de Lisboa.
- Fishlow, A. (1986). *A economia política do ajustamento brasileiro aos choques do petróleo: uma nota sobre o período 1974/84*. Pesquisa e Planejamento Econômico, v. 16, n. 3, 507-550.

- Fletcher, J. & Cooper, C. (1996). Tourism strategy planning. *Annals of Tourism Research*, v.23, n.1, 181-200.
- Flores, L.C.S & Flores, R. (2015). *Fatores críticos de sucesso de destino turístico: estudo de Itajaí a partir do Plano Plurianual 2014-2017*. Anais XII ANPTUR.
- Folke, C. (2006). *Resilience: The emergence of a perspective for socialecological systems analyses*. *Global Environmental Change*, 16(3): 253-267.
- Forman, R. T. T. (1995). *Land mosaics, the ecology of handscapes and regions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Frank, A. G. (1980). *Acumulação dependente e subdesenvolvimento: repensando a teoria da dependência*. São Paulo: Brasiliense.
- Frey, K. (2000). Políticas Públicas; Um Debate Conceitual e Reflexões referentes à Prática da Análise de Políticas Públicas no Brasil. *Planejamento e Políticas Públicas*, nº21, Jun.
- Frey, K. (2001). A dimensão político-democrática nas teorias de desenvolvimento sustentável e suas implicações para a gestão local. *Ambiente & Sociedade*, Campinas, n. 9, p. 115-148, jul./ dez.
- Frey, B. (2008). *Happiness: A Revolution in Economics*. Cambridge: The MIT Press.
- Frey, B. & Stutzer, A. (2009). *Economics and the Study of Individual Happiness*. Acedido em 01/09/2016. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=2347566> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2347566>.
- Fujiwara, A., et al. (2005). Evaluating Sustainability of Urban Development in Developing Countries Incorporating Dynamic Cause-Effect Relationships Over Time. *Journal of EASTS* 6, 4349-4364.
- Fujiwara, T. & Kawachi, I. (2008). Social Capital and Health: A Study of Adults Twins in U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, v.35, n.2.
- Furtado, C. (1974). *O mito do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- Furtado, C. (1978). *Criatividade e dependência na civilização industrial*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Furtado, C. (1983). *Teoria e Política do Desenvolvimento Econômico*. 8ª ed. São Paulo: Ed. Nacional.
- Furtado, C. (1984). *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Furtado, C. (1985). *O mito do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Círculo do Livro S.A.
- Furtado, C. (2000). Desenvolvimento e Subdesenvolvimento. In *Cinquenta anos de pensamento na CEPAL*. Rio de Janeiro, Record/CEPAL.

- Galinha, I. & Ribeiro, J.L.P. (2005). *História e Evolução do Conceito de Bem-estar Subjetivo*. *Psicologia, Saúde & Doenças*, v.6, n.2, p. 203-214.
- Gandara, J.M.G. (2003). Ações comunicativas do destino turístico Curitiba. In: Rejowski, M. & Costa, B. K.. (Eds.) *Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão*. São Paulo: Atlas.
- Gandara, J.M.G., Torres, E. & Lefrou, D. (2003), A participação de todos os atores no processo turístico, in *Anais do I Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. U.C.S. Caxias do Sul.
- Getz, D. (1983a). Capacity to absorb tourism: concepts and implications for strategic planning. *Annals of Tourism Research*, v. 10, p. 239-63.
- Getz, D. (1983b). A Research Agenda for Municipal and Community-based Tourism in Canada. In Paper presented at Fourteen Annual Conference of The Travel and Tourism Research Association, Banff.
- Getz, D. (1986). Models in Tourism Planning: Towards Integration of Theory and Practice. *Tourism Management*, v.7, n.1, 21-32.
- Getz, D. (1987) Tourism planning and research: Traditions, models and futures, Strategic Planning for Tourism: An Australian Travel. Research Workshop, 5–6 November, Lord Forrest Hotel, Bunbury, Western Australia: Conference papers and workshop notes, pp. 2–43.
- Getz, D. (2012). Tourist Shopping Villages: Development and Planning Strategies. In: Page, S. & Ryan, C. *Tourism Management*. Routledge.
- Gil, A. C. (1995). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- GNH Centre Bhutan. *The 9 domains of GNH*. Acedido em 21/03/2016. Disponível em [http://www.gnhcentrebhutan.org/?page\\_id=833](http://www.gnhcentrebhutan.org/?page_id=833)
- Gonçalves, C.A. & Filho, C.G. Tecnologia de informação e marketing: como obter clientes e mercados. *Revista de Administração de Empresas*, v.35, n.4, p.21-32, 1995
- Goded, M.S. (1998). El Impacto del Turismo sobre El Desarrollo (Dissertação de Doutorado). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Godfrey, K. (1996). Towards sustainability? Tourism in the Republic of Cyprus. In: Harrison, L. & Husbands, W. (Eds.). *Practicing responsible tourism: international case studies in tourism planning, policy and development*. Chichester: John Wiley and Sons.
- Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B. & McIntosh, R.R. (2002). *Turismo: princípios, práticas e filosofias*. 8ª edição, Porto Alegre: Bookman.
- Gohn, M. G. (1995). ONGs e ações coletivas. *Revista São Paulo em Perspectiva*, vol.9, no. 2, abr.jun.

- Gohn, M.G. (2008). *O protagonismo da sociedade civil: movimentos sociais, ONGs e redes solidárias*. 2. ed. São Paulo: Cortez.
- Gonzales, M.V. (2004). *La Política Turística*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- Gordin, V. & Matetsakava, M. (2012). Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art, *Journal of Tourism Consumption and Practice*, vol. 4, n° 2.
- Gouveia, N. (1998). *Air pollution and health effects in São Paulo, Brazil: a time-series analysis*. London, PhD thesis, University of London.
- Graburn N. (1989). *Tourism: the sacred journey*. See Smith, 21–36.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Eletronik Markets*, v.25, n.3, 179-188.
- Grünewald, R.A. (2003). Turismo e Etnicidade. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 141-159
- Guedes, A. S. (2014). *O Domínio Cultural no Turismo Organizado – O Caso Português: Da polarização territorial à valorização endógena e local* (Dissertação de Doutoramento). Programa de Doctorado: Novos Recursos e Sustentabilidade em Turismo. Universidad de Salamanca, 294 f.
- Guedini, E. (2000). *Metropolização e Impactos Sócio – Ambientais em Florianópolis (1986 – 1996)*. (Dissertação de Mestrado) - UFSC, Florianópolis.
- Guerreiro Ramo, A. (1989). *A nova ciência das organizações*. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Guerreiro Ramos, A. (1971a). *The parenthetical man (an anthropological approach to organization design)*. In: Annual Meeting of the American Association for Public Administration, Denver, Los Angeles.
- Guerreiro Ramos, A. (1971b). *The parenthetical man*. *Journal of Human Relations*, v.19, n.4, p.463-87.
- Guerreiro, M. D. (2004), *Família, trabalho e qualidade de vida*, Jornadas do ISSS, Lisboa
- Gunn, C. (1979). *Tourism planning*. Crane Russak & Company, Inc., 3 East 44th Street, New York, N.Y. 10017.
- Gunn, C. (1994). *Tourism Planning*, 3rd ed., Taylor & Francis, Washington.
- Guia Rodoviário Michelin. (2016). Acedido em 28/08/2016. Disponível em <https://www.viamichelin.pt/web/Itinerarios?departure=Parna%C3%ADba%20BA&departureId=31NHpsamYxMGNMVEV5TGpJMU1UUXljTFRReExqVXdPVE15&arrival=Fortaleza%20CE&arrivalId=31NHpnYTYxMGNMVE11TnpFNE5EWT1jTFRNNEqxVTBNVFl6&index=0&vehicle=0&type=0&distance=km&currency=EUR&highway=false&toll=false&vignette=false&orc=false&crossing=true&caravan=false&car=hatchb>

ack&fuel=petrol&fuelCost=1.36&allowance=0&corridor=&departureDate=&arrivalDate=

- Hall, M. (2001). *Planejamento Turístico: Políticas, Processos e Relacionamentos*. São Paulo: Contexto.
- Hall, R. (1984). *Organizações: estrutura e processos*. Rio de Janeiro: Prentice-Hall.
- Hamel, G. & Prahalad, C. K. (1998). *Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã*. Rio de Janeiro: Campus.
- Hanai, F.Y. & Espíndola E.L.G. (2011). *Programa de Sensibilização Sustentável do Turismo: uma proposta para envolvimento e participação de comunidades locais*. Revista Turismo em Análise. Vol. 22, n. 1, p. 4 – 24, abril.
- Hardy, A. L., & Beeton, R. J. S. (2011). *Sustainable tourism or maintainable tourism: Managing resources for more than average outcomes*. Journal of Sustainable Tourism, 9(3), 168-192. Channel View Books/Portland Press.
- Harman, W. & Hormann, J. (1993). O colapso do velho paradigma. In Ray, M. & Rinzler, A. *O novo paradigma nos negócios: estratégias emergentes para liderança e mudança organizacional*. São Paulo: Cultrix.
- Harrison, D. (2015). Development Theory and Tourism in Developing Countries: What has Theory ever done for us? *International Journal of Asia-Pacific Studies*, 11, suplement 1, 53-82.
- Harvey, D. (1977). *Urbanismo y Desigualdad Social*. 6ª Edición, España: Siglo xxi.
- Harvey, David. (1992). *Condição pós-moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola
- Harvey, D. (1993). The Nature of Environment: The dialectic of social and environmental change. *Socialist Register*, v.29, 1-51.
- Harvey, D. (2011). *O Enigma do Capital: e as crises do capitalismo*. São Paulo: Boitempo.
- Heidmann, F. & Salm, J. F. (2010). Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise. Brasília: UnB.
- Heikkilä, A., & Lonka, K. (2006). Studying in higher education: Students' approaches to learning, self-regulation, and cognitive strategies. *Studies in Higher Education*, 31, 99-117.
- Herculano, S. C. (2000) Qualidade de vida e seus indicadores. In: Herculano, S. & Porto, M. F. de S. & Freitas, C. M. (Eds.). *Qualidade de vida e riscos ambientais*. Niterói: EdUFF.
- Hernan E. & Contreras A. (2007). *Planejamento Estratégico*. Acedido em 30 de maio de 2016. Disponível em

- Herrera, A. (1994). *Las nuevas tecnologías y el futuro de América Latina: Riesgo y Oportunidad*. Universidad de las Naciones Unidas. Siglo XXI.
- Hidalgo, R. (2000). "Los orígenes de las políticas de vivienda social en Chile: leyes, discursos y actores, 1843-1925". *Anuario de Estudios Urbanos*, 15-52.
- Hirata, J. (2004). *Putting gross national happiness in the service of good development*. Journal of Bhutan Studies, 2004. Acedido em 13 de maio de 2016 em [http://himalaya.socanth.cam.ac.uk/collections/journals/jbs/pdf/JBS\\_09\\_04.pdf](http://himalaya.socanth.cam.ac.uk/collections/journals/jbs/pdf/JBS_09_04.pdf)
- Hirschmann, A. O. (1961). *Estratégia do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.
- Hobbes, T. (2008). *Leviatã: ou a matéria, forma e poder de um estado eclesiástico e civil*. São Paulo: Ícone.
- Hoerbe, G. P. O. (2006). *A Sistemática da Regulamentação do Comércio de Serviços Financeiros no GATS e a Realidade Brasileira nas Negociações Multilaterais da OMC*. Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Direito, PUCRS.
- Honório, J.B. & Mattos, P.L.C.L. (2010). Papéis organizacionais: O que a pragmática da linguagem nos leva a pensar. *Revista Alcance – Eletrônica*, v.17, n.1, 22-33.
- Hopwood, B., Mellor, M. & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: mapping different approaches. *Sustainable Development*. v. 13, n. 1, pp. 38-52
- Hull, J. & Sassenberg, U. (2012). Creating new cultural visitor experiences on islands: challenges and opportunities. *Journal of Tourism Consumption and Practice*. 4(2), 91-110, Retrieved June, 22.
- Hunter, C.J. (1995). *Tourism and the Environment : A Sustainable Relationship?*, Routledge, London, 202p.
- Husserl, E. (1986). *A Idéia da Fenomenologia*, Lisboa: Edições 70.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010). *PAM – Pesquisa Pecuária Municipal/2010 (b)*. Brasília. Acedido em 22 de maio de 2016 em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE. (2002). *Indicadores de desenvolvimento sustentável: Brasil*. Acedido em 21 de maio de 2016 em [www.ibge.gov.br/home/geografia/ambientais/ids/ids.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/geografia/ambientais/ids/ids.pdf)
- IBGE. (2002). *Indicadores de desenvolvimento sustentável: Brasil*. Acedido em 21 de maio de 2016 em [www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/ids2010.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/ids2010.pdf)
- IBGE. (2010). *PAM – Pesquisa Agrícola Municipal/2010 (a)*. Brasília. Acedido em 22 de maio de 2016 em [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)

- IBM. (2017). Smart Cities: New cognitive approaches to long-standing challenges. Acedido em 03/03/2017. Disponível em [https://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter\\_cities/overview/](https://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_cities/overview/)
- INE – Instituto Nacional de Estatísticas. (2015). Índice de Bem-estar para Portugal. Acedido em 02/03/2016. Disponível em [file:///C:/Users/w8/Downloads/04Ind.Bem-Estar\\_2014%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/w8/Downloads/04Ind.Bem-Estar_2014%20(1).pdf)
- INE – Instituto Nacional de Estatísticas. (2015). *Estatísticas do Turismo*. Acedido em 11/03/2016. Disponível em <file:///C:/Users/w8/Downloads/ET2015.pdf>
- INE – Instituto Nacional de Estatísticas. (2016). Indicadores de Desenvolvimento Sustentável. Acedido em 25/06/2016. Disponível em: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_dossie\\_idsustentavel&xlang=pt](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_dossie_idsustentavel&xlang=pt)
- INFRAERO. (2017). Histórico do Aeroporto Internacional Prefeito Doutor João Silva Filho. Acedido em 03/03/2017. Disponível em <http://www4.infraero.gov.br/aeroportos/aeroporto-internacional-de-parnaiba-prefeito-dr-joao-silva-filho/sobre-o-aeroporto/historico/>
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Instituto Pólis. (2005). *Audiências Públicas*. Boletim O Repente.
- Irving, M. A. & Azevedo, J. (2002). *Turismo: o desafio da sustentabilidade*. São Paulo: Futura.
- Jafar, J. (1987). Tourism models: the sociocultural aspects, *Tourism Management*, 8(2), 151-159
- Jamal, T. B. & Getz, D.(1995). Collaboration Theory and Community Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*, 22, 1, 186-204.
- Jara, C. (1996) Planejamento do Desenvolvimento Municipal com participação de diferentes atores sociais. *Debates*. São Paulo, V.11, pp. 9-34.
- Jarillo, C. J. (1998). *Strategic Networks: Creating the Borderless Organization*. Butterworth. International Considerations.
- Jean-Louis, L. (2009). A economia solidária: Um movimento internacional, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 84 | 2009, 7-47.
- Jenkins, C.L.; Henry, B.M. (2000). Government involvement in tourism in development countries. En: Tisdell, Clem (Ed.). *The Economics of Tourism*. Edward Elgar Publishing, v.2. p. 375- 397..
- Jennings, G. (2001). *Tourism Research*. Singapore: John Wiley and Sons.

- Johnson, P. & Thomas, B. (1992). *Tourism research and policy*. In: Perspectives on tourism policy. Johnson, P. & Thomas, B. (Eds.). Mansell Publishing Limited. England.
- Johnson J., Snepenger D., Akis S. (1994). Residents Perceptions of Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 21, 629-642..
- Jones, C. (1970). *Introduction to the study of public policy*. Belmont, CA:. Wadsworth.
- Kapferer, J.N. (2008). *The New Strategic Brand Management*. London: Kogan Page.
- Kaufmann, D. (2005). *Corruption, governance and security: challenges for the rich countries and the world*. Acedido em 26/06/2016. Disponível em [www.worldbank.org/wbi/governance/eos4](http://www.worldbank.org/wbi/governance/eos4), 20 p
- Keinert, T. M.M. (2007). *Administração pública no Brasil: crises e mudanças de paradigmas*. 2. ed. São Paulo: Annablume; Fapesp.
- Kerlinger F.N. (1980). Observação e mensuração de variáveis. In: Kerlinger F.N. *Metodologia da pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: EPU, 144-61.
- King, B.; Pizam, A. & Milman, A. (1993). Social Impacts of Tourism Host Perceptions. *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, pp. 650-665.
- Kotler, P. (1992). *Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 2 ed. São Paulo: Altas.
- Kotler, P.. (1999). *Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados*. 6.ed. São Paulo; Futura.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *Princípios de Marketing*. 9ª edição. São Paulo: Editora Pearson.
- Kotler, P., Rein, I., Haider, D.H. & Gertner, D. (2005).. *Marketing de Lugares*. Prentice Hall Brasil, 1ª edição.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006). *Administração de marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P.; Keller, K.L. (2012). *Marketing management*. 14<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Krippendorff, J. (2001). *Sociologia do Turismo – para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.
- Krugman P.R. & Obstfeld, M. (1991). *International Economics – Theory and Policy*, second edition, Harper Collins Publishers Inc.
- Kuhn, T. S. (2003). *A Estrutura das Revoluções Científicas*. 8.ed. São Paulo:Perspectiva.

- Kunst, I. (2011). Viability of the Public Private Partnership Concept in Tourism. *Acta Turistica*, 23, 105-238.
- Lage, B. & Milone, P.C. (1995). Cultura, lazer e turismo. *Turismo em Análise*.
- Lage, B. & Milone, P.C. (2001). *Economia do Turismo*. São Paulo; Atlas.
- Lage, B. & Milone, P.C. (1991). *Economia do Turismo*. Campinas: Papirus.
- Lage, B. (1992). Segmentação do Mercado Turístico. *Revista Turismo em Análise*, v.3, n.2, 61-74.
- Lakatos, E. M. & Marconi, M. A. (2001). *Metodologia do trabalho científico*. 6. ed. São Paulo: Atlas.
- Larrain, J. (1998). *Theories of Development: Capitalism, Colonialism and Dependecy*. Polity Press, Cambridge.
- Las Casas, A.L. (2008). *Marketing de varejo*. São Paulo: Atlas.
- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H., Feld, T. & Hoffmann, M. (2014). Business & Information Systems Engineering. *Berkeley*, v. 6, n.4, 239-242.
- Lastres, H. M. M. (1995). *Redes de inovação e as tendências internacionais da nova estratégia competitiva industrial*. Ciência da Informação. Vol. 24, n. 1.
- Laswell, H.D. & Kaplan, A. (1970). *Power and Society: A Framework for Political Inquiry*. New Haven Press Inc.
- Laville, J.L. (2009) A economia solidária: Um movimento internacional, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 84 | 2009, 7-47.
- Leef, H. (2004). *Epistemologia Ambiental*. São Paulo, Cortez,
- Lefebvre, H. (2008). *Espaço e política*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Le Goff, J. (1997). Patrimônio histórico, cidadania e identidade cultural: o direito à memória. In: Bittencourt, C. (Ed.) *O saber histórico na sala de aula*. São Paulo: Contexto, p.139 e 138.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: towards a defi nition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, v. 6, p. 390-407.
- Leiper, N. (1990). *Tourist attraction systems*. Annals of Tourism Research. Vol. 17, Nº 3, pp. 367-384.
- Leiper, N. (2004). *Tourism Management*, (3rd ed)., Sydney: Pearson Education Australia.
- Lemos, L. (2005). *O valor turístico na economia da sustentabilidade*. Ed. Aleph. São Paulo.

- Lenzi, C. L. (2006). *Sociologia ambiental: risco e sustentabilidade na modernidade*. São Paulo: Anpocs/Edusc.
- Lickorish, L.J. & Jenkins, C.L. (2000). *Introdução ao Turismo*. Trad: Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus.
- Likert, R., Roslow, S. & Murphy, G. (1993). *A simple and reliable method of scoring the Thurstone attitude scales*. *Personnel Psychology*, 46, 689-690. (Original publicado em 1934).
- Lima, L. (2000). *Atitudes: Estrutura e mudança*. In: J. Vala & M. B. Monteiro (Eds.), *Psicologia social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- LIMA – Laboratório Interdisciplinar de Meio Ambiente. (2006). *Relatório de Avaliação Ambiental Estratégica da Região Costa Norte. Seminário Latino Americano de Avaliação Ambiental Estratégica*. Brasília: UFRJ/COPPE.
- Lindblom, C.E. (1959). The Science of "Muddling Through". *Public Administration Review*, v. 19, N.2, 79-88
- Lipovetsky, G. & Charles, S. (2004). *Os Tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Lipovetsky, G. (2007). *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo, Companhia das Letras.
- Lira, I.S. & Escudero, C.S. (2012). *Metodologia para Elaboração de Estratégias de Desenvolvimento Local*. CEPAL, Series Manuales n°76.
- Lizuka, E.D. & Gonçalves-Dias, S.L.F. & Aguerre, P. (2011) *Gestão social e cidadania deliberativa: a experiência de Ilha Comprida – São Paulo*. *Cad. EBAPE.BR*, v. 9, n° 3, artigo 4, Rio de Janeiro, Set.
- Locke, J. (2000) *Ensaio acerca do entendimento humano*. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural.
- Lohmann, M. & Bloom, J. (2015). Happiness in a Tourism Context. Paper presented to the International Conference on Gross National Happiness Paro, Bhutan, Nov. 4-6.
- López, Palomeque, F. (2003). *El turismo en el desarrollo local y regional: aportaciones conceptuales*. Alicante: Universidad d'Alacant; Escuela Oficial de Turismo. Mimeografado.
- Lowi, T. (1964). *American Business and Public Policy, Case Studies and Political Theory*. *World Politics*.
- Lowi, T. (1972). Four Systems of Policy, Politics, and Choice. *Public Administration Review*, Vol. 32, n°4, 298-310.
- Luchiari, M.T. (1999). *O Lugar no Mundo Contemporâneo: Turismo e urbanização em Ubatuba/SP*. (Dissertação de doutoramento). Campinas: Unicamp.

- Luque-Martinez, T., del Barrio-Garcia, S., Ibanez-Zapata, J.A. & Rodriguez, M.A.M. (2007). Modeling a city's image: the case of Granada. *Cities*, v.24, n.5, 335-352.
- Lukes, S. (2005). *Power: A Radical View*. Basingstoke: Macmillan, 2nd Edition.
- Lustosa, A. E. & Melo, L. F. (2010). *Felicidade Interna Bruta (FIB) – Índice de desenvolvimento sustentável*. Brasília: Conjuntura econômica goiana.
- Macedo, H.P. (2002). *O Pomar na Terra da Luz*. Fortaleza, Cultrix.
- Machado-da-Silva, C.L. & Fonseca, V.S. (1996). Competitividade organizacional : uma tentativa de reconstrução analítica. *Organizações e Sociedade*, v. 4, n. 7, p. 97-114, dez.
- MacHarg, I. (1969). *Design with Nature*. Cardell City, N. Y.: Natural, history press. History Press.
- Magalhães, D. & Moreira, G.L. & Perinotto, A.R.C. (2015). Turismo Religioso e Circulação Midiática: Festas Religiosas de São Francisco e São Sebastião em Parnaíba/PI. *Revista Turydes – Turismo y Desarrollo*.
- Maia, S. & Martins, U. & Baptista, M. (2011). *Cultural Tourism in the Urban Context. Museum Routes – The cases of Aveiro and Ílhavo (Portugal)*, Colloque International Nouveaux Musées, Nouvelles Ères Urbaines, Nouvelles Mobilités Touristiques, Paris, 20 e 21 de Janeiro.
- Maldonado, C. (2006). Negócios turísticos com comunidades (NETCOM). In: *Manual de facilitador. Módulo 3. El turismo comunitário en América Latina*. OIT-REDTUS, Quito, Ecuador.
- Maldonado, C. (2005) *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitário*. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS), OIT.
- Malhorta, N. K. (2001). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- Mance, E. A. (2008). *Constelação Solidarius: as fendas do capitalismo e sua superação sistêmica*. Passo Fundo: Instituto superior de Filosofia Barthier.
- Mancur, O. (1999). *A Lógica da Ação Coletiva*. Trad. Fabio Fernandez. São Paulo. Edusp, pp.13-64.
- Mannheim, K. (1976). *Ideologia e Utopia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Mano, A.P. (1989) Contribuição para o Estudo da Aplicabilidade de Índices de Qualidade da Água (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Marcon, E. M. G. (2007). O turismo como agente de desenvolvimento social e a Comunidade Guarani nas “Ruínas Jesuíticas de São Miguel das Missões. *Pasos*, v.5, n3, p. 343-352.

- Maricato, E. (2000). Urbanismo na periferia do mundo globalizado: metrópoles brasileiras. *São Paulo Perspec.* Oct./Dec, v.14, n.4, 21-33.
- Marini, R.M. (2008). *Dialéctica de la dependencia (1973)*. En publicación: América Latina, dependencia y globalización. Fundamentos conceptuales Ruy Mauro Marini. Antología y presentación Carlos Eduardo Martins. Bogotá: Siglo del Hombre - CLACSO. ISBN 978-958-665-109-7
- Marques, J.H.S. (2013). Turismo de Negócios: Convention & Visitors Bureau na Região Centro de Portugal (Dissertação de doutoramento), Coimbra. Universidade de Coimbra.
- Marques, V. (2014). *Marketing Digital 360*. Coimbra: Actual Editora.
- Marques, M. S. B. (1985). *A aceleração inflacionária no Brasil: 1973-83*. Revista Brasileira de Economia. Rio de Janeiro, v. 39, n. 4, p. 343-84, out./dez.
- Marques, R. (2000). *O livro das virtudes de sempre*. Ed. Asa.
- Martins, I. P. (1994). *Definição de Indicadores Ambientais*. Direcção Geral do Ambiente, Lisboa.
- Marujo, M. N. & Carvalho, P. (2010). Turismo, planeamento e desenvolvimento sustentável. *Turismo & Sociedade*, Curitiba, v. 3, n. 2, p. 147-161, out.
- Mascaró, J.L. & Yoshinaga, M. (2005). *Infraestrutura urbana*. Porto Alegre, Editora +4.
- Massukado, M. S. (2008). *Análise comparativa de estratégias qualitativas de investigação: possibilidades para a pesquisa em turismo*. Turismo & Sociedade, Curitiba, v.1, n.1, p.9-27, abr.
- Mattar, F. (1999). *Pesquisa de Marketing*. 5 ed., São Paulo: Atlas.
- Max-Neef, M. (1993). *Desarrollo a Escala Humana: Conceptos, Aplicaciones y Algunas Reflexiones*. Montevideo, ICARIA.
- Max-Neef, M. & Elizalde, A. & Hopenhayn, M. (2010). *Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro*. Madri: Biblioteca CF+S. Acedido em 22 de maio de 2016 em <http://habitat.aq.upm.es>
- Max-Neef, M. (2012) *Desenvolvimento à Escala Humana: ConcepçãoAplicação- Reflexos Posteriores*. Blumenau: EDFURB.
- McMillian, D. (1976). *Sense of Community: An attempt at definition*. Unpublished Manuscript, George Peabody College for Teacher, Nashville, TN.
- Medeiros, M. L. & Passador, J.L. & Becheleni, D.G. (2011). A Fenomenologia e a Pesquisa em Turismo: Reflexões para aplicação com base no Turismo Gastronômico. *Turismo Visão e Ação*, v.13, n.1, 20-34, jan-abr.

- Megginson, L.C., Mosley, D.C., Pietri Junior, P.H., Slack, N., Chambers, S., Harland, C., Harrison, A. & Jhonston, R. (1998). *Administração: conceitos e aplicações*. 4 ed. São Paulo: Harbra.
- Menezes-Filho, N. (Org.). (2012). *Avaliação Econômica de Projetos Sociais*. São Paulo: Dinâmica.
- Meny, I. & Thoenig, J. C. (1992). *Las políticas públicas*. Barcelona: Ariel Ciência Política, 223-244.
- Merleau-Ponty, R. (1971). *Fenomenologia da percepção*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos.
- Michel, M.H.M. (2004). *Organização, sistemas e métodos na era do conhecimento: administrando as organizações no século XXI*; Unidade 3, páginas 39-50, Apostila didática, Belo Horizonte.
- Migliano, E. & Scatena, G. & Cunha, T. (2003). Oportunidades de desenvolvimento socioeconômico em localidades rurais com participação da comunidade. In: Bezerra, D. M. E (Eds.). *Planejamento e gestão em turismo*. São Paulo: Roca. p. 45-52.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (2003). *Organizational strategy, structure, and process*. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- Miller, S. J. & Hickson, D. J. & Wilson, D. C. (1996). Decision-making in organizations. In: Clegg, S. R. & Hardy, C. & Nord, W. R. (eds.). *Handbook of organizations studies*. London: Sage, 1996. p. 293-312.
- Milne, S. & Ateljevic, I. (2001). *Tourism, economic development and the global-local nexus: theory embracing complexity*. *Tourism Geographies* 3(4), 369–393
- Ministério da Indústria, Comércio e Turismo. (1994). *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*. EMBRATUR/ IBAMA, Brasília-DF.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2007). *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil; Módulo Operacional 1: Sensibilização*. Secretaria Nacional de Políticas Públicas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília-DF.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2007). *Módulo Operacional 4: Elaboração do plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional*. Roteiros do Brasil, Brasília.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2010). *Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo – Resumo Executivo*. Brasília.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2010). *Turismo de Aventura: Orientações Básicas*. 3ª Edição. Brasília, DF.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2012). *Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional*.

- Ministério do Turismo do Brasil. (2014). Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2014). Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional da Rota das Emoções: Produto V – Entrega de Resultados.
- Ministério do Turismo do Brasil (2015). *Anuário Estatístico de Turismo – Ano Base 2014*. V.42.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2015). Lei nº11.771 de 2008. In: Programa de Regionalização do Turismo, Brasília. Acedido em: 25/03/2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-aco-es-e-programas/4882-programa-de-regionalizacao-do-turismo.html>
- Ministério do Turismo do Brasil. (2016). Sondagem do Consumidor: Intenção de Viagem – Mês de agosto. FGV.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2016). Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro. Brasília-DF.
- Mintzberg, H & Raisinghani, D. & Théorêt, A. (1976). The structure of “unstructure” decision process. *Administrative Science Quarterly*, vol. 21.
- Mintzberg, H. & Quinn, J. B. (1992). *The strategy process*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mintzberg, H. e Quinn, J.B.(2003). *The strategy process : concepts, contexts, cases*. 4th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Mintzberg H.(2003). *Criando Organizações Eficazes: estrutura em cinco configurações*. Ed. Atlas.
- Mintzberg, H. (2004). *Ascensão e Queda do Planejamento Estratégico*. Porto Alegre: Bookman.
- Mintzberg, H., Quinn, B.J., Lampel, J. & Ghoshal, S. (2011). *O Processo da Estratégia - Conceitos, Contextos e Casos Selecionados*, 4ª edição. Porto Alegre: Bookman.
- Moisset, M.P. (1999). O Papel das Parcerias na Elaboração de Projetos Turísticos: A experiência francesa. Lisboa, Ciclo de Debates de 21 de maio de 99, in Livro de Actas do Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo – Patrimônio e Turismo, 109-117.
- Molina, S. (2000). *Conceptualización del turismo*. México: Limusa.
- Molina, S. (2005). *Turismo: metodologia e planejamento*. Bauru, SP: EDUSC.
- Montejano, J. M. (2001). *Estrutura do mercado turístico*. 2.ed. São Paulo: Roca.
- Montibeller-Filho, G. (2004). *O mito do desenvolvimento sustentável*. 2. ed. rev. Florianópolis: UFSC, 2004

- Moraes, R.C.C. (2004). Globalização e Políticas Públicas: Vida, Paixão e Morte do Estado Nacional? *Revista Educação e Sociedade*, v. 25, n.87, pp.308-333.
- Moreira, C.C.O. (2013). Turismo, Território e Desenvolvimento: Competitividade e Gestão Estratégica de Destinos (Dissertação de doutoramento), Coimbra, Universidade de Coimbra.
- Morin, E. (2006). *Introdução ao pensamento complexo/* Edgar Morin ; tradução do francês Eliane Lisboa. — Porto Alegre: Sulina.
- Morin. (1994). *La Complexité Humaine*. Paris: Flammarion.
- Morin. (1998). *Ciência com Consciência*. Rio de Janeiro; Bertrand Brasil.
- Morgan, N., Pritchard, A. & Pride, R. (2011). *Destination Brands: Managing Place Reputation*. Elsevier.
- Mosedale, J. (Ed.). (2011). *Political economy of tourism: A critical perspective*. London: Routledge.
- Murteira, B.J.F. (1999). *Análise Exploratória de Dados – Estatística Descritiva*. McGraw-Hill Portugal, 329pp.
- MPOG – Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. (2011). Orientações para a Elaboração do Plano Plurianual 2012-2015. Brasília: Governo do Brasil.
- MPOG – Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. (2013). Indicadores do Desenvolvimento Brasileiro 2001-2012. Brasília, Governo do Brasil.
- Murphy, P. E. (1994). *Tourism and Sustainable Development, III Global Tourism: the Next Decade*, Ed. W.F.Theobald, Oxford, pp.274-290
- Murphy, P.E. & Murphy, A.E. (2004). *Strategic Management for Tourism Communities: Bridging the Gaps*. Channel View Publications.
- Myers, G.A. & Mcgeevy, P. & Carney, G.O. & Kenny, J. (2003). Cultural Geography. In *Geography in America at the Dawn of 21st Century*, org. G.L. Gaile e C.J. Willmott. Oxford, Oxford University Press.
- Myrdal, G. (1965). *Teoria econômica e regiões subdesenvolvidas*. Rio de Janeiro: Saga.
- Naisbitt, J. (1994). *Paradoxo Global*. São Paulo: Campus.
- Neto, A.M. (2010). O índice de felicidade: evolução e crítica. In: *Projeto Fé e Cultura*. PUCRS, março.
- Netto, A. P., & Nechar, M. C. (2014). Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 120-144.

- Nechar, M. C. (2006). *Orientaciones en la construcción del conocimiento turístico: acerca de su epistemología*. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul. Anais. Caxias do Sul: UCS.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1997). *Criação do Conhecimento na Empresa: como as empresas geram a dinâmica da inovação*. Rio de Janeiro: Campus.
- Oettinger, Jessie; Henton, Doug (2013). *The Role of Innovation Brokers in a Knowledge Economy the Fourth Strand to Triple Helix*. Triple Helix XI International Conference, London, July.
- Oliveira, D.P.R. (1988). *Estratégia empresarial*. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, D.P.R. (2002). *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas*. 17. ed. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, E. & Manso, J.R.P. (2010). Turismo Sustentável: Utopia ou Realidade? *Revista de Estudos Politécnicos*, v.8,n.14, 235-253.
- Oliveira, D. P. R. (2012). *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, práticas*. 25. ed. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, M.F.S. & Oliveira, O.J. R. (2012). Estado e Turismo: Trajetórias do caso Baiano. *Caderno Virtual*, v.12, n.3, 384-398.
- OMT – Organização Mundial de Turismo (1985). *Carta del turismo y código del turista*, Sofia.
- OMT – Organização Mundial de Turismo (1999). *Código Mundial de Ética do Turismo: Preparação para o Novo Milênio*. Assembléia Geral, Chile.
- OMT – Organização Mundial de Turismo (2001). *Introdução ao Turismo*. São Paulo, Rocca.
- OMT – Organização Mundial de Turismo. (2003). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Tradução Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman.
- OMT – Organización Mundial de Turismo. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: guía práctica*. Madrid.
- ONU - Organização das Nações Unidas. (2002). PublicaçãoJohannesbourgSummit. *World Summit on Sustainable Development*. United NationsDepartment of PublicInformation.
- Ouriques, H.R. (1998). *Turismo em Florianópolis: uma crítica à indústria pós-moderna*. Florianópolis : EDUFSC.
- Ouriques, H.R. (2005). *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. Campinas: Alínea, 2005.
- Paiva, M. G. M. (1995). *Sociologia do turismo*. Campinas: Papirus, (Coleção Turismo).

- Panosso Netto, A. & Ansarah, M.G.R. (2009). *A Segmentação dos Mercados como Objeto de Estudo do Turismo*. VII Seminário ANPTUR, São Paulo.
- Panosso Netto, A. (2011). *Filosofia do turismo: teoria e epistemologia*. 2.ed. São Paulo: Aleph.
- Panosso Netto, A. & Nechar, M. C. (2016) Em Direção a uma Perspectiva Crítica em Turismo. In: Panosso Netto, A. & Nechar, M. C. *Turismo: Perspectiva Crítica*, Textos Reunidos. São Paulo: Ed. PRCEU-USP.
- Participação Popular na Construção do Poder Local – Repente. (2005). Pólis - Instituto de Estudos, Formação e Assessoria em Políticas Sociais - no 24 – Dezembro.
- Partidário, M. R. (1990). *Indicadores de Qualidade do Ambiente Urbano*. Lisboa.
- Paula, A. T. (2013). *Papel do Estado, alívio à pobreza e turismo: relações teóricas com o Plano Nacional de Turismo 2007/2010*. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade de Brasília, 157 f.
- PDITS . (2010). Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável: Teresina, Governo do Brasil/ FGV.
- PDITS . (2012). Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável: Teresina, Governo do Brasil/ FGV.
- Pearce, D.(1992). *Tourist Organizations*, Essex. Longman Scientific & Technical.
- Pearce, D. (1995). *Tourism Today: A geographical analysis*, 2º edition, London: Longman Scientific & Technical.
- Pearce, D. G. (2003). *Geografia do Turismo. Fluxos e regiões no mercado de viagens*. São Paulo: Aleph.
- Pelegri, S. A. (2006). Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental. *Revista Brasileira de História*, vol.26, nº.51, São Paulo, Jan./June.
- Pena-Vega, A. (2003). *O despertar ecológico: Edgar Morin e a ecologia complexa*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Pereira, B. A. D. & De Toni, D. (2002). A busca da racionalidade multidimensional da organização através da teoria da configuração. *REAd - Revista Eletrônica de Administração*, Porto Alegre, ed. 29, v. 8, n. 5, nov.
- Pereira, C. A. S. (1999). *Procedimentos para avaliação de políticas públicas pelo Poder Legislativo - Estudo de caso da política de turismo de Minas Gerais*. Revista do Legislativo, Belo Horizonte, nº 25, jan-mar. (Encarte).

- Pereira, J.M.M. (2011). Desenvolvimento como segurança, assalto à pobreza e ajustamento estrutural: o Banco Mundial durante os anos McNamara (1968-1981). *Revista de História*, São Paulo, n. 165, p. 425-460, jul./dez
- Pereira, V.S. (2011). Desenvolvimento à Escala Humana: Uma Análise de São Tomé das Letras – MG (Dissertação de doutoramento). Lavras, Universidade Federal de Lavras.
- Piauí. Secretaria do Meio Ambiente. (2012). ZEE – Zoneamento Ecológico-econômico do Estado do Piauí.
- Piketty, T. (2014). *O Capital no Século XXI*. Temas e Debates: Círculo Leitores.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the 21st Century*, Harvard University Press.
- Pine II, B. J. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, July – August.
- Pinheiro, V. (2016). A Quarta Revolução Industrial/ i 4.0. Linked-in. Acedido em 13/12/2016. Disponível em <https://pt.linkedin.com/pulse/quarta-revolu%C3%A7%C3%A3o-industrial-vanda-pinheiro>
- Pizam, A. (1994). Planning a tourism research investigation. In J. R. B. Ritchie, & C. R. Goeldner (Eds.), *Travel, tourism, and hospitality research: a handbook for manager and researchs* (pp.91- 104). New York: John Wiley.
- Platão. F. (1983). Tradução de Jorge Paleikat e João Cruz Costa. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural.
- Polèse, M.. (1998). From regional development to local development: on the life, death and rebirth of regional science as a policy relevant science. *Actas do V Encontro Nacional da APDR – Emprego e Desenvolvimento e Regional*, v.1, Coimbra, 59-70
- Polit, D.F. & Hungler, B.P. (1995). Análise Quantitativa. In: Polit D.F, Hungler B.P. *Fundamentos de pesquisa em enfermagem*. 3 ed. Porto Alegre: Artes Médicas. p. 223-67.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford. CABI.
- Pochmann, M. (2009). *Qual Desenvolvimento?* São Paulo: Publisher.
- Porter, M. E. (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, v.74, n.6, p.61-78.
- Porter, M. E. (1986). *Estratégia Competitiva*. Campus: Rio de Janeiro.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press.
- Portuguez, A. P. (2002). *Agroturismo e desenvolvimento regional*. São Paulo: HUCITEC.

- Prates, A.A.P. & Andrade, L.A.G. (1985). Notas sobre o modelo de planejamento participativo: o caso de Minas Gerais. *Revista de Administração Pública*. Rio de Janeiro, FGV, 19(2): 132-52.
- Prearo, L. (2013). Os Serviços Públicos e o Bem-Estar Subjetivo da População: Uma Modelagem Multigrupos Baseada em Mínimos Quadrados Ordinários (Dissertação de doutoramento). Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Priewe, J. & Herr, H. (2005). *The macroeconomics of development and poverty reduction*. Baden-Baden: Nomos.
- Projeto implanta internet gratuita nas cidades do litoral do Piauí. G1 PI, publicado em 19/07/2014 e acessado em 05 de outubro de 2016. Disponível em <http://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2014/07/projeto-implanta-projeto-de-internet-gratuita-nas-cidades-do-litoral-do-piaui.html>
- Putnam, R.D. (1993). What Makes Democracy Work? *National Civic Review*, v.82,n.2, 101-107.
- Rabahy, W.A. (1990). *Planejamento do Turismo: estudos econômicos e fundamentais econômétricos*. Ed. Loyola. São Paulo.
- Ramos, T.B. (1996). Sistemas de Indicadores e Índices de Qualidade da gua e Sedimento em Zonas Costeiras (Dissertação de Mestrado). Universidade de Aveiro, 199 pp., Aveiro
- Rebollo, J.F.V. et.al. (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible*. Alicante: Instituto Universitario de Geografía.
- Redclift, M. (1989). The environmental consequences of Latin America's agricultural development: some thoughts on the Brundtand Commission Report. *World Development*, v.17, n.3, 365-377.
- Reis, E. & Moreira, R. (1993). *Pesquisa de Mercado*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Ribeiro, T.G. & Rodrigues, V. J. (1997). The evolution of sustainable development strategies in Portugal. *Environmental Politics*, 6 (1), 108-130.
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, v.25, n.6, 669-683.
- Ritchie, J.R.B. & G.I. Crouch (2000). The Competitive Destination: A Sustainability Perspective, *Tourism Management*, 21(1): 1-7.
- Ritchie, J.R.B. & Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Oxon, UK: CABI Publishing.
- Ritchie, J.R.B. & Crouch, G. I. (2010). A Model of Destination Competitiveness/Sustainability: Brazilian Perspectives. *Revista de Administração Pública*, 44(5), p. 1049-66.

- Rodhe, G.M. (1994). Mudanças de Paradigma e Desenvolvimento Sustentado. In Cavalcanti, C. *Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma Sociedade Sustentável*. INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, Ministério de Educação, Governo Federal, Recife, Brasil. Acedido em 19/06/2016. Disponível em <<http://168.96.200.17/ar/libros/brasil/pesqui/cavalcanti.rtf>>
- Rodrigues, A.M. (1998). *Produção e consumo do e no espaço: problemática ambiental urbana*. São Paulo, Hucitec.
- Rodrigues, A.B. (Ed.). (1999). *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: HUCITEC.
- Rodrigues, A. B. (Comp.). (2001). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 3.ed. São Paulo: Hucitec.
- Rodrigues, A.M. (2002) Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: Rodrigues, A.B. *Turismo e desenvolvimento local*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, .42-54..
- Rodrigues, P.C. & Ferreira, R.R. (2006). Políticas Públicas como Mecanismo Legitimador do Poder Estatal. In Petry, O., Almeida, R.H.C. & Santos, J.A.S. *O Estado Brasileiro Contemporâneo e o Reordenamento das Políticas Públicas*. Coleção Tucuju, SEAMA.
- Rodriguez, A. & Abramo, P. (2008). Urbanismo, cultura e governança na regeneração de Bilbao. En: Coelho, T. (Ed.). *A cultura pela cidade*. São Paulo: Iluminuras, 103- 133.
- Romero, Y. D. (2004). *Desarrollo Del Turismo en el Contexto de un Mundo Globalizado: Percepciones Marxistas*. Anais do 4º Congresso Cuba Siglo XXI.
- Rosário, P., Núñez, J. C., González-Pienda, J. A., Valle, A., Trigo, L., & Guimarães, C. (2010). Enhancing self-regulation and approaches to learning in first years college students: a narrative based programme assessed in the Iberian Peninsula. *European Journal of Psychology Education*, 25, 411-428.
- Rousseau, J.J. (2001). *A origem da desigualdade entre os homens*. Coleção Grandes Obras do Pensamento Universal 7. São Paulo: Escala.
- Roussel, D. (2006). *Tourisme et développement local: expérience de la Réunion* (Dissertação de doutoramento). França, Université Du Littoral, Côte d'Opale (ULCO).
- Ruschman, D. (1990). *Marketing Turístico: Um Enfoque Promocional*. Campinas, Papirus.
- Ruschman, D. (2000). A Experiência do Turismo Ecológico no Brasil: Um novo nicho de mercado ou um esforço para atingir a sustentabilidade? *Turismo: Visão e Ação*, ano 2, n.5, 81-90
- Saarinen, J. (2006). *Traditions of sustainability in tourism studies*. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140. doi:10.1016/j.annals.2006.06.007
- Sabaté Bel, J. (2004). *Patrimonio y Proyecto Territorial*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

- Sachs, I. (1986). *Ecodesenvolvimento. Crescer sem destruir*. São Paulo: Vértice.
- Sachs, I.(1993). *Estratégias de Transição para do século XXI – Desenvolvimento e Meio Ambiente*. São Paulo: Studio Nobel – Fundação para o desenvolvimento administrativo.
- Sachs, I. (1995). Em busca de novas estratégias de desenvolvimento. *Estudos Avançados*. São Paulo, v.9, n.25, set/dez.
- Sachs, I. (2000) *Gestão negociada e contratual da biodiversidade*. Brasília
- Sachs, I. (2002). *Desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte no Brasil*. P. imprensa: Brasília.
- Sachs, I. (2004). *Desenvolvimento Incluyente, Sustentável Sustentado*. Rio de Janeiro, Garamond.
- Sales, A. & Costa, A. P. & Veroneze, R. B. & Ferreira, C. A. (2013). Felicidade Interna Bruta: Aplicação e Discussão no Contexto de Cidades de Porte Médio Brasileiras. *Revista CADE*, v.12, n.1.
- Sampaio, C. A. C & Oyarzún, M. E. & Souza, M. & Cárcamo, C. & Mantovaneli JR., O. (2005). *Arranjo Socioprodutivo de Base Comunitária: Análise Comparativa de Experiências de Turismo Comunitário no Brasil e no Chile*. *Revista de Negócios*, v.10, p. 288-301.
- Sampaio, C. A. C. (2005). *Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia sob a denominação turismo comunitário*. Santa Cruz do Sul (RS): EDUNISC .
- Sandroni, P.. (2002). *Novíssimo Dicionário de Economia*. SP: Best Seller.
- Santagada, S. (2007). Indicadores Sociais: Uma primeira abordagem social e histórica. *Pensamento Plural*, Pelotas, n.1, 113-142.
- Santa-Rita, T.G. (2000). Epistemologia básica para pensar o (meio) ambiente. In Herculano, S.C. (Ed.). *Meio Ambiente: Questões Conceituadas*. Niterói, Pós-graduação em Ciência Ambiental da Universidade Federal Fluminense, RIOCOR.
- Santos, B.S. (2001). Os processos de globalização. In : Santos, B. S. (org.). *Globalização : fatalidade ou utopia? Porto : Afrontamento*.
- Santos, B.S. (2011). Os processos da globalização. In Santos, B.S. (Ed.) *A Globalização e as Ciências Sociais*. 4 ed. São Paulo: Cortez.
- Santos, C.N.F. (1988). *A cidade como um jogo de cartas*. 1ªed. Niterói:EDUFF/ São Paulo: Projeto Editores.
- Santos, G.E.O.. (2016). *Cálculo amostral*: calculadora on-line. Acedido em 09 de julho de 2016 em <http://www.calculoamostral.vai.la>

- Santos, M. (1988). *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec.
- Santos, M.O.G. (2013). *O Planeamento por cenários como resposta das organizações a desafios colocados na época actual*. Évora.
- Santos, N. (2003). Cidade: Espaço Social e Espaço Vivido. In Caetano, L. *Território, Ambiente e Trajectórias de Desenvolvimento*. Centro de Estudos Geográficos, Coimbra.
- Santos, N., Cravidão, F. & Cunha, L. (2010). Espaço turístico e meio ambiente. Natureza, paisagens culturais e os produtos turísticos associados ao território. IV Congresso Latinoamericano de Investigación Turística, Eixo 3 [CD-ROM]. Montevideo: Universidad de la Republica Oriental del Uruguay. Acedido em 13/07/2016. Disponível em: <http://www.cegot.pt/Files/Downloads/Documentos-Publicos/Publicacoes/Grupo-3/A%20-%20Peer-Review/3.pdf>, 2010.
- Santos, N. (2011). Lazer, tempo livre e novos consumos. In *Novas dimensões do consumo na sociedade contemporânea*, ed. Hernâni Veloso Neto e Sandra Lima Coelho (Ed.), 84 - 97. Porto: Instituto de Sociologia FLUP.
- Santos, N. (2014). Turismo, Gestão e Território. Caderno Virtual de Turismo. Edição Especial: Hospitalidade e Políticas Públicas em Turismo. Rio de Janeiro, v.4, supl.1, 66-86.
- Santos, T. (1978). *Imperialismo y Dependencia*. Era, México.
- Schwab, K. (2016). *A Quarta Revolução Industrial*. World Economic Forum, EDIPRO.
- Scott, W.R. & Meyer, J.W. (1992). The organization of societal sectors. In Meyer, J.W. & Scott, W.R. (Eds.). *Organizational environments : ritual and rationality*. upd. ed. London: Sage.
- Scott, A. (2000). *The Cultural Economy of Cities, Londres, Sage Publications*.
- SEBRAE-PI. (2012). Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Piauí. *Plano estratégico de desenvolvimento do turismo no Piauí - 2012/2020*. SEBRAE/PI: Teresina.
- Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte do Estado de Santa Catarina. (2010). *Plano Catarina 2020: Turismo, Qualidade, Diversidade/ Plano de Marketing Turístico de Santa Catarina 2020*.
- Segnestam, L. (2002). *Indicators of Environment and Sustainable Development: Theories and Practical Experience*. Environmental Economics Series - PAPER N°. 89. The International Bank for Reconstruction and Development/THE WORLD BANK. Washington, D.C.
- Sen, A. (2000). El Desarrollo como Libertad. *Revista Gaceta Ecológica*, 55.

- Sen, A. & Kliksberg, B. (2010). *As pessoas em primeiro lugar: a ética do desenvolvimento e os problemas do mundo globalizado*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Senge, P. (2007). *The Fifth Discipline: Theory and Practice of a Learning Organization*. Management Press, Praha.
- Senhoras, E. M. & Cavalcanti, J. S. (2014). Turismo e os Padrões de Desenvolvimento Endógeno e Exógeno. *Turydes*, Vol 7, Nº 17.
- Sessa, A.(1983). *Turismo e política de desenvolvimento*. Porto Alegre. Uniontur.
- Sessa, A. (1985). *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*. Roma: Agnesotti.
- Sessa, A. (1988). The Science of Systems for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, vol. 15, no.2, 1988, pp. 219-235.
- Selltiz, C. & Jahoda, M. & Deutsch, M. & Cook, S. W. (1974). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. 2.ed. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and Sustainable Development: Exploring Theoretical Divide. *Journal of Sustainable Tourism*. v.8, n.1.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*, v. 23, n. 3, 233-244.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: beyond sustainability?* London: Earthscan.
- Silva, F. C. (2015). *A Formação de Agenda de Políticas Públicas de Turismo em Âmbito Local: os casos de Ouro Preto (MG) e Paraty (RJ)*. Tese de doutoramento, Fundação Getúlio Vargas.
- Silva, R. & Karkotli, G. (eds.). (2011). *Manual de metodologia científica do USJ*. São José: Centro Universitário Municipal de São José – USJ, mar.
- Silva, J.A.S. (2000). Pensando o planejamento face à intervenção do estado no turismo: a questão do sistema do informações. *Turismo: Visão e Ação*, vol. 2, nº 5, 9-22.
- Silva, J.A.S. (2004). Turismo, Crescimento e Desenvolvimento: Uma análise urbano-regional baseada em cluster (Dissertação de doutoramento). São Paulo, Universidade de São Paulo.
- Silva, R. O. (2005). *Teorias da Administração*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning.
- Silva, J. & Perna, F. Turismo e desenvolvimento auto-sustentado. In Costa, J. (Ed.). *Compêndio de Economia Regional*, APDR: Coimbra, 2002.
- Silveira, M. A. T. (2002). Planejamento territorial e dinâmica local: bases para o turismo Sustentável. In *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: Hucitec

- Silveira, M.. (2002). *Turismo, Políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento: Um foco no Estado do Paraná no contexto regional*. Acedido em 03 de maio de 2015 em [http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal9/Geografiasocioeconomica/Geografia\\_turistica/06.pdf](http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal9/Geografiasocioeconomica/Geografia_turistica/06.pdf)
- Silveira, M. A. T. & ZEM, L. C. (2010). *Impactos Ambientais do Turismo em Zonas Litorâneas: Um Estudo de Percepção Ambiental no Litoral do Paraná-Brasil*. VI Seminário Latino-Americano de Geografia Física e II Seminário Ibero-Americano de Geografia Física, Universidade de Coimbra.
- Simon, H. A. (1979). *Comportamento administrativo: estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Simpson,, R. (1993) - Sustainable Tourism for Europe's Protected Arcas:Guidelines and Ways Forward., *Revue de Tourisme*, N° 3, pp.3-7.
- Sinclair, M. T. & Stabler, M. (2009). *Aspectos econômicos do turismo*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Singer, P. (2002). *Introdução à Economia Solidária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Singer, P. (2003). *Globalização e Desemprego: Diagnóstico e Alternativas*. 6 ed. São Paulo: Contexto.
- Sobral, A. & Freitas, C. M. & Barcelos, C. & Gurgel, H. C. & Pedroso, M. M. (2011). *Saúde Ambiental – Guia básico para a construção de indicadores*. Série B –Textos Básicos de Saúde, Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Vigilância em Saúde Ambiental e Saúde do Trabalhador, Brasília. ISBN: ISBN 978-85-334-1777-9.
- Solha, K. T.. (2004). *Órgãos Públicos Estaduais e o Desenvolvimento do Turismo no Brasil*. (Dissertação de doutoramento). Universidade de São Paulo. São Paulo.
- Sousa, J.N. & Freitas, R.C. (2010). *Indicadores Sociais: Uma crítica*. XII Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviços Social.
- Souza. M.J.L. (1997). *Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local?* In: Rodrigues, A.B. (Ed.). *Turismo e Desenvolvimento Local*. São Paulo: Hucitec.
- Souza, N.J. (2005). *Desenvolvimento Economico*.5ª Ed. São Paulo: Atlas.
- Stiglitz, J.E. (2002). *Information and the change in the paradigm in economics*’. *The American Economic Review*, Vol. 92, No. 3, 460-501
- Stiglitz, J.E., Sen, A. & Fitoussi, J.P. (2009). *The Measurement of Economic Performance and Social Progress Revisited*. Paris, OFCE - Centre de recherche en économie de Sciences Po.

- Steiner, G. A. (1997). *Strategic planning: what every manager must know*. New York: Free Press.
- Stokes, R. (2008) Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain. *Tourism Management*, 29, (2), 252-262.
- Sunlu, U. (2003). Environmental impacts of tourism. In : Camarda D. (ed.), Grassini L. (ed.). *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region*. Bari : CIHEAM.p. 263-270 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 57).
- Surugiu, C. & Surugiu, M. R. (2013). Is the tourism sector supportive of economic growth? Empirical evidence on Romanian tourism. *Tourism Economics*, 19 (1), 115–132
- Swarbrooke, J. (2000). *Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental*. São Paulo: Aleph.
- Tavares, Maria de C, Fiori, José L. (1993). Desajuste global e modernização conservadora. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Tavares, M.C. (1997). A retomada da hegemonia norte-americana. In Tavares, M.C. & Fiori, J.L. (Orgs). *Poder e dinheiro: uma economia política da globalização*. 2ª Ed. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Tedesco, G.M.I. (2008). Metodologia para Elaboração do Diagnóstico de um Sistema de Transporte (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Tecnologia, Departamento de Engenharia Civil e Ambiental. Universidade de Brasília-DF.
- Telfer, D.J. (2004). The Evolution of tourism and development theory. En: Sharpley, R. & Telfer, D.J. (Eds.). *Tourism and development: concepts and issues*. Clevedon: Chanel View Publication, 35-78.
- Theodoro, S.H. (Eds.). (2005). Mediação de conflitos socioambientais. Rio de Janeiro: Garamond.
- Thevenin, J.M.R. (2011). O turismo e suas políticas públicas sob a lógica do capital. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p.122-133, abr.
- Thomas, V., Dailami, M., Dhareshwar, A., Kaufmann, D., Kishor, N., López, R. & Wang, Y. (2001). *A qualidade do crescimento*. Ed. UNESP.
- Tideman, M. (2004). Social teller isolerat integrerad? In J. Tössebro (Ed.), *Integrering och inkludering*, Studentlitteratur, Lund, pp. 121-140
- Tomasi, D. L. (2000). *Sistema de Avaliação e Acompanhamento Turístico dos Municípios engajados no PNMT, através de Indicadores Sociais, Econômicos, Infraestruturais e Ambientais*. Turismo - Visão e Ação - ano 2 - n.5 - p.55-70
- Toro, J.B. & Werneck, N.M.D. (2004). *Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação*. Belo Horizonte: Autêntica.

- Touraine, A. (1995). *Critique of Modernity*. Cambridge: Blackwell Publishers.
- Trentin, F. & Fratucci, A. (2011). *Política Nacional de Turismo no Brasil: Da Municipalização à Regionalização*. Book of Proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve. Turismo de Portugal.
- Trentin, F. (2014). *Políticas Públicas no Brasil: Tomada de Decisão e a Análise das Estruturas de Governança nos Destinos Indutores de Armação dos Búzios e de Paraty, Estado do Rio de Janeiro, Brasil*. Tese de Doutoramento. Departamento de Geografia, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra.
- Tribe, J. (2000). Indisciplined and unsubstantiated. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 809-813.
- Tribe, J. (2001). Research paradigms and the tourism curriculum. *Journal of Travel Research*. Vol. 39, N. 4, p. 442-448.
- Tribe, J. (2010). *Strategy for Tourism*. 2º ed. Goodfellow Publishers.
- Trigo, L.G.G., Panosso Netto, A. Carvalho, M.A. & Pires, P.S. (2005). *Análise Regionais e Globais do Turismo Brasileiro*. São Paulo: Rocca.
- Tripadvisor. (2016). *TripBarometer: Traveler Trends and Motivations Global Findings*.
- Troll, C. (1970) Landschaftsökologie (Geoecologic) und Biogeocoenologie. Eine terminologische Studie [in] *Rev. von maine de géol., géophys. et géogr.*, Série de geogr.T.14, p.9-18.
- Tulik, O. (1994). Efeitos da Globalização do Turismo. *Revista Turismo em Análise*, v.5,n.2, 7-15.
- Turismo de Portugal. (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Ministério da Economia e Inovação.
- Turismo de Portugal. (2008). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o desenvolvimento do Turismo em Portugal – Síntese*. Ministério da Economia e Inovação.
- Turismo de Portugal. (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Propostas para Revisão no Horizonte 2015 – versão 2.0*, Ministério da Economia, Inovação e do Desenvolvimento.
- Turismo de Portugal. (s/d). *Turismo 2020: Cinco Princípios para uma Ambição*.
- Turismo de Portugal. (2015). *Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Ministério da Economia, Inovação e do Desenvolvimento.
- Turismo de Portugal. (2016). *Estratégia 2027 – Portugal*. Documento para Discussão Pública, Maio.

- Tysdell, C. (Ed.). (2000). *The economics of tourism*. Edward Elgar Publishing, v.2, The International Library of Critical Writings in Economics.
- Ura, K. & Galay, K. (2004). *Gross National Happiness and Development*. Thimphu: The Centre for Bhutan Studies, 233p.
- Ura, K. (2009). *A proposal for GNH value education in schools*. Gross National Happiness Commission
- UNWTO. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid, 165p.
- UNWTO. (2012). *World Tourism Organization*. Acedido em 08 de novembro de 2015 em <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5>
- UNWTO – World Tourism Organization (2013). *Sustainable Tourism for Development*. European Commission, Gran Contract DCI-MULTI-2011/280-663
- Valente, P. (2004). *Qualidade de Vida na cidade da Guarda*. Centro de Estudos Ibéricos.
- Vanhove, N. (2005). *The economics of tourism destinations*. Oxford: Elsevier.
- Varela, F., Maturana, H. & Uribe, R. (1974) Autopoiesis: the organization of living systems, its characterization and a model. *Biosystems*, 5,187-196.
- Vasconcelos Filho, P. (1985). *Planejamento Estratégico para a Retomada do Desenvolvimento*. Rio de Janeiro, TLC.
- Veenhoven, R.. (2000). *The four qualities of life: ordering concepts and measures of good life*. *Journal of Happiness Studies*, 1 (1), pp. 1-39.
- Vergara, S. C. (1989). *Teoria prática educacional – da técnica à ética*. *Revista Fórum Educacional*, v. 13, n.3, jun./ago.
- Vergara, S. C. (2000). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- Viegas, M. M. A. (2008). *Práticas ambientais no sector Hoteleiro do algarve*. dosAlgarves, n.17, 31-37
- Vieira, J. (2007). *Planeamento e ordenamento territorial do turismo: uma perspectiva estratégica*. Lisboa-São Paulo: Editorial Verbo.
- Vilar, P. (1972). *Crecimiento e Desarrollo*. Barcelona: Editora Ariel.
- Vinhas, R. S. (2008). *Índice de Satisfação e Lealdade do Turista (Dissertação de Mestrado)*. Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação da Universidade Nova de Lisboa, Dez.

- Virginio, D.F. (2010). Turismo e Cultura: Um estudo sobre o programa de qualificação de museus para o turismo. *Revista Eletrônica de Turismo Cultural*, v.4, n.1, 65-84.
- Walle, A. (1997). “Quantitative versus qualitative tourism research”. *Annals of Tourism Research*. V.24, n.3, 524–536.
- Wangdi, K. (2009). Health. In: The Centre for Bhutan Studies. *Gross national happiness survey findings, 2007-2008*. Butão: The Centre for Bhutan Studies. Acedido em 22/06/2016. Disponível em <http://www.grossnationalhappiness.com/wp-content/uploads/2012/05/Education.pdf>
- Well Being Index. (2016). Gallup-Sharecare. Acedido em 19/05/2016. Disponível em <http://www.well-beingindex.com/topic/brazil>
- Wilson, W. (1967). Correlates of avowed happiness. *Psychological Bulletin*, 67, 294-306.
- Wonnacott T. H. & Wonnacott R. J. (1981). Análise da Variância. In: Wonnacott T.H. & Wonnacott R.J. *Estatística aplicada à economia e à administração*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos. p. 247-80.
- World Health Organization. (1996). *Creating health cities in the 21st century*. Geneva. (WHO/EOS/96.9).
- WTTC Travel & Tourism. (2015). *Economic Impact*.
- Xiang, Z. & Formica, S. (2007). Mapping environmental change in tourism: a study of the incentive travel industry. *Tourism Management*, v. 28, p. 1193-1202.
- Yazigi, E. (2001). *A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas*. São Paulo: Contexto.
- Zaoual, H. (2008). Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? *Caderno Virtual de Turismo*. vol. 8, n. 2, p. 1-14.
- Zmitrowicz, W. & Neto & Angelis, G. (1997). *Infra-estrutura urbana*. Texto técnico, Escola Politécnica da USP. Departamento de Engenharia de Construção Civil. São Paulo.



## APÊNDICE A

Questionário população residente (questões abertas)



**POLÍTICA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO NO TERRITÓRIO POLO COSTA DO DELTA-PIAUI: UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

Cidade: \_\_\_\_\_

Inquiridor: \_\_\_\_\_

Nº \_\_\_\_\_

Inquirido: ( ) Residente ( ) Expert ( ) Políticos e Administradores Públicos

**INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO – NECESSIDADES HUMANAS X DIMENSÕES FIB**

---

Prezado Senhor (a),

O questionário a ser respondido faz parte de uma pesquisa de caráter científico em nível de doutorado (Doutorado em Turismo, Lazer e Cultura – Universidade de Coimbra/Portugal) financiada pela CAPES/BRASIL.

Esta pesquisa tem por objetivo aferir o índice de felicidade interna bruta do município e a relação com o turismo, considerando três áreas: a) Níveis de felicidade; b) Impacto da felicidade no desenvolvimento turístico do território; c) Satisfação dos residentes, gestores públicos e experts com o turismo. Para aferir, na complexidade que o tema apresenta, entregar-se-á outro questionário de forma complementar.

A aplicação do questionário segue o propósito de subsidiar a construção de um modelo de desenvolvimento turístico adequado à realidade e anseios dos municípios e sua população, no intuito de orientar as estratégias de planejamento, ordenamento e de promoção de um desenvolvimento do turismo inclusivo e solidário.

Apresenta-se o questionário organizado em 02 questões abertas, as quais lhe dão a oportunidade de responder livremente, sem necessidade de marcar alguma alternativa.

As respostas aqui registradas são confidenciais e serão objeto de análise e interpretação, mantendo-se assegurado o anonimato do entrevistado.

Agradeço-vos pela disponibilidade em responder os questionamentos aqui apresentados, certo da relevância da vossa participação para a obtenção dos resultados e o alcance dos objetivos da pesquisa.

Obrigado pela colaboração!

**ORIENTAÇÃO: RESPONDA LIVREMENTE E DE ACORDO COM AS SUAS PERCEPÇÕES, UTILIZANDO, NO MÍNIMO, CINCO LINHAS.**

Questão 01: Hoje sente-se feliz? Se sim, em relação ao turismo e a cidade, quais são as suas impressões sobre:

- a) O que é ser feliz?
- b) O que te traz felicidade?



## APÊNDICE B

### Questionário Gross National Happiness – GNH/ FIB



**POLÍTICA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO NO TERRITÓRIO POLO COSTA  
DO DELTA-PIAUI: UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

Cidade: \_\_\_\_\_

Inquiridor: \_\_\_\_\_

Nº \_\_\_\_\_

Inquirido: ( ) Residente ( ) Expert ( ) Políticos e Administradores Públicos

INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO – GROSS NATIONAL HAPPINESS (Traduzido e adaptado)

---

Prezado Senhor (a),

O questionário a ser respondido faz parte de uma pesquisa de caráter científico em nível de doutorado (Doutorado em Turismo, Lazer e Cultura – Universidade de Coimbra/Portugal) financiada pela CAPES/BRASIL.

Esta pesquisa tem por objetivo aferir o índice de felicidade interna bruta do município e a relação com o turismo, considerando três áreas: a) Níveis de felicidade; b) Impacto da felicidade no desenvolvimento turístico do território; c) Satisfação dos residentes, gestores públicos e experts com o turismo. Para aferir, na complexidade que o tema apresenta, entregar-se-á outro questionário de forma complementar.

A aplicação do questionário segue o propósito de subsidiar a construção de um modelo de desenvolvimento turístico adequado à realidade e anseios dos municípios e sua população, no intuito de orientar as estratégias de planejamento, ordenamento e de promoção de um desenvolvimento do turismo inclusivo e solidário.

Apresenta-se o questionário organizado em 16 seções, as quais são: Satisfação com a vida; Experiências positivas e negativas; Satisfação dominante; Bem-estar psicológico; Saúde; Distribuição do tempo; Vitalidade comunitária; Suporte Social; Acesso a educação, arte e cultura; Vizinhança, Qualidade do Meio Ambiente, Governança, Bem-estar material; Trabalho; Experiência e tendência de Consumo; Demografia.

As respostas aqui registradas são confidenciais e serão objeto de análise e interpretação, mantendo-se assegurado o anonimato do entrevistado.

Agradeço-vos pela disponibilidade em responder os questionamentos aqui apresentados, certo da relevância da vossa participação para a obtenção dos resultados e o alcance dos objetivos da pesquisa.

Obrigado pela colaboração!

**ORIENTAÇÃO: RESPONDA ASSINALANDO COM UM X A ALTERNATIVA DESEJADA.**

**Seção 1: Satisfação com a vida**

1.1. Ao responder as questões valore de acordo com a escala, sendo 0 para uma avaliação pior da vida para você e 10 para uma avaliação excelente. Qual a avaliação da sua vida neste momento?

0 – pior vida possível	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – Melhor vida possível
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------------------

1.2. Considere todas as coisas, quão satisfeito você está com a vida como um todo hoje em dia?

0 – Nada satisfeito	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – Extremamente satisfeito
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------------------

1.3. Considerando tudo na sua vida, quão feliz você diria que é?

0 – Extremamente Infeliz	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – Extremamente feliz
--------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------------------

**Seção 2: Experiências positivas e negativas**

Por favor, pense sobre o que você vem fazendo e experimentando durante as últimas quatro semanas. Em seguida, usando a escala abaixo, relate o quanto você experimentou cada um dos seguintes sentimentos.

2.1 Positivo	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.2 Negativo	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.3 Bom	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.4 Mau	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.5 Agradável	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.6 Desagradável	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.7 Feliz	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.8 Triste	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.9 Com medo	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.10 Alegre	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.11 Zangado	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre
2.12 Contente	Raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Frequentemente ou sempre

**Seção 3: Satisfação Dominante**

Por favor, indique seu nível de satisfação com:

3.1. Seu bem-estar mental (por exemplo, a sua satisfação com a vida e senso de otimismo, autoestima, e competência).

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.2. Sua saúde física (por exemplo, considere seus exercícios, nutrição e sono).

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.3. Seu tempo de lazer (por exemplo, considere seu tempo para recreação e socialização com a família e amigos).

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.4. Seu senso de comunidade (por exemplo, considere seus relacionamentos e interação com as pessoas de sua vizinhança).

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.5. Seus relacionamentos pessoais (Por exemplo, a vitalidade e afeição dos seus relacionamentos).

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.6. Seu acesso as oportunidades em educação na sua comunidade (Por exemplo, oportunidades de participação na educação formal e informal).

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.7. Seu acesso as artes e cultura na sua comunidade (por exemplo, oportunidades de participação em eventos culturais)

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.8. A qualidade do meio ambiente da sua vizinhança (Por exemplo, a qualidade da sua água, ar, solo, cobertura florestal, etc.)

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.9. Seu bairro como lugar para viver (Por exemplo, a variedade e acessibilidade de natural, de lazer e estilo de vida)

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.10. A honestidade e transparência do governo local (Por exemplo, responsabilidade dos funcionários municipais, policiais, etc.)

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.11. Sua situação financeira (Por exemplo, a renda individual e familiar, segurança financeira, seu nível de dívida, etc)

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

3.12. Sua situação de trabalho

Extremamente insatisfeito	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Levemente insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Levemente Satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito	Extremamente satisfeito
---------------------------	--------------------	--------------	------------------------	----------------------------------	----------------------	------------	------------------	-------------------------

#### Seção 4: Bem-estar psicológico

Até que ponto você concorda com as seguintes afirmações.

4.1 Eu levo uma vida intensa e significativa	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
4.2 Eu sou empenhado e interessado em minhas atividades diárias	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
4.3 Eu sou otimista sobre meu futuro	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
4.4 A maioria dos dias eu sinto uma sensação de realização do que eu faço	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
4.5 Em geral, Eu me sinto muito confiante.	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente

#### Seção 5: Saúde

5.1. Em geral, eu diria que minha saúde é:

Precária	Razoável	Boa	Muito boa	Excelente
----------	----------	-----	-----------	-----------

Por favor indique, na maior parte do tempo na semana passada...

5.2 Você tinha uma grande quantidade de energia (disposição)	Muito raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Muito frequentemente ou sempre
5.3 Para onde deveria ir você não poderia ir andando	Muito raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Muito frequentemente ou sempre
5.4 A dor física impediu de fazer o que você precisava fazer	Muito raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Muito frequentemente ou sempre

Por favor, avalie o seu nível de satisfação

5.5 Ficou satisfeito com a sua capacidade de realizar suas atividades de vida diária?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
5.6 Ficou satisfeito com a qualidade do seu exercício?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

### Seção 6: Distribuição do Tempo

6.1. Em uma semana típica, quanto do seu tempo você é capaz de passar a fazer os tipos de coisas de que você gosta?

Nenhum momento	Não muito do meu tempo	Algum tempo	Maior parte do meu tempo	Todo o meu tempo
----------------	------------------------	-------------	--------------------------	------------------

6.2. Por favor, indicar o seu nível de concordância com esta declaração: Na minha vida diária, eu raramente tenho tempo para fazer as coisas que eu realmente gosto.

Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
---------------------	----------	----------------------------	----------	---------------------

Aqui estão algumas declarações sobre como as coisas estão indo na sua vida. Indique, assinalando com um X a alternativa que lhe apresenta mais coerência.

6.3 Minha vida tem sido muito corrida.	Discordo Totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo.	Concordo	Concordo totalmente
6.4 Eu tenho sido capaz de levar a vida num ritmo mais calmo.	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
6.5 Tive tempo suficiente para fazer o que eu precisava fazer.	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
6.6 Tive muito tempo livre.	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente

## Seção 7: Vitalidade Comunitária

Por favor, conte-nos qual o seu nível de confiança com as pessoas elencadas abaixo.

7.1 Seus vizinhos	Nenhuma confiança	Pouca confiança	Alguma confiança	Muita confiança	Confiança total
7.2 Estranhos que você encontra	Nenhuma confiança	Pouca confiança	Alguma confiança	Muita confiança	Confiança total
7.3 Comerciantes da sua comunidade	Nenhuma confiança	Pouca confiança	Alguma confiança	Muita confiança	Confiança total

7.4. Imagine que você perdeu uma carteira ou bolsa que continha duzentos reais. Por favor, indique quão provável você acha que seria a ter todo o seu dinheiro devolvido se ela fosse encontrada por alguém que vive por perto:

Nada provável	Pouco provável	Provável	Muito provável	Extremamente provável
---------------	----------------	----------	----------------	-----------------------

7.5. Quão satisfeito você está com a sua segurança pessoal em sua cidade?

Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
--------------------	--------------	----------------------------------	------------	------------------

Usando a escala abaixo, indique a frequência com que você fez essas atividades no passado.

7.6 Doou dinheiro para uma instituição de caridade	Pelo menos uma vez por mês	Pelo menos uma vez a cada três meses	Pelo menos uma vez a cada seis meses	Uma vez ao ano	Nunca
7.7 Ofereceu o seu tempo para uma ONG	Pelo menos uma vez por mês	Pelo menos uma vez a cada três meses	Pelo menos uma vez a cada seis meses	Uma vez ao ano	Nunca

## Seção 8: Apoio Social

Por favor, avalie seu nível de satisfação.

8.1 Quão satisfeito você está com o apoio que recebe de seus amigos?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
8.2 Quão satisfeito você está com suas relações pessoais?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

Até que ponto você concorda com a seguinte afirmação?

8.3. As pessoas na minha vida sempre me ajudaram.

Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
---------------------	----------	----------------------------	----------	---------------------

Na maior parte do tempo durante a semana passada...

8.4 Eu me senti solitário	Muito raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Muito frequentemente
8.5 Eu me senti amado	Muito raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Muito frequentemente

### Seção 9: Acesso a educação, arte e cultura

9.1. Como você descreveria seu sentimento de pertencer a sua comunidade?

Muito fraco	Um pouco fraco	Nem fraco, nem forte	Um pouco forte	Muito forte
-------------	----------------	----------------------	----------------	-------------

Aqui está uma lista de coisas que as pessoas indicam que são desejáveis para decidir onde viver. Por favor, indique o item desejável para ter perto de onde você mora.

No seu bairro ou comunidade, o que é **IMPORTANTE** você ter?

9.2 Esportes e atividades recreacionais?	Nada importante	Não muito importante	Um pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
9.3 Atividades artísticas e culturais?	Nada importante	Não muito importante	Um pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
9.4 Atividades para o desenvolvimento de habilidades através da educação informal?	Nada importante	Não muito importante	Um pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante

No seu bairro ou comunidade, quão satisfeito você está com...

9.5 Seu acesso para a prática de atividades esportivas e recreacionais?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
9.6 Seu acesso a atividades artísticas e culturais?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
9.7 Seu acesso a atividades para o desenvolvimento de habilidades através da educação informal?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

9.8. Quantas vezes você se sente desconfortável ou fora de lugar em seu bairro por causa de sua etnia, cultura, raça, cor de pele, língua, acento, sexo, orientação sexual ou religião?

Nunca	Raramente	As vezes	Maior parte do tempo	Todo o tempo
-------	-----------	----------	----------------------	--------------

## Seção 10: Seu bairro

Aqui está outra lista de coisas que são desejáveis para decidir onde viver. Por favor, indique o que é desejável ter perto de onde você mora.

No seu bairro ou comunidade, é importante para você ter...

10.1 Transporte público que seja seguro, limpo e frequente?	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
10.2 Um bairro tranquilo e calmo?	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
10.3 Meio ambiente de qualidade (como ar e água limpos)	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
10.4 Um lugar seguro para viver?	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
10.5 Boa proteção policial e de bombeiros, serviços públicos e coleta de lixo?	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
10.6 Casas a preços acessíveis?	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
10.7 Oportunidades de trabalho bem remunerado?	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante
10.8 Serviços de saúde, como médicos, hospitais e clínicas?	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Muito importante

No seu bairro ou comunidade, quão satisfeito vocês está com...

10.9 O transporte público a que tem acesso é seguro, limpo e frequente?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
10.10 Com o sossego e a tranquilidade do seu bairro?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
10.11 Com a qualidade do meio ambiente (água e ar limpos)?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
10.12 A segurança onde você vive?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
10.13 Com a qualidade da proteção policial e dos bombeiros, dos serviços públicos e da coleta de lixo?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
10.14 Com o seu acesso a habitação com preço acessíveis?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

10.15 Com o seu acesso a oportunidades de trabalho bem remunerado?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
10.16 Com o seu acesso a serviços de saúde, como médicos, hospitais e clínicas?	Muito satisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

### Seção 11: Qualidade do Meio Ambiente

a. Quão saudável é o seu ambiente físico?

De nenhuma forma	Um pouco	Muito	Extremamente
------------------	----------	-------	--------------

Por favor, avalie seu nível de satisfação.

11.2 Quão satisfeito você está com o esforço que está sendo feito para preservar o ambiente natural no seu bairro?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
11.3 Quão satisfeito você está com as oportunidades que você tem para apreciar a natureza?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
11.4 Quão satisfeito você está com a qualidade do ar?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
11.5 Quão satisfeito você está com a qualidade natural de seu bairro?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

### Seção 12: Governança

12.1. Quão satisfeito você está com o trabalho do governo da sua cidade?

Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
--------------------	--------------	----------------------------------	------------	------------------

Indicar o seu nível de concordância com as seguintes afirmações:

12.2 A corrupção é generalizada em todo o governo na minha cidade.	Discordo Totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
12.3 Os funcionários públicos em minha cidade prestam atenção ao que as pessoas pensam.	Discordo Totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
12.4 As pessoas na minha cidade podem influenciar	Discordo Totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente

os funcionários públicos.					
---------------------------	--	--	--	--	--

Por favor, indique o quanto você confia nas seguintes organizações:

12.5 Governo Local	Sem confiança	Não muita confiança	Confio razoavelmente	Confio Bastante	Confio Totalmente
12.6 Governo Nacional	Sem confiança	Não muita confiança	Confio razoavelmente	Confio Bastante	Confio Totalmente

### Seção 13: Bem-estar Material

13.1. Em geral, quão estressado você se sente com suas finanças pessoais?

Stress esmagador	Forte stress	Stress moderado	Baixo stress	Sem stress
------------------	--------------	-----------------	--------------	------------

13.2. Com que frequência você percebe que financeiramente o seu salário dá apenas para viver?

O tempo todo	A maior parte do tempo	As vezes	Raramente	Nunca
--------------	------------------------	----------	-----------	-------

Por favor, indique com que frequência você teve as seguintes experiências nos últimos 12 meses.

13.3 Não paguei as contas (água ou conta de telefone, cartão de crédito, etc.) no prazo.	Uma vez por mês	Uma vez a cada três meses	Uma vez a cada seis meses	Nunca
13.4 Você comeu menos porque não havia comida suficiente ou dinheiro para comida	Uma vez por mês	Uma vez a cada três meses	Uma vez a cada seis meses	Nunca

Até que ponto você concorda com a seguinte afirmação:

13.5. Eu tenho dinheiro suficiente para comprar as coisas que quero.

Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
---------------------	----------	----------------------------	----------	---------------------

### Seção 14: Trabalho

14.1. No que diz respeito ao emprego, qual das seguintes opções melhor descrevem a sua vida atual de trabalho?

Trabalho em tempo integral	Trabalho meio período	Trabalho como autônomo/ Trabalho por conta própria
Sou voluntário numa organização	Desempregado e procurando por trabalho	Aposentado
Dona de Casa	Estudante em treinamento (estágio, trainee)	Outros

14.2. Se respondeu “Outros” especifique: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_.

Por favor, responda às seguintes perguntas sobre a sua satisfação com a situação no seu trabalho atual.

14.3 Considerando tudo, como você está satisfeito com a sua vida atual no trabalho? (Nota: se você trabalha ou é voluntário em mais de um emprego/empresa, você deve responder sobre o trabalho que você gasta mais tempo trabalhando).	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito
14.4 Quão satisfeito você está com o equilíbrio entre o tempo que você gasta em seu trabalho e tempo gasto em outros aspectos da sua vida?	Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem satisfeito, nem insatisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

14.5. Quantas vezes você acha o trabalho interessante?

Muito raramente ou nunca	Raramente	As vezes	Frequentemente	Muito frequentemente ou sempre
--------------------------	-----------	----------	----------------	--------------------------------

Por favor, indique o seu nível de concordância com cada uma dessas declarações.

14.6 As condições do meu trabalho permitem-me ser tão produtivo quanto gostaria de ser.	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
14.7 Considerando todo o meu esforço e conquistas no meu trabalho, eu sinto que consegui ser pago apropriadamente.	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
14.8 Eu tenho autonomia no meu trabalho.	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo totalmente

### Seção 15: Experiência e tendência de consumo

Nesta seção da pesquisa, gostaríamos de saber mais sobre as suas opções de compra que você normalmente é mais propenso a fazer. Um item material é algo tangível, como jóias ou roupas. Já um experiencial é totalmente intangível, como sair para jantar ou viajar de férias. Utilizando a escala abaixo como guia, indique as suas preferências.

15.1. Em geral, quando eu tenho dinheiro extra eu sou propensos a comprar um...

1 um item material	2	3	4	5	6	7 um item experencial
--------------------	---	---	---	---	---	-----------------------

15.2. Quando eu preciso ser feliz, eu mais propenso para gastar meu dinheiro em...

1 Bens materiais	2	3	4	5	6	7 Atividades e eventos
------------------	---	---	---	---	---	------------------------

15.3. Algumas pessoas geralmente gastam seu dinheiro em diferentes experiências de vida (por exemplo, comer fora, ir a um show, viajar, etc). Vão desfrutando a vida, participando de atividades diárias que pessoalmente encontram para viver. Em que medida essa caracterização descreve você?

1 De forma alguma	2	3	4	5	6	7 Totalmente
-------------------	---	---	---	---	---	--------------

15.4. Algumas pessoas geralmente gastam seu dinheiro em uma grande quantidade de bens materiais e produtos (por exemplo, jóias, roupas). Vão desfrutando a vida através da compra de objetos físicos que eles podem manter a posse. Em que medida essa caracterização descrevem você?

1 De forma alguma	2	3	4	5	6	7 Totalmente
-------------------	---	---	---	---	---	--------------

**Seção 16: Demografia**

16.1. Qual é a sua idade atual (por favor insira um número inteiro de anos, por exemplo, 35)? \_\_\_\_\_

16.2. Você se identifica como sendo de qual gênero?

Masculino	Feminino	Outro
-----------	----------	-------

16.3. Se respondeu "outro", justifique: \_\_\_\_\_

16.4. Que raça ou etnia você se identifica? (Considere como CATEGORIAS utilizadas pelo IBGE em 2013).

Indígena		Parda	
Italiano		Branca	
Alemão		Negra	
Amarela		Morena	
Mulata		Morena clara	
Preta		Mestiça	
Clara			

16.5. Outra raça ou etnia: \_\_\_\_\_

16.6. Qual é o seu estado civil?

Casada	
Solteira	
Viúva	
Divorciada	
União Estável	

16.7. Outro estado civil: \_\_\_\_\_

16.8. Qual é a sua situação habitacional atualmente?

Solteiro/ mora sozinho		Reside com esposo(a) ou parceiro(a) e sem crianças		Reside na casa dos filhos	
Solteiro/ mora com outros		Reside com esposo(a) ou parceiro(a) e com crianças em casa.		Sem teto	
Solteiro e com crianças em casa		Reside com parentes		Outros	

16.9. Se respondeu "Outros", especifique: \_\_\_\_\_

16.10. Quantas pessoas residem atualmente em sua casa, incluindo você? \_\_\_\_\_

16.11. Você tem crianças abaixo de 18 anos? 

Sim	Não
-----	-----

16.12. Onde você reside? (responda apenas a cidade) \_\_\_\_\_

16.13. Qual dessas categorias que mais se aproxima com o tipo de lugar que você está vivendo hoje?

No campo, mas não em uma fazenda.	Numa fazenda	Numa pequena cidade ou vila (abaixo de 50.000 pessoas)	Numa média cidade (50.000 a 250.000 pessoas)	No subúrbio de uma grande cidade.	Numa grande cidade (acima de 250.000 pessoas)
-----------------------------------	--------------	--	--	-----------------------------------	---

Atenção: as duas próximas perguntas são para avaliar a sua espiritualidade.

16.14 Quão espiritualista você se considera ser?	De forma nenhuma	Não muito	Um pouco	Moderadamente	Muito
16.15 Quão importante é suas crenças espirituais para a maneira como você vive a sua vida?	De forma nenhuma	Não muito	Um pouco	Moderadamente	Muito

Se você vive no Brasil, por favor responda as três perguntas seguintes da melhor forma possível.

16.16. Sobre a política monetária e fiscal, como você se vê?

Extremamente	Conservador	Levemente	Nem	Levemente	Liberal	Extremamente
--------------	-------------	-----------	-----	-----------	---------	--------------

conservador		conservador	conservador, nem liberal	liberal		liberal
-------------	--	-------------	-----------------------------	---------	--	---------

16.17. Sobre a política social: entre o casamento gay e o aborto, como você se posiciona?

Extremamente conservador	Conservador	Levemente conservador	Nem conservador, nem liberal	Levemente liberal	Liberal	Extremamente liberal
--------------------------	-------------	-----------------------	---------------------------------	-------------------	---------	----------------------

16.18. Sobre a sua orientação política, como você se vê?

Ideologia de direita	Ideologia de centro-direita	Ideologia de centro-esquerda	Ideologia de esquerda	Ideologia de extrema-esquerda
----------------------	-----------------------------	------------------------------	-----------------------	-------------------------------

16.19. Qual o seu nível educacional?

Estudou até a 4ª série		Estudou até a 5ª série		Concluiu o Ensino médio	
Com habilidades de ler e escrever		Estudou até a 8ª série		Concluiu a graduação/licenciatura	
Analfabeto		Estudou até a 1ª série do 2º grau		Concluiu uma pós-graduação	

16.20. Qual foi sua renda familiar total, contando todas as fontes de recursos, no último ano? (Marque com um X).

Até 1 salário mínimo		Entre 5 e 10 salários mínimos	
Entre 1 e 2 salários mínimos		Entre 10 e 20 salários mínimos	
Entre 2 e 5 salários mínimos		Acima de 20 salários mínimos	

16.21. A riqueza é definida como o valor total de tudo que alguém possui menos suas dívidas. A riqueza líquida de uma pessoa inclui a sua conta bancária ou de poupança em dinheiro mais o valor de outras coisas, como ações, títulos, contas de aposentadoria, o valor de sua residência principal e propriedade de férias, arte, coleções, etc., menos o valor das coisas como empréstimos, financiamento da casa própria, empréstimo estudantil, dívida de cartão de crédito e hipotecas. O que você estima de riqueza líquida total da sua família? (Assinale com um X).

Menos que 1.000\$		Entre 10.000\$ e 20.000\$		Entre 50.000\$ e 80.000\$	
Entre 1.000\$ e 5.000\$		Entre 20.000\$ e 40.000\$		Entre 80.000\$ e 100.000\$	
Entre 5.000\$ e 10.000\$		Entre 40.000\$ e 50.000\$		Acima de 100.000\$	

16.22. Nos últimos seis meses, quantas vezes realizou pagamentos com atraso?

Nunca (Fez 0 pagamentos em atraso)	Raramente (Fez 1 pagamento em atraso)	As vezes (Fez de 2 a 3 pagamentos em atraso)	Quase sempre (Fez de 4 a 6 pagamentos em atraso)	Frequentemente (Fez 6 ou mais pagamentos em atraso)
------------------------------------	---------------------------------------	--	--	---

16.23. Se você precisasse de \$ 1,000 para uma despesa não planejada, o que você faria para obter o dinheiro? (Assinale com um X a sua resposta).

Retiraria da minha conta bancária	<input type="checkbox"/>	Conseguiria o dinheiro com o meu cartão de crédito	<input type="checkbox"/>
Pediria o dinheiro para amigos e familiares	<input type="checkbox"/>	Venderia ou penhorava alguns bens	<input type="checkbox"/>
Solicitaria um empréstimo bancário	<input type="checkbox"/>	Desconsideraria outras despesas, ou seja, deixaria de pagar algo no mês.	<input type="checkbox"/>
Outra forma (por favor escreva):			

16.24. Você tem algum comentário a fazer sobre as questões contidas nesta pesquisa?


FIM!!!

OBRIGADO pela paciência e disponibilidade em responder nossa pesquisa!



## APÊNDICE C

Questionário Gestores do Turismo e *experts*



**POLÍTICA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO NO TERRITÓRIO POLO COSTA DO DELTA-PIAUI: UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

Cidade: \_\_\_\_\_

Inquiridor: \_\_\_\_\_

Nº \_\_\_\_\_

Inquirido: ( ) Expert ( ) Político e Administrador Público

**INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO**

---

Prezado Senhor (a),

O questionário a ser respondido faz parte de uma pesquisa de caráter científico em nível de doutorado (Doutorado em Turismo, Lazer e Cultura – Universidade de Coimbra/Portugal) financiada pela CAPES/BRASIL.

Esta pesquisa tem por objetivo aferir o nível de intervenção das políticas públicas do turismo e da concepção estrutural da atividade no município.

A aplicação do questionário segue o propósito de subsidiar a construção de um modelo de desenvolvimento turístico adequado à realidade e anseios dos municípios e sua população, no intuito de orientar as estratégias de planeamento, ordenamento e de promoção de um desenvolvimento do turismo inclusivo e solidário.

Apresenta-se o questionário organizado em 10 seções, as quais são: Capacitação/qualificação/educação, População local, Oferta turística, Legislação turística, Meio ambiente, Sistema de informações e comunicação, Conflito e interesses no território, Políticas Públicas de turismo e características do entrevistado.

As respostas aqui registradas são confidenciais e serão objeto de análise e interpretação, mantendo-se assegurado o anonimato do entrevistado.

Agradeço-vos pela disponibilidade em responder os questionamentos aqui apresentados, certo da relevância da vossa participação para a obtenção dos resultados e o alcance dos objetivos da pesquisa.

Obrigado pela colaboração!

**ORIENTAÇÃO: RESPONDA ASSINALANDO COM UM X A ALTERNATIVA DESEJADA.**

**SEÇÃO 1. CARACTERÍSTICAS DO ENTREVISTADO**

(Assinale apenas uma alternativa)

Qual o cargo/função que ocupa/desempenha?	<input type="checkbox"/>	Prefeito Municipal
	<input type="checkbox"/>	Secretário de Administração/Finanças
	<input type="checkbox"/>	Secretário de Turismo
	<input type="checkbox"/>	Professor/Pesquisador (Turismo)
	<input type="checkbox"/>	Professor/Pesquisador (área: _____)
	<input type="checkbox"/>	Outro: _____
Ocupa esse cargo/função há quanto tempo?	<input type="checkbox"/>	Há menos de 01 ano.
	<input type="checkbox"/>	Entre 01 ano e 04 anos.
	<input type="checkbox"/>	Entre 04 anos e 08 anos.
	<input type="checkbox"/>	Acima de 08 anos.
Indique o seu nível escolar.	<input type="checkbox"/>	Ensino Básico (até 04 anos)
	<input type="checkbox"/>	Ensino Fundamental (até 08 anos)
	<input type="checkbox"/>	Ensino Médio (até 12 anos)
	<input type="checkbox"/>	Ensino Superior Completo
	<input type="checkbox"/>	Pós-graduação (especialização)
	<input type="checkbox"/>	Pós-graduação (mestrado)
	<input type="checkbox"/>	Pós-graduação (doutorado)
Além do cargo/função informada, atua no mercado do turismo como empresário/empreendedor?	<input type="checkbox"/>	Sim
	<input type="checkbox"/>	Não
Se sim, em qual área?	<input type="checkbox"/>	Alojamento (hotelaria)
	<input type="checkbox"/>	Agenciamento de Viagens (Agente)
	<input type="checkbox"/>	Agenciamento de Viagens (Operador)
	<input type="checkbox"/>	Restauração
	<input type="checkbox"/>	Consultoria Especializada
	<input type="checkbox"/>	Animação turística (cultural, desportiva, ambiental)
	<input type="checkbox"/>	Outra: _____
Em que lugar do município localiza-se o teu	<input type="checkbox"/>	No centro

empreendimento?	<input type="checkbox"/>	Na praia
	<input type="checkbox"/>	No campo
	<input type="checkbox"/>	No momento não tenho
	Localização:	

**SEÇÃO 2. POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO**  
(Assinale uma ou mais alternativas)

Na gestão do turismo municipal desenvolve-se ações em...

<input type="checkbox"/> Criação e implementação de documentos (planos e projetos)	<input type="checkbox"/> Atendimento aos programas nacionais e estadual de turismo
<input type="checkbox"/> Criar e/ou fortalecer instrumentos organizacionais	<input type="checkbox"/> Intermediação entre as instituições de fomento e o setor privado
<input type="checkbox"/> Designar partes da estrutura organizacional do município e/ou inserir novas estruturas para o atendimento das demandas do turismo.	<input type="checkbox"/> Confecção de material técnico-promocional
<input type="checkbox"/> Capacitação e qualificação de mão de obra	<input type="checkbox"/> Apoio a eventos e negócios turísticos
<input type="checkbox"/> Sensibilização da comunidade	<input type="checkbox"/> Investimentos em infraestrutura de água
<input type="checkbox"/> Valorização e estímulos à oferta turística	<input type="checkbox"/> Investimentos em infraestrutura de luz
<input type="checkbox"/> Estudos da oferta e demanda turística	<input type="checkbox"/> Investimentos em infraestrutura de estradas
<input type="checkbox"/> Participação em eventos	<input type="checkbox"/> Investimentos em segurança (polícias, etc.)
<input type="checkbox"/> Outras: _____	

Na sua perspectiva, quais são as áreas contempladas pelas políticas públicas de turismo no município?

<input type="checkbox"/> Educação/qualificação	<input type="checkbox"/> Governança
<input type="checkbox"/> Mobilidade de capital e organização	<input type="checkbox"/> Abrangência institucional no território do município
<input type="checkbox"/> Potencial endógeno (infraestrutura e ambiente)	<input type="checkbox"/> Segurança/Saúde
<input type="checkbox"/> Outras áreas: _____	

Há participação popular no planejamento do turismo. (Na sua perspectiva)  
(Assinale apenas uma alternativa)

<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente
---	--	---	--	---

Há participação popular na geração de políticas públicas do turismo. (Na sua perspectiva)				
<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente
O planejamento faz parte do processo de gestão e fomento ao turismo no município. (Na sua perspectiva)				
<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente
Conhece a existência de algum plano de desenvolvimento do turismo no município?				
<input type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não		
Se sim, quem desenvolveu o processo de planejamento? (Responda livremente)				

<b>SEÇÃO 3. ECONOMIA DO TURISMO</b> (assinale apenas uma alternativa)				
Os investimentos públicos estão plenamente previstos no orçamento municipal ou são oriundos de fontes externas à prefeitura?	<input type="checkbox"/> Sim, estão previstos.			
	<input type="checkbox"/> Sim, mas são de fontes externas.			
	<input type="checkbox"/> Não estão previstos. São de fontes externas.			
A maior parte da geração de emprego e renda em turismo vem:	<input type="checkbox"/> Dos empreendimentos informais			
	<input type="checkbox"/> Das microempresas			
	<input type="checkbox"/> Das pequenas empresas			
	<input type="checkbox"/> Das grandes empresas			
	<input type="checkbox"/> Do setor público			
	<input type="checkbox"/> Outros: _____			
A renda proveniente do turismo origina-se mais...:	<input type="checkbox"/> no rendimento do capital: imóveis, ações de empresas, herança.			
	<input type="checkbox"/> no rendimento do trabalho: salários			
	<input type="checkbox"/> do capital e do trabalho			
	<input type="checkbox"/> Outro: _____			
<b>SEÇÃO 4. CONFLITOS E INTERESSES NO TERRITÓRIO</b>				
Na sua opinião, da legislação vigente quais são os instrumentos de regramento do uso do espaço urbano e rural e do convívio social que estão em vigência no município? <b>(assinale uma ou mais alternativas)</b>	<input type="checkbox"/> Lei Orgânica			
	<input type="checkbox"/> Plano Diretor			
	<input type="checkbox"/> Código tributário			
	Outras: _____ _____ _____			
	<input type="checkbox"/> Nenhuma			
No município o Plano Diretor rege o uso e parcelamento do solo.				
<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente
		R.:		
Se não for o Plano Diretor, qual a lei que rege?				
		<input type="checkbox"/> Democracia direta: referendo, plebiscito, iniciativa popular, etc.		

Como se dá a participação popular na gestão municipal? ( <b>indique a mais frequente</b> )	<input type="checkbox"/> Participação indireta com cooperação: subprefeituras, conselhos públicos municipais
	<input type="checkbox"/> Conselhos autônomos: fiscalização e participação em assuntos pertinentes a coletividade.
	<input type="checkbox"/> Não há participação popular
	<input type="checkbox"/> Não sei.
Como se dá a intervenção do poder público municipal na gestão de conflitos e de interesses?	
<input type="checkbox"/> Audiência Pública	<input type="checkbox"/> Referendo
<input type="checkbox"/> Consulta Pública	<input type="checkbox"/> Não há intervenção do poder público
<input type="checkbox"/> Plebiscito	<input type="checkbox"/> Outra: _____

Uma das características da especulação imobiliária é a expropriação da terra. Nesta questão o poder público municipal omite-se.				
<input type="checkbox"/> 1 Totalmente omisso	<input type="checkbox"/> 2 Omisso	<input type="checkbox"/> 3 Nem omisso nem presente	<input type="checkbox"/> 4 Presente	<input type="checkbox"/> 5 Totalmente presente
Se julgares o poder público totalmente presente ou presente nas questões referentes aos conflitos de terra, indique abaixo qual é a política pública mais adotada pelo município.				
Quais são os conflitos mais frequentes entre o município, a população/comunidades e os empreendedores no turismo?				
<input type="checkbox"/> Remoção de residentes		<input type="checkbox"/> Exclusão Social		
<input type="checkbox"/> Expropriação da terra		<input type="checkbox"/> Outros: _____		
<input type="checkbox"/> Perda da qualidade do ambiente		<input type="checkbox"/> Nunca houveram conflitos		
A desapropriação de terras pelo poder público no município é uma prática comum e/ou necessária para a execução das ações de desenvolvimento do turismo.				
<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente

**SEÇÃO 5. SISTEMA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO**

O município mantém os CAT's (Centro de Atendimento aos Turistas)?

 Sim Não

Se sim, sabes qual é o tipo de informação proporcionada?

**(Assinale uma ou mais alternativas)** Informações sobre os serviços prestados pelas empresas privadas da região Informações sobre os atrativos turísticos naturais e culturais Informações sobre os serviços prestados pelo município Informações sobre todos os itens anteriores em divulgação com recursos públicos Informações sobre os produtos turísticos comercializados na região Não sei

O município utiliza portais na internet para divulgar-se.

 1  
Discordo  
totalmente 2  
Discordo 3  
Nem discordo  
nem concordo 4  
Concordo 5  
Concordo  
Totalmente

O município desenvolve e mantém uma pesquisa de demanda e satisfação turística.

 1  
Discordo  
totalmente 2  
Discordo 3  
Nem discordo  
nem concordo 4  
Concordo 5  
Concordo  
Totalmente

**SEÇÃO 6. MEIO AMBIENTE**

O município está na região do Delta do Parnaíba. Sendo assim, o compromisso com o desenvolvimento sustentável insere-se nas estratégias do município para desenvolver o turismo.

<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente
--	--	--	--	--

Se concorda ou concorda totalmente, apresente a sua compreensão sobre as políticas públicas que promovem o desenvolvimento sustentável no município.

R.


Na sua opinião, quais seriam as estratégias de desenvolvimento do turismo que envolvem o compromisso com o desenvolvimento sustentável a valorizar no Delta do Parnaíba? (Elenque até quatro estratégias)

1-	3-
2-	4-

O município possui uma política ambiental documentada e divulgada.

<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente
--	--	--	--	--

Quais são os impactos ambientais mais percebidos ocasionados pelo turismo?

**(Assinale uma ou mais alternativas)**

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<input type="checkbox"/> Educa a população para as questões ambientais.	<input type="checkbox"/> Poluição visual
<input type="checkbox"/> Preserva o meio ambiente	<input type="checkbox"/> Poluição sonora
<input type="checkbox"/> Conserva o meio ambiente	<input type="checkbox"/> Contaminação dos recursos hídricos
<input type="checkbox"/> Reduz a produção de lixo	<input type="checkbox"/> Poluição do solo/ Erosão
<input type="checkbox"/> Favorece a reciclagem de resíduos	<input type="checkbox"/> Alteração da paisagem/ construções
<input type="checkbox"/> Impede a expansão imobiliária	<input type="checkbox"/> Aumenta a produção de lixo
<input type="checkbox"/> Outros: _____	<input type="checkbox"/> Outros: _____
<input type="checkbox"/> A atividade turística não impacta positivamente o meio ambiente	<input type="checkbox"/> A atividade turística não impacta negativamente o meio ambiente.

Em relação a qualidade, a água encanada é:

<input type="checkbox"/> 1 Muito Ruim	<input type="checkbox"/> 2 Ruim	<input type="checkbox"/> 3 Nem ruim nem boa	<input type="checkbox"/> 4 Boa	<input type="checkbox"/> 5 Muito Boa
Em relação ao tratamento do lixo, o município utiliza/ tem:				
<input type="checkbox"/> Depósitos clandestinos		<input type="checkbox"/> Incineradores		
<input type="checkbox"/> Depósito de lixo sem preparação do solo		<input type="checkbox"/> Aterros Sanitários		
<input type="checkbox"/> Aterros controlados		<input type="checkbox"/> Coleta seletiva de lixo/ reciclagem		

SEÇÃO 7. LEGISLAÇÃO TURÍSTICA	
Há leis específicas para regular as atividades pertinentes ao turismo no município?	
<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
<input type="checkbox"/> Não há, somente a legislação nacional e estadual	<input type="checkbox"/> Não sei.
Se sim, indique as leis do turismo em vigor no município. (Aponte até 4 leis)	
1-	2-
3-	4-

SEÇÃO 8. EM RELAÇÃO À OFERTA TURÍSTICA				
Em relação às características naturais do município (fauna/flora/paisagem), qual o potencial existente para o consumo turístico?				
<input type="checkbox"/> 1 Nenhum Potencial	<input type="checkbox"/> 2 Razoável Potencial	<input type="checkbox"/> 3 Indiferente	<input type="checkbox"/> 4 Bom Potencial	<input type="checkbox"/> 5 Elevado Potencial
Em relação a questão anterior, especifique o potencial que percebe. (Indique até 4)				
1-		3-		
2-		4-		
Em relação as características socioeconômicas, qual o nível de competitividade do município?				
<input type="checkbox"/> 1 Nenhuma competitividade	<input type="checkbox"/> 2 Razoável Competitividade	<input type="checkbox"/> 3 Indiferente	<input type="checkbox"/> 4 Competitiva	<input type="checkbox"/> 5 Elevada competitividade

a) Se a resposta marcada foi indiferente, informe o por que do município não se diferenciar dos demais.				
R.				
b) Se marcou outra opção sobre a competitividade, indique quais as características que percebe.				
(Até 4)				
1-		3-		
2-		4-		
Em relação a infraestrutura e serviços ofertados à população, quais são as condições de acesso, distribuição e consumo?				
<b>a) Água</b>				
<input type="checkbox"/> 1 Nenhuma condição	<input type="checkbox"/> 2 Razoável condição	<input type="checkbox"/> 3 Nem má nem boa	<input type="checkbox"/> 4 Boa condição	<input type="checkbox"/> 5 Elevada condição
Identifique as condições de acesso, distribuição e consumo. (Até 4)				
1-		3-		
2-		4-		

<b>b) Eletricidade</b>				
<input type="checkbox"/> 1 Nenhuma condição	<input type="checkbox"/> 2 Razoável condição	<input type="checkbox"/> 3 Nem má nem boa	<input type="checkbox"/> 4 Boa condição	<input type="checkbox"/> 5 Elevada condição
Identifique as condições de acesso, distribuição e consumo. (Até 4)				
1-		3-		
2-		4-		
<b>c) Transportes</b>				
<input type="checkbox"/> 1 Nenhuma condição	<input type="checkbox"/> 2 Razoável condição	<input type="checkbox"/> 3 Nem má nem boa	<input type="checkbox"/> 4 Boa condição	<input type="checkbox"/> 5 Elevada condição
Identifique as condições de acesso e consumo. (Até 4)				
1-		3-		
2-		4-		
<b>d) Acesso/estradas</b>				
<input type="checkbox"/> 1 Nenhuma condição	<input type="checkbox"/> 2 Razoável condição	<input type="checkbox"/> 3 Nem má nem boa	<input type="checkbox"/> 4 Boa condição	<input type="checkbox"/> 5 Elevada condição
Identifique as condições de acesso e consumo. (Até 4)				
1-		3-		
2-		4-		
Considerando a oferta de alojamento e serviços de restauração, a capacidade existente é suficiente para atender a demanda de turistas?				
<b>a) Na alta temporada (Dez/Jan/Fev/Jul)</b>				
<input type="checkbox"/> 1 Totalmente insuficiente	<input type="checkbox"/> 2 Insuficiente	<input type="checkbox"/> 3 Nem suficiente nem insuficiente	<input type="checkbox"/> 4 Suficiente	<input type="checkbox"/> 5 Totalmente suficiente
<b>b) Na baixa temporada</b>				
<input type="checkbox"/> 1 Totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Insuficiente	<input type="checkbox"/> 3 Nem suficiente	<input type="checkbox"/> 4 Suficiente	<input type="checkbox"/> 5 Totalmente

insuficiente		nem insuficiente		suficiente
<b>c) Nos feriados (nacional/Estadual)</b>				
<input type="checkbox"/> 1 Totalmente insuficiente	<input type="checkbox"/> 2 Insuficiente	<input type="checkbox"/> 3 Nem suficiente nem insuficiente	<input type="checkbox"/> 4 Suficiente	<input type="checkbox"/> 5 Totalmente suficiente

### SEÇÃO 9. POPULAÇÃO LOCAL

Qual o nível de sensibilidade e percepção que julgas ter a população local em relação ao turismo?

<input type="checkbox"/> 1 Nenhum	<input type="checkbox"/> 2 Baixo	<input type="checkbox"/> 3 Nem baixo nem elevado	<input type="checkbox"/> 4 Bom	<input type="checkbox"/> 5 Elevado
--------------------------------------	-------------------------------------	--	-----------------------------------	---------------------------------------

Na sua perspectiva, quais são os objetivos do município e de sua população para com o turismo?  
(Aponte até 4 objetivos)

1-	3-
2-	4-

Quais são os setores/áreas considerados estratégicos para o turismo local? (Aponte até 4 setores/áreas)

1-	3-
2-	4-

A população local demonstra resistência ao turismo.

<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo Totalmente
--	--	--	--	--

Quais são os problemas identificados e que se caracterizam como resistência? (Aponte até 4 problemas).

1-	3-
2-	4-

Em quais áreas o município identifica como estratégico para o empreendedorismo da população?  
Responda livremente.

R.

Quais são os parceiros estratégicos no turismo para o município? Responda livremente.

R.

--

**SEÇÃO 10. CAPACITAÇÃO/ QUALIFICAÇÃO/ EDUCAÇÃO**

O município desenvolve ou apoia alguma iniciativa em educação empreendedora?

Sim

Não

Não sei

--

O município desenvolve iniciativas em capacitação e qualificação junto ao trade turístico e comunidade local?

Sim

Não

Não sei

--

Conheces alguma instituição que trabalha em parceria na educação para o turismo? Quais são?

Sim

Não

Não sei

--

Se sim, cite-as.

R.


**FIM!**  
**OBRIGADO PELA COLABORAÇÃO!**

APÊNDICE D  
Questionário Residentes



**POLÍTICA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO NO TERRITÓRIO POLO COSTA DO DELTA-PIAUI: UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

Cidade: \_\_\_\_\_

Inquiridor: \_\_\_\_\_

Nº \_\_\_\_\_

**INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO – RESIDENTES**

---

Prezado Senhor (a),

O questionário a ser respondido faz parte de uma pesquisa de caráter científico em nível de doutorado (Doutorado em Turismo, Lazer e Cultura – Universidade de Coimbra/Portugal) financiada pela CAPES/BRASIL.

Esta pesquisa tem por objetivo aferir duas áreas de estudo: a) Níveis de felicidade e o impacto na atividade turística; b) Percepções do turismo, permitindo a identificação da forma como os residentes usam, percebem e interagem com o espaço turístico.

A aplicação do questionário segue o propósito de subsidiar a construção de um modelo de desenvolvimento turístico adequado à realidade e anseios dos municípios e sua população, no intuito de orientar as estratégias de planeamento, ordenamento e de promoção de um desenvolvimento do turismo inclusivo e solidário.

Apresenta-se o questionário organizado em 04 seções, as quais são: Características do entrevistado, Felicidade e satisfação com a vida, Percepções do turismo e Turismo em... (seu município).

As respostas aqui registradas são confidenciais e serão objeto de análise e interpretação, mantendo-se assegurado o anonimato do entrevistado.

Agradeço-vos pela disponibilidade em responder os questionamentos aqui apresentados, certo da relevância da vossa participação para a obtenção dos resultados e o alcance dos objetivos da pesquisa.

Obrigado pela colaboração!

**ORIENTAÇÃO: RESPONDA ASSINALANDO COM UM X A ALTERNATIVA DESEJADA.**

**SEÇÃO 1. CARACTERÍSTICAS DO ENTREVISTADO**

Sexo	<input type="checkbox"/> Masculino
	<input type="checkbox"/> Feminino
Ano de nascimento	/ / . Dia/mês/ano
Grau de Instrução	<input type="checkbox"/> Ensino Básico (Até a 4ª série)
	<input type="checkbox"/> Ensino Básico (Até a 8ª série)
	<input type="checkbox"/> Ensino Médio (Até a 3ª série)
	<input type="checkbox"/> Ensino Superior
	<input type="checkbox"/> Pós-graduação (Especialização)
	<input type="checkbox"/> Pós-graduação (Mestrado)
	<input type="checkbox"/> Pós-graduação (Doutorado)
	<input type="checkbox"/> Pós-graduação (Pós-doutorado)
Trabalhas atualmente?	<input type="checkbox"/> Sim
	<input type="checkbox"/> Não
Se sim, qual a sua situação em relação ao trabalho?	<input type="checkbox"/> Empregado
	<input type="checkbox"/> Desempregado
	<input type="checkbox"/> Aposentado
	<input type="checkbox"/> Free Lancer
	<input type="checkbox"/> Empreendedor Individual
	<input type="checkbox"/> Outro:
Na sua família quem mais contribui com a renda? (Pode assinalar mais de uma opção)	<input type="checkbox"/> Eu
	<input type="checkbox"/> Minha esposa/ marido
	<input type="checkbox"/> Meu filho(a)
	<input type="checkbox"/> Meus pais
	<input type="checkbox"/> Meus sogro(a)
	<input type="checkbox"/> Outros: _____

Em qual área trabalhas? (Além de assinalar a alternativa, indique a sua profissão)	<input type="checkbox"/> Comércio		
	<input type="checkbox"/> Turismo		
	<input type="checkbox"/> Serviços		
	<input type="checkbox"/> Indústria		
	<input type="checkbox"/> Agropecuária/ Pesca		
	<input type="checkbox"/> Outra:		
	Profissão:		
A sua residência é:	<input type="checkbox"/> Própria	<input type="checkbox"/> Apartamento	<input type="checkbox"/> 01 quarto
	<input type="checkbox"/> Alugada	<input type="checkbox"/> Casa	<input type="checkbox"/> 02 quartos
	<input type="checkbox"/> Compartilhada	<input type="checkbox"/> Sítio	<input type="checkbox"/> 03 quartos
		<input type="checkbox"/> Quarto	<input type="checkbox"/> + de 03 quartos

Resides a quanto tempo no município?	<input type="checkbox"/> Há menos de 01 ano.		
	<input type="checkbox"/> Entre 01 e 05 anos.		
	<input type="checkbox"/> Entre 05 e 10 anos		
	<input type="checkbox"/> Nasci neste município		
Já trabalhastes com turismo?	<input type="checkbox"/> Sim		
	<input type="checkbox"/> Não		
Se sim, em qual área de atividade?	<input type="checkbox"/> Alojamento (Hotel, pousada, etc.)		
	<input type="checkbox"/> Agência de viagens		
	<input type="checkbox"/> Transporte (táxi, ônibus, etc.)		
	<input type="checkbox"/> Restaurante, café, discoteca.		
	<input type="checkbox"/> Centro de Informações Turísticas		
	<input type="checkbox"/> Guia de turismo		
	<input type="checkbox"/> Comércio de artesanato		
<input type="checkbox"/> Outra:			

Como classificas a tua qualidade de vida?				
<input type="checkbox"/> 1 Muito Ruim	<input type="checkbox"/> 2 Ruim	<input type="checkbox"/> 3 Razoável	<input type="checkbox"/> 4 Boa	<input type="checkbox"/> 5 Muito Boa

SEÇÃO 2. FELICIDADE E SATISFAÇÃO COM A VIDA				
Como tu te sentes?				
<input type="checkbox"/> 1 Completamente Infeliz	<input type="checkbox"/> 2 Infeliz	<input type="checkbox"/> 3 Nem infeliz nem feliz	<input type="checkbox"/> 4 Feliz	<input type="checkbox"/> 5 Completamente Feliz

SEÇÃO 3. PERCEPÇÕES DO TURISMO				
No teu tempo livre, em atividades de lazer, encontras com frequência turistas?				
<input type="checkbox"/> 1 Nunca encontro	<input type="checkbox"/> 2 Raramente encontro	<input type="checkbox"/> 3 Pouco encontro	<input type="checkbox"/> 4 Frequentemente	<input type="checkbox"/> 5 Sempre encontro
O contato com turistas altera sua rotina de trabalho.				
<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo totalmente
No intuito de evitar o contato com turistas, altero minha rotina.				
<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo totalmente
O turismo é bom para o município.				
<input type="checkbox"/> 1 Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> 2 Discordo	<input type="checkbox"/> 3 Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> 4 Concordo	<input type="checkbox"/> 5 Concordo totalmente

**SEÇÃO 3.1. DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

Em que medida consideras o turismo como algo positivo?	1	2	3	4	5
	Nada positivo	Pouco positivo	Positivo	Muito positivo	Extremamente positivo
A nível ambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A nível económico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A nível cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A nível social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Com a vinda dos turistas, o município melhora a distribuição de água e não deixa que haja desabastecimento.					
1 <input type="checkbox"/> Discordo totalmente	2 <input type="checkbox"/> Discordo	3 <input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	4 <input type="checkbox"/> Concordo	5 <input type="checkbox"/> Concordo totalmente	
Com a vinda dos turistas, o município melhora os acessos e as estradas.					
1 <input type="checkbox"/> Discordo totalmente	2 <input type="checkbox"/> Discordo	3 <input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	4 <input type="checkbox"/> Concordo	5 <input type="checkbox"/> Concordo totalmente	
Com a vinda dos turistas, o município melhora a distribuição de energia elétrica, exigindo das distribuidoras o não desabastecimento.					
1 <input type="checkbox"/> Discordo totalmente	2 <input type="checkbox"/> Discordo	3 <input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	4 <input type="checkbox"/> Concordo	5 <input type="checkbox"/> Concordo totalmente	
Em relação aos serviços públicos, o turismo:					
1 <input type="checkbox"/> Piora totalmente	2 <input type="checkbox"/> Piora um pouco	3 <input type="checkbox"/> Nem piora nem melhora	4 <input type="checkbox"/> Melhora	5 <input type="checkbox"/> Melhora totalmente	

### SEÇÃO 3.1.1. IMPACTOS ECONÔMICOS

Responda o quanto tu concordas sobre os pontos elencados abaixo:		Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Na percepção pessoal	Aumenta a renda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Melhora a qualidade de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No município	Aumenta as oportunidades de trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Aumenta os investimentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Multiplicam-se o número de iniciativas empreendedoras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Eleva-se o custo de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Elevam-se os impostos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Proporciona barreiras para o surgimento e desenvolvimento de outros negócios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Produz riquezas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Beneficia um pequeno número de pessoas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### SEÇÃO 3.1.2. IMPACTOS SOCIAIS DO TURISMO

Responda o quanto tu concordas sobre os pontos elencados abaixo:		Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
	Amplia a possibilidade de convívio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Modifica o dia-a-dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Aumenta o sentimento de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Na percepção pessoal	pertencimento a comunidade					
	Traz muitos transtornos	<input type="checkbox"/>				
	Os turistas afastam-me dos lugares que costumo frequentar	<input type="checkbox"/>				
No município	Facilitam o surgimento de infraestruturas turísticas e de apoio	<input type="checkbox"/>				
	Incrementa a oferta de serviços	<input type="checkbox"/>				
	Melhora a segurança pública	<input type="checkbox"/>				
	Permite a participação popular nas decisões do poder público	<input type="checkbox"/>				
	Aumenta as atividades ilícitas	<input type="checkbox"/>				
	Muda o estilo de vida	<input type="checkbox"/>				

**SEÇÃO 3.1.3. IMPACTOS CULTURAIS DO TURISMO**

Responda o quanto tu concordas sobre os pontos elencados abaixo:		Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Na percepção pessoal	Permite que conheças outras culturas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Amplia o teu conhecimento da cultura local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Permite que aprendas e se comunique em outras línguas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estimula a o artesanato e a cultura local.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No município	O turismo contribui para perpetuar as tradições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Permite conservar e promover o património	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Aumenta a procura de atividades culturais pela população local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reafirma a identidade local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Modifica valores e princípios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	O turismo influencia negativamente na cultura local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Produz comportamentos artificiais para satisfazer o turista.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**SEÇÃO 3.1.4. IMPACTOS AMBIENTAIS DO TURISMO**

Responda o quanto tu concordas sobre os pontos elencados abaixo:		Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo, nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Na percepção pessoal	O turismo diminui o acesso dos residentes em algumas áreas públicas. Ex.: praias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Incentiva atividades ao ar livre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sensibiliza para os problemas ambientais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Melhora a consciência do uso racional da água					
	Melhora a consciência da coleta seletiva de lixo					
No município	Aumenta a poluição em geral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	O turismo contribui para a conservação e preservação de espaços naturais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Piora a qualidade da água	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Amplia a geração de lixo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Destrói ecossistemas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Perturba a fauna local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Amplia o desmatamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**SEÇÃO 4. TURISMO EM... (SEU MUNICÍPIO)**

O ecoturismo no município vale-se da riqueza e diversidade natural, mas carece de boas infraestruturas.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo	<input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> Concordo	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

O turismo cultural é bem desenvolvido devido a conservação plena do patrimônio histórico-cultural do município.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo	<input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> Concordo	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

O turismo desportivo é bem desenvolvido e proporciona maior benefício para o município.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo	<input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> Concordo	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

O fluxo de turistas no seu município é muito incipiente.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo	<input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> Concordo	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

Em termos gerais, o turismo no seu município traz a felicidade para os residentes.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo	<input type="checkbox"/> Nem discordo nem concordo	<input type="checkbox"/> Concordo	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

**FIM**

**OBRIGADO PELA CONTRIBUIÇÃO!**

