



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE**

**DANILO DOS MARTINZ CARDOSO**

**AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NA FORMAÇÃO DA IMAGEM TURÍSTICA DA**  
**PRAIA DE FLECHEIRAS/CE**

**FORTALEZA**

**2018**

DANILO DOS MARTINZ CARDOSO

AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NA FORMAÇÃO DA IMAGEM TURÍSTICA DA  
PRAIA DE FLECHEIRAS/CE

Dissertação apresentada ao Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Área de concentração: Organização do Espaço e Desenvolvimento Sustentável.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Casimiro Filho

FORTALEZA  
2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

C261r Cardoso, Danilo dos Martinz.  
As redes sociais virtuais na formação da imagem turística da Praia de Flecheiras/CE / Danilo dos Martinz  
Cardoso. – 2018.  
73 f. : il. color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação,  
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Fortaleza, 2018.  
Orientação: Prof. Dr. Francisco Casimiro Filho.

1. Imagem turística. 2. Atratividade turística. 3. Turismo responsável. I. Título.

CDD 333.7

---

DANILO DOS MARTINZ CARDOSO

AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NA FORMAÇÃO DA IMAGEM TURÍSTICA DA  
PRAIA DE FLECHEIRAS/CE

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Área de concentração: Organização do Espaço e Desenvolvimento Sustentável.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Casimiro Filho

Aprovada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Francisco Casimiro Filho (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará – UFC

---

Profa. Dra. Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano  
Universidade Estadual do Ceará – UECE

---

Profa. Dra. Cláudia Buhamra Abreu Romero  
Universidade Federal do Ceará – UFC

FORTALEZA  
2018

Ao apoio, incentivo e amor da minha  
família.

## AGRADECIMENTOS

À Deus, por me abençoar com uma vida maravilhosa.

Aos meus colegas e amigos de mestrado Milene, Fabrício, Ana, Eduardo, Carla, Leonardo, Marisol, que tanto engradeceram as aulas com seus debates e diálogos inteligentes e pertinentes.

Aos engenheiros de pesca Soraya Vanini Tupinambá e Jefferson Souza da Silva, cujos trabalhos em extensão pesqueira proporcionaram minhas primeiras reflexões sobre as comunidades litorâneas e a captura do tempo livre.

Ao Rômulo de Castro Costa Lima por ter apontado os caminhos da versatilidade profissional.

À jornalista Daiana Godoy por ter me apresentado o mundo da comunicação.

Ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, através dos seus funcionários e professores, que foram essenciais para que essa jornada acadêmica fosse realizada.

Ao professor Dr. Francisco Casimiro Filho por todos os momentos mostrar-se solícito às minhas indagações.

À professora Dra. Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano pelo incentivo ao estudo do turismo, materializado em algumas das reflexões construídas nesta dissertação.

À professora Dra. Cláudia Buhamra Abreu Romero pelas criteriosas contribuições.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

“Os jovens que aqui nasceram; E não conhecem o passado; Leia e preste atenção; O que aqui está narrado; Veja como foi sua terra ontem; E como hoje está mudado”. (Rita de Sena Souza)

## RESUMO

A atividade turística tem consolidado a figura do turista responsável, que, preocupado com os impactos gerados nos lugares visitados, desenvolve comportamentos com critérios socioambientais de sustentabilidade para o turismo. A forma com que o consumidor escolhe, planeja e compartilha suas viagens na internet, tornou o turista o principal construtor da imagem dos lugares turísticos, e faz do monitoramento dos ambientes virtuais, estratégia competitiva para a gestão da atratividade dos núcleos receptores. Com o uso da netnografia, buscou-se identificar a imagem do núcleo receptor de turismo Praia de Flecheiras nas redes sociais virtuais, e, desta forma, compreender como a relação dos turistas com os recursos naturais e culturais podem impactar na atratividade do lugar. Foram analisados 813 comentários sobre a Praia de Flecheiras no site TripAdvisor postados no período de 15 de julho de 2014 a 10 de agosto de 2018. Na rede social Instagram foram analisadas 1161 fotos compartilhadas durante os meses de junho e julho de 2018 marcadas com as hastags: #flecheiras, #praiadeflecheiras, #flecheirasbeach, #flexeiras, #praiadeflexeiras e #flexeirasbeach. Com o uso do software Writewords foram identificadas as palavras com o maior número de repetições nos comentários, e, assim como as fotografias, classificadas em segmentos de atrativos turísticos: i) Atrativos Naturais ii) Atrativos Culturais iii) Infraestrutura de Hospedagem e Alimentação. As piscinas naturais formadas em meio aos recifes durante a maré baixa, bem como a fauna marinha deste ecossistema, são os atrativos naturais de maior destaque para turistas e visitantes, embora, pouco é mencionado sobre a manutenção desses recursos. A instalação de aerogeradores sobre as dunas é apontada pelos turistas como uma forma de produzir energia não poluente, apresentada nos comentários e fotografias como uma interação saudável do homem com o meio ambiente. A rotina dos pescadores de ir e vir ao mar com as suas jangadas é vista como aspecto positivo do lugar, que, juntamente com a culinária tradicional composta por frutos do mar, consolida a cultura da pesca como atrativo cultural de destaque. Outro aspecto valorizado refere-se à estrutura rústica das pousadas e restaurantes, considerada harmônica com as características arquitetônicas tradicionais do lugar. Concluiu-se que, cientes ou mesmo sem possuir exata noção, os visitantes da Praia de Flecheiras criam motivações bem definidas em atrativos turísticos naturais e culturais preservados.

**Palavras-chave:** Imagem turística. Atratividade turística. Turismo responsável.

## ABSTRACT

The tourism activity has consolidated the figure of the responsible tourist, who, worried about the impacts generated in the places visited, develops behaviors with socioenvironmental criteria of sustainability for tourism. The way in which the consumer chooses, plans and shares his travels on the Internet, has made tourists the main constructor of the image of tourist places, and makes the monitoring of virtual environments a competitive strategy for the management of the attractiveness of the receiving nuclei. With the use of netnography, an attempt was made to identify the image of the receptor center of Praia de Flecheiras tourism in the virtual social networks, and, in this way, to understand how the relation of the tourists with the natural and cultural resources can impact the attractiveness of the place. We analyzed 813 comments on Praia de Flecheiras on the TripAdvisor website posted between July 15, 2014 and August 10, 2018. In the Instagram social network, we analyzed 1161 photos shared during the months of June and July 2018 marked with the hastags : #flecheiras, #praiadeflecheiras, #flecheirasbeach, #flexeiras, #praiadeflexeiras and #flexeirasbeach. With the use of the Writewords software, the words with the highest number of repetitions in the comments were identified, and, like the photographs, classified in segments of tourist attractions: i) Natural Attractions ii) Cultural Attractions iii) Lodging and Food Infrastructure. The natural pools formed amid the reefs during the low tide, as well as the marine fauna of this ecosystem, are the natural attractions of greater prominence for tourists and visitors, although little is mentioned about the maintenance of these resources. The installation of wind turbines on the dunes is pointed by tourists as a way of producing clean energy, presented in comments and photographs as a healthy interaction of man with the environment. The routine of the fishermen to come and go to the sea with their rafts is seen as a positive aspect of the place, which, together with the traditional seafood cuisine, consolidates the fishing culture as a prominent cultural attraction. Another valued aspect refers to the rustic structure of inns and restaurants, considered harmonious with the traditional architectural characteristics of the place. It was concluded that, aware or even without an exact notion, visitors to Praia de Flecheiras create well-defined motivations in natural and cultural tourist attractions preserved.

**Palavras-chave:** Tourism image. Tourism attractiveness. Responsible tourism.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	– Elementos de reputação online de núcleos receptores de turismo .....	20
Figura 2	– Ciclo de vida das destinações turísticas .....	27
Figura 3	– Resumo dos procedimentos metodológicos .....	40
Figura 4	– Avaliação da Praia de Flecheiras no TripAdvisor .....	42
Figura 5	– Piscinas naturais nos recifes costeiros .....	45
Figura 6	– Avaliação de turista nº 01 .....	46
Figura 7	– Avaliação de turista nº 02 .....	46
Figura 8	– Prática de esportes náuticos nas piscinas naturais .....	47
Figura 9	– Avaliação de turista nº 03 .....	47
Figura 10	– Cartaz Projeto Conduta Consciente .....	48
Figura 11	– Caminhada na praia ao entardecer .....	49
Figura 12	– Avaliação de turista nº 04 .....	50
Figura 13	– Aterramento de dunas para instalação de torres de energia eólica .....	50
Figura 14	– Passeata contra a instalação de torres de energia eólica nas dunas .....	51
Figura 15	– Apreciação de torres de energia eólica sobre as dunas .....	52
Figura 16	– Avaliação de turista nº 05 .....	54
Figura 17	– Avaliação de turista nº 06 .....	55
Figura 18	– Jangadas na praia de Flecheiras .....	55
Figura 19	– Avaliação de turista nº 07 .....	56
Figura 20	– Artesanato de renda de bilbro .....	56
Figura 21	– Café da manhã em meio de hospedagem .....	59
Figura 22	– Restaurante de praia .....	59
Figura 23	– Avaliação de turista nº 08 .....	60
Figura 24	– Campanha consumo legal do governo federal .....	61

Figura 25 – Pratos servidos nos restaurantes e barracas de praia à base de lagosta .....	62
Figura 26 – Avaliação de turista nº 09 .....	62
Figura 27 – Avaliação de turista nº 10 .....	63
Quadro 1 – Definições de atratividade turística .....	23
Quadro 2 – Fatores de atratividade turística .....	24
Quadro 3 – Gestão sociocultural em meios de hospedagem .....	28
Quadro 4 – Gestão dos recursos naturais em meios de hospedagem .....	29

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– Comentários – Lista de frequência de atrativos turísticos .....	41
Tabela 2	– Imagens – Lista de frequência de atrativos turísticos .....	41
Tabela 3	– Lista de frequência de comentários/adjetivos da Praia de Flecheiras .....	42
Tabela 4	– Lista de frequência dos comentários - atrativos naturais .....	44
Tabela 5	– Lista de frequência de imagens - atrativos naturais .....	44
Tabela 6	– Lista de frequência dos comentários – atrativos culturais .....	54
Tabela 7	– Lista de frequência das imagens – atrativos culturais .....	54
Tabela 8	– Lista de frequência dos comentários – infraestrutura .....	58
Tabela 9	– Lista de frequência das imagens – infraestrutura .....	58

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
IPCC	Intergovernmental Panel on Climate Change
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
WCDE	World Commission on Environment and Development
WTO	World Tourism Organization

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	17
2.1	Imagem e Reputação Online de Núcleos Receptores de Turismo .....	17
2.2	Atratividade do Núcleo Receptor de Turismo .....	21
2.3	Responsabilidade Socioambiental no Turismo .....	25
2.4	Vulnerabilidade Socioambiental das Comunidades Pesqueiras no Litoral do Ceará .....	30
<b>3</b>	<b>OBJETO DE ESTUDO: A VILA DE FLECHEIRAS</b> .....	36
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	39
<b>5</b>	<b>RESULTADOS e DISCUSSÃO</b> .....	41
5.1	Atrativos Naturais .....	43
5.2	Atrativos Culturais .....	53
5.3	Infraestrutura de Hospedagem e Alimentação .....	57
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	63
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	65

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade de grande significado na economia de diversos países e promove múltiplas inter-relações de importância econômica, sociocultural, ambiental e política entre os núcleos receptores e emissores (BENI, 2006). A grande matéria prima do turismo é a natureza, as paisagens, as culturas autóctones e os lugares que passam a ser vistos como mercadoria. A praia, o sol, o verde, a culinária, tudo passa a ser vendável. Em áreas turísticas selecionadas, são alocados recursos financeiros e definidas políticas públicas para o setor. O lazer transformado em turismo passa a ser vendido de forma lucrativa, com acumulação e reprodução de capital.

A inter-relação entre o turismo, a cultura autóctone e os recursos naturais dos núcleos receptores é incontestável, uma vez que estes dois últimos constituem a “matéria-prima” da atividade. A sustentabilidade da atividade turística envereda por caminhos de uma relação harmoniosa com a natureza, mas, sobretudo, para uma relação harmoniosa com as sociedades visitadas.

Considerando o turismo uma rede de relacionamentos, o turista é o personagem principal e o seu comportamento tem um grande impacto nos lugares que visita. De viés positivo ou negativo, os impactos do turismo dependem das atitudes e comportamento dos envolvidos. Evidencia-se a necessidade de uma conduta responsável nos núcleos receptores para a manutenção do patrimônio cultural autóctone, tendo em vista que estes são fundamentais para a continuidade da atividade na maioria dos lugares turísticos.

Urry (2001) descreve que a sociedade aproveita o tempo livre, as férias, para satisfazer seus desejos, as necessidades que não foram realizadas no dia a dia, no cotidiano do trabalho, mas que falam ao coração e têm uma importância vital para as pessoas. A busca pelo contato com a natureza, também como forma de fuga dos grandes centros urbanos, tem criado intensos fluxos de turismo para as áreas litorâneas, configurando o que se convencionou chamar de “turismo de sol e mar”.

A partir da década de 80, a região Nordeste do Brasil destaca-se como principal destino de turismo de sol e praia do país, momento em que a atividade passa a constituir uma das principais bases econômicas nas áreas litorâneas.

Pequenas cidades e povoados litorâneos do estado do Ceará, que apresentam uma abundância de belezas naturais, lugares de grande potencial turístico, são habitados por comunidades que levam um tipo de vida muito peculiar, onde a maior parte da população

autóctone tem nos recursos naturais, através da pesca e do artesanato, sua principal fonte de renda. O turismo no Estado tem sido implantado em velocidade e magnitude crescentes, principalmente em regiões menos favorecidas sob a ótica socioeconômica, mas extremamente privilegiadas com relação ao seu patrimônio cultural e ambiental. A fonte de renda da população autóctone passa a ser composta, cada vez mais, pelo turismo e exploração indireta dos recursos naturais pelo turismo, uma vez que as atividades turísticas se alicerçam na natureza e na cultura desses lugares (SILVA, 2003).

Para essas comunidades do litoral cearense, os recursos naturais e culturais representam o seu principal atrativo, logo, se estes forem degradados, o lugar turístico perderá a sua atratividade, ou seja, o turista não se sentirá atraído por um lugar que não oferece mais uma paisagem e cultura exuberante.

Para o setor turístico, a responsabilidade socioambiental tem relação direta com sucesso dos núcleos receptores. Outro ponto é a boa imagem gerada pelo turismo sustentável, que segundo Ruschmann (1997) “a gestão socioambiental implantada pelos empreendimentos turísticos torna-se uma força de marketing, demonstrando a preocupação com o bem-estar do turista, aliada à preservação dos recursos naturais e culturais do lugar”.

Para Krinpendorf (1989), como o turismo é de importância vital para um grande número de seres humanos - quer sejam viajantes, turistas e populações autóctones -, caberia fixar um objetivo positivo e trabalhar em favor da viagem, para que o turismo se modifique e se torne melhor.

Diante deste cenário, o Instituto Ethos apud Duarte e Torres (2016), identificou que o consumidor brasileiro tem ficado mais atento ao comportamento ético das empresas, que envolve não só questões ambientais, englobando ainda questões trabalhistas e de qualidade dos produtos e serviços prestados.

Na atividade turística tem sido consolidada a figura do turista responsável, que, preocupado com os impactos gerados nos lugares visitados, têm, sempre que lhe é permitido, atitudes que criam restrições a produtos e serviços turísticos cuja procedência não esteja de acordo com os critérios de sustentabilidade. Esse turista deixa de ser o invasor, e passa a importar-se com o local, sua cultura, comunidade, e meio ambiente.

Swarbrooke e Horner (2001) fizeram um paralelo entre as motivações que foram sugeridas como sendo turistas verdes e as motivações que surgem para a prática do turista responsável. As motivações para os turistas verdes são: crença altruísta da necessidade de proteger o meio ambiente; desejo de sentir-se bem sobre seu comportamento como turista; desejo de melhorar sua imagem entre amigos e parentes mediante uma preocupação externada

com as questões ambientais. Os turistas responsáveis almejam não apenas a necessidade de proteger o meio ambiente, sentir-se bem como visitantes ou melhorar a própria imagem junto ao círculo social, mas sim tentar garantir padrões de comportamento adequados com práticas socioambientalmente responsáveis, o que contribuiria para toda a sociedade do lugar visitado.

Outro fato a ser mencionado é o fato de que viajantes escolhem e planejam suas viagens principalmente por influências do uso da internet. Grande parte deste conteúdo presente na Internet constitui o chamado Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU), em que usuários compartilham experiências de viagens e publicam fotos dos lugares visitados instantaneamente em seus perfis sociais ou sites especializados em turismo.

Estas fotografias não somente demonstram visualmente o destino, mas também comunicam seus atributos, características, ideais e valores (ALVES; GÂNDARA 2015). De acordo com Marchiori et al. (2010), entender as diferentes imagens de um destino contribui positivamente para as estratégias de gestão turística a serem planejadas para o lugar.

Diante deste contexto, destaca-se a importância de estudar a imagem de destino nas mídias sociais. Os turistas, consumidores do turismo, são também construtores de imagens turísticas, um fator que pode auxiliar na gestão dos destinos por meio de estudos de atratividade e sustentabilidade dos recursos naturais e culturais por meio da netnografia. (DONAIRE; DALÍ, 2011).

A partir do cenário exposto, esta dissertação assume relevância por gerar informação de como a imagem turística do núcleo receptor de turismo Praia de Flecheiras está representada nas redes sociais virtuais e conhecer de que forma a relação dos turistas com os recursos naturais e culturais podem impactar na atratividade do lugar.

A dissertação busca verificar, fundamentalmente, o seguinte problema de pesquisa: Qual a relação existente entre a sustentabilidade socioambiental do núcleo receptor de turismo Praia de Flecheiras e a imagem retratada por turistas e visitantes do lugar?

Para tal, foi realizada uma pesquisa quali-quantitativa a fim de verificar o comportamento dos turistas e visitantes nas redes sociais virtuais quanto à imagem do lugar, identificando como os aspectos socioambientais do lugar estão representados no site de turismo TripAdvisor e na rede social de fotografias digitais Instagram.

O lugar escolhido para o estudo proposto, a Praia de Flecheiras, município de Trairi, pertence à macrorregião turística costa do sol poente no estado do Ceará, onde o mar calmo, lagoas, extensos coqueirais, currais de peixes, banco costeiro de recifes de arenito e uma população autóctone composta por pescadores artesanais, proporciona uma aura ainda primitiva.

A presente dissertação tem como objetivo principal identificar a imagem do núcleo receptor de turismo Praia de Flecheiras, Trairi/CE, nas redes sociais virtuais e compreender sua implicação na sustentabilidade socioambiental do lugar. Foram trabalhados os seguintes objetivos específicos:

- Identificar como os atrativos naturais, culturais, instalações de hospedagem e alimentação do lugar estão representados nos comentários de viagens postados por viajantes no site de turismo TripAdvisor;
- Identificar os atrativos naturais, culturais, instalações de hospedagem e alimentação do lugar nas fotografias postadas por usuários da rede social virtual Instagram;
- Compreender a relação dos visitantes com os recursos naturais e culturais do lugar e suas implicações para a gestão socioambiental do núcleo receptor de turismo.

A dissertação está estruturada em quatro partes. A primeira parte traz a proposta do estudo, com a definição do problema e justificativas desta pesquisa, objetivos (geral e específicos) que nortearam o desenvolvimento da dissertação.

A segunda parte apresenta o referencial teórico que norteia este trabalho, apresentando as definições sobre a imagem do turismo e suas implicações na reputação online de núcleos receptores. Nesta etapa são delineados os conceitos da atratividade turística, esta o motivo principal do deslocamento do viajante.

Embasado na literatura, é enfatizado os caminhos do turismo sustentável na busca pela sustentabilidade socioambiental no setor. Em seguida é realizada uma discussão sobre a vulnerabilidade das comunidades de pescadores do litoral do Ceará, população autóctone do lugar turístico a ser estudado.

A terceira parte da dissertação discorre sobre o objeto de estudo - a vila Praia de Flecheiras, Trairi/CE – e descreve o meio físico, cultural e as transformações sofridas no lugar nas últimas décadas.

A quarta parte descreve a metodologia utilizada para atingir os objetivos propostos, de modo a expor os métodos, processos e técnicas utilizados.

A quinta etapa desta dissertação apresenta os dados coletados, que, com o auxílio da literatura, é realizada uma discussão sobre a relação dos visitantes com os recursos naturais e culturais do lugar e suas implicações para a gestão socioambiental do núcleo receptor de turismo. Em seguida, estão as referências utilizadas ao longo do estudo.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A contextualização de alguns termos se faz relevante para o melhor entendimento do tema proposto. Será apresentada base conceitual para assuntos como imagem do destino turístico, reputação de núcleos receptores de turismo, atratividade turística, responsabilidade socioambiental no turismo e vulnerabilidade socioambiental de comunidades autóctones a fim de traçar uma melhor compreensão da proposta de pesquisa sugerida, além de uma breve caracterização do objeto de estudo sugerido.

### 2.1 Imagem e Reputação Online de Núcleos Receptores de Turismo

Narrar é viajar – viajar no tempo, viajar no espaço, viajar nas histórias a serem contadas. O ser humano manifesta no imaginário através da narrativa, de expressões como “era uma vez”, “há muito tempo atrás” ou “foram felizes para sempre”, exprimem a noção de tempo e espaço, um convite para o leitor se deslocar através da imaginação e criar dentro de seu universo de referências lugares idealmente construídos.

O deslocamento é uma ação humana originada de um prazer natural de curiosidade e institucionalizada através das forças de controle social que demarca, amplia e defende o espaço conquistado. Porém, a ideia da viagem tem uma conotação mais romântica trazida à tona pelo desejo de humanização; viajar é um ímpeto humano provocado pela busca do prazer, pela curiosidade sobre o desconhecido, que promove a conquista de um ideal.

Obras como *Odisseas*, de Homero e *Viagens de Marco Polo* são clássicos da literatura universal. Essas obras colocam a viagem com um dos temas principais de suas narrativas ficcionais, revelam as inspirações humanas e institucionais do ato de viajar. A viagem na literatura nos proporciona observar um lugar através dos olhos de seus narradores e de seus personagens.

O livro de Homero narra a viagem de volta de Ulisses, o rei de Ítaca, depois do término da guerra de Tróia. Toda a narrativa se refere ao retorno do protagonista. A sedução do texto está no estilo da narrativa e exerceu uma das maiores influências do pensamento ocidental. A obra tem sua importância para entender o sentido da viagem, na medida que ela apresenta uma dinâmica narrativa análoga ao deslocamento do protagonista que vai se desenvolvendo nos meandros da luta e da conquista.

As *Viagens de Marco Polo*, obra escrita no período medieval apresenta outra sociedade. Os comerciantes da época eram aventureiros que se deslocavam para o oriente em

busca de especiarias para serem vendidas aos senhores e cavaleiros das cortes. O autor conta em sua narrativa e dá aspectos da cultura geográfica das sociedades orientais do século XI. Estas obras tornaram-se referência pela sua capacidade de seduzir o leitor pelos feitos e contornos exóticos da narrativa e pela dinâmica espacial do recorte.

As narrativas, sejam elas ficcionais ou verdadeiras, evocam o imaginário. O ouvinte ou leitor constrói o lugar idealizado com as referências simbólicas da linguagem contidas no imaginário e confrontadas no ideal do ato da leitura. Essa construção simbólica permite a ampliação do olhar.

A divulgação dos lugares como redutos de aventura, prazer, descanso, a capacidade de deslocamento e as transformações sociais no trabalho modificaram a sociedade para a consolidação da atividade turística. Os ícones destas transformações são os meios de comunicação, articulados em teias digitais que alcançam todo o mundo.

Os lugares passaram a ser representados pela imagem turística, que é a representação mental construída por um indivíduo ou grupo a partir de percepções e experiências concretas, influências recebidas de terceiros ou da mídia (Kotler, 2003). Bignami (2002) destaca que a imagem é ser associada a um conjunto de percepções a respeito de algo, a uma representação de um objeto ou ser, a uma projeção futura, a uma lembrança ou recomendação passada.

A imagem turística de um lugar é referência na necessidade que o consumidor tem de decidir sobre o destino da viagem antes de efetivamente viajar. O site de viagens TripAdvisor (2013), realizou uma pesquisa com aproximadamente 20 mil turistas de 26 países, dos quais 890 brasileiros compõem a amostra do estudo e indicou que 61% dos viajantes mundiais e 74% dos brasileiros usam as redes sociais quando estão viajando.

De acordo com TripAdvisor (2013) 30% dos turistas atualizam seus perfis nas redes sociais diariamente durante a viagem, e, no caso dos brasileiros, esse número sobe para 42%. Outros dados interessantes revelados pela pesquisa do site de viagens revelam que 72% dos entrevistados utilizam as redes sociais para obter recomendações, 67% para ver imagens e vídeos de onde querem visitar, 60% para encontrar inspiração para o que fazer e ver no destino e 45% para buscar ofertas de pacotes.

O acúmulo de fotografias publicadas na internet dá ao consumidor de turismo a oportunidade de conhecer virtualmente os lugares que pretende visitar. A partir do conteúdo publicado, os turistas realizam buscas e avaliam imagens antes de decidirem o destino de suas viagens. Nos dias atuais, os turistas atuam como construtores de imagens turísticas (DONAIRE; GALÍ, 2011). A fotografia digital adquiriu uma função social. Enquanto as

fotografias analógicas possuíam uma função essencialmente íntima, as imagens digitais são socializadas através do compartilhamento nas redes sociais (DONAIRE; GALÍ, 2011).

A fotografia digital e as redes sociais digitais alteraram a apresentação dos roteiros turísticos. No período da fotografia analógica, as imagens prévias dos lugares turísticos eram escassas e providas pela intermediação de agentes turísticos. Na era digital, turistas potenciais e moradores estão conectados entre si. Um turista compartilha suas fotos e opiniões sobre a cidade nas redes sociais, e estas informações são consultadas por alguém que tem a intenção de visitar esta cidade. Estas informações influenciam no processo de formação da imagem de destino (DONAIRE; GALÍ, 2011). Para Manosso (2016) as imagens desempenham papel importante na construção da reputação de um núcleo turístico quando consideradas representantes da experiência dos turistas, analisadas como uma forma de testemunho e que divulgam determinado local.

A internet é um relevante meio de comunicação, marketing e canal de vendas, e os gestores de turismo estão atentos aos conteúdos online que influenciam a reputação dos núcleos receptores de turismo. Marchiori et al. (2010) afirma que a reputação online é o resultado do que escrevem e transmitem os clientes, empregados e outros, em qualquer um dos meios digitais na internet, a partir de suas percepções e experiências com essa marca. É a partir do ‘clima de opinião’ que emerge a construção social da reputação.

Torres et al. (2011) ressalta a importância da gestão da reputação, ao invés da dimensão de imagem, já que as reputações são mais estáveis e representam várias imagens ao longo do tempo. Morales et al. (2015) explica que, tanto os sites como as redes sociais são ferramentas que ajudam a melhorar a promoção das empresas, sendo que o turismo não fica de fora, adotando o termo “Turismo 2.0”<sup>1</sup> para referir-se aos temas que relacionam o turismo com as redes sociais.

A reputação é construída a partir das opiniões que as pessoas formam sobre a marca vivenciada, assim as opiniões online tornaram-se cada vez mais populares para avaliar vários produtos e serviços (Quiroga et al. 2014). Marchiori et al. (2010) afirma que o turismo é um dos domínios em que a necessidade de compreender a presença online é crucial, e em particular o papel da mídia social.

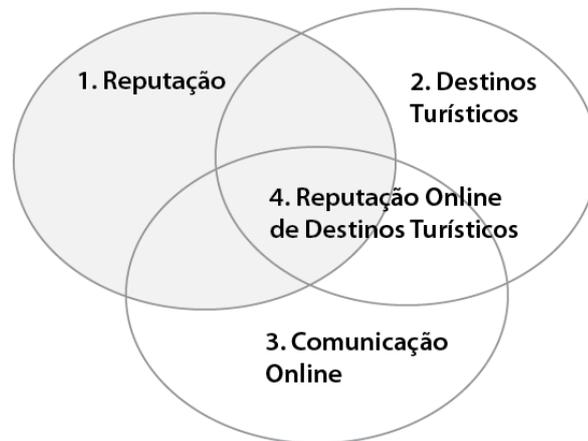
A Figura 01 fornece uma representação visual da interação dos três principais elementos de reputação online estudados por Marchiori et al. (2010). Os elementos 2 e 3 exploram a área de sobreposição entre reputação e destinos de turismo e entre reputação e

---

<sup>1</sup> O turismo 2.0 está diretamente ligado ao conceito de web 2.0, no qual os usuários da internet compartilham conteúdo online constante construção e atualização coletiva.

comunicação on-line. O quarto elemento explora a área onde os três círculos sobrepostos oferecem as informações relevantes, e propõem um quadro de reputação online de destinos turísticos.

Figura 01: Elementos de reputação online de destinos turísticos



Fonte: Marchiori et al. (2010), traduzido pelo autor.

Lee, Law e Murphy (2011) analisou o sistema de reputação online TripAdvisor com usuários que postam comentários na rede e identificou que os colaboradores principais são os que viajam mais e, por tanto, possuem maiores experiências e atuam como revisores de outros comentários.

Chagas (2008) conclui que o crescimento das mídias sociais e o uso das tecnologias móveis e da internet permitem que as experiências dos turistas em relação aos núcleos receptores de turismo influenciem diretamente no poder de escolha. Amparado por essa motivação e na intensidade da sua atratividade, o turista se desloca para esse local específico. Os atrativos turísticos são os motivadores que levam o indivíduo a conhecer um espaço ou uma atividade pessoalmente. Provavelmente um dos primeiros desafios desse estudo é precisar o conceito de atratividade turística.

## 2.2 Atratividade do Núcleo Receptor de Turismo

No contexto do turismo é considerada de maneira objetiva a necessidade de existência de uma oferta turística adequada para a efetivação da manifestação do ato de viajar. Muitos são os atrativos que possibilitam motivar pessoas a se deslocarem de uma determinada região para outras, nesse caso subdividido basicamente em atrativos naturais ou culturais.

Os elementos naturais estão relacionados aos aspectos geográficos, físicos e os da natureza, e que por isso, exercem forte atratividade, como é o caso brasileiro do Parque Nacional de Jericoacoara e as falésias coloridas do litoral leste do estado do Ceará. Quanto aos considerados culturais, além de edificações construídas pela sociedade, abarca todo um contexto sociocultural expresso pela arte e gosto populares. Um núcleo receptor de turismo necessita de recursos e de atrações turísticas que forneçam símbolos e imagens que os apresentem junto ao público (Gunn, 1980). Contudo, além da imagem do núcleo turístico junto aos visitantes, também está em jogo a capacidade desse conjunto de recursos atrair, satisfazer e, na medida do possível, fidelizar turistas.

Dentro dessa linha de pensamento, é importante refletir sobre alguns conceitos fundamentais neste processo: mercado turístico, oferta turística, atrativo turístico e produto turístico. Para Lohmann e Panosso Netto (2012) o mercado turístico se baseia no confronto entre a demanda (os consumidores) e os produtores ou vendedores de produtos e serviços turísticos (as empresas hoteleiras, as agências de viagem, as empresas organizadoras de eventos, as empresas que atuam na área de entretenimento, de transporte, gastronomia, dentre outras).

Demanda turística é um conjunto de bens e serviços que os turistas necessitam e são capazes de consumir. Para Lohmann e Panosso Netto (2012) a demanda turística é o total de pessoas (turistas) participando em atividades turísticas, quantificado como o número de chegadas ou saídas de turistas, valor em dinheiro gasto ou outros dados estatísticos. Estes turistas apresentam um perfil de consumo que gera novas demandas de bens e serviços, compelindo o mercado turístico a gerar novas adaptações. Para Cooper et al (2001) o turista não está mais satisfeito com a experiência passiva, mas busca autenticidade nas destinações, valorizando aspectos como o entendimento da cultura, da história e do ambiente e do modo de vida dos povos.

Como resultado, os núcleos receptores de turismo apresentam uma oferta turística diversificada de modo a atender esta demanda turística a partir desse perfil de turistas. Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 375) definem a oferta turística como “todos os bens e

serviços que estão à disposição dos consumidores-turistas, por um dado preço, em um determinado período de tempo”. Para Beni (2006) a oferta turística é composta por inúmeros elementos tangíveis e intangíveis e não de um só produto bem determinado.

Ainda segundo Beni (2006), é possível identificar dois grupos distintos que somados compõem a oferta turística de uma determinada região. O primeiro grupo, denominado oferta turística original e diferencial é composto pelos atrativos turísticos – formatados enquanto negócios – a partir de recursos naturais e/ou culturais. O segundo grupo, denominado oferta turística técnica, é composto pelos serviços de transporte, agenciamento turístico, meios de hospedagem, alimentação fora do lar e serviços complementares. A oferta turística de um lugar depende, portanto, da combinação da oferta turística original e diferencial e da oferta turística técnica. Dessa forma, a oferta turística diferencial assume papel importante uma vez que possui a capacidade de atrair os turistas.

Beni (2006) diz que o consumo da oferta turística é realizado por meio de roteiros em que os elementos que compõem a oferta turística irão conferir característica essencial, uma imagem de marca bem distinta ao conjunto dos subprodutos e do produto turístico total. Com a diversificação e sofisticação das preferências dos consumidores por produtos turísticos, a oferta tornou-se mais específica e os gestores se organizaram para atender diversos nichos de mercado, tais como: turismo cultural, rural, de aventura, náutico, de bem estar, gastronômico e de compras (Beni, 2006).

Retomando de forma específica a questão do atrativo turístico, vale ressaltar que existem diversas conceituações e denominações sobre o termo. Lohmann e Panosso Netto defendem que nem sempre é possível ter uma única definição sobre atrativo turístico, e, em virtude disto, apontam categorias principais de atrações como naturais ou construídas; nodal ou linear; atrações permanentes ou temporárias; categorias cognitivas; pagas públicas, privadas ou voluntárias e gratuitas ou pagas.

Para Braga (2007), atrativo turístico é um elemento que efetivamente recebe visitantes e tem estrutura para propiciar uma experiência turística. Já Ignarra (2003) afirma que os atrativos estão relacionados com as motivações de viagens dos turistas e a avaliação que os mesmos fazem desses elementos. Uma vez que os atrativos turísticos são responsáveis pelas motivações de viagens e por efetivamente receber estes turistas, é necessário entender como ordenar esses atrativos turísticos a partir da sua responsabilidade no fluxo turístico de uma determinada região.

Para o SEBRAE (2011) um atrativo turístico é o recurso natural ou cultural formatado em negócio que atenda a todas as especificações necessárias para comercialização

e recepção de turistas, com responsabilidade social, ambiental e cultural. Para que o núcleo receptor de turismo tenha uma boa aceitação, e posteriormente atinja elevado grau de atratividade turística, é preciso que todos os elementos que integram a atividade turística estejam em harmonia para que a experiência turística seja agradável e supere as expectativas criadas anteriormente pelo turista (GÂNDARA et al., 2012).

Os núcleos turísticos motivam os turistas a visitá-los por meio de uma oferta estruturada, formada por produtos que ocupam um lugar no mercado turístico, ou seja, o núcleo receptor é capaz de movimentar um fluxo expressivo de visitantes, tornando a atividade turística uma das bases econômicas do local, com capacidade administrativa para desenvolvê-lo (BENI, 2006). Os turistas e as atrações turísticas são os elementos centrais do sistema de turismo, onde os equipamentos turísticos são adicionais que influenciam o turista em seu processo de decisão (LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2012).

Para Ignarra (1998) um atrativo tem maior valor quando possui avançado grau de diferenciação e que conceituar o atrativo turístico é uma tarefa complexa, pois a atratividade é algo subjetivo que diverge de turista para turista, ou seja, o atrativo que possui determinado valor para um turista, pode não ter a mesma importância para outro. Coelho (2013) contribui com a análise de atratividade turística, elencando suas principais definições em estudos, sendo possível observar que não há um consenso na academia como demonstra o Quadro 01.

Quadro 01 - Definições de atratividade turística

Autores	Principais fatores de atratividade turística
MAYO; YARVIS (1981)	Atratividade turística depende de benefícios pessoais dos viajantes e da percepção da entrega desses benefícios.
KAUR (1981)	Atratividade turística é a força gerada pelas atrações turísticas em geral, existentes em um local e tempo determinados.
HU; RITCHIE (1993)	A atratividade reflete sentimentos, crenças e opiniões que indivíduos possuem sobre a habilidade percebida de um núcleo turístico oferecer satisfação em relação a suas necessidades de viagem.
CHO (2008)	Atratividade local é um indicador agregado de atributos que tornam o local específico atraente como um núcleo turístico potencial para os viajantes.
KRESIC; PREBEZAC (2011)	Atratividade turística é uma imagem mental do núcleo turístico a qual é formada com base nas atrações físicas disponíveis no mesmo.

Fonte: Adaptado pelo autor de COELHO (2013).

A definição de Hu e Ritchie (1993) foi escolhida para nortear este trabalho, pois trata das percepções e opiniões dos turistas sob as características apresentadas pelo núcleo receptor de turismo, a partir da busca pela satisfação. O quadro 02 apresenta um resumo realizado por Coelho (2013) sobre os fatores de maior peso para a atratividade turística analisados na academia, destacando algumas similaridades nos fatores finais, ainda que seus métodos diferentes de coleta de dados não são passíveis de comparação.

Quadro 02 - Fatores de atratividade

Autores	Principais fatores de atratividade turística
GEARING; SWART; VAR (1974)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beleza Natural</li> <li>2. Infraestrutura</li> <li>3. Instalações alimentícias e de acomodação</li> </ol>
FORMICA; UYSAL (2006)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Serviços e Instalações Turísticas</li> <li>2. Cultural/ Histórico</li> <li>3. Pousada Rural</li> </ol>
LEE; HUANG e YEH (2010)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cultura Local</li> <li>2. Acessibilidade</li> <li>3. Instalações</li> </ol>
OLIANI et al. (2011)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desenvolvimento de meios de transporte para alcançar o núcleo receptor de turismo</li> <li>2. Qualidade dos recursos naturais</li> <li>3. Meios e quantidade de acomodações</li> <li>4. Localização geográfica</li> </ol>

Fonte: Adaptado pelo autor de Coelho (2013)

COELHO (2013) indica que os estudos já tratavam dos atrativos culturais e naturais como importantes atributos relacionados à atratividade. A infraestrutura e instalações também estão destacadas nos estudos pesquisados. O sucesso da atividade turística, assim como o de outras atividades econômicas, está atrelado ao planejamento realizado de forma integrada e participativa, oferecendo meios adequados à sua implantação. O modelo de desenvolvimento do turismo alicerçado na sustentabilidade – também chamado de turismo sustentável – é apontado como uma possibilidade de promover a inclusão social, a preservação dos recursos naturais, bem como o desenvolvimento socioeconômico.

### 2.3 Responsabilidade Socioambiental no Turismo

A definição original de desenvolvimento sustentável fornecida pela Comissão Brundtland indica “o desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações satisfazerem as suas próprias necessidades” (WCDE, 1987).

Para a Organização Mundial do Turismo, o turismo sustentável satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para as futuras gerações. (WTO, 1981).

Para Ruschmann (1997), o turismo é sustentável quando considera a autenticidade cultural, a inclusão social, a conservação do meio ambiente e a qualidade dos serviços, fundamentais para a viabilidade da atividade em longo prazo. Cordeiro (2008) ressalta que o termo turismo sustentável não é um segmento (como o turismo rural ou ecoturismo), mas sim, utilizada para indicar um estado de turismo. Para Butler (1998) o objetivo chave do turismo sustentável é propor soluções para os problemas das áreas turísticas já existentes e tornar núcleos receptores de turismo de massa mais equilibrados.

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 1990, p.33), utilizando referências da Conferência Globo 90 denominada “Tourism Stream and Action Committee”, que ocorreu em Vancouver, Canadá, estabeleceu os seguintes princípios do turismo sustentável:

- a) O planejamento, o desenvolvimento e a gestão do turismo devem fazer parte da estratégia de conservação e desenvolvimento sustentável para a região, incidindo sobre todos os setores e contando com a participação do setor público, setor privado e grupos sociais;
- b) Os organismos, entidades e grupos sociais devem respeitar a cultura e o meio ambiente da zona receptora, sua cultura e estilo de vida, sua comunidade tradicional, bem como seus líderes e sua configuração política;
- c) O turismo deve ser planejado e gerido de forma sustentável, considerando-se a proteção e uso econômico adequado do meio ambiente natural e social das áreas escolhidas;
- d) A atividade deve ser guiada pela ideia de equidade, com o objetivo de distribuir justamente os benefícios e os custos entre promotores turísticos, povos e áreas receptoras;

- e) As informações, estudos e opiniões diversas devem ser considerados e avaliados frequentemente, bem como os efeitos do meio humano e cultural, principalmente no que diz respeito à população local;
- f) A população local deve ser estimulada a atuar no planejamento e no desenvolvimento do turismo, com assistência do governo, das empresas e dos investidores;
- g) O controle deverá ser contemplado no desenvolvimento turístico, para que a população possa se beneficiar com as oportunidades e reagir às mudanças.

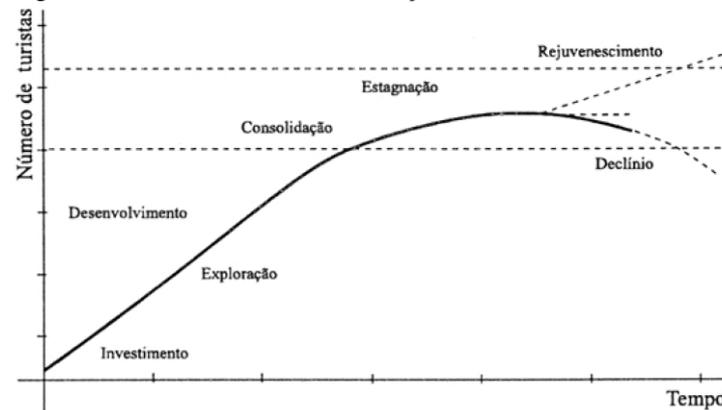
A literatura corrente descreve normalmente que: o turismo sustentável é desenvolvido e mantido em uma área (comunidade, meio ambiente) de tal forma e em tal escala que permaneça viável ao longo de um período infinito e não degrade ou altere o ambiente (humanos e físicos) em que funciona (Butler, 1980; Ruschmann 1997).

Desenvolver um turismo que não gere impactos ecológicos ou humanos sobre o local em que ocorre é um desafio para os gestores do setor. Segmentos de turismo considerados de baixo impacto ambiental tais como ecoturismo e turismo de base comunitária, estão localizados em ambientes ecológicos altamente sensíveis e vulneráveis, alguns desses ecossistemas não podem resistir a níveis mesmo que moderados de uso. Pequenos impactos podem tornar-se graves ao longo do tempo, devido à localização em que ocorrem ou devido aos seus efeitos cumulativos (Odum, 2001).

Coccosis (1996) sugere que existem pelo menos quatro formas de interpretar o turismo no contexto do desenvolvimento sustentável: um ponto de vista setorial como a sustentabilidade econômica do turismo; ponto de vista ecológico enfatizando a necessidade do turismo ecologicamente sustentável; um ponto de vista da viabilidade em longo prazo do turismo, reconhecendo a competitividade dos núcleos receptores de turismo; e um ponto de vista a aceitar o turismo como parte de uma estratégia para o desenvolvimento sustentável ao longo dos ambientes físicos e humanos.

Butler (1980) define o conceito de ciclo de vida (Figura 02) de destinações turísticas com base no conceito desenvolvido pelo marketing de produtos, e aplicou-o para estudar o crescimento e o declínio dos equipamentos e regiões turísticas.

Figura 02 - Ciclo de vida das destinações turísticas



Fonte: Butler, 1980.

O modelo de Butler estabelece que o ciclo de vida de um produto turístico compreende as seguintes fases: exploração, investimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e declínio ou rejuvenescimento. Neste modelo, já considerado ultrapassado por gestores do setor turísticos do setor, o declínio é quase inevitável. O ambiente natural, que antes era o ponto de maior atração, deteriora-se pelo mau uso da paisagem na construção de equipamentos turísticos, e o número de visitantes excede os limites da capacidade de carga.

Ruschmann (1997), em contraponto ao modelo de Butler, afirma que o declínio não é inevitável, uma vez que as destinações turísticas podem ser revitalizadas ou rejuvenescidas pelo planejamento, modificando o produto e/ou buscando novos mercados. Leff (2010) sugere ao setor explorar outras possibilidades, atraindo médios e pequenos capitais e investindo em empreendimentos de menor escala e mais bem integrados ao entorno ecológico e cultural, associando o turismo a outras atividades produtivas.

Conforme citado pela Organização Mundial do Turismo (1990), para o turismo sustentável é necessário contemplar o planejamento, o desenvolvimento e a gestão como estratégias do desenvolvimento sustentável. É de fundamental importância respeitar a cultura e o ambiente do núcleo receptor, bem como a proteção e uso adequado do ambiente natural e social. Além disso, a participação e envolvimento da população local são essenciais para promover o desenvolvimento do turismo sustentável.

O setor turístico, em particular a hotelaria, tem trazido para o dia-a-dia de seus negócios uma gestão socioambiental estratégica com vistas a fortalecer sua imagem e agregar valor aos seus produtos e serviços, contribuindo para a expansão da demanda e para o crescimento (NORTH, 2003). A responsabilidade socioambiental surge não só por exigência de órgãos ambientais e do governo, mas também dos clientes e corresponde a um

compromisso dos empreendimentos turísticos com a preservação do meio ambiente e a melhoria da qualidade de vida nas comunidades (FILHO et al., 2007).

O Brasil é pioneiro na publicação de uma norma técnica e sistema de gestão que apresenta referências objetivas sobre como os meios de hospedagem podem utilizar seus recursos de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável. A norma ABNT NBR 15401 foi republicada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 2016). Nas esferas social e cultural, a Norma estimula boas condições de trabalho, enfatiza a preservação do patrimônio cultural e promove o respeito aos direitos dos colaboradores e comunidades locais (Quadro 03).

Quadro 03 – Gestão sociocultural em meios de hospedagem

Estímulo à organização da comunidade local	A alta direção do meio de hospedagem deve participar e incentivar o envolvimento dos seus trabalhadores em atividades comunitárias ou iniciativas voluntárias de organizações que fazem parte da região.
Incentivo ao trabalho e produção local	O meio de hospedagem deve oferecer capacitação e trabalho à comunidade local, gerando benefícios tanto para o desenvolvimento econômico local quanto diminuição da rotatividade de colaboradores.
Valorização e promoção da cultura local	Os aspectos culturais constituem além de monumentos com valor histórico, àqueles com valores configurados por paisagens, particularidades regionais e geográficas, ambientes urbanos e rurais, bem como os traços da manifestação cultural não tangível, como os modos de vida, as expressões de arte popular.
Respeito aos hábitos e direitos das populações tradicionais	O meio de hospedagem pode criar medidas e programas para relacionar-se com as comunidades tradicionais, a fim de promover o conhecimento e o respeito aos seus hábitos, sua cultura e seus direitos.
Viabilização de boas condições de trabalho	Boas condições e qualidade de vida no trabalho proporcionam maior participação por parte dos colaboradores e criam um ambiente de integração com superiores, colegas e clientes.
Apoio à saúde e educação de colaboradores e comunidade local	A saúde e a educação influenciam diretamente na comunidade, nos trabalhadores do de hospedagem e, conseqüentemente, nos hóspedes.
Saúde e segurança no trabalho e dos clientes	O meio de hospedagem deve estar atento aos riscos de saúde e segurança para seus clientes e colaboradores. É necessário manter procedimentos de identificação contínua de potenciais riscos, para evitar e prevenir acidentes.

Fonte – Adaptado pelo autor da norma ABNT NBR 15401.

O sistema de gestão apresentado na norma ABNT NBR 15401 proporciona uma base consistente para o alcance e a manutenção do desempenho sustentável dos meios de hospedagem. Do ponto de vista ambiental (Quadro 04), a Norma contribui para a conservação da biodiversidade e auxilia na manutenção da qualidade ambiental dos atrativos turísticos.

Quadro 04 – Gestão dos recursos naturais em meios de hospedagem

Arquitetura em harmonia com a paisagem local	Minimiza alterações significativas na paisagem local, provocadas pelo projeto arquitetônico e pelos movimentos de terra. Implementa um programa para conservar as nascentes e cursos d'água; evita usar materiais de construção com grande impacto ambiental.
Paisagismo em harmonia com a ecologia local	Reflete o ambiente natural do entorno, inclusive com o uso de espécies nativas; Não há propagação de plantas ornamentais exóticas pelo entorno.
Conservação e proteção de áreas naturais, flora e fauna	Previne a coleta, captura, molestação, transporte ou uso de espécies da flora e fauna silvestres por parte dos seus clientes, funcionários e fornecedores; Promove ações educativas junto aos clientes e à comunidade, com o propósito de gerar conhecimento e valorização dos ecossistemas da região.
Emissão de efluentes líquidos	Implementa medidas de contingência para prevenir e mitigar falhas dos sistemas de tratamento e coleta utilizados e medidas para prevenir a contaminação das águas residuais por produtos tóxicos ou perigosos.
Eficiência energética	Implementa medidas para minimizar o consumo de energia, em particular de fontes não renováveis e faz uso de fontes de energia renováveis. A arquitetura das construções maximiza a eficiência energética. Encoraja o envolvimento de clientes e colaboradores no programa de gestão do uso da água.
Conservação e gestão do uso de água	Estabelece e mantém programa de inspeção periódica nas instalações e sua manutenção, com vistas à minimização das fugas de água. Utiliza águas residuais tratadas para atividades como irrigação de jardins e outras aplicações. Encoraja o envolvimento de clientes e colaboradores no programa de gestão do uso da água.
Emissões para o ar (gases e ruído)	Planeja e implementa medidas para minimizar a emissão de ruídos de modo a não perturbarem o ambiente natural, o conforto dos clientes e as comunidades locais. Implementa medidas para minimizar a emissão de gases e odores.
Produção de resíduos sólidos	Planeja e implementa medidas para reduzir, reutilizar ou reciclar os resíduos sólidos. b) o planeja a redução, reutilização e reciclagem, de acordo com as condições locais. Dispõe de um local específico e vedado para resíduos sólidos contaminantes de acordo com a legislação vigente.
Preparação para emergências ambientais	Mitiga os impactos ambientais; Analisa e revisa, onde necessário, seus procedimentos de preparação e atendimento a emergências, em particular após ocorrência de acidentes ou situações de emergência.

Fonte – Adaptado pelo autor da ABNT NBR 15401.

Do ponto de vista econômico, a norma ABNT NBR 15401 proporciona um diferencial de marketing, gerando vantagens competitivas para os meios de hospedagem e facilitando o acesso a novos mercados, principalmente o internacional. A atividade turística, desenvolvida de acordo com os princípios do turismo sustentável contribui para o fortalecimento das economias locais, a qualificação das pessoas, a geração crescente de trabalho, emprego e renda para as populações autóctones dos núcleos receptores de turismo.

## **2.4 Vulnerabilidade Socioambiental das Comunidades Pesqueiras no Litoral do Ceará**

Antes de avançar na compreensão do processo contínuo e progressivo de vulnerabilidade socioambiental dos agrupamentos humanos de pescadores do litoral cearense, é de grande valia entender o significado e se situar diante do tema. A vulnerabilidade socioambiental é explicada como a coexistência ou sobreposição espacial entre grupos populacionais com limitações econômicas que os levam a certos níveis de privação (vulnerabilidade social), vivendo (habitando) áreas sujeitas a riscos naturais ou antrópicos, bem como de degradação ambiental (vulnerabilidade ambiental).

As zonas costeiras do litoral brasileiro são áreas de grande concentração urbana. O aumento populacional dessas zonas sem planejamento urbano contribui para aumentar a ação antrópica sobre esses ecossistemas (SCHIAVETTI e CAMARGO, 2005). Os impactos antrópicos na zona costeira cearense incluem grandes empreendimentos turísticos sobre falésias e dunas; ocupação urbana desordenada; construção de estradas sobre lagoas; manguezais e dunas, grandes viveiros para cultivo de camarão (contaminando os rios, desmatando extensas áreas de manguezal e colocando em risco as espécies nativas e seus elos ecológicos); construção de portos (alterando a dinâmica costeira), dentre outros.

De acordo com Mamede (2006), no litoral cearense estão espalhadas mais de 100 comunidades pesqueiras, que têm como principal fonte de sustento a atividade da pesca artesanal. Estas comunidades foram pioneiras no processo de ocupação em grande parte da orla litorânea cearense, tendo convivido harmoniosamente com o meio natural, usufruindo de seus recursos e respeitando a sua capacidade de suporte e regeneração. Essa ocupação primária resultou na construção de uma história com o mar, na formação de uma cultura riquíssima alicerçada no respeito ao meio ambiente.

Segundo Silva & Cavalcante (2002), a ocupação do litoral cearense ocorreu tardiamente, devido às difíceis condições naturais do mar e das praias, da presença de nações indígenas resistentes e, sobretudo, pelo interesse econômico, primeiramente sobre as áreas do sertão. Esses fatos justificam a procrastinação de quase cem anos da ocupação lusitana no Ceará em comparação com outras regiões do país, já que a nossa costa só foi ocupada em 1603. A colonização portuguesa no estado efetiva-se a partir do século XVII em duas correntes de povoamento do Estado, uma no sentido litoral-sertão, chamada 'sertão de fora', originária de Pernambuco (através do vale do rio Jaguaribe) e a outra, conhecida como 'sertão de dentro', de origem baiana, penetrou pelo sul do estado, através do Cariri (CORDEIRO, 1989).

Aos poucos, o território cearense foi sendo conquistado e os índios exterminados, escravizados ou expulsos. Muitos sobreviventes, juntamente com negros forros ou fugidos e demais excluídos da sociedade que se formava buscaram a zona costeira do Estado, onde a terra não tinha dono e podia ser ocupada, dando origem a inúmeras comunidades tradicionais (ALMEIDA & FERRAZ, 2003), as quais passaram a viver da pesca, extrativismo e da pequena agricultura.

Culturalmente, estas comunidades carregam em si expressões de uma relação harmônica com o meio ambiente, uma vez que suas vidas estão baseadas principalmente no autoconsumo e pequenas trocas locais, através das pescarias, ou através da pequena agricultura de subsistência, ou ainda na utilização dos recursos naturais para construção de suas casas (madeira de mangue, taipa, palha de coqueiro e carnaúba). É importante também compreender a postura coletiva em relação à posse da terra, de origem indígena, que muitas comunidades ainda possuem (FERRAZ, 2004).

A dimensão relacional da territorialidade influencia a cultura dessas comunidades quando observada a pouca preocupação com a regularização das terras nessas comunidades, a não ser naquelas que já se sentem ameaçadas pelo avanço da especulação imobiliária com vistas ao desenvolvimento do veraneio e do turismo.

É bastante comum em grupos pesqueiros a prática do pluralismo econômico que consiste na coexistência ou alternância da pesca com a agricultura. Outros grupos, no entanto, têm no mar e na pesca os seus referenciais mais importantes, mesmo que suas mulheres e filhos se dediquem à agricultura e ao artesanato (MALDONADO, 1993, p. 29).

Tupinambá (1999) refere-se a território como constituído por e a partir de relações de poder, e territorialidade como o modo pelo qual esse território assume nítidos contornos para as sociedades pesqueiras tradicionais. Segundo a autora o território se constitui no elemento que delinea de maneira mais marcante e universal os traços da pesca e da vida social dos pescadores, ou seja: a convivência com dois meios diferentes, terra e mar. Remetemo-nos assim a Raffestin (1993), ao dizer que a territorialidade trata-se da maneira pela qual se dá a apropriação concreta de um espaço. Dessa forma:

O que se quer realçar, aqui, é o fato de que o mar não se configura como mero recurso físico, destinado a prover a sobrevivência material

dos pescadores, mesmo porque a apropriação real dos meios de trabalho não resulta, por si só, na condição de apropriação do produto. Além das condições naturais e sociais objetivas, o controle do processo de trabalho também passa pelo domínio subjetivo da produção sobre a ferramenta: a apropriação do mar e de seus recursos implica a detenção de todo um código do saber-fazer que se constrói e se ritualiza no mar, através da tradição, aprendizagem, experiência, intuição. Isso quer dizer que a apropriação desse espaço é, simultaneamente, um ato produtivo e cultural (CUNHA, 1989, p. 23).

Outro relevante aspecto da pesca artesanal é a rede de solidariedade que se estabelece entre os pescadores artesanais ativos e pessoas que estão impossibilitadas de trabalhar pelos mais diferentes motivos - materializando-se através de doações de parte da produção pesqueira. Neste sentido, a pesca artesanal se constitui também como elemento importante na segurança alimentar das populações das comunidades litorâneas (SILVA, 2003).

Para Borgonha (2008) os pescadores do litoral do Ceará não manifestam o desejo de que os filhos se tornem pescadores devido aos elevados riscos do exercício da profissão. Começa a existir um consenso de que a educação seria o melhor caminho de uma profissão melhor aos filhos. De acordo com a autora, em contraponto ao desejo sobre o futuro dos filhos, 82% dos pescadores da praia da Caponga, situada no litoral leste do estado, não apresentaram intenções de abandonar a pesca. A principal alegação é o prazer associado ao desenvolvimento da profissão seguida das habilidades necessárias para realizar as atividades e a falta de alternativas. Fatores que motivam muitos jovens que mesmo com a reprovação dos pais, entram na atividade pesqueira.

A cultura tradicional existente nas comunidades pesqueiras marítimas, como jangadeiros e caiçaras, ao longo da costa brasileira torna-se muitas vezes razão da manutenção da diversidade ecológica (DIEGUES, 1983).

O modo de vida destas comunidades se transforma a partir da década de 1970, em que passa a ocorrer uma modificação da estrutura da propriedade da terra, através da especulação imobiliária, quando a noção de posse coletiva (típica das comunidades indígenas e ainda mantida por algumas comunidades tradicionais) é submetida a loteamentos para implantação de segundas residências (FERRAZ, 2004).

A implantação de equipamentos turísticos de grande e médio porte, incentivados pelos governos municipal, estadual e federal, priorizam a concessão de uso das terras para projetos turísticos em detrimento aos direitos das populações tradicionais (SILVA, 2003).

Deste modo, a pesca artesanal, o extrativismo e a pequena agricultura vêm sendo, gradativamente, substituída pela exploração turística, especulação imobiliária. Segundo Carvalho & Rizzo (1994), este processo, inserido em uma política capitalista mundial de urbanização e crescimento econômico a qualquer custo, é responsável pelo desaparecimento das populações tradicionais do litoral e por degradações ambientais, por vezes irrecuperáveis.

Para Moraes (1999), o estado do Ceará, com a dinâmica capitalista de uso e ocupação da terra, as áreas dominadas por gêneros de vida tradicionais são vistas como residuais e tendentes ao desaparecimento num espaço de tempo pequeno, caso não sejam protegidas por legislação e ações estatais específicas.

A valorização do espaço e as novas atividades produtivas introduzidas nas comunidades litorâneas acarretam a privatização dos espaços que eram públicos e de uso comunitário. Os espaços que eram tradicionalmente usados pelos comunitários para atracar as jangadas, fazer consertos, preparar material de trabalho, ou mesmo para o lazer das populações locais, hoje são objeto de conflitos decorrentes da privatização. Com a chegada da propriedade privada e das cercas, a redução dos espaços de uso comunitário é sentida através da perda das vazantes, do campo de dunas, das falésias e dos olhos d'águas. Ficou reduzida a liberdade de locomoção, a possibilidade de complementar a alimentação familiar e o acesso à água potável retirada das dunas (SILVA, 2003, p.79).

As comunidades de pescadores foram pioneiras no processo de ocupação em grande parte da orla litorânea cearense, tendo convivido harmoniosamente com o meio natural, usufruindo de seus recursos e respeitando a sua capacidade de suporte e regeneração. Essa ocupação primária, que após décadas resultaram na construção de uma história com o mar, na formação de uma cultura riquíssima alicerçada no respeito ao meio ambiente, foi e está sendo ameaçada por correntes migratórias (a maioria de caráter temporário) que estão remodelando, segundo seus interesses, as áreas contíguas ao litoral cearense. Esse fato histórico ocorreu inicialmente com a vinda (muitas vezes “invasão”) dos veranistas

interessados em construir suas “segundas residências”, geralmente ocupadas durante os finais de semana, feriados e férias.

Nesse processo de ocupação, começam a ocorrer as primeiras mudanças de contexto urbano. Surgem melhorias de infraestrutura como a oferta de água encanada, instalação de energia elétrica, disposição de linhas telefônicas e aumento (ou surgimento) de uma malha rodoviária que proporcionará um avanço no sistema de transportes.

Esses fatores atraem novos estabelecimentos, características típicas de “economias de aglomeração”. A noção de "economias de aglomeração" designa os ganhos de eficiência de que beneficiam atividades produtivas em situação de proximidade geográfica e que seriam inexistentes se as atividades tivessem localizações isoladas. Assim consistem em ganhos de produtividade que são atribuídos à aglomeração geográfica das populações ou das atividades econômicas.

Na oferta dos bens públicos, os equipamentos ou os serviços cuja produção dificilmente pode ser assegurada de modo privado, devido ao peso das externalidades ou à importância das indivisibilidades ou outros custos fixos. Do lado dos grandes equipamentos, pode-se pensar nos portos de mar, estradas, aquedutos, aeroportos, esgotos e redes de eletricidade. Do lado dos serviços, pode-se mencionar a administração pública, a educação, a saúde, a justiça e a ordem pública (POLÈSE, 1998, p.95).

Após esse primeiro passo dado pelos veranistas e com o potencial turístico projetado pelos empreendedores, segue-se a instalação de uma infra-estrutura de atração turística, através da construção de hotéis e pousadas, rendendo lucro para os seus proprietários, e proporcionalmente pouco de oportunidade e capital para os “nativos” da região. Enquanto isso, os governos municipais, bem como os estaduais, que tem o dever de regularizar essa ocupação na zona costeira cearense, buscam atrair investimentos sem levar em consideração questões de caráter econômico, social, cultural e ambiental.

É notório que essa ocupação mais recente, seguindo a lógica da especulação imobiliária, reconstruiu o espaço geográfico, redefiniu sua paisagem e de certa forma, gerou empregos, ocupações e oportunidades para os habitantes locais. Oportunidades presentes na requisição de mão-de-obra nas pousadas e hotéis, na contratação de “caseiros” das “segundas residências” e gerou um mercado consumidor crescente para os pequenos comerciantes

(principalmente em feriados e fins de semana). Essas oportunidades quase sempre são de caráter temporário e baixa remuneração.

Para Vasconcelos (2006) essa nova “colonização” do litoral cearense, que tem como elementos mais marcantes a atividade turística e o veranismo, traz inúmeros impactos sociais, econômicos e ambientais para as comunidades. Como exemplo tem a supervalorização das áreas mais próximas à praia, levando as comunidades tradicionais a se deslocarem para áreas mais distantes, tendo que muitas vezes procurarem novas formas de trabalho (como os pescadores), além dos impactos causados pelas influências na cultura local, surgimento de novos hábitos e vícios (drogas, prostituição), assim como impactos ambientais provenientes da poluição, acúmulo de lixo, ocupação residencial nas dunas e nas planícies de inundação dos rios e praias.

Embora as comunidades pesqueiras tenham sofrido diversas transformações nas últimas décadas, a pesca artesanal marítima praticada no litoral do estado do Ceará constitui uma fonte importante de alimentos e proporciona emprego e benefícios econômicos aos que se dedicam a essa atividade. De fundamental importância como produtora de pescados, o declínio da produção pesqueira vem trazendo consequências negativas sobre a geração de renda e oportunidade de emprego advindos deste setor. Vale ressaltar que os empregos gerados pela pesca não se limitam aos pescadores embarcados, existindo ainda uma vasta rede composta por vários segmentos profissionais, como: artesãos de aparelhos de pesca, carpinteiros navais, pequenos comerciantes e pessoal de apoio (MAMEDE, 2006).

### 3. OBJETO DE ESTUDO: A VILA DE FLECHEIRAS

O município de Trairi, distante cerca de 120 quilômetros de Fortaleza, capital do estado do Ceará, possui em seu Litoral as praias de Guajiru, Flecheiras e Mundaú, formadas por comunidades tradicionais de pescadores que mantêm intensa relação com os ambientes naturais. A vila de Flecheiras, localizada numa enseada, entre coqueirais, lagoas e dunas brancas, compondo a imagem de um local tranquilo e praticamente paradisíaco que na década de 1980 não passava de uma pequena comunidade com duas fileiras de casas e a Igreja de São Pedro, onde a população se concentrava para os momentos de fé e de lazer.

Segundo relatos dos/as moradores/as mais antigos/as, a comunidade de Flecheiras originou-se em meados do século XVIII. Estes relatos também nos contam sobre a origem do nome da comunidade. A área indígena, onde esta hoje se situa, tinha o cotidiano marcado pela realização de atividades como a caça e a pesca, tendo seus primeiros habitantes a flecha como instrumento principal de caça, como descrito no trecho de um verso de D. Rita, poetisa local:

Eles caçavam e pescavam  
 Em noite de lua cheia  
 Atirando com arco e flecha  
 De pés descalços na areia  
 Na sua língua diziam:  
 FLECHEIRAS bela sereia.  
 E assim foi derivado  
 Daquela flecha certa  
 Este nome sendo escrito  
 De uma ou outra maneira  
 Cada qual como sabia  
 Parece até brincadeira  
 (SOUZA,1990)

Assim, de flecha originou-se o nome Flecheiras. Esse nome foi, durante muito tempo, grafado das mais diversas formas pelos/as moradores/as locais. Em consequência disso, era possível encontrar nos escritos da comunidade as seguintes grafias: Flecheiras, Fleicheiras, Flexeiras, Fleixeiras, dentre outras.

Esta multiplicidade de grafias, conforme levantamento realizado pela Igreja católica - relativas ao nome da comunidade, trouxe para a pauta de discussão a necessidade de optar por uma grafia única. A opção deu-se através da realização de um plebiscito onde cada morador foi convidado a votar na forma que mais lhe agradava; o resultado da votação legitimou a grafia Flecheiras, por ser esta a que foi originada da história que conta o surgimento da comunidade.

Quanto à moradia, convém ressaltar que, segundo Silva (2002), as casas que eram, em princípio, de taipa, foram sendo ao longo do tempo substituídas por casas de alvenaria. Um tempo que se inicia em 1932, ano em que se deu a construção da primeira “casa de tijolos” - e que, a partir dali, se estende até os dias de hoje, sendo este o tipo de construção predominante.

Assim, o espaço de moradia de Flecheiras, antes marcado pela presença de casas simples, dispostas de forma aleatória e localizadas próximas ao mar, vai perdendo esta conformação e, atualmente, configura um arranjo espacial marcado pela presença de casas enfileiradas, cuja distribuição tem ocorrido longe da *beira-mar*. Próximo ao mar estão: pousadas, hotéis, restaurantes, casas de segunda residência - e algumas poucas residências dos/as que ainda resistem à especulação imobiliária.

Traçado este pequeno perfil, deter-nos-emos agora nas primeiras viagens ou incursões feitas a Flecheiras, no sentido de melhor compreender o histórico da relação entre moradores/as e visitantes. Por volta da década de 1950, essas viagens foram realizadas por famílias que vinham ao encontro dos parentes que residiam ali, na comunidade. A primeira parte da viagem era feita de *jeep* até Trairi, de onde se seguia de burro ou jumento em busca do destino final. No entanto, é somente na década de 1970 que começa a se desenhar na comunidade o turismo de veraneio. Este, segundo Silva,

Nos anos 70 e 80, o desejo da classe média era construir uma casa na praia e, se possível, sobre os espaços mais bonitos do lugar, não importando os impactos ambientais, paisagísticos ou sociais causados às populações que aí residiam e formavam suas comunidades. Muitos desses terrenos eram ocupadas pelas populações de pescadores com intervenções de pequeno impacto - e que foram, ao longo de muitos anos, responsáveis por sua preservação (Silva, 2002, p.82).

A década de 1980, enfim, configura o período em que as transformações na comunidade começam a se materializar, tendo em vista que a atividade turística começa, de fato, a se estabelecer. Em 1982 dá-se início à construção do primeiro hotel da Praia de Flecheiras, que foi concluído em novembro de 1987. No ano seguinte é construída a estrada de piçarra que dá acesso à comunidade, bem como a pavimentação das ruas que recortam o centro e o núcleo central da comunidade.

Nesse sentido, a construção de equipamentos turísticos tem promovido uma marcante segregação espacial. Em Flecheiras, os/as moradores/as foram deslocados/as do espaço da praia para a periferia da comunidade, onde atualmente mora a maioria dos pescadores e pescadoras do lugar.

O deslocamento para longe da praia, entre outros fatores, contribui para dificultar a realização da atividade pesqueira. Distantes da praia - espaço de realização do trabalho -, os pescadores e pescadoras têm enfrentado problemas no que se refere à proteção do material de pesca e ao ancoramento das jangadas. Com a ocupação da praia pelos equipamentos turísticos e pelas casas de fim de semana, já não sobra espaço de moradia para a população e nem mesmo como ancoradouro para as jangadas - já que, atualmente, é restrito o espaço de praia, uma vez que este foi ocupado pelas barracas de praia, pousadas e hotéis.

A degradação ambiental do lugar é reproduzida no uso ilimitado dos recursos naturais, principalmente no que toca à ocupação dos campos de dunas - os quais apresentam limitações de uso específico, dada a sua grande vulnerabilidade. Essa degradação, que vem ocorrendo em todo o litoral cearense, soma-se, em Flecheiras - assim como em outras comunidades -, a outros agravantes: a pesca predatória da lagosta e a sobrepesca nos bancos naturais de algas têm provocado sérios desequilíbrios ambientais, ocasionando a diminuição das espécies supracitadas e agravando o quadro de degradação aqui mencionado.

Depreende-se, desta forma, que o turismo em Flecheiras tem contribuído para a desarticulação das atividades tradicionais desenvolvidas na comunidade, visto que, ao ser pensado, desconsiderou a participação dos/as moradores/as e as especificidades locais. As atividades tradicionais desenvolvidas na comunidade - caso da pesca e da agricultura -, que encontram na natureza a essência de sua realização, têm sua continuidade ameaçada. Essa situação da pesca acaba por determinar uma desestruturação das atividades tradicionais, materializada ora no abandono destas atividades, ora na superposição de atividades desencadeadas pelo turismo.

#### 4. METODOLOGIA

A pesquisa realizada é do tipo exploratória com abordagem quali-quantitativa. Para Malhotra (2012) o objetivo da pesquisa exploratória é fazer uma busca em um problema ou em uma situação a fim de oferecer informações e maior compreensão. Para esta pesquisa, adotaram-se procedimentos baseados em levantamento bibliográfico, coleta de informações, tratamento, interpretação e análise de dados. Para Minayo (1994) a análise e a interpretação estão contidas no movimento de olhar atentamente para os dados da pesquisa e ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado, articulando-o ao contexto cultural inserido.

Para o estudo realizado, a população-alvo foi composta de usuários do site digital de fotografias Instagram e do site de viagens TripAdvisor. Os dois sites digitais escolhidos para a coleta de dados desta dissertação disponibilizam em suas páginas na internet os comentários de viagem e imagens postadas por usuários que já visitaram a Praia de Flecheiras. Foram analisados 813 comentários e no site TripAdvisor e 1161 imagens na plataforma digital Instagram.

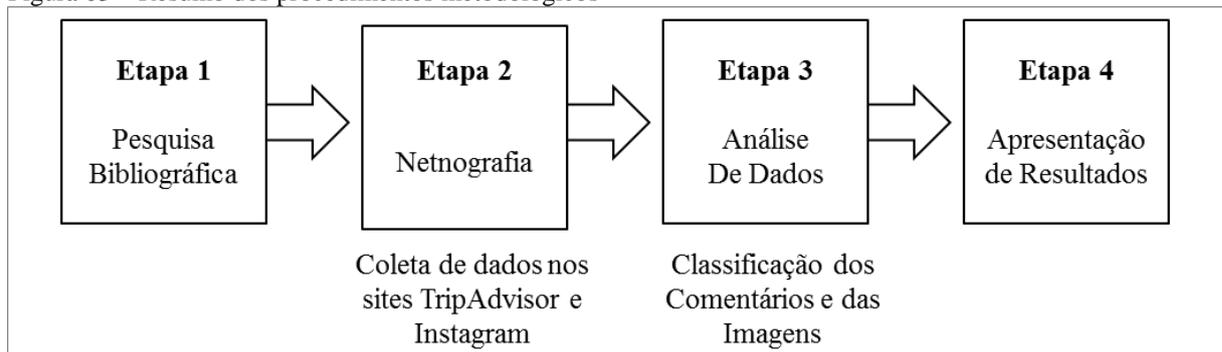
Os comentários postados por usuários na internet impulsionam a relevância do site TripAdvisor, escolhido para fazer parte desta dissertação por ser um dos maiores sites de viagens do mundo Alves (2017). O site foi fundado em fevereiro de 2000 e em 2016 está presente em 48 países em 28 idiomas diferentes, com cerca de 2.600 novos tópicos postados diariamente nos fóruns do site, mais de 200 milhões de avaliações e opiniões e mais de 315 milhões de viajantes que acessavam o site todos os meses (TripAdvisor, 2016).

Assim como realizado por Alves (2015), a coleta de dados foi realizada com o uso da netnografia. O termo netnografia consiste na junção das palavras internet e etnografia, definindo como a etnografia aplicada à internet e tem sido amplamente utilizado pelos pesquisadores da área do marketing e da administração (RENDÓN, 2016).

O uso da netnografia é indicado para registrar o que as pessoas fazem e dizem que fazem, buscando descrever e interpretar o significado do que se observa (RENDÓN, 2016). Hidalgo (2009) aborda a netnografia como um ramo da sociologia encarregada de analisar o comportamento livre dos indivíduos no ambiente virtual. Turpo (2008) divide a netnografia em duas fases, destacando (i) coleta de dados e (ii) interpretação humana.

As análises netnográficas “podem variar ao longo de um espectro que vai desde ser intensamente participativa até ser completamente não-obstrutiva e observacional” (KOZINETS, 2007: 15). A figura 03 apresenta o resumo dos procedimentos metodológicos utilizados.

Figura 03 – Resumo dos procedimentos metodológicos



Fonte: Elaborado pelo autor.

**Etapa 1:** Inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico com vistas à apreciação dos conceitos e das metodologias que subsidiaram as análises e discussões da dissertação. Marconi e Lakatos (1990) discorrem que a pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias acerca da temática a ser estudada tem como principal objetivo colocar o pesquisador em contato direto com o que foi escrito, dito ou filmado sobre o assunto.

**Etapa 2:** Para atingir os objetivos propostos foi realizada coleta de comentários na rede social de turismo TripAdvisor, pois, como afirma Chagas (2009), a atratividade de um núcleo receptor de turismo muitas vezes é descrita pelas opiniões dos visitantes do lugar. Foi utilizada como referência a metodologia usada por Donaire e Galí (2011) para coleta das imagens e os procedimentos utilizados por Alves (2015) para coleta dos comentários.

Foram analisados todos os 813 comentários sobre a Praia de Flecheiras no site TripAdvisor postados no período de 15 de julho de 2014 a 10 de agosto de 2018. Foram analisadas ainda todas as 1161 fotos compartilhadas na rede social Instagram durante os meses de junho e julho de 2018 marcadas com as hastags: #flecheiras, #praiadeflecheiras, #flecheirasbeach, #flexeiras, #praiadeflexeiras e #flexeirasbeach.

**Etapa 3:** O processo de análise dos comentários e imagens ocorreu com (i) transferência dos comentários coletados para o software Writewords e inclusão das informações atribuídas às imagens analisadas no Microsoft Office Excel gerando dados quantitativos (ii) utilização do Microsoft Office Word para geração de tabelas. **A) Classificação dos comentários:** O software Writewords gerou uma relação com as palavras com o maior número de repetições, sendo possível gerar tabelas no arquivo Word com diferentes categorias de atrativos turísticos da Praia de Flecheiras. **B) Classificação das imagens:** Posteriormente ao levantamento das imagens marcadas com as *hashtags* selecionadas, foi realizada a interpretação das fotos em categorias de atrativos turísticos previamente escolhidos e as informações descritas manualmente em uma planilha no Microsoft Office Excel. Em seguida foi realizada a discussão dos resultados encontrados.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A dissertação passa a analisar os comentários de viagens e fotografias compartilhados de forma espontânea pelos turistas e visitantes da Praia de Flecheiras. Os 813 comentários do site TripAdvisor analisados foram transferidos para o software Writewords. As palavras com maior número de repetições postadas no site TripAdvisor, foram classificadas de acordo com as suas características, em três grupos de atrativos distintos: i) Atrativos naturais ii) Atrativos culturais iii) Infraestrutura de hospedagem e alimentação. Foram extraídas dos comentários 2055 palavras. A tabela 01 demonstra os grupos de atrativos e a frequência das palavras postadas.

Tabela 01: Comentários – Lista de frequência de atrativos turísticos

<b>Palavras agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Atrativos naturais	1188	57,81
Infraestrutura de hospedagem e alimentação	715	34,79
Atrativos culturais	152	7,4
<b>Total</b>	<b>2055</b>	<b>100%</b>

Fonte: dados primários.

Assim como na figura anterior expõe os comentários analisados, a tabela 02 demonstra a frequência das 1161 fotografias postadas na rede social Instagram classificadas de acordo com as suas características, em três grupos de atrativos distintos: i) Atrativos Naturais ii) Atrativos culturais iii) Infraestrutura de hospedagem e alimentação.

Tabela 02: Imagens – Lista de frequência de atrativos turísticos

<b>Palavras agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Atrativos naturais	592	50,99
Atrativos culturais	383	32,99
Infraestrutura de hospedagem e alimentação	186	16,02
<b>Total</b>	<b>1161</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados primários.

O site de turismo TripAdvisor possui uma maneira própria de segmentar suas avaliações em um “ranking” onde o usuário atribui até cinco círculos, de acordo com seu grau de satisfação com o que é avaliado. Um adjetivo é vinculado à quantidade de círculos de cada avaliação. Conforme a figura 04, a análise quantitativa de avaliações compartilhadas no TripAdvisor aponta que 94% dos visitantes da Praia de Flecheiras classificou a destinação turística como excelente ou muito bom, consolidada com uma nota 4,5.

Figura 04 – Avaliação da Praia de Flecheiras no TripAdvisor



Fonte: Adaptado de [www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](http://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

As redes sociais têm se tornado ferramentas úteis para pesquisa, que geram informações espontâneas de turistas com as manifestações das experiências de consumo (AMARAL et al., 2015). Com vistas a identificar a espontaneidade nos comentários analisados e fazer um paralelo com o ranking de avaliação oficial do site TripAdvisor, foram selecionados os adjetivos com o maior número de repetições nos dados coletados. Conforme a tabela 03, a Praia de Flecheiras é linda, tranquila, excelente, limpa, vale - “vale a pena” -, maravilhosa, calma, um paraíso perfeito para descanso de famílias, crianças, amigos e casais.

Tabela 03: Lista de Frequência de comentários/adjetivos da Praia de Flecheiras

Palavras agrupadas por segmentos	Frequência	(%)
Linda	174	14,39
Tranquila	167	13,81
Excelente	131	10,84
Limpa	110	9,1
Vale	96	7,94
Maravilhosa	91	7,53
Paraíso	84	6,95
Família	84	6,95
Calma	82	6,78
Crianças	79	6,53
Descanso	34	2,81
Perfeita	32	2,65
Amigos	28	2,32
Casal	17	1,41
<b>Total</b>	<b>1209</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados primários.

Diante do exposto, é feito a seguir uma abordagem discursiva com o auxílio da literatura com vistas a esclarecer a influência das redes sociais virtuais na formação da imagem turística da Praia de Flecheiras/CE.

#### 4.1 Atrativos Naturais

Na Praia de Flecheiras, a inter-relação entre o turismo e o meio ambiente é incontestável, uma vez que este último constitui a “matéria-prima” da atividade. Como meio ambiente “entende-se a biosfera, isto é, as rochas, a água e o ar que envolve a Terra, juntamente com os ecossistemas que eles mantêm” (ODUM 2001, p. 279). Esses ecossistemas são constituídos de comunidades de indivíduos de diferentes populações (bióticos), que vivem numa área juntamente com seu meio não vivente (abiótico) e se caracterizam por suas inter-relações, sejam elas simples ou mais complexas. Essa definição inclui também os recursos construídos pelo homem, tais como casas, cidades, monumentos históricos, sítios arqueológicos, e os padrões comportamentais das populações – folclore, vestuário, comidas e o modo de vida em geral –, que as diferenciam de outras comunidades.

A qualidade do ambiente, tanto o natural como o humanizado, são essenciais para o turismo. Por sua vez, como qualquer setor produtivo, o turismo traz impactos com efeitos positivos e também negativos para o ambiente, considerando todas as escalas espaciais: local, regional, nacional e global. A complexidade dessa relação aumenta com a constatação de que os recursos naturais poderão ser afetados negativamente pelo turismo, o qual, para o seu desenvolvimento, depende de um ambiente equilibrado e protegido e da existência dos recursos naturais conservados em sua integridade e originalidade.

Famosa por ter paisagens bonitas e desejadas por turistas, a Praia de Flecheiras tem uma formação de recifes de arenito em frente a sua rede hoteleira, o que atrai muitos banhistas. As piscinas naturais formadas em meio aos recifes durante os períodos de maré baixa proporcionam a observação de uma diversidade de organismos aquáticos. Os peixes, crustáceos e moluscos estão entre os grupos de fauna que mais despertam o interesse por parte de turistas e visitantes do lugar em razão de sua proeminência e singularidade na paisagem.

Os atrativos naturais da Praia de Flecheiras são mencionados em 57,81% dos comentários analisados e em 50,99% das imagens postadas pelos turistas e visitantes do lugar. Comparando os dados obtidos com o resumo realizado por Coelho (2013) sobre os fatores de maior peso para a atratividade turística, existe similaridade com o estudos realizados por Oliani et al. e Gearing; Swart; Var (1974), que consideram os atrativos naturais de primeira importância para os consumidores de turismo.

Os atrativos naturais representados pelas palavras “piscinas naturais”, “algas”, “corais” e o termo “fauna marinha” (Tabela 04), tiveram relevante influência na construção dos comentários. Nos comentários analisados, a palavra “praia” teve o maior número de

repetições, com 56,99% de frequência entre as palavras analisadas, tendo em vista o fato de que o tópico analisado no site TripAdvisor se refere à “Praia de Flecheiras”, o que faz com que a palavra “praia” esteja presente na maioria dos comentários.

Tabela 04: Lista de frequência dos comentários - Segmento atrativos naturais

<b>Palavras agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Praia	677	56,99
Piscinas naturais	147	12,37
Areia	95	8
Por do sol	68	5,72
Algas	48	4,04
Paisagem	45	3,79
Corais	37	3,11
Natureza	25	2,1
Eólica	16	1,35
Lagosta	12	1,01
Fauna marinha	07	0,59
Coqueiros	05	0,42
Lixo	05	0,42
Preservar	01	0,08
<b>Total</b>	<b>1188</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados Primários.

A palavra “corais” foi citada 37 vezes. No litoral do Nordeste é algo corrente utilizar a expressão “recifes de coral” para designar as formações recifais, isto ocorre devido ao importante papel que os corais desempenham na edificação de um recife em muitas regiões, não sendo, necessariamente, o principal construtor das formações recifais do lugar.

Na análise das imagens provenientes da rede social digital Instagram (tabela 05), a faixa de praia obteve 56,93% das composições fotográficas, praticamente a mesma proporção de frequência que a palavra “praia” obteve nos comentários provenientes do site de turismo TripAdvisor. Novamente as piscinas naturais ganharam destaque, dessa vez por meio das fotografias, o que mostra um bom nível de associação do lugar com esse ambiente marinho.

Tabela 05: Lista de frequência de imagens - Segmento atrativos naturais

<b>Imagens agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Praia	337	56,93
Piscinas naturais	160	27,03
Por do sol	77	13,01
Dunas	18	3,04
<b>Total</b>	<b>592</b>	<b>100%</b>

Fonte: dados primários.

A zona costeira engloba zonas de transição entre biomas, nesta região está localizada a zona intertidal que é compreendida entre a linha da máxima maré alta e mínima maré baixa (POLLETE et al., 2000). É nessa zona que são encontrados os arenitos de praia ou recifes de arenito que são corpos rochosos alongados que se encontram dispostos paralelamente à faixa de praia, sendo formados por areias de praia cimentadas por carbonato, às vezes apresentando seixos e restos de conchas.

Nos ambientes rochosos, à medida que a maré recua, observa-se a formação de poças naturais. As poças formadas nessas regiões são chamadas de poças de maré e são verdadeiras piscinas naturais que atraem a presença de banhistas e servem de abrigo para inúmeras espécies de animais e vegetais marinhos (MATTHEWS-CASCON; LOTUFO, 2006).

Na Praia de Flecheiras, durante fins de semana e feriados, há um aumento significativo no fluxo de pessoas que utilizam a praia e o mar, gerando um grande aporte de resíduos sólidos, contribuindo com a contaminação da praia (ARAÚJO; COSTA, 2007a). A situação ainda é mais preocupante para as praias que abrigam recifes costeiros, pois se comparadas com praias expostas, elas têm menor capacidade de dispersão dos contaminantes. Além disso, possuem menor circulação de água, portanto, são mais susceptíveis à contaminação de resíduos sólidos (ARAÚJO; COSTA, 2007b). A figura 05 mostra as piscinas formadas durante a maré baixa com turistas desfrutando do lugar, embora muitas vezes estes usuários descartem uma variedade de resíduos na água como plástico, nylon e isopor.

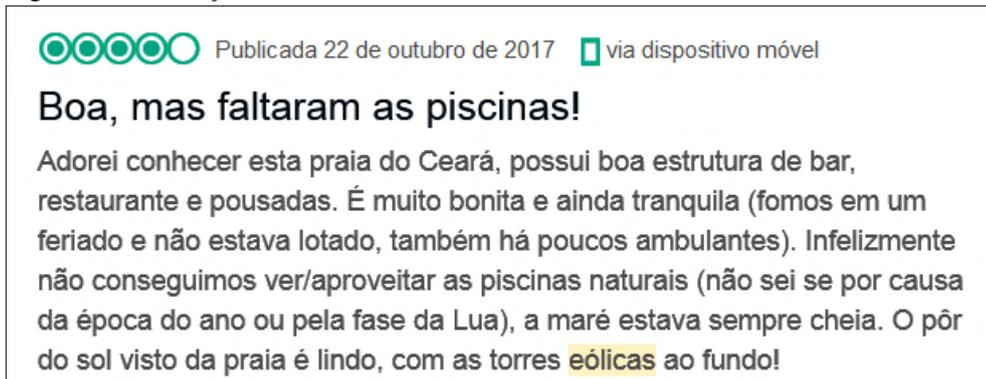
Figura 05 – Piscinas naturais nos recifes costeiros



Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/flexeiras/](http://www.instagram.com/explore/tags/flexeiras/)

As piscinas naturais são expostas à superfície somente durante as marés de sizígia, período de ciclo lunar com duração de quatro dias que ocorre duas vezes ao mês. É habitual o visitante ter acesso somente à faixa de praia. Por este motivo muitos visitantes não presenciam as piscinas naturais, tendo o sentimento de decepção transmitido nos comentários (figura 06).

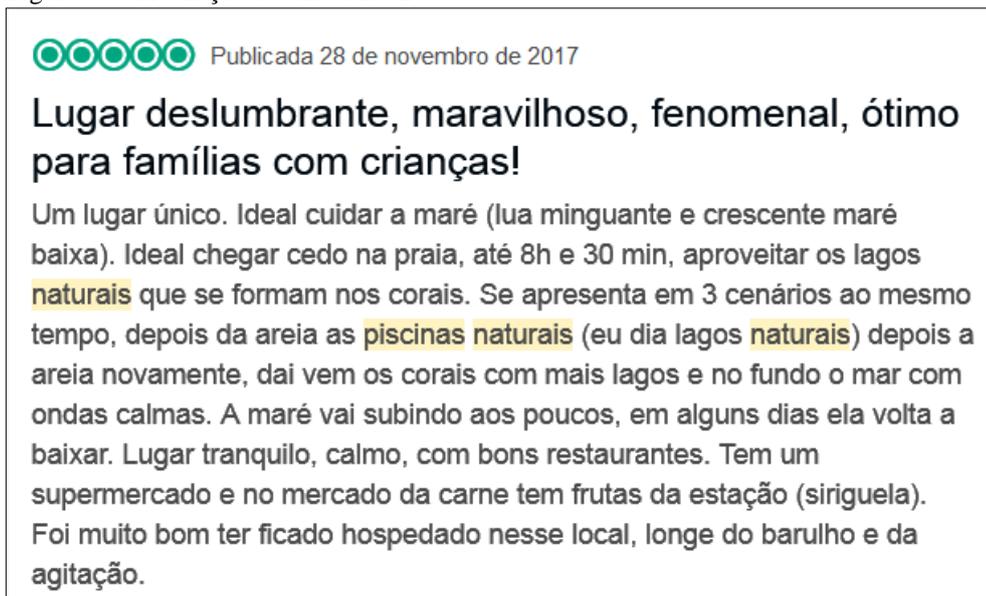
Figura 06 – Avaliação de turista nº 01



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

Embora com frequência reduzida, existem visitantes que identificam a dependência das piscinas naturais com a oscilação das marés, os quais entram em sintonia com o movimento das águas do mar e fazem relatos bem precisos sobre as condições oceanográficas de balneabilidade (figura 07).

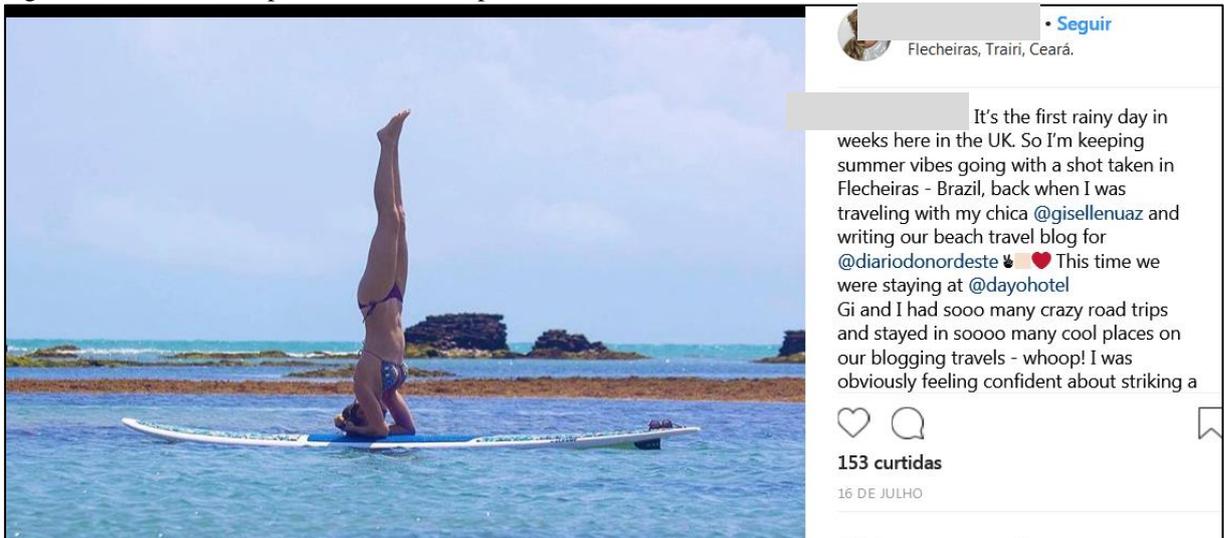
Figura 07 – Avaliação de turista nº 02



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

Mesmo estando exposto à superfície somente cerca de oito dias ao mês, este ecossistema tem sofrido perturbações de origem antropogênica devido ao fácil acesso de banhistas, praticantes da pesca esportiva e de esporte náuticos. A figura 08 apresenta umas das diversas modalidades de esportes náuticos praticados em meio aos recifes.

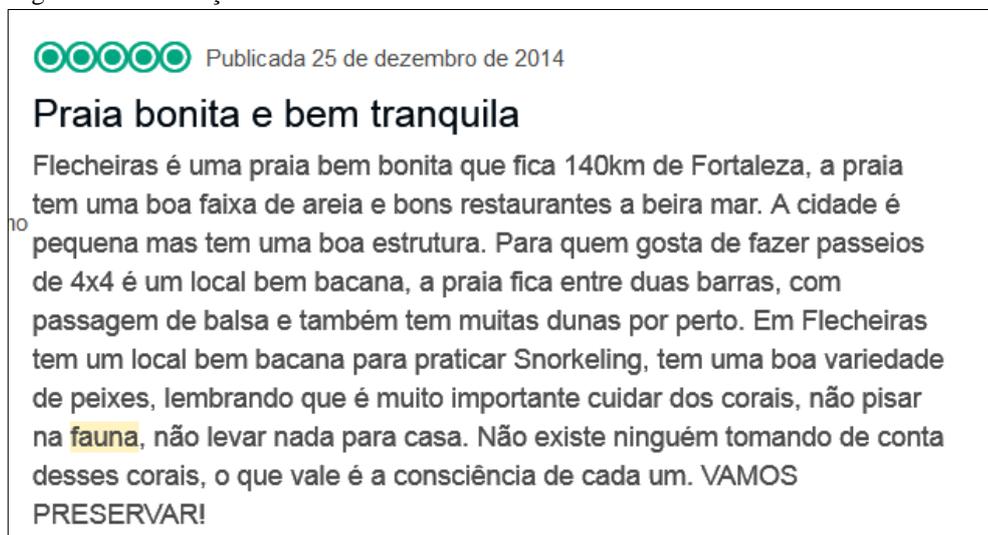
Figura 08 – Prática de esportes náuticos nas piscinas naturais



Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/flecheiras/](https://www.instagram.com/explore/tags/flecheiras/) (julho/2018)

Essa poluição afeta a fauna marinha, através de emaranhamento, ingestão de resíduos que ocasiona mudanças na integridade e funcionamento dos habitats. (SPENGLER; COSTA, 2008). São poucos os visitantes que se preocupam em preservar o ecossistema recifal, tendo em vista que a palavra “preservar” foi citada apenas uma vez (figura 09).

Figura 09 – Avaliação de turista nº 03



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

É importante ressaltar que um atrativo, é antes de tudo, um patrimônio que precisa ser preservado o que torna fundamental atender a capacidade de carga de cada atrativo. Ou seja, cada atrativo possui um limite da capacidade de receber certo número de visitantes sem causar efeitos negativos aos recursos naturais.

Manter a capacidade de carga recreativa dos recifes da área de estudo nos níveis atuais ou mesmo aumentá-la depende do controle das atividades antropogênicas no continente, bem como pelo fomento da educação ambiental com os usuários dos recifes, sejam pescadores, turistas e visitantes, como forma de minimizarem os impactos diretos. Afinal, a satisfação dos visitantes não pode suplantiar a preocupação com o impacto negativo do turismo sobre o atrativo turístico.

Estudos indicam que a grande maioria das agressões causadas por visitantes em áreas naturais é decorrente do desconhecimento das atitudes e comportamentos durante a visita. Experiências internacionais de regulamentação do comportamento do visitante têm demonstrado que campanhas educativas são mais bem aceitas pela sociedade e mais eficientes que medidas coercivas. Campanhas promovidas pelo ICMBIO, como o Projeto Conduta Consciente em Ambientes Recifais, junto ao trade turístico e visitantes da costa dos corais, nos estados de Alagoas e Pernambuco (figura 10), vem demonstrando resultados satisfatórios.

Figura 10 – Cartaz projeto conduta consciente



Fonte: [www.icmbio.gov.br](http://www.icmbio.gov.br)

Para Roberts et al. (2002), as áreas de grande riqueza de espécies faunísticas, como os recifes tropicais, estão sob a grande ameaça de atividades antropogênicas. Para Barney e Hesterly (2011) há recursos naturais que são utilizados para manter uma paridade competitiva de atividades econômicas com seus concorrentes. Dessa forma, possuir esse recurso pode não significar maior competitividade, mas não tê-lo pode significar não ter condições de competir. Para Hoffman (2010), em boa parte dos núcleos turísticos não houve tempo suficiente para que a degradação manifestasse seus efeitos e ressalta a necessidade de compreender a sustentabilidade não como um fator que gere o desenvolvimento socioeconômico, mas como uma condição necessária para sua manutenção do turismo.

Uma das atividades mais tradicionais realizadas por turistas e veranistas já foi uma caminhada nas dunas móveis de areia branca para a apreciação do pôr do sol. Nos últimos dez anos a paisagem sobre as dunas vem sendo reconfigurada com o advento da instalação de parques eólicos sob a região de dunas, modificando a composição fotográfica ao fim de tarde para uma caminha à beira mar (figura 11).

Figura 11 – Caminhada na praia ao entardecer

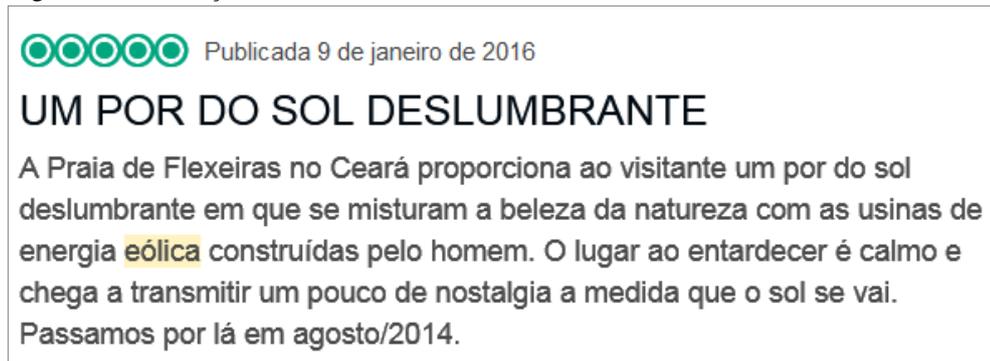


Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/praiadeflecheiras/](http://www.instagram.com/explore/tags/praiadeflecheiras/) (julho/2018)

A produção de energia eólica tem sido apresentada como uma matriz energética limpa, amigável ao meio ambiente em termos tecnológicos e reduzida poluição ambiental

(SIMAS; PACCA, 2013). Tal fato tem provocado mudanças significativas na paisagem bem como na atividade turística, como observado nas fotografias analisadas, haja vista que cerca de 70 fotografias compostas pelo por do sol direcionaram a paisagem aos aerogeradores, estes ainda presentes em 16 comentários, como o da figura 12.

Figura 12 – Avaliação de turista nº 04



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.htm](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.htm)

Embora a energia eólica seja considerada uma matriz energética “limpa”, existe contestações sobre o modo e onde está sendo gerada a energia eólica têm sido o impacto sobre a estética da paisagem e o turismo (KARYDIS, 2013). No estado do Ceará, as usinas eólicas estão sendo instaladas ao longo do litoral, principalmente em áreas de dunas pelo fato destas áreas possuírem maior potencial eólico (figura 13).

Figura 13 – Aterramento das dunas móveis para instalação de torres de energia eólica



Fonte: [www.facebook.com/photo.php?fbid=3324374315020&set=a.3268535839093&type=3&theater](http://www.facebook.com/photo.php?fbid=3324374315020&set=a.3268535839093&type=3&theater)

O campo de dunas, além de ser uma feição característica do ecossistema costeiro, também é um atrativo turístico importante em função da beleza cênica e experiência

recreativa que oferece. Desta forma, a alteração da paisagem costeira poderia representar uma depreciação deste ecossistema e, como resultado, o segmento do turismo de “sol e praia” ser afetado negativamente pela depreciação do capital paisagístico natural do litoral (MOURA-FÉ; PINHEIRO, 2013). Na figura 14, moradores da Praia de Flecheiras, preocupados com danos aos recursos ambientais do lugar e possíveis impactos negativos no turismo, realizaram em novembro de 2011 uma passeata contra a instalação dos aerogeradores sobre as dunas, denominada “Eólicas Sim, nas Dunas, Não”.

Figura 14 – Passeata contra a instalação de torres de energia eólica nas dunas de Flecheiras



Fonte: [www.facebook.com/photo.php?fbid=2717975635432&set=a.2717974315399&type=3&theater](http://www.facebook.com/photo.php?fbid=2717975635432&set=a.2717974315399&type=3&theater)

Outro aspecto controverso no estado do Ceará remete ao fato de o governo ter instituído uma política no sentido de “simplificar os minuciosos e demorados estudos ambientais requeridos pelas fontes tradicionais de geração elétrica” quando, instituiu o licenciamento ambiental simplificado para os empreendimentos energéticos considerados com pequeno potencial de impacto ambiental, incluindo nesta relação as usinas eólicas. Essa medida questionável é criticada em virtude da importância dos parques eólicos apresentarem EIA/RIMA, pelo fato de que muitos empreendimentos terem sido construídos em Área de Proteção Permanente (APP) (CEARÁ, 2010).

Araújo (2014), com vistas a compreender como os usuários da praia reagem às alterações da paisagem costeira, identificou que a probabilidade de o turista apoiar a alteração da paisagem pelas turbinas eólicas aumentou quanto maior foi sua convicção sobre a natureza da fonte de energia (energia limpa). Para estes turistas as usinas eólicas instaladas sobre os campos de dunas móveis tornaram-se mais um atrativo turístico do lugar. Por outro lado, a probabilidade de apoiar a instalação destes empreendimentos reduziu ao passo do aumento da convicção do turista sobre a poluição visual e impedimento de migração das dunas móveis.

A atitude política do turista está direcionada a apoiar a política de energia eólica no litoral cearense, como podemos observar na figura 15 e em boa parte das composições fotográficas analisadas.

Figura 15 – Apreciação de torres de energia eólica sobre as dunas



Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/praiadeflecheiras/](http://www.instagram.com/explore/tags/praiadeflecheiras/)

Ladenburg (2010) afirma que aqueles que visitam os núcleos turísticos e fazem uso dos atrativos naturais do lugar, em grande parte, são os que sofrerão perdas de cunho recreativo com a alteração da paisagem natural e perda da beleza cênica. Por ter seu valor estético diminuído, as atividades que estão associadas a este serviço ambiental podem sofrer impactos negativos, como é o caso do turismo.

## 4.2 Atrativos Culturais

Conhecer culturas é uma das fortes motivações existentes na atividade turística (BURBRIDGE, 1993). Conseqüentemente, ir ao encontro dessa cultura pelo turismo faz o turista perceber valores do patrimônio imaterial de um lugar. Definida como a parte do ambiente feita pelo homem, a cultura é essencialmente uma elaboração que descreve o corpo total de crenças, comportamento ou conduta, saber, sanções, valores e objetivos que assinalam um modo de vida de um povo (HERSKOVITS, 1988).

Há comunidades autóctones de núcleos receptores nas quais o turismo causa profundas mudanças sociais e culturais no lugar (BENEVIDES, 1997). A imposição de costumes e valores culturais exógenos às comunidades litorâneas pelos visitantes e novos moradores dos núcleos turísticos muitas vezes tem causado a desagregação dos laços comunitários locais historicamente estabelecidos (ARAUJO; MOURA, 2007, p.103).

Entretanto, há situações nas quais a sociedade autóctone responde à expansão do turismo se inserindo nas atividades turísticas, e, ao mesmo tempo, mantendo parte significativa do patrimônio cultural local que confere identidade ao lugar. A interação do turismo com a população autóctone ocorre entre local/global, que, para Coriolano (1998), a população local se desenvolve a partir do momento em que o lugar passa por um estágio de desenvolvimento, ainda que de forma gradativa, melhorando as vias de acesso e oferecendo serviços de hospedagem, o que requer mão-de-obra, nesse caso a da própria população local.

Para a comunidade autóctone da Praia de Flecheiras, a pesca é uma atividade econômica e sociocultural que caracteriza bem o lugar. Enquanto atividade econômica, ela é provedora da renda de grande parte da população autóctone, e, como aspecto social, está inserida na representatividade dos pescadores como núcleo agregador da comunidade.

A pesca artesanal proporciona permanências de determinados hábitos alimentares e práticas gastronômicas no lugar, faz surgir pratos que, por suas características de preparo e degustação, bem como por conta do significado que possuem para o grupo que os degustam, terminam por constituir símbolos locais, os chamados pratos típicos. Esta iguaria gastronômica tradicionalmente preparada e degustada em uma região, que possui ligação com a história do grupo que a degusta e integra um panorama cultural que extrapola o prato em si.

Como podemos observar na tabela 06, a culinária local, aqui representada pela palavra “comida” está presente em 39,47% dos comentários analisados. Estes dados reforçam que a identidade de uma localidade e de seu povo, se torna muitas vezes uma espécie de insígnia local, fato que ganha importância dentro do contexto turístico.

Tabela 06: Lista da frequência dos comentários – Seguimento atrativos culturais

<b>Palavras agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Comida	60	39,47
Pescador	33	21,71
Vila	26	17,11
Jangada	17	11,18
Artesanato	10	6,58
Igreja	03	1,97
Cultura Local	03	1,97
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados Primários.

Para Ascanio (2000), a gastronomia enquanto patrimônio local permite incorporar os atores do lugar na elaboração de produtos para auxiliar o desenvolvimento da atividade. Há uma íntima relação que se estabelece entre a alimentação e a atividade turística, seja do ponto de vista de serviço essencial para a permanência do turista em uma localidade, seja sob o ponto de vista da comida como expressão de uma cultura e fonte de experiência turística, como podemos observar nas 273 repetições das palavras “pesca” e “culinária”.

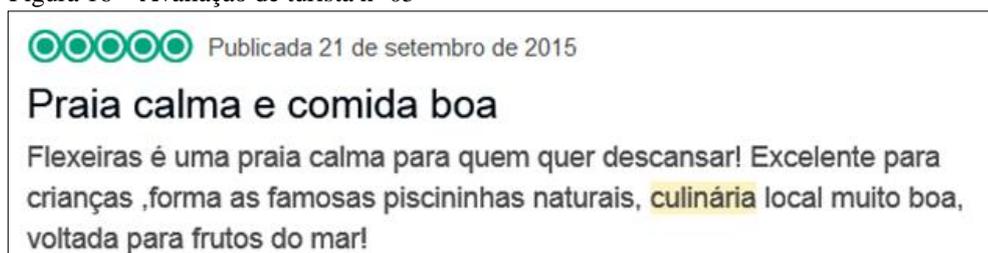
Tabela 07: Lista da frequência das imagens – Segmento atrativos culturais

<b>Imagens agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Pesca	161	42,04
Culinária	112	29,24
Arquitetura	110	28,72
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados Primários.

A gastronomia tem destaque relevante para o turismo na Praia de Flecheiras. Se existe uma expressão que defina o lugar não resta dúvida, é um lugar de “comida boa”. A figura 16 representa bem a importância do patrimônio gastronômico da comunidade autóctone, “considerado como um dos pilares indispensáveis sobre os que deveria fundar-se em grande parte o desenvolvimento do turismo cultural” (ALVAREZ, 2002, p. 17).

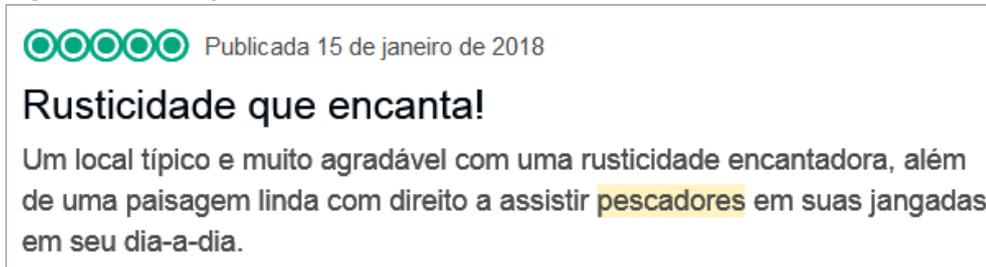
Figura 16 – Avaliação de turista nº 05



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

Além da culinária à base de frutos do mar, o cotidiano da atividade pesqueira desenvolvida por pescadores artesanais gera satisfação positiva nos visitantes. A pesca artesanal é descrita por Diegues (2001) como comunidades humanas que constituem um patrimônio cultural inestimável. Como demonstra a figura 17, a Praia de Flecheiras é fortemente caracterizada por esta cultura com as palavras “pescador”, “vila” e “jangada”.

Figura 17 – Avaliação de turista nº 06



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

Pouco mais de 40% das composições fotográficas são compostas por algum tipo de símbolo da cultura da pesca, o que demonstra a importância da cultura da pesca artesanal como atratividade turística do lugar, observado na criança com jangadas ao fundo (figura 18).

Figura 18 – Jangadas na praia de Flecheiras



Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/flexeiras/](http://www.instagram.com/explore/tags/flexeiras/)

Outra característica marcante na economia do município é o artesanato, responsável pelo sustento de inúmeras famílias, as peças produzidas pelas artesãs de Trairi deriva da técnica introduzida no Brasil pelos portugueses que utiliza às almofadas e os bilros é representada na produção de utilitários como vestimentas, adereços, mobiliários, peças decorativas e funcionais (figura 19).

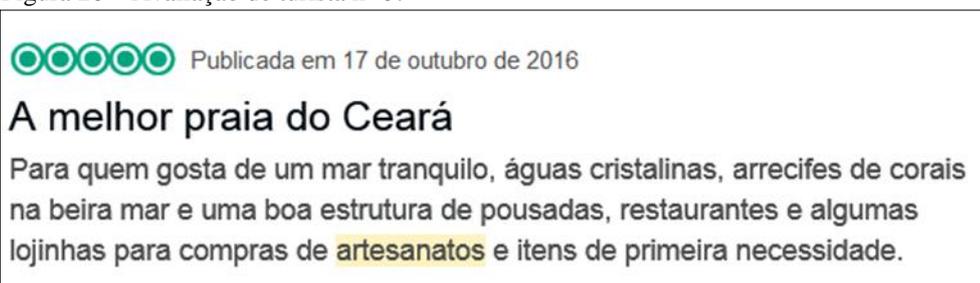
Figura 19 – Artesanato de renda de bilbro



<http://hotsite.diariodonordeste.com.br/especiais/fios-de-tradicao/rendas-do-mar/rendeiras-rendilheiras/albertina-roque>

O artesanato cearense considerado uma referência nacional, que possuem em sua essência a cultura local, foram mencionados 10 vezes nos comentários analisados embora não compuseram nenhuma fotografia (figura 20). A falta de incentivo à comercialização e de uma assistência técnica especializada faz com que o artesanato tenha seu potencial pouco explorado e deixe de ser fator de diferenciação do turismo local.

Figura 20 – Avaliação de turista nº 07



[https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

Conforme Pine e Gilmore apud Nascimento (2004, p. 69) “cada consumidor é único e para ele o produto deve ser único”. O Artesanato é feito manualmente e por isso é único também. O Artesanato não é apenas um objeto, mas uma experiência, uma característica, um “espelho” que reflete toda uma história de vida de quem o faz.

### 4.3 Infraestrutura de Hospedagem e Alimentação

Um núcleo receptor de turismo é composto por uma combinação de atributos, incluindo, facilidade de acesso, saneamento, e qualidade das acomodações, instalações e serviços (Hu & Ritchie, 1993). Para dar suporte ao desenvolvimento do turismo no litoral do Ceará, no início da década de noventa, o governo estadual planejou e pôs em prática uma estratégia que teve como meta a implantação de infraestruturas básicas de eletrificação, saneamento, telefonia, estradas e financiamento de empreendimentos turísticos para o setor privado.

O turismo passou a ser prioridade através das políticas públicas, financiamentos oficiais e demais apoios públicos e privados voltados a esta atividade. Ressalta-se que o turismo, nas últimas décadas, tem sido um dos fenômenos econômicos e sociais mais impactantes do litoral do Ceará considerando a rapidez com a qual essa atividade progride e o que representa para a maioria dos municípios litorâneos do Estado.

Embora repleta de virtudes econômicas e sociais, os empreendimentos turísticos quando não desenvolvidos de maneira planejada, contribuem de forma negativa para a degradação do meio ambiente. As organizações hoteleiras em busca da sustentabilidade da atividade tem compreendido que os recursos naturais ameaçados são, de fato, a base da manutenção das atividades desse setor (SCHENINI et al., 2005).

Conforme Gomez apud Dos Santos (2005, p.46), os hotéis têm adotado uma postura positiva em relação turismo sustentável, procurando incorporar algumas práticas e ações como: a) Construções e equipamentos desenhados em harmonia com o seu entorno natural; b) Uso sustentável dos recursos e características naturais da área; c) Informações turísticas vinculadas a programas de educação e interpretação ambiental.

Bastante requisitados por turistas, os meios de hospedagem da Praia de Flecheiras possuem estilo arquitetônico integrado à paisagem do lugar. A palavra “rústica” inserida nos comentários de forma positiva como adjetivo para as pousadas indica a harmonia destes empreendimentos com o entorno físico e cultural do lugar, o que minimiza contrastes visuais com a arquitetura tradicional da comunidade autóctone.

Os empreendimentos de hospedagem e alimentação são representados pelas palavras “restaurantes”, “pousadas” e “barracas” (tabela 08). A estratégia de segmentação de “turismo de sol e praia” estabelecida no lugar, é bem caracterizada com a expressão “pé na areia” presente nos comentários e atende às expectativas de turistas que valorizam a exclusividade e excentricidade, consolidando o núcleo receptor de turismo.

Tabela 08: Lista de frequência dos comentários – Segmento infraestrutura de hospedagem e alimentação

<b>Palavras agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Restaurantes	277	38,74
Pousadas	176	24,62
Barracas	110	15,38
Hotéis	75	10,49
Bares	30	4,2
Hospedagem	21	2,94
Rústica	13	1,82
Alimentação	06	0,84
Quarto	03	0,42
Café da manhã	03	0,42
Varanda	01	0,14
<b>Total</b>	<b>715</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados Primários.

O investimento da rede hoteleira do lugar em infraestrutura resulta em um alto grau de satisfação dos visitantes. A figura 29 indica que 75,81% das postagens fotográficas referentes à infraestrutura de hospedagem e alimentação exaltam o paisagismo dos empreendimentos como plano de fundo nas composições fotográficas.

Tabela 09: Lista de frequência das imagens – Segmento infraestrutura de hospedagem e alimentação

<b>Imagens agrupadas por segmentos</b>	<b>Frequência</b>	<b>(%)</b>
Paisagismo	141	75,81
Piscina	31	16,67
Restaurante	10	5,38
Quarto	04	2,15
Total	186	100%

Fonte: Dados Primários.

A valorização do espaço e as novas atividades produtivas introduzidas nas comunidades litorâneas acarretaram a privatização dos espaços que eram públicos e de uso comunitário (SILVA, 20023). Em Flecheiras, espaços que eram tradicionalmente usados pelos comunitários para atracar as jangadas, ou mesmo para o lazer das populações locais, viraram objeto de conflitos entre pescadores e proprietários de empreendimentos turísticos.

A valorização do litoral desencadeada pela instalação de empreendimentos turísticos, em sintonia ou em atrito com a comunidade autóctone, buscou a localização privilegiada como conquista de um diferencial competitivo. A figura 21 demonstra em imagens e palavras a valorização do litoral através da arquitetura integrada com a paisagem natural. Um café da manhã “simples”, no qual a “virtude” do lugar é o ambiente composto pelo meio natural que se mistura com o meio artificial produzido pelo homem.

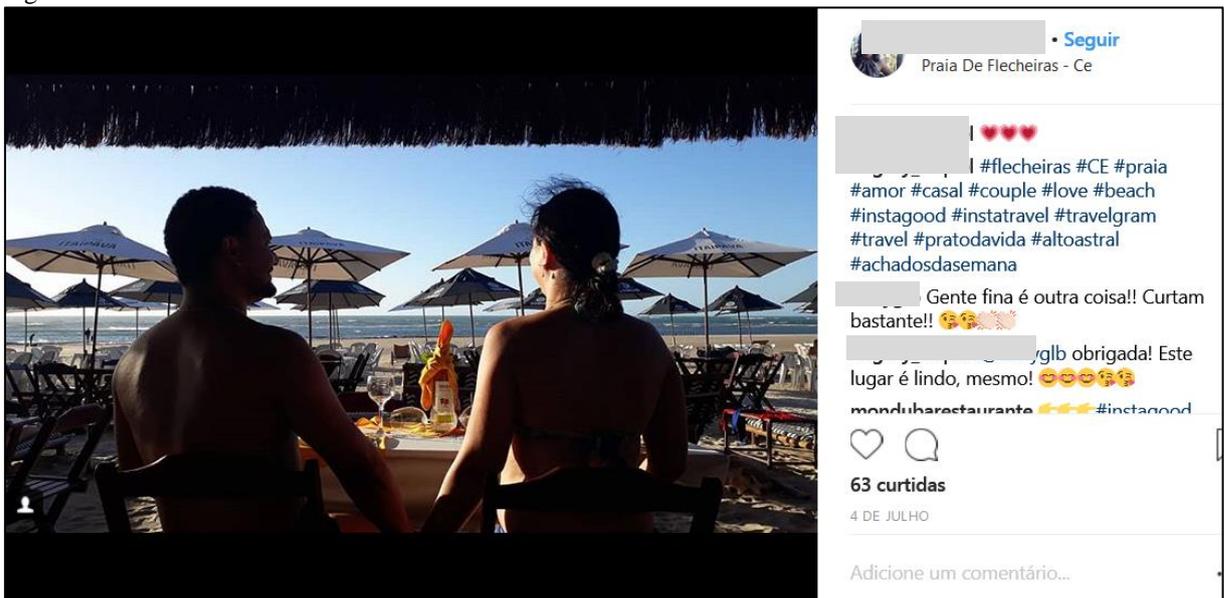
Figura 21 – Café da manhã em meio de hospedagem



Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/praiadeflecheiras/](http://www.instagram.com/explore/tags/praiadeflecheiras/)

È percebido tanto nos comentários como nas fotografias (figuras 22 e 23) a consolidação da infraestrutura de restaurantes e barracas de praia como atrativo turístico. Localizados à beira mar, alvo de 387 comentários, oferecem aos clientes a culinária tradicional do lugar com pratos elaborados com ingredientes à base de frutos do mar. Para Ascanio (2000), a gastronomia local vem sendo incorporada aos novos produtos turísticos, principalmente em segmentos e nichos de mercado, que permitem incorporar os atores do lugar na elaboração de produtos para auxiliar o desenvolvimento sustentável da atividade.

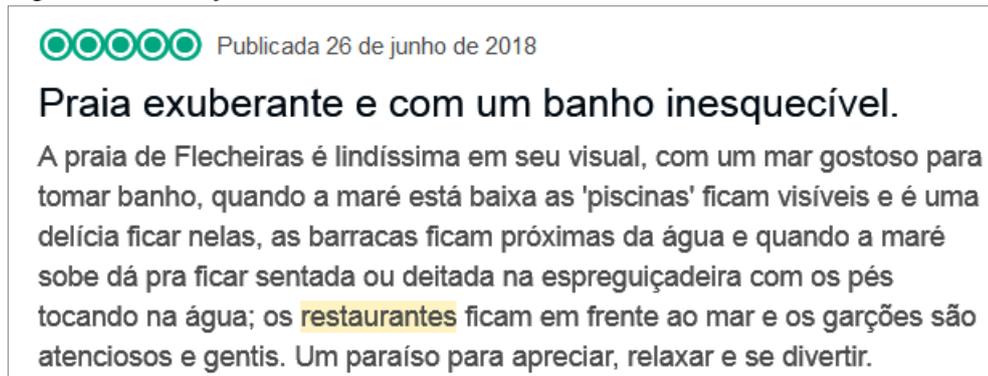
Figura 22 – Restaurante de Praia



Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/flecheiras/](http://www.instagram.com/explore/tags/flecheiras/)

Além disso, como explica Bernier (2003), é possível distinguir o tipo de turista entre o que come porque viaja, e o que viaja para comer. O primeiro não manifesta interesse especial pela gastronomia local, mas deseja que a mesma se adapte às suas necessidades e preferências no destino visitado. Neste caso, uma atenção adequada destinada a turistas que se sentem satisfeitos com a viagem e estadia é um fator importante. Assim, é possível afirmar que um turista mal alimentado é um turista insatisfeito.

Figura 23 – Avaliação de turista nº 08



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

Tradicional ingredientes da culinária local, a lagosta, peixes e demais frutos do mar são bastante apreciados pelos visitantes da Praia de Flecheiras, ao passo que, alguns desses recursos pesqueiros estão sendo explorados além do que a natureza consegue suportar. Entre os pescados ameaçados pela pesca excessiva encontra-se a lagosta. Para reverter essa situação é preciso tomar medidas que chamamos de Ordenamento Pesqueiro - ações que garantem que a pesca seja sustentável, tais como o estabelecimento de épocas de defeso e do tamanho mínimo para capturar a espécie, entre outras.

O defeso é uma parada da pesca, estabelecido por ato normativo do IBAMA, para fins de proteção da lagosta no período de reprodução e garantia de sobrevivência da espécie. Embora a fêmea da lagosta possa colocar de 150 mil a 300 mil ovos de cada vez, apenas menos de 1% dos ovos chegam à idade de reprodução. O número varia de acordo com a espécie, o tamanho, a idade do animal e o seu desenvolvimento depende das condições ambientais. O período de defeso vai de dezembro a maio em todo o litoral brasileiro. Nele, a pesca é proibida, sendo permitido o consumo de lagosta nesse período desde que capturada fora do defeso. O consumo responsável durante o defeso dá-se ao conferir que lagosta foi capturada fora desse período e o não consumo lagosta fresca nesta época.

A Instrução Normativa IBAMA nº 206, de 4 de novembro de 2008 discorre sobre o tamanho mínimo que garante que a lagosta atingiu a idade adulta e tenha reproduzido pelo menos uma vez. Para garantir que as lagostas reproduzam ao menos uma vez, o tamanho mínimo, definido em ato normativo do IBAMA, deve ser respeitado durante todo o ano. O tamanho legalmente permitido para captura e comercialização da lagosta vermelha é de, no mínimo, 13 centímetros de cauda, e para a lagosta cabo verde é de 11 centímetros de cauda. É proibida a captura e a comercialização das lagostas abaixo desses tamanhos (Figura 24).

Figura 24 – Cartaz da campanha consumo legal do governo federal



Fonte: [www.icmbio.gov.br](http://www.icmbio.gov.br)

Empresas que comercializam lagosta devem declarar seus estoques ao IBAMA até o início do período do defeso. O pescado armazenado deve ser compatível com os tamanhos mínimos de captura estabelecidos na legislação. Cada animal deve estar inteiro ou apresentar cauda intacta, conforme demonstra a figura 25.

Estabelecimentos que servem lagosta durante o período do defeso devem apresentar aos clientes a declaração de estoque quando solicitada. Poucos são os visitantes que possuem informações necessárias para realizar o consumo legal, embora existam consumidores com conhecimento da legislação.

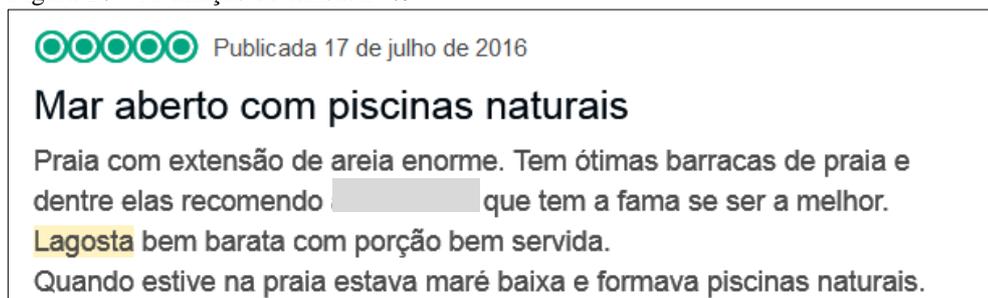
Figura 25 – Pratos servidos nos restaurantes e barracas de praia à base de lagosta



Fonte: [www.instagram.com/explore/tags/flecheiras/](http://www.instagram.com/explore/tags/flecheiras/)

A compra de lagosta em pedaços ou filetada é proibida, embora na Praia de Flecheiras seja comum a venda de “lagosta ao molho”, onde só são vistos pequenos pedaços do indivíduo e não é possível identificar o tamanho da cauda. Somando a isso o baixo preço que é cobrado, como descreve a figura 26, pode-se sugerir que os indivíduos foram capturados de tamanho menor ao permitido pela legislação.

Figura 26 – Avaliação de turista nº 09



Fonte: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras\\_Beach-Trairi\\_State\\_of\\_Ceara.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g674251-d4056950-Reviews-or30-Flecheiras_Beach-Trairi_State_of_Ceara.html)

Para Turmo (1999) a gastronomia representa um elemento de diferenciação cultural de grande importância para um destino turístico e por isso devem ser preservadas, valorizadas e transmitidas para novas gerações como parte do patrimônio do lugar onde se originam. No entanto, conhecer a ecologia dos recursos naturais e a história dos recursos culturais de um lugar é o primeiro passo para desenvolver o turismo com sustentabilidade e competitividade (CORNER, 2003).

## 05. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A praia de Flecheiras, assim como diversas vilas de pescadores ao longo da costa cearense, foi transformada durante as últimas décadas em um núcleo receptor de turismo. As transformações econômicas sociais e ambientais trataram de transformar os modos de vida da comunidade local bem como gradualmente a comunidade assistiu uma diminuição dos recursos naturais dos quais conviveram harmonicamente durante décadas.

Diante desse contexto, esta dissertação buscou identificar como os atrativos naturais e culturais da Praia de Flecheiras estão representados nos comentários de viagens e nas imagens postadas na internet pelos turistas e visitantes do núcleo receptor, como forma de compreender os caminhos para a sustentabilidade socioambiental do turismo no lugar.

Com relação ao primeiro objetivo específico que trata dos comentários de viagens postados por viajantes no site de turismo TripAdvisor, foi possível perceber o elevado grau de satisfação dos visitantes com o lugar. Constataram-se os recursos naturais como o grande atrativo do núcleo turístico seguido da infraestrutura de hospedagem e alimentação, e, por último, a identidade local, representada pela cultura da pesca artesanal, atividade típica do lugar.

No que diz respeito à representação dos atrativos naturais nos comentários, identificou-se uma expressiva descrição das piscinas naturais formadas durante a maré baixa, bem como da fauna residente neste ecossistema, embora, pouco foi relato sobre a manutenção desses recursos.

Sobre a infraestrutura de hospedagem e alimentação, percebeu-se o destaque dentre os comentários inseridos no site TripAdvisor das palavras “rústica” e “pé na areia”, que caracterizam a os tipos de acomodações e restaurantes com localização privilegiada de frente ao mar e arquitetura integrada com a paisagem. Os preços considerados baixos de pratos à base de frutos do mar foi outra característica recorrente identificada e discutida sobre a luz da problemática da pesca predatória de algumas espécies utilizadas na culinária do lugar.

Observou-se ainda a cultura da pesca como atrativo turístico. Destaque para a repetição da palavra “comida” e os detalhes sobre a obtenção de matéria prima para a elaboração dos pratos típicos da culinária tradicional do lugar, que, quase em sua totalidade é composta de frutos do mar oriundos da atividade pesqueira. A rotina dos pescadores com o ir e vir ao mar com suas jangadas, bem como reparação de apetrechos de pesca na faixa de praia, foi descrita como aspectos positivos da Praia de Flecheiras.

Com relação ao segundo objetivo que consistiu em analisar as fotografias postadas por usuários da rede social virtual Instagram, constatou-se novamente que os recursos naturais são o grande atrativo do núcleo turístico da Praia de Flecheiras, seguido, diferente dos comentários analisados, pelos aspectos culturais da pesca artesanal, e, por último, a infraestrutura de hospedagem e alimentação do lugar.

Sobre a representação dos atrativos naturais nas composições fotográficas analisadas, as piscinas naturais foram novamente o grande destaque, seguidas do pôr do sol à beira mar com os aerogeradores ao fundo da paisagem. As fotografias exaltam os aerogeradores instalados sobre as dunas e sugerem nos comentários vinculados às imagens que os empreendimentos de energia eólica do lugar são fruto da harmonia ecológica entre o homem e o meio ambiente. Tal visão de pensamento destoa do comportamento histórico da comunidade autóctone e frequentadores mais antigos. Os primeiros pela importância das dunas móveis como locais de carregamento do lençol freático que abastece de água potável boa parte dos residentes, os segundos pelo fato de que o lugar onde hoje estão localizados os aerogeradores já foi um dos mais requisitados ao fim de tarde para apreciar o pôr do sol.

No que diz respeito à presença de elementos da cultura do núcleo receptor nas fotografias analisadas, a pesca artesanal é fortemente representada, seja pelas jangadas, frutos do mar sendo servidos em restaurantes ou pela arquitetura rústica, típica da vila de pescadores predominante no lugar.

Observou-se a valorização do paisagismo dos meios de hospedagem bem como da arquitetura e decoração em estilo rústico das barracas de praia. Vale lembrar que, com o advento das redes sociais digitais, o consumidor de turismo busca além do descanso dos afazeres diários, novas experiências e aventuras, uma foto original para compartilhar com amigos. Tal fato valoriza a maioria dos restaurantes, barracas e pousadas da Praia de Flecheiras, que ao interagirem suas construções com a cultura pesqueira tradicional do lugar, conferem um charme original.

Como terceiro objetivo proposto desta dissertação, conclui-se que, cientes ou mesmo sem possuir exata noção, os visitantes da Praia de Flecheiras criam motivações bem definidas em atrativos turísticos naturais e culturais preservados. Esta constatação indica a necessidade de uma atenção às expectativas do consumidor por um turismo com responsabilidade socioambiental, sendo indispensável o planejamento sustentável da atividade turística do núcleo receptor com a participação dos setores públicos, privado e comunidade autóctone, com vistas a garantir a perenidade da atratividade do lugar.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, H. L. P. S & FERRAZ, M. L. C. P. **Gestão ambiental participativa: um caminho para o desenvolvimento sustentável.** (no prelo), 8p. 2003.
- ALVES, L. F. N; GÂNDARA, J. M. G. A **Atratividade dos destinos turísticos do estado do Paraná.** Anais da ANPTUR, 2015.
- ÁLVAREZ, Marcelo. **La cocina como patrimonio (in) tangible.** In: Comisión para la preservación del patrimonio histórico cultural de la ciudad de Buenos Aires. La cocina como patrimonio (in) tangible. Buenos Aires: Imprenta del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2002. p. 11-25.
- AMARAL, F., TIAGO, T., TIAGO, F., KAVOURA, A. **Comentários no TripAdvisor: Do que falam os turistas?.** Dos Algarves: A Multidisciplinary e- Journal, 26(2): 47-67, 2015.
- ARAÚJO, M. C.B.; COSTA, M. F. **Visual diagnosis of solid waste contamination of a tourist beach: Pernambuco, Brazil.** Waste Management, v. 27, n. 6, p. 833-839, 2007b.
- ARAÚJO, M. C. B.; SOUZA, S. T.; CHAGAS, A. C. O.; BARBOSA, S. C.; COSTA, M. F. **Análise da ocupação urbana das praias de Pernambuco, Brasil.** Revista da Gestão Costeira Integrada, v. 7, n. 2, p. 97-104, 2007.
- ARAÚJO, Lindemberg M. de & MOURA, Flávia de B. P. **A Expansão do turismo na zona costeira nordestina: crescimento econômico, degradação ambiental e erosão cultural** In: CORIOLANO, Luzia Neide M. T. & VASCONCELOS, Fábio P. (orgs.). O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: Eduece, 2007, p. 94-114.
- ARAÚJO, R. C. P. de. **Análise da atitude dos turistas com relação ao desenvolvimento da energia eólica no litoral Cearense, Brasil.** Turismo & Sociedade, v. 7, n. 2, p. 308-329, 2014.
- ASCANIO, Alfredo. **Turismo: vieja y nueva gastronomía. una estrategia para desarrollar rutas novedosas.** Ruta - Revista Universitária de Trabells Acadèmics. Madrid: Ediciones Marañon, p. 105-113, 2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 15401**: meios de hospedagem – sistema de gestão da sustentabilidade – requisitos. Rio de Janeiro, 2016.

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W.S. **Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos**. Trad. Midori Yamamoto. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

Trad. Midori Yamamoto. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

BENEVIDES, I. P. **Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local**. In: Rodrigues, A. B. (org.) Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: Hucitec, 1997.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo. Políticas e planejamento do turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BERNIER, Enrique José Torres. **El turismo residenciado y sus efectos en los destinos turísticos**. Estudios Turísticos, n. 155, p. 45-70, 2003.

Bignami, R. (2002). **A imagem do Brasil no turismo**. São Paulo: Editora Aleph.

BORGONHA, Maíra. **A “Arte do Mar”: ciência dos pescadores da Caponga, litoral do Ceará**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente/UFC, Fortaleza, 2008.

BRAGA, D. C. **Planejamento turístico: teoria e prática**. 2ª reimp. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

BURBRIDGE, Horacio. **El turismo cultural. Política Turística Argentina**. Buenos Aires: Ladevi Ediciones, 1993.

BUTLER, R. W. **Sustainable tourism: A state of the art review**. Tourism Geographies. p. 7-25. 1980.

CARVALHO, V. C. & RIZZO, H. G. **A zona costeira brasileira: subsídios para uma avaliação ambiental**. Brasília/DF: MMA, 1994, 211p.

CEARÁ. **Atração de investimentos no estado do Ceará: mapa territorial de parques eólicos**. Fortaleza: CEDE/ ADECE, 2010, 74p

CHAGAS, Márcio Marreiro das. **Imagem de destinos turísticos: Uma discussão teórica da literatura especializada.** Revista Turismo Visão e Ação, v. 10, n. 3, p. 435-455, 2008.

\_\_\_\_\_. **Formação da Imagem de Destinos Turísticos: Uma Discussão dos Principais Modelos Internacionais.** Caderno Virtual de Turismo, vol. 9, n. 1, p. 117-127, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

COCCOSSIS, H. and Parpairis, A. **Tourism and carrying capacity in coastal areas: Mykonos, Greece.** In **Sustainable Tourism? European Experiences**, ed. G.K. Priestley, J.A. Edwards and H. Coccossis, pp. 153-75. Wallingford, Oxford: CAB International. 1996.

COELHO, M. F. **Atratividade turística, imagem, reputação e recomendação on-Line: um modelo integrativo das percepções de turistas de Ouro Preto.** Dissertação (Mestrado em Administração) – Setor de Ciências Administrativas, UFMG. 2013.

COELHO, M. F.; GOSLING, M. **Em busca da definição de reputação de destinos turísticos: significados e temas associados a partir da visão de profissionais.** Revista Turismo em Análise, v. 26, n. 2, p. 262, 2015.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; STEPHEN, W.; GILBERT, D.; SHEPHERD, R. **Turismo: princípios e práticas.** 2.ed. São Paulo: Bookman, 2001.

CORDEIRO, J. **Os índios no Siará, massacre e resistência.** Fortaleza: ed., 1989. 271p.

Cordeiro, I. J. D. **instrumentos de avaliação da sustentabilidade do turismo: uma análise crítica.** 2008.

CORIOLANO, L. N. M.T. **O desenvolvimento local e o turismo.** In: CORIOLANO, Do local ao global: o turismo litorâneo cearense. Campinas, SP: Papirus, 1998.

CORNER, Dolores Martin Rodriguez. **La gastronomía española como patrimonio cultural.** In: GÂNDARA, Jose Manoel G.; SCHLÜTER, Regina G. (Orgs.). **Gastronomía y Turismo.** Argentina: CIET, 2003.

COCCOSSIS, H. 1996. **Tourism and sustainability: perspectives and implications.** In **Sustainable Tourism? European Experiences**, ed. G.K. Priestley, J.A. Edwards and H. Coccossis, pp. 1-21. Wallingford, Oxford: CAB International.

CUNHA, L. H. O. **Espaço e territorialidade no universo da pesca artesanal**. In: Diegues, Antônia Carlos, org. Pesca artesanal: tradição e modernidade. São Paulo, IOUSP/F.FORD/UICN, 1989. 332p.

DIEGUES, A. C. S & ARRUDA, R. S. **Saberes tradicionais e biodiversidade no Brasil**. Ministério do Meio Ambiente, 176 p., São Paulo, 2001.

\_\_\_\_\_. **Ecologia humana e planejamento em áreas costeiras**. Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações e Áreas Úmidas Brasileiras/NUPAUB /USP, 191fls. São Paulo, 1995.

DIEGUES, A.C. S. **Pescadores, camponeses e trabalhadores do mar**. Editora Ática. 287p. (Ensaio 94). São Paulo, 1983.

DONAIRE, José A.; GALÍ, Núria. **La imagen turística de Barcelona en la comunidad Flickr**. Cuadernos de Turismo, n. 27, p. 291-303, 2011.

DUARTE, Cristiani de Oliveira Silva; TORRES, Juliana de Queiroz Ribeiro. Responsabilidade Social Empresarial: dimensões históricas e conceituais. São Paulo: Peirópolis, 2016. 340 p.

FERRAZ, M. L. C. P. **Educação ambiental contínua: a vida como foco da aprendizagem, O caso da escola Maria Elisbânia dos Santos, comunidade de Caetanos de Cima, Assentamento Sabiaguaba, Amontada/CE**. 220 fls. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente/UFC, Fortaleza, 2004.

FILHO, José Milton de Sousa et al. **Blocos genéricos da vantagem competitiva e responsabilidade socioambiental: adequação de um modelo teórico**. IX ENGEMA. Curitiba, 2007.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

GÂNDARA, J. M. G.; BREA, J. A. F.; MANOSSO, F. C. **Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España: Un análisis a través de la reputación online**. Estudios y perspectivas en turismo, v. 22, n. 3, p. 492-525, 2013.

GIACOMINI FILHO, Gino. **Marketing: conteúdo, didática e perspectivas**. P. 203-228. In: Turismo: como aprender, como ensinar. Luiz Gonzaga Trigo (Org.). São Paulo: Senac, 2001.

- GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. **Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil.** IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 2006.
- GLOBE'90. **Tourism Stream and Action Committee. An action strategy for sustainable tourism development.** Vancouver, B.C, 1990.
- Gunn, C. A. (1980). **Amendment to Leiper: The framework of tourism.** Annals of Tourism Research, 7 (2), pp. 235-255.
- HERSKOVITS, Melville J. **Antropologia Cultural-man and his work.** II parte, oitava edição, Ed. Mestre Jou, São Paulo, 1988.
- HIDALGO, F. **Netnografia: Cartografía antropológica y exploraciones etnográficas de la era digital.** Buenos Aires, 2009. Disponível em: <http://netnografia.blogspot.com.es/>. Acesso em: 23/04/2018.
- HOFFMANN, V. E. **Systemic Competitiveness in Tourism.** In: EURAM - European Academy of Management, Roma. Anais do EURAM, 2010.
- HORNER, Susan, SWARBROOKE, John. **O comportamento do consumidor no turismo.** São Paulo: Aleph, 2002.
- Hu, Y. & Ritchie, J. (1993). **Measuring destination attractiveness: a contextual approach.** Journal of Travel Rese.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** 2 ed. São Paulo : Pioneira Thompson Learning, 2003.
- KARYDIS, M. **Public attitudes and environment impacts of wind farms: a review.** Global NEST Journal, v. 15, n. 4, p. 581-600, 2013.
- KOCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa.** Petrópolis: Vozes, v. 7, 1997. arch, 32 (2), pp. 25-34.
- KOTLER, P., BOWEN, J., MAKENS, J. C., MORENO, R. R., & PAZ, M. D. R. **Marketing para turismo.** McGraw-Hill, 2003.

KOZINETS, R. V. **Netnography 2.0**. In: R. W. BELK, Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing . Edward Elgar Publishing, 2007.

KRINPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LADENBURG, J. **Attitudes Towards Offshore Wind Farms – The Role of Beach Visits on Attitude and Demographic and Attitude Relations**. Energy Policy, v. 38, p. 1297-1304, 2010.

LEE, H. A; LAW, R; MURPHY, J. **Helpful reviewers in TripAdvisor, an online travel community**. Journal of Travel & Tourism Marketing, v. 28, n. 7, p. 675-688, 2011.

LEFF, E. **Discursos insustentáveis**. São Paulo: Cortez, 2010, p. 133 – 157.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2012.

MALDONADO, Simone Carneiro. **Mestres e Mares: espaço e indivisão na pesca marítima**. São Paulo: Anna Blume, 1993. 193p.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing. Uma orientação aplicada**. Tradução de Lene Belon Ribeiro, Monica Stefani. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MAMEDE, P. **O mar não está para lagosta**. Revista Universidade Pública, Edições UFC, n.33, p.20-27, Fortaleza, 2006.

MANOSSO, F. C; GÂNDARA, J. M. G. **La materialización de la experiencia em el espacio urbano-turístico a través de las fotografías online: Un Análisis em la red social Instagram**. Estudios y perspectivas en turismo, v. 25, n. 3, p. 279- 303, 2016.

MARCHIORI, E. et al. **Towards a tourism destination reputation model. A first step**. In: Proceedings of the 6th International Conference “Thought Leaders in Brand Management”, (Lugano, Switzerland, 18-20 April 2010), p. 921-930., 2010

MATTHEWS-CASCON, H.; LOTUFO, T., M., C. **Biota marinha da costa oeste do Ceará**. Brasília: MMA, 248p. Série Biodiversidade, v. 24. 2006.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

- MOURA-FÉ, M. M.; PINHEIRO, M. V. A. **Os Parques Eólicos na Zona Costeira do Ceará e os Impactos Ambientais Associados.** Revista Geonorte, v. 9, n. 1, p. 22-41, 2013.
- MORAES, A. C. R. **Contribuições para a gestão da zona costeira do Brasil: Elementos para uma geografia do litoral brasileiro.** São Paulo: Editoras HUCITEC, 1999, 299p.
- MORALES, P. C.; AGÜERA, F. O.; CUADRA, S. M. C. M. **Reputación Online De Los Hoteles De Sol Y Playa En La República Dominicana.** CULTUR-Revista de Cultura e Turismo, v. 9, n. 3, p. 86-100, 2015.
- MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria, **Metodologia científica.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990. 231 p.
- NORTH, Klaus. **Environmental business management.** Genebra: Labour Organization, 2003.
- ODUM, E. G. **Fundamentos de ecologia.** 6ª. Ed. Calouste Gunbenkian, Lisboa, Port2001.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. OMT. **El turismo hasta el año 2000. Aspectos cualitativos que afectan su crecimiento mundial.** Madri, 1990.
- NASCIMENTO, Carlos Alberto. **Turismo Cultural e Desenvolvimento – O Papel do Gestor Cultural.** Aracaju, 2004. p. 67-84.
- POLÉSE, Mario. **Economia urbana e regional: lógica espacial das transformações econômicas.** Coimbra. APDR, 1998.
- POLETTE, M.; DIEHL, F. L.; DIEHL, F.; SPERB, R.; SCHETTINI, C.; KLEIN, A. **Gerenciamento costeiro integrado e gerenciamento de recursos hídricos: como compatibilizar tal desafio. In: Interfaces da gestão de recursos hídricos: desafios da lei de águas de 1997.** Secretaria de Recursos Hídricos, p. 221-239, 2000.
- QUIROGA, R. M.; MONDO, T. S.; DE CASTRO JÚNIOR, D. F. L. **Reputação online como instrumento para melhoria de serviços: um estudo na hotelaria de Garopaba e Imbituba – Santa Catarina.** Revista de Turismo Contemporâneo, v. 2, n. 1, 2014.
- RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder.** São Paulo: Ática, 1993. 269p
- RENDÓN, Paola Andrea Ortiz. **La Netnografía como fuente de inspiración estratégica para el turismo.** Cuadernos Latinoamericanos de Administración, v. 11, p. 61-74, 2016.

- Roberts, G. J.; Zhou, J.; Artaxo, P.; Swietlicki, E.; Andreae, M. O. 2002. **Sensitivity of CCN spectra from the Amazon Basin on chemical and physical properties of the aerosol**. J. Geophys. Res.107 (D20): 10.1029.
- RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 10 ed. Campinas: Papirus, 1997.
- SANTOS, Cleide Bárbara Neres dos. **Gestão ambiental em empreendimentos hoteleiros: estudo de casos múltiplos**. 2005. 169 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro Universitário Nove de Julho, UNINOVE, São Paulo, 2005.
- SCHIAVETTI, A., CAMARGO, A. F. M. **Conceitos de Bacias Hidrográficas: Teorias e Aplicações**. Editus/Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. Ilhéus, Bahia, 293p. 2005.
- SCHENINI, P. C.; LEMOS, R. N.; SILVA, F. A. **Sistema de gestão ambiental no segmento hoteleiro**. Anais do II Seminário de Gestão de Negócios FAE. Curitiba, PR, 2005.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE-SP. **Termo de referência para atuação no turismo receptivo**. São Paulo. 2011. 61 p.
- SILVA, J. B & CAVALCANTE, T. C. 2002. **Atlas escolar: espaço geo-histórico e cultural**. Grafset: João Pessoa/PB, 176p.
- SILVA, Jefferson Souza da. **A “extensão pesqueira” no desenvolvimento das comunidades litorâneas no estado do Ceará**. 2003. 133 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2003.
- SIMAS, M; PACCA, S. **Energia eólica, geração de empregos e desenvolvimento sustentável**. *Estudos Avançados*, vol.27(77), p.99, 2013.
- SOUZA, Rita de Sena. **História de Flecheiras em verso e prosa: ontem e hoje**. Trairi. 1990. Disponível em: <http://flecheirasceara.blogspot.com/2014/04/historia-de-flecheiras-em-versos-e.html>. Acesso em: 23/04/2018.
- SPENGLER, A.; COSTA, M. F. **Methods applied in studies of benthic marine debris**. *Marine Pollution Bulletin*, v. 56, n. 2, p. 226-230, 2008.

SWARBROOKE, J. & HORNER, S. **O comportamento do consumidor no Turismo**. São Paulo: Aleph 2002.

TORRES, D. F.; GONÇALVES, C. A.; GOSLING, M.; VEIGA, R. T. **Modelo de avaliação da relação entre a reputação e o valor da marca: um estudo no setor automotivo**. GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, v. 9, n. 1, p. 57-85, 2011.

TRIPADVISOR. **Viajante usa rede social para escolher destino e fazer inveja nos amigos**. São Paulo. Turismo e Viagem. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2013/10/viajante-usa-rede-social-para-escolher-destino-e-fazer-inveja-nos-amigos.html>. Acesso em: 23/04/2018.

TUPINAMBÁ, S. V. **Do tempo da captura à captura do tempo livre - terra e mar: caminhos da sustentabilidade**. 1999. 179 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 1999.

TURMO, Isabel González. **Alimentación y patrimonio: Ayer y hoy**. In: CONGRESO DE ANTROPOLOGÍA, 8, 1999, Santiago de Compostela. Anais... Santiago de Compostela: FAAEE, 1999. p. 141-150.

TURPO, O. W. **La netnografía: método de investigación en Internet**. Educar, 42, 81- 93, 2008.

URRY, J. **O Olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas**. Tradução: Carlos Eugênio Marcondes de Moura, 3a. edição. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 2001.

VAQUERO, A. **La reputación online en el marco de la comunicación corporativa. Una visión sobre la investigación de tendencias y las perspectivas profesionales**. Adcomunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 3, 49-63, 2012.

VASCONCELOS, F. P. **Gestão integrada da zona costeira. ocupação antrópica, erosão, assoreamento e poluição ambiental**. Fortaleza: Premium Editora, 88p. 2006.

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

WORLD TOURISM ORGANIZATION. WTO. **Technical handbook on the collection and presentation of domestic and international tourist statistics**. Madri, W.T.D, 1981.