



Doutorado em Desenvolvimento  
e Meio Ambiente

Associação Plena  
em Rede



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**DOUTORADO EM DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE DA ASSOCIAÇÃO**  
**PLENA EM REDE**  
**ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE**

**MOISÉS DA COSTA**

**ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA DO TURISMO NO CEARÁ: REALIDADES E  
CONTRADIÇÕES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS E PRÁTICA SOCIAL**

**FORTALEZA**

**2016**

MOISÉS DA COSTA

ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA DO TURISMO NO CEARÁ: REALIDADES E  
CONTRADIÇÕES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS E PRÁTICA SOCIAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Área de concentração: Desenvolvimento e Meio Ambiente.

Orientador: Prof. Dr. Rogério Cesar Pereira de Araújo.

Coorientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Aparecida de Sousa.

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo autor

---

C874a Costa, Moisés da.

Análise de Discurso Crítica do turismo no Ceará: realidades e contradições nas políticas públicas e prática social / Moisés da Costa – 2016.

370 f.: il. color; enc.; 30 cm.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Fortaleza, 2016.

Área de concentração: Desenvolvimento e Meio Ambiente.

Orientação: Prof. Dr. Rogério Cesar Pereira de Araújo.

Coorientação: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Aparecida de Sousa.

1. Desenvolvimento sustentável. 2. Discurso. 3. Turismo. 4. Análise crítica.  
5. Prática social. I. Título.

CDD 333.7

---

MOISÉS DA COSTA

ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA DO TURISMO NO CEARÁ: REALIDADES E  
CONTRADIÇÕES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS E PRÁTICA SOCIAL

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Área de concentração: Desenvolvimento e Meio Ambiente.

Aprovada em: 16 de maio de 2016.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Rogério Cesar Pereira de Araújo (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Christian Dennys Monteiro de Oliveira  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Vlândia Pinto Vidal de Oliveira  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Izabel Santos Magalhães  
Universidade Federal do Ceará / Universidade de Brasília (UFC/UnB)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano  
Universidade Estadual do Ceará (Uece)

Aos meus pais, pelos exemplos de vida  
e ensinamento do sentido da palavra fé.  
Ao meu filho, Moisés, pela alegria e  
estímulo diário.

## AGRADECIMENTOS

Concluir este estudo significa concretizar um ciclo de sonhos e esforços para ser o primeiro da família a pisar esse chão do conhecimento, e que isso sirva de inspiração para os que virão. Neste caminhar, a confiança em Deus e o espírito de comunhão e amor familiar foram fundamentais. Assim, faço um agradecimento especial aos meus pais, Mirian e José Fernandes, exemplos de luta, paciência e fé.

Aos meus irmãos Goreth, Carmen e Washington, pelo incentivo, vibração e oração. À minha irmã Rossana, por ter me proporcionado vida através da doação de um órgão três meses antes do início do doutorado. Também à minha querida irmã Sheila, que compartilha comigo a educação e amor dado ao nosso amado Moisesinho.

Ao meu orientador, Professor Doutor Rogério Cesar Pereira de Araújo, por ter aceitado a orientação e confiado na possibilidade do projeto e no meu desempenho para desenvolvê-lo.

À minha coorientadora, Professora Doutora Maria Aparecida de Sousa, dedico um agradecimento especial, por ter parado para ouvir pela primeira vez as minhas inquietações relacionadas aos discursos no turismo e me ajudado a organizar as ideias, também pela paciência, dedicação e amor com que trata seus alunos.

Aos professores da banca examinadora, que gentilmente aceitaram o convite, por suas colaborações: Professora Doutora Vlândia Pinto Vidal de Oliveira, sempre empenhada na organização e reconhecimento do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente (Prodema) da Universidade Federal do Ceará (UFC). À Professora Doutora Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano, pesquisadora que contribui sistematicamente com as pesquisas do turismo. À Professora Doutora Maria Izabel Santos Magalhães, por ter me revelado conhecimentos relacionados à Análise do Discurso Crítica (ADC), sempre feito com dedicação, organização e amor por essa disciplina. Ao Professor Doutor Christian Dennys Monteiro de Oliveira, pelas contribuições de sempre e por ter dito, ainda no mestrado, que o que mais importa na finalização de um trabalho acadêmico como este é o conhecimento adquirido. Essa é a lição de um mestre incentivador. Fico feliz pela formação da banca de defesa: interdisciplinar e reconhecida pelo papel que seus membros exercem em suas áreas de atuação. Para mim, é uma honra.

À Júlia Argenta, pela paciência de ler o trabalho e ter compartilhado seus conhecimentos. Também por ter indicado algumas correções, sugerido bibliografia e contribuído nas transcrições das entrevistas.

A todos os professores e amigos do doutorado, pelos conhecimentos compartilhados e reflexões feitas conjuntamente. À senhora Sonia Almeida, pela paciência no atendimento frente ao secretariado do Prodema/UFC. Ao Professor Doutor Lindemberg Medeiros de Araujo, da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), por ter sempre compartilhado seus conhecimentos sobre a importância da inclusão do ator social na pesquisa do turismo.

A todos os entrevistados da pesquisa, pela aceitação do convite, valiosa colaboração e tempo concedido. Sem essas participações, faltaria uma lacuna importante nas análises. Aos amigos Guias de Turismo, pelo incentivo e todos os questionamentos feitos nas rodas de conversa. A cada questão me foi despertando um novo olhar, e isso constrói o conhecimento.

À Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap), pelo apoio da concessão de bolsa de estudo.

A todos que confiaram e acreditaram em mim, que questionaram e duvidaram como forma de me fazer mover, seguir um pouco mais adiante. Agora sou mais conhecedor dos temas abordados na tese, e isso a gente leva para a vida.

“Uma observação viva, competente, imparcial, sempre conserva, de qualquer posição, de qualquer ponto de vista, seu valor e sua importância. A parcialidade e a limitação de um ponto de vista (de um observador) são algo que sempre pode ser retificado, completado, transformado (reavaliado) mediante essa mesma observação realizada de um ponto de vista diferente. O ponto de vista neutralizado (sem observação nova, viva) é estéril.”

(Mikhail Bakhtin)



## RESUMO

O turismo é fenômeno socioeconômico permeado por elementos políticos e simbólicos. O estudo parte da premissa de que o discurso funciona como uma ferramenta estratégica e funcional de produção de sentidos e práticas sociais no contexto do turismo cearense. Assim, importa-se a produção científica que pautar reflexões críticas em relação aos aspectos ideológicos e de poderes forjados na atividade, bem como o encaminhamento de posicionamentos emancipatórios que se contraponham a essa lógica. A tese tem como objeto a Análise Crítica dos Discursos do turismo no Ceará, relacionados ao planejamento da atividade, à prática social e às impressões dos atores sociais. O estudo debate e revela, através da dialética dos aspectos sociais e discursivos, as realidades e contradições dessa relação, bem como as forças e contraposições que se estabelecem na conjuntura política e nas práticas sociais da atividade. Como *corpus* de análise, o estudo focou o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (Polo Litoral Leste), realizando 11 entrevistas semiestruturadas com atores sociais do turismo. A escolha do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável se deu pela importância do programa e de sua relação com as diretrizes relacionadas ao desenvolvimento sustentável do turismo em âmbito regional. Com as entrevistas, ampliou-se a compreensão dos aspectos relacionados às práticas sociodiscursivas dos atores sociais. Como arcabouço teórico-metodológico, a pesquisa fundamentou-se na Análise de Discurso Crítica, principalmente nos estudos de Fairclough (2001, 2003, 2009). Avalia-se a Análise de Discurso Crítica como uma ferramenta de pesquisa importante para os estudos críticos do turismo, haja vista que a atividade e seu planejamento versam sobre sistemas e práticas, sociedade e cenários, campos nos quais o discurso atua dinamicamente como aparato ideológico de estruturação das práticas sociais. Os resultados da pesquisa indicam que o discurso é uma ferramenta importante de produção ideológica nas práticas sociais do turismo no Ceará e atua de forma funcional na produção e manutenção das imagens e concepções pertinentes à atividade. Constatou-se ainda que existem disparidades e contradições concernentes aos discursos no turismo do Ceará, com ênfase nas práticas sociais e no que se concebe como desenvolvimento sustentável. Propõem-se o debate crítico e a criação de repertórios de conhecimento como mecanismos de auxílio à formação de posicionamentos emancipatórios e criação de cenário voltado ao desenvolvimento sustentável do turismo regional.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento sustentável. Discurso. Turismo. Análise crítica. Prática Social.

## ABSTRACT

Tourism is a socioeconomic phenomenon that is crossed over by political and symbolic elements. This study is based on the assumption that discourse is a functional and strategic tool of the production of meaning and social practices in the context of tourism in Ceará. Therefore, it is important that scientific production can address critical reflection in relation to ideology and power engendered in activity, as well as to emancipatory stances countering this logic. This doctoral dissertation is an attempt to analyze critically the discourse of tourism in Ceará, related to activity planning, social practice and social actors' attitudes. The study debates by means of the dialectics of social and discursive aspects the realities and contradictions of this relation, as well as the forces and contrary positions established in the political conjuncture and in the social practices of the activity. The *corpus* for the analysis is the Sustainable Tourism Integrated Development Plan (East Coast Side) and 11 semi-structured interviews with tourism social actors. The choice of the Sustainable Tourism Integrated Development Plan was justified by the program visibility and its relation with proposals about tourism sustainable development in the regional level. The interviews allowed for the understanding of aspects of the social actors' sociodiscursive practices. The theoretical-methodological framework is based on Critical Discourse Analysis (CDA), mainly Fairclough's work (2001, 2003, 2009). It is assumed that CDA is an important research tool for the critical study of tourism, as this activity and its planning are about systems and practices, society and scenarios, which are fields in which discourse acts dynamically as an ideological apparatus in structuring social practices. The research results indicate that discourse is the hub of ideological production in the social practices of tourism in Ceará, and it acts in functional ways in the production and maintenance of images and views of the activity. In addition, it was found that there are disparities and contradictions in the discourse of tourism in Ceará, with an emphasis on social practices and what is conceived as sustainable development. It is proposed here to hold a critical debate and to establish knowledge repertoires as mechanisms to aid in the construction of emancipatory positions and to build scenarios oriented to the development of sustainable development in regional tourism.

**Keywords:** Sustainable development. Discourse. Tourism. Critical analysis. Social practice.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	–	Concepção tridimensional do discurso.....	63
Figura 2	–	Síntese dos procedimentos de planeamento e preparação para as entrevistas.....	72
Figura 3	–	Raciocínio à construção de posicionamentos críticos no turismo com base na ADC voltado ao desenvolvimento sustentável do turismo.....	111
Figura 4	–	Destinos indutores do desenvolvimento turístico no Ceará.....	129
Figura 5	–	Uma perspectiva para o desenvolvimento sustentável no turismo com base na ADC .....	132
Figura 6	–	Etapas empírico-epistemológicas direcionadas a posicionamentos críticos no turismo .....	141
Quadro 1	–	Modos de operação da ideologia .....	34
Quadro 2	–	Caracterização dos entrevistados .....	79
Quadro 3	–	Sumário do PDITS (tópicos e subtópicos).....	147
Quadro 4	–	Síntese analítico-discursiva das estratégias para o desenvolvimento do turismo no Polo Litoral Leste .....	169

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Abih	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
Abrajet/CE	Associação Brasileira dos Jornalistas de Turismo do Ceará
ADC	Análise de Discurso Crítica
ADTO	Análise de Discurso Textualmente Orientada
APP	Área de Preservação Permanente
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
CAAE	Certificado de Apresentação para Análise Ética
CAF	Banco de Desenvolvimento da América Latina
CEC	Centro de Eventos do Ceará
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
CNTur	Conselho Nacional de Turismo
Coditur	Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Ceará
Embratur	Empresa Brasileira de Turismo
Encetur	Empresa Cearense de Turismo
Funcap	Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico
Iclei	<i>Council for Environmental Initiatives</i>
IDB	<i>Inter-American Development Bank</i>
Ipea	Instituto de Pesquisa Aplicada
Ipece	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
Iplance	Instituto de Pesquisa e Informação do Ceará
LC	Linguística Crítica
MTur	Ministério do Turismo
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não Governamental
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PDTIS	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
Plameg	Plano de Metas Governamentais
Planed	Plano Estadual de Desenvolvimento

PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo
Prodetur	Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo
Prodeturis	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará
Prodema	Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente
Prof. Dr.	Professor Doutor
Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup>	Professora Doutora
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
Rede Tucum	Rede Cearense de Turismo Comunitário
Seplag	Secretaria do Planejamento e Gestão do Ceará
Seplan	Secretaria de Planejamento e Coordenação
Setfor	Secretaria Municipal do Turismo de Fortaleza
Setur	Secretaria do Turismo do Ceará
Seuma	Secretaria Municipal do Urbanismo e Meio Ambiente
Sindegtur/CE	Sindicato Estadual dos Guias de Turismo do Ceará
Sistur	Sistema de Turismo
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
Uece	Universidade Estadual do Ceará
Ufal	Universidade Federal de Alagoas
UFC	Universidade Federal do Ceará
UnB	Universidade de Brasília
Unep	<i>United Nations Environment Programme</i>
UNWTO	<i>United Nations World Environment Programme</i>
WEF	<i>World Economic Forum</i>
WTO	<i>World Tourism Organization</i>

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	16
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	30
2.1	Análise de Discurso Crítica (ADC): processos, crítica e mudança social	30
2.2	Discursos e a prática social .....	37
2.3	Estudos críticos e o turismo como objeto .....	45
2.4	ADC e turismo: as materialidades (in)visíveis do fenômeno.....	49
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	58
3.1	Pesquisa qualitativa.....	58
3.2	Orientação de análise em ADC: ADTO .....	61
3.3	Coleta e geração de dados: a construção do <i>corpus</i> .....	65
3.3.1	Dados coletados: Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Litoral Leste (PDITS).....	66
3.3.2	Dados gerados: entrevistas .....	70
3.3.2.1	Condições de realização das entrevistas e caracterização dos entrevistados	77
3.4	Categorias analíticas e perfil das análises.....	84
3.5	Chaves interpretativas utilizadas nas análises .....	86
<b>4</b>	<b>TURISMO E PLANEJAMENTO: POLÍTICAS, PARADIGMAS E SUSTENTABILIDADE</b> .....	90
4.1	Planejamento no turismo: contextualizando a análise .....	90
4.2	Planejamento turístico: natureza, política e sustentabilidade .....	94
4.3	Planejamento, turismo e desenvolvimento sustentável: fundamentos, dimensões e novos paradigmas .....	98
4.3.1	Novos paradigmas do planejamento sustentável no turismo.....	103
4.3.1.1	As políticas colaborativas e a participação do ator social ( <i>stakeholders</i> )	104
4.3.1.2	As políticas de governança.....	106
4.3.1.3	A competitividade dos destinos .....	107
4.3.1.4	A reflexão crítica e o posicionamento acerca de problemas observados	109
4.4	Planejamento turístico, materialidades e crítica .....	112
4.4.1	Análise documental: o “Plano” como síntese política e ideológica do planejamento .....	113

<b>5</b>	<b>POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL (CEARÁ)</b> .....	116
5.1	Reflexão crítica do turismo no contexto brasileiro .....	116
5.2	Políticas públicas de turismo no Brasil .....	122
5.2.1	Plano Nacional de Turismo (PNT) .....	123
5.2.2	Programa de Regionalização de Turismo (PRT)/Destinos indutores.....	126
5.2.3	Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) .....	129
5.3	Turismo no Ceará: plano, política e desdobramentos .....	133
5.4	Reflexões, materialidades e práticas: o turismo no Ceará.....	138
<b>6</b>	<b>DIRETRIZES E IDEOLOGIAS: ANÁLISE DO PDITS</b> .....	143
6.1	Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (Polo Litoral Leste).....	144
6.1.1	PDITS: análise da estrutura genérica .....	145
6.1.2	PDITS: análise da intertextualidade e interdiscursividade .....	149
6.1.3	PDITS: análise das escolhas lexicais .....	155
6.1.4	PDITS: análise da representação dos eventos e atores sociais.....	161
6.1.5	Estratégias para o desenvolvimento turístico do Polo Litoral Leste: síntese discursiva .....	168
<b>7</b>	<b>ANÁLISE DO DISCURSO DOS ATORES SOCIAIS: ENTREVISTAS ...</b>	170
7.1	Entrevistas: análise da estrutura genérica .....	171
7.2	Entrevistas: análise da intertextualidade e interdiscursividade .....	177
7.3	Entrevistas: análise das escolhas lexicais .....	183
7.4	Entrevistas – Eventos e atores sociais: análise das identidades e representações no contexto do turismo .....	187
7.5	Considerações dos resultados das análises do PDITS e dos das entrevistas com os atores sociais .....	197
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	201
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	208
	<b>APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO</b> ..	222
	<b>APÊNDICE B – TÓPICOS-GUIA DAS ENTREVISTAS</b> .....	225

<b>ANEXO A – CONVENÇÃO PARA TRANSCRIÇÃO.....</b>	<b>227</b>
<b>ANEXO B – ENTREVISTA 1 – FRANCISCO (REPRESENTANTE DO SINDEGTUR) .....</b>	<b>228</b>
<b>ANEXO C – ENTREVISTA 2 – CARLOS (GUIA DE TURISMO).....</b>	<b>236</b>
<b>ANEXO D – ENTREVISTA 3 – ANA (REPRESENTANTE DO INSTITUTO TERRAMAR).....</b>	<b>248</b>
<b>ANEXO E – ENTREVISTA 4 – LUCAS (EMPRESÁRIO DO TURISMO)</b>	<b>262</b>
<b>ANEXO F – ENTREVISTA 5 – PAULO (REPRESENTANTE DE ÓRGÃO DE FOMENTO CAF).....</b>	<b>272</b>
<b>ANEXO G – ENTREVISTA 6 – RAFAEL (REPRESENTANTE DO BNB)..</b>	<b>280</b>
<b>ANEXO H – ENTREVISTA 7 – HEITOR (REPRESENTANTE DA ABIH)</b>	<b>296</b>
<b>ANEXO I – ENTREVISTA 8 – CRISTIANO (REPRESENTANTE DA SETUR) .....</b>	<b>310</b>
<b>ANEXO J – ENTREVISTA 9 – RODRIGO (JORNALISTA DA ÁREA DO TURISMO).....</b>	<b>329</b>
<b>ANEXO K – ENTREVISTA 10 – LEONARDO (REPRESENTANTE DA SETFOR).....</b>	<b>342</b>
<b>ANEXO L – ENTREVISTA 11 – BEATRIZ (REPRESENTANTE DA SEUMA) .....</b>	<b>355</b>
<b>ANEXO M – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA .....</b>	<b>366</b>
<b>ANEXO N – DECLARAÇÕES DE REVISÃO E DE NORMALIZAÇÃO ..</b>	<b>370</b>



## 1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento socioeconômico do fenômeno do turismo atrela-se à modernidade. É permeado pela circulação de formas simbólicas e instrumentalizado pelos campos político e econômico, que, através das políticas públicas, materializam as suas práticas, essencialmente voltadas à geração de riqueza mediante a estruturação dos destinos. A perspectiva de construção e crescimento do turismo é transnacional, mas interfere nos aspectos sociais, culturais, econômicos e ambientais localmente. O turismo é uma política e vincula-se às suas decisões, nas quais as diretrizes, práticas e ideias tornam-se “[...] normalizadas, legitimadas e dominantes como resultados de seu uso repetido por governos, os profissionais e os próprios turistas” (HANNAM; KNOX, 2010, p. 4).

É na fluidez do “espaço e tempo” e nas configurações “político-econômicas” que o capitalismo molda o sistema “histórico-geográfico” em que o turismo se insere. Assim, a atividade materializa-se por intermédio dos megaempreendimentos e seus discursos de apologia e desenvolvimento, configurado em um jogo de poder e resistência. Nessa “condição histórica”, a tese encontra o cenário para o estudo crítico do turismo, no qual os campos político, econômico e discursivo desempenham força e articulam a mediação da atividade (HARVEY, 2007).

Para entender o turismo no Ceará, em termos de concepção e prática, é preciso situá-lo nesse contexto, em que os referenciais locais rapidamente moldam-se à lógica das decisões políticas de estruturação das localidades em produto, em que os discursos reforçam sistematicamente as premissas do turismo como fator de desenvolvimento<sup>1</sup> econômico, inclusão social e estratégia eficiente de utilização dos recursos naturais, enquanto, simultânea e “despretensiosamente”, sistematizam um domínio político-econômico, construindo simbolicamente referências e retóricas, citadas e posicionadas da melhor forma, quando convenientes.

Concorda-se com Vidal (2010, p. 111), quando assevera que “[...] os locais turísticos não são apenas o produto de uma construção retórica, eles também são espaços organizados por práticas que fazem parte de um ambiente social estruturado por relações e interesses”. Assim, evidencia-se a importância de se

---

<sup>1</sup> O termo “desenvolvimento” é entendido como um processo de melhoria, crescimento, mudança positiva, evolução. Com base nessa concepção, esse vocábulo será associado a outros termos para referir-se a mudanças positivas, um estado evolutivo, tais como: desenvolvimento local/regional, desenvolvimento turístico, desenvolvimento sustentável.

compreender a natureza e as estruturas que modelam as políticas do turismo no Ceará, já que é na relação de estruturas e práticas que essa atividade avança, construindo sentidos<sup>2</sup> e produzindo movimentos socioespaciais.

Nesse sentido, a aderência do fenômeno à ordem contemporânea exige visão crítica, contextualizada e novas interpretações, para sentidos e externalidades gerados pela atividade. Na tese, a opção foi a de refletir criticamente sobre as políticas do turismo e os sistemas que o regem no Ceará, por meio da análise de documentos gerenciais e entrevistas com os atores sociais, considerando essa atitude uma forma de ampliar o repertório de conhecimento, aspecto importante para a formulação de filtros interpretativos, por exemplo, em oposição aos discursos de poder e imagens do “espetáculo”<sup>3</sup> (DEBORD, 2003) que permeiam a atividade em âmbito regional.

A tese situa-se nesta perspectiva: buscar caminhos reflexivos e interdisciplinares que gerem conhecimento crítico, uma concepção que sugere ir além da crítica ao sistema. Um conhecimento que interprete as conjunturas e mecanismos que atuam de forma subjacente, mas não menos eficaz, no delineamento da atividade turística; um sistema complexo configurado por “[...] discursos, interesses e usos” (VIDAL, 2010, p. 111). Na concepção da tese, acredita-se que a reflexão crítica sobre determinado problema social produz conhecimento, e esse estimula contra-argumentos a questões estabelecidas, tidas como “certas” e “inquestionáveis”, mesmo que essas ações sejam parciais por força da posição menos hierárquica e de poder que cada um ocupa nesse espaço.

Foca-se, no estudo, o modo regulatório, político-econômico e ideológico com que os governos vêm constituindo o cenário regional das políticas públicas do Ceará. O desafio, portanto, é o de investigar pontos que esclareçam aspectos relativos à estruturação desse cenário, assim como pertinentes às ideias que se transmitem, reproduzem-se e retroalimentam-se nas práticas sociais do turismo.

O turismo brasileiro, especialmente na versão estabelecida no Nordeste, especificamente no Ceará, centraliza interesses de vários segmentos, cujas relações

---

<sup>2</sup> Verón (1980) refere-se ao “sentido” como a produção do dispositivo significante. A construção dos eventos, sejam eles reais ou imaginários, como significante ou como “material”. É a “ordem das representações” construídas socialmente, cujo discurso se destaca como aparato estruturador (VERÓN, 1980).

<sup>3</sup> A economia em função dela mesma e da manutenção do seu aparato e desdobramento, em que a imagem do espetáculo surge como intermediação. Consoante Debord (2003), o espetáculo gira em função da imagem que mediatiza as relações sociais.

se consolidam em torno de um jogo orquestrado em função do alcance de metas e acordos, sobretudo os que orbitam em torno do binômio investimento e lucro. Nesse contexto, os discursos representam uma poderosa ferramenta de estruturação da atividade, seja pela utilização das práticas discursivas na mediação social, seja pela formulação da retórica a fim de cumprir as formalidades institucionais.

Na perspectiva de análise da tese, o turismo é entendido não apenas como uma atividade potencialmente capaz de trazer desenvolvimento para as localidades, mas também como “[...] um campo que é politicamente, economicamente, culturalmente e ambientalmente trabalhado por uma variedade de agências e estruturas” (HANNAM; KNOX, 2015, p. 14). Assim, a análise crítica da estrutura política e discursiva que permeia a área do turismo torna-se significativa, no sentido de evidenciar possíveis acordos de bastidores e poderes subjacentes à imagem construída relativa à atividade.

Importa-se, nesta reflexão, não apenas pontuar os impactos sociais, ambientais e econômicos gerados pela atividade turística, mas refletir sobre as dimensões simbólicas, desiguais e de poder escamoteadas pelos discursos institucionais e seus administradores, que apregoam o planejamento e o desenvolvimento sustentável como diretrizes das gestões das quais fazem parte.

Nesse sentido, estudar as conexões, ações e discursos do turismo remete a uma epistemologia crítica e contribui para a formação de um pensamento reflexivo e interpretativo, a partir dos quais emergem novos argumentos, direcionando transformações da realidade (NECHAR, 2011). Desse modo, conforme a reflexão do contexto vivido e identificação de possíveis problemas, cria-se um repertório de conhecimento<sup>4</sup> necessário ao enfrentamento de posições ideológicas que no turismo privilegiam grupos, concentram recursos e exploram territórios, indo de encontro ao que se concebe de um destino turístico sustentável.

Sob esse viés, refletir criticamente sobre as estruturas que mantêm e se reproduzem no turismo implica debater os sentidos e as práticas verificadas no cenário observado, tentando abstrair dessa realidade possíveis disparidades entre intenções, textos, contextos e, principalmente, de como se forja a imagem espetacularizada e desenvolvimentista da realidade, em termos de turismo.

---

<sup>4</sup> A noção de conhecimento tem a mesma base filosófica do que Magalhães (2011, p. 218) chama de “[...] novas mentalidades em relação ao gênero social por meio do letramento, que é o uso social da leitura e da escrita”.

Para tanto, nesta pesquisa, optou-se por estudar o turismo com foco nos discursos e práticas observadas no desenvolvimento da atividade no Ceará, considerando que os discursos revelam ideologias que sustentam as práticas, da mesma forma que as estruturas, posturas de dominação e contradições, com referência à investigação das práticas sociais.

Desse modo, o cerne do estudo está na relação entre os discursos e a prática social<sup>5</sup> do turismo no Ceará, com especial atenção à interpretação dos mecanismos que atuam na articulação e conjuntura da atividade. Nesse contexto, de forma indireta, reflete-se criticamente sobre aspectos atinentes ao planejamento e desenvolvimento sustentável do turismo, com base na correlação dos referidos campos com as análises feitas e a bibliografia consultada.

No estudo, consideram-se relevantes as opiniões (visão de mundo/interpretação) dos atores sociais em relação às práticas e políticas do turismo. A indicação em considerar efetivamente a participação dos atores sociais no processo de decisão e na formulação das diretrizes turísticas são ideais fundamentados no planejamento turístico sustentável (OMT, 2003). Os ideais suscitados surgem com o agravamento dos problemas socioambientais e as crises econômicas mundiais, bem como com o incremento dos processos democráticos, evidenciando a necessidade de incorporação de novas matrizes de análise do fenômeno turístico e compartilhamento de poder (ARAUJO, 2012; ARAUJO; BRAMWELL, 2002; SOUZA, 2007).

Compartilhar das opiniões do ator social também favorece a ampliação da base empírica para o reconhecimento ou refutação das políticas desenvolvidas nas políticas do turismo. Dessa forma, ao considerá-las, proporcionam-se contra-argumentos aos discursos cristalizados do “turismo espetáculo” e “turismo desenvolvimentista”, como citado nos documentos Turismo no Brasil 2011/2014, Brasil em Desenvolvimento 2009 e Plano Nacional de Turismo 2007/2010.

Para Vieira, Costa e Cintra (2012), a literatura acerca da participação dos atores sociais na tomada de decisão e opinião (teoria dos *stakeholders*<sup>6</sup>) na

---

<sup>5</sup> O intercâmbio entre essas duas dimensões relaciona-se à explicação da dimensão da prática social em Fairclough (2001, p. 22): “A dimensão da ‘prática social’ cuida de questões de interesse na análise social, tais como as circunstâncias institucionais e organizacionais do evento discursivo e como elas moldam a natureza da prática social discursiva e os efeitos constitutivos/construtivos referidos anteriormente”.

<sup>6</sup> A definição clássica de *stakeholder* é “[...] qualquer grupo ou pessoa cujos interesses podem afetar ou ser afetados pelas realizações dos objetivos de uma organização” (FREEMAN, 1984, p. 46).

construção dos projetos turísticos “carecem de melhor investigação empírica” sobre as suas motivações e visões concernentes à sua rede de relações e práticas sociais. Para os autores, o tema ainda é abordado de “maneira incipiente na literatura internacional” e especialmente na literatura sobre o turismo no Brasil.

Outro aspecto relevante que fundamenta a reflexão crítica do estudo é a correlação entre discurso, política e prática social<sup>7</sup>. Dessa forma, a atividade turística é foco de análise na tese, tangenciado pelos campos político-econômico, socioambiental e discursivo, tendo como objetivo, a partir da problemática levantada e do desdobramento das discussões, contribuir com perspectivas que direcionem o desenvolvimento sustentável da atividade no Ceará.

Em termos de relevância, a escolha do turismo como foco da pesquisa justifica-se pelo *status* alcançado pelo fenômeno nas últimas décadas no Brasil, com destaque neste estudo para o Ceará, atentando-se para: o reconhecimento mundial da atividade como mecanismo potencial de desenvolvimento socioeconômico e ambiental; o crescente interesse político pela atividade em escala internacional; a representatividade como atividade emergente na modernidade capitalista; e as mudanças fisionômicas e culturais causadas em áreas turistificadas<sup>8</sup>.

Quanto ao turismo e ao contexto regional, destacam-se: a importância da atividade como política setorial de desenvolvimento para o estado; o reconhecimento do turismo como atividade de convergência de interesse dos governos nas últimas décadas; as mudanças e adaptações territoriais e sociais em detrimento do aporte da atividade na zona costeira; e a força com que a atividade atua nas práticas sociais nos litorais turistificados da costa cearense.

Em termos de pesquisa, o estudo do turismo apoia-se nos mais diversos campos, com destaque para as ciências sociais, geografia, economia e meio ambiente. Nessa direção, os estudos salientam o comportamento do turista, o

---

Complementam Mitchell, Agle e Wood (1997) que *stakeholder* pode ser considerado qualquer pessoa, grupo, vizinhança, organização, instituição, sociedade, e até mesmo o ambiente natural pode ser pensado genericamente como um atual ou potencial *stakeholder*. Também para Sheehan e Ritchie (2005), a definição de *stakeholder* é muito abrangente, indo além das relações formais, oficiais ou contatuais com as organizações, podendo a organização ser afetada por outros agentes que não estejam diretamente ligados à organização.

<sup>7</sup> Para Magalhães (2004), as práticas sociais são formas de atividades sociais oriundas de diversos elementos, dentre os quais o discurso. As práticas sociais ainda incluem: ações, sujeitos, relações sociais, instrumentos, objetos, tempo, lugar, formas de consciência e valores.

<sup>8</sup> Turistificação: processo de implantação e/ou implementação da atividade turística, observado principalmente nas zonas litorâneas do Nordeste. No estudo, fazem-se referências às localidades da zona costeira cearense que, de alguma forma, foram adaptadas ou modificadas ao longo das últimas décadas para implementação da atividade turística.

significado do lazer nas sociedades modernas, os impactos gerados e a produção de riqueza proporcionada pela atividade. É nesse contexto que o autor reflete sobre o que tem sido contemplado nas pesquisas e, principalmente, se as linhas adotadas incluem aspectos qualitativos, como os elementos simbólicos e discursivos e as representações que atuam sistematicamente na modernidade.

A intenção é sinalizar que, com o avanço do turismo como prática social (relações, valores, sentidos, aplicabilidades) e o jogo de interesses centrado na atividade, é importante entender que mecanismos e aspectos podem ser arbitrários nessas relações, posicionando o debate numa lógica reflexiva e crítica, que “[...] aponte direção a revelar as estruturas e mecanismos causais por trás do fenômeno” (CORRALES, 2004, p. 406). Esse é um caminho que objetiva evitar a repetição dos conceitos instituídos nas pesquisas do turismo, evidenciando a necessidade de outras abordagens.

Essa noção não desvaloriza as pesquisas do turismo focadas em campos específicos, como economia ou *marketing*<sup>9</sup>, por exemplo, mas alerta para que a descrição histórica do espaço turístico ou a observação das mudanças socioeconômicas, políticas e ambientais dos lugares devem vir acompanhadas da reflexão de que outros elementos atuam nessa dinâmica. Assim, esta pesquisa busca direcionar as metodologias investigativas e interpretativas a partir do contexto local, incluindo as práticas sociais, discursivas e pontos de vista dos atores locais, recuperando narrativas que levem a uma melhor compreensão do turismo no Ceará.

Parafraseando Sampaio (2013, p. 181), é preciso reconhecer a riqueza que é a observação, direta ou recebida, da interação do pesquisador com o objeto pesquisado e também das pessoas nas suas práticas sociais, pois “[...] há um rol de coisas, processos e relações” que, embora não seja imediatamente visível, pode ser apreendido pelo esforço interpretativo do pesquisador. Assim, há que se questionar se não há algo a mais a ser esclarecido além do que já foi “visto” e “dito”. Agir assim “constitui um passo importante na rematerialização e na necessária revitalização” do modo como se percebem as coisas.

Nessa direção, há que se relativizar os discursos e *performances* que normatizam a atividade turística e direcionar, consoante a interpretação das práticas

---

<sup>9</sup> De um modo geral, o foco das pesquisas no turismo, principalmente a partir da década de 1970, versa sobre a tendência de crescimento da atividade; construção de tabelas econométricas; impactos gerados pela atividade; imagens dos destinos; e *marketing*.

locais, a observação do que “é e do que não é visível”, contextualizando o que se observa e refletindo sobre essa relação (VIDAL, 2010). Esse é um modo de:

[...] recuperar um sentido de visão (e atenção) que seja capaz de nos voltar a conectar com a materialidade das coisas e, através dela, com os processos sociais e culturais (muitas vezes invisíveis) que estão na base daquilo a que convencionalmente chamamos turismo. (SAMPAIO, 2013, p. 181).

Dessa forma, o estudo fundamenta-se pelo viés crítico, o qual extrapola o sentido mercadológico, pautado na lógica espaço-mercadoria que configura o turismo (CRUZ, 2006). Assim, a análise crítica considera a interdisciplinaridade, reflexividade, criticidade e dialética dos fatores como pontos importantes a serem incluídos na análise do fenômeno (CHAMBERS, 2007). Na tese, a perspectiva crítica evidencia e analisa, além da estrutura social e de poder que permeia a atividade turística no Ceará, como atuam os discursos na prática social, a fim de proporcionar novos debates referentes às práticas discursivas no contexto social do turismo regional.

A pesquisa crítica em turismo, baseada em paradigmas interpretativos e situada na análise qualitativa da prática social, visa a investigar o jogo de forças que atuam na formulação das políticas públicas. Nesse aspecto, a investigação busca revelar os elementos organizativos subjacentes aos discursos, políticas e acordos constituídos fora da arena de discussão. Para Bramwell (2006, p. 958), a questão é relevante, já que “[...] é reconhecido que as políticas oficiais [do turismo] muitas vezes são moldadas fora da arena pública e talvez de formas nebulosas [secretas]”.

Consoante essa lógica, para além do “[...] positivismo econômico presente em algumas práticas e argumentações [discursivas] sobre o turismo” (SCÓTOLO; PANOSSO NETTO, 2015, p. 38), é preciso formular um contradiscurso baseado no desenvolvimento sustentável (TOMAZZONI, 2006). Assim, conforme a análise das práticas sociais, assentadas na participação do ator social, redundam representações importantes no debate crítico do turismo, cuja heterogeneidade discursiva, através de concordância ou refutação, evidencia realidades para além do discurso oficial e institucionalizado. Assim, os estudos locais, dos lugares e do meio social, permitem produzir “observações diretas” e “observações densas” (SILVA, 2004), as quais fundamentam os debates objetivando mudanças de postura ante as práticas observadas.

Dessa forma, o turismo, mais que um conjunto complexo de infraestrutura e recursos físicos (COOPER; MICHAEL HALL; GODOI, 2011), neste estudo é investigado como um complexo sistema de interesses e poderes que interfere sistematicamente na estruturação da atividade. Sob esse prisma, investigam-se os processos constituintes desse sistema, de sorte a aproximar-se de uma interpretação crítica e realista “[...] sobre os pontos obscuros das relações aparentemente manifestas sob a forma daquilo que se convencionou chamar de turismo” (HINTZE, 2013, p. 29).

A análise qualitativa do turismo, nesses termos, reflete criticamente sobre questões como os discursos e a conjuntura político-econômica, com vistas a “[...] discernir, julgar e avaliar a qualidade das coisas” (NECHAR, 2011, p. 526), também na observância da relação que se estabelece entre sociedade e estrutura político-administrativa da atividade, incluindo os poderes gerativos, estruturas subjacentes e modos pelos quais esses sistemas se estabelecem (BHASKAR, 1986, 1998), sendo o sentido prático das reflexões a proposição de mudanças para a realidade (problema) observada.

Assim, há que se investigar o fenômeno do turismo em termos de conceitos, contextos e práticas. A análise desses elementos, angulados na perspectiva teórico-metodológica nesta tese, funciona como um platô de onde se busca esclarecer o estado atual das coisas, a partir da reflexão sobre o turismo com arrimo em suas estruturas e ideologias, dois pontos que influenciam diretamente as condições de produção, recepção e escalonamento das políticas do turismo no contexto regional.

Conforme Fazito (2012), a chave para entender as relações de poder que moldam o desenvolvimento do turismo está na análise do discurso. O autor sugere a análise consoante a compreensão fundamentada em Foucault, segundo a qual os discursos não são só palavras, mas ações, mecanismos que atuam dentro de um contexto histórico e político. Dessa forma, é preciso entender como operam os processos simbólicos que transformam lugares em mercadorias turísticas, posicionados em palanques privilegiados que cristalizam discursos (SILVA, 2004).

Nesse raciocínio, considera-se a observação da ordem do discurso (FOUCAULT, 2001) como um importante mecanismo de análise para o turismo, haja vista as marcas de controle e poder que intencionalmente constroem as práticas discursivas no turismo e acabam por delinear as práticas locais e a permanência do



*status quo*. Dessa forma, justifica-se a importância da investigação das formas simbólicas de dominação na contemporaneidade, de acordo com o conceito de ideologia e interpretação das maneiras como o sentido é construído – como nos discursos (THOMPSON, 1995).

Assim, analisam-se os discursos considerando-se sua influência, funcionalidade e estratégias na percepção de que “[...] não somente refletem modelos mentais subjacentes semelhantes e representações sociais compartilhadas pelas elites [poderes], mas também maneiras semelhantes de interação social, comunicação, persuasão, formação de opinião pública” (VAN DIJK, 2010, p. 153).

Para isso, há que se reconhecer as funcionalidades e padrões introjetados através das práticas discursivas, caso contrário não haverá o debate de proposição de mudanças e, conseqüentemente, nenhuma modificação do estado das coisas. Assim, espera-se que o estudo contribua para que haja o reconhecimento de que a prática discursiva do turismo é clivada de funções e articula-se em torno de interesses, aspectos retóricos institucionais e poderes, de modo a reconhecer claramente os discursos como um poderoso mecanismo de controle social.

Os discursos no turismo sintetizam elementos de outros discursos, provenientes de uma vasta rede de interpelações, tais como: órgãos oficiais e acordos políticos e econômicos. Assim, o discurso no turismo representa um elemento estratégico de delineamento das práticas sociais, em que a política, a força da produção capitalista e o jogo de poder e de hierarquias atuam sistematicamente nessa dinâmica. Nesse sentido, para Hintze (2013, p. 44): “Quem opta por trabalhar com a análise crítica de discurso opta por fazer um trabalho de oposição às estratégias de discursos das classes dominantes. E, no turismo, tais classes têm papel importante a ser desvelado”.

Os textos (discursos) têm conseqüências e efeitos sociais, políticos, cognitivos, morais e materiais, e a sua análise é vital para entender essas conseqüências e efeitos, quando se deseja levantar questões morais e políticas sobre as sociedades modernas, bem como as transformações e instrumental regulador do “novo capitalismo<sup>10</sup>” em particular (FAIRCLOUGH, 2003).

---

<sup>10</sup> O termo é usado pelo autor para referir-se às formas de reestruturação do capitalismo que o fazem permanecer ativo como modelo dominante. A inserção desse conceito no estudo do autor se dá

No estudo, a escolha do objeto e a construção do caminho investigativo traçado determinaram o arcabouço teórico e metodológico, que tem referência nos Estudos Críticos do Turismo e na Análise do Discurso, disciplinas nas quais as estruturas que influenciam a prática social, como os poderes locais e as ideologias, costumam ser investigadas.

A essa realidade, Coriolano e Sampaio (2012, p. 44) comentam que “As intenções conduzem políticas, ações e práticas sociais e pontos de vista e assim se elaboram os discursos de desenvolvimento”, como também as apologias, defesas e justificativas, em que cada elemento cumpre uma determinada função (ordem) discursiva, encaixada nos textos e contextos da melhor forma, com vistas a garantir os resultados esperados (programados).

Dessa forma, ao reconhecer as funcionalidades e mecanismos utilizados na produção discursiva, com base no contexto no qual se insere, há que se criar um contradiscurso que relativize esse domínio. Nessa direção, é preciso expor o problema e refletir criticamente sobre a questão, assim cria-se um repertório de esclarecimento/conhecimento emergente, o qual fortalece as posturas argumentativas e as interpretações críticas por parte dos indivíduos, o que, na concepção de Fairclough (2001), significa uma forma de emancipação.

Por esse prisma, reconhecer os problemas que envolvem os discursos do turismo, entender os elementos que constituem as práticas sociais, delinear contra-argumentos, gerar conhecimento e propor posturas críticas e emancipatórias foram direções delineadoras da pesquisa.

Nessa esteira, o autor defende a importância da investigação das subjetividades no turismo, as quais se formulam por relações, interesses e elementos simbólicos, aspectos ainda pouco sistematizados nas pesquisas do turismo. Assim, o caminho escolhido para abstração das realidades e práticas sociais do turismo centra-se na análise do discurso como cerne da investigação, proveniente da percepção e análise do autor da inconsistência entre o discurso e a relação da prática no turismo regional, as quais levaram a formulação do objetivo principal da tese em:

- Analisar discursos do turismo no Ceará, de modo a evidenciar posições discursivo-ideológicas que influenciam direta e/ou indiretamente o

---

pela importância de se perceber as consequências causadas por esse aspecto na sociedade, não sendo possível ignorá-lo nas pesquisas sociais (FAIRCLOUGH, 2003).

planejamento e a prática social da atividade, mediante as análises dos sentidos produzidos (discursos) nos textos do *corpus*.

Nessa perspectiva, visando a uma melhor compreensão do referido objetivo e tendo em vista a ampla possibilidade de escolhas investigativas, focou-se como objetivos específicos *identificar* e *analisar*:

- Quais os sentidos potenciais gerados em textos ligados ao discurso oficial do turismo no Ceará e quais os mecanismos discursivos utilizados no processo?
- Como os textos do *corpus* evidenciam posicionamentos ideológico-discursivos e qual a correlação com as realidades percebidas na prática social?
- Como os textos do *corpus* representam o discurso oficial do turismo, os eventos e os atores sociais?
- Como os textos do *corpus* expõem e avaliam a importância do desenvolvimento sustentável no turismo no estado e sua prática social?

O conjunto de questionamentos constitui elementos importantes para checagem e discussão da seguinte hipótese elaborada:

- A construção discursiva do turismo no Ceará cumpre dois papéis principais: um funcional-burocrático e outro ideológico, os quais orientam delineamento e manutenção da imagem da eficiência administrativa do turismo regional e contribuem para a formação cognitiva e imagética do que representa a atividade turística para a sociedade e os atores sociais, respectivamente. Contudo, existem contradições entre esses discursos, a prática social e o que se concebe como desenvolvimento sustentável no turismo. Esse cenário, construído discursivamente, acaba por escamotear interesses e jogos de poderes políticos e econômicos, garantindo a manutenção do *status quo*, da imagem do espetáculo relacionado à atividade.

Investiga-se, assim, o não discurso, o não posto, a antimatéria subjacente à realidade, que, se posta em superfície, revelaria as contradições do sistema administrativo do turismo regional. As reflexões conectam-se e auxiliam na interpretação de questões como: por meio de que forma a estrutura administrativa do turismo constrói e mantém o *status quo*? Que mecanismos contribuem para a

manutenção da “imagem espetáculo” no turismo do estado? Que pontos, com base no jogo dialético entre discurso e prática social, podem ser revelados e possivelmente empregados para elaboração de cenários emergentes (construção de repertórios) na direção do desenvolvimento sustentável regional?

O conhecimento adquirido a partir das reflexões contribui para o debate e a desmistificação dos discursos cristalizados do turismo em âmbito regional, o que possibilita fundamentar as críticas em relação à disparidade entre concepção e efetividade das políticas setoriais do turismo na condição de prática social, como também contribui para a aquisição do conhecimento, a fim de criarem-se posturas emancipatórias (contra-argumentativas). Na concepção crítica da tese, esses são caminhos subsidiários no direcionamento do desenvolvimento turístico sustentável.

A tese está estruturada em oito seções, nelas compreendidas a Introdução e as Considerações finais. Na Introdução, apresentam-se a estrutura, problematização, hipóteses e objetivos que fundamentam o estudo. Explica-se ainda a relevância da pesquisa e o cerne em direcionar os estudos críticos para o turismo. A seção 2 trata da fundamentação teórica, em que se abordam aspectos estruturais da Análise Crítica de Discurso (ADC), como os significados de “discurso” e “prática social”. Complementa-se o referencial teórico justificando a importância dos “Estudos Críticos do Turismo” como proposta epistemológica voltada à “[...] construção do conhecimento e à transformação da realidade” (NECHAR, 2011, p. 532), direcionamento também defendido na ADC (FAIRCLOUGH, 2001; VAN DIJK, 2008). Por fim, relaciona-se a ADC como arcabouço teórico-metodológico de pesquisa adequado à perspectiva crítica de análise do turismo e de suas políticas.

A metodologia da pesquisa é contemplada na seção 3. Nela, apresenta-se a “pesquisa qualitativa” como método adequado para a explanação e produção do conhecimento relacionado ao panorama social (FLICK, 2009; MASON, 2002). Comentam-se as “categorias analíticas” da ADC empregadas no trabalho, justificando-se a relação das escolhas com os propósitos da tese. Nesse sentido, as análises apresentadas nas seções 6 e 7 vinculam-se a essa perspectiva de análise. A análise dos dados baliza-se pelo arcabouço teórico da ADC, a qual orienta o estudo em termos metodológicos de pesquisa e análise da estrutura social (FAIRCLOUGH, 2000). Há, nesses termos, uma complementaridade entre teoria e prática durante todo o desenvolvimento do estudo (RESENDE, 2006).

Apresentam-se ainda, conforme a ADC, as orientações para análise dos aspectos formais da língua, em termos de produção e interpretação, fundamentada na Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO) (FAIRCLOUGH, 2001). Ao final da seção, comenta-se sobre as chaves interpretativas utilizadas para a análise dos dados.

As seções 4 e 5 versam sobre questões pertinentes ao turismo. Duas seções dedicadas ao tema objetivam contextualizar a importância do segmento, a centralidade do planejamento como elemento voltado ao desenvolvimento sustentável, os programas de governo e as diretrizes que sustentam e orientam a atividade. Nessa construção, na seção 5 aborda-se o tópico “planejamento”, direcionando a discussão para o “planejamento no turismo” no que concerne a suas diretrizes e políticas e para o desenvolvimento sustentável. Posteriormente, faz-se uma reflexão sobre a importância de se avaliar o planejamento, incluindo na análise os aspectos que o estruturam, como a política e a economia. Desse modo, a concepção de análise do planejamento volta-se ao desenvolvimento sustentável do turismo, considerando a reflexão crítica das estruturas e dos contextos locais, elementos que auxiliam a formulação de novos cenários, como a geração de repertórios críticos.

A seção 5 volta-se ao contexto do turismo no que diz respeito às diretrizes e políticas públicas. No início, explana-se sobre os sentidos em posicionar as análises do turismo pelo viés crítico, que, entre outras questões, busca a análise dos contextos e de como se configuram as interorganizações entre Estado, mercado e sociedade (FISCHER, 2002). Em seguida, contextualiza-se a importância do turismo como fator de desenvolvimento socioeconômico e a importância da atividade nos contextos nacional e regional (BRASIL, 2013; CEARÁ, 2012). Nesse panorama, aborda-se ainda a relevância da postura crítica quanto à análise do turismo no que atine a suas estruturas, políticas e programas nas escalas macro e micro (HANNAM; KNOX, 2010).

Nas seções 6 e 7, fazem-se as análises discursivas do *corpus* da pesquisa, constituído dos dados coletados – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) – e dos dados gerados (entrevistas). A primeira parte da análise (seção 6) recai sobre a investigação da face discursiva que permeia a elaboração do PDITS. Já a segunda (seção 7) contempla a compreensão da prática social a partir do contato do pesquisador com os atores

sociais elencados para a pesquisa. A diversificação da base de dados busca inter cruzar o discurso político-administrativo oficial do planejamento/gestão do turismo em âmbito regional, representado pelo PDITS e, em contrapartida, através das entrevistas, “[...] dar voz às vozes do cotidiano” (COSTA, 2009, p. 19), ou seja, dar voz aos atores sociais, a partir das suas visões/posições particulares.

Embora a tese trate da ADC no turismo, ressalta-se que a amostra aporta apenas uma análise parcial da abrangência discursiva do segmento, contudo válida, para refletir sobre os aspectos vinculados aos discursos e práticas sociais no turismo em âmbito regional. Nessa direção, a análise crítica do turismo, no seu contexto discursivo e no âmbito da prática social, constitui os objetivos de elaboração das seções, obtidos da combinação da análise dos textos e dos dados empíricos (RESENDE, 2006).

Nas Considerações finais, apresentam-se comentários fundamentados nas análises dos dados, verificação das hipóteses e objetivos da pesquisa. Registra-se ainda, com base nas reflexões feitas no trabalho e nos resultados da investigação proposta, impressões concernentes ao panorama discursivo do turismo regional no Ceará, como as “realidades” e contradições do contexto analisado. No final da seção, com arrimo nas discussões e análises feitas, realizam-se algumas proposições direcionadas ao desenvolvimento sustentável e às pesquisas acadêmicas na área do turismo.

Este trabalho concretiza, além da construção do conhecimento acadêmico, a iniciativa em relacionar a compreensão do turismo em âmbito regional aos aspectos semióticos, ou seja, compreender elementos subjetivos que atuam de forma silenciosa, mas extremamente eficaz, na constituição e na forma como se constroem a imagem e os discursos no contexto do turismo no Ceará. Delinear uma pesquisa nesses moldes significou caminhar e voltar várias vezes ao ponto de partida, até encontrar um possível caminho, o qual se apresenta no estudo. Se o ponto de partida para o trabalho foi a inquietação, observada na prática social do autor como profissional de turismo, de que o segmento é um “espetáculo” desconexo da realidade, o resultado da pesquisa é o conhecimento ampliado do tema e a iniciativa, mesmo parcial, em traçar um viés crítico de compreensão e análise do turismo no contexto regional.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta segunda parte do trabalho, aborda-se o arcabouço teórico que norteia as análises propostas na tese. A Análise de Discurso Crítica<sup>11</sup> (ADC) fundamenta-se no intercâmbio entre a linguística e as ciências sociais e investiga as formações discursivas estabelecidas no bojo dos eventos sociais e na formação dos enunciados. Nesta seção, além da exposição atinente à eficácia do emprego da ADC na investigação de problemas sociodiscursivos, lança-se luz à adequação da disciplina para a análise do turismo numa perspectiva crítica. Os tópicos abordados situam-se na reflexão da importância da investigação entre a formação discursiva e a prática social no contexto do turismo, centralizada na abordagem da ADC. Ao situar essa discussão, chama-se a atenção para o necessário debate concernente aos mecanismos ideológicos, poderes e outras questões (semioses) que atuam sistematicamente na realidade local.

### 2.1 Análise de Discurso Crítica (ADC): processos, crítica e mudança social

A reflexão de que o conhecimento é socialmente construído, que a autonomia do conhecimento relativiza as observações e as ações no entorno social e que existem mecanismos, ferramentas, interesses e poderes que atuam e se beneficiam desse processo justifica a importância da análise das construções cognitivas<sup>12</sup> em sociedade – a exemplo dos discursos.

A análise dos enunciados (textos), referindo-se ao conteúdo e contexto, exige reflexões contextualizadas de como se processam a produção e a reprodução desse aparato em sociedade. Gill (2002, p. 244) resume que a análise do discurso, independentemente da forma ou codificação utilizadas, rejeita a noção de que “[...] a linguagem é simplesmente um meio neutro de refletir, ou descrever o mundo”, o que revela a importância do discurso na construção da vida social e a imprescindibilidade de centralizar a investigação dessas ações nas sociedades modernas. Se o

---

<sup>11</sup> No estudo, utiliza-se o termo como referência para a tradução de “*Critical Discourse Analysis*”, abordagem que enfatiza a perspectiva crítica nas análises discursivas. Nesse mesmo sentido, pesquisadores utilizam os termos “Análise Crítica de Discurso” e “*Critical Discourse Studies*”. Fairclough, expoente da ADC, usou pela primeira vez o termo em um artigo no *Journal of Pragmatics* (MAGALHÃES, 2005).

<sup>12</sup> Considera-se o vocábulo “cognição” como ato ou efeito de conhecer; processo ou faculdade de adquirir conhecimento; percepção (juízo/raciocínio).

desenvolvimento do turismo atrela-se a essa modernidade, é também na contextualização dessas práticas que se identificam e se transformam os problemas em objeto de análise e conhecimento, como se propõe com a análise das práticas discursivas nesta tese.

Para Fairclough (2003, p. 3), o termo “discurso” refere-se “à linguagem [escrita ou fala] em uso”, é um elemento da prática social intrinsecamente conectado com outros elementos. Assim, o discurso é o resultado complexo de uma rede de práticas, as quais se constituem de mecanismos particulares e diversos, sendo ele mesmo (o discurso), portanto, uma plataforma interessante de apreensão dos aspectos “sensíveis” relacionados à sua produção.

Na ADC, o emprego do léxico “discurso” é amplo, cuja análise refere-se: a) a uma construção de significados (sentidos) como elemento natural do processo social; b) a uma linguagem associada com uma prática ou área particular (por exemplo: o discurso político); e c) a uma forma de construção do mundo sob um viés social particular (por exemplo: o discurso neoliberal) (FAIRCLOUGH, 2010). Independentemente da abordagem que se escolha para enquadrá-lo, o discurso é “construído e construtivo” (GILL, 2002).

Embora haja ampla diversidade de abordagens e emprego da ADC em pesquisas no que tange à diversidade de métodos e objetos de investigação, os estudos desenvolvidos nessa área guardam algumas dimensões em comum. De acordo com Wodak e Meyer (2009, p. 2), são elas:

- O interesse nas propriedades de ocorrência natural de utilização da linguagem; utilização da linguagem real dos usuários (em vez de estudos de sistemas de linguagem abstratos e exemplos inventados).
- O foco em unidades maiores do que palavras isoladas e frases e, portanto, novas unidades básicas de análise: textos, discursos, conversas, falas, ações ou eventos comunicativos.
- A extensão da linguística para além de sentenças gramaticais, em direção aos estudos de ação e interação.
- A extensão não verbal (semiótica, multimodal, visual) dos aspectos de interação e comunicação: gestos, imagens, filmes, internet e multimídia;
- O foco na dinâmica (sócio)cognitiva, ou movimentos interacionais e estratégias.



- O estudo da função (social, cultural, situacional e cognitiva) dos contextos do uso da linguagem.
- A análise de um vasto número de uso da gramática textual e da linguagem: coerência, anáfora, tópicos, macroestrutura, ações da fala, interações, mudança de turno, sinais, polidez, argumentação, retórica, modelos mentais, entre muitos outros aspectos do texto e discurso.

A partir desse contexto, investigam-se os aspectos ideológicos e retóricos, construtivos que são estrategicamente posicionados nos enunciados do segmento turístico, de sorte a garantir a manutenção de posições hierárquicas, de poder ou de fortalecimento das imagens<sup>13</sup> políticas ou institucionais.

Em relação à tese, destaca-se o emprego da ADC pela: forma reflexiva e crítica de leitura das realidades observadas; direcionamentos inclusivos no que concerne à consideração das opiniões dos atores sociais; e foco de análise entre linguagem e prática social. Assim, a análise do objeto e seu contexto complementa-se pela relação dos acontecimentos ocorridos nas práticas sociais, haja vista “[...] que o sujeito nunca atende a uma interpelação como um ‘sujeito total’, mas sempre como um sujeito dividido, desejoso e instável”, cuja criação de repertório crítico “[...] pode deixar aberta uma possibilidade de o sujeito se ‘desidentificar’ com a formação ideológica e com a formação discursiva que o domina [que se percebe], que é uma condição da transformação política” (CARDOSO, 1999, p. 144-145).

Nesses termos, a análise discursiva oscila entre uma base textual, proveniente da Linguística Crítica (LC), e a análise sociolinguística, articuladas e indissociáveis. Nessa direção, Ramalho e Resende (2011) entendem o discurso como um complexo conjunto composto de semiose/linguagem em articulação. Sendo assim, quando se refere aos discursos, esclarece-se que se busca investigar os enunciados como mais que um ato da comunicação, pelas possíveis funções simbólicas e de poder exercidas em campos sociais específicos – como o turismo.

A concepção do discurso é entendida como um produto forjado nos contextos e práticas sociais, os quais transpõem elementos sensíveis ao objeto que

---

<sup>13</sup> No Cerará especificamente – como no Brasil de um modo geral –, os pronunciamentos e o anúncio dos programas de governo, sejam eles federais ou estaduais, fundamentam-se numa retórica apologética vinculada ao desenvolvimento do turismo. Cria-se, destarte, uma imagem idealizada da atividade, embora pesquisas relacionais revelem os problemas causados pelo fenômeno. Uma vez formatada a imagem, existe um trabalho constante, apoiado principalmente pela mídia e por sistemas de *marketing*, para que haja a manutenção da mesma retroalimentando todo o processo.

se deseja tornar evidente. Assim, quando se fala em discurso do turismo, não se faz referências aos elementos que se comunicam sobre a atividade em si, mas a aspectos “sensíveis” e “subjetivos” constituintes das práticas discursivas. Então, “[...] discurso refere-se a elementos semióticos das práticas sociais” (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 2003, p. 38), e é a esse discurso que se refere a tese.

Há, na produção discursiva, um conjunto de intenções que se formula estrategicamente, tendo em vista o “que”, “como” e “com que intensidade” se deseja alcançar a eficácia da produção. Assim, quando se investiga uma seção de um documento, ou um trecho de uma entrevista – como nas análises feitas nesta pesquisa –, os discursos (textos) são compreendidos levando-se em conta uma série de questões, tais como: contextos, funcionalidades, intenções, funções práticas e ideológicas, que, com base nos contextos de produção e decodificações, possibilitam entender as naturezas do objeto, muitas vezes diferentes daquelas dadas a princípio – uma dialética de investigação da estrutura social.

A sistematização da análise do discurso foi fortemente influenciada pelo conceito de “ordem do discurso” (FOUCAULT, 2001), ou seja, a organização estruturada dos elementos discursivos das práticas sociais. Diz Foucault (2001, p. 8-9):

[...] em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade.

Para o autor, a “ordem do discurso” reside na relação da língua como prática social, que é em si um elemento de estruturação de redes da prática social. Nesse aspecto, considera-se o discurso “[...] como jogos (*games*), jogos estratégicos, de ação e de reação, de pergunta e de resposta, de dominação e de esquivas, como também de luta” (FOUCAULT, 2002, p. 9), forjado na prática social.

A “ordem do discurso” refere-se à construção ideológica do discurso, o qual se torna elemento-chave de investigação quando se reflete sobre o discurso e a construção dos sentidos (VERÓN, 1980). O discurso faz-se presente na prática social; é ativo no sentido em que modela e modela-se por essas práticas. Na explicação de Fairclough (2001, p. 66), “[...] o discurso tem uma relação ativa com a realidade”. Para o autor, há uma relação direta entre a linguagem e a construção dos significados na realidade, em vez de o discurso ter uma relação passiva com esta.

No estudo, situa-se o aspecto ideológico como forma simbólica de dominação, tendo como referência a explicação da forma que sentidos são construídos simbolicamente por meio dos discursos, bem como os modos de operação ideológicas (THOMPSON, 1995), algumas exploradas nas análises do *corpus*, contidas na sexta e sétima partes deste trabalho.

Quadro 1 – Modos de operação da ideologia

<b>Modos gerais</b>	<b>Algumas estratégias típicas de construção simbólica</b>
<b>Legitimação</b>	Racionalização Universalização Narrativização
<b>Dissimulação</b>	Deslocamento Eufemização Tropo (sinédoque, metonímia, metáfora)
<b>Unificação</b>	Estandartização Simbolização da unidade
<b>Fragmentação</b>	Diferenciação Expurgo do outro
<b>Reificação</b>	Naturalização Eternalização Normalização / Passivização

Fonte: Thompson (1995, p. 81).

A esse respeito, cabe mencionar como exemplos os discursos produzidos pelo *trade* e políticas do turismo, em especial nas escalas regional e local, em que a constituição dos enunciados preza a incorporação de retóricas, os aspectos ideológicos modernos e a lexicalização, posicionados de maneira a demonstrar perfis administrativos coerentes e eficazes, mesmo que contraditórios na prática. Nos enunciados, empregam-se invariavelmente termos que denotam desenvolvimento e geração de riqueza para as localidades, os quais são marcos discursivos que auxiliam a construção imagético-ideológica dos grupos de quem os produz.

A ideia do desenvolvimento do turismo vai, pois, sendo construída ideologicamente por meio do discurso, forjado na coalização política e econômica, em que a atividade turística e suas políticas tornaram-se *locus*. Esse é um esquema cognitivo que atua no controle social, auxiliando a cristalização dos discursos e imagens de grupos políticos que os controlam. Nesse aspecto, o autor destaca o entrelaçamento de política, discurso e ideologia como um conjunto que atua na construção cognitiva e nas práticas sociais dos membros em determinados grupos, como o turismo.

Nesse sentido, os discursos, em conformidade com o “politicamente correto”, revelam-se como importantes mecanismos de investigação das práticas sociais do turismo, os quais se formam por redes de discursos provenientes do sistema turístico e por órgãos institucionais. É nesse discurso que o pesquisador busca evidenciar elementos que esclareçam os sentidos das produções discursivas, bem como as contradições e falácias desses discursos, para que se entenda que não há nessa atividade discursos “despretensiosos” e exclusivamente informativos, mas posicionados e elaborados com o desígnio de cumprirem determinados objetivos, como os expostos nas hipóteses.

Sob esse prisma, constata-se que o discurso não acontece em um vácuo (GILL, 2002), ele é “[...] moldado e restringido pela estrutura social” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91). Compreender essa relação, tendo em vista cada evento e seu contexto, facilita a identificação de marcas discursivas do objeto em análise, as quais se tornam repertório de conhecimento usado como “filtro social” interpretativo das realidades construídas, aportando subsídios na maneira de pensar e construir conhecimentos futuros. Isso é o que Van Dijk (2010) chama de “apoderação social”, entendida como a compreensão do receptor em perceber as consequências das ações e práticas discursivas do agente enunciativo.

Aplicando-se a concepção teórica à realidade, cita-se o alinhamento político-econômico neoliberal que direcionou o turismo no Ceará a partir dos anos 1990. No período, os aspectos simbólicos relacionados à construção da imagem do estado no cenário político nacional e os discursos como aparato ideológico de convencimento foram constituintes fundamentais do processo. Assim, entender o contexto político e a adesão ao processo naquele momento seria um relevante “filtro interpretativo” dos enunciados, uma relação de análise fundamentada no texto, contexto, realidade percebida e análise desse sistema de correlações.

Nesses termos, as redes de práticas, como os discursos, tornam-se uma fonte importante de análise dos mecanismos que normatizam/sistematizam as práticas locais, cuja reflexão fortalece a adoção de posturas frente ao problema observado. A esse respeito, Van Dijk (2010, p. 15) defende que o perfil crítico nos Estudos do Discurso está fortemente vinculado à investigação de aspecto de “abuso de poder social por um grupo”, cuja identificação e análise visam a superar relações assimétricas de poder.

Dessa forma, a crítica social está no cerne do emprego da ADC, marcado pelo caráter posicionado<sup>14</sup> no engajamento em favor dos grupos menos favorecidos. Para o autor, o perfil crítico e posicionado revela-se quando:

- As relações de dominação são estudadas, principalmente da perspectiva do grupo dominado (relações assimétricas) e do seu interesse.
- As experiências dos (membros de) grupos dominados são também usadas como evidências para avaliar o discurso dominante.
- Pode ser mostrado que as ações discursivas do grupo dominante são ilegais (inadequadas, segundo a recontextualização social).
- Podem ser formuladas alternativas viáveis aos discursos dominantes que são compatíveis com os interesses dos grupos dominados.

Nessa mesma direção, Wodak e Meyer (2009, p. 10) resumem a importância da ADC como uma postura analítica voltada à superação de formas de “[...] dominação, discriminação, poder e controle”. Para Fairclough (2001, p. 28), o uso do termo “crítico” “[...] implica mostrar conexões e causas que estão ocultas”; implicando também a intervenção de recursos (resistência, interpretação, posicionamento), cujas ações produzem mudanças para aqueles que possam encontrar-se em posição de desvantagem. A esse respeito, ressalta-se a importância de proximidade e percepção empírica ou relacional do autor com o objeto pesquisado, haja vista que só se propõem mudanças àquilo que se conhece/percebe, principalmente em âmbitos regional e local onde grupos hierárquicos e de poder atuam com vigor.

Dessa forma, o estudo articula debates relacionados às funcionalidades e estratégias ideológicas adotadas na área do turismo, em que o discurso é ferramenta eficaz, com o objetivo de desvelar possíveis intenções e marcas ideológicas na direção de posicionamentos emancipatórios em face dos problemas sociais observados – uma postura que denuncia posições sociais construídas de dominantes e dominados. Parafraseando Fischer (2002), identificar e debater esses problemas permite, ao menos residualmente, a acumulação de um capital crítico estruturante de filtros interpretativos e alerta ao monitoramento de problemas semelhantes. Na tese, esse é um caminho que leva a mudanças sociais.

---

<sup>14</sup> “Trata-se de abordagens críticas para o estudo lingüístico-discursivo [sic] de textos no sentido de que as pesquisas vinculadas à ADC assumem uma posição explícita em face de problemas sociais parcialmente discursivos, isto é, não simulam ‘imparcialidade científica’” (RESENDE, 2008, p. 40).

Neste estudo, não se presta a elaborar uma agenda de proposições de mudanças aos problemas observados, mas a ampliar o debate acerca da utilização dos mecanismos simbólicos no turismo do Ceará, com o fito de alertar para a existência de problemas sociodiscursivos em suas práticas e para a aquisição de conhecimento referente ao tema, aspecto fulcral na direção do desenvolvimento sustentável. Para Farrell e Twining-Ward (2004, p. 288):

Se a sustentabilidade não é o objetivo, não há necessidade de mudança, mas se há o desejo de mudança, de se praticar um turismo mais integral e eficaz, então a investigação de aplicação apropriada de outras áreas do conhecimento para o turismo deverá se processar com urgência.

Pata tanto, tentou-se, no corpo da tese, relacionar teoria e prática, por intermédio de exemplos e exposição dos atores envolvidos na pesquisa, com o intuito de tornar didático o documento, que se espera que sirvam de consulta a quem interessar os processos de análises discursivas no turismo. Contudo, tem-se noção das limitações práticas do estudo, mas acredita-se no potencial do mesmo no redirecionamento das leituras/interpretações críticas das práticas discursivas do turismo em âmbito regional. Nessa direção, foca-se na próxima seção o entrelaçamento do discurso e o delineamento das práticas locais.

## **2.2 Discursos e a prática social**

“O discurso não é a língua” (CHARAUDEAU, 2006, p. 40), já que a concepção de discurso integra um conjunto de apreensão para além de regras de uso da língua, como sintaxe e semântica. O discurso relaciona-se ao evento e à estrutura do enunciado, ou seja, às circunstâncias e formas de produção discursivas pertinentes ao evento para o qual o discurso foi produzido, em termos de produção de sentido e direção (para quem). Assim, ao conceber o discurso como prática social (FAIRCLOUGH; WODAK, 1997), considerar o “contexto do uso da linguagem” é crucial (WODAK; MEYER, 2009).

Para Fairclough (2003, p. 2), “[...] a linguagem é uma parte irreduzível da vida social” e conecta-se dialeticamente com outros elementos do sistema societário, a qual conecta, influencia e é influenciada pela transitividade das características de cada sistema. Entender a relação da linguagem como uma prática social é relevante, na medida em que a análise da questão encaminha o

esclarecimento de como se procede a constituição dos sujeitos e dos sentidos (significados) no espaço discursivo (CARDOSO, 1999).

Chouliaraki e Fairclough (1999) consideram a vida um “sistema aberto”, em que variados “mecanismos” operam baseados em estruturas próprias em uma complexa rede de práticas sociais. As práticas definem comportamentos, posturas, como também discursos. Nesse sentido, ao ouvir um pronunciamento, primeiro entende-se o referido texto “[...] por meio de um complexo processo de decodificação e compreensão de suas palavras e sentenças e, finalmente, pela construção de nossos próprios modelos do que ele diz” (VAN DIJK, 2010, p. 207); esse é um processo no qual a experiência empírica para a interpretação é relevante.

Na concepção de Fairclough (2003, p. 25), as práticas sociais se estabelecem na articulação de elementos sociais, tais como “[...] ação e interação, relações sociais, pessoas (com suas crenças, atitudes, histórias, etc.), o mundo material, discursos”. Na perspectiva da ADC, o ponto a ser destacado nessa relação está na articulação dialética dos discursos e desses outros elementos, de onde o pesquisador apreende, dos eventos analisados, materialidades subjacentes aos aspectos visíveis, um olhar que se volta à investigação das estruturas sociais, a exemplo das ideologias, as quais abrangem propriedades social e cognitiva, exigindo nas análises teorias integrativas (VAN DIJK, 1998).

Desse modo, a ADC fornece um quadro conceitual de análise que integra o evento, o discurso e o contexto institucional e social, onde se produzem e reproduzem as práticas discursivas, uma análise que importa no turismo, uma confrontação da narrativa e contexto das práticas que permeiam a atividade e aprofunda-se na investigação de elementos semióticos e qualitativos do panorama social, a exemplo dos mecanismos que atuam na criação de sentidos, como a “[...] metalinguagem no turismo, [que] é cada vez mais influente na comunicação”, podendo ser útil uma reflexão sobre o tema na formulação de críticas pertinentes (FEIGHERY, 2006, p. 10).

Ao mencionar a dialética dessa relação, Fairclough (2003) ressalta as diferenças dos elementos da vida social e de como eles internalizam aspectos dos outros elementos, o que acaba por se refletir na realidade social vivida. Chouliaraki e Fairclough (1999) concebem as práticas sociais consoante a conexão de três aspectos: estruturas sociais, práticas sociais e eventos sociais. As estruturas sociais reportam-se a relações sociais específicas, com base em um amplo contexto. As

práticas suscitam-se as formas de agir, as quais atuam na intermediação dos acontecimentos sociais. Já os eventos sociais caracterizam-se por elementos concretos, em que a linguagem materializa os aspectos discursivos nos textos produzidos.

Quanto ao turismo, a estrutura que compõe a cadeia produtiva da atividade é ampla, porém delineada estreitamente pelas áreas políticas e econômicas, que influenciam e articulam as diretrizes das políticas em vigor. Em relação às práticas, o perfil político, diplomático, conciliador, integrativo, sustentável, organizativo e estratégico é adotado, a fim de encaminhar os objetivos e interesses. Durante os eventos sociais do turismo, como as feiras, eventos midiáticos, de *marketing* e políticos, as práticas discursivas são estrategicamente articuladas como forma de planificar as ações que se planejam para a atividade.

Assim, ressalta-se a importância da investigação das práticas sociais no turismo. Como exemplo, e relacionado ao contexto analisado, citam-se o ritual institucionalizado dos eventos do turismo, a natureza das formações discursivas e o alinhamento e intercâmbio das estruturas sociais que compõem suas políticas. Nesse raciocínio, em termos de materialidades e contextos, centraliza-se a importância da análise crítica dos discursos no âmbito das políticas e práticas no turismo.

Nessa direção, Chouliaraki e Fairclough (1999) exemplificam as pesquisas com arrimo na “crítica exploratória” proposta por Roy Bhaskar<sup>15</sup>, assim como Fairclough (2003, p. 209), que sugere a análise crítica da linguagem com base no mesmo método a partir da seguinte sequência:

- Focalizar um problema social que tenha um aspecto semiótico. Iniciar com um problema social em vez da convencional “questão de partida”, tendo em vista o propósito crítico dessa abordagem para a produção de conhecimento que possa conduzir a posicionamentos emancipatórios.
- Identificar os obstáculos a serem alcançados por meio da análise:
  - a) Em relação à rede de práticas dentro da qual se localiza.
  - b) Da relação de semioses com outros elementos internos da prática.
  - c) Do discurso (a semiose) propriamente dito:

---

<sup>15</sup> Essencialmente, a “crítica exploratória” focaliza um problema, os obstáculos e funções desse problema e as possíveis formas de superar os obstáculos (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999).



- (i) Análise estrutural: a ordem de discurso.
- (ii) Análise textual/interacional – tanto a análise interdiscursiva quanto a linguística (e semiótica).

O objetivo aqui é compreender como o problema se apresenta e como ele é enraizado no modo em que a vida social está organizada, focalizando os obstáculos para sua resolução – naquilo que o torna mais ou menos intratável.

- Considerar se a ordem social (rede de práticas), de alguma maneira, “necessita” do programa. O ponto aqui é questionar se aqueles que são mais beneficiados com a maneira em que a vida social está agora organizada têm interesse na não resolução do problema.
- Identificar possíveis formas de superar os obstáculos. Este estágio na proposta é um complemento crucial para o estágio 2 – ele procura possibilidades que ainda não foram realizadas para a mudança no modo como a vida social está organizada naquele momento.
- Refletir criticamente sobre a análise (1-4). Isso não é exatamente parte da crítica exploratória de Bhaskar. Todavia é um importante acréscimo, o qual requer do/a analista a reflexão de onde ele/ela vem, como ele/ela mesmo/a está posicionado/a socialmente.

A seguir, relacionam-se, resumidamente, as etapas metodológicas sugeridas em Fairclough (2003, p. 209-210) e o objeto de pesquisa da Tese:

- Problema social – O discurso é um poderoso mecanismo de mediação no segmento turístico, assim como outras semioses (modalidades), atuando de forma eficaz como ferramenta de “cristalização” de imagens e ideologias, garantindo a permanência do *status quo* e a manutenção do jogo de poder. Essa realidade é possível porque existem práticas sociais estrategicamente pensadas para sua geração e manutenção, sendo o discurso central nesse processo. Essa constatação, percebida empiricamente pelo autor, levou-o à decisão em investigar os mecanismos que atuam nesse processo. Existe o interesse marcado nesta pesquisa em dar “visibilidade” às vozes dos atores sociais na leitura do problema, reconhecendo suas perspectivas e visões de mundo; bem como, no exame dos discursos dos atores sociais, em proporcionar uma dialética discursiva e de contraponto ao discurso institucionalizado – o que realça o valor da pesquisa para o contexto

social. Nessa trajetória, utilizam-se técnicas de análise etnográfica, “em outras palavras, a pesquisa etnográfica abre-se à linguagem e autointerpretação de campos com o objetivo de tornar as estruturas do mundo das pessoas explícitas” (WODAK; KRZYZANOWSKI, 2008), evidenciando, a partir dessa dialética, elementos emergentes para formulação de debates críticos e mudança e emancipação social, deixando claro que mecanismos ideológicos sustentam e atuam o/no discurso de poder no turismo regional.

- Obstáculos a serem atacados e superados – A exposição desse aspecto está na acessibilidade igualitária na arena discursiva, acesso não mediado ao conjunto de sistemas e engrenagens mantenedoras do segmento turístico, falta de articulação e força política, dependência estrutural do discurso constituído, carência de conhecimentos interpretativos, iniciativa e incentivo em posicionar-se contra o *status quo*. Procura-se aqui mapear como e por que existe a sistematização e a permanência do problema na estrutura social, bem como aquilo que o mantém, com vistas a superá-lo.
- Quem tem o interesse para que o estado das coisas seja perpetuado? Qual a função da manutenção do problema em seu contexto social? Essa discussão passa pela análise do contexto social do turismo regional, quando, mediante exposições críticas, ideologias e poder que trabalham imbrincados na formação do estado das coisas no segmento turístico regional são realçados.
- Possíveis formas de superar os obstáculos – Esse sentido é delineado conforme a aquisição de conhecimento/repertório sobre a identificação e discussão dos problemas observados.

Nesse sentido, o analista do discurso precisa entender a dialética entre os eventos, práticas e estruturas sociais, com o propósito de apreender o que foi revelado dessa relação e o que não é aparentemente visível. Essa análise auxilia o questionamento das razões das possíveis omissões/escamoteamentos e também a implicação de não deixar clara as relações. Há que se entender a linguagem como plataforma discursiva e também como interação mediada por várias conexões, como as que se estabelecem no turismo, cujas territorialidades se constroem

quase sempre em acordos de bastidores, entendendo o território como o cenário onde se efetivam as relações.

Dessa forma, a análise foca-se em como se dá a construção social dos enunciados (BRANDÃO, 2002), articulados e indissociáveis, haja vista que é na combinação sociolinguística que a ADC sistematiza teoria e método para o estudo de textos e eventos da prática social, a fim de “[...] descrever, interpretar e explicar a linguagem (discurso enquanto ação e representação) no contexto sócio-histórico” (MAGALHÃES, 2005, p. 3).

Um aspecto importante nas análises é refletir sobre a influência do discurso no que concerne à sustentação e reprodução do *status quo*, o que centraliza a reflexão sobre o discurso como uma poderosa ferramenta no exercício do poder. Na concepção de Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 37), “[...] qualquer prática [social] articula diversos elementos (como também os momentos), e desta forma diversos mecanismos. O discurso é um desses elementos, com os seus próprios mecanismos”.

Há, nessa abordagem, um olhar através (*through*) dos fatos visíveis, com o objetivo de clarear como e quais engrenagens (estruturas sociais) alimentam o sistema. Nessa direção, Fairclough (2010, p. 231) explica a articulação epistemológica da ADC na análise da dialética relacional entre as semioses (produção de significados) e os elementos sociais, no sentido de esclarecer como essa produção semiótica age no estabelecimento, reprodução e desigualdade do poder e processos ideológicos, considerando a importância dessas análises para o bem-estar social; e, neste trabalho, consideram-se essas questões também como um fator relevante relacionado ao desenvolvimento sustentável.

Abstrair e analisar os aspectos semióticos discursivos na prática social é complexo, destacando-se três aspectos construtivos do discurso: as “identidades sociais” e “posição de sujeito” para os “sujeitos”; as relações sociais entre as pessoas; e a construção de sistemas de conhecimento e crença (FAIRCLOUGH, 2001), aspectos contemplados na escolha das categorias analíticas da ADC empregadas no estudo, abordados na próxima seção.

Os referidos aspectos construtivos correspondem, respectivamente, a três funções da linguagem e às dimensões de sentido no discurso: as funções “identitária”, “relacional” e “ideacional” (FAIRCLOUGH, 2001), que, por sua vez,

correspondem às três categorias de análise na ADC: gênero, discurso e estilo (FAIRCLOUGH, 2010). Explica o autor:

[...] a função identitária relaciona-se aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso, a função relacional a como as relações sociais entre os participantes do discurso são representadas e negociadas, a função ideacional aos modos pelos quais os textos significam o mundo e seus processos, entidades e relações. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 92).

Neste estudo, a discussão do objeto perpassa por esses três níveis, na tentativa de aprofundar a relação entre a funcionalidade do discurso e a relação com a prática social no contexto do turismo. Assim, a compreensão e análise da prática social, da interação social, da realidade vivida (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999) são pontos centrais do estudo, uma vez que, por meio do entendimento dessa dinâmica, será possível situar aspectos da estrutura e das relações sociais que atuam e sistematizam as políticas do turismo, considerando ainda a importância do (re)conhecimento desses aspectos para a proposição de mudanças sociais.

Na concepção deste estudo, o discurso, como prática social, parte do entendimento de que ele “[...] é uma das instâncias em que a materialidade ideológica se concretiza” (BRANDÃO, 2002, p. 37), em que os enunciados revelam ideologias e interesses. Essa reflexão importa quando se intenciona uma análise crítica dos discursos do turismo, como aqueles marcados pela retórica do “politicamente correto e o irremediavelmente necessário ao desenvolvimento local”.

A análise dos enunciados, formados a partir das vivências, contextos e ideologias que compõem os sistemas sociais do turismo, permite apreender aspectos da realidade social, na concepção de que “[...] a língua, no seu uso prático, é inseparável de seu conteúdo ideológico ou relativo à vida”. Assim, é na enunciação que se materializa a relação social (BAKHTIN, 2010, p. 99). Fairclough (2003, p. 25) analisa a dificuldade de apreensão dessa materialidade, como também as influências exercidas pelas estruturas de poder e forças nesse processo:

Textos não são somente efeitos da estrutura lingüística [*sic*] e ordens de discurso, são também efeitos de outras estruturas sociais, e da prática social em todos os seus aspectos, de modo que se torna difícil separar os fatores (estruturas conceituais que organizam o pensamento, políticas e discurso) que moldam os textos.

Wodak e Meyer (2009, p. 5) afirmam que “[...] descrever discurso como uma prática social implica em [sic] uma relação dialética entre um evento discursivo particular e as situações, instituições e estruturas sociais que os moldam”. Para os autores, como a materialidade discursiva se revela no contexto social, os mesmos só podem ser entendidos a partir dessa mesma estrutura. Nesse sentido, justifica-se o emprego da ADC como ferramenta de análise aplicável aos mais variados segmentos, tendo como base a detecção de problemas relacionados com os aspectos semióticos discursivos, cujos objetivos buscam contribuir para o encaminhamento de mudanças sociais.

A ADC é caracterizada pelos interesses comuns em desmistificar ideologias e poder através da investigação sistemática e deduzíveis de dados semióticos (escrita, falada ou visual). Pesquisadores em ADC também tentam deixar suas próprias posições e interesses explícitos, mantendo suas respectivas metodologias científicas e mantendo-se auto-reflexivos [quanto a] seu próprio processo de investigação. (WODAK; MEYER, 2009, p. 3).

Dessa forma, analisa-se o discurso com base na análise sobre a influência, funcionalidade e estratégias como interação social, na direção de que os discursos embutem modelos mentais subjacentes e de representações sociais que atuam sistematicamente na produção e reprodução da prática social. Esta investigação favorece, entre outras questões, “[...] a prática interpretativa e exploratória tanto a respeito de constrangimentos sociais sobre o texto [discurso] como de efeitos sociais desencadeados por sentidos de textos” (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 23), o que ambienta a ADC numa perspectiva eminentemente crítica, considerando não apenas as teorizações a respeito do objeto identificado, mas sua relação e avaliação fundamentadas nas práticas sociais dos atores, “[...] não apenas porque pensa, mas porque sente, age, se relaciona” (FRANÇA, 2001, p. 45).

Contudo, Triviños (2006, p. 121), na reflexão entre prática e teoria, relativiza esse entendimento, afirmando que “[...] o reflexo do fenômeno material na consciência depende de diversas condições inerentes tanto à pessoa como ao ambiente”. Essa é uma condição importante a ser observada, haja vista que contra-argumentações, num contexto hierarquizado e de poder, poderão significar retaliação simbólica ou situações de constrangimento.

Assim, é possível pressupor que a “consciência” poderá ser moldada pela necessidade de “integrar-se” ao contexto social em que haja grupos de comandos e comandados. Nesse contexto, aceitar as diretrizes não significa apenas acatar a

estrutura política em vigor: no turismo, essa condição poderá significar a garantia de integrar-se ao processo, situação que acontece frequentemente e centraliza uma importante discussão na análise crítica do turismo como fenômeno social.

### **2.3 Estudos críticos e o turismo como objeto**

O estudo crítico do turismo diz respeito às reflexões fundadas na própria atividade e às relações com as realidades observadas. Ou seja, é a partir da observação das práticas que se fundamentam as descrições das realidades ou as potenciais questões a serem discutidas subjacentes à aparência do fenômeno. Dessa forma, há um sentido reflexivo que objetivamente busca mudanças às práticas observadas e promoção de posicionamentos emancipatórios. Assim, a reflexão crítica das práticas sociais no turismo é uma postura que surge da inquietação do autor quanto à observação da realidade social que se deseja mudar, apesar de estar posta e institucionalizada.

Nesse sentido, para a observação do fenômeno turístico, é preciso entender os contextos globais e modernos nos quais ele se insere, assim como as relações sociopolíticas, econômicas e ambientais que permeiam as críticas do turismo. Com isso, as interpretações do fenômeno exigem abstrações e conexões na direção de leituras relacionadas aos aspectos que estruturam a atividade. Parafraseando Martino (2001), um direcionamento crítico que poderá ser ativado a qualquer momento, desde que se ative uma outra consciência, que decodifique traços materiais e simbólicos de forma a recontextualizar o que se observa.

Abstração na medida em que se distancia da “imagem construída” e idealizada do turismo como uma atividade apenas de lazer e de ócio. Conexão no sentido de entendê-la a partir das estruturas políticas e econômicas que encaminham a atividade e suas demandas conforme a observação de traços materiais a fim de debatê-los. Nesse âmbito, situa-se o discurso como objeto de interpretação que incorpora significados e marcas que se relacionam ao seu contexto estruturador, como em Fairclough (1999), quando fala da percepção do discurso como elemento constituinte da prática social.

Ao refletir sobre o turismo sob o viés crítico, intenciona-se afastar-se das descrições lineares do fenômeno, como as margens de pujança e de crescimento que se constroem da atividade, engajando-se na observação de aspectos que

direcionem mudanças qualitativas aos problemas que possam ser percebidos. Assim, a orientação crítica reflete sobre o que envolve a produção e reprodução do fenômeno e busca evidenciar as ferramentas utilizadas pelos sistemas sociais, organizadas e aparentemente “despretensiosas”, que agem no aporte e desenvolvimento dos destinos turísticos. Para Panosso Netto, Noguero e Jäger (2011, p. 553), os estudos críticos no turismo constituem aspecto fundamental na direção de “[...] recolocar o turismo e o próprio ser humano no centro do debate, no intuito de reconduzir esse campo intelectual para uma perspectiva mais humana, solidária, sustentável, inclusiva dos grupos minoritários”.

Nessa direção, a reflexão crítica busca desvelar poderes “invisíveis” e constituídos, ideologias e seus objetivos, formas hegemônicas de ação e construção das imagens e sentidos que constituem a atividade. Como exemplo, a defesa da ideia, por parte dos administradores, grupos de poder e políticos, de a importância administrativa e as decisões gerenciais concentrarem-se nas mãos daqueles “que detêm conhecimento técnico, influência política e econômica” para a gestão do turismo. Direcionamento que desconsidera a visão da participação social no processo de planejamento e de governança e confere a determinados grupos de influência o poder de decidir o que e como será o desenvolvimento das localidades territorializadas para o turismo. Ou seja, uma estratégia de materializar ideologias e discursos, cujo problema não está na elaboração dos enunciados e exposição das ideias, mas no fato de desencadear determinadas perspectivas sociais e institucionais, como a construção de hierarquias e poderes.

Nesse sentido, o enquadre crítico proporciona conexões objetivas ao relacionar o fenômeno do turismo e as relações com as redes sociais nas quais está inserido, visando a apreender elementos que possam ser revistos, com vistas à proposição de mudanças e perspectivas sustentáveis, transformando o panorama social, em que os discursos clivam o turismo e procuram “[...] moldar o mundo à sua imagem e, nele interfere, plasmando-se no real e, por vezes, condicionando a vida e o lugar de quem é tocado pelo turismo” (HINTZE, 2013, p. 31).

Sob esse viés, a crítica não se limita à descrição desse cenário, mas analisa o funcionamento dessas questões à luz de uma emancipação possível, porém bloqueada pelas condições sociais vigentes (NOBRE, 2008). Assim, é preciso contextualizar o fenômeno no seu tempo histórico e perceber as características, estratégias e composto social em que a atividade turística orbita. Essa análise

possibilita traçar cenários interdisciplinares alinhados a princípios e modelos atuais de gestão, a exemplo da governança e políticas sustentáveis, quando se refere ao desenvolvimento sustentável do turismo.

Neste trabalho, o delineamento crítico em todas as suas etapas busca evidenciar o debate de temas relacionados ao desenvolvimento sustentável nas políticas do turismo, como os discursos e poderes exercidos intra e inter-redes de ação, os quais permanecem invisíveis ou coadjuvantes tanto nas pesquisas como nas avaliações e análises das políticas públicas do turismo. Desse modo, as escolhas de centralizar criticamente algumas questões objetivam torná-lo importante e angular o objeto em outros perfis de análise.

O pesquisador, ao angular e analisar determinados objetos criticamente a partir da sua consciência e posicionamento ideológico/social, tornando visíveis determinados problemas, contribui para evidenciá-los, pautá-los como pontos a serem discutidos. No turismo, a relação entre a abordagem/angulação de determinados temas e, conseqüentemente, sua discussão pela sociedade é relevante, uma vez que a máquina midiática é estratégica e poderosamente utilizada no âmbito do turismo como aparato ideológico.

A esse respeito, Wolf (1987) fala do acúmulo de temas (ângulos), aspectos e problemas que poderá ser pautado sobre dado assunto, como o desenvolvimento do turismo em determinada região, os quais se constituem em *frames*, quadro interpretativo, um esquema de conhecimento direcionado àquilo que se observa. Dessa forma, a avaliação crítica do fenômeno é contextual e relacionada ao tempo histórico, incluindo a análise de cenários futuros, as funcionalidades do ato de “comunicar” e os aspectos pertinentes à mediação simbólica exercida nos eventos sociais.

Para entender as possíveis relações assimétricas que permeiam o turismo, entre outras questões, Farrell e Twining-Ward (2004, p. 288) indicam “uma conceituação da estrutura do estudo do turismo” a partir de abordagens atuais que forneçam conhecimento adaptado e complementado pela integração e intercâmbio com áreas transdisciplinares e emprego de ferramentas não lineares e conceituais.

De igual modo, Tribe (2008) indica o perfil crítico como uma agenda a ser adotada no direcionamento de uma gestão ética, de governança e de coexistência na área do turismo. Para o autor, o turismo sustentável, seja referente às questões ambientais ou à própria sobrevivência da atividade, deve pautar-se



pelo viés crítico, em que uma das análises está na compreensão dos aspectos ideológicos e de poder relacionados com a gestão e compartilhamento de poder. Nesse sentido, a análise crítica do turismo é contextual e foca a relação do acontecimento/evento com as práticas e objetos cotidianos, na aceção de que o elemento crítico é um filtro interpretativo imprescindível para entender as conexões entre objeto, prática e materialidades.

Assim, o elemento crítico na análise do turismo deixa claras as conexões existentes entre a produção das realidades, sejam simbólicas, econômicas ou socioambientais, e as ferramentas e instâncias envolvidas nesse processo. Neste estudo, a identificação e o debate dessas conexões favorecem a criação de repertório, o qual, uma vez adquirido, retroalimenta novas interpretações, posicionamentos e contra-argumentações, aspectos imprescindíveis à proposição de mudanças visando a cenários sustentáveis no turismo.

Com base na teoria crítica, Panosso Netto e Nechar (2014) comentam que as reflexões (qualitativas) representam uma direção a ser tomada na construção transformadora da realidade e conhecimento no turismo. Para os autores, é preciso investigar os sentidos “funcionais” e “estruturais” que incidem no turismo e no seu conhecimento, com vistas a transformar a realidade na proposição de um mundo melhor para todos.

Sob esse prisma, o viés crítico na análise das práticas sociais do turismo configura-se como um contraponto à perspectiva positivista dos dados estatísticos e econômicos vinculados à divulgação das notícias e discursos institucionais, contribuindo para a inclusão de paradigmas críticos e leituras relacionadas às políticas públicas do turismo.

Um ponto que fundamenta essa ação é o de investigar aspectos referentes às estruturas que influenciam/modelam a atividade, deixando claras as estruturas socioeconômicas, políticas e ambientais que interferem na engrenagem do sistema turístico, recompondo depois, de forma contextualizada, as realidades e práticas observadas. O processo busca evidenciar o que o mecanismo ideológico escamoteia, numa exposição cristalina das disparidades entre a realidade (práticas) e o aparente (discurso), entre o que é real e prático e o que é apenas “espetáculo” e “funcional” na observação do turismo como objeto.

Para Panosso Netto e Nechar (2014), esse é um processo que constrói novos sentidos e significados para o turismo como objeto. Para o autor desta

pesquisa, a síntese do trabalho reflexivo e crítico significa apropriar-se de uma espécie de “tecnologia inovadora/emergente” que retroalimenta positivamente outros sentidos, reflexões, posicionamentos e posturas emancipatórias, uma ação prática com base no conhecimento aplicado de forma consciente aos problemas observados (RICHARDSON, 1999).

Sabe-se dos possíveis erros interpretativos e parciais que propõe a referida leitura da realidade, contudo esse é um risco que o pesquisador assume quando se volta à interpretação das realidades observadas. Assim, a partir dessa postura, busca-se o encaminhamento prático que possa articular uma nova realidade, assentada na aquisição do conhecimento epistemológico e praxiológico, a fim de promover transformações (possíveis) frente à realidade complexa na qual o turismo se insere.

#### **2.4 ADC e turismo: as materialidades (in)visíveis do fenômeno**

A produção discursiva no turismo não é simples comunicação, exerce uma função estratégica e estrutural na sistematização das práticas sociais. Não adota posicionamentos neutros, mas modelados a cumprir funções de poder, hierarquias, interesses e produção de sentidos. Nesse contexto, o novo capitalismo (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 2009) e a rede de sistemas sociais que compõe o turismo, como a política, estruturam as estratégias discursivas com o fito de atingirem objetivos específicos. Entre as estratégias, no contexto do desenvolvimento do turismo no Nordeste, reforça-se a da retórica do turismo desenvolvimentista, gerador de riqueza e benefícios de toda ordem.

Entretanto, apesar dessa realidade apresentada, pesquisas vinculadas à investigação dos aspectos ideológicos e de poder e às materialidades subjacentes às formações discursivas no turismo continuam escassas. A esse respeito, Alves (2011, p. 609) comenta que no Brasil “[...] as pesquisas em turismo que adotam a abordagem qualitativa fundamentada na perspectiva dialética e crítica ainda se encontram em via de construção” ou pouco evidenciadas. Ainda sobre pesquisas qualitativas no turismo, Nechar (2010) ressalta a importância de centralizar as investigações no modo como repertórios de conhecimento são construídos nas práticas sociais, partindo do princípio de que discurso e conhecimento são partes

de uma construção complexa de informação e interpretação e dos aparatos dos sistemas sociais.

Apesar do reconhecimento das funcionalidades e estratégias utilizadas pelas práticas discursivas no turismo, as quais reforçam cognições, sedimentam imagens e reafirmam condições e o *status quo*, posicionamentos sociais críticos por parte dos atores sociais permanecem tímidos. Com base na experiência do autor como profissional de turismo, essa realidade permanece por dois motivos: a indicação tácita da necessidade de acomodação/aceitação ao sistema no início da carreira profissional como forma de garantir<sup>16</sup> a permanência no trabalho. Nesse sentido, concorda-se com Hintze (2013, p. 508), quando postula que:

Precisamos procurar por fissuras nos discursos pró-turísticas para elaborarmos estudos que realmente venham a sacudir a montanha de lugares-comuns que vem sendo fabricada pelo mercado e sua estrutura de legitimação, relexicalizando, confundindo, empobrecendo os saberes do senso comum, da ciência, e da filosofia; e reduzindo as possibilidades da paz, do encontro, da democracia e da cidadania.

Ao investigar o turismo considerando essa lógica, a reflexão crítica foca as subjetividades/essencialidades subjacentes que perpetuam as práticas, transversalmente transmitidas pelas instâncias federais às escalas estaduais e locais, que versam especialmente sobre a integração regional, o desenvolvimento econômico e a inclusão social, sendo os temas relacionados ao meio ambiente, governança, políticas participativas e sustentabilidade enfatizados como realce retórico na construção do discurso político e administrativo-burocrático, sendo pouco efetivo quando cruzado e avaliado com as ações pretendidas e a verificação das práticas no desenvolvimento da atividade.

Nesse sentido, ao se produzir determinados discursos, a exemplo das apologias ao crescimento e criação de infraestrutura, escamoteiam-se os interesses particulares e ideais neoliberais que permeiam as diretrizes e políticas no turismo, as quais se reinventam através de novas formas de atuação do sistema capitalista. Hintze (2013) chama esse movimento de “subjetivação capitalista ou produção da subjetivação capitalista”. No turismo, essa subjetivação é exercida por pequenos

---

<sup>16</sup> No turismo, uma das estratégias discursivas para o “convencimento” e a “aceitação” das diretrizes lançadas por quem detém o poder, com vistas a garantir a continuidade ou manutenção das hierarquias, privilégios e poderes estabelecidos, é reforçar retóricas da necessidade de “trabalho em parceria” com o propósito de assegurar a manutenção do mercado/demanda turístico/a e, conseqüentemente, a garantia do trabalho e renda de todos via turismo.

grupos em posição hegemônica, por condição ou por acesso privilegiado, que constroem os cenários sociopolíticos de atuação. Diz o autor:

Em todos esses aspectos, por meio da razão metonímica, é o olhar do dominador que define o que pode, deve e merece ser vivido e, por conseguinte, o que não pode, não deve e não merece ser vivido pelo dominado: atentemos, isso é o que temos chamado de produção de subjetividade capitalista. (HINTZE, 2013, p. 364).

Via de regra, as pesquisas do turismo focam-se nas instituições, demandas e fluxos turísticos, *marketing*, infraestrutura das destinações e externalidades geradas pela atividade, deixando em segundo plano os debates concernentes à estrutura e subjetividades norteadoras de suas práticas. Na avaliação de Nechar (2010, p. 27), “Como um *iceberg*, estudos de turismo tendem a focalizar e avaliar seu conhecimento dos objetos conhecidos (observável), ao invés de fazer-lhes objeto do conhecimento, devido à falta de ‘visualização’ da magnitude de seus problemas”.

No estudo, considera-se a aquisição de conhecimento referente às estruturas e práticas sociais como um repertório importante para novas interpretações e proposições de mudanças das práticas sociodiscursivas e ideológicas do turismo local. Acredita-se, assim, que o repertório de conhecimento seja uma condição essencial de transição entre o sujeito “efeito” ideológico e o sujeito agente ativo, visando a ações posicionadas e formulação de contra-argumentos, ações criativas “[...] no sentido de realizar suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostas e de reestruturar as práticas e as estruturas posicionadoras” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 121). Nessa lógica:

Conhecer supõe a presença de sujeitos; supõe um objeto ou problema que suscita sua atenção compreensiva; o uso de instrumentos de apreensão [como a ADC]; um trabalho de debruçar-se sobre. Como fruto desse trabalho, cria-se uma representação [crítica] do conhecido – que já não é mais o objeto inicial, mas uma construção [recontextualização] do sujeito (resultado da relação que se estabelece entre sujeito e objeto). O conhecimento produz, assim, modelos de apreensão – que, por sua vez, vão instruir conhecimentos futuros [o que se entende como repertório]. (FRANÇA, 2001, p. 43).

Apesar da força que molda o sentido dos fatos visíveis, existe o conhecimento, a possível ativação do campo cognitivo (VAN DIJK, 2010). Para além do conhecimento mediado, e mesmo concordando que os atores sociais possam ter limitações de conhecimento técnico para interpretação dos fatos, pode-se obter, da

visão do ator social, da sua prática social, o que ele entende como verdade, sendo esse um conjunto de parâmetros importante para a avaliação das práticas políticas e ideológicas. A prática social e a produção de sentidos na sociedade são, nesse sentido, especialmente importantes na reflexão da tese, visto que, por meio delas, “[...] nós podemos conhecer a realidade objetiva, captar suas relações, suas propriedades, sua essência” (TRIVIÑOS, 2006, p. 135).

No estudo, a dimensão de análise está no conhecimento mediado, centralizando o debate nos problemas sociais gerados pelas estruturas de poder, e o *status* social delinea-se na modelagem do turismo regional, que se desenvolve apoiada pelos discursos posicionados em arenas privilegiadas. Para Hajer (1993, p. 46), o discurso “[...] constitui o contexto em que os fenômenos são compreendidos e, portanto, predetermina a definição do problema”, o qual age diretamente na forma com que “[...] a sociedade conceitua [entende] o mundo”.

Assim, é preciso estimular reflexões críticas a respeito das práticas discursivas no turismo, as quais se desenvolvem e se articulam na política, bem como acordos múltiplos, cenário que desfavorece os processos inclusivos e a participação efetiva dos atores sociais. Nesse sentido, posicionar-se criticamente, por intermédio de filtros interpretativos, e adquirir repertório de conhecimento referente aos possíveis mecanismos que atuam na prática social auxiliará na avaliação dos discursos que permeiam a atividade turística, que, de acordo com Costa (2014, p. 9), são identificados pela:

[...] combinação do discurso político e nuances de *marketing*, por estruturas frasais e termos estrategicamente posicionados, construindo uma ideia de integração, governança e desenvolvimento, amparada pelo discurso apologético à economia e nominalização social discursivamente construída dos atores sociais. A estrutura discursiva no turismo, marcada por hibridismo, polissemia, palavras encaixadas, estruturas frasais, verbos de ênfases ou de omissão, entre outros, evidencia uma forte construção ideológica no setor. Desta forma, os produtores dos discursos turísticos ‘constroem paraísos, festas, futuros, satisfações, ressignificações e estabilidades’ em torno do fenômeno – essa é a ordem do discurso na qual a investigação deve centrar-se.

Nessa perspectiva, a ADC revela-se como método de pesquisa interdisciplinar bastante eficaz no que concerne a novas leituras do fenômeno, principalmente quando o interesse reside na investigação da relação entre os aspectos semióticos e os elementos sociais (FAIRCLOUGH, 2010), como o funcionamento das instâncias administrativas, aspectos políticos e jogos de poder

que permeiam as políticas do turismo. Nessa esteira, Hintze (2013, p. 33) defende que “[...] a produção discursiva do turismo é um objeto privilegiado para compreensão dos movimentos do mercado e suas vontades capitalistas, modernizantes e ocidentalizadoras”.

Dessa forma, à medida que se investigam os aspectos semióticos, evidenciam-se mecanismos que estruturam a prática social, como os discursos, cujas estratégias, apologias e posicionamentos são estrategicamente pensados a fim de cumprir funcionalidades como ferramenta ideológica. Entender essa estrutura incrementa o debate crítico acerca, por exemplo, da existência de discrepâncias e contradições dos discursos institucionalizados e sua relação com a prática social.

Nessa direção, ao enquadrar a investigação do turismo numa perspectiva crítica, criam-se possibilidades de leituras menos objetivas do fenômeno (HINTZE, 2013), o que contribui para a formatação de posicionamentos emancipatórios e contra-argumentativos aos discursos cristalizados e reproduzidos na prática social. Ao analisar o turismo criticamente, como objeto que se inter-relaciona com a política, a economia e o desenvolvimento local, emprega-se a análise do discurso como uma disciplina dotada de mecanismos adequados a investigar/interpretar os bastidores formativos do processo, intervenção necessária para a criação de cenários sustentáveis pertinentes à posição social dos atores.

Numa concepção crítica, o estudo do turismo demanda investigações de realidades observáveis, constituídas nas relações sociedade e estrutura e estruturas e poderes gerativos (BHASKAR, 1989), as quais são potenciais mecanismos de ativação e influência nas práticas sociais. É a partir de uma reflexão crítica e sustentada que se encaminharão mudanças, o que aqui se qualifica como um posicionamento emancipatório. Essa é uma das direções que indicam o enquadramento do turismo à ADC, haja vista que a base crítica e os elementos que constituem a teoria fornecem ferramentas para a leitura crítica do fenômeno a partir da sua prática social, no sentido de construção reflexiva crítica e contextualizada das mudanças ocorridas na realidade local. Todavia, o emprego da ADC nas pesquisas em turismo no Brasil ainda é pouco utilizado, defendendo-se nesta pesquisa a disciplina como um campo importante para o avanço das pesquisas críticas na área.

Como dito anteriormente, a pesquisa crítica social, o turismo crítico e a ADC produzem reflexões relevantes concernentes ao *status quo*, que se configuram em poderes, ideologias e mudanças sociais. Para o turismo, como atividade ou pesquisa, considera-se essencial a bifurcação de mudança do pensar linear para o posicionamento crítico, uma vez que o caráter hegemônico e as construções ideológicas em torno da atividade turística acabam sendo reproduzidos em toda a cadeia produtiva, sugerindo-se:

[...] buscar a reflexão crítica que tem por fim revelar e descobrir um mundo no qual a desigualdade, os problemas humanos e do meio ambiente, por exemplo, são parte de uma ordem funcional e estrutural que incide no turismo e também em seu conhecimento produzido. (PANOSSO NETTO; NECHAR, 2014, p. 121).

A indicação de reflexões críticas e de pesquisas que tratem dos elementos estruturais e dos mecanismos subjacentes delineadores do turismo, como os discursos, poderes constituídos e formas de dominação, direciona possíveis mudanças sociais e torna-se necessária, dado que os referidos mecanismos agem diretamente no sistema turístico e afetam decisivamente a engenharia e o futuro da atividade. Refletir sobre os discursos significa, transversalmente, refletir sobre a estrutura social do fenômeno pesquisado, já que “[...] o discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91). Nesse aspecto, existe uma relação direta entre a análise dos discursos como expressão ideológica e estrutura semiótica, “[...] razões suficientes para colocarmos a palavra [o discurso] em primeiro plano no estudo das ideologias” (BAKHTIN, 2010, p. 36).

No turismo, a investigação das contradições entre discursos e prática social ainda é incipiente, contudo uma ferramenta eficaz como campo de pesquisa direcionado a desmistificar os discursos hegemônicos e estandardizados que permeiam a atividade. Dessa forma, uma análise com foco no discurso, conforme a que propõe a ADC, revela-se como uma ferramenta eficaz de investigação acerca da estrutura ideológica e das estratégias de formação discursiva, que invariavelmente constituem os significados construídos em setores relacionados com as ciências sociais, como o turismo. Nessa direção, Fairclough (2001, p. 70) reivindica a “análise de discurso ser um método principal de pesquisa social” e centra a análise da subjetividade do discurso como possibilidade de apreensão da prática social.

Na seara aqui estudada, a do turismo, em tempo histórico relativamente curto, o sistema político instala-se e articula-se em rede, a exemplo do econômico, com o objetivo de formulação de acordos que favoreçam resultados práticos em termos de geração de riqueza e formação da imagem desenvolvimentista, seja dos políticos, dos administradores ou do próprio destino. É nesse contexto de acordos e interesses velados, em que o discurso tornou-se ferramenta estratégica, que se reconhece o cenário identificado como ponto importante de investigação relacionada às políticas do turismo.

Assim, o ponto de partida, apoiado na identificação das subjetividades ideológicas e de poder que se capilarizam na prática social do turismo, será possível também identificar os possíveis elementos ideológicos e de poder que reforçam essa relação. Nessa direção, a formação de repertório crítico, mediante a revelação/entendimento do aparato ideológico, é um recurso fundamental para quem esteja em posição de desvantagem social. A lógica do raciocínio é, por intermédio do conhecimento adquirido sobre os problemas observáveis, criar antídotos (posicionamentos), contra-argumentações ao que está posto.

Essa lógica coincide com o pensamento de Guattari (2001) quando fala de “movimentos de múltiplas faces” de “instâncias e dispositivos ao mesmo tempo analítico e produtores de subjetividade”: Diz ele: “[...] é exatamente na articulação: da subjetividade em estado nascente, dos sócios em estado mutante, do meio ambiente no ponto em que pode ser reinventado, que estará em jogo a saída das crises maiores de nossa época” (GUATTARI, 2001, p. 55).

Sob esse viés, uma das principais justificativas em alinhar a pesquisa do turismo à ADC é o repertório de conhecimento acerca das funcionalidades discursivas do turismo, o que contribui para o reconhecimento do problema pelos atores sociais e para a formulação de posturas críticas. Guattari (2001, p. 33-34) defende que, na “recomposição” e no “reenquadramento” das finalidades das lutas emancipatórias, é importante ter em mira o combate aos modos de ação das produções subjetivas:

[...] isto é, de conhecimento, cultura, sensibilidade e sociabilidade [no qual o turismo se insere] – que dizem respeito a sistemas de valor incorporados, os quais a partir daí estarão situados na raiz dos novos agenciamentos produtivos. [...] Uma imensa reconstrução [através de reflexões críticas] das engrenagens sociais é necessária para fazer face aos destroços do CMI [Capitalismo Mundial Integrado].



As especificidades das práticas discursivas se constroem a partir de uma lógica e de estratégias intrínsecas a cada área, em cada campo que atua. Esse é um aspecto relevante na contextualização social das práticas discursivas no turismo, cuja modernidade e sistemas capitalistas são elementos que marcam o seu desenvolvimento. Nesse contexto, Meethan (2001) lembra que as mudanças no turismo envolvem mais que bens e serviços, envolvem as pessoas como agentes ativos nas transformações socioeconômicas e simbólicas relacionadas ao turismo. Assim, a análise das subjetividades e construções simbólicas, como os discursos, são elementos a serem esclarecidos quando o objetivo é a proposição de mudanças na organização social.

Nesse aspecto, faz-se mister perceber a dialética construtiva do discurso, que tem sua base na estrutura social e em todos os aspectos (forças) que a formam. Fairclough (2001, p. 92) chama a atenção – aspecto determinante na análise deste estudo – para a construção social do discurso, o qual “[...] é representado idealizadamente como fonte social”, realçando as funções constitutivas do discurso como ferramenta ideológica e de controle. A esse respeito, Feighery (2006, p. 10) defende o emprego da ADC no turismo como viés crítico, no sentido de “[...] explorar/expor os textos [fala, escrita, imagem] aparentemente neutros e apolíticos construídos na promoção dos destinos turísticos”.

A produção discursiva no turismo, quando executada, ainda que pareça apenas cumprir os aspectos comunicacionais, é estrategicamente elaborada para o cumprimento da função de convencimento e manutenção de acordos e projetos muitas vezes para além dos interesses da sociedade. É nesse discurso que algumas postulações e valores são promovidos e/ou reforçados, em que interesses são transmitidos e legitimados.

Dessa forma, o discurso no turismo não é neutro, mas estrategicamente elaborado e cumpre função importante na estruturação cognitiva do ator social e suas práticas. Um contexto em que um conjunto de crenças pode ser lentamente integrado ao repertório social, tornando-se pressuposto e reproduzindo-se em toda a cadeia produtiva do turismo. Entre outras questões, Hintze (2013, p. 20) lembra que no turismo legitimar questões relacionadas pertinentes à atividade é “uma estratégia usada em jogos de poder e em exercícios de dominação que subjazem a este movimento”.

A formação discursiva no turismo está intimamente ligada aos campos políticos e econômicos, já que é desses campos, no trabalho conjunto e sistemático, forjado em acordos bilaterais, que se delineia o turismo em termos de perfil e investimentos de toda ordem. Nesses termos, o discurso assume sua prática política, a qual “estabelece, mantém e transforma as relações de poder e as entidades coletivas”, num jogo de poder e interesses que subjaz à retórica do turismo como atividade econômica e social que centraliza o desenvolvimento sustentável de determinadas localidades.

O emprego do termo “desenvolvimento sustentável” é, assim, uma ferramenta estratégica da construção discursiva no turismo e escamoteia uma relação de dominação e controle. O suposto desenvolvimento parece tirar o foco da necessária investigação da estrutura que utiliza o discurso como controle. Nesses termos, Coriolano e Sampaio (2012, p. 44) denunciam que é necessária a identificação:

[...] dos discursos e de quem discursa, entender discursos desenvolvimentistas e críticos, de se saber onde surgem e a qual instituição pertencem. Que resultados produzem? Que teses defendem? Quais as contradições inseridas neles e nas ações políticas realizadas em nome do desenvolvimento? Os discursos não são únicos, embora ideologias tentem aproximá-los.

Pelo exposto, considera-se a combinação da perspectiva crítica do turismo e os conceitos de ADC como um conjunto epistemológico multidisciplinar importante nos estudos pertinentes aos problemas sociodiscursivos no segmento turístico, principalmente no que concerne à investigação das funcionalidades (sentidos) dos discursos, às estratégias empregadas no processo e aos resultados (*output*) desse sistema de intenções e práticas.

### 3 METODOLOGIA

Nesta terceira parte do trabalho, abordam-se os tópicos centrais utilizados na metodologia da pesquisa, tais como o alinhamento do estudo ao perfil qualitativo do estudo, a justificativa da Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO) como proposta metodológica adequada à análise do problema em análise, a fundamentação da escolha do *corpus* e as chaves interpretativas utilizadas na análise dos dados. No campo metodológico, ressalta-se a Análise de Discurso Crítica (ADC) como epistemologia/metodologia adequada aos estudos críticos do turismo, incluindo o seu discurso, haja vista que a mesma sintetiza uma proposta que interpreta o panorama do fenômeno do turismo, pautando-se na produção discursiva e nas práticas sociais.

#### 3.1 Pesquisa qualitativa

A relevância da pesquisa qualitativa nos estudos das relações sociais reside particularmente na “pluralização das esferas da vida” (FLICK, 2009), cuja consequência é a configuração de novos ambientes sociais, reforçados pela conjuntura da modernidade, os quais exigem novas leituras para os estudos empíricos de questões correlatas. Nesse contexto, à narrativa social associa-se a interpretação do contexto, considerando a prática social uma dialética relevante a ser analisada.

O perfil qualitativo explora uma ampla dimensão do mundo social, como: processos sociais, instituições, discursos ou significados gerados dessas relações. Isso evidencia a importância desse viés de pesquisa em traçar argumentos relacionados a como as questões funcionam em contextos particulares (MASON, 2002). Resende (2008, p. 82) destaca o perfil potencialmente crítico da pesquisa qualitativa para as ciências sociais em identificar “[...] estruturas de poder naturalizadas em um contexto sócio-histórico definido”.

Nesta tese, o perfil qualitativo revela-se na própria escolha do objeto a ser analisado, o qual objetiva a interpretação de elementos da realidade social, incluindo texturas, tramas do cotidiano, experiências, formações de sentido, instituições, discursos, entre outras semioses. Assim, o objeto da pesquisa e o interesse em desenvolver uma leitura crítica da realidade social do turismo foram

determinantes na escolha da metodologia, assumindo o autor as possíveis críticas inerentes às seleções, mecanismos de análise e ângulos a serem investigados.

Na tese, um dos parâmetros para a escolha metodológica foi selecionar métodos de análise capazes de sistematizar leituras críticas a partir da triangulação entre discurso, prática social e turismo, que possibilitassem reflexões e interpretações críticas com base na percepção do autor em relação à disparidade existente entre os discursos e a prática social no contexto do turismo regional.

Dessa forma, alinha-se o estudo à pesquisa qualitativa, cujos elementos são captados levando em conta o contexto social, objetivando apreender tramas forjadas no cotidiano, das quais emergem elementos importantes de interpretação e explanação do mundo social (MASON, 2002). Assim, a escolha da estrutura epistemológica e metodológica para a pesquisa encontrou na análise qualitativa coerência e escopo adequados para traçar as análises entre objeto e método.

No estudo, a estruturação da hipótese só foi delineada a partir da escolha do arcabouço teórico-metodológico da ADC, haja vista que essa teoria possibilitou integrar quatro intenções do autor para a pesquisa: 1) Focar a análise do turismo numa plataforma qualitativa; 2) Analisar o turismo em relação à sua base estrutural ideológico-discursiva; 3) Identificar mais claramente as contradições entre o binômio discurso e prática social; e 4) Colaborar para a formulação de ações emancipatórias e interpretativas às realidades observadas como forma de direcionamentos sustentáveis para o turismo no Ceará.

Uma questão intencional subjacente às escolhas metodológicas da pesquisa foi a de clarear interpretações pertinentes aos contextos socioeconômico e político do turismo, julgando necessária a promoção de processos emancipatórios. Explica-se que a pretensa emancipação mediante a leitura crítica dos fenômenos notadamente não dará conta da intrincada e normatizada relação de poder, hierarquias, perdas e ganhos forjados no âmbito do turismo, contudo concorda-se com Costa (2009, p. 94) quando afirma que, “[...] não obstante, a exposição das contradições das aparências dominantes colabora inegavelmente para uma ação emancipatória”.

Na pesquisa qualitativa, as subjetividades do entrevistado e entrevistador são partes relevantes do processo de investigação. Riley e Love (2000, p. 168) defendem que na pesquisa qualitativa o contexto e a interconexão com o meio circundante é crucial, assim como a interpretação do investigador:

“Igualmente crucial é o investigador como instrumento, porque só o instrumento [percepção] humano pode apreender as interações de contexto e as múltiplas realidades que são reveladas através do entendimento tácito”.

Nessa mesma direção, Morin (2005, p. 235) expõe que “[...] uma teoria não é o conhecimento”, não é a chegada, mas proporciona partida; não é a solução, mas possibilita tratar um problema. No entendimento do autor, a teoria ganha vigor por intermédio do “[...] pleno emprego da atividade mental do sujeito. É essa intervenção do sujeito que dá ao termo método seu papel indispensável” (MORIN, 2005, p. 235).

Mason (2002, p. 5) explica que a pesquisa qualitativa exige engajamento dos pesquisadores, inclusive para resolver questões que podem emergir ao longo do estudo, incluindo a análise do contexto específico (particularidades) do objeto. Assim, para a autora, o perfil qualitativo é ao mesmo tempo excitante e desafiador; ela coloca como questão central nesse tipo de pesquisa “os atos reflexivos do pesquisador”.

Reflexividade nesse sentido significa pensar criticamente sobre o que você está fazendo e por que, confrontando e muitas vezes desafiando suas próprias suposições, e reconhecendo que seus pensamentos, ações e decisões moldam como você pesquisa e o que você vê. (MASON, 2002, p. 5).

Outro desafio a ser considerado na estruturação da pesquisa qualitativa é “[...] o fato de que há uma interdependência mútua das etapas isoladas durante o desenvolvimento da pesquisa” (FLICK, 2009, p. 95). Neste estudo, o delineamento dos pontos a serem pesquisados, os parâmetros de análise e as chaves interpretativas demandaram uma ampla pesquisa acadêmica e reflexões do autor, sobretudo para que as etapas do trabalho tivessem conectividade e coerência entre as análises e o objeto pesquisado.

Nessa trajetória, a inter-relação entre o conhecimento empírico<sup>17</sup> do autor acerca do turismo, somada à formação crítica e acadêmica adquirida ao longo dos anos, foi importante para o delineamento do esboço da pesquisa, principalmente no que concerne ao raciocínio de construção do objeto e à intencionalidade em

---

<sup>17</sup> Os significados subjetivos apreendidos pelo autor em suas atividades e ambientes. “De maneira geral, essa abordagem desempenha um papel central na pesquisa qualitativa tanto recente quanto historicamente” (FLICK, 2009, p. 69).

contribuir para o desvelamento de poderes e marcas ideológicas clivadas nas práticas do turismo regional.

Nesta tese, a relação entre pesquisa qualitativa e turismo não se foca no estudo do fenômeno em si, ainda que seu contexto tenha sido explanado como forma de situar a conjuntura social da análise; busca investigar a construção de alguns elementos subjetivos nucleados no turismo, como os discursos, que acabam por interferir na vida das pessoas. Entende-se que pesquisar os significados e o direcionamento dado às questões em contextos específicos corresponde a uma tarefa importante, pois: “[...] o significado tem função estruturante: em torno do que as coisas significam, as pessoas organizarão de certo modo suas vidas, incluindo as suas próprias percepções sobre a realidade em que vivem” (ALVES, 2011, p. 608).

Embora a pesquisa qualitativa revele-se potencialmente eficaz para os estudos do turismo, com ênfase aos que abrangem as reflexões e interpretações do fenômeno no contexto social e da relação com outros setores, esse tipo de pesquisa ainda continua subutilizado na área do turismo. Para Phillmore e Goodson (2004), esse perfil de pesquisa ainda não foi sistematizado em ferramenta de pesquisa e conhecimento no turismo. E acrescentam que no turismo o perfil qualitativo ajuda “[...] a compreender as dimensões humanas da sociedade, que no turismo incluem suas implicações sociais e culturais” (PHILLMORE; GOODSON, 2004, p. 4).

### **3.2 Orientação de análise em ADC: ADTO**

Na segunda parte deste estudo, apresentou-se a importância da análise do discurso, especificamente o enfoque teórico da Análise de Discurso Crítica (ADC) como disciplina destacada no campo da investigação das práticas linguístico-discursivas e a construção dos processos sociais. A seção apresentou os discursos como um processo construído e construtivo da vida social, o entrelaçamento com as estruturas ideológicas, de poder e dominação, assim como as reflexões críticas visando à emancipação via mudanças sociais.

Nesta seção, aborda-se a orientação teórica da ADC para a investigação e análise dos textos<sup>18</sup>, considerando os aspectos formais linguísticos, assim como os elementos que envolvem a produção e interpretação dos mesmos (FAIRCLOUGH, 2001). Dessa forma, a Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO) foca o conjunto de elementos que constituem os discursos (textos), cuja investigação e análise embasam a crítica social em relação às práticas discursivas na modernidade. Em outras palavras, uma tecnologia de pesquisa empregada na investigação e análise das práticas sociais tendo o texto como material empírico de investigação.

A essência da análise reside na relação existente entre a produção dos textos e o conjunto de elementos que os constituem, como o contexto social, os mecanismos ideológicos imbricados nessa produção e as relações de poder e dominação, mediante construções cognitivas, deixam marcas e constroem sentidos através dos textos, uma forma de pesquisa das dimensões sociais por meio dos textos.

A prática discursiva manifesta-se em forma lingüística [sic] [...]. A prática social (política, ideológica, etc.) é uma dimensão do evento discursivo, da mesma forma que o texto. [...] 'Prática discursiva' aqui não se opõe a 'prática social': a primeira é uma forma particular da última. [...] A análise de um discurso particular como exemplo de prática discursiva focaliza os processos de produção, distribuição e consumo textual. Todos esses processos são sociais e exigem referência aos ambientes econômicos, políticos e institucionais particulares nos quais os discursos são gerados. A produção e o consumo são de natureza parcialmente cognitiva [...]. A preocupação central é estabelecer conexões explanatórias entre os modos de organização e interpretação textual [...]. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 99).

Nessa lógica, Fairclough (2001) sistematiza, por intermédio da análise combinada das formas linguísticas e significados gerados nos textos, o que ele denominou de “Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO)”, cujo interesse da ação reside na formulação de posicionamentos críticos em face dos problemas socioculturais identificados e na formulação de posturas sociopolíticas visando à proposição de mudanças.

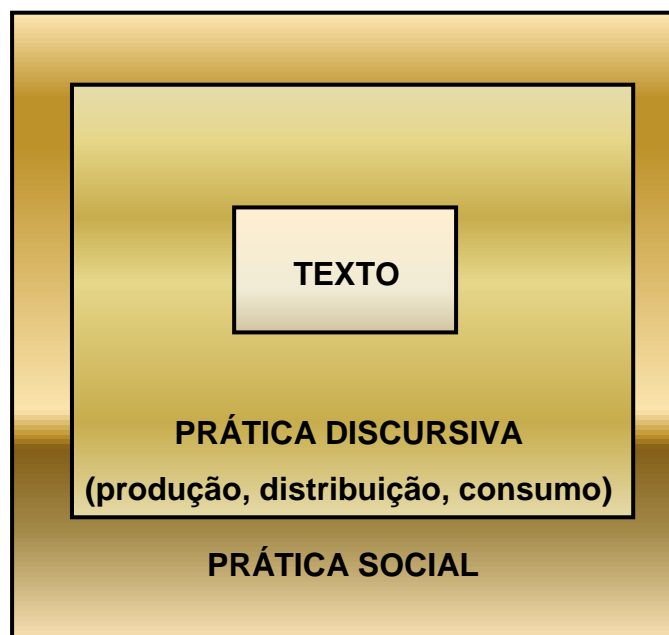
No processo, uma parte importante das análises recai na observação de como se dá o consumo dos textos mediante as análises sociocognitivas das práticas discursivas observadas. Para Fairclough (2001), os textos são traços e pistas de um

---

<sup>18</sup> O termo “texto” é usado num sentido amplo, significando qualquer instância de uso real da linguagem, tais como textos escritos ou impressos, transcrições de conversas e entrevistas, programas de televisão e páginas da *web* (FAIRCLOUGH, 2003).

processo, o que justifica a necessária atenção do conteúdo e produção dos mesmos. Nessa direção, o autor concebe uma análise tridimensional dos discursos (figura 1), composta pelas análises textual e linguística, prática social em relação às estruturas sociais e interpretação, sendo cada uma das partes indispensável na análise discursiva. Refere-se às análises textuais como um procedimento de “descrição” do processo; já quanto às análises das práticas discursiva e social, ele chama de “interpretação”.

Figura 1 – Concepção tridimensional do discurso



Fonte: Fairclough (2001, p. 101).

Dessa forma, os textos revelam relações que se estruturam nas práticas sociais, o que destaca a ADTO como uma ferramenta adequada de análise desses processos, considerando a concepção dialética das formações discursivas (MAGALHÃES, 2004). Na tese, levando em conta o interesse investigativo dos aspectos sociopolíticos e do desenvolvimento sustentável no âmbito do turismo, a adoção da ADTO auxilia na geração de conhecimento acerca dos elementos semióticos e dos mecanismos discursivos que se estabelecem nos discursos do turismo. Os textos são perpassados pelas formas discursivas, condensados em convenções, por isso um potencial a ser investigado (FAIRCLOUGH, 2001), configurando o exercício de uma análise para além do que está posto, mas semiótica.



Nessa direção, Fairclough (2001, p. 106) vincula as análises discursivas a um conhecimento capaz de “[...] ampliar a percepção dos sistemas de conhecimento e crença e dos pressupostos sobre as relações sociais e as identidades sociais que estão embutidos nas convenções dos tipos de texto”. Em relação aos efeitos sociais dos textos, diz o autor que eles “[...] causam mudanças em nosso conhecimento [...], em nossas crenças, em nossas atitudes, em nossos valores, e assim por diante” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 8), mas relativiza esses efeitos ao considerar a relação dialética entre o texto e o contexto de produção.

Para Verón (1980, p. 175), “[...] se o social atravessa as matérias significantes, inclusive a da linguagem, se todo sentido é social, inclusive o produzido pela atividade da linguagem”, então é importante investigá-la, conforme o conjunto de relações existentes entre texto, contexto, produção, circulação e sentidos gerados, tendo como fim uma melhor compreensão de como esses mecanismos agem e interferem na prática social.

A origem da ADTO reside na Linguística Crítica (LC), cujos estudos focam as representações linguísticas que refletem as práticas sociais (RESENDE, 2008). Nessa perspectiva, o texto ocupa uma posição privilegiada no aparato metodológico da ADC, na medida em que fornece uma ligação entre os processos de construção de significado, como também as condições que possibilitam esse processo (CHOULIARAKI, 2005).

Sob esse viés, os textos relevam convenções e elementos discursivos forjados no contexto social e apreendidos pelo pesquisador durante o evento discursivo (FAIRCLOUGH, 2001). Esse é um ponto central na ADC, sabendo-se ainda que os “[...] textos, como parte de práticas sociais, não apenas recebem informação oriunda das estruturas sociais como também têm efeitos na reprodução/transformação dessas mesmas estruturas” (RESENDE, 2008, p. 71). Consoante Verón (1980, p. 189), “[...] qualquer análise do sentido repousa na hipótese fundamental de que o sistema produtivo deixou traços no produto [discurso]”; dessa forma, “[...] analisando produtos, visamos ao processo”.

Sendo assim, a linguagem, como produção de sentido, e o texto, como material empírico de análise extraído e contextualizado segundo determinado contexto social, revela-se como uma ferramenta consistente de investigação das relações sociais, como a que propomos nesta tese. Para Resende (2008, p. 73),

“[...] a análise textualmente orientada de instanciações discursivas assume relevância na crítica social contemporânea”, com destaque para os anseios emancipatórios pertinentes aos problemas sociais observados.

Elementos relacionados ao “espetáculo” e “poder” marcadamente compõem os discursos do turismo (CORIOLANO, 2004; HINTZE, 2013). Dessa forma, investigar a natureza dessas formações e os modos de funcionamento desses elementos na prática social torna-se relevante, ainda mais quando se direciona a investigação às estratégicas e influências dos campos econômico e político no processo. Essa importância alinha-se ao pensamento de Verón (1980, p. 195), quando assevera que “O ideológico e o poder são, portanto, dimensões que atravessam, em toda a sua extensão, uma sociedade”.

Assim, mais do que clarear como as coisas funcionam, busca-se “[...] analisar o funcionamento concreto das coisas à luz de uma emancipação ao mesmo tempo concretamente possível e bloqueada pelas relações sociais vigentes” (NOBRE, 2008, p. 17). Nessa direção, há que se evidenciar essa relação, para que posteriormente sejam criadas formas emancipatórias de ação, mesmo que as condições e a realidade social ofereçam obstáculos à emancipação (NOBRE, 2008).

Dessa forma, no estudo, mais do que identificar quais elementos discursivo-ideológicos exercem maior influência no problema observado, buscou-se evidenciar o problema em si e, uma vez evidenciado, destacar que existem desdobramentos sociais conectados à questão, o que leva ao debate da necessidade de criação de ações emancipatórias em relação às questões identificadas. Assim, concorda-se com Oliveira (2010, p. 27), quando postula que “[...] construímos o problema a ser investigado conforme reconhecemos e manifestamos, de forma ainda limitada, sua existência”.

### **3.3 Coleta e geração de dados: a construção do *corpus***

Em consonância com os objetivos da tese, fez-se a escolha do *corpus* a ser analisado. Na pesquisa, com a intenção de proporcionar uma dialética discursiva entre o discurso institucional e a prática discursiva, foram escolhidos para construção do *corpus* elementos coletados e gerados a fim de diversificar a leitura do objeto. Refere-se a dados coletados, o material textual (documental), e a dados

gerados, as entrevistas, realizadas em campo com os atores sociais que lidam direta ou indiretamente com o turismo.

Para a formatação da grade de entrevistas, teve-se como premissa a diversificação das áreas correlacionadas com a atividade turística, com o propósito de contemplar a complexidade das visões e discursos da área do turismo. Assim, optou-se pelos seguintes grupos para as entrevistas: (a) Agente institucional (governos estadual e municipal); (b) *Trade* local (empresário); (c) Profissionais e representantes de classe do segmento turístico; (d) Agência mantenedora (representante financeiro); e (e) Organização Não Governamental (ONG).

### **3.3.1 Dados coletados: Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Litoral Leste (PDITS)**

Tendo em vista a intenção de fazer uma análise político-discursiva institucional do turismo regional, optou-se pelo Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Litoral Leste (PDITS) como *corpus* de análise. A escolha deu-se em função da importância desse documento no contexto do planejamento e desenvolvimento do turismo regional, o que respalda a escolha do documento como uma referência para a análise das políticas públicas do turismo no Ceará; também por representar um documento orgânico que expressa sentidos e revela marcas de sistemas que se ambientam no turismo: uma organicidade construída na qual o pesquisador focou suas reflexões.

Ressalta-se que a leitura do documento não foi vista apenas pelo conjunto de diretrizes que norteiam a atividade, mas como síntese das intenções, estruturas e ideologias projetadas para o fenômeno no âmbito das políticas públicas regionais. Nesse raciocínio, destaca-se o interesse de uma análise que integre “estrutura” e “contexto de produção”.

Nesse contexto, Van Dijk (2005, p. 27) explica que “[...] os discursos políticos e suas estruturas só serão capazes de exercer as funções políticas que têm quando os mesmos representam atos políticos ou de processos”, como o documento analisado, considerando seu papel no planejamento turístico. De acordo com essa reflexão, centraliza-se o Estado e seu aparato administrativo, incluindo os documentos que norteiam a gestão, elementos de avaliação importantes no

processo de desenvolvimento regional, o que justifica a análise da capacidade de desempenho do mesmo.

Dessa forma, para além da representação formal do documento analisado, teve-se como base a leitura reflexiva dos “[...] fatos e processos que estão além de suas fronteiras” (PRIOR, 2003, p. 2), entendendo a natureza do documento não como um artefato “estável, estático e predefinido”, mas como uma conjuntura da sua representação por meio de “campos, quadros e redes de ação” (PRIOR, 2003, p. 2).

Em relação à pesquisa documental, Prior (2003) destaca que uma das formas de pesquisar é refletir sobre a utilidade ou funcionalidade dos documentos em circunstâncias específicas, o que corrobora para sustentar as intenções investigativas das hipóteses lançadas na tese de que os discursos institucionais do turismo no Ceará cumprem papéis ideológicos e funcionais. Assim, o autor defende que perguntar como as coisas funcionam aproxima-se eficazmente do que seja a pesquisa social.

Scott (1990, p. 6) estabelece quatro critérios de controle de qualidade para a seleção de fontes documentais, as quais serão a seguir expostas e relacionadas com a escolha do PDITS como material de análise:

- 1) Autenticidade – O documento é genuíno, de origem confiável, consistente? Quanto a esta pesquisa, a escolha do documento foi feita estrategicamente, haja vista que o mesmo propõe objetivos, metas e diretrizes para o turismo regional e incorpora elementos do planejamento e ideologias constituídas na esfera da organização do turismo nacional – (Ministério do Turismo – MTur). A escolha ainda se deu pelo reconhecimento do documento pelo *trade* turístico local e pelas instituições que se relacionam com a organização do turismo, estando atualizado pela sua última versão, sendo documento balizador administrativo adotado pela Secretaria do Turismo do Ceará (Setur), ter especificidades relevantes para a análise proposta na tese e sendo genuíno no que concerne à síntese das diretrizes administrativas setoriais para a região de abrangência.
- 2) Credibilidade – O documento é confiável, livre de erros e distorções? A última versão do documento (PDITS – 2013), versão revisada, fornece atualizações e adequações exigidas pelos órgãos de fomento e

agências financiadoras, assim acredita-se que o mesmo sirva de parâmetro para esta análise. Nesta questão, durante a leitura se buscou apreender possíveis distorções, incongruências e construções ideológicas contidas no documento. Assim, paralelamente à leitura do documento, foi feita uma leitura relacional e contextual das diretrizes expostas com as práticas observadas no desenvolvimento do turismo local, considerando a experiência do autor como profissional de turismo.

- 3) Representatividade – O documento é típico (representativo) no campo que será analisado? Como medida estratégica que norteia o desenvolvimento turístico no país, a política de descentralização, através de políticas de regionalização do turismo desde 2003, tem sido utilizada como ferramenta de interlocução entre o MTur e os estados (PNT, 2013). O Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur Nacional) baseia suas ações em áreas prioritárias denominadas “polos”. O documento analisado constitui-se de diretrizes que norteiam o planejamento para um dos polos escolhidos no Ceará: o do Litoral Leste. Dessa forma, o documento selecionado é representativo para uma análise da estrutura do turismo regional, como também coerente com os objetivos propostos nesta tese.
- 4) Significado – O documento é claro e compreensível para uma análise? O documento analisado é composto de dois volumes (Tomo I e Tomo II) e dividido em seções, tais como diagnóstico, plano de ação, matriz de investimento. A partir dessa divisão, algumas seções foram escolhidas para as análises, de acordo com os objetivos do estudo. O PDITS sistematiza um conjunto de diretrizes de planejamento e diretrizes políticas voltadas ao desenvolvimento do turismo regional, sendo, portanto, um importante elemento de avaliação das políticas setoriais do turismo no estado. Assim, a escolha documental deu-se pela relevância, constituição e reconhecimento institucional.

Consoante comentado e relacionado com o *corpus* documental escolhido para a análise, os quatro critérios qualitativos propostos por Scott (1990) validam a escolha do documental da pesquisa. Além das justificativas apresentadas, a análise

documental será dialeticamente relacionada com a análise dos textos das entrevistas, sendo extraídos do conjunto das análises elementos que irão embasar os comentários atinentes às hipóteses e objetivos da tese.

No que concerne aos aspectos práticos de análise do *corpus*, reconhecem-se as diferenças e especificidades dos textos coletados (PDITS) e gerados (entrevistas). Assim, cada *corpus* tem suas especificidades e alinha-se a contextos específicos de produção e objetivos, sejam eles elaborados com vistas a cumprir um papel burocrático-funcional nas instituições ou exposições da realidade social vivida, respectivamente. Contudo, na proposta dialética da análise discursiva do estudo, cada um dos *corpus* representa uma versão importante específica a ser analisada de uma realidade, tendo como base os seus contextos específicos (FLICK, 2009).

Ressalta-se que o objetivo das análises cruzadas dos textos coletados e gerados não é o de compará-los em si, mas, a partir dessas análises, construídas conforme as práticas sociais e contextos específicos (FAIRCLOUGH, 2003), apreender elementos discursivo-ideológicos que auxiliem as interpretações e análises dos elementos que estruturam a prática discursiva do turismo regional.

Na tese, “estrutura” refere-se aos processos político-econômico, social e ambiental; já a prática social refere-se a como esses elementos desenvolvem-se no cotidiano do turismo e na vida das pessoas nos mais variados aspectos, inclusive na manutenção do *status quo*. Desse modo, analisa-se o documento com especial atenção aos pontos que tratam da relação entre as políticas públicas do turismo e os aspectos do desenvolvimento sustentável, sendo esse um fim prático da investigação proposto na tese.

Explica-se que apenas alguns trechos do documento foram destacados<sup>19</sup> para as análises, tendo como parâmetro de escolha as seções e trechos do documento que direcionassem a testagem das hipóteses e que revelassem aspectos da estrutura, planejamento e prática do turismo regional. Assim, as partes cotejadas compõem-se daquelas que se referem mais diretamente às políticas regionais do turismo, conjuntura, meio ambiente e

---

<sup>19</sup> No que tange à seleção do material a ser analisado e ao nível de detalhamento dessa análise quanto à ADC: “[...] a análise textual pode focalizar apenas alguns aspectos selecionados dos textos, ou muitos aspectos simultaneamente” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 6). Ressalta-se ainda que, na leitura inicial dos dados, os mesmos tinham o conteúdo mapeado em função das codificações e possíveis categorias nas quais pudessem ser analisados. Esse procedimento contribuiu para a organização e economia de tempo nas análises.

desenvolvimento sustentável, sendo elas: apresentação inicial do documento (Tomos I e II), abordagem conceitual, pressupostos para a constituição de um polo, objetivos do PDITS, estratégias para o desenvolvimento turístico do Polo Litoral Leste e planos de ação.

A escolha desses pontos configura-se como importante na perspectiva do desenvolvimento do turismo sustentável, sendo considerados, de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), como pilares essenciais contemporâneos de gestão e organização da atividade em direção à sustentabilidade (UNWTO, 2013). A referida agenda norteou alguns questionamentos durante a leitura do PDITS, da mesma forma que aportou subsídios para a formulação de alguns elementos dos tópicos-guia das entrevistas.

### **3.3.2 Dados gerados: entrevistas**

A segunda parte da organização do *corpus* de análise constitui-se de dados gerados mediante entrevistas qualitativas. Essa modalidade de entrevista, também chamada semiestruturada, na concepção de Mason (2002) possui características próprias em sua estrutura e pode ser identificada por meio de quatro pontos em comum: 1) Interação através do diálogo; 2) Estilo caracterizado pela informalidade; 3) Foco em um tema central<sup>20</sup>; e 4) Produção do conhecimento via temas focalizados e contextos nos quais são produzidos. Para Flick (2009), o perfil qualitativo de entrevistas permite maior expressão, encadeamento de ideias e análise da enunciação<sup>21</sup> dos entrevistados.

A análise dos dados gerados (entrevistas) terá como base os textos obtidos das transcrições das entrevistas e percepções/opiniões dos atores sociais<sup>22</sup>, direcionadas pelos tópicos-guia das entrevistas. O conjunto da análise das opiniões propicia a emergência de múltiplas visões<sup>23</sup> acerca das questões levantadas e o

---

<sup>20</sup> Nesta pesquisa, avaliam-se como temas centrais os aspectos ambientais, os contextos sociais e a percepção das práticas e desenvolvimento do turismo em âmbito regional.

<sup>21</sup> “A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial” (BAKHTIN, 2010, p. 99). Dessa forma, através dos enunciados dos entrevistados, analisam-se as ideologias, haja vista que a língua, no seu uso prático, ressoa conteúdos relativos à vida.

<sup>22</sup> Na pesquisa, considera-se ator social pessoas – representantes de grupos ou de instituições – que influenciam ou são influenciadas, direta e/ou indiretamente, pelo planejamento, execução e desenvolvimento do turismo regional.

<sup>23</sup> O mundo social e a visão proveniente dele são ativamente construídos por pessoas. Sendo assim, “[...] assume-se que essas construções constituem a realidade essencial das pessoas,

interesse particular da tese pertinente a elementos que forneçam suporte a interpretações do *status quo* que estruturam as práticas discursivas do turismo regional, principalmente quando se almejam mudanças sociais.

A realidade social é composta de fatos sociais que podem ser observados e interpretados por intermédio da amostra de elementos empíricos (MASON, 2002), como nos discursos (fala e escrita), os quais embutem um conjunto de signos constituídos socialmente (BAKHTIN, 2010). Nessa direção, as entrevistas representam um dos métodos mais utilizados de investigação dessas realidades.

Para Flick (2009), a habilidade de captar os referidos mecanismos e conduzir de forma eficiente as entrevistas exige um alto grau de sensibilidade do pesquisador, tanto em relação ao conjunto de exposições feitas pelo entrevistado quanto à correlação de relevância das respostas com as questões da pesquisa. Acrescenta-se às indicações do autor a relevância de uma abordagem mais profunda por parte do entrevistado, a partir da experiência e domínio empírico da área pesquisada.

Mason (2002, p. 63) sugere alguns questionamentos por parte do pesquisador com vistas a certificar-se de que a entrevista qualitativa seja o melhor método de coleta de dados, de acordo com os objetivos da pesquisa. Essas questões relacionam-se à lógica e racionalidade que se busca apreender nas entrevistas, entre elas a importância da interação com as pessoas para a obtenção das respostas.

Neste estudo, a escolha da entrevista como método de coleta de dados proporciona um conhecimento empírico, com base nas opiniões dos entrevistados acerca dos discursos e desenvolvimento do turismo local. É importante ressaltar que as opiniões fundamentam-se nas interações profissionais e vivências cotidianas do entrevistado com a atividade turística, uma vez que todos os entrevistados interagem de alguma forma com o fenômeno analisado.

Conforme os postulados de Mason (2002, p. 63-67), o emprego da entrevista qualitativa nesta pesquisa justifica-se com base:

- 1) Na posição ontológica de que o conhecimento das pessoas, visão, entendimentos, interpretações, experiências e interações são

---

seu mundo vivencial”, o que fornece dados essenciais para a “[...] compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação” em sociedade (GASKELL, 2002, p. 65).

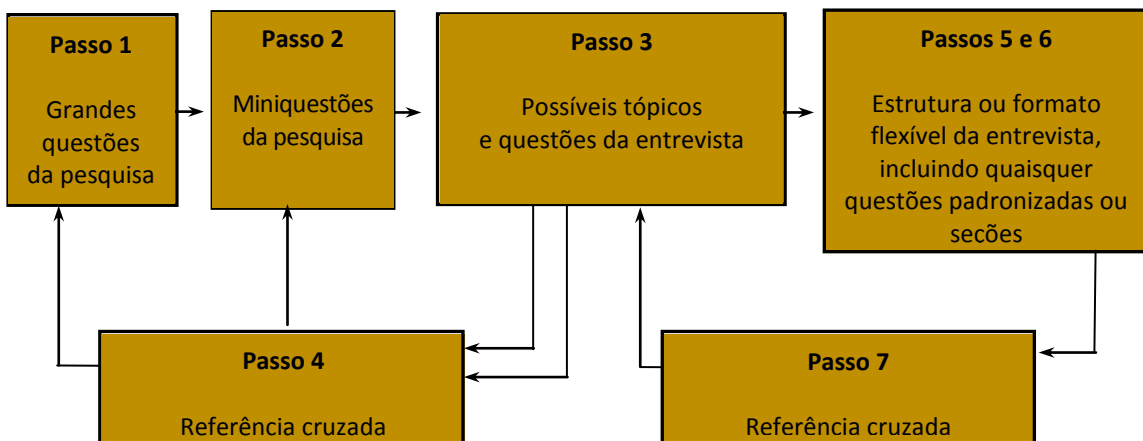


propriedades significativas da realidade social e são questões importantes a serem exploradas na pesquisa.

- 2) Na adequação epistemológica que permite, de forma legítima ou significativa, gerar dados da interação com as pessoas, no sentido de ouvir, questionar, apreender subjetividades, ou ainda analisar o uso da linguagem e a construção do discurso.
- 3) Na posição de que os argumentos sociais (realidade construída) demandam uma análise aprofundada, nuances interpretativas e complexidades de que análises, através de aplicação de questionários, por exemplo, não dariam conta.
- 4) Na existência do posicionamento do autor como reflexivo e engajado na análise do processo de geração de dados, posicionando-se, dessa forma, em todas as etapas da coleta de dados e na análise, não adotando a posição apenas de um pesquisador coletor de dados.

Para Mason (2002), a dificuldade do perfil qualitativo de pesquisa está nas exigências “intelectuais, práticas, sociais e éticas” requeridas no método, com especial atenção à análise dos dados. Mason (2002, p. 69) afirma que “[...] as decisões e julgamentos tomados pelo pesquisador dão forma à estrutura e propósito ao processo de geração de dados”. A figura a seguir sintetiza a sequência de procedimentos sugeridos por Mason (2002) para formulação das entrevistas, as quais serão sinteticamente comentadas e logo em seguida relacionadas com esta pesquisa.

Figura 2 – Síntese dos procedimentos de planejamento e preparação para as entrevistas



Fonte: Mason (2002, p. 72).

O primeiro passo é listar ou montar as principais questões da pesquisa e em seguida subdividi-las em questões menores. O terceiro consiste em, considerando as subdivisões, desenvolver ideias e tópicos<sup>24</sup> de como as questões serão abordadas na entrevista. O quarto faz uma referência cruzada entre as grandes questões da pesquisa e o conjunto de questionamentos menores. O quinto sugere a elaboração de ideias ou de estruturas flexíveis para a entrevista, com o desígnio de garantir a estrutura flexível<sup>25</sup> das entrevistas. O sexto trata da possibilidade de incluir questões ou seções padronizadas nas entrevistas, por exemplo, formular questões que sejam padronizadas para todos os entrevistados. O último passo compõe-se de uma checagem concernente ao fato de se os formatos e questões elaborados atendem adequadamente às questões e objetivos centrais da pesquisa.

Apresenta-se a seguir, sucintamente, o raciocínio utilizado para a elaboração dos “tópicos-guia” e questões das entrevistas (Apêndice B):

- 1) Questões introdutórias, comuns a todos os entrevistados. Este tópico funcionou como perguntas de aquecimento (*warm-up questions*), e as respostas foram utilizadas para montar o quadro de caracterização dos entrevistados. As questões relacionam-se à identificação do entrevistado (nome, atividade) e à vinculação do entrevistado com a área do turismo (tempo e área de atuação).
- 2) Formato flexível da entrevista, as questões foram elaboradas tendo como base as questões centrais da tese e os temas que se queria abordar na pesquisa: turismo, discursos, prática social e desenvolvimento sustentável na atividade.
- 3) Formulação de questões que contemplassem três eixos centrais investigativos da prática social do turismo regional: questão ambiental, participação do ator social no processo de construção da

---

<sup>24</sup> Os tópicos-guia na pesquisa também são tratados como eixos. Foram planejados para delinear as entrevistas e obter respostas às questões da pesquisa. O tópico-guia cria um roteiro para a entrevista e “[...] funciona como um esquema preliminar para a análise das transcrições” (GASKELL, 2002, p. 67).

<sup>25</sup> Durante as entrevistas, a flexibilidade ocorreu quando o entrevistado citava algum elemento não contemplado nos tópicos-guia, mas importante às análises propostas na tese, ou ainda temas ou questionamentos que complementassem os tópicos da entrevista. A partir dessa situação, as perguntas eram redirecionadas, formuladas de outra forma, de modo a contemplar os temas emergentes, ou desencadeadas outras perguntas que pudessem explorar melhor esses temas.

atividade (tomada de decisão) e avaliação da prática social do turismo regional.

4) Construção de questões genéricas relacionadas aos três eixos, como nos exemplos:

- Como o meio ambiente (patrimônio natural) é considerado e tratado no planejamento e prática social do turismo? Existe efetividade nessa relação?
- Qual o *status* de participação do ator social no planejamento e prática social do turismo em âmbito regional? Há um reconhecimento mútuo (órgãos administrativos e atores sociais) de efetividade dessa participação?
- Qual a avaliação que se faz da prática social do turismo, tendo como base o planejamento, a administração e a percepção da efetividade dessas questões em relação à prática social?

5) Construção de questões específicas (miniquestões) relacionadas a cada eixo, as quais formaram o conjunto de perguntas das entrevistas. Aqui se direcionou as perguntas de acordo com os eixos que se queria analisar, como também de acordo com as categorias analíticas da ADC (ver tópico 3.4). Exemplos de miniquestões:

- O meio ambiente, as paisagens e os recursos naturais são aspectos importantes para a escolha dos locais turísticos. Quais são essas paisagens e qual a importância desses aspectos para essa localidade?
- Em relação às políticas públicas, de forma prática, o que tem sido feito na localidade quanto ao meio ambiente?
- Na organização das localidades litorâneas para o turismo, qual a participação da população na sugestão ou avaliação das diretrizes que são formuladas para o município? Como se processa a participação da comunidade no processo de decisão?
- Com base em sua experiência e vivência do dia a dia com o turismo, qual a sua avaliação no que tange ao desenvolvimento da atividade em âmbito regional?
- Existe alguma discrepância entre o que os administradores e documentos governamentais expõem sobre o turismo e o que você vivencia em sua prática social?

Ressalta-se que a escolha do grupo de entrevistados pautou-se pela abrangência das representações dos setores turísticos, de sorte a proporcionar a diversificação das opiniões atinentes ao objeto em análise. Assim, não se pautou a escolha pela quantidade<sup>26</sup> de entrevistados, como aconteceria numa amostragem. Já a seleção do representante de cada grupo delineou-se pela representatividade do mesmo no que diz respeito ao segmento representado ou à instituição.

Inicialmente, para a escolha dos entrevistados (atores sociais), partiu-se da investigação de quais grupos, pessoas ou instituições, com base na *expertise* e correlação com o turismo, poderiam opinar sobre a atividade em âmbito regional. Essa sondagem também pautou-se pelos grupos que, de alguma forma, influenciam ou são influenciados pelo planejamento do turismo regional, como o PDITS<sup>27</sup>. Esse raciocínio delineou a seleção dos entrevistados, cuja escolha dos nomes fundamentou-se pela representatividade, influência e/ou reconhecimento dos pares em seus universos de atuação. Para essa sondagem, utilizaram-se elementos da técnica de amostragem do *snowball sampling* (“bola de neve”<sup>28</sup>).

Dessa forma, chegou-se aos grupos e nomes dos entrevistados, devidamente caracterizados<sup>29</sup> e organizados (quadro 2). Além disso, a escolha ainda se pautou pela disposição em participar da entrevista e capacidade opinativa e de compreensão dos temas da pesquisa pelo entrevistado, visando a abstrair dos

<sup>26</sup> Gaskell (2002, p. 68-70) defende que, para se ter segurança em relação à exploração da variabilidade de opiniões quanto ao objeto em análise, “[...] o pesquisador não necessitará entrevistar diferentes membros do meio social”.

<sup>27</sup> Observou-se, na leitura do documento, a relação de beneficiamento, participação, influência ou importância do planejamento do turismo regional no que tange aos grupos entrevistados. O objetivo dessa dinâmica foi, apoiada nas opiniões desses grupos, gerar uma dialética discursiva pertinente às diretrizes do documento e à prática social dos entrevistados. O desenvolvimento do turismo em sistema exige uma ampla abordagem de inter-relação, assim a abordagem exigiu ouvir vários setores/atores (*stakeholders*) que detêm conhecimento e competência de opinar sobre o turismo. Dessa forma, foi importante nessa etapa a coleta de impressões de grupos como: governo, empresários, profissionais do turismo e ONGs.

<sup>28</sup> De acordo com Baldin e Munhoz (2011), essa técnica é uma forma de amostra não probabilística utilizada em pesquisas sociais. Na técnica, os participantes iniciais (sondagem) de um estudo indicam novos participantes, que, por sua vez, indicam novos participantes, e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto, o ponto de saturação. No estudo, considerou-se o ponto de saturação quando houve convergência de indicação dos mesmos nomes para as entrevistas, ou seja, na sondagem alguns nomes apareciam como os mais indicados para representar o seu segmento.

<sup>29</sup> Consoante Albagli e Marciel (2004), os atores-chave podem também ser caracterizados como internos/externos ao contexto socioeconômico local (turismo); público/privado; conforme sua “missão” ou finalidade; sua nacionalidade; entre outras. Na concepção de Mitchell, Agle e Wood (1997), a avaliação do poder e legitimidade atribuída à participação dos *stakeholders* no processo é um ponto necessário a ser avaliado na compreensão do modelo adotado de participação. Para os autores, quando esses atributos são avaliados de forma correta, “[...] o resultado é um modelo sistemático, compreensivo e dinâmico” do processo (MITCHELL; AGLE; WOOD, 1997, p. 863).

depoimentos elementos qualitativos para as análises da estrutura, ideologias e práticas do turismo regional.

Ainda como direcionamento metodológico para a escolha dos entrevistados, empregaram-se conceitos da teoria dos *stakeholders*, assim como dos níveis de interação social citados no estudo de Albagli e Maciel (2004), que trata da informação e inovação no desenvolvimento local. A relação dos estudos das autoras com a tese reside na importância do compartilhamento de informação e compreensão da dinâmica cognitiva da população local.

A teoria dos *stakeholders* é amplamente aplicada nas pesquisas em turismo, principalmente quando se tem por escopo verificar: os processos de levantamento de interesses e expectativas dos atores sociais, o balanceamento entre as atividades organizacionais e os interesses sociais, a identificação do valor percebido e interesses dos atores sociais, a incorporação da perspectiva do ator social na tomada de decisão, o envolvimento, entre outros (VIEIRA; COSTA; CINTRA, 2012). Desse modo, Liu (2003, p. 466) afirma que:

Há uma grande variedade de atores que têm o direito e, em medidas diferentes, a capacidade de fazer alterações no sistema de turismo e influenciar o processo e as conseqüências [sic] do desenvolvimento. Esses atores ou partes interessadas incluem turistas (nacionais e estrangeiros); empresas turísticas (investidores, desenvolvedores, operadores; acionistas, administradores, empregados; públicas e privadas), o anfitrião, governos, comunidades e seus governos. Esses grupos, muitas vezes, têm interesses conflitantes e diferentes percepções sobre o desenvolvimento do turismo.

A exposição do autor confirma que a escolha de um *stakeholder* é abrangente e segue parâmetros variados, dependendo da intenção de incorporação do mesmo ao processo (SHEEHAN; RITCHIE, 2005).

A escolha dos entrevistados também se pautou pela “saliência” dos mesmos dentro do seu universo de atuação. Para Mitchell, Agle e Wood (1997), “saliência” refere-se principalmente ao fato de se possuir um, dois ou três dos seguintes atributos perante a organização: o poder de impor sua vontade (opinião) ante a organização, a legitimidade de influência na organização e a urgência de atendimento às reivindicações feitas por ele na organização.

A esse respeito, Currie, Seaton e Wesley (2009) defendem que o que determina a saliência da escolha dos *stakeholders* passa pela definição de parâmetros de identificação dos mesmos, como feito neste estudo a partir da sondagem inicial para a escolha dos entrevistados e emprego da metodologia da

“bola de neve”. Para as análises da pesquisa, as entrevistas representaram uma etapa importante, como forma de registrar as impressões dos atores sociais sobre planejamento e desenvolvimento do turismo local.

Assim, a exposição das opiniões desses atores “[...] pode também ser usada para examinar ações que tenham sido implantadas, podendo-se avaliar as suas implicações ambientais, sociais, culturais e políticas, a partir da visão de *stakeholders* que são escolhidos intencionalmente para esse fim” (ARAUJO, 2008, p. 97). Defende ainda o autor que “A inclusão dos representantes dos interesses afetados no processo de planejamento pode ser um forte componente na construção do desenvolvimento sustentável com base no turismo” (ARAUJO, 2008, p. 98).

Nessa mesma direção, Hintze (2013, p. 515), em sua crítica à participação dos atores sociais no turismo, a fim de reconhecê-los como protagonistas do processo e para que haja intersubjetividade dialógica, defende que: “Somente de um encontro efetivamente ‘não hierarquizado’ é que poderia nascer efetiva troca, contaminação, estranhamento, reciprocidade, diálogo, produção de novas ideias, para então haver autorreconhecimento”.

Essa é uma perspectiva epistemológica da tese, na avaliação de que existe um forte potencial empírico a ser explorado a partir dos atores sociais no contexto do turismo. Contudo, Brugha e Varvasovszky (2000) sustentam que a análise dos *stakeholders* é imprescindível e requer atenção especial por parte do pesquisador no que se refere à análise das respostas (interpretações) dos atores sociais, já que a qualidade da análise será determinada pelo entendimento e habilidade do analista e do uso criterioso dessa ferramenta.

Na análise das entrevistas, contida na sétima seção deste estudo, objetivou-se, segundo os textos gerados das transcrições, criar um conjunto de dados que referenciassem as análises críticas e discursivas expostas nos objetivos da tese. Nesse contexto, Hintze (2013, p. 44) fala da importância de “[...] estabelecer claramente quem é o enunciador a ser analisado, senão podemos comprometer a importância de análises críticas dos enunciados por eles produzidos”.

### 3.3.2.1 Condições de realização das entrevistas e caracterização dos entrevistados

Uma condição para a escolha dos entrevistados foi a relação dos mesmos com a área do turismo. De acordo com Gaskell (2002), uma forma de

organizar as segmentações de opiniões pertinentes ao objeto em análise é dividir os indivíduos em grupos “naturais”. Os grupos naturais são formados por pessoas que pertencem a um mesmo meio social, identificados pelo “interesse e valores mais ou menos semelhantes” em torno de uma questão ou objeto. Neste estudo, considera-se o turismo como esse meio social e cada área, instituição ou órgão representado como um “corpo” importante de opinião/interpretação do meio social em questão.

Antes da realização das entrevistas, o delineamento da pesquisa e as etapas da mesma foram submetidos à avaliação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). Tal procedimento se dá por conta de o trabalho envolver seres humanos para a geração de dados (entrevistas), a qual consta. Essa exigência está na Resolução nº 466/2012, e a autorização da referida avaliação foi aprovada em 2015, sob o número: Certificado de Apresentação para Apreciação Ética (CAAE) nº 51091815.3.0000.5054 (Anexo M).

Após a aprovação, foram iniciados os agendamentos e realizadas as entrevistas, de acordo com a agenda disponível dos colaboradores, as quais foram realizadas entre agosto de 2015 e janeiro de 2016. No quadro de caracterização dos entrevistados, assim como no corpo das análises, os nomes dos participantes foram preservados, através do uso de pseudônimos. Do universo dos entrevistados, apenas dois participantes pediram para não serem identificados no corpo do texto, contudo, como acordado no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), optou-se por identificar todos por pseudônimos.

Foram feitas 11 entrevistas semiestruturadas (Anexos “B” a “L”). A expectativa na seleção dos entrevistados foi a de que, por intermédio da escolha criteriosa dos nomes, baseada na indicação e informações dos próprios membros de cada grupo, área ou instituição, fosse formado um corpo consistente de opiniões e percepções acerca do objeto em análise.

Apresenta-se a seguir um quadro com a caracterização dos entrevistados. A visualização evidencia a experiência do entrevistado em relação ao turismo, assim como a relação da atividade ou instituição que representa com a atividade. Justifica-se ainda a importância da participação do indivíduo no contexto da pesquisa.

Quadro 2 – Caracterização dos entrevistados

(continua)

Caracterização dos entrevistados						
Pseudônimo	Escolaridade	Setor de atuação ou entidade representada	Tempo de atuação na área	Relação setor/entidade do entrevistado com o turismo	Descrição setor/entidade do entrevistado e o turismo	Importância da participação do entrevistado para a pesquisa
Francisco (Anexo B)	Técnico em Turismo.	Sindicato Estadual dos Guias de Turismo do Ceará (Sindegtur/CE).	10 anos.	Existe uma relação direta/prática do respondente com o turismo.	O Sindegtur orienta a atividade e a prática do guia de turismo no Ceará.	O respondente atua diretamente na prática do turismo, portanto possui uma visão empírica das realidades, desafios e contradições que se verificam no desenvolvimento do turismo local.
Carlos (Anexo C)	Superior incompleto e técnico em Turismo.	Guia de turismo e agência receptiva.	23 anos.	Existe uma relação direta/prática do entrevistado com o turismo.	O guia de turismo trabalha na recepção e orientação do turista na cidade e em visitação dos destinos turísticos no litoral e interior.	O guia de turismo atua no dia a dia do turismo. Possui experiência e conhecimento de como se dão as políticas, práticas sociais e ambientais do planejamento/administração do turismo e tem como referência sua prática cotidiana.
Ana (Anexo D)	Superior e especialização em movimentos sociais da zona costeira.	Instituto Terramar (Organização da sociedade civil que atua na zona costeira).	20 anos na zona costeira e 17 anos no Terramar, especialmente no setor do turismo comunitário.	A respondente atua direta e indiretamente com o turismo, como responsável pelo tema turismo no Instituto Terramar e como assessora da Rede de Turismo Comunitário (Rede Tucum).	A Rede Tucum atua na organização de comunidades que articulam serviços voltados ao turismo de base local. Já o Instituto Terramar no desenvolvimento humano das comunidades da zona costeira do Ceará.	O desenvolvimento integrado/sustentável é premissa das instituições citadas. O debate sobre sustentabilidade é um elemento fundamental na organização e planejamento turístico. As instituições também são dotadas de conhecimento empírico e crítico quanto à política institucional do turismo no Ceará, especialmente no litoral.



Quadro 2 – Caracterização dos entrevistados

(continuação)

Caracterização dos entrevistados						
Pseudônimo	Escolaridade	Setor de atuação ou entidade representada	Tempo de atuação na área	Relação setor/entidade do entrevistado com o turismo	Descrição setor/entidade do entrevistado e o turismo	Importância da participação do entrevistado para a pesquisa
Lucas (Anexo E)	Ensino médio.	Empresário do turismo (barraca de praia) e articulador de ações voltadas para o desenvolvimento do turismo na praia de Morro Branco (Beberibe-CE).	27 anos.	Existe uma relação direta/prática do respondente com o turismo e sua cadeia produtiva.	O setor de barraca de praia é um elemento importante na cadeia de prestação de serviços turísticos, principalmente no perfil do turismo de sol e praia adotado no Ceará.	O respondente atua diretamente no fornecimento de serviços turísticos. Lida com outros empresários do segmento, profissionais do turismo e setores administrativos, bem como com o próprio turista. Portanto, possui uma visão empírica ampla das relações, realidades, desafios e contradições que se verificam/estabelecem nas práticas do turismo local.
Paulo (Anexo F)	Formado em Turismo e Administração de Empresa.	Atualmente desenvolve um trabalho para a Setfor na promoção/divulgação dos empreendimentos favorecidos pelos recursos internacionais provenientes do CAF. Trabalhou também nas gerências da Setur e <i>Beach Park</i> .	36 anos.	Existe uma relação direta do respondente com os aspectos administrativos, promocionais e operacionais do turismo.	O Banco de Desenvolvimento da América Latina (CAF) atua na promoção de modelos de desenvolvimento através da operação de crédito.	A captação de recursos e financiamentos para o turismo é uma das áreas mais estratégicas do planejamento dos destinos turísticos. Essa captação só é possível mediante o cumprimento de exigências relacionadas ao desenvolvimento sustentável nas localidades. Nesse setor, o respondente tem acesso ao panorama de projetos, emprego dos recursos, panorama e modelo traçados para o desenvolvimento da atividade turística.

Quadro 2 – Caracterização dos entrevistados

(continuação)

Caracterização dos entrevistados						
Pseudônimo	Escolaridade	Setor de atuação ou entidade representada	Tempo de atuação na área	Relação setor/entidade do entrevistado com o turismo	Descrição setor/entidade do entrevistado e o turismo	Importância da participação do entrevistado para a pesquisa
Rafael (Anexo G)	Engenheiro e mestre em Saneamento Ambiental.	Funcionário do Banco do Nordeste (BNB), área de programas especiais e fundos de pesquisa. Atuou na coordenação do Prodetur Nordeste.	10 anos.	Quanto ao turismo, a relação da entidade do respondente é indireta no fornecimento de infraestrutura para o turismo.	No desenvolvimento do Prodetur Nordeste, o BNB articulou os contratos de subempréstimos entre o cedente (BID) e os estados.	A relação do banco com o turismo se dá via coordenações das instâncias administrativas para concessão e articulação de empréstimos destinados aos projetos turísticos. Para isso, exige uma transversalidade de exigências de cumprimento de normas e destinação do recurso a projetos e medidas voltadas ao desenvolvimento sustentável. O banco faz parte dos conselhos nacional e municipal de turismo, os quais discutem e aprovam os projetos destinados ao desenvolvimento do setor.
Heitor (Anexo H)	Engenheiro civil.	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (Abih/CE). Também é empresário no segmento turístico (hoteleiro).	26 anos.	Existe uma relação direta/prática do respondente com o turismo, tanto como fornecedor de serviços turísticos (hotel/resort) quanto como representante e administrador do órgão que agrega a indústria de hotéis (Abih).	O setor hoteleiro é um dos pilares para a formação do produto turístico. A profissionalização e avanço da hotelaria no litoral cearense são destacados fatores de atração de turistas para as áreas litorâneas: capital e municípios turísticos.	A visão do respondente sobre o turismo e suas práticas é fruto da atuação empresarial e gestão em órgãos que articulam o produto turístico no Ceará. Dessa forma, é importante a análise da visão do respondente a fim de investigar possíveis elementos semiótico-discursivos que auxiliem na interpretação crítica do setor.

Quadro 2 – Caracterização dos entrevistados

(continuação)

Caracterização dos entrevistados						
Pseudônimo	Escolaridade	Setor de atuação ou entidade representada	Tempo de atuação na área	Relação setor/entidade do entrevistado com o turismo	Descrição setor/entidade do entrevistado e o turismo	Importância da participação do entrevistado para a pesquisa
Cristiano (Anexo I)	Graduado em Turismo, especialista em Políticas Públicas e mestre em Negócios Turísticos.	Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (Setur/CE). O respondente atua em vários setores do órgão (pesquisa, administração e promoção).	19 anos.	A Setur atua diretamente com o turismo na organização e articulação dos vários sistemas que integram o turismo em função do desenvolvimento do setor no âmbito regional.	A Setur é o órgão maior do turismo no estado. É responsável pela regulamentação da atividade e atua na articulação, promoção e desenvolvimento dos produtos e serviços turísticos. É o órgão que representa o MTur no estado.	Toda a referência e diretriz para o desenvolvimento do turismo no estado provêm da Setur. Assim, como órgão articulador do planejamento, execução e gestão do turismo, é importante a análise das concepções, defesas e explicações do órgão no contexto da pesquisa.
Rodrigo (Anexo J)	Graduado em Jornalismo e pós-graduado em Turismo e em Relações Públicas.	Atua como jornalista. Atuou em variados veículos de comunicação destinados ao turismo. Atuou na coordenação e presidência da Abrajat/CE.	30 anos.	Existe uma relação direta do respondente com o turismo vinculado à comunicação e divulgação dos empreendimentos turísticos.	Os veículos de comunicação são elementos essenciais para a divulgação e promoção da imagem dos destinos turísticos. Geralmente existe uma relação política-institucional-comercial entre os veículos de comunicação e os setores/órgãos administrativos/políticos atinentes ao turismo.	Para a execução do seu trabalho, o jornalista transita por vários setores e grupos sociais: instâncias administrativas, políticas ou comunitárias. O jornalista que escreve para o turismo possui referências documentais das entrevistas e das práticas sociais para produção da informação. Com base nessa variedade de referências, institucional e empírica, justifica-se a participação do respondente.

Quadro 2 – Caracterização dos entrevistados

(conclusão)

Caracterização dos entrevistados						
Pseudônimo	Escolaridade	Sector de atuação ou entidade representada	Tempo de atuação na área	Relação setor/entidade do entrevistado com o turismo	Descrição setor/entidade do entrevistado e o turismo	Importância da participação do entrevistado para a pesquisa
Leonardo (Anexo K)	Graduado em Administração e em Turismo (em andamento).	Secretaria Municipal do Turismo de Fortaleza (Setfor). O respondente atua na área de comercialização, desenvolvimento e <i>marketing</i> do setor.	18 anos.	A Setfor atua diretamente com o turismo na organização e articulação dos vários sistemas que integram o turismo em função do desenvolvimento do setor no âmbito de Fortaleza. Tem relação direta de articulação com a Setur para a promoção do turismo.	A Setfor trabalha no fomento do turismo e cultura de Fortaleza e na divulgação e organização do destino. Atua também na qualificação profissional do setor através de parcerias.	Assim como a Setur, todas as diretrizes para o desenvolvimento do turismo em Fortaleza passa pela Setfor. Assim, como órgão articulador do planejamento, execução, gestão e <i>marketing</i> turístico, é importante a análise das concepções, defesas e explicações do órgão no contexto da pesquisa.
Beatriz (Anexo L)	Doutorado em Arquitetura e Urbanismo.	Secretaria Municipal do Urbanismo e Meio Ambiente de Fortaleza (Seuma).	3 anos na Seuma; com o turismo, a experiência se deu mediante outras secretarias.	Quanto ao turismo, a relação da entidade da respondente é indireta no licenciamento de obras para a atividade turística. A respondente integrou uma equipe de uma gerenciadora de projetos para o desenvolvimento turístico para o estado relacionado ao Prodetur.	A Seuma trabalha com o planejamento urbano e ambiental no que concerne às estratégias de desenvolvimento para essas áreas.	O meio ambiente e seu uso para o turismo são um ponto relevante de debate. O perfil de turismo de sol e praia e os projetos turísticos litorâneos têm causado externalidades negativas nas comunidades costeiras. A respondente atuou na equipe de coordenação do PDITS. Nesse contexto, considerou-se importante a análise das concepções e explicações da respondente para o contexto da pesquisa.

Fonte: Elaboração própria (2016).

As entrevistas foram feitas no local e horário indicados pelos entrevistados. Utilizaram-se gravação em áudio; as anotações referentes ao comportamento dos entrevistados foram feitas durante as entrevistas. Ressalta-se, nessa etapa, a riqueza da interação<sup>30</sup> entre pesquisador e entrevistados, cujo contato pôde revelar novas percepções e interpretações ao objeto em análise. Posteriormente, as falas foram transcritas e transformadas em plataforma textual, as quais compõem o conjunto de textos utilizado nas análises sob a ótica da ADC (sexta parte desta tese).

Para Widdowson (2004), as transcrições são claramente relevantes para a análise do texto e podem revelar muito sobre o discurso falado, concentrando a atenção sobre as características linguísticas específicas, como itens lexicais e estrutura gramatical, como feito na tese com as categorias de análise abordadas na próxima seção. Dessa forma, o registro da enunciação dos participantes do discurso é relevante, na medida em que esses, através dos textos, expõem particularmente sua visão de mundo com base na vivência e elementos experienciados na prática.

### **3.4 Categorias analíticas e perfil das análises**

Nesta seção, apresentam-se as categorias analíticas utilizadas na investigação das materialidades discursivas do turismo, em termos de formulação e funcionalidades das práticas discursivas contextualizadas. Assim, as categorias mobilizam recursos linguísticos para análises específicas/pontuais de textos, tais como interdiscurso, intertexto, posicionamento de léxicos, entre outros.

Na estruturação das análises do estudo, empregaram-se categorias que convergissem com os objetivos e hipóteses do estudo. Dessa forma, optou-se por categorias que pudessem evidenciar a relação entre a estrutura dos discursos e a prática social. Da mesma forma, a formulação dos tópicos-guia da pesquisa orientou-se pela escolha das referidas categorias.

Explica-se ainda que, além das categorias linguísticas, as análises também se constituíram a partir de outras semioses, tais como as ênfases, silêncios e posicionamentos marcados em relação a alguns temas abordados durante as entrevistas. Assim, a escolha das categorias, como em Costa (2009, p. 117), “[...]”

---

<sup>30</sup> Gaskell (2002) sugere o emprego do *rapport* como meio de se estabelecer uma relação de confiança e segurança entre entrevistado e entrevistador. O *rapport* significa instituir uma relação de interação e sintonia com a outra pessoa, favorecendo o andamento da entrevista.

vincula-se à intenção e necessidade de desenvolver reflexões que conseguissem priorizar simultaneamente aspectos lingüístico-discursivos [*sic*] e sociais”.

Nas pesquisas em ADC, os empregos das categorias linguísticas representam um recurso importante de investigação e materialização das construções discursivas de problemas sociais observados (WODAK; MEYER, 2009). Acredita-se que a escolha prévia das categorias não delimitou as análises e auxiliou o autor na investigação das especificidades dos objetivos e hipóteses lançadas no trabalho, embora se reconheça que nas análises que utilizam a ADC, em geral, não se costuma fazer as escolhas das categorias linguísticas *a priori*, esperando-se que essas se revelem à medida que se desenvolva a leitura do *corpus*, como em Resende (2008).

Sob esse prisma, principalmente considerando o contexto do turismo, as categorias escolhidas para este estudo revelam-se adequadas às análises, haja vista a rede de conexões e panoramas do turismo, que se utiliza de forma recorrente de intertextos e interdiscursos como recursos a justificar suas falas; a forma como representam os atores e eventos sociais dos quais fazem parte; e a utilização estratégica e posicionada com que empregam as palavras (léxicos) nas práticas discursivas, cuja análise genérica e avaliação facilmente revelam nuances e práticas sociais características da área analisada. Explicam-se a seguir, com arrimo em Ramalho e Resende (2011), as categorias aplicadas na pesquisa:

- 1) Estrutura genérica e avaliação – O texto se situa em cadeias de gêneros? O texto é caracterizado por uma mistura de gêneros? Que gêneros o texto articula em termos de atividade, relações sociais, tecnologias de comunicação? Também com que valores o/a autor/a se compromete? Como valores são realizados/expostos – como afirmações avaliativas, afirmações com modalidades deônticas, afirmações com processos mentais afetivos, valores presumidos?
- 2) Intertextualidade/interdiscursividade – De outros textos/vozes relevantes, quais são incluídas? Quais são significativamente excluídas? Como outras vozes são excluídas? São atribuídas? Se sim, especificamente ou não especificamente? As vozes atribuídas são relatadas diretamente (citação) ou indiretamente? Como outras vozes são tecidas em relação à voz do/a autor/a e em relação umas com as outras? Um exemplo a esse respeito é a forma como as diretrizes nacionais do turismo são transversalmente reproduzidas pelas instâncias estadual e municipal.

Portanto, as referências e ideologias contidas nos documentos trazem referências de outros documentos, assim há que se perceber o “[...] modo como documentam e constroem as realidades sociais” (FLICK, 2009, p. 234). Nas análises propostas na tese, avaliar essas conexões é imprescindível. A interdiscursividade suscita as seguintes questões: que discursos são articulados no texto e como são articulados? Há uma mistura significativa de discursos? Quais são os traços que caracterizam os discursos articulados (relação semântica entre palavras, colocações, metáforas, presunções, traços gramaticais)?

- 3) Representação de eventos e atores sociais – Que elementos dos eventos sociais representados são incluídos ou excluídos? Quais desses são mais salientes? Quão abstrata ou concretamente os eventos são representados? Como os processos são representados? Quais são os tipos de processos predominantes (material, mental, verbal, relacional, existencial)? Há instâncias de metáfora gramatical na representação de processos? Como os atores sociais são representados (ativo/passivo, pessoal/impessoal, nomeado/classificado, específico/genérico)? Como tempo, espaço e relação entre “tempos-espacos” são representados?
- 4) Escolha lexical – Como são articulados os discursos em termos de escolhas de palavras e nominação das coisas/eventos? O que e como se modelam as práticas discursivas a partir das palavras?

As análises da pesquisa (sexta parte da tese), com base nas categorias citadas, deram-se em função dos textos gerados pelas entrevistas e trechos destacados do PDITS. Explica-se que primeiramente houve a transcrição<sup>31</sup> das entrevistas, havendo posteriormente, a partir daí, o processo de análise. Isso ocorreu pela necessidade de adequação das entrevistas gravadas em peças textuais.

### **3.5 Chaves interpretativas utilizadas nas análises**

Na pesquisa, metodologia e elementos interpretativos e de análise fundamentam-se na ADC. Nessa dinâmica, tangenciam-se ideologias e interesses em

---

<sup>31</sup> As convenções de transcrição dos áudios das entrevistas estão devidamente identificadas e integralmente disponibilizadas nos anexos. Ressalta-se que a disponibilidade das entrevistas se dá pela própria indicação teórico-metodológica utilizada na pesquisa com base na ADC, para que o leitor possa consultar os textos integrais dos entrevistados e tenha parâmetros ampliados de avaliação.

torno do turismo, analisados via práticas discursivas, etapa na qual as dimensões epistemológicas e praxiológicas se entrelaçam. É uma forma de abranger prática e teoria, investigar as práticas sociais e tornar prática as teorizações aqui debatidas.

Desse modo, ressalta-se o desafio enfrentado pelo autor em sistematizar a pesquisa em uma área que exige conhecimentos específicos, como a linguística, disciplina importante nas análises e diretamente relacionada com as categorias analíticas empregadas na ADC, contudo interdisciplinar, em termos de abordagem, o que facilita o diálogo com outras disciplinas. De acordo com Fairclough (2001, p. 102):

Embora uma experiência prévia em linguística [*sic*], em princípio, possa ser pré-requisito para fazer análise de discurso, na verdade a análise de discurso é uma atividade interdisciplinar e não se pode exigir uma grande experiência linguística [*sic*] prévia dos seus praticantes, do mesmo modo que não se pode exigir experiência prévia em sociologia, psicologia ou política.

Numa perspectiva teórico-metodológica, o emprego da ADC destaca-se por articular a análise dos discursos do turismo e a relação com a prática social, da mesma forma que se revela área de pesquisa adequada de investigação dos aspectos semióticos que estruturam a atividade (COSTA, 2014). Assim, a referida disciplina e, associada a isso, a perspectiva epistemológica dos estudos críticos do turismo delineiam as chaves interpretativas e analíticas do *corpus* da pesquisa.

A ADC tem sido amplamente empregada como disciplina transdisciplinar de pesquisa nas áreas das ciências sociais e humanas (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999). Um dos destaques da disciplina está em sistematizar leituras complexas, multidisciplinares e multimetodológicas do fenômeno social, especialmente no que tange à (des)mistificação de ideologias e poder, seja na escrita, fala ou campo visual (WODAK; MEYER, 2009).

O estudo alinha-se a essa perspectiva, a de analisar criticamente o turismo em função da funcionalidade, ideologia e poder estabelecidos no desenvolvimento da atividade a partir das práticas discursivas. Nessa direção, à análise do *corpus* integram-se leituras críticas da relação e influência de campos como a política e a economia, os quais decididamente exercem forte influência na “ordem do discurso” (FOUCAULT, 2001) na área do turismo.

Com esse perfil de análise, buscou-se evidenciar as subjetividades ideológicas e “codificadas” que atuam na construção das práticas sociais do turismo. Assim, através da análise dos dados, na análise da conjuntura/contexto e, principalmente, na confrontação dos textos produzidos, buscou-se subsidiar uma



reflexão crítica sobre a administração e prática social da atividade do turismo, a fim de revelar as contradições, poderes e *status quo* que se estabelecem no turismo. Defende-se que o conhecimento e a lucidez da forma como as coisas acontecem é um passo importante na proposição de mudanças.

Dessa forma, nas análises e etapas do estudo buscou-se captar a materialidade ideológica e de poder nos textos analisados. Entendendo o turismo como um sistema produtivo que combina discurso, materialidade e prática (FRANKLIN; CRANG, 2001). Assim, ele não pode ser isolado do contexto que o integra, sendo, portanto, importante à reflexão quanto ao estado atual das coisas e ao debate atinente a cenários futuros.

Construiu-se o estudo apoiado nesta lógica: de propiciar reflexões críticas sobre a prática social do turismo, como forma de instrumentalizar leituras concernentes à realidade atual e a como se constitui a sua estrutura. Dessa forma, fica clara a relevância da investigação empírica no estudo, cujas opiniões são relevantes quando se intenciona criar movimentos sociais emancipatórios, como algo que pode ser realizado no futuro (TRIBE, 2007).

A geração de dados mediante as entrevistas proporcionou uma amostra qualitativa indispensável na busca da interpretação da realidade social, cuja síntese das opiniões, sob o viés de análise da tese, forma um corpo importante de contestação, concordância e novas formas de pensar e agir em relação ao objeto analisado.

Assim, de acordo com as hipóteses da tese, a análise buscou evidenciar as relações sociais e discursivas que formam o contexto social, as ações, os atores, e a estrutura de poder em torno do desenvolvimento do turismo regional (WODAK; MEYER, 2009). Nessa direção, durante todo o trabalho houve um esforço interpretativo<sup>32</sup> e investigativo do autor em evidenciar as defasagens administrativas pertinentes aos aspectos socioambientais no turismo, considerando a importância desses elementos para o desenvolvimento sustentável nessa seara.

Buscou-se, assim, na subjetividade de cada texto, concordâncias, oposições, silêncios e contradições obtidas através das entrevistas e análise documental, subsidiar reflexões acerca da prática social do turismo. Evidenciar um

---

<sup>32</sup> As análises, além do inerente esforço interpretativo exigido nas pesquisas qualitativas, teve como filtro a reflexão crítica e integrativa exigida na análise do turismo, o qual funciona em cadeias de sistemas. Panosso Neto, Noguero e Jäger (2011) lembram que os parâmetros críticos fornecidos pela Teoria Crítica nos estudos do turismo auxiliam a construção do conhecimento e a forma de avaliar o objeto pesquisado. Para os autores, a referida teoria, ademais de investigar as relações de poder, admite a influência (interpretação) do pesquisador na coisa pesquisada.

padrão, discordância ou contradição nas opiniões dos entrevistados; por exemplo, considera-se como uma forma de sofisticação das análises. Esse mecanismo interpretativo é importante no segmento turístico, posto que, nos eventos e práticas discursivas, os enunciados e textos são geralmente posicionados como “inquestionáveis”, “adequados”, “coerentes”, “sistêmicos” e “sustentáveis”.

Gaskell (2002, p. 85) explica que o que é falado numa entrevista, por exemplo, constitui os dados, “[...] mas a análise deve ir além da aceitação deste valor aparente”. Nesse sentido, os textos analisados sempre tiveram seus conteúdos relacionados com os contextos social, político e econômico nos quais foram produzidos, considerando essa leitura contextual uma forma de perceber disparidades entre os enunciados e a realidade, uma forma de codificar as análises. Esse posicionamento investigativo difere-se do de outro trabalho que utilizou a ADC como método de pesquisa, em que Resende (2008) sugeriu uma abordagem “flexível de leitura”, cujos dados são inicialmente analisados e só depois definidas as codificações que constituiriam a análise. Contudo, concorda a autora:

Evidentemente, essa abertura na codificação é algo relativa: quando procedemos à primeira leitura dos documentos não estamos livres de pressuposições a seu respeito, temos já construídas algumas perspectivas a respeito do que vamos buscar, não só porque conhecemos as interações de que são resultado, mas também por toda a experiência etnográfica com a observação. (RESENDE, 2008, p. 139).

Esta parte do trabalho delineou as ferramentas e formas de análise dos dados na pesquisa. Justificou-se o perfil qualitativo e sua adequação às propostas do objeto pesquisado, assim como a orientação metodológica de Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO) como ferramenta de análise textual adequada para a investigação de aspectos ideológicos e de poder na área social. Registraram-se ainda os aspectos analíticos e as chaves interpretativas que embasaram as análises, as quais serão apresentadas adiante. Acredita-se que o delineamento da pesquisa e o cruzamento dos dados obtidos das análises, apresentados ao final de cada seção da sexta e sétima parte do trabalho e sinteticamente comentados nas considerações finais, são epistemologicamente consistentes ao debate que se propõe na tese.

## **4 TURISMO E PLANEJAMENTO: POLÍTICAS, PARADIGMAS E SUSTENTABILIDADE**

Nesta parte do trabalho, contextualizam-se e discutem-se questões relacionadas ao planejamento e ao desenvolvimento sustentável no turismo. Debatem-se a influência da política no delineamento das diretrizes e planejamento da atividade, a relação com o conceito de desenvolvimento sustentável e os novos paradigmas empregados nesse processo. Na abordagem aqui posta, deixam-se claros o planejamento e a avaliação crítica como elementos importantes para o direcionamento do desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos. Os conceitos e reflexões discutidos subsidiaram a formulação dos tópicos-guia das entrevistas e a análise dos dados.

### **4.1 Planejamento no turismo: contextualizando a análise**

No Brasil, considerando o estágio de visibilidade socioeconômica atribuído ao turismo como estratégia de desenvolvimento regional, pressupõe-se a análise do planejamento como ferramenta relevante na estruturação das políticas e diretrizes voltadas ao desenvolvimento sustentável. No estudo, debate-se o planejamento do turismo a partir dos contextos socioeconômico e político em que ele se insere e as materialidades dessa relação, levando-se em conta a reflexão crítica do processo como um mecanismo essencial para a formulação de medidas alinhadas com o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos.

Entende-se o viés crítico como um elemento fundamental para a avaliação das materialidades (forma e efetividade) do planejamento turístico, de sorte a evidenciar possíveis distanciamentos e disparidades entre as realidades factuais e as práticas discursivas verificadas na área do turismo. Nesse contexto, Aparna (2007) e César (2011) comentam que não apenas no Brasil, mas em âmbito mundial, a análise crítica das práticas e a avaliação do planejamento turístico, assim como o estudo dos modelos e projetos desenvolvidos nos destinos, ainda não recebem a devida atenção.

Assim, observa-se um grande volume de pesquisas relacionadas ao desenvolvimento econômico<sup>33</sup> do turismo, sendo a análise acerca do planejamento

---

<sup>33</sup> No turismo, a mensuração dos resultados, em termos de fluxo, consumo, geração de divisas, entre outros dados quantitativos, aparece com mais vigor, seus resultados utilizados como incontestáveis

como prática da importância da efetividade das diretrizes socioambientais<sup>34</sup> para a estruturação dos destinos e da análise da influência política no delineamento e tomada de decisão no processo de temas ainda pouco explorados. Destarte, há que se refletir sobre as materialidades do planejamento como instrumento político voltado a proporcionar o desenvolvimento efetivo do turismo e do ambiente onde ele se insere, e não apenas como documento que formaliza as intenções administrativas e políticas setoriais dos governos vigentes.

O planejamento é um elemento essencial para o sucesso do destino turístico (APARNA, 2007), sendo necessariamente elaborado levando-se em conta todos os fatores que o integram, incluindo a análise dos aspectos de causa e efeito da estrutura socioambiental das localidades (GUNN; VAR, 2002). Nessa direção, Hall (2004) comenta que o planejamento é um elemento crítico importante para garantir o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos. No contexto brasileiro, Araujo (2012, p. 17-19) avalia o planejamento como mais operacional do que setorial, cujas realidades indicam que “[...] o discurso e a prática do planejamento no Brasil são coisas diferentes, levando inclusive a caminhos opostos”.

Apesar do crescimento do turismo no Brasil, o planejamento da atividade e de suas políticas ainda é um desafio e demanda expressivos ajustes para alcançar a meta, que, de acordo com o Governo Federal, visa a posicionar o país como “[...] uma das três maiores economias turísticas do mundo, até 2022” (MTur, 2013, p. 31). No *ranking* de competitividade global do turismo, entre os 141 países analisados, o Brasil ocupa a 28ª posição em âmbito global e a 1ª em âmbito continental (América do Sul), sendo o escore “recurso natural” a maior nota do país (WEF, 2015).

No caso brasileiro, o planejamento turístico remete a uma trajetória histórica de intervenções e investimentos governamentais na tentativa de consolidar o turismo como política setorial estratégica voltada ao desenvolvimento regional. Assim, sistematicamente ao longo das últimas décadas, o Governo Federal tem desenvolvido uma série de políticas, planos e ações que objetivou organizar a atividade turística para a atração de divisas e que reforçou o desenvolvimento socioeconômico das regiões, principalmente em áreas consideradas “vocacionadas”

---

dados da eficácia da atividade, com os aspectos estruturadores e influenciadores e a relação de causa e efeito exercendo o papel de coadjuvantes na relação.

<sup>34</sup> Consideram-se as áreas citadas como abordagens importantes para o entendimento do planejamento turístico numa perspectiva qualitativa. O desenvolvimento de pesquisas nessa direção amplia o viés funcionalista-tecnicista das pesquisas no turismo, geralmente focadas nos dados econômicos ou nos impactos causados pela atividade.

para o turismo, sendo o potencial paisagístico da região um componente importante dessa relação.

Embora visitantes e integrantes do Sistema de Turismo (Sistur)<sup>35</sup> reconheçam a importância dos aspectos da sustentabilidade nas destinações turísticas, é da instância governamental a responsabilidade de formular um planejamento direcionado à sustentabilidade e à gestão adequada das políticas públicas que norteiam o turismo. Nesse contexto, destaca-se a relevância do debate atinente às responsabilidades administrativas institucionais e aos desafios vinculados ao desenvolvimento sustentável na área.

A análise da realidade local, aqui entendida como prática social<sup>36</sup>, na mesma medida que a reflexão do perfil e modelos de gestão regional do turismo, constitui-se como ferramenta de análise que direciona perspectivas voltadas ao desenvolvimento sustentável na área do turismo. Nessa defesa, Trigo (2012, p. XX) afirma:

Não se pode pensar estrategicamente qualquer tipo de planejamento sem que a realidade e o contexto que os envolvem sejam profundamente analisados e debatidos, estudados e submetidos à reflexão crítica que força o conhecimento mais sólido e compromissado.

Neste estudo, o planejamento é entendido e analisado como síntese política, ideológica e das diretrizes que se projetam para o turismo, principalmente na escala regional, com vistas a investigar suas engrenagens, redes de interesse e forças que atuam no delineamento da prática social. Dessa forma, a análise do planejamento não se restringe apenas aos trâmites normativos e operacionais do processo, mas enfatiza a importância de uma reflexão crítica sobre a estrutura subjacente às decisões e discursos, considerando que esse “[...] é um processo político-ideológico, que exprime anseios, objetivos e visões de mundo dos sujeitos sociais que o conduzem” (CRUZ, 2005, p. 39) e afetam diretamente as localidades, física e socialmente.

O perfil crítico na avaliação e análise do planejamento, embora seja ainda campo explorado por pesquisadores brasileiros, trata-se de elemento relevante no aprofundamento das reflexões e interpretações da realidade das práticas sociais do

---

<sup>35</sup> Tendo como referência a Teoria Geral dos Sistemas, Beni (2001) construiu o Sistur, que engloba a análise dos vários subsistemas que conjuntamente compõem a estrutura da atividade, são eles: os sistemas ecológico, social, econômico e cultural.

<sup>36</sup> Neste estudo, o termo “realidade” é considerado como sinônimo de prática social. Ou seja, formas habituais, situadas em tempo e espaço, em que as pessoas aplicam recursos (material ou simbólico) para interagirem. Desenvolver o estudo com atenção especial à prática social auxilia na reflexão mais abrangente do fenômeno turístico, já que a prática “[...] constitui um ponto de conexão entre as estruturas abstratas e seus mecanismos e eventos concretos”, ou seja, a sociedade com sua estrutura e o dia a dia das pessoas em suas atividades (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999, p. 21).

turismo, as quais normalmente se sustentam em acordos políticos e arranjos institucionais, garantindo sua produção e reprodução, por exemplo, em razão da construção de imagens do turismo como espetáculo<sup>37</sup> e da atividade como redenção para as defasagens verificadas no desenvolvimento regional.

Em resumo, o argumento exposto é o de que a análise do planejamento deva incluir reflexões sobre o sistema político e redes de relações que o formam, bem como o contexto e a maneira em que/segundo a qual ele é construído e reproduzido. A esse respeito, Attia (1999, p. 48) comenta que esses aspectos têm sido ignorados e afirma a importância de perceber “[...] a capacidade dos sistemas políticos para influenciar o seu ambiente diretamente”.

A investigação, nessa lógica, auxilia o entendimento do sistema demanda-decisão-resultado, no qual, dependendo de como seja gerado e influenciado, torna-se problemático, na medida em que as decisões políticas que levariam a um planejamento mais sustentável são suplantadas por interesses e acordos particulares. Por exemplo, o planejamento dos destinos turísticos brasileiros, nos âmbitos empresarial e governamental, está muito mais vinculado à adoção de medidas a tornar o destino mais competitivo e a alcançar as metas econômicas dos empresários e dos lobistas do que à preocupação com a factualidade do desenvolvimento sustentável.

Nessa reflexão, um ponto central é exatamente a análise da relação entre o distanciamento entre o discurso e a prática social (factualidade e discurso), como lembra Oliveira (2007, p. 43), quando afirma que no Ceará o planejamento apresenta-se como “[...] sistêmico, profissional e estruturalmente sustentável. Mas não passa de uma simulação retórica que, por unanimidade, afirma sua capacidade de gerar emprego e renda, sem jamais alertar como e para quem isso será mais vantajoso”.

No estudo, busca-se uma análise mais crítica do planejamento do turismo, através da metodologia e desenvolvimento das partes do trabalho que tangenciam a natureza do fenômeno e a realidade socioambiental, política e econômica, a fim de traçar um olhar direcionado aos processos ideológicos, éticos e democráticos no contexto das políticas públicas do turismo em âmbito regional. Assim, espera-se

---

<sup>37</sup> O termo “espetáculo” nesta tese refere-se à reflexão crítica de Debord (2003) em sua análise sobre a *Sociedade do espetáculo*. Para o autor, a imagem do espetáculo surge como maneira de convencimento de que tudo se justifica. Tudo é espetáculo e nada parece ser economia (ou política), uma espécie de mudança posicional que deu certo, pelo menos no convencimento ou justificativa de alguns aspectos.

aproximar-se de uma análise que auxilie o entendimento quanto às lacunas ou ao porquê das ênfases das políticas públicas do turismo sobre determinadas questões.

Nesse aspecto, o planejamento atua sistematicamente a garantir a estabilidade da dimensão socioambiental dos destinos turísticos. Essa questão tem recebido atenção especial da comunidade acadêmica e tornou-se questão fulcral de debate no direcionamento do desenvolvimento sustentável do turismo.

Para tanto, importa-se a avaliação dos aspectos do planejamento, assim como que perfil e estratégias serão traçados para o desenvolvimento de cada região. Na ausência de cenários sustentáveis ao desenvolvimento do turismo, principalmente em destinos com perfil do turismo de massa, a exemplo do Nordeste brasileiro, o crescimento rápido e sem planejamento poderá levar a eventuais perdas do nível de competitividade do destino, em decorrência dos danos sociais e ambientais causados por falhas no planejamento (INSKEEP, 1993).

#### **4.2 Planejamento turístico: natureza, política e sustentabilidade**

Os termos “planejamento e política” e “gestão do destino e ideologia”, respectivamente, interferem de maneira direta nos cenários social, econômico e ambiental dos destinos turísticos, assim como na produção e reprodução das práticas sociais. Mintzberg (2004) criticamente refere-se ao binômio planejamento e política como um jogo, ao analisar que a atividade política interfere no planejamento e que o planejamento é um exercício político e objetivo, afetado pela busca de interesse próprio por meio de confrontação e conflito.

Considera-se o planejamento um elemento central no debate das questões que delineiam as práticas locais dos destinos turísticos. Aqui, o tema será abordado a partir do próprio conceito de planejamento e das conexões com o turístico e com o planejamento turístico sustentável<sup>38</sup>, intercâmbios imprescindíveis para a organização e manutenção da atividade a longo prazo nos destinos turísticos.

---

<sup>38</sup> Como parâmetro de utilização dos termos (sustentabilidade, desenvolvimento sustentável e turismo sustentável) e tendo em vista a similaridade dos significados dos conceitos quando referidos, no trabalho, utiliza-se a diferenciação sugerida por Liu (2003): 1) Sustentabilidade – Refere-se ao estado que implica constantes condições de vida para as gerações atuais e futuras; 2) Desenvolvimento sustentável – Está associado ao processo de orientação a mudanças gerenciais que provocam e orientam processos de melhoria das condições para os envolvidos em tal desenvolvimento; e 3) Turismo sustentável – Define-se como todos os tipos de turismo (convencionais ou alternativos) que são compatíveis ou contribuem para o desenvolvimento sustentável.

No Ceará, a organização do turismo em termos administrativos e de planejamento representa ponto de análise histórica importante para o entendimento de como a atividade passa do *status* de “empírica” e pouco “eficiente” (IPECE, 1979) para o de uma atividade considerada como “estruturadora” e “estratégica” da economia regional, capaz de contribuir “para o aumento das oportunidades de trabalho e alternativas de geração de renda” (SEPLAN, 2000), área transversal de fortalecimento da imagem do estado e criação de infraestrutura (SEPLAN, 2003).

É exatamente no contexto de transição de gestões administrativas, desafios e concorrência que o turismo no Ceará desenvolve-se, cenário no qual governos e corporações montam suas ações e sofrem pressões para organizar a atividade, numa arena de disputa de prioridades entre os campos político, econômico, social e ambiental. Assim, um ponto de partida para entender o turismo e o planejamento atual do turismo no Ceará se faz pela reconstrução do tempo e espaço, com vistas a traçar as conexões que explicam as atuais estratégias, mecanismos, jogos políticos e sentidos incorporados e perpetuados como regras sociais, cristalizados nas práticas do turismo regional.

O planejamento funciona como uma ferramenta estratégica de organização socioespacial e construção de cenários, como também eixo onde se articulam redes de interesses e demandas de prioridades que nem sempre estendem seus benefícios de forma mais integral, o que vai de encontro à retórica política de que as diretrizes são traçadas com o “[...] fim último de redução das desigualdades espaciais e sociais” (IPECE, 2008, p. 7).

De um modo geral, o planejamento no turismo visa a otimizar a qualidade ambiental e o bem-estar humano (GETZ, 1986), assim ele se constitui de um plano de ação voltado para o futuro (GUNN; VAR, 2002) e elemento estruturante na política de desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos (MARUJO; CARVALHO, 2010). Nesse contexto, a elaboração do planejamento está diretamente atrelada a processos políticos (CRUZ, 2000, 2005), constituindo-se de uma vasta rede de programas e forças. Na concepção de Gunn e Var (2002), é exatamente a agregação desses elementos que deverá ser planejada.

Aparna (2007) defende que, para superar os problemas multifacetados do turismo, faz-se mister um planejamento compreensivo, de modo a maximizar os benefícios e minimizar os custos e desvantagens provocados pelo desenvolvimento da atividade. Para o autor, os planejadores e governos precisam, entre outras



coisas, considerar o limite de crescimento do destino, algo que, na maioria das vezes, tem sido negligenciado.

Seja na apologia ao crescimento econômico via turismo, seja no debate crítico quanto às externalidades geradas pelo avanço da atividade nos territórios, o planejamento é um tema importante como um elemento balizador das políticas e estratégias de organização das destinações objetivando a construção de cenários futuros. Nessa direção, o equilíbrio do binômio sociedade e meio ambiente tem centralizado os debates e exigências do planejamento no turismo.

O debate atinente ao planejamento, pautado no paradigma da sustentabilidade, amplia o viés economicista genericamente adotado nas arenas dos debates sobre o turismo e evidencia a imprescindibilidade de diretrizes multissetoriais e adoção efetiva da dimensão sustentável e de processos colaborativos na organização dos destinos.

Ruschmann (2008, p. 11) analisa as dificuldades de alcançar consensos a respeito do crescimento do turismo e do desenvolvimento planejado da atividade, “[...] principalmente porque o controle da atividade depende de critérios, dos valores subjetivos e de uma política ambiental e turística adequada que ainda não se encontrou no nosso país nem em outros países”.

Considera-se, para uma análise mais crítica do planejamento, investigar o que a autora cita como “valores subjetivos”, que se entende como os acordos firmados fora da arena pública, delineando a produção e reprodução do *modus operandi* do turismo. Nessa questão, a intenção é exatamente entender as relações sociopolíticas e as tomadas de decisão, cujas forças de comando, por interesses outros, acabam suplantando as decisões e perfis integrativos de planejamento que trariam sustentabilidade tanto para a atividade turística como para as comunidades locais.

A esse respeito, cita-se o volume de investimentos do governo nas escalas regional e local, especificamente no Ceará, em infraestrutura turística e urbana, área priorizada no macroprocesso de gestão estratégica do desenvolvimento regional com base no turismo, vislumbrando a geração de emprego e renda, marca retórica do discurso do governo, a qual o ator social reconhece, como destacado nos trechos da análise do PDITS e refutado nas falas dos entrevistados na sexta parte desta tese.

Numa concepção técnica, Mintzberg (2004) entende o planejamento como um procedimento formal para produzir um resultado articulado, na forma de um sistema integrado de decisões. No que tange ao turismo, Acerenza (2003) atribui

ao planejamento público um processo racional e indispensável na organização e ordenação dos recursos disponíveis para a obtenção do bem-estar e satisfação das necessidades do cidadão e progresso da coletividade. Já Barretto (1991) entende que o planejamento do turismo tem em comum duas ideias: a de complexidade e a de ação voltada para o futuro. A autora defende que “[...] um bom planejamento de turismo requer uma profunda pesquisa social, em que toda e qualquer tentativa de neutralidade seria um desrespeito para com os sujeitos que necessariamente fazem parte do processo” (BARRETTO, 1991, p. 12-13). Contudo, dificilmente o planejamento, quando avaliadas suas materialidades, direciona as ações ao bem-estar físico e social das localidades, parâmetros-base do planejamento turístico.

Fazenda, Silva e Costa (2008, p. 79) elencam o conjunto da articulação estratégica entre o ambiente e o ordenamento territorial e entre os recursos financeiros e a articulação intersetorial dos atores do turismo regional como elementos estratégicos para o desenvolvimento turístico regional. Já para Costa (2001), o novo panorama que emerge para o planejamento turístico sugere uma revisão do ponto de vista técnico e racional do processo, o qual enfatiza as particularidades e demandas locais, as forças que atuam no mercado, o financiamento dos projetos e a posição do destino no mercado mundial.

Na avaliação de Gunn e Var (2002, p. 3), o desenvolvimento do turismo tem sido executado por pessoas que focam o turismo em suas partes, e não em seu todo (sistema), por exemplo quando priorizam os aspectos econômicos em vez do amplo aspecto atribuído à sustentabilidade. Sobre isso, Cooper et al. (2008, p. 240) comentam que, nos locais em que o turismo se desenvolve de forma mais rápida, a exemplo do Nordeste brasileiro, mudanças na economia relacionadas à expansão da atividade têm criado uma nova estrutura de poder, a qual exerce apoio político estratégico para o direcionamento de suas demandas e prioridades.

O governo também representa um elemento-chave no planejamento e delineamento dos territórios turísticos, haja vista o poder político de intervenção e articulação que tem (PADIN, 2012). Com isso, cada região é influenciada pela construção sócio-histórica e redes de práticas locais, que determina a superestrutura político-ideológica e atua na tomada de decisão, priorizando ou tornando invisível, de determinadas questões em função de alianças políticas e empresariais de poder.

No turismo, apesar da retórica governamental de que o planejamento é participativo e elemento de integração regional, com poucas exceções, o que se verifica são posicionamentos hierárquicos e verticalizados, sendo a “participação” um ato apenas constitutivo das exigências políticas ou das agências financiadoras dos projetos turísticos, tendo como pena, caso não efetue essa “participação”, a recusa ou liberação dos recursos financeiros.

Assim, o planejamento, em termos de participação, é dissimulado, “passivo” e “funcional” (PRETTY, 1995), caracterizado apenas pela informação à comunidade do que já foi decidido sem deliberar sobre as reais demandas sociais, o que torna o evento essencialmente político-funcional, como ocorre nos fóruns de turismo. Essa realidade demanda estudos de avaliação nas escalas nacional, regional e local, com a intenção de verificar até que ponto os interesses dos atores sociais e da comunidade local são considerados no processo de tomada de decisão (ARAUJO, 2006).

Malgrado o contexto complexo, de exigências e de forças em que a atividade turística desenvolve-se, destaca-se o planejamento como uma ferramenta estratégica que, se usada efetivamente e amparada por paradigmas integrativos, representa um mecanismo importante para o desenvolvimento regional.

Para tanto, é preciso que haja a ponderação das demandas do sistema turístico, avaliações qualitativas do processo e inclusão de elementos integrativos e sustentáveis efetivamente, e não apenas como uma retórica a cumprir uma funcionalidade política. Contudo, uma avaliação com base na observação do turismo como prática denuncia o predomínio de interferências dos campos da política e economia, que se complementam e se articulam com vistas a garantir seus interesses, distanciando-se dos pretensos resultados contidos no planejamento.

#### **4.3 Planejamento, turismo e desenvolvimento sustentável: fundamentos, dimensões e novos paradigmas**

A atual plataforma sobre o desenvolvimento sustentável delineou-se com a reflexão político-econômica internacional concernente às ameaças surgidas da incompatibilidade da escala entre o crescimento econômico projetado e a possibilidade de esgotamento dos recursos necessários para o cumprimento das metas estabelecidas.

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, a ECO-92, no Rio de Janeiro, é uma referência nessa discussão e focou-se no debate sobre a esgotabilidade dos recursos naturais e as plataformas políticas voltadas ao desenvolvimento socioeconômico das nações. Como resultado das discussões e da complexidade do tema, formulou-se um conjunto de intenções e planos de ação, com destaque para a Agenda 21, cujo ponto central está na adoção de novos paradigmas para a elaboração de planejamentos mais holísticos/integrativos. É nesse contexto que os novos paradigmas do planejamento do turismo se inserem, na expectativa de tornar a atividade um vetor de desenvolvimento nos territórios.

No documento final da Rio+20, intitulado “O futuro que queremos”, ressaltou-se a importância do turismo como área temática e intersetorial que, se bem projetada e gerenciada, aportará uma significativa contribuição para as três dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental (UNITED NATIONS, 2012). Assim, a atual dimensão da sustentabilidade no turismo já não foca exclusivamente a mitigação dos impactos gerados pela atividade, mas o potencial em gerar recursos e proporcionar equidade e desenvolvimento local.

A sustentabilidade no turismo pauta-se pela gestão de diretrizes voltadas a minimizar os impactos negativos causados pela área, como também pela adoção de medidas que viabilizem o desenvolvimento da atividade a longo prazo (LIU, 2003). Entretanto, o direcionamento real de diretrizes que proporcionem a sustentabilidade é uma questão de decisão política e, na concepção de Bramwell e Lane (2011, p. 413), uma construção social que reflete “[...] interesses econômicos, as crenças éticas dos diferentes atores sociais, forças e vários *lobbies*”.

A condução do desenvolvimento sustentável no turismo é um processo complexo assentado no equilíbrio dos pilares da sustentabilidade e na colaboração e responsabilidade dos órgãos administrativos e da sociedade de um modo geral, a fim de proporcionar o bem-estar das áreas transformadas em territórios turísticos. Para a UNEP e WTO (2005, p. 2), a perspectiva da sustentabilidade requer a consideração das várias demandas dos grupos que lidam com o turismo, sejam os visitantes, mercado, meio ambiente ou comunidade local, todavia ressaltam as “incertezas sobre o escopo” para transformar isso em realidade. Desse modo, Amorim (2013, p. 39-40) avalia que:

Não existe um modelo de gestão ideal ou formatos a serem copiados [no processo de desenvolvimento sustentável]; na verdade, existe apenas um

conjunto de características que necessitam ser discutidas e implementadas consoante a cada realidade, devendo ser levados em consideração, no ambiente interno e externo, fatores ligados ao contexto econômico, social, ambiental, cultural e político. Dessa forma, poderão ser definidos modelos 'ideais' de gestão ajustados a cada realidade.

Embora o significado de sustentabilidade no turismo seja abrangente e controverso, a dimensão socioambiental encerra em grande medida o debate, sendo o ambiente, natural ou construído, um aspecto fundamental para o turismo. Aparna (2007) e Cooper et al. (2008) avaliam que um ponto central nessa questão reside na relação entre a escala de crescimento e os impactos socioambientais gerados nos destinos, sendo esse o ponto mais central acerca das externalidades<sup>39</sup> geradas pelo avanço do turismo nos territórios. Como exemplo, pode-se citar o conjunto de políticas e práticas adotado no turismo do Nordeste brasileiro, que foca o destino como produto, explorando o recurso natural como insumo para o desenvolvimento do turismo de sol e praia e as estruturas socioambientais criadas para atender ao mercado turístico.

Nesse processo, ressaltam-se ainda os impactos socioculturais, que, ainda que menos visíveis, causam mudanças e influências “[...] importantes na magnitude e na direção dos impactos sociais e devem ser levadas em conta” (COOPER et al., 2008, p. 240). Conforme essa realidade, o World Bank (2005, p. 2) defende que parte dos efeitos socioambientais negativos do turismo no Nordeste brasileiro está na “[...] falta de planejamento e de concepção do que seja o desenvolvimento turístico”.

No caso da região brasileira suscitada, alcançar a sustentabilidade e continuar pautando-se pela escala e perfil do turismo vigente é um contrassenso. Encontrar caminhos para a solução do paradoxo exige práticas efetivas de governança que impliquem organização e descentralização de poder e análise de estruturas e processos que considerem efetivamente as demandas socioambientais. Esse é um caminho, haja vista que, no debate sobre a sustentabilidade no turismo, ainda há divergência do que deva ser sustentado e sob quais parâmetros (McCOOL; MOISEY; NICKERSON, 2001). Cabe mencionar ainda a improvável postura por parte dos formuladores das políticas públicas do desenvolvimento da atividade

---

<sup>39</sup> “Externalidade” é definida como o impacto das ações da atividade turística sobre o meio ambiente e a sociedade, cujos efeitos podem ser positivos e/ou negativos, podendo ser expressos em termos de custos e/ou benefícios.

turística, pautada no “decrescimento”, “turismo estado estacionário” e “turismo lento” (BRAMWELL; LANE, 2011).

Essa realidade só será possível mediante um conjunto de políticas mais claras e comprometidas com o desenvolvimento sustentável e a gestão da atividade e destinos, destacando nesse processo “[...] o papel crítico do governo em criar contextos e estimular ações que assegurem um turismo mais sustentável no futuro” (UNEP; WTO, 2005, p. 7). A sustentabilidade, assim, remete a um planejamento integrador, alicerçado na governança e equilíbrio das dimensões do desenvolvimento sustentável e na efetivação das intenções propostas. Uma realidade que ainda é utópica, quando verificadas a forma e as prioridades das decisões concentradas nas mãos de grupos de poder, políticos e lobistas.

Embora sejam delineados planejamentos voltados ao turismo sustentável ou desenvolvimento sustentável no turismo, nos quais facilmente identificam-se marcas discursivas do turismo integrador, sustentável, participativo e politicamente correto em relação à sustentabilidade dos territórios turistificados, as práticas do turismo revelam relações contraditórias do avanço do turismo brasileiro e da gestão eficaz para se atingir os pressupostos do desenvolvimento sustentável (COSTA, 2010).

De acordo com as diretrizes voltadas ao planejamento turístico sustentável, a sustentabilidade é um termo complexo que reporta-se a um conjunto de diretrizes e avaliações provenientes do sistema turístico e às inter-relações com os sistemas locais dirigidos ao desenvolvimento em termos de custo e benefício e perspectiva de futuro.

Nessa questão, a maioria dos governos, agências de desenvolvimento, comércio, pesquisadores, instituições, ONGs e outros segmentos reconhecem a importância de pautar um desenvolvimento que gere benefícios para todos os interessados (UNEP; WTO, 2005), embora na prática a realidade da sustentabilidade não se efetive, ou efetive-se parcialmente, configurando-se apenas moldura dos planos administrativos dos governos e ponto estruturante da formação discursivo-ideológica de promoção da atividade.

Aspecto relevante nessa avaliação é a incorporação das opiniões e demandas dos mais variados atores da cadeia produtiva do turismo, com o objetivo de aproximar-se de consensos sobre as melhores práticas para avançar em equidade e desenvolvimento na área, debate que “[...] está cada vez mais na vanguarda da análise do turismo” (HALL; ALAN, 1998, p. 4). Porém, ao analisar a

realidade na sua prática e criticamente, o que se constata é o turismo falacioso, “[...] como no planejamento do turismo no Nordeste do Brasil, que não incluiu esforços para fortalecer ou estabelecer benefícios aos subgrupos desfavorecidos” (SIEGEL; ALWANG, 2005, p. 2).

Nessa direção, Jamal e Getz (1995) defendem que o desenvolvimento sustentável no turismo requer uma efetiva ação conjunta maior do que a praticada até hoje, diretriz recomendada pela Organização Mundial de Turismo (2013, p. 20), a qual assevera: “Um requisito fundamental para o turismo sustentável está no trabalho conjunto dos vários agentes da cadeia produtiva do turismo em trabalhar conjuntamente no planejamento e gestão da atividade e na implementação dos projetos e atividades”.

Assim, evidencia-se o reconhecimento da necessidade dos parâmetros da sustentabilidade no planejamento turístico, da mesma forma que a centralidade dos governos no processo de definição de políticas claramente estabelecidas e na implementação de uma estrutura de governança voltada aos interesses comuns (UNWTO, 2013a).

Em destinos turísticos emergentes, como o Brasil, é comum o foco da administração pautar-se pelo crescimento econômico, sendo aspectos como o encorajamento do envolvimento e a participação pública no planejamento e compartilhamento de poder nas decisões elementos coadjuvantes no processo (APARNA, 2007). Assim, a administração e planejamento do turismo brasileiro, salvo as localidades que desenvolvem o turismo de base local, são desenvolvidos de forma verticalizada, os quais não incorporam o fluxo de demandas e o conhecimento local (ALBAGLI; MACIEL, 2004), o que gera conflito e, às vezes, o não reconhecimento, por parte da população, das decisões tomadas.

A interferência da política na estruturação do arcabouço sustentável no turismo é evidente. Assim, além da formulação de planos integrativos e efetividade das ações, é importante a avaliação política e administrativa pertinente às decisões tomadas para se alcançar o planejamento sustentável no turismo, direcionamento possível através da adoção das políticas de governança dirigidas aos interesses comuns e compartilhamento de poder, sendo esse posicionamento considerado “[...] o pilar central no qual todos os outros devem se referir” (UNWTO, 2013, p. 43).

Nessa direção, defende-se a importância das análises a respeito das interferências política e econômica que atuam como forças no delineamento e

execução do planejamento turístico, de sorte a criar contra-argumentos e posturas emancipatórias frente as ideias construídas de que o planejamento turístico tem conseguido atingir os objetivos do desenvolvimento sustentável, que, entre outras questões, estabelece-se mediante: 1) Utilização adequada dos recursos naturais; 2) Respeito e aceitação dos valores socioculturais tradicionais; e 3) Benefícios socioeconômicos proporcionados pelo turismo a longo prazo e de forma integral, que no Brasil espera-se contribuir para a redução da pobreza em âmbito regional.

No entanto, no contexto brasileiro, a avaliação do planejamento sustentável do turismo configura-se em intenções que não se efetivam em materialidades, revelando a necessidade de novos paradigmas que direcionem essa realidade, como discutido no próximo tópico.

#### **4.3.1 Novos paradigmas do planejamento sustentável no turismo**

O conceito de sustentabilidade, na perspectiva do desenvolvimento do turismo regional, é um tema central e demanda ação conjunta das comunidades e administradores para o debate e adoção de novos paradigmas de gestão, comportamento e governança que trabalhem formas qualitativas de transformação para o turismo. Assim, na exposição do tópico abordam-se alguns dos paradigmas mais citados nos estudos dedicados ao direcionamento do turismo sustentável.

A condução desse processo delinea-se apoiada em teorias como as dos *stakeholders* e modelos de governança, posturas destacadas e debatidas tanto em organismos internacionais (OECD, 2012; WTO, 2013; UNEP; WTO, 2005) como na academia (BRAMWELL; LANE, 2011; CURRIE; SEATON; WESLEY, 2009; SAUTTER; LEISEN, 1999). Acrescenta-se a esse panorama de novos direcionamentos do turismo a dimensão crítica, a qual se considera uma ferramenta “prática” de posicionamento, ação e mudança social no âmbito do turismo.

Assim, o processo de planejamento assentado em novos cenários envolve, sobretudo, decisão política e inclusão de parâmetros integrativos voltados para o futuro e bem-estar da atividade e das localidades onde ela se estende. Paradigmas que surgem a partir dos debates políticos e ambientais pertinentes à necessidade de inclusão de políticas participativas e compartilhamento de poder, uma racionalidade desafiadora no contexto do turismo regional do Ceará, onde as decisões permanecem sendo tomadas por grupos de poderes, retroalimentando os destinos já constituídos.



No planejamento turístico, muitos dos planos e estratégias pertinentes à sustentabilidade, constituídos institucionalmente, cumprem as diretrizes organizativas e de formalização, mas falham como prática. Nesse sentido, Pritchard, Morgan e Ateljevic (2011, p. 958) avaliam a necessidade de incorporação de mecanismos filosóficos e intelectuais a fim de traçar novas matrizes de análise do turismo no que diz respeito à avaliação mais profunda de seu contexto, estruturas e relações, segundo as quais a reflexão crítica pode direcionar possibilidades “transformadoras” e “emancipatórias”. Nesse panorama, espera-se uma adoção de postura dos sujeitos que lancem interpretações e avaliações em face dos dispositivos ideológicos e de sujeição, delineando criticamente questionamentos relativos às práticas das quais fazem parte.

Assim, a análise pauta-se em matrizes reflexivas, multidisciplinares e relacionais atinentes ao turismo e a seu contexto, e não apenas ao foco de análise econômica e aos impactos gerados pela atividade. Na concepção de Araujo (2008, p. 95), no que concerne ao avanço do desenvolvimento sustentável, o “[...] exercício da interdisciplinaridade é parte constituinte do atual processo coletivo de construção de um novo paradigma de planejamento e de desenvolvimento com base no turismo”.

Dentre os novos paradigmas voltados à construção do planejamento e gestão sustentável do turismo, destacam-se: 1) As políticas colaborativas e a participação do ator social (*stakeholders*); 2) As políticas de governança; 3) A competitividade dos destinos; e 4) A reflexão crítica e o posicionamento acerca de problemas observados.

#### 4.3.1.1 As políticas colaborativas e a participação do ator social (*stakeholders*)

A colaboração entre os atores-chave (*stakeholders*) é um ingrediente fundamental para o desenvolvimento de um modelo de turismo sustentável (SAUTTER; LEISEN, 1999). Assim, na literatura atual sobre turismo sustentável é cada vez mais atual a ideia da necessidade de colaboração nos processos decisórios pelos agentes componentes do sistema turístico (ARAUJO, 2008; BRUGHA; VARVASOVSKY, 2000; SHEEHAN; RITCHIE, 2005; VIEIRA; COSTA; CINTRA, 2012).

A lógica é elaborar o planejamento e o alcance de metas com base no compartilhamento das demandas e interesses de todos os envolvidos, objetivando o

melhor encaminhamento e a fluidez dos resultados. Nessa direção, Currie, Seaton e Wesley (2009, p. 59) analisam que “[...] a combinação do planejamento estratégico e a teoria dos *stakeholders* é uma possível solução aos desafios de implementação dos ideais do desenvolvimento sustentável no turismo”.

Ao considerar as posições e interesses (insatisfação ou visão diferente do que está estabelecido) dos atores-chaves (*stakeholders*) em relação às organizações que participam e ao compartilharem as opiniões com os demais interessados, existe a possibilidade de desenvolvimento de um diálogo mais coerente e democrático entre os componentes dos grupos, o que favorece a transparência política e auxilia o engajamento e participação dos envolvidos, facilitando a obtenção de resultados.

Isso acontece com as comunidades que desenvolvem o turismo de base local, como a Prainha do Canto Verde, no município de Beberibe, litoral leste do Ceará. Nessa comunidade, embora haja um gerenciamento central do negócio, a comunidade participa efetivamente das decisões, discute e opina quanto às diretrizes e tomadas de decisão que afetarão toda a comunidade.

Assim, para Jamal e Getz (1995), a natureza do turismo, como uma atividade pública e social, indica claramente a necessidade de adoção por parte do governo de políticas colaborativas de planejamento. Para os autores, a legitimidade da participação das partes interessadas é crucial no planejamento, malgrado essa participação seja dificultada “[...] pela existência de diversas organizações e outros grupos que muitas vezes possuem diferentes pontos de vista e outros interesses” (JAMAL; GETZ, 1995, p. 191). Nesse sentido, Ap (1992) defende a importância de se considerar a percepção de todos os residentes em relação às políticas de planejamento e de desenvolvimento, assim como na operacionalização dos programas existentes e nos programas que serão implantados.

A abordagem de sistematização dos processos gerenciais, pautados no compartilhamento na tomada de decisão e satisfação dos atores envolvidos, é fruto de um estudo elaborado por Freeman (1984). Na definição do autor, *stakeholder* “[...] é qualquer indivíduo ou grupo que afeta ou é afetado pelos objetivos traçados pela organização” (FREEMAN, 1984, p. 46). O raciocínio é inovador sob o ponto de vista da inclusão social, haja vista que se contrapõe ao modelo geralmente adotado de priorização dos interesses daqueles que detêm o poder.

Desse modo, ampliam-se os benefícios da participação na tomada de decisão, favorecendo a incorporação dos múltiplos interesses dos grupos

envolvidos, o que melhora a “[...] coordenação do planejamento turístico, especialmente nas escalas local e regional”, medida importante “[...] para a construção de um modelo ou estilo de desenvolvimento turístico mais alinhado aos objetivos das políticas oficiais a ele associados” (ARAUJO, 2012, p. 384; 391).

Na concepção de Brugha e Varvasovszky (2000), a análise dos *stakeholders* e de seus interesses e visões pode ser usada como uma tecnologia para gerar conhecimento, de modo a compreender os comportamentos, intenções, inter-relações, agendas e interesses do processo que se deseja desenvolver. Essa atitude favorece a incorporação de recursos (conhecimento) que eles trazem (empíria) ou podem trazer aos processos e tomada de decisão.

#### 4.3.1.2 As políticas de governança

Outro aspecto relacionado às políticas colaborativas, reconhecidamente indicativo dos paradigmas pertinentes ao desenvolvimento sustentável, versa sobre a horizontalização das decisões através da adoção de políticas de governança. O conceito foca a aprendizagem e compartilhamento de conhecimento e aspirações via contato social, em que os atores trabalham conjunta e horizontalmente na coconstrução de panoramas e planos de ação voltados ao desenvolvimento local. Assim, o conceito encerra processos relacionais com base na coletividade, compartilhamento de poder e ações públicas centradas na socialização e desenvolvimento.

A estrutura de governança inclui ministérios e instituições, assim como estruturas e mecanismos que fazem parte do setor público, privado e terceiro setor, incluindo a comunidade local em diferentes níveis. No turismo, é importante que essa estrutura seja implantada sobretudo em âmbito local, dado que é nesse nível que a estrutura e os serviços do turismo são desenvolvidos, em que as externalidades são mais percebidas (UNWTO, 2013).

Para Bramwell e Lane (2011, p. 411), o emprego do conceito de governança ao desenvolvimento sustentável no turismo é fundamental, pois ajuda a “[...] melhorar os processos democráticos, orienta e oferece os meios para propiciar progressos práticos”. Consoante os autores, governança envolve “mobilização de ação social para a produção de ordem social”. Do ponto de vista da organização territorial, com vistas ao desenvolvimento via políticas de governança, Dallabrida (2007) refere-se ao envolvimento e organização da sociedade, em todos os seus

segmentos, para gestão de assuntos públicos em todas as dimensões do desenvolvimento, uma referência que se adéqua ao panorama do planejamento sustentável.

No estudo, a relação com o conceito de governança reside na investigação das práticas do sistema administrativo em relação ao bem-estar social dos mais variados integrantes do sistema turístico, objetivando o desenvolvimento da atividade e destinos em bases sustentáveis, panorama que não se configura como realidade no contexto do turismo regional do Ceará, sendo uma realidade distante das proposições do Governo Federal a criação de condições e respostas às demandas da sociedade, considerando nesse processo a efetiva participação social e consideração de seus interesses num modelo de gestão descentralizado (MTur, 2013).

Uma reflexão a esse respeito pode ser exemplificada a partir dos investimentos dirigidos aos destinos consolidados no litoral cearense, em que segmentos como o turismo de base local não recebem a mesma atenção e recursos para o desenvolvimento e manutenção dos projetos. Essas escolhas, orquestradas por grupos de influência, não contemplam relações de cooperação, restringem a oferta turística e causam disparidades financeiras, limitando as oportunidades geradas pelo turismo. Essa é uma realidade contraditória, quando espelhada com as propostas políticas e de ação do Governo Federal para efetivar o desenvolvimento regional por intermédio do turismo e incremento da competitividade dos destinos através da política de compartilhamento de decisões e interiorização da atividade.

#### 4.3.1.3 A competitividade dos destinos

A relação da competitividade do destino e do desenvolvimento reside na perspectiva de que a organização e estruturação do destino não se estabelecem exclusivamente pelos incrementos financeiros e empresariais da atividade nos municípios, mas também com base em aspectos socioambientais, por exemplo. Assim, ao projetar um destino competitivo, a perspectiva do desenvolvimento sustentável traça planejamentos e considera competitividade, numa relação transversal que inclui o desenvolvimento local e o posicionamento do destino segundo a qualidade dos seus sistemas.

Para Risteski, Kocevski e Arnaudov (2012), o conceito de competitividade das destinações turísticas precisa considerar os aspectos que influenciem a

atividade a longo prazo, principalmente o planejamento e a gestão, que, quando inadequados, poderão reduzir o grau de competitividade do destino. Amorim (2013) destaca que o destino pode ter vantagens comparativas, todavia as vantagens competitivas, como “inovação” e “qualidade”, são elementos mais preponderantes para o sucesso do mercado e o desenvolvimento da atividade. Nesse sentido, Baptista (2003) lembra da associação do conceito de competitividade e de turismo sustentável, na medida em que a saturação de um destino, por problemas ambientais, por exemplo, pode significar uma ameaça para esse destino.

No raciocínio de políticas e possibilidades que favoreçam a competitividade do destino, levando-se em conta organização e melhorias dos territórios, Oliveira (2008, p. 21) fala de um “processo de inversão estratégica de prioridades”, medida que tem na efetividade do desenvolvimento local uma forma de estimular a “dinâmica cultural e econômica do turismo”, pautada na “valorização dos espaços não turísticos” e “políticas inter-regionais ascendentes” (do local para o nacional, e não o contrário).

Sob esse viés, o autor defende centralizar recursos e investimentos nas mais variadas localidades, incluindo as cidades fora do circuito turístico estabelecido, como forma de criar diferenciais para essas localidades e proporcionar um processo de interiorização da atividade. Uma lógica de pensamento contundente, quando espelhada com as políticas setoriais do turismo vigente, como analisa Oliveira (2007, p. 43), quando postula que as comunidades fora do circuito escolhido, posicionadas no interior ou mais distantes das áreas metropolitanas, “[...] em nenhum momento são promovidas à condição de ‘público-alvo’ para a atividade turística”.

A qualidade dos destinos (parâmetros do desenvolvimento sustentável), visando a torná-los competitivos como territórios turísticos, é tema relevante na agenda política e administrativa do turismo mundial. O perfil qualitativo-competitivo é uma estratégia para destacar o potencial de atratividade e desenvolvimento das localidades turísticas em uma perspectiva dinâmica da sustentabilidade, como tem ocorrido com a criação dos destinos indutores no Brasil (BARBOSA, 2012).

Na perspectiva brasileira, iniciativa de categorização do perfil de competitividade dos destinos também seria uma forma de avaliar as deficiências dos destinos e trabalhá-las em políticas específicas. Contudo, a ideia de desenvolvimento transversal, por meio da busca pelo melhoramento da competitividade dos destinos no Brasil, não se efetiva, procurando, sobretudo, retroalimentar os destinos já constituídos para que a estrutura institucional

proporcionada gere mais rentabilidade, sendo questões como o desenvolvimento socioambiental dos destinos apenas peças retóricas, não estimulando o real desenvolvimento integral do estado mediante o turismo. Assim, a implementação de medidas de competitividade nos destinos não cumpre a função de proporcionar o desenvolvimento sustentável e equilíbrio de desigualdade entre as regiões.

Embora os planos de desenvolvimento do turismo tenham metas ousadas de crescimento, quando analisados outros parâmetros de competitividade, evidencia-se a atenção da administração pública do turismo na implantação de infraestrutura, equipamentos e serviços. Dessa forma, o planejamento do turismo brasileiro tem sido marcado pelas diretrizes que visam ao desenvolvimento econômico e à criação de infraestrutura, o que evidencia o desalinho com as diretrizes dos planos e metas do governo para o turismo em relação às políticas de governança e adoção de medidas dirigidas ao desenvolvimento sustentável, como citado no Plano Nacional de Turismo (MTur, 2013).

#### 4.3.1.4 A reflexão crítica e o posicionamento acerca de problemas observados

Somada aos aspectos citados, a reflexão crítica é defendida como uma ferramenta imprescindível para se alcançar a sustentabilidade no turismo. Essa posição parte da interpretação de que, embora o planejamento turístico discuta e incorpore, pelo menos nas intenções de ações, aspectos sustentáveis nos planos, na prática não há materialidades substanciais das ações políticas que priorizem os aspectos do desenvolvimento sustentável como meta.

Assim, considera-se o viés crítico na análise do turismo como um mecanismo prático de ação no direcionamento da sustentabilidade da atividade. O emprego da reflexão crítica auxilia a construção de panoramas para além da visão institucionalizada das decisões políticas e hierárquicas, construindo possibilidades de avaliação das materialidades dos aspectos do desenvolvimento sustentável como prática e debate de posicionamentos e cenários fora da estrutura político-administrativa e falaciosa de que o turismo e a máquina administrativa têm cumprido as metas de desenvolvimento das localidades.

Nessa direção, a análise crítica que se busca do turismo é qualitativa (APARNA, 2007; BRAMWELL; LANE, 2011; HALL, 2003). Pautado no contexto observado da realidade construída nas relações sociais, esse viés é considerado

como uma forma de proporcionar o apoderamento social, via conhecimento, de ação ante o debate e as proposições emergentes de cenários sustentáveis para o desenvolvimento da própria atividade e localidades.

Sendo assim, a análise crítica proposta, com base no contexto da ADC e das práticas sociais, é necessariamente de natureza interdisciplinar, posto que a complexidade da análise, considerando a multiplicidade dos sistemas sociais envolvidos, ao mesmo tempo que é um desafio, abre também possibilidades de aderência a uma “nova agenda” do conhecimento, a partir de novos olhares e novas formas de integração do conhecimento (MAGALHÃES, 2011).

Defende-se que, conforme a elaboração dessa visão crítica, proporcionada pela construção cognitiva clara do sistema, criar-se-á o ambiente proativo e reflexivo que fornece ferramenta para uma avaliação dos aspectos do desenvolvimento sustentável dos programas governamentais. Assim, a análise do planejamento do governo não está só na verificação da adequação do mesmo com os aspectos referentes à sustentabilidade, mas, de forma imprescindível, no acompanhamento e avaliação crítica acerca das práticas e de sua efetividade. A reflexão alinha-se ao que Panosso, Noguero e Jäger (2011) avaliam como um posicionamento crítico coerente e como uma forma de se desenvolver uma autonomia reflexiva, posições ainda pouco verificadas nos atores sociais da extensa cadeia produtiva do turismo.

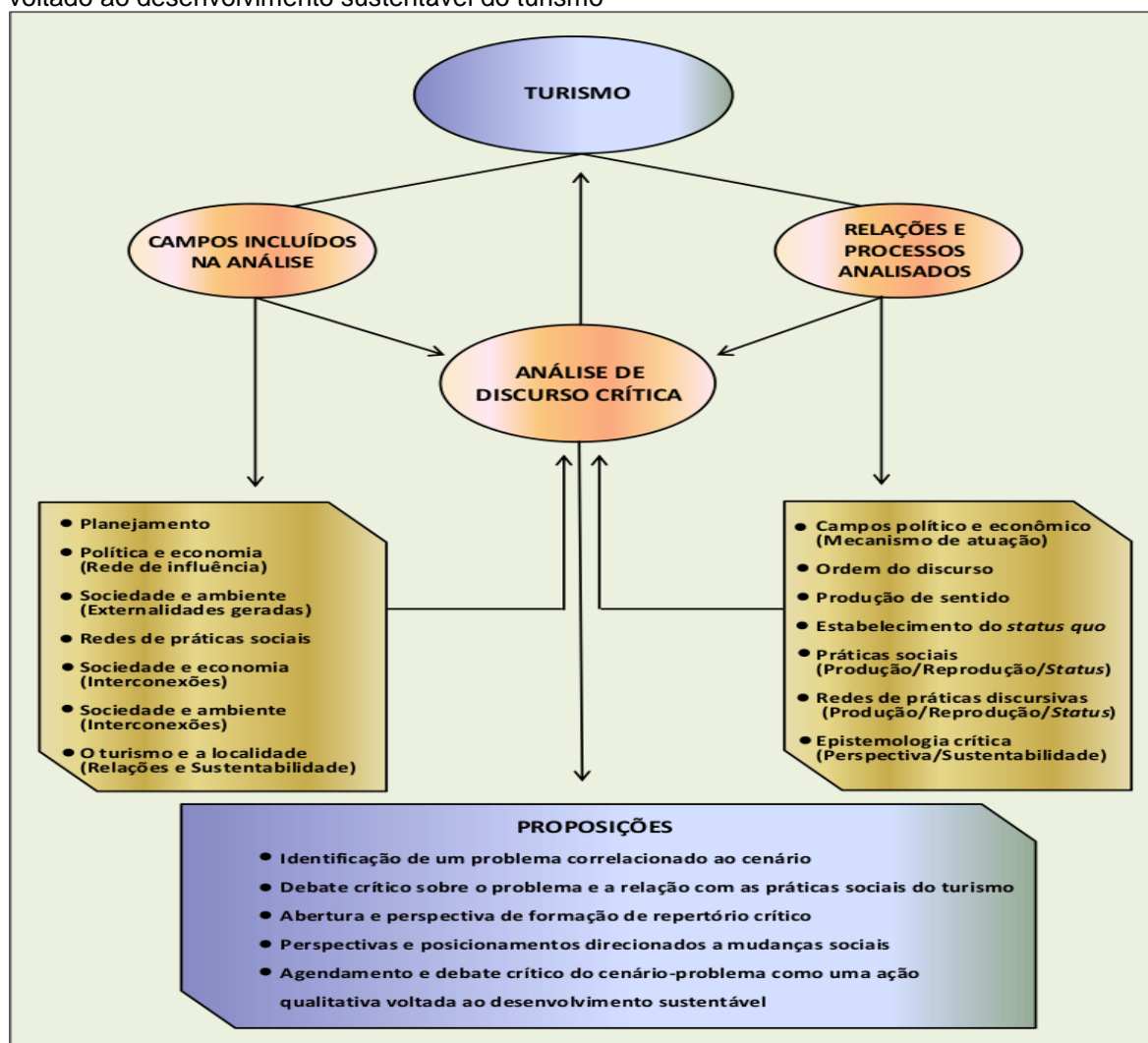
Assim, a seguir apresenta-se e comenta-se sucintamente um raciocínio elaborado pelo autor direcionado à construção de posicionamentos críticos no turismo (figura 3). A construção do raciocínio apoia-se no referencial teórico e nos temas debatidos no estudo.

O raciocínio elaborado parte do turismo como campo de pesquisa. A partir daí, elencam-se os campos a serem incluídos na análise do fenômeno. As escolhas foram: planejamento, política e economia, sociedade e ambiente, redes de práticas, etc., sempre tendo como referência suas interconexões e complexibilidades de relações. Na análise, também se observam o modo de operação e as formas com que esses campos interactivam em suas relações, incluindo também como e quais epistemologias e campos metodológicos serão utilizados na investigação crítica. Todas as referências centram-se na análise do discurso como ferramenta transdisciplinar de investigação do contexto observado e suas práticas. O resultado de todas essas relações e análises será apresentado como proposições de debates, criação de repertório e posicionamentos em face dos problemas destacados.

Araujo (2008, p. 95) explica que o desenvolvimento do turismo mediante o paradigma da sustentabilidade “[...] sinaliza para a necessidade de se buscar desenvolver abordagens e métodos que possam contribuir para a construção do DS [desenvolvimento sustentável] na práxis diária do planejamento e gestão do turismo”. No entanto, nesse processo, ser crítico e criar apoderamento através do conhecimento não garante a ação:

Por outro lado, a existência de um ambiente ou de um espaço público propício à interação e à difusão de informações e conhecimentos não implica automaticamente sua plena incorporação pelo conjunto dos agentes que ali se situam. É preciso examinar a capacidade e a competência interna de cada indivíduo e organização interagir e capitalizar os benefícios dessa interação, ou seja, sua capacidade de viabilizar a interlocução com outros indivíduos e organizações e de aprender com essa interlocução. (ALBAGLI; MACIEL, 2004, p. 13).

Figura 3 – Raciocínio à construção de posicionamentos críticos no turismo com base na ADC voltado ao desenvolvimento sustentável do turismo



Fonte: Elaboração própria (2016).



Os atores sociais, administrativos e de gestão do sistema turístico devem convergir em busca desse caminho e posicionarem-se a favor dessa realidade, visto que não é a formalização dos conceitos que inserirá o destino no panorama da sustentabilidade, mas a eficiente aplicação dos conceitos na prática social. Assim, a reflexão crítica é uma forma de direcionar posturas de governança e de sustentabilidade no turismo, entretanto ainda é um desafio, no sentido de recontextualizar “[...] ideais estabelecidos no setor; e, assim, buscam fazer avançar o pensamento conceitual” (BRAMWELL; LANE, 2011, p. 414).

#### **4.4 Planejamento turístico, materialidades e crítica**

A complexidade dos arranjos institucionais necessários ao desenvolvimento da atividade turística, assim como as inter-relações, especificidades e demandas dos componentes do sistema, representa um desafio de gestão para a eficácia dos planos voltados ao desenvolvimento sustentável.

Dessa forma, uma das questões centrais do planejamento turístico é formular medidas que equilibrem os interesses dos grupos que compõem o sistema, como também torná-las diretrizes aplicáveis em função do desenvolvimento das localidades e da própria atividade. Essa lógica reforça a indicação da avaliação crítica relativa às responsabilidades dos governos em termos de planejamento, destacando a gestão das políticas de sustentabilidade no turismo.

Hall (2003) defende que o estudo da política e arranjos de poder é vital na análise das dimensões políticas do turismo em âmbito local, tendo em vista que a organização política trabalha a favor de algumas questões, ao mesmo tempo que suprime outras. Para o autor, aqueles que têm posição de destaque no desenvolvimento do turismo podem em diversas situações se colocarem em uma posição preferencial na defesa e promoção dos seus interesses, por intermédio das estruturas e instituições pelas quais as comunidades são organizadas.

Já Cooper et al. (2008), por seu turno, lembram que o turismo pode estimular ou inibir o desenvolvimento, dependendo de quem tem a prioridade e de como orientam-se as decisões e diretrizes na atividade. O turismo constrói-se baseado em decisões políticas, o que evidencia o privilégio das instâncias administrativas e governos na interposição entre as instituições financeiras e grupos de decisões, por exemplo, e os sistemas turísticos. O cenário, no âmbito de acordos

mútuos entre políticos e grupos de poder, acaba favorecendo acordos fora da arena pública e promovendo a parcialidade na tomada de decisões, muitas vezes garantindo interesses particulares em troca de alocação de recursos e apoio político em detrimento do planejamento integrador e sustentável.

Entre os elementos observáveis nesse contexto, ressalta-se a avaliação crítica da materialidade do planejamento, ou seja, o documento que o referencia – plano. Considerando em termos de análise, este representa uma síntese política das diretrizes programadas, de onde se poderá abstrair questões qualitativas de análise, por exemplo, quando o Governo Federal, no enunciado que trata das políticas públicas do turismo, defende que:

[...] o desenvolvimento do turismo não atingirá seu ponto de excelência caso seja deixado inteiramente nas mãos do setor público ou do privado, já que o primeiro, teoricamente, voltará seus objetivos para maximizar os benefícios sociais, e o segundo, para os lucros. (BARBOSA, 2012, p. 66).

E a realidade evidencia outra lógica, situada em acordos entre governo e grupos de poder, os quais trabalham de forma associativa para a geração de lucros, cujas materialidades dos pressupostos do desenvolvimento sustentável revelam-se apenas em eventos discursivos político-burocráticos e ideológicos. Em complementação à análise, salienta-se ainda a importância da verificação *in situ* do desenvolvimento das diretrizes programadas espelhadas pela prática social.

Das reflexões propostas, busca-se investigar possíveis elementos emergentes que alertem, melhorem ou encaminhem diretrizes à sistematização mais integrativa e sustentável no planejamento turístico regional, haja vista que o contexto atual do turismo volta-se ao emprego de práticas de governança que efetive mudanças nos negócios e política ambiental, assim como trabalhe a evolução das competências administrativas dos governos em relação à atividade (OECD, 2012).

#### **4.4.1 Análise documental: o “Plano” como síntese política e ideológica do planejamento**

O planejamento tem como primeiro passo estabelecer claramente os objetivos a serem alcançados através das políticas públicas (DIAS, 2008). No Ceará, a orquestração e divulgação desses objetivos são elementos políticos estratégicos nos discursos pré-eleitorais, a exemplo das últimas campanhas para o governo do

estado, cujos candidatos focaram suas plataformas eleitorais em distintas políticas setoriais, tais como o turismo, a indústria, o agronegócio e a segurança pública.

Na pesquisa, o plano (documento formal) é visto como síntese do planejamento e constitui importante fonte de análise das diretrizes projetadas para as localidades, atividade e sociedade. Para além da leitura do texto com vistas à avaliação do conteúdo, a reflexão crítica dos enunciados nele contidos poderá revelar relevantes elementos qualitativos de análise, como as ideologias, as forças que atuam no delineamento do mesmo e a relação, com base na observação da prática social, da correlação entre a formulação das diretrizes e a materialidade das mesmas.

Assim, o que se busca na análise crítica do planejamento como elemento prático é acentuar uma possível relação dissonante do discurso político que se diz efetivo e as possíveis disparidades que possam ser constatadas quando se investiga essa efetividade. É sistematizar em debate o que o cotidiano já revela.

Se planejamento é tomada de decisão e gerenciamento (MINTZBERG, 2004), a análise do plano como síntese do planejamento considera-se como um meio de se apreender as intenções e sentidos programados, entendendo que existem razões e objetivos estratégicos, nem sempre postos em superfície, da defesa, refutação ou invisibilidade de ideias na formulação dos planos, na tomada de decisão.

Desse modo, um dos postos-chave da investigação que se propõe é o de dissecar os sentidos construídos e os porquês das posições defendidas nos planos apresentados. Assim, ao discutir o cerne das decisões, busca-se aproximar-se da essência das decisões, cuja análise se faz associando-se ao contexto, relação fundamental para uma melhor interpretação do objeto.

A análise do plano, o qual se entende como uma declaração de intenções formais da filosofia da administração vigente, torna-se, assim, um elemento fundamental de reflexão quando se deseja entender texto e seu contexto, intenções e práticas. Refletir, por exemplo, como se articula e delibera-se o controle do processo decisório, mais especificamente se as medidas adotadas no planejamento configuram-se em um conjunto de decisões hierárquicas ou em ações participativas, em medidas a proteger interesses particulares ou voltadas à dimensão integrativa e de compartilhamento de benefícios, em resumo, é adotar postura emancipatória.

Sendo assim, a interpretação reflexiva crítica busca captar o que subjaz na formulação das diretrizes, mediante exercício da interpretação, as quais se

fundamentam com o apoio também na interpretação do contexto sócio-histórico e na produção discursiva (THOMPSON, 1995). Mintzberg (2004, p. 27) assevera que as características estruturais e fundantes do planejamento, a interpretação das coisas e a racionalidade formal estão enraizadas em análise, e não em síntese, e é exatamente nela que está focado o interesse do estudo que se propõe.

Nessa direção, escolheu-se um dos elementos do *corpus* de análise da pesquisa – o documento de planejamento intitulado PDITS – 2013. Na análise, sempre tendo o contexto do desenvolvimento do turismo local e a experiência do autor como profissional de turismo, buscou-se captar elementos da relação entre as diretrizes do plano e os aspectos reais e falaciosos do desenvolvimento sustentável. Nessa dinâmica, intentou-se trazer ao debate a forma com que aparecem e são tratadas, por exemplo, a organização do território, a equidade social e a governança, entre outras questões direcionadas ao desenvolvimento sustentável no turismo, como na reflexão de Araujo (2009, p. 29), que postula que um plano ou um projeto de desenvolvimento turístico “[...] tem o potencial de alterar profundamente os territórios alvo dessas políticas, pois um território é o resultado, em última instância, das relações de poder que lhe confere organização interna”.

Analisar o planejamento em sua síntese – o plano, buscando entender sua essência, interconexão dos elementos, polissemia e discursos – considera-se como ponto importante para evidenciar algumas questões e a lógica de algumas delas. É a tentativa do autor, profissional e acadêmico, em combinar na investigação teoria e prática, epistemologia e empiria. Assim, a análise do planejamento, no sentido último, faz-se pelo esforço do autor de apreender e aprender, através da investigação crítica, proposta diferente de uma simples leitura.

A discussão apresentada aqui demonstrou que, em termos de conceito, política e sustentabilidade, o planejamento no turismo é um ponto essencial na elaboração de um cenário sustentável para a atividade. Contudo, para além da incorporação dos parâmetros abordados nos documentos de planejamento, é preciso uma política centrada na efetivação desses parâmetros, os quais, por meio de reflexão, posicionamentos críticos e efetiva participação da sociedade no debate e tomadas de decisão, direcionam um processo capaz de propor cenários mais sustentáveis para o desenvolvimento da atividade turística.

## **5 POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL (CEARÁ)**

Nesta parte do trabalho, abordam-se o turismo no contexto brasileiro, a partir do relato de como a atividade desenvolve-se no cenário nacional, e a relação com as políticas públicas do governo, destacando a intenção em posicionar a atividade no plano de desenvolvimento dos estados e municípios e as diretrizes que visam a esse processo. Também se faz um recorte histórico do desenvolvimento da atividade no Ceará e da transversalidade das políticas federais no delineamento do turismo em âmbito regional. Contempla-se a inter-relação da política com o turismo, especialmente no que se refere à tomada de decisão e às escolhas que direcionam os destinos turísticos nacionais. Na exposição dos tópicos, também se expõe o papel desempenhado pelo turismo como um platô de articulação de redes de práticas e arena de produção de ideologias, poderes e influências.

### **5.1 Reflexão crítica do turismo no contexto brasileiro**

Diz o Plano Nacional de Turismo (MTur, 2013, p. 9) que a área do turismo “[...] se consolida como importante atividade econômica para o desenvolvimento social, geração de emprego, investimentos em infraestrutura, sustentabilidade e modelagem do ambiente competitivo”. Um ponto fundamental na estruturação desse cenário se faz por meio da organização e integração institucional, com a imprescindível “[...] participação e a ampliação da representatividade dos agentes produtivos nas diferentes instâncias de governança que integram o modelo de gestão descentralizada” (MTur, 2013, p. 26).

O termo “desenvolvimento”, como empregado no planejamento das políticas públicas federais para o turismo, conota governança, participação e sustentabilidade socioambiental, entre outras questões relacionadas a perspectivas de se alcançar um estado melhor em relação ao atual. O termo, assim, “[...] pressupõe mudança, transformação – e uma transformação positiva, desejada e desejável” (SOUZA, 1996, p. 5). É também um projeto e um processo, que no turismo dependem das relações complexas e em rede entre territorialidades, decisões voltadas à obtenção de lucro, acordos políticos e intenções vinculadas à estabilidade das localidades, sociedade e natureza.

Um processo que mistura discursos, utopias, falácias e possibilidades, postulando a necessidade de se buscar uma síntese exequível, não apenas no debate, mas, principalmente, em relação a uma prática social efetiva. Assim, há que se desenvolver posturas relacionadas aos novos paradigmas do desenvolvimento sustentável, discutido na seção anterior, como as políticas de governança através do compartilhamento de poder. Assim, entende-se que diretrizes e planos são condições objetivas importantes do processo, mas, para efetivá-las, há que se incluir posicionamentos qualitativos reais que direcionem o desenvolvimento dos destinos turísticos.

Nesse contexto, embora o discurso e os planos do governo para o turismo alinhem todos os pressupostos do desenvolvimento, uma avaliação integrativa revelará os sistemáticos investimentos governamentais no modelo de turismo que prioriza o crescimento e alcance de metas em territórios preestabelecidos, em detrimento do desenvolvimento pautado no compartilhamento de poder e de efetiva regionalização e interiorização da atividade.

Como lembra Veiga (2008, p. 56), “[...] no crescimento a mudança é quantitativa, enquanto no desenvolvimento ela é qualitativa”. O mercado dá prova da magnitude do retorno financeiro e de crescimento que o turismo pode proporcionar, sendo esse o índice que invariavelmente justifica os investimentos como área estratégica de desenvolvimento setorial, contudo é na capacidade de gestão, posturas e equilíbrio do sistema que reside o desenvolvimento no turismo.

O que se propõe ao avaliar os planos do governo não é rechaçar a ideia da possibilidade do turismo em promover o desenvolvimento local, mas incorporar a esse processo visões alternativas da avaliação e validação dos planos e diretrizes, entendendo a importância de posicionar-se criticamente frente aos discursos institucionalizados “tidos como certos”, quando a realidade evidencia outras materialidades – uma forma de retroalimentar cenários sustentáveis por intermédio de posturas e aquisição de repertório crítico.

Nas políticas públicas e planejamento do turismo brasileiro, o termo “desenvolvimento” adquire marca discursiva que articula a construção do sentido que se constrói da eficácia técnica e administrativa daqueles que o comandam. Assim, os planos de desenvolvimento constroem justificativas e atribuem aos gestores e grupos de poder a capacidade técnica de formular as práticas excelentes e a organização da atividade. Nesse sentido, as reflexões crítico-analíticas e a

participação do ator social são relevantes no debate da realidade e de seu contexto. Aliás, essa é uma premissa da pesquisa e permanece como viés de avaliação dos termos “turismo”, “discurso” e “prática social”.

A cooperação e a visão do ator social (em todos os níveis) são medidas a validarem, do ponto de vista material, as diretrizes do planejamento governamental: é valorizar as observações locais sobre o objeto; é evidenciar as práticas que quase sempre são diferentes das intenções. Como propõe Sampaio (2013, p. 180), é centralizar a reflexão em termos de “visibilidade” e “invisibilidade”, ou seja, é “[...] identificar aquilo que, em contextos turísticos locais, é visível e invisível e refletir sobre esta relação”, a fim de captar outras impressões e tornar o debate mais contundente, com base na realidade percebida das relações e dos processos gerenciais do turismo.

O que se defende é desmistificar certezas mediante o contraste com as materialidades e práticas sociais do turismo, o que fortalece reflexões sobre os sentidos, ideologias e outros elementos nucleados no turismo como processo da modernidade e relações sociopolíticas. E pautar debates sobre as hipóteses governamentais, por exemplo, de que no turismo repousa “[...] uma forte solução para crescimento sustentado e sustentável do país, com redução de desigualdades regionais, inclusão social e geração de emprego e renda” (MTur, 2013, s.p.). É entender que a lógica que rege o planejamento e a formulação das diretrizes da atividade turística, visando ao crescimento econômico da atividade, pauta-se pela geração de divisas, expansão da infraestrutura, fusões e acordos de gabinete, “[...] internalizando lucros à montante e à jusante” (BALASTRERI RODRIGUES, 2012, p. 654). É ser crítico ao perceber que, justificando-se a necessidade de adaptações das localidades ao turismo, territorializa-se física e culturalmente as regiões às demandas e exigências do mercado, sendo essa uma condição para que o destino seja, pelos setores administrativos e empresariais, considerado “parceiro” do desenvolvimento.

O cenário em que se propõe o debate diz respeito ao processo histórico de desenvolvimento do capitalismo, no qual o turismo se consolida, através de suas “[...] múltiplas dimensões e significações, na sociedade contemporânea” (BENEVIDES; CRUZ, 1997, p. 1), de modo a entender as relações e o contexto em que os governos se colocam como articuladores e intermediadores dos recursos federais e das instituições financeiras e ditam o que, como e com que perspectiva as localidades “vocacionadas” ou “com potencial” para o turismo irão se desenvolver,

sendo o estado o primeiro a realizar “[...] a primeira seleção espacial de lugares/regiões que devem ser contemplados por seus programas de desenvolvimento do turismo” (CRUZ, 2006, p. 344). É nesse contexto que governos e aliados assumem centralidade política, poder e visibilidade no panorama do turismo e reforçam os discursos que modelam as práticas sociais.

O governo brasileiro, via Ministério do Turismo (MTur) e demais secretarias, tem desenvolvido políticas estratégicas para o turismo, considerando o segmento econômico como um “[...] grande potencial de alavancar e contribuir para a consolidação do desenvolvimento socioeconômico equilibrado, mesmo em distintas condições territoriais”, projetando, por intermédio de planos e ações, “[...] posicionar o Brasil como uma das três maiores economias turísticas do mundo até o ano de 2022” (MTur, 2013, p. 29-31), meta difícil de atingir ao se considerar o cenário brasileiro de decréscimo ocorrido nos anos de 2014 e 2015, em que setores como o turismo sofreram perdas diretas de investimentos.

O turismo, como área estratégica da economia, tem na potencial geração de emprego e renda, volume de divisas geradas e intenções de crescimento do número de viajantes a indicação das potencialidades de tornar-se uma atividade autossustentável e capaz de potencializar o desenvolvimento das regiões/localidades. De acordo com o MTur (2013<sup>40</sup>, p. 41), a estruturação dos municípios, regiões e estados brasileiros para o turismo visam a promover “[...] o desenvolvimento econômico e a geração de emprego e renda”. Com essa promessa, é crescente o número regiões que abrem seus territórios<sup>41</sup>, estruturam as localidades e articulam o turismo como política voltada ao desenvolvimento regional/local.

Existe uma relação direta entre política e desenvolvimento do turismo nos destinos, cujo entrelaçamento influi efetivamente nas decisões de um modo geral, incluindo o tipo de turismo, as localidades que serão priorizadas, as diretrizes e grupos empresariais priorizados e a mediação do objeto em termos de criação de sentidos, construção de imagens e discurso. Dessa forma, o planejamento e a tomada de decisão no turismo são funcionais, no sentido de garantirem a

---

<sup>40</sup> Neste tópico, utilizam-se exemplos retirados do Plano Nacional de Turismo na sua versão 2013/2016 (MTur, 2013), por ser essa a versão atualizada das edições do MTur (2011 e 2007).

<sup>41</sup> Neste trabalho, utilizar-se-á o conceito de território como o espaço territorializado, ou seja, o espaço com a intenção de torná-lo produto. O turismo faz parte desse sistema territorial, que, construído pelos atores e suas relações de poderes, interfere nas características de cada território. Há, nessa relação, uma organização política que territorializa os espaços, apropria-se dos recursos e age numa dinâmica que busca o crescimento do setor nas áreas priorizadas para o turismo, como tem ocorrido com o litoral cearense (GALVÃO; FRANÇA; BRAGA, 2009).



convergência dos interesses de alguns grupos, que “[...] articulam o Estado, o mercado e a sociedade” (FISCHER, 2002, p. 13).

É a partir da reflexão que se relativiza a fetichização do turismo, defendida por alguns grupos que lucram e mantêm influência nos territórios turistificados. Na concepção de Hintze (2013), é importante considerar o papel do “mercado” na descrição do turismo. O autor chama a atenção para a forma como a estrutura e a abordagem do fenômeno têm legitimado a atividade, o mercado e seus agentes. No mesmo sentido, é preciso avaliar quais as estratégias e ferramentas têm sido empregadas para esse fim, quais, como no capitalismo pós-industrial, têm sido encaminhadas pela utilização de “[...] estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade” (GUATTARI, 2001, p. 31).

Nesse sentido, faz-se necessária a observação do contexto moderno e globalizado no qual o turismo se insere, de sorte a recontextualizar o fenômeno como prática social mundial e atividade que centraliza o interesse das políticas de desenvolvimento de vários países, principalmente em economias emergentes, dotadas de patrimônio natural potencialmente capaz de ser explorado, como no Brasil, especificamente no litoral nordestino. Essa posição de vantagem causa uma das faces mais contundentes desse processo: a necessidade de adaptação dos recursos socioambientais à escala de crescimento projetada.

O modelo de desenvolvimento do turismo brasileiro pauta-se com ênfase ao incremento da demanda (mercado), oferta turística e criação de infraestrutura, sendo alguns vetores do desenvolvimento, como os aspectos socioambientais superficialmente debatidos e efetivados, o que representa um déficit em termos de competitividade do destino e da sustentabilidade. Como exemplo, cita-se a análise de programas como o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) e o próprio Plano Nacional de Turismo (PNT), os quais, em suas diretrizes, citam a importância das questões ambientais para as regiões turísticas, porém de forma genérica, sem esclarecerem as metodologias e formas segundo as quais o pilar será desenvolvido. Quanto à análise dos resultados da execução do Prodetur/NE, Perazza e Tuazon (2002, p. 6) ressaltam:

[...] a ausência de programas e planos que contemplassem de forma global os impactos que o crescimento do turismo teria sobre o território, o meio ambiente e a sociedade. A falta de um marco de compromisso de planejamento e gestão territorial urbana, com enfoque ambiental e turístico,

gerou problemas de gestão e articulação entre os atores, que resultou em impactos negativos observados nas áreas beneficiadas pelo Programa.

Sob esse viés, sendo o produto turístico estruturado em função do mercado e da demanda, encontra-se aí um ponto de reflexão importante no modo como os espaços naturais e a sociedade serão impactados e, fundamentalmente, qual a estratégia utilizada no planejamento para a adequação entre o crescimento que se projeta e as questões ambientais. Nesse contexto, a eficiência econômica associada ao turismo parece “desqualificar” reflexões acerca da relação crescimento e uso dos recursos naturais para o turismo, processo que “[...] erode os benefícios econômicos provocados pelo turismo”, uma vez que destrói a base da atividade, ou seja, “[...] a variedade da paisagem, a biodiversidade e os serviços ecossistêmicos disponíveis” (UNEP, 2009, p. 3).

No Brasil, o turismo, como atividade econômica, sistematiza-se com mais ênfase a partir da década de 1990, marcado sobretudo pelo direcionamento de políticas para a construção do cenário (estrutural, de serviços e institucional), com a intenção de potencializar o turismo nas economias dos estados e municípios. A articulação em torno do turismo é direcionada pelas aspirações neoliberais vividas no Brasil na década de 1990, no governo de Fernando Collor de Mello (1990-1992), período em que houve a abertura e negociação política para investimentos e a organização mais intensa dos destinos turísticos, mediante a liberação de recursos proporcionada pelo acordo entre bancos e agências de financiamento.

Um dos marcos da década de 1990 para o turismo foi a criação do Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) e a versão do programa para o Nordeste, sendo a primeira fase iniciada em 1994, com o objetivo de possibilitar a expansão e a melhoria da atividade turística na região. Com esse programa, o governo brasileiro investe estrategicamente no turismo como área capaz de contribuir para o desenvolvimento regional, tendo a “redução da pobreza” como uma das maiores justificativas do programa. Além disso, a referida década também marca o incremento do *marketing*, do discurso político em torno do turismo e da estruturação da imagem administrativa em consonância com um perfil moderno de gestão e investimentos para o desenvolvimento do país.

A partir do governo de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), cria-se o Ministério do Turismo, e o planejamento da atividade passa a ser avaliado no contexto nacional no que concerne à estrutura, potencialidades e impactos, visando

à organização de diretrizes de integração dos destinos nacionais e de desenvolvimento da atividade em âmbito nacional e regional/local. O modelo, também adotado no governo de Dilma Rousseff (2011-2016), orienta as políticas públicas brasileiras no desenvolvimento do turismo, com ênfase, entre outras questões, no investimento em infraestrutura para o crescimento da estrutura turística nos estados e municípios e diretrizes voltadas ao desenvolvimento de políticas de governança, mediante programa de participação e avaliação.

Desse modo, nas últimas décadas o Governo Federal, por meio do MTur, tem orquestrado diretrizes e políticas direcionadas ao gerenciamento e orientação dos estados e municípios brasileiros para o desenvolvimento do turismo, apostando no potencial e capacidade do turismo em proporcionar crescimento econômico e geração de empregos nos destinos (UNWTO, 2013a), medida considerada estratégica no Brasil para equilibrar o déficit social.

Assim, o governo justifica o crescimento do turismo como uma estratégia que proporcionará o crescimento econômico, a redistribuição de renda e a redução das desigualdades sociais, orientado pelo PNT, cuja estrutura financeira parte de programas como o Prodetur e o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) (IPEA, 2009), sendo esse último voltado a proporcionar, via programas e ações, aporte financeiro ao incremento da infraestrutura para desenvolvimento do turismo nos estados.

Nesse contexto, os destinos turísticos brasileiros têm desenvolvido políticas que visam à criação de estrutura e serviços objetivando o incremento do volume de passageiros. Embora os planos do governo tenham como meta o incremento do turismo internacional, nos últimos anos o turismo doméstico tem sido o esteio dos destinos brasileiros, a exemplo do Nordeste, especificamente do Ceará. Parte do incremento do turismo doméstico atribui-se ao *marketing* das regiões brasileiras e às políticas de redução de preços desenvolvidos entre os setores público-privado, potencializando o acesso da classe C ao consumo do turismo e estimulando os turistas das classes A e B a viajarem mais pelo Brasil.

## **5.2 Políticas públicas de turismo no Brasil**

O histórico das políticas públicas de turismo no Brasil é recente. O turismo no Brasil e a proposta em transformar a atividade em área de desenvolvimento

nacional estruturam-se em uma série de políticas federais<sup>42</sup> voltadas à criação de medidas, organização e gerenciamento e orientam os estados e municípios para a adoção dos planos e diretrizes do planejamento do turismo em âmbito federal. Além disso, o atrelamento do turismo com a política, as diretrizes globais e os novos paradigmas da sustentabilidade são aspectos que influenciam diretamente as políticas públicas e o desenvolvimento da atividade.

Em 2003, por meio de medida provisória, é criado o Ministério do Turismo (MTur). Com a criação do órgão, o turismo ganha *status* de atividade destacada nas políticas públicas federais, tornando-se área de destinação de recursos e projetos com o objetivo de desenvolvimento das regiões. A seguir, com o objetivo de expor algumas diretrizes de organização do turismo no Brasil, expõem-se alguns planos referenciais das políticas públicas de turismo.

Na exposição, serão destacados trechos dos referidos documentos a fim de compor o debate pertinente acerca das propostas e diretrizes lançadas. Ao destacar o planejamento do turismo, considera-se o plano como síntese das políticas públicas e intenções (políticas, ideologias, acordos) que se projetam para a atividade, sendo essa posição do autor, em todas as etapas do estudo, uma forma de refletir criticamente sobre os aspectos intangíveis e para a análise crítica do processo.

Destacam-se, assim, três importantes planos das políticas do turismo no Brasil: o conjunto do Plano Nacional de Turismo (PNT) (2003, 2007, 2013); o Programa de Regionalização de Turismo (PRT)/Destinos indutores; e o Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur), principalmente a versão que trata dos programas elaborados para o Nordeste, particularmente para o Ceará.

### **5.2.1 Plano Nacional de Turismo (PNT)**

O Plano Nacional de Turismo (PNT) tem relação direta com a política de planejamento e desenvolvimento do turismo em âmbito nacional. Delineado pelo

---

<sup>42</sup> O turismo no Brasil se concretiza através de uma série de políticas federais elaboradas para o desenvolvimento do setor, tais como: o artigo 180 da Constituição Federal de 1988, que prevê a união das mais variadas instâncias para o desenvolvimento socioeconômico das regiões mediante o turismo; a criação da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), instituída ainda no regime militar; o Conselho Nacional de Turismo (CNTur), tendo como atribuições formular, coordenar e dirigir a política nacional de turismo; a Lei nº 11.771/2008, conhecida como Lei Geral do Turismo, que dispõe sobre a Política Nacional do Turismo, definindo as atribuições do Governo Federal no que concerne ao planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor, entre outras.

MTur, o programa orienta os estados e municípios na adoção de medidas que visam ao desenvolvimento e integração dos cenários nacionais por intermédio de uma proposta de gestão participativa e descentralização de poder, criação de infraestrutura e fortalecimento da imagem e potencial competitivo dos destinos, objetivando o desenvolvimento econômico e a geração de renda, “[...] seja pela sua marcante participação no PIB [Produto Interno Bruto], seja como forte mercado empregador” (MTur, 2007, p. 8).

A primeira versão do documento, elaborada no governo de Luiz Inácio Lula da Silva, é considerada um marco no direcionamento da política nacional de turismo no que se refere ao planejamento, regulamentação e coordenação da atividade no país. Na concepção do *Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas: 2003-2007*, descreve-se o cenário no qual o turismo precisa ser inserido como área prioritária e estratégica do desenvolvimento nacional. Assim, o desenvolvimento econômico e social passa a ser citado como meta a ser alcançada através do turismo, em ações voltadas a “[...] criar empregos, gerar divisas para o país, reduzir as desigualdades regionais e distribuir melhor a renda” (MTur, 2003, p. 3), isso tudo potencializado pela diversidade natural e cultural do país.

“É inegável a nossa vocação para o turismo” (MTur, 2003, p. 3), cujo conjunto natural, cultural e de serviços disponíveis seriam pontos importantes já conquistados para o desenvolvimento da atividade, com destaque para os recursos naturais do país, “[...] que deve[m] ser transformada[os] em fonte permanente de riqueza, através do turismo” (MTur, 2003, p. 4). Nesse contexto, o turismo passa a ser citado como atividade dinâmica do equilíbrio das desigualdades regionais, sendo essa a base justificadora do avanço rápido do turismo no Ceará, como será discutido no próximo tópico. Assim, reforça-se a ideia da necessária participação da sociedade no processo, sendo os recursos financeiros e de inclusão os benefícios gerados.

No cenário construído, o Governo Federal coloca-se como articulador do processo, no sentido de “[...] proporcionar as ferramentas necessárias para cumprir suas metas” (MTur, 2003, p. 5). Essa centralidade da política constitui a relação histórica das instituições político-financeiras e o turismo, embora a todo instante seja reforçada a retórica da necessidade de políticas participativas e gestão descentralizada, o que denota uma marca enunciativa do governo na área do turismo.

No *Plano Nacional do Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão*, o turismo é posicionado como área incontestada do desenvolvimento nacional, cuja ideia é reforçada pela ênfase na citação das cifras registradas e incremento do posicionamento da atividade como área de geração de divisas em moeda estrangeira. Assim, o Governo Federal delinea as justificas em “[...] expandir a infra-estrutura [sic] brasileira para dar sustentação a esse crescimento nos próximos anos” (MTur, 2007, p. 5), enfatizando o incremento do turismo doméstico e a utilização dos recursos naturais para o desenvolvimento do turismo ambiental e sustentável.

Consoante essa versão do plano, a ideia da inclusão social seria proporcionada pelo incentivo federal às viagens domésticas dos brasileiros e, conseqüentemente, pelo aumento de divisa gerado pela atividade. Na concepção do governo, “[...] fortalecer o turismo interno é um poderoso instrumento para gerar emprego, renda e inclusão social” (MTur, 2007, p. 7). Para tanto, em alguns trechos o documento defende a criação de infraestrutura como aspecto fundamental do processo, assim como a qualificação profissional dos destinos tidos como “vocacionados” para o turismo, como os 65 destinos indutores citados no tópico seguinte. Sendo assim, o turismo seria beneficiado por programas como o PAC, que propõe exatamente ações pertinentes a investimentos em infraestrutura, atrelando o desenvolvimento do turismo às questões políticas.

O bem-estar social proporcionado por medidas de inclusão e a preocupação com as questões ambientais são traços discursivos recorrentes na versão do PNT (2007), evidenciados pela constante associação do turismo à “[...] criação de emprego e ocupação, à geração e distribuição de renda, à redução das desigualdades sociais e regionais, à promoção da igualdade de oportunidades, ao respeito ao meio ambiente, à proteção ao patrimônio histórico e cultural e à geração de divisas” (MTur, 2007, p. 16).

Da mesma forma que as versões anteriores, o *Plano Nacional do Turismo 2013/2016: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil* reforça a ideia do turismo como uma “[...] forte solução para crescimento sustentado e sustentável do país, com redução de desigualdades regionais, inclusão social e geração de emprego e renda” (MTur, 2013/Mensagem do Ministro do Estado Maior do Turismo). Na versão do PNT (2013), questões como meio ambiente, sustentabilidade, participação de estados e municípios na formulação de políticas

públicas (regionalização do turismo) e posicionamento competitivo dos destinos são temas que centralizam o debate do plano.

Sob esse prisma, o plano defende como diretrizes a geração de emprego e o empreendedorismo; participação e diálogo com a sociedade; incentivo à inovação, ao conhecimento e à regionalização, tendo como meta posicionar o Brasil como uma das três maiores economias turísticas do mundo, realidade utópica, tendo em vista o contexto sociopolítico e econômico vivido pelo país nos anos de 2015 e 2016.

### **5.2.2 Programa de Regionalização de Turismo (PRT)/Destinos indutores**

Entre os objetivos centrais da política nacional do turismo, busca-se transformar os destinos em territórios geradores de emprego e renda, através da potencialização do patrimônio natural e cultural e da criação de infraestrutura e qualificação profissional (MTur, 2003). Nessa direção, com o propósito de descentralizar as políticas públicas do turismo no país, o Governo Federal lança nos anos 1990 o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), “[...] concebido para dinamizar as oportunidades de trabalho, emprego e renda em âmbito municipal” (MTur, 2007b, p. 16).

O PNMT tem como princípios a descentralização, sustentabilidade, parcerias, mobilização e capacitação para o turismo nas três esferas: nacional, regional e municipal, lançando base para o enfoque territorial da gestão do atual Programa de Regionalização<sup>43</sup> do Turismo (PRT, 2004). Assim, o PRT assume a direção de uma política voltada ao desenvolvimento turístico com foco na regionalização e representa um programa de referência para a criação de novos panoramas relacionados com as políticas de turismo no Brasil. Embora o programa tenha proporcionado maior visibilidade turística ao país, estudiosos, especialistas e pesquisadores contestam a sua eficácia.

Na organização dos projetos e planejamentos do turismo regional do litoral do Ceará, a participação da sociedade se dá via fóruns de discussão e consultas públicas, todavia essa consulta não se constitui num efetivo

---

<sup>43</sup> De acordo com o Ministério do Turismo (2007, p. 12), “[...] a regionalização, proposta como política pública de turismo, significa olhar além do município, para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada. Propõe-se olhar a região, e não mais o município isolado”.

compartilhamento de poder, configurando-se, não raro, apenas em ato político, cumprimento de exigências burocráticas ou palco de exposição das decisões traçadas, em detrimento de um momento de discussão e ponderações acerca das demandas e anseios locais.

Eventos dessa natureza evidenciam como os investimentos e consultas públicas voltadas ao planejamento do turismo limitam-se à preparação das comunidades para transformarem-se em territórios turísticos (OLIVEIRA, 2007). Para Araujo (2009, p. 39), situações como essas “[...] enseja[m] uma discussão sobre o grau de mobilização da sociedade civil e das comunidades que serão alvo de políticas públicas de turismo, e das reais possibilidades de se fazerem representar nas arenas de planejamento”.

A proposta de descentralização das decisões no âmbito do planejamento do turismo, base de atuação do PRT, concretiza um macroprograma do PNT 2003-2007. O PRT tem como princípio “[...] o desenvolvimento da atividade turística de forma regionalizada, com foco no planejamento coordenado e participativo” (MTur, 2007, p. 19). Nessa esteira, ainda que o planejamento do turismo tenha diretrizes federais e especificidades normativas, a intenção seria a de que elas fossem delineadas pelos estados e municípios, cuja função seria a de proporcionar maior participação e descentralização política e administrativa, acrescentando um perfil orientado pela necessidade de cada localidade (PRT, 2013).

Desse modo, como modelo oficial e diretrizes operacionais, o programa indicou: uma política de *gestão coordenada*, a qual trabalha direcionada à formação de parcerias com vistas ao compartilhamento das propostas, responsabilidades e ações; a adoção de um *planejamento integrado e participativo*, configurado pela participação através de processos democráticos dos espaços e dos mecanismos de representação política da sociedade civil; e a *promoção e apoio à comercialização*, assentados no estabelecimento de relações, atuação e interação institucional e setorial (PRT, 2013).

Com base no trabalho entre governos, órgãos de turismo e colegiado, por meio de oficinas e reuniões, gerou-se o Mapa de Regionalização do Turismo, instrumento utilizado pelo MTur para nortear as ações do processo. Posteriormente, como diretriz do PNT 2007-2010, foram definidos 65 destinos indutores<sup>44</sup> do

---

<sup>44</sup> Para a escolha dos destinos, foram utilizados critérios definidos pelo MTur e foram consideradas todas as unidades da federação e suas capitais. Cada unidade da federação deveria ter no mínimo



Desenvolvimento Turístico Regional, com a perspectiva de, mediante investimentos em infraestrutura e qualificação profissional, induzir o desenvolvimento nos respectivos roteiros e regiões turísticas em todas as unidades federadas (MTur, 2007). Dessa forma, cria-se o Mapa Territorial do Turismo no Brasil, por intermédio de escolhas políticas, disponibilidade de recursos e distintos potenciais para compor a oferta turística de cada unidade da federação.

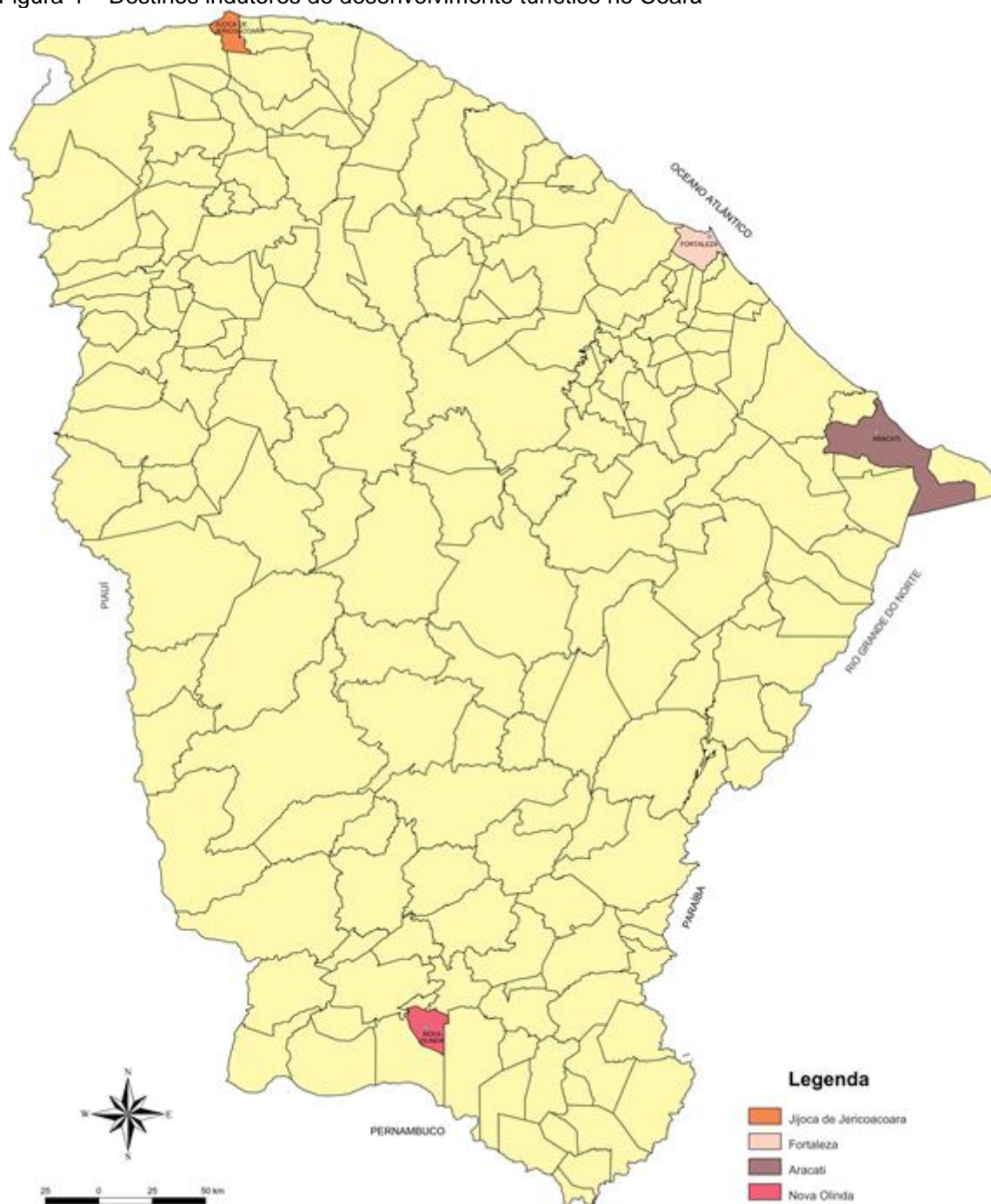
Assim, em cada região, criam-se os “polos” de turismo, considerados áreas ou destinos importantes de base natural ou cultural para o desenvolvimento do turismo, as quais receberiam atenção especial para o planejamento estratégico, a fim de alcançar as metas previstas e alinhadas aos princípios de gestão do PNT, como a gestão descentralizada, a participação dos atores locais e o incremento do potencial competitivo do destino, com vistas ao melhoramento do reconhecimento da estrutura e da imagem do destino no mercado internacional. Com isso, os destinos seriam priorizados para a estruturação da oferta turística, de modo a garantir qualificação e competitividade. São três as ações previstas para a estruturação do destino: estudo de competitividade, fortalecimento de governança e aprimoramento gerencial da localidade.

Ressalta-se que a escolha de uma determinada localidade como destino indutor, ao mesmo tempo que potencializa destinos já destacados no cenário turístico regional/local, trabalha na contramão do que se espera de uma política inclusiva do turismo. Também se revela contradição quando analisadas as diretrizes do PRT que explicam a política de regionalização como forma de proporcionar uma:

[...] melhor distribuição de renda, promove a inclusão social e possibilita a participação, no planejamento regional, dos municípios que não são dotados de potencial relevante para o turismo, fazendo com que eles busquem sua agregação no processo de desenvolvimento do turismo. (MTur, 2007, p. 10).

Na figura a seguir, destacam-se os municípios cearenses escolhidos como destinos indutores do desenvolvimento turístico.

Figura 4 – Destinos indutores do desenvolvimento turístico no Ceará



Fonte: Elaboração própria (2016) com base em Ipece (2007) e MTur (2008).

### 5.2.3 Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur)

O Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) é operacionalizado pelo MTur e tem como objetivo o desenvolvimento da atividade turística através do planejamento em áreas prioritárias, visando ao incremento

socioeconômico local com base no turismo, seja nas esferas regional, estadual ou municipal.

No âmbito regional, chamado de Prodetur/NE (1994), o programa atua principalmente na concessão de crédito para os estados e municípios com o objetivo de promoção e consolidação da atividade turística na região, a fim de proporcionar melhorias da qualidade de vida das populações residentes dessas áreas. O Prodetur/NE abrange os nove estados do Nordeste, além do norte de Minas Gerais e Espírito Santo. Os recursos do programa são provenientes do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em parceria com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), que atua na operacionalização dos financiamentos dos projetos.

No que concerne ao Ceará, no Prodetur/NE-I, o estado recebeu 88,3 milhões de dólares em subempréstimos, cujos recursos foram destinados a áreas consideradas importantes para atração e melhoramento do turismo, como infraestrutura, saneamento e aeroporto. Já no Prodetur/NE-II, o montante repassado ao Ceará foi de 60 milhões (REDWOOD, 2014). Na avaliação do BID, o maior problema relacionado aos investimentos no Prodetur no Brasil está na implantação e avaliação insuficiente dos resultados “[...] devido à falta de preparação dos órgãos executores (Secretarias de Turismo)” (INTER-AMERICAN DEVELOPMENT BANK, 2015, p. 28).

No Ceará, o Prodetur dá continuidade ao Prodeturis<sup>45</sup> e potencializa a atividade turística na zona costeira cearense, com o escopo de dinamizar a economia local mediante a captação de recursos financeiros para investimentos na área. Dessa forma, o espraiamento do fluxo turístico no litoral cearense e a internacionalização da atividade no estado foram fortemente impactados com a implantação do Prodetur/CE, contribuindo para destacar o turismo como atividade prioritária na política setorial dos investimentos do estado.

Na concepção do Prodetur Nacional, adota-se o conceito de área turística priorizada e de polo turístico. Para a Setur (2012, p. 53), “[...] a melhor forma de garantir a sustentabilidade da atividade turística no estado do Ceará tem

---

<sup>45</sup> Em consonância com a política de desenvolvimento do estado do Ceará, o governo de Tasso Jereissati implanta o Programa de Desenvolvimento do Turismo do Litoral do Ceará (Prodeturis, 1989), com o objetivo de traçar o ordenamento territorial litorâneo cearense para o turismo. O programa se configurou a partir da resultante de viagens e estudos diagnósticos de campo voltados ao mapeamento do potencial turístico e sinalizou quatro regiões para o segmento turístico no Ceará (COSTA, 2010).

sido a formação de uma rede de polos<sup>46</sup> de desenvolvimento turístico, interligados entre si”, entendendo-se polos turísticos como área geográfica na qual o turista desfruta dos equipamentos e serviços disponíveis nos destinos circunscritos no polo.

No cerne do Prodetur Nacional e como exigência das instituições financiadoras, algumas abordagens relacionadas ao planejamento nas esferas regional, estadual e municipal tiveram de ser revistas e ampliadas, tendo em vista a adoção de políticas voltadas para o desenvolvimento do turismo sustentável. Nesse contexto, um dos elementos criados foi o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS), documento que avalia, diagnostica e traça as ações para o desenvolvimento das áreas turísticas regionais prioritárias (polos). A formulação do documento é um “instrumento necessário para viabilizar o requerimento de novos empréstimos junto ao BID” (SETUR, 2004).

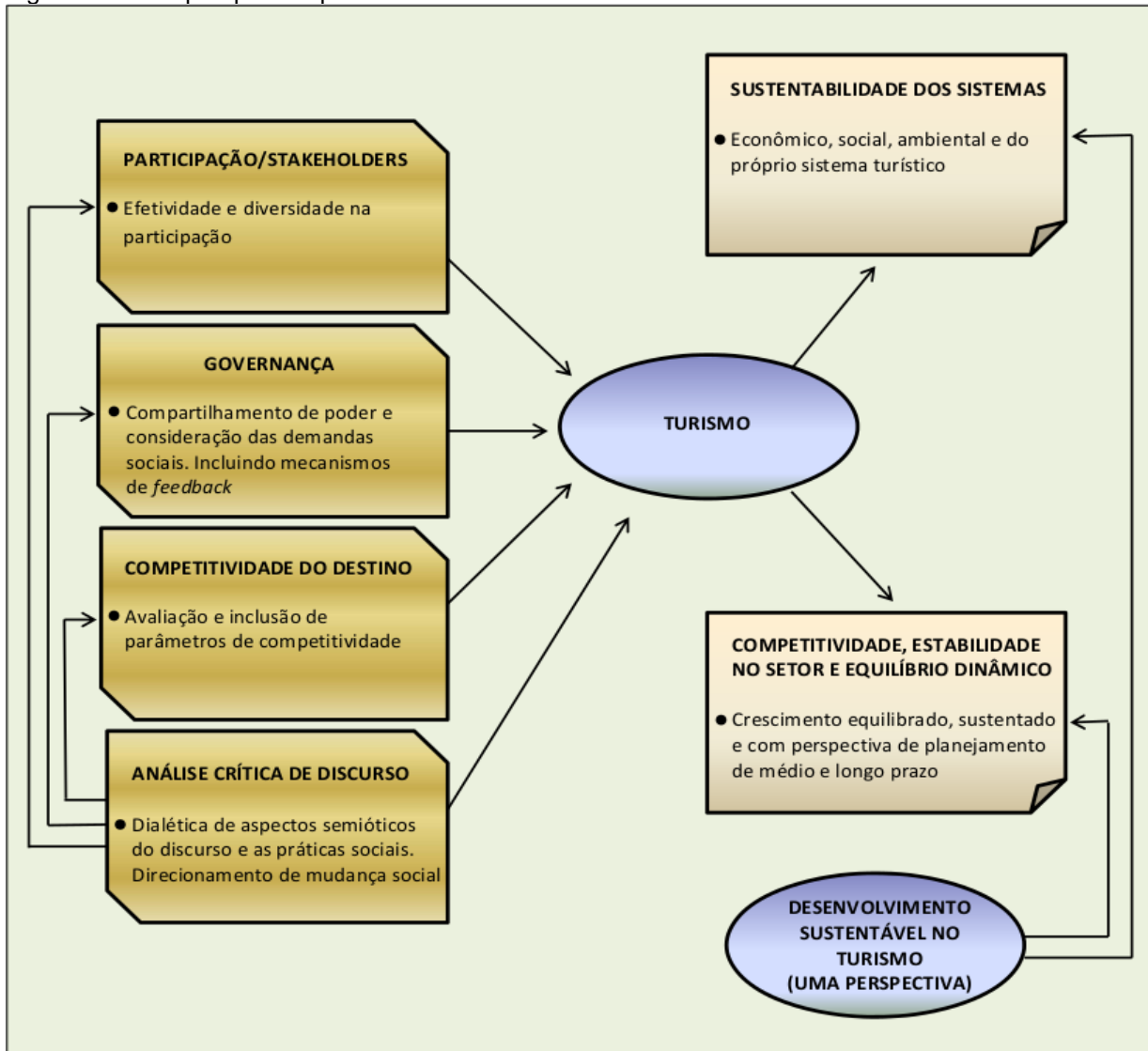
No PDITS, são definidas as bases para o desenvolvimento da atividade turística, medidas que fortaleçam a capacidade local de desenvolvimento e gestão do turismo, os quais precisam ser aprovados pelo BID e MTur. No Ceará, os polos selecionados foram a Chapada da Ibiapaba, o Litoral Leste e o Maciço de Baturité.

Com base nas discussões lançadas sobre os parâmetros de sustentabilidade e planejamento no turismo, relacionando ainda as perspectivas e as projeções do planejamento brasileiro para o desenvolvimento da atividade, apresenta-se e comenta-se sucintamente uma perspectiva direcionada à construção do desenvolvimento sustentável no turismo, a qual foi elaborada pelo autor deste escrito. Essa perspectiva baseia-se no referencial teórico e nos temas debatidos ao longo do estudo e integra as diretrizes brasileiras do MTur para o desenvolvimento da atividade turística, da mesma forma que as diretrizes internacionais de gestão e planejamento sustentável para o turismo.

---

<sup>46</sup> No Prodetur Nacional, os polos escolhidos no Ceará foram a Chapada da Ibiapaba, o Litoral Leste e o Maciço de Baturité.

Figura 5 – Uma perspectiva para o desenvolvimento sustentável no turismo com base na ADC



Fonte: Elaboração própria (2016).

A perspectiva elaborada constrói-se em torno do turismo. Relaciona-se um conjunto de fatores discutidos nas pesquisas da área como parâmetros para a sustentabilidade da atividade, assim elencam-se a participação, a governança, os parâmetros de competitividade do destino com suas referidas diretrizes constitutivas e os elementos a serem debatidos. A esses parâmetros associa-se a Análise Crítica de Discurso e sua relação com as práticas sociais como parâmetro avaliativo crítico, de criação de repertório e debate e posicionamento à mudança. Essa perspectiva, na concepção do autor, pautada em avaliações críticas e debates, constitui um caminho de mudança e adoção de posturas frente ao debate. A sustentabilidade dos sistemas e a estabilidade da atividade são consequências

de uma visão integrativa e sistêmica, considerando-se esses parâmetros de desenvolvimento sustentável.

### **5.3 Turismo no Ceará: plano, política e desdobramentos**

O avanço do turismo no Ceará se estabelece concomitantemente a uma série de mudanças político-administrativas ocorridas no estado a partir da década de 1980, as quais estruturaram, de forma estratégica, uma nova imagem político-administrativa associada ao Governo Estadual e priorizaram o turismo como atividade potencial de geração de riqueza e distribuição de renda, sendo a exploração do recurso natural para o lazer e o turismo o maior insumo.

Com projetos iniciados na década de 1970, é marcadamente na década de 1980 que se observam grandes mudanças estruturais na forma de gerir e pensar a atividade turística no Ceará, a qual se encaminha alinhada à macroproposta do Governo Federal de abertura de mercado e interesse em tornar o turismo atividade prioritária do segmento econômico nos estados e municípios. Assim, com a ascensão do empresário Tasso Jereissati (1986) e de Ciro Ferreira Gomes (1990) ao governo do estado, o Ceará adere à política de globalização da economia, marcada pela abertura de mercado e incentivos fiscais em consonância com a Política Nacional de Turismo, instituída no primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, que tinha como diretriz a promoção do turismo visando ao desenvolvimento socioeconômico do país.

Nesse contexto, o turismo passa a representar um elemento emergente da economia, ao qual também se vinculam o novo perfil administrativo e a imagem que se queria estabelecer para o Ceará. Assim, o momento político-administrativo em que o turismo se insere no Ceará é marcado por duas fases distintas: a primeira representada por uma política mais tradicional, cujo último representante foi o governo de Virgílio Távora (1982); a segunda vivenciada a partir da década de 1980, voltada às políticas de redemocratização, marcada principalmente por rupturas nas formas de produzir e vivenciar a política (CARVALHO, 2001).

O turismo cearense teve sua primeira referência no governo de César Cals (1971), cuja atividade é vista como potencial, contudo, no contexto do período, desprovida de uma política de ordenamento e planejamento eficaz para a atividade

(PLAGEC, 1971-1974). No Ceará, só a partir da década de 1980 o turismo passa efetivamente a compor a agenda de prioridades setoriais do estado como atividade indutora do desenvolvimento regional, incluindo o Ceará entre os polos de investimentos turísticos nos cenários nacional e internacional.

De acordo com a política de desenvolvimento do governo (1998), a partir dessa década “[...] o turismo é priorizado como aglutinador e gerador de negócios econômicos, do desenvolvimento social e base do desenvolvimento regional e municipal”. Entre as mudanças estratégicas, o governo buscou criar uma nova imagem política e administrativa para o estado, procurando distanciar-se da associação do Ceará árido e de poucos recursos e perspectivas de crescimento para um cenário promissor aos investimentos, onde o sol passa de fator limitante à justificativa de local propício aos negócios turísticos.

Assim, na década de 1980 o governo implementa uma série de medidas para atrair investidores para o turismo, o que trabalha transversalmente a imagem simbólica do “Ceará moderno” nos cenários regional e nacional. Para tanto, um conjunto de ações buscou sedimentar essa ideia. Entre elas, Dantas (2002) lembra a forma simbólica de produção dos discursos do governo ao apresentar um estado próspero e potencial aos investimentos turísticos. No mesmo sentido, Coriolano (1998, p. 39) cita a criação de infraestrutura como mecanismo que intenciona ampliar os investimentos e criar fluxo de visitantes:

Com a intenção de levar o Estado do Ceará a competir no mercado globalizado, implanta-se no território cearense uma infra-estrutura e acelera-se sua modernização. Essas ações ‘progressistas’ significam a entrada do Ceará na nova modernidade e seu alinhamento às exigências da globalização. O governo passa a considerar o turismo uma prioridade econômica com a visão da globalidade.

No Ceará, o turismo articula-se com o macroprojeto de ação governamental de apoio aos setores considerados potenciais ao desenvolvimento, orientando-se pela criação de infraestrutura, participação dos setores produtivos e incentivos fiscais (SEPLAN, 2003). Assim, o turismo passa a ser citado pelos governos como atividade exitosa e potencial para a atração de divisas, incremento da comercialização e geração de emprego e renda.

Nesse contexto, o turismo passa a integrar a agenda prioritária dos investimentos governamentais no Ceará, pautando-se pelo incremento da atividade e pela busca de competitividade do destino. Entre as ações estratégicas,

está o fortalecimento da imagem do estado, diversificação de produtos, promoção e criação de infraestrutura e captação de investimentos nacionais e estrangeiros (SEPLAN, 2003).

O desenvolvimento do turismo no Ceará associa-se a um conjunto de decisões político-administrativas de investimentos e captação de financiamento para a área, contribuindo diretamente para o atual *status* da atividade, e continua a produzir funcionalidades, representações e poderes. Assim, o interesse no contexto de desenvolvimento e investimento no turismo não é “despretensioso”, mas articula interesses políticos, garante a manutenção de projetos empresariais e perpetua poderes por intermédio de discursos estratégicos, elaborados de maneira a garantir a aparência do processo que se deseja estabelecer/perpetuar.

O posicionamento do turismo na agenda social também se faz pela publicidade e *marketing*, através da mediação e disseminação da ideia da eficácia política em transformar as paisagens litorâneas em produto, ação que contribui para reforçar a imagem do Ceará turístico e justifica os vários acordos de empréstimos e financiamentos com o objetivo de criação de infraestrutura e embelezamento dos destinos para incremento do fluxo turístico.

Da mesma forma, o turismo associa-se à rede de práticas políticas, cenário de onde se articulam acordos partidários, empresariais e econômicos e transitam os recursos financeiros. Assim, nos discursos políticos pró-turismo, segmentos como cultura, comércio, lazer, estrutura urbana, *marketing*, saúde, serviços, treinamentos, segurança, entre vários outros investimentos, são setores que se articulam na órbita do turismo, sendo a natureza gerencial voltada ao crescimento a curto prazo, aumento de demanda e manutenção da imagem e sentidos relacionados à ideia do sucesso do turismo cearense no contexto do mercado. Freitas (2008, p. 39) lembra que o turismo e suas relações orientam-se pelo modo de produção capitalista, em que o Estado desempenha papel importante na defesa dos “interesses econômicos hegemônicos” e “utiliza seu poder para alterar, consoante seu projeto político, a relação de forças na sociedade, garantir a manutenção das relações de produção dominante e consolidar sua base de sustentação”.

A atividade turística tem sido central na agenda governamental do Ceará desde os anos 1980, da mesma forma que não tem sofrido grandes modificações na forma de gerir e articular-se politicamente ao longo das últimas



décadas. No estado, a articulação da pasta do turismo fica a cargo da Secretaria do Turismo (Setur)<sup>47</sup>, que, entre as suas atribuições, trabalha no fortalecimento do Ceará como destino turístico, marcadamente voltado ao turismo de sol e praia, através da priorização da organização socioespacial para o incremento da atividade nas localidades litorâneas, centrando a organização em torno da demanda<sup>48</sup>. Assim, no Ceará, uma das bases de planejamento do turismo pauta-se pela lógica do produto-demanda, relação que prioriza a organização socioespacial e de atrativos nas localidades em função da atração de determinada demanda.

Assim, o litoral passa a concentrar as atenções e investimentos como território a ser explorado como produto turístico, ressaltando-se para essa escolha o potencial paisagístico da região, o clima favorável e a localização privilegiada em relação a potenciais centros emissores de passageiros, como os Estados Unidos e os países da Europa e da América do Sul. Associada aos elementos físicos, a imagem turística do estado constrói-se também simbolicamente, principalmente mediante o discurso político e governamental, com apoio estratégico da mídia especializada e de ações de *marketing*, reforçando a ideia do Ceará litorâneo e paradisíaco, hospitaleiro, festivo, ensolarado e de aventura.

Nesse sentido, a zona costeira cearense é sinalizada como prioritária aos investimentos turísticos, tendo como base a adaptação e a utilização dos sistemas ambientais litorâneos ao lazer e turismo, com apoio dos órgãos administrativos estaduais e municipais, empresariado e participação da comunidade. A esse respeito, Becker (1996) assevera que o turismo é híbrido, no sentido em que agrega ao mesmo tempo as potencialidades para o desenvolvimento e a degradação socioambiental das localidades, dependendo da eficiência e direcionamento do planejamento na regulação e gestão da atividade nos territórios turistificados.

---

<sup>47</sup> Antes da Setur, criada em 1995, o planejamento e desenvolvimento do turismo no Ceará foram gerenciados por outros órgãos ligados ao desenvolvimento econômico e turístico do estado, tais como: a Empresa Cearense de Turismo (Encetur) e a Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Ceará (Coditur).

<sup>48</sup> A organização do destino com foco na demanda constata-se pelo perfil de pesquisa encomendado pelos órgãos gestores do turismo regional/local no Ceará, que, entre outras questões, focam-se em análises, por exemplo, da motivação do visitante, procedência, volume de gastos, impressão da localidade e fontes que foram utilizadas para a obtenção das informações sobre o destino e serviços utilizados na localidade visitada.

No Ceará, o perfil de turismo de sol e praia, caracterizado por fluxos sazonais intensos na alta estação, e as políticas focadas na atração de demanda e utilização das áreas naturais aos serviços turísticos são aspectos que influenciam diretamente a sustentabilidade das regiões costeiras, centralizando a importância das questões socioambientais nas políticas e gestão do turismo no Ceará. Em relação ao litoral cearense, observam-se nos últimos 40 anos altos investimentos e adaptações nas comunidades costeiras em função do turismo, cujo planejamento trabalha sistematicamente a criação de infraestrutura e de passeios, visando ao incremento do fluxo turístico, geração de divisas e posicionamento competitivo<sup>49</sup> do destino<sup>50</sup>.

Contudo, apesar do discurso positivo vinculado ao turismo e aos avanços socioeconômicos proporcionados pela atividade, os ganhos e o desenvolvimento turístico no Ceará ainda são centralizados (OLIVEIRA, 2007) e não transpõem às comunidades a suposta eficiência econômico-social atribuída ao turismo como vetor do desenvolvimento sustentável, o que evidencia os “simulacros”, por exemplo, da imagem criada em torno dos órgãos administrativos do turismo, planejadores e políticos como promotores da governança e do desenvolvimento sustentável nos territórios turistificados.

No Ceará, o turismo ocupa centralidades, perspectivas e potencialidades em proporcionar o desenvolvimento socioeconômico e ambiental regional, contudo ainda falho no que concerne à proporcionalidade das localidades beneficiadas pela atividade e forma com que se compartilham as decisões e benefícios proporcionados pelo desenvolvimento da área. Isso evidencia as incongruências, falácias e simulacros quando contrastados os discursos e a avaliação das práticas pertinentes ao desempenho do turismo como política setorial do desenvolvimento regional no Ceará.

Ressalta-se, nesses termos, a importância da avaliação do modo como tem se desenvolvido a atividade turística no Ceará, cuja experiência profissional do autor permite projetar para os próximos anos: o agravamento das

---

<sup>49</sup> Na Política Nacional de Turismo, o termo “competitividade” do destino turístico é entendido como “[...] a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva” (MTur, 2013, p. 23).

<sup>50</sup> Os destinos turísticos adotam perfis diferenciados para o desenvolvimento das áreas turísticas. No Nordeste brasileiro, especificamente no Ceará, adotou-se o enfoque econômico e de *marketing*, com foco para investimentos multinacionais e desenvolvimento de infraestrutura, a fim de tornar-se competitivo entre os destinos concorrentes (CÉSAR, 2011).

externalidades negativas relacionadas à degradação do meio ambiente, a perda de competitividade do destino e a “prostituição” da atividade, em detrimento da falta de gestão, fiscalização e efetividade na execução de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento sustentável.

#### **5.4 Reflexões, materialidades e práticas: o turismo no Ceará**

O desenvolvimento do turismo no Ceará faz parte de um amplo projeto de modernização iniciado no estado nos anos 1980. Assim, desde o início a atividade turística vincula-se à política, viés de entendimento importante para situar o contexto em que a atividade se desenvolve, as práticas atuais e os elementos característicos e constitutivos do fenômeno no contexto regional.

No Ceará, o turismo agrega funcionalidades, e o campo político e empresarial atuam como estruturadores e articuladores do cenário que se deseja estabelecer/manter. O recurso utilizado para a construção do panorama socioambiental e econômico, além dos aparatos técnicos, trabalha elementos menos visíveis, mas muito eficazes, constituintes da imagem e do conjunto de ideias que se deseja perpetuar na sociedade, e constrói o Ceará turístico marcado pela ativação de elementos simbólicos, da imagem, do poder e do discurso.

Assim, é importante refletir e investigar criticamente o contexto político, social, econômico e ambiental em que se desenvolve o turismo no Ceará, de sorte a criar novos repertórios interpretativos das práticas sociais do turismo, o que neste trabalho considera-se como um encaminhamento importante voltado ao desenvolvimento sustentável. Faz-se mister endenter que, concomitantemente ao plano arrojado de modernização do Ceará, momento em que o turismo é priorizado como atividade econômica, também se formulou um discurso poderoso delineador das práticas sociais referentes ao fenômeno, criando-se os sentidos que sedimentam a ideia da vocação, potenciais e estrutura do estado para o turismo.

O turismo passa, então, a ser visto como a redenção econômica e social de algumas localidades, posteriormente territorializadas pelo turismo, razão que reforça o deslumbramento pelo discurso governamental que intermedeia os financiamentos das agências e bancos internacionais. Assim, todas as possíveis modificações e adaptações nessas localidades passam a ser aceitas como o

preço a ser pago como garantia de permanência no seletivo grupo de localidades contempladas pelos recursos.

Dessa forma, a aderência às ideias são naturalizadas, reforçando o jogo de poder existente nesse processo e revelando a eficiência do aspecto ideológico (domínio) como estratégia cognitiva que “naturaliza” e constrói “sentidos comuns” aos grupos dominados (VAN DIJK, 2005). Nesse sentido, ressalta-se a análise crítica dos discursos no contexto social, para um melhor entendimento dos mecanismos utilizados que auxiliam na aceitação e reprodução das ideias. A esse respeito, Van Dijk (2010, p. 235) avalia que:

[...] a estratégia global do discurso manipulador é se concentrar, discursivamente, nas características cognitivas e sociais do receptor, as quais o tornam mais vulnerável e menos resistente à manipulação e as quais também o tornam uma vítima mais crédula para aceitar crença.

Sendo assim, é importante entender a centralidade do poder político em relação ao planejamento e projetos desenvolvidos nas localidades, sobretudo no litoral, onde a atividade é intensa e positivamente estruturada a gerar mais recursos, entendendo que, ao transformar os espaços em produto, também se transformam as relações sociais daquele lugar. No contexto das políticas públicas do turismo no Ceará, embora a tônica da participação da comunidade na elaboração dos projetos e a incorporação de elementos qualitativos relacionados à sociedade e ao meio ambiente sejam exigidas nos projetos, a avaliação das práticas evidencia o crescimento econômico ainda como prioridade regional do planejamento.

No Ceará, os discursos reforçam a noção do crescimento como forma de potencializar a “vocalização” turística, através da construção de imagens, da criação de sentidos e da imagem do espetáculo (DEBORD, 2003). Para Debord (2003, p. 24), “O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Tudo isso é perfeitamente visível com relação à mercadoria, pois nada mais se vê senão ela: o mundo visível é o seu mundo”, assim a imagem espetacularizada do turismo exerce função de filtro a interpretações mais realistas de qualquer imagem que não seja a do próprio espetáculo.

Desse modo, o aparato político-ideológico reforça a ideia do turismo das grandes obras, da modernização, do crescimento, da geração de riqueza e do desenvolvimento sustentável, estratégia política que objetiva vender a imagem de

um estado administrativamente estável e bem-sucedido. Contudo, para uma reflexão crítica, Coriolano (2004, p. 257) avalia que “Não basta conhecer a forma, a estrutura, a função e o sistema turístico, mas explicar e teorizar, identificando as determinações, contradições e negações”.

Sob esse postulado, Hintze (2013, p. 22) lembra que, “[...] quanto mais se espetaculariza o turismo, mais problemas existentes na atividade são produzidos de maneira invisível”, reforçando a dinâmica do agendamento de determinados temas do discurso pró-turismo em detrimento da “invisibilidade” de outros referentes às externalidades<sup>51</sup> produzidas pela atividade. Esse é um fato que não pode ser negligenciado. A respeito desse tema, Van Dijk (2010, p. 207) explica que:

[...] se os receptores leem ou escutam muitos discursos semelhantes de políticos ou da mídia e não têm informações alternativas concorrentes, tais modelos podem, por sua vez, ser generalizados para representações abstratas e socialmente compartilhadas.

No Ceará, a comunicação no turismo, aquela que entra na arena social, é selecionada, agendada, posicionada a cumprir funções, seja para executar exigências burocráticas de compartilhamento da informação, com vistas à obtenção de recurso ou ao financiamento, seja para reforçar sentidos e imagens que o enunciador deseja estabelecer. De uma forma ou de outra, a situação denota uma relação de poder e acaba por contribuir para a manutenção das práticas sociais do turismo. Assim, apesar das opiniões divergentes, não consensuais, o discurso do turismo no Ceará é comandado por grupos empresariais e políticos formados mais por consensos do que por opiniões críticas e divergentes, sendo a estratégia sempre a estabilidade das organizações.

Nesse contexto, é interesse do estudo investigar que estratégias aparecem em destaque e trabalhar o direcionamento de raciocínios e leituras qualitativas do turismo, com base na reflexão de sua imbricada natureza com o cotidiano e (re)construção da práxis e dos seus contextos (EDENSOR, 2001). No Ceará, as práticas do turismo são forjadas nos bastidores e refletem múltiplos interesses, com ênfase nos pertinentes à manutenção de poderes locais, ao enriquecimento empresarial e à construção de filtros sociais que orientem as

---

<sup>51</sup> Externalidade: impactos das ações da atividade turística, geralmente associadas ao meio ambiente e ao cotidiano das populações circundantes, cujos efeitos podem ser positivos ou negativos, benefícios ou danos/custos, respectivamente.

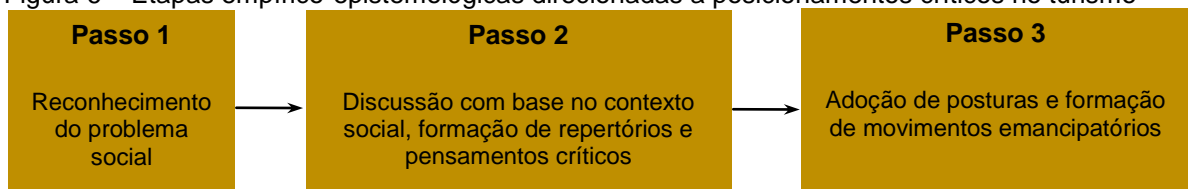
leituras do fenômeno, objetivando estabelecer a imagem do turismo idealizado, espetacularizado.

Portanto, há que se entender que o turismo no Ceará representa mais do que um fenômeno social, ou uma atividade econômica em destaque. O turismo, como vem sendo articulado, é conectado com o campo empresarial, agrega lobistas de interesses múltiplos, sendo lócus de acordos, área de compartilhamento de poderes e plataforma de articulações. Destarte, defende-se a análise do turismo para além da idealização da atividade como área do desenvolvimento regional, incluindo no panorama interpretativo a função ideológica e funcional do aparato discursivo na interposição da construção das realidades observáveis.

Nesse sentido, é através da compreensão dialética das inter-relações (organização e estratégias) forjadas na área do turismo que se busca a criação de repertórios, raciocínios críticos e conhecimentos para a projeção de novos caminhos. No turismo, pesquisas relacionais que deem conta da complexidade do fenômeno e da relação com os sistemas sociais constituem um recurso pouco explorado, sobretudo pela estabilidade dos sistemas que regem a atividade, as quais reforçam hierarquias, posições sociais e inércia à adoção de medidas emancipatórias e de posicionamentos em face dos problemas observados.

Com atenção à questão e com base nas leituras para a confecção da tese, a figura e as explicações a seguir apresentam etapas empírico-epistemológicas direcionadas a posicionamentos críticos no segmento turístico, fundamentado na sequência:

Figura 6 – Etapas empírico-epistemológicas direcionadas a posicionamentos críticos no turismo



Fonte: Elaboração própria (2016).

- 1) Reconhecimento do problema social – No turismo, em uma boa parte dos segmentos que o compõem, existe uma inércia na elaboração do pensamento crítico por parte do ator social. Os problemas são vistos como parte do processo, reforçados pelas hierarquias, jogos de

poderes, falta de informação ou acomodação. Dessa forma, é preciso que se reconheça primeiramente que existe um problema a ser resolvido para elaborar novos raciocínios às questões vivenciadas.

- 2) Discussão com base no contexto social, formação de repertórios e pensamentos críticos – Reconhecido o problema, é possível fomentar debates e questionamentos do problema observado, o que será possível a partir da incorporação de pensamentos críticos e visões da inter-relação do referido problema e do contexto social de cada ator social. Dessa etapa, espera-se uma compreensão mais complexa e realista do problema.
- 3) Adoção de posturas e formação de posicionamentos emancipatórios – Por fim, espera-se que o construto de raciocínio sobre o problema, a aquisição de conhecimento e o entendimento das relações sociais e contextos observados favoreçam a adoção de posturas, retroalimentem sentidos críticos e reforcem posturas emancipatórias, posição adotada pelo analista crítico-discursivo ante os problemas sociais observados.

## 6 DIRETRIZES E IDEOLOGIAS: ANÁLISE DO PDITS

Nesta parte da tese, apresentam-se as análises dos dados coletados e gerados, a saber: o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS – Polo Litoral Leste) e as entrevistas geradas com os grupos de representantes e atores sociais do turismo.

As análises terão como base quatro subseções assentadas nas categorias de análise da ADC: a estrutura genérica do texto; as relações de intertextualidade e interdiscursividade; o significado lexical; e a representação dos eventos e atores sociais. Explicações referentes às categorias de análise escolhidas foram sinteticamente comentadas na terceira parte desta tese (seção 3.4).

Em relação aos trechos escolhidos para as análises, procedeu-se da seguinte forma: tanto para o PDITS como para as entrevistas, inicialmente foi feita uma leitura integral e crítica do material (documento e transcrição das entrevistas), de onde posteriormente foram extraídos os trechos que melhor se adequavam às propostas de investigação do estudo. Os textos<sup>52</sup> das entrevistas foram analisados simultaneamente, de acordo com cada categoria escolhida. Foram citados no corpo da análise os trechos mais pertinentes à compreensão da análise proposta.

Assim, das análises, consoante a dialética da essência/sentidos dos textos e o contexto socioeconômico, político e ambiental do turismo no Ceará, busca-se trilhar interpretações emergentes que auxiliem a aquisição de repertórios críticos das relações e problemas observados e que reforcem novas posturas frente às práticas no turismo. Ressalta-se que as categorias de análise escolhidas, os textos e os trechos são “[...] necessariamente incompleta[os], parcial[is] e aberta[os] a revisão” (RAMALHO; RESENDE, 2011, p. 118).

Explica-se ainda que as análises apresentadas enquadram-se numa perspectiva interdisciplinar da Análise de Discurso Crítica (ADC), assim como a utilização das categorias analíticas apresentadas, o que possibilita adequar essas ferramentas como recurso teórico e metodológico empregável nas mais variadas ciências sociais (FAIRCLOUGH, 2009, 2001), como o turismo.

---

<sup>52</sup> Os textos referem-se às transcrições das entrevistas. Todas as entrevistas (transcrições) foram minuciosamente lidas e avaliadas, porém nem todas tiveram os trechos analisados de acordo com as categorias escolhidas para as análises. Assim, os trechos destacados foram selecionados tendo como referência a combinação de relevância do enunciado e adequação dos mesmos às questões da pesquisa.



## 6.1 Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (Polo Litoral Leste)

O PDITS é o instrumento de planejamento do turismo em uma área geográfica selecionada, tendo por objetivo principal orientar o crescimento da atividade em bases sustentáveis, a curto, médio e longo prazo. Estabelece as bases para a definição de ações, prioridades e tomada de decisão, constituindo-se como um instrumento técnico de gestão (SETUR, 2011).

A versão do PDITS analisada é a de 2013, pertinente ao Litoral Leste, uma das três áreas tidas como prioritárias e polo de desenvolvimento do turismo no Ceará. As outras duas áreas são a Chapada da Ibiapaba e o Maciço de Baturité. O documento é apresentado em dois volumes (tomos). O primeiro fornece um estudo “estratégico de diagnóstico” do polo em relação ao turismo; já o segundo propõe o plano de ação para o desenvolvimento do turismo com base no diagnóstico feito.

Levando em consideração o volume do documento (soma das páginas) e a abordagem das seções que estão divididas em temas técnicos e teóricos, optou-se, para a análise neste estudo, por selecionar os tópicos que tratam do contexto relacionado ao desenvolvimento da atividade, o desenvolvimento sustentável e as práticas sociais. Dentre as seções escolhidas, destacam-se: a apresentação do documento – Tomos I e II –, a abordagem conceitual, os pressupostos para a constituição de um polo, os objetivos do PDITS no Polo Litoral Leste, as estratégias para o desenvolvimento turístico do Polo Litoral Leste e os planos de ação.

A escolha dos referidos tópicos permite contextualizar criticamente, consoante a bibliografia consultada para a fabricação da tese, análises concernentes ao desenvolvimento sustentável do turismo, por exemplo, quando são citados no PDITS, nos trechos destacados a seguir, enunciados dissonantes das práticas verificadas no desenvolvimento da atividade.

Estimular a promoção da educação ambiental da população e dos turistas visando o estabelecimento de uma visitação responsável e monitorada, evitando o comprometimento da capacidade de recepção de turistas e o prejuízo à qualidade da experiência da visitação. Subsidiar políticas de fortalecimento institucional visando promover o dinamismo econômico local, a partir de uma estrutura de gestão fortalecida e autônoma, baseada nas várias forças locais, para que todos os municípios se beneficiem do turismo simultaneamente e paralelamente possam gerir coletivamente a atividade. (PDITS, Tomo I, 2013, p. 43).

### 6.1.1 PDITS: análise da estrutura genérica

O gênero do discurso se reporta a tipos relativamente estáveis de enunciados, compostos por determinado conteúdo temático, estilo e estrutura de composição, marcando as mais variadas esferas de comunicação (BAKHTIN, 1979). É possível, portanto, mediante a análise das estruturas textuais, tais como estruturas sintáticas, destaques lexicais e ordenamento das ideias ao longo do texto, revelar relações entre a produção do discurso e as ideologias que o amparam.

A identificação das especificidades gerais das estruturas analisadas (textos) facilita traçar correlações com o contexto que se quer analisar, como também o posicionamento de questionamentos. No estudo, a combinação da análise do enunciado e da estrutura contribui para a localização dos problemas atinentes às marcas discursivas dos seus enunciadores e qualifica as questões levantadas anteriormente neste trabalho acerca das práticas discursivas e das relações sociais na área do turismo.

A exposição feita na segunda parte desta tese relaciona-se diretamente ao que se discute neste tópico, haja vista que se considera, a título de análise, a comunicação oficial e seus enunciados como uma síntese de intenções e ideologias do grupo formulador/gestor. Nesse contexto, Bazerman (2005) fala de como os textos se relacionam com o conhecimento e as relações/produções sociais, cuja identificação do gênero ajuda a distinguir sistemas da atividade comunicativa. Situar o gênero e suas funcionalidades é revelador quando se deseja traçar a análise social, como proposta na tese, haja vista que, ao expor questões, defesas de ideias ou omissões, concomitantemente se introduz “[...] diferentes atividades, padrões interativos, atitudes e relações” (BAZERMAN, 2005, p. 23).

No turismo, a comunicação oficial é respaldada pelo campo político e grupos empresariais de poder, que influenciam nas decisões do perfil e volume de investimentos que será destinado para cada território turístico. Essa situação favorece a “aceitação” dos enunciados provenientes dos órgãos oficiais, também o conjunto de ideologias, imagens e visão do mundo exposto, estabelecendo uma espécie de *frame*<sup>53</sup> de compreensão/interpretação na comunicação no turismo.

---

<sup>53</sup> Na concepção de Van Dijk (1977), o termo “*frame*” reporta-se a quadros ou elementos arbitrários de conhecimento organizados em torno de conceitos, identificados como convencionais/naturalizados e típicos de certa cultura ou campo social.

Nesse contexto, os mecanismos intertextuais, interdiscursivos e deônticos têm função estratégica de produção e amparo na forma de como o enunciado é elaborado e será transmitido, o que resultará na sua eficiência como aparato sociodiscursivo.

Embora a identificação do gênero, através de suas características, seja útil para atribuição e interpretação dos sentidos dos documentos (BAZERMAN, 2005), essa identificação é parcial e depende de características de cada indivíduo no que concerne à formulação das conexões interpretativas do objeto, considerando ainda a naturalização das ideias expostas nos documentos por adaptações cognitivas e sentimento de “impotência” perante o pronunciamento oficial.

A avaliação da estrutura genérica do PDITS, neste tópico, fundamenta-se nas indicações de Bazerman (2005) e Fairclough (2003), que, no contexto geral, sugerem atenção com a identificação dos elementos abstratos e estruturas textuais não percebidos à primeira vista, como posicionamentos, defesas, omissões, sentidos ou qualquer outro elemento transmitido por meio do enunciado que guarde intenções posicionadas, interesse e ideologias do enunciador.

O PDITS pertence a um gênero identificado como um documento oficial de planejamento, elaborado para expor o conjunto de diretrizes administrativas, concepções e ações estaduais voltadas à gestão territorial e ao desenvolvimento do turismo sustentável nos polos turísticos selecionados. É um projeto desenvolvido pelo Ministério do Turismo (MTur), o qual integra o macroprojeto de planejamento do turismo nacional.

Assim, o documento segue uma organização de construção pautada em tópicos, subseções, mapas e imagens sequenciadas a conotar organização administrativa, conhecimento técnico e desencadeamento eficaz de execução das diretrizes, partindo do diagnóstico, passando pela exposição de estratégias e indo até os planos de ação. Essa forma de estruturação do documento delinea uma cognição em que os temas, palavras e ideias acabam por estimular no leitor modelos interpretativos, ao mesmo tempo que cumpre uma estratégia de produção ideológica para o enunciador.

A sequência de exposição dos tópicos, assim como a nominação dos mesmos, dá identidade ao documento e tem função conotativa de conhecimento técnico e integrativo em termos de conexão organizacional, de participação social e principalmente de exposição de medidas referentes ao desenvolvimento sustentável

dos polos turísticos. Assim, a estrutura do documento, somada à sequência dos tópicos e ênfases dos títulos das seções, faz parte da arquitetura textual e auxilia diretamente na impressão e aparência genérica do documento. A seguir, expõem-se os tópicos e subtópicos que compõem o sumário do PDITS; chama-se a atenção para o tópico “Estratégias para o desenvolvimento do Polo Litoral Leste”, Tomo II, que, embora elenque a gestão ambiental, evidencia o foco do planejamento direcionado à construção de infraestrutura, comercialização do produto e fortalecimento institucional, elementos que reforçam a adoção do perfil do turismo de sol e praia no Ceará.

Quadro 3 – Sumário do PDITS (tópicos e subtópicos)

<b>SUMÁRIO</b>	
<b>PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL (PDIT/LITORAL LESTE)</b>	
<b>Tomo I</b>	
<b>Consolidação dos municípios, objetivos e diagnóstico estratégico</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TÓPICOS – Apresentação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Abordagem conceitual</li> <li>– Pressuposto para constituição de um polo</li> </ul> </li> <li>• <b>Consolidação dos municípios do Polo Litoral Leste</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Perfil turístico da região</li> <li>– Caracterização geográfica – A influência do clima e das paisagens naturais</li> <li>– Caracterização político-institucional e administrativa</li> </ul> </li> <li>• <b>Objetivo do PDITS no Polo Litoral Leste</b></li> <li>• <b>Diagnóstico estratégico</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Caracterização territorial</li> <li>– Identificação das pressões sobre o turismo</li> <li>– Análise do estado atual do polo</li> <li>– Análise dos impactos na atividade turística</li> <li>– Respostas – Legislação aplicável e investimentos</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Tomo II</b>	
<b>Estratégias de desenvolvimento turístico, planos de ação, <i>feedback</i>, referências e anexos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TÓPICOS – Apresentação</b></li> <li>• <b>Metodologia para elaboração das estratégias e planos de ação de desenvolvimento turístico</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Análise SWOT dos temas abordados pelo diagnóstico do PDITS Litoral Leste</li> <li>– Uso atual ou potencial dos municípios e capacidade de carga de seus atrativos</li> </ul> </li> <li>• <b>Estratégias para o desenvolvimento turístico do Polo Litoral Leste</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Estratégias de infraestrutura e serviços básicos</li> <li>– Estratégias de produto turístico</li> <li>– Estratégias de gestão ambiental</li> <li>– Estratégias de comercialização</li> <li>– Estratégias de fortalecimento institucional</li> </ul> </li> <li>• <b>Plano de ação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fichas de projetos</li> </ul> </li> <li>• <b>Matriz de investimentos</b></li> <li>• <b>Metodologia para o acompanhamento e avaliação de resultado dos projetos do Polo Litoral Leste – <i>Feedback</i></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Projetos priorizados</li> <li>– Análise da capacidade de carga – Parâmetro para avaliação dos resultados dos projetos</li> <li>– Mecanismos de controle</li> </ul> </li> <li>• <b>Referências e Anexos</b></li> </ul>	

Fonte: PDITS (2013).

Ao relacionar diretrizes e ações traçadas no PDITS à checagem das materialidades das mesmas e à relação com a prática social, além da constatação de disparidades dessa relação, o que se deseja destacar é que existem funcionalidades atreladas à elaboração dos enunciados e à exposição das ideias no documento. O PDITS, por exemplo, é uma das formalidades exigidas pelos bancos financiadores para a liberação de repasse de recursos aos estados e municípios; além disso, ocupa centralidade como política de planejamento socioeconômico e ambiental nos polos turísticos, exercendo forte influência na constituição das práticas locais.

A esse respeito, Van Dijk (2010) comenta que a estrutura do discurso político, na elaboração dos textos (discursos, documentos), prioriza uma relação imediata (de funcionalidade, interesse) entre o evento e o contexto. Van Dijk (2005, p. 27) interliga a produção do discurso à construção de um “modelo mental” que conecta as estruturas dessa produção no que diz respeito a texto e contexto e a estruturas linguísticas e ideológicas, um sistema complexo que “[...] controla todos os aspectos de produção do discurso e sua compreensão”.

Nesse contexto, para a análise do PDITS, há que se discutir o conceito de forma e conteúdo. Como forma, o documento cumpre seu papel como gênero do planejamento oficial e embute implicitamente estruturas e padrões desejáveis. Contudo, a análise do seu conteúdo, principalmente com base na sua relação das materialidades e prática social, revela disparidades, ênfases, interesses e omissões que demandam análises qualitativas pertinentes à elaboração, funcionalidade e execução do plano como organismo capaz de promover a “[...] qualidade de vida da população de uma região”, como defendido no documento (PDITS, Tomo I, p. 20). Ressalta-se a relação dinâmica entre forma, conteúdo e sentidos construídos: um conjunto de elementos que embute uma estrutura ideológica a fim de normatizar e validar os planos projetados. A esse respeito, Martínez (2012, p. 125) destaca a interposição da ADC na avaliação das pessoas com suas práticas e as “[...] pretensões ideológicas de discursos manipuladores” amalgamados no processo.

Desse modo, como exemplo, cita-se a falta de clareza da forma como serão executadas as diretrizes traçadas, ou a pouca ênfase com que a variável ambiental é tratada, sendo citada a importância de gestão da mesma, mas omissa quanto à maneira com que será feito o monitoramento dessa gestão, revelando pouca atenção dada à continuidade do planejamento. A questão evidencia o

interesse primeiro de elaboração do documento com o intuito de cumprir as formalidades necessárias para a obtenção dos recursos de empréstimos, o que afetará diretamente a exequibilidade do programa.

Nesse panorama, Thompson (1995, p. 83) explica que “[...] relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas pelo fato de serem ocultadas, negadas, ou obscurecidas, ou pelo fato de serem representadas de uma maneira que desvia nossa atenção”, uma operação ideológica denominada *dissimulação* pelo autor. Assim, em termos de análise de gênero, um questionamento importante e, no texto em análise, essencial vincula-se ao propósito discursivo/ contextual do texto (FAIRCLOUGH, 2003).

### **6.1.2 PDITS: análise da intertextualidade e interdiscursividade**

Enquadrar o PDITS como um gênero de documento oficial do planejamento turístico regional facilita no entendimento da constituição do mesmo no que diz respeito à interdiscursividade, proveniente de outras falas, como os suportes político-institucionais utilizados para reforçar ideias e posicionamentos (interdiscurso).

No turismo, os dois elementos de constituição discursiva são ferramentas que normatizam os enunciados na atividade, revelando-se uma das marcas de gênero discursivo evidenciado. A situação parte da constituição administrativa e política da atividade, geralmente comandada por relações hierárquicas de poder, cujos discursos são aceitos sem muitos questionamentos e, sendo relevantes para o contexto social, reproduzidos em cadeias discursivas explícitas. Há, assim, com poucas exceções, uma relação hierárquica dialógica que influencia diretamente as práticas comunicativas e comportamentais (percepções) nas práticas sociais. Na tese, essa é uma das razões a ser defendida para a criação de repertório crítico visando à interpretação do sistema de relações que permeia o turismo, na direção de avaliar as formas subjetivas de dominação e as estratégias de racionalização, universalização e naturalização nos enunciados do turismo.

Com base em Ramalho e Resende (2011), o interdiscurso refere-se a maneiras particulares de representar aspectos do mundo (categoria representacional); já o intertexto (categoria acional) é a forma com que se constroem textos com base em fragmentos de outros textos. Um aporte discursivo importante de construção de

sentidos coletivos que, ao se estabelecer discursivamente, torna-se ferramenta potente de manutenção do *status quo*.

Assim, por trás do texto encontra-se a produção de sentidos/sistemas nem sempre fáceis de serem identificados, acabando por influenciar e articular interesses particulares e disciplinar as relações sociais. Essa é uma prática no turismo do Ceará, e o interesse está na organização social dessas relações, que, mediadas intertextualmente, recorrem a discursos particulares e “[...] organizam as relações sociais de forma a reforçar poderes e privilégios” (MAGALHÃES, 2011, p. 222).

Nesse contexto, o texto em análise constrói sua identidade pautada em interdiscursos e intertextos que subsidiam e delineiam marcas retóricas no segmento turístico, como a do desenvolvimento sustentável. Assim, o enunciador constrói sentidos e reforça imagens do planejamento (texto) regional eficaz, revelando marcas enunciativas de construtos identitários e sentidos associados, com ênfase àqueles concernentes às questões ambientais, do bem-estar social e do desenvolvimento sustentável, elementos transversais e comuns nas instâncias administrativas do turismo.

No texto em análise, observa-se uma interconexão com vários outros textos, os quais servem de suporte à promoção do PDITS como o planejamento ideal que proporcionará o desenvolvimento do turismo regional e reafirmam a atividade como prioritária nas políticas públicas do estado, cujos investimentos visam ao posicionamento competitivo dos territórios turísticos nos cenários nacional e internacional. Sendo assim, os textos que compõem as políticas do turismo são marcados por estratégias ideológicas de convencimento, a exemplo da construção de cadeias de raciocínios e defesas que justificam determinadas relações sociais (racionalização), ou a relação de processos históricos vividos para justificar a tomada de decisões atuais (naturalização) (THOMPSON, 1995). O mapeamento e a utilização das referidas estratégias funcionam como chaves que auxiliam a sobreposição de contextos, com vistas a atingir determinados objetivos ou escamotear as reais intenções dos seus proponentes.

Assim, o “empréstimo” de elementos discursivos aceitos e que circulam no contexto social pode servir como auxílio à definição do lugar e papel representado pelos atores nos discursos. No PDITS, a investigação desses mecanismos, materializados nas concepções e diretrizes do projeto, também é um lugar para entender quais ideologias e campos de poder inter cruzam-se e complementam-se na

organização e produção das imagens e sentidos que se apresentam à sociedade e *trade* turístico, especificamente. O sentido da investigação volta-se para os princípios que moldam as representações sociais e o compartilhamento dessas ideias pelos membros do grupo. Por exemplo, no turismo a ideia de desenvolvimento regional é um recurso enunciativo que denota desenvolvimento sustentável e integrativo.

Outra questão que diz respeito à análise é a identificação do interdiscurso que ampara as justificativas das decisões e ações que se planejam/projetam para o desenvolvimento da atividade nas políticas públicas do turismo. No PDITS, a utilização dessas estratégias discursivas é fundamental para a constituição do texto político-burocrático, que incorpora à perspectiva do planejamento e administração regional traços da economia globalizada e da exploração territorial (“processo de globalização”, “movimento de unificação dos espaços geográficos”, “seus recursos”, “tendência do uso comum dos territórios”, “oferta de serviços”, “atendimento à demanda do mercado”).

Entre as estratégias de construção cognitivo-ideológicas de produção do discurso turístico, a argumentação e a retórica, amparadas em números e estatísticas, a citação de casos bem-sucedidos em outros destinos e as justificativas de alinhamento da realidade regional/local aos perfis internacionais de desenvolvimento turístico são alguns dos padrões utilizados. Os referidos elementos argumentativos embasam os pontos de vista do enunciador e trazem objetividade, credibilidade e confiabilidade aos discursos, os quais remetem a evidências do emprego de intertextualidade e interdiscursividade. Destacam-se os seguintes exemplos argumentativos no PDITS:

*É válido lembrar, ainda, que os investimentos feitos pelos governos federal e estadual, para a recepção do megaevento da copa do mundo de futebol em 2014, não podem deixar de ser citados como um mecanismo, ainda que indireto, para atração de investimentos no setor turístico, já que tal evento é considerado uma oportunidade de exposição de grande alcance junto a públicos diversos. Um ponto positivo para a atração de investimentos para o turismo no litoral leste que não pode deixar de ser mencionado é o término das obras que duplicam a CE-040, o que, certamente, irá incrementar o turismo na região aqui analisada e servirá de incentivo para a atração de novos investidores para a área. (PDITS, Tomo I, p. 325, grifou-se).*

A seguir, citam-se alguns trechos pertinentes às questões suscitadas. Para uma melhor compreensão, os trechos em itálico referem-se aos enunciados do documento (PDITS), seguidos pelos comentários do autor.



Dentro desse contexto, a atividade turística tem se mostrado capaz de *influenciar de maneira decisiva* o processo de produção do espaço, *impactando diretamente no ordenamento do território* com o objetivo de atender a demanda do mercado globalizado e, ao mesmo tempo, *proporcionando um incremento na dinâmica socioeconômica* de um determinado núcleo receptor. No nordeste, em especial, o turismo encontra *forte potencial* em razão de suas belezas naturais e riquezas culturais peculiares. (PDITS, Tomo I, p. 13, grifou-se).

Os trechos mostram um interdiscurso relacionado com as propostas e diretrizes do Plano Nacional de Turismo (PNT, 2013a, p. 47), que visam ao desenvolvimento da atividade através da “[...] diversificação da oferta com o incremento de diferencial competitivo de destinos e roteiros turísticos”. Essas diretrizes são transversais às políticas públicas do turismo estadual e moldam os enunciados locais mediante um estilo discursivo pautado em referências positivas do cenário turístico. O discurso positivo, em outro momento, é reeditado para apoiar/justificar as posturas e tomadas de decisão do enunciador no que tange à necessidade de cumprimento de normas estabelecidas pelo Governo Federal. O primeiro trecho referencia as políticas do MTur que recorrem à ênfase do desenvolvimento socioeconômico dos estados e municípios por meio do turismo; já o segundo reporta-se ao discurso político e governamental verificado no Ceará desde a década de 1980, fundamentando-se em uma proposta de gestão e modernização política do estado, sinalizando o turismo como uma das atividades emergentes da economia e centralizando as potencialidades naturais litorâneas como diferencial competitivo e recurso a ser explorado.

A esse respeito, Cavalcante (2012) avalia que as mudanças socioespaciais ocorridas no Ceará são parte das “novas dinâmicas da racionalização capitalista que operam no estado”, com destaque para o turismo e suas formas de exploração. Assim, o turismo no Ceará não é “uma atividade como qualquer outra”, como afirma Cristiano (Anexo I), representante da Setur, mas é parte de um sistema político-econômico que produz/imprime discursos/imagens e articula-se estrategicamente com outros segmentos a fim de garantir a continuidade de projetos que constituem os referidos sistemas.

Para isso, o *marketing* turístico e os recursos governamentais a ele destinados reificam cenários naturais e culturais, posicionando a “sedução” como um elemento enunciativo presente na promoção do Ceará turístico. O recurso natural é o cerne dessa sedução, que, trabalhado pelos vários concorrentes capitalistas,

encontra no turismo a atividade ideal para desenvolvê-la com o objetivo de crescimento e geração de riqueza.

No PDITS, o turismo é posicionado como o elemento de convergência de investimento e políticas para o desenvolvimento regional, no qual se desenvolve uma cadeia político-discursiva que ampara a administração do turismo no Ceará. Dessa forma, apoiado nas diretrizes federais, o enunciador posiciona suas ideias, ressaltando ou eclipsando o que seja conveniente.

Essa perspectiva de posicionar elementos, pessoas, ideias e visões conforma elementos identificados e relacionados por Thompson (1995) como pertinentes aos modos de operação ideológica e às estratégias de construção simbólica. Entre os elementos de operacionalização, destaca-se a “reificação”, segundo a qual os “[...] processos são tratados como coisas, ou como acontecimentos de um tipo quase natural, de tal modo que seu caráter social e histórico é eclipsado” (THOMPSON, 1995, p. 87). O caráter sócio-histórico do fenômeno é diluído na dimensão e lógica da sociedade construída, pautando-se em elementos práticos, no desenvolvimento de ações qualitativas e integrativas, como quando se posiciona o campo social no cerne das ações.

Nesse panorama, como citado no texto analisado (PDITS, Tomo I, p. 18), o turismo é reificado como o mecanismo que “[...] pode ajudar no desenvolvimento das localidades pobres”, que, apesar da condição passiva e de carência, ainda “[...] possuem recursos naturais abundantes, como é o caso de muitos municípios do estado do Ceará”. Este é, então, o grande plano: a “[...] ajuda virá por meio do aproveitamento das potencialidades”, esperando-se apoio e participação da comunidade com vistas a potencializar “a vocação turística” e demonstrar o “potencial real” de transformação das localidades. Só assim será possível melhorar “a geração de postos de trabalho destinados à população local”, afastando a situação de pobreza e mudança de *status* social por intermédio da reformulação da imagem administrativa local, visando a atrair “investimentos privados e treinamento profissional para as populações residentes”.

Esse é o grande plano que garantirá uma “melhor qualidade de vida dos habitantes”, um processo que se naturaliza através do discurso, uma organização social que constrói cognitivamente posições dos membros nos grupos, reforçando os sistemas político e econômico, assim como o sistema de domínio. Como descrito, ideologicamente o enunciador administrativo/planejador posiciona-se como o

articulador do complexo sistema que compõe o turismo. A ele é atribuída a capacidade técnica de atuação e negociação que viabiliza a melhora das relações sociais e de sobrevivência do cidadão.

A seguir, demonstram-se construções discursivas com citações diretas e indiretas de fragmentos de discursos políticos, empresariais e da Setur, de forma a delinear no leitor/ouvinte organicidade e tecnicidade e, como grifado, estabelecer panoramas que remetam à “sustentabilidade”, “eficácia” e “governança”. Ressalta-se que, ainda que se deixe clara a importância de se “fortalecer a articulação” entre o “administrador” e os “representantes dos municípios”, o que se denuncia é que na prática essa relação é falaciosa e que serve mais como marca retórica do discurso político.

Os PDITS são instrumentos de *planejamento do turismo* que têm por objetivo principal *orientar o crescimento do setor em bases sustentáveis*, em curto, médio e *longo prazos* [...]. Deve, portanto, constituir o instrumento técnico de *gestão, coordenação e condução das decisões* da política turística e de *apoio ao setor privado*, de modo a *dirigir seus investimentos e melhorar a capacidade empresarial* e o acesso ao *mercado turístico*. Considerando a dinâmica da atividade turística no estado do Ceará, *cujo desenvolvimento impõe uma permanente articulação entre os diversos setores*, [...] fez-se necessário um *trabalho de revisão e atualização* da primeira versão dos PDITS [...]. Neste *trabalho de revisão e atualização*, *buscou-se fortalecer a articulação entre a autoridade responsável pelo desenvolvimento turístico e os representantes dos municípios do polo*, do *trade turístico*, *além de outras instituições* cujas funções são correlacionadas, no sentido de *proporcionar compartilhamento, cooperação e integração* das atividades da produção turística. (PDITS, Tomo I, p. 14, grifou-se).

No turismo, o emprego de conceitos atinentes à sustentabilidade socioambiental confere consideração ética e princípios de governança à figura do enunciador. Essa abordagem também é um recurso construtivo do planejamento turístico, assim a operacionalização de enunciados dessa ordem denota uma sistemática organizativa e coerente com os trâmites legais voltados à melhoria das condições de vida das comunidades turísticas.

Na contestação desse discurso, Coriolano e Leitão (2008, p. 470-471) denunciam que “[...] os projetos públicos e privados para o setor turístico constroem-se pelos mesmos modelos mentais e mesmas bases semânticas fundadas na imagem do ‘turismo-mercadoria’”, em que a atividade significa apenas mais produto agendado a ser explorado. Existe, assim, um discurso legitimador que “reifica” o turismo como mercadoria a ser explorada como uma espécie de “consignação” às

propostas de desenvolvimento social – turismo como fonte de renda e divisas em detrimento de um custo socioambiental não contabilizado adequadamente.

Aspectos relacionados ao desenvolvimento sustentável no campo do turismo é um forte recurso retórico. No texto analisado, esse recurso é realçado durante todo texto, em trechos como: “Vale ressaltar ainda a importância de haver uma legislação ambiental forte, aplicada e fiscalizada, pois se deve partir do entendimento que a base da atividade turística na região são os atrativos naturais, portanto estes deverão ser preservados”. No PDITS, embora se saiba que o real foco administrativo do turismo seja o incremento da demanda e a organização do território para o desenvolvimento econômico da atividade, a adequação legal ao enunciado destacado é agendada por fragmentos do interdiscurso da preservação ambiental e adequação da atividade turística aos trâmites legais, como no trecho adiante:

[...] as atividades turísticas a serem desenvolvidas nos municípios do polo litoral leste devem ser amparadas em instrumentos reguladores do uso e ocupação do solo nas cidades, que atendem, principalmente, para a estruturação da expansão urbana, visando não induzir um crescimento que interfira de forma negativa no meio ambiente. (PDITS, Tomo I, p. 312-313).

### **6.1.3 PDITS: análise das escolhas lexicais**

“Um enunciado absolutamente neutro é impossível” (BAKHTIN, 1997, p. 308). Nesse contexto, explica o autor que a relação valorativa (de intenções) com o objeto do discurso também é determinante na escolha dos recursos do enunciado – a exemplo das seleções lexicais. Nesse panorama, uma questão que se elenca é entender a utilização e utilidade das palavras no discurso do enunciador em contextos específicos, de sorte a esclarecer quais as intenções discursivas embutidas na elaboração dos enunciados, ou seja, o entendimento da relação do emprego lexical como recurso discursivo na comunicação.

Da mesma forma, Fairclough (2001, p. 105) relaciona a lexicalização como foco de análise de significância política e ideológica nos discursos, por exemplo, mediante domínios lexicais (frequência de lexicalização), e ainda “[...] como os sentidos das palavras entram em disputa dentro de lutas mais amplas”. Para o autor, a palavra é uma das características mais distintivas do discurso. Ele postula que as palavras “[...] ‘lexicalizam’ o mundo de maneiras particulares” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 129).

No discurso do turismo, a utilização do recurso lexical ocupa diferentes funções. No texto em análise, a racionalidade da “relexicalização” ou a ênfase lexical de determinados termos, como “desenvolvimento sustentável” e “inclusão social”, funcionam como recursos discursivos (ferramentas) que amparam construções ideológicas e de sentidos. Com referência ao PDITS, a lexicalização e o posicionamento dos mesmos, encaixados de forma estratégica nos enunciados, evidenciam a intenção de criação de sentidos, por exemplo, quando se emprega determinado termo/palavra sequenciado/a pelo posicionamento do enunciador, associando-se estrategicamente ao que foi citado, com o objetivo de produzir sentidos associativos e formação de imagens posicionadas do enunciador, como no trecho à frente:

[...] entende-se que o turismo pode *ajudar no desenvolvimento das localidades pobres* e que, ao mesmo tempo, possuem *recursos naturais abundantes*, como é o caso de muitos municípios do estado do Ceará. Esta *ajuda* virá por meio do *aproveitamento* [exploração] das potencialidades, de modo a *promover* a geração de postos de *trabalho* destinados à *população local*, *atração de investimentos* privados, treinamento profissional para as populações residentes, dentre outros.

.....  
 Levando-se em conta o cenário provável de forte *incremento da atividade turística* no polo litoral leste, *faz-se necessário planejar e efetivar ações das mais diversas*, seja do poder público, da sociedade local ou do setor privado, para *ampliar, consolidar e fortalecer* todos os elos da cadeia produtiva do turismo, *criando emprego, renda, tributos*, além de proporcionar *bem-estar à população local* e *retorno financeiro* aos investidores. (PDITS, Tomo I, p. 18; 31, grifou-se).

Como citado acima, o emprego de determinados léxicos, considerando a intrínseca relação do campo político-econômico no desenvolvimento do turismo regional, denuncia a intenção ideológica de produção semântica do elenco de determinados termos com função de atender aos objetivos do enunciador. As referidas intenções são evidenciadas pela associação tendenciosa de termos como “ajudar” e “desenvolvimento”, “promover” e “trabalho”, “efetivar ações”, “ampliar/consolidar emprego/renda” e “retorno financeiro”.

Assim, o ato de perceber essa associação e as intenções dos enunciados não se faz pela combinação pareada dos termos em si, mas pela maneira como são explorados e espelham-se no contexto político-social em que se desdobram as políticas públicas do turismo. Como explica Maingueneau (1997, p. 130), em qualquer análise em que se foque o discurso o estudo do léxico ocupa lugar importante, em questões como a de que o termo se constitui do dispositivo

complexo, de modo a “[...] examinar as unidades lexicais como elementos singulares integrados às estratégias locais”.

Da mesma forma, outra questão importante na análise textual é a omissão de termos/palavras/raciocínios que suscitem no leitor uma reflexão crítica das ideias estabelecidas, como quando se menciona que “[...] as falésias são ambientes de grande fragilidade e, por essa razão, requerem um bom planejamento da atividade turística, visando evitar processos de degradação e desgaste destas feições”, mas não se faz referência à forma como essas falésias estão sendo utilizadas diariamente para a estruturação dos passeios turísticos. Assim, com referência às falésias, o texto explica que a área é “um ambiente frágil” e que “o local compõe uma belíssima paisagem em conjunto com as águas verdes” dos mares locais, destacando o “potencial paisagístico”, as “belezas naturais” e os “recursos naturais abundantes” como aspectos destacados da oferta turística local.

Sobre a questão, Van Dijk (2010) analisa que sociedade e cognição fazem parte do mesmo campo constitutivo e lembra que um componente relevante do exercício e manutenção do poder baseia-se em elementos como aceitação e consensos, revelando a importância de análise do “papel estratégico do discurso (ou da omissão dele) e de seus agentes” como estrutura de formação cognitiva. A situação, assim, evidencia a lógica de criação de uma aparência positiva dos enunciados, tirando o foco de questões e debates emergentes que seriam essenciais para a avaliação crítica do plano (planejamento) apresentado. Nesses termos, além da aparência da funcionalidade inicial do texto, como o PDITS, em comunicar um plano de gestão, é fundamental identificar as/os palavras/termos encaixados nos enunciados que possam evidenciar lógicas subjacentes ao discurso.

Uma dessas lógicas é a priorização das grandes obras e adaptação das localidades à atividade turística. Assim, “desde 1994, a atividade turística na região tem sido *guiada*” pelo Prodetur/NE)” e desenvolve-se direcionada à estruturação do território, à implantação e ao incremento da infraestrutura turística nas localidades. Nesse contexto, a “gestão do turismo”, o “planejamento” e a “promoção”, apesar de darem ênfase ao papel desempenhado pela administração turística no estado, não citam no “planejamento estratégico com base em um diagnóstico de cada região” as falhas do sistema, como o localismo dos benefícios proporcionados pelo turismo.

Uma possível justificativa para essa omissão se dá pelo planejamento dos destinos pautar-se por “informações do mercado”, “posição competitiva dos polos frente a consumidores e competidores” e “análises da oferta turística em função dos tipos de turismo”, ou seja, foco essencialmente na demanda. O foco no mercado é um perfil administrativo adotado pelos destinos massificados, como o litoral cearense, que se volta prioritariamente a “melhorar as infraestruturas de produção”, o “dinamismo empresarial” e a “obtenção de maiores retornos econômicos e sociais”, postura diferente da que se verifica no turismo de base local, que tem sua estruturação e gestão nucleadas nas demandas da comunidade residente, com direcionamento à preservação das culturas e fazeres tradicionais.

Dessa forma, consoante o contexto administrativo e prático do turismo no Ceará, enunciados que associam binômios como “crescimento e geração de renda” ou “infraestrutura e desenvolvimento local” podem ser interpretados como estratégias de construção simbólica de produção de sentidos. Nos binômios citados, por exemplo, a estratégia ideológica lança mão de pretensos benefícios (visão positiva) a partir de necessárias modificações ou adaptações da realidade local para alcançá-los (eufemização).

As escolhas lexicais contribuem para a textura do texto, da mesma forma que atuam na produção dos sentidos nos discursos. No turismo, a escolha lexical exerce forte função retórica e ideológica de argumentação e persuasão. Nesse sentido, o emprego de termos como “desenvolvimento”, “fortalecimento” e “aprimoramento” é estrategicamente encaixado em explicações e justificativas às diretrizes lançadas nos projetos turísticos, assim como apenas citar as “oficinas participativas” e o “estabelecimento das estratégias” parece garantir o processo de governança, como citado nos trechos adiante.

Numa reflexão crítica, chama-se a atenção à forma genérica e nebulosa com que os termos aparecem nos enunciados, sem especificações precisas sobre o que, como e quem será beneficiado pelas referidas diretrizes. A omissão de especificações deixa margem para que o projeto, sendo aprovados e liberados os financiamentos, possa contemplar apenas os projetos de interesses políticos e empresariais, como costuma ser.

No estado do Ceará, as áreas selecionadas como polos foram: litoral leste, Ibiapaba e Maciço de Baturité, as quais já apresentam *forte potencial turístico* e, por essa razão, necessitam de *estratégias* que

busquem o *aprimoramento de suas imagens* e de suas atrações, a *melhoria de suas infraestruturas*, bem como o *fortalecimento da sociedade civil* e dos setores público e privado.

.....  
Os resultados do presente diagnóstico, em conjunto com os *resultados obtidos nas oficinas participativas* realizadas junto aos representantes dos municípios pertencentes ao polo, *subsidiaram o estabelecimento das estratégias* de planejamento e planos de ação. (PDITS, Tomo I, p. 14; 16, grifou-se).

A relação de crescimento e desenvolvimento sustentável no turismo é cerne da decisão política. Nessa direção, ao traçar paralelos entre as ênfases argumentativas (lexicais) da construção do cenário turístico no Ceará (infraestrutura, gestão municipal e organização dos territórios), evidencia-se uma relação discursiva tensa entre as intenções políticas de crescimento (“infraestrutura”, “serviços” e “mercado”) e a necessária contrapartida em situar o planejamento em parâmetros sustentáveis (“meio ambiente”, “sociedade”, “paisagens naturais”).

Contudo, em termos de sobreposição de intenções, o texto evidencia o “mercado” e a “estruturação territorial” no turismo como prioritários dos enunciados, fato constatado pela cadeia lexical associada ao convencimento da criação de infraestrutura como ideia “irrefutável” e “necessária” que proporcionará a criação de emprego e o desenvolvimento local através do turismo. Já as questões socioambientais aparecem menos exploradas, lexicalizadas, como centralidade e efetivo no texto.

No texto em análise, o uso de vocábulos relacionados à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável ocupa função construtiva de associar as referidas políticas aos parâmetros administrativos vigentes. Numa questão prática, o emprego dos referidos termos, mais do que uma grade de diretrizes e ações filosóficas que embutem a questão, diz respeito à associação pelo emprego de estratégias discursivas político-ideológicas de inserção dos enunciados às exigências estabelecidas no panorama do desenvolvimento sustentável do turismo ou ainda justificativas que amparam as diretrizes estabelecidas nos projetos, como citado nos enunciados a seguir:

[...] a adoção dessa estratégia objetiva dar condições de competitividade às atividades econômicas desenvolvidas naqueles espaços e *condições de sustentabilidade* socioambiental, *contribuindo*, assim, para a *redução das desigualdades* inter-regionais, *interiorizando o desenvolvimento* com *desconcentração econômica*, em consequência, *promovendo o bem-estar econômico e social das populações envolvidas*.

.....



*Fortalecer o turismo de sol e praia como segmento âncora, complementado pelo turismo cultural, de aventura e de negócios/eventos, valorizando a vocação natural do litoral leste bem como sua proximidade com a capital, tornando a região mais competitiva e não dependente de um único tipo de atrativo, ao mesmo tempo orientando gestores, visitantes e comunidades a respeitarem o meio ambiente visando o desenvolvimento da atividade turística de forma sustentável. (PDITS, Tomo I, p. 18; 41, grifou-se).*

Outro recurso utilizado é a combinação/posicionamento lexical de termos que remetem a uma preocupação do planejamento e administração das questões ambientais. Como no texto que segue, em que o termo “ecossistemas” associa-se a “relevância”, “fragilidade”, “atenção especial” e “poder público”. Entende-se que a citação dos termos imbricados evidencia mais o interesse em incluir no planejamento (PDITS) uma suposta preocupação com o crescimento das localidades e sistemas ambientais litorâneos do que uma intenção efetiva em controlar o crescimento local em favor da preservação das áreas.

O polo litoral leste se encontra na região norte do Estado do Ceará, e seus 10 municípios componentes estão distribuídos na zona costeira, a qual abriga um *mosaico de ecossistemas de alta relevância ambiental*, cuja *diversidade* é marcada pela *transição de ambientes terrestres e marinhos*, com interações que lhe conferem um *caráter de fragilidade* e que em decorrência disso requerem *atenção especial do poder público*.

.....  
 Uma *visão somente economicista* poderá *suplantar interesses ambientais* e até sociais, criando *alternativas de crescimento* e não de desenvolvimento econômico, mas também *problemas* cuja solução seja difícil em curto prazo. A atividade turística exerce um papel fundamental na economia de alguns municípios, e por essa razão *deverá ser regulamentada e fiscalizada*, assim como a população *deverá estar inserida* no processo *como um todo*. (PDITS, Tomo I, p. 62; 115, grifou-se).

Assim, a ideia dos benefícios da constituição dos polos como modelo de gestão voltado para o desenvolvimento regional do turismo é construída através de enunciados que se reportam à eficácia das decisões adotadas e à anuência de instâncias administrativas superiores (MTur), principalmente utilizando-se da abordagem de possíveis benefícios proporcionados aos campos socioambiental e econômico como elemento de convencimento e posicionamento do governo (enunciador) como articulador do processo em que se afirma ao longo do texto a “dependência da economia regional no turismo”. A seguir, cita-se um conjunto lexical descrito no texto como “pressuposto” da constituição dos polos:

[...] *‘integração das ações’, ‘os recursos otimizados’, ‘compromisso inequívoco de consecução de objetivos’, ‘efeitos benéficos’, ‘mesmo além de seus limites espaciais ou fora do alcance direto da ação gerencial’, ‘iniciativa concreta das lideranças governamentais e locais’, ‘desenvolvimento econômico e social’,*

'disposição de *assumir o compromisso* de atingir metas', 'conjunto *articulado e integrado*', '*consecução dos objetivos* e metas do empreendimento', '*o turismo* como uma *força capaz de induzir e manter* desenvolvimento em *muitas* localidades', '*gestão descentralizada*', '*princípios da flexibilidade*', '*articulação*', '*mobilização*', '*cooperação* intersetorial'. (PDITS, Tomo I, p. 19, grifou-se).

Sob esse prisma, o turismo se destaca como política setorial no Ceará, sendo o campo político o articulador do processo. O poder político, como articulador, centralizado no turismo e na força de sua articulação, representação e planejamento, busca o "sucesso" e a "consolidação" da atividade nos mercados nacionais e internacionais, defendendo ainda a continuidade das intervenções políticas e a incorporação de novos modelos de gestão como elementos importantes para "*assegurar, ampliar, consolidar e fortalecer* todos os elos da cadeia produtiva do turismo, criando *mais empregos, renda, tributos*, além de proporcionar *bem-estar* à população local e ao turista".

O cenário, assim, fortalece e centraliza o papel político de seus representantes no processo de fortalecimento e "*articulação entre a autoridade* responsável pelo desenvolvimento turístico e os *representantes* dos municípios", "no sentido de proporcionar *compartilhamento, cooperação* e integração das atividades da produção turística", também como forma de propor "mecanismos necessários para promover o *monitoramento* da evolução da situação do turismo, a *avaliação dos resultados*, assim como base para *futuras revisões* do plano".

#### **6.1.4 PDITS: análise da representação dos eventos e atores sociais**

Diz Fairclough (2003, p. 129): "[...] o discurso se distingue tanto pelas suas formas de representação como por sua relação com outros elementos sociais". Nesses termos, considerando que o turismo é regido por movimentos hierárquicos e de poder, uma categoria importante para a análise do estudo é a representação dos atores e eventos sociais, sendo relevante a análise ainda pela comunicação do turismo e comunicação oficial de diretrizes e projetos, em grande parte, acontecer em eventos pautados pelos órgãos oficiais e na presença de gestores, líderes de opinião, muitas vezes com a presença da comunidade.

Em termos de representação, Fairclough (2003) explica que a questão pode ser investigada do ponto de vista de quais e sob quais formas cada elemento é representado. Nessa direção, a atenção do analista visa a clarear os discursos

particulares e os contextos em que os elementos são representados ou excluídos, da mesma forma que busca investigar a saliência dada a cada elemento, seja ele um evento ou um ator social, haja vista que, por estarem relacionadas a discursos particulares, “[...] as maneiras como atores sociais são representados em textos [discursos] podem ter implicações ideológicas” (RAMALHO; RESENDE, 2011, p. 149).

Para o turismo, esse aspecto é relevante, principalmente no que concerne ao posicionamento institucional/oficial pertinente à representação discursiva dos eventos e atores sociais, dada a exigência atual do planejamento do turismo pautar-se em parâmetros de governança, cuja participação do ator social como protagonista do processo precisa ser destacada positivamente.

Van Leeuwen (1997) lembra que as representações podem incluir ou excluir os atores sociais para servir a interesses particulares. O autor ressalta que “[...] a exclusão tem sido, por direito, um aspecto importante da análise crítica do discurso” (VAN LEEUWEN, 1997, p. 180). Assim como postula Magalhães (2001, p. 218), que defende que “[...] o estudo do discurso é uma forma de debater e criticar a exclusão praticada e representada nas práticas socioculturais”.

Relacionando essas reflexões à análise do PDITS, observa-se no texto um jogo discursivo organizado pela exposição das ideias/temas de interesse do enunciador, seguido por justificativas e explicações positivas que amparam os enunciados. Essa construção não significa apenas uma opção pela organização do texto, mas embute a construção de um “modelo mental” (VAN DIJK, 2005) com funções ideológicas. Por exemplo, no documento a exposição dos enunciados valoriza o “benefício” dos projetos como justificativas que atenuam as críticas, naturalizando processos de aceitação às ideias postas. Essa relação pode ser entendida quando se justificam os impactos causados pelo turismo em detrimento do crescimento da atividade.

*[...] impactando diretamente no ordenamento do território com o objetivo de atender a demanda do mercado globalizado e, ao mesmo tempo, proporcionando um incremento na dinâmica socioeconômica de um determinado núcleo receptor. (PDITS, Tomo I, p. 13, grifou-se).*

Ainda com referência ao trecho destacado, uma estratégia discursivo-ideológica que auxilia a construção cognitiva de raciocínios na área do turismo é a defesa dos argumentos do enunciador apoiar-se na citação de números ou referências que remetam ao crescimento, incremento, demanda, entre outros

fatores, como forma de justificar o planejamento da atividade de acordo com determinadas diretrizes. Assim, os enunciados, apoiados em números ou contextos numéricos, ganham uma áurea objetividade argumentativa e credibilidade. Para Van Dijk (2005, p. 37), “[...] em nossa cultura, os números e as estatísticas são o principal meio para implantar de forma convincente a objetividade”.

No panorama político-discursivo do turismo, ressalta-se ainda a posição de importância assumida pelo planejador/administrador enunciativo como provedor e organismo centralizador que detém o conhecimento técnico, poder de gestão e de organização da atividade turística nos municípios para: “Fortalecimento da capacidade municipal para a gestão”, “Planejamento estratégico”, “Treinamento”, “Capacitação da população local”, “Promoção de investimentos” e “Elaboração de planos”.

No contexto do desenvolvimento sustentável do turismo, a associação da figura do enunciativo às diretrizes citadas é uma estratégia de construção de sentidos no que tange à adoção de políticas integrativas, participativas e de governança, temas essenciais e valorativos de construção da boa imagem administrativa. A análise não recai no significado e relevância dos termos em si para o desenvolvimento sustentável no turismo, mas em como esses termos se articulam com o contexto de acontecimentos e relações e condicionam interpretações e significações específicas (FOUCAULT, 2001). Discurso e construção de sentidos nas práticas sociais, essa é uma das materialidades importantes de investigação do discurso turístico.

Nesse sentido, a localidade e sua população (ator social) geralmente assumem posição figurativa na ação administrativa, seguindo comandos técnicos e políticos hierarquizados, ordenados transversalmente pelas instâncias federal, estadual, municipal. No texto, como citado a seguir, essa relação é atenuada pela citação da participação da comunidade nos projetos ou alinhamento dos mesmos às políticas de governança, embora uma participação efetiva, parcerias colaborativas e acolhimento das demandas da comunidade estejam longe da realidade almejada. A referência do ator social no discurso político e do desenvolvimento é fundamental, contudo “passiva” e “funcional” (PRETTY, 1995) em termos práticos. “Os resultados do presente diagnóstico, *em conjunto com os resultados obtidos nas oficinas participativas realizadas junto aos representantes dos municípios pertencentes ao polo [...]*” (PDITS, Tomo I, p. 16, grifou-se).

Na organização da cadeia produtiva do turismo, o governo assume centralidade como articulador do processo; em âmbito regional, essa centralidade significa poder e proporciona força política. Então, no desenvolvimento e “governança do território”, o turismo ocupa posição de “atividade vocacionada” de geração de riqueza, trabalho e renda. Assim, o governo assume o papel de articulador político que nucleia uma cadeia de promoção de produtos e serviços turísticos, visando a ganhos e aumento de demanda para o destino. Essa relação garante o sucesso do projeto em segmentar e territorializar as regiões em “polos” turísticos.

[...] ao estabelecer programas de governo direcionados para *unidades territoriais denominadas 'polos'*, o governo do estado busca *estimular o desenvolvimento* da atividade turística de *maneira integrada* entre os municípios pertencentes a uma mesma região, seja do ponto de vista geográfico, seja do ponto de vista *político-administrativo*, *instituinto* um ambiente de *cooperação e de maximização* dos esforços empreendidos. [...] com o objetivo comum de *promover o processo de desenvolvimento econômico e social*, construído e apoiado em um *ambiente de parceria e cooperação* entre a *sociedade* e o estado. Vale ressaltar que estas unidades territoriais devem ter a sua *sustentabilidade e desenvolvimento* econômico alicerçados na *identificação e realização de ações prioritárias*, com o envolvimento das *parcerias* institucionais em todos os seus níveis (federal, estadual e municipal), *dos atores locais* (agentes da área considerada) e dos esforços de *suas lideranças*. (PDITS, Tomo I, p. 17, grifou-se).

Desse modo, existe o discurso da conveniência em posicionar, no momento oportuno, elementos que realçam os enunciados, criando uma ideia de integração, gestão eficaz e alinhamento das diretrizes administrativas à sustentabilidade, quando o mercado turístico revela, por exemplo, que os aspectos naturais são vistos mais como um gerador de riqueza e insumo, por possuírem “exuberante costa marítima onde se localizam renomadas praias, as quais vêm recebendo nas últimas décadas grande volume de investimentos públicos e privados”, do que como um elemento a ser cuidado como recurso fisionômico e esgotável.

Da mesma forma, os atores sociais e a comunidade, na conveniente formação do discurso da boa governança do turismo ou da formação ideológica da participação e compartilhamento de poder administrativo, são representados como protagonistas de um “novo papel” do desenvolvimento local.

Portanto, o *enfoque de desenvolvimento* econômico local deverá ser uma *estratégia*, na qual a *comunidade assume um novo papel*: de comunidade *demandante*, emergindo como *agente protagonista* e empreendedor, com *autonomia* e independência [...].

.....  
Dentro da estrutura do sistema econômico do turismo, os trabalhadores diretos *têm uma importância muito destacada*, uma vez que *da sua*

*atuação individual depende a qualidade do produto turístico oferecido. Neste sentido, deve ser qualificado e ter oportunidades de alcançar melhores salários e de ascensão social através do trabalho. (PDITS, Tomo I, p. 17; 334, grifou-se).*

Esse discurso remete a uma série histórica, imprimida com mais vigor a partir dos anos 1980, em que o turismo foi enquadrado como área prioritária do desenvolvimento regional. Nesse panorama, Oliveira (2007, p. 42) contextualiza os movimentos de “modernização neoliberal do estado brasileiro”, que no Ceará incorporou o turismo como projeto econômico e produtor de novas territorialidades voltado ao lazer praiano. É nesse contexto que o turismo assume centralidade como política pública em destaque no Ceará, evidenciado pelo conjunto de ações governamentais direcionado à estruturação de territórios turísticos, apoiando-se na criação/ampliação de macroestrutura, equipamentos turísticos de lazer e atenção especial na atração de fluxo de visitantes para os destinos estabelecidos.

Um ponto crítico e importante no que concerne às políticas públicas do turismo diz respeito ao planejamento da atividade e às novas dinâmicas socioespaciais produzidas nos territórios turísticos. Referente ao planejamento do turismo litorâneo no Ceará, análises avaliativas ainda são raras, evidenciadas pela ausência de “vozes” de contra-argumentação, ponderação, mediação e questionamento que confrontem os enunciados hegemônicos, simulacros e espetacularização do turismo.

Assim, faz-se mister refletir criticamente sobre a questão, debater e ativar *feedback* aos planos traçados e aos discursos que os amparam, como verificado no PDITS, anunciando-se como: “estratégico”, coerente com o “desenvolvimento regional”, “integrativo” e pensado como ferramenta de gestão de “curto”, “médio” e “longo prazo”, contudo falham quando avaliada a empregabilidade das referidas diretrizes na prática social, a exemplo da participação passiva e estrategicamente consultiva reservada ao ator social da condução das ações propostas e contempladas no PDITS.

No documento, a Setur é citada como responsável pelo “monitoramento das obras e demais projetos indicados como de alta prioridade”; já o “monitoramento dos outros projetos (de média prioridade) deverá ser realizado pela prefeitura municipal com a participação das instituições da sociedade civil organizada”.

A esse respeito, há que se analisar a forma de avaliação e cobrança efetiva do desenvolvimento dos projetos e ações, uma vez que as instituições

citadas para a avaliação são as mesmas que lidam diretamente com o recebimento e repasse dos recursos provenientes dos empréstimos pró-turismo. Nesses termos, avaliar a distribuição e emprego efetivo e coerente dos recursos, dos empréstimos e das verbas destinadas ao desenvolvimento dos projetos significa adotar um posicionamento social que reivindica apenas a qualidade administrativa e a concretização do planejamento.

Os enunciados evidenciam interesses políticos e pouca ênfase reservada às questões socioambientais. Por exemplo, quando citadas as escolhas técnicas para a constituição dos polos de desenvolvimento turístico, que fundamentalmente priorizam os “fatores geográficos, geopolíticos e institucionais”. Além disso, quando observadas as áreas turistificadas do litoral cearense, percebe-se o fator político como um dos principais determinantes de agendamento das áreas a serem utilizadas para o turismo. Isso justifica o motivo pelo qual existem áreas com grande potencial paisagístico e cultural e não são cotadas a integrarem as prateleiras dos produtos turísticos regionais.

Nesse âmbito de análise, citam-se no PDITS, como pressupostos para a constituição de um polo turístico, os fatores geográficos, geopolíticos e institucionais, os quais, baseados numa “série de ações integradas e integradoras”, objetivam organizar e melhorar a “estrutura de produção do setor”, de modo a viabilizar “a obtenção de retornos econômicos e sociais” de maneira sustentável. Observa-se que a estrutura discursiva citada embute uma estratégia de produção de sentido a qualificar o contexto político-administrativo do enunciador como coerente e que proporcionará “condições de competitividade” à atividade turística, assim como “sustentabilidade socioambiental” nas localidades, proporcionando “redução das desigualdades inter-regionais” e “promovendo o bem-estar econômico e social das populações envolvidas”.

Assim, no discurso do turismo, há que se investigar as enunciações e esclarecer, por exemplo, que, embora os enunciados do texto indiquem preocupação com a qualidade socioambiental e as externalidades negativas causadas pelo turismo proveniente do “aumento da demanda”, “degradação do polo” e “impactos negativos”, as políticas relacionadas ao meio ambiente e à sociedade e a implementação de diretrizes efetivas nesse âmbito mostram-se ainda incipientes no Ceará.

Malgrado o discurso integrador e integrativo, “o principal fator para visitas ao Polo Litoral Leste é – e deverá continuar sendo – o segmento sol e praia”, posicionamento adotado pelo modelo administrativo regional no Ceará que remete a uma sistemática de territorialização das localidades tendo como base a criação de infraestrutura, incremento da demanda e criação de atrativos, o que se mostra conflituoso com os enunciados do texto em análise, a exemplo da invisibilidade referente à valorização dos modos tradicionais das localidades turísticas. Contudo, o texto cita como objetivos da constituição dos polos turísticos:

*Estimular a promoção da educação ambiental da população e dos turistas visando o estabelecimento de uma visita responsável e monitorada, evitando o comprometimento da capacidade de recepção de turistas e o prejuízo à qualidade da experiência da visita.* (PDITS, Tomo I, p. 43, grifou-se).

A demanda (análise de mercado potencial) é um dos delineadores para a criação do produto turístico nas localidades. No PDITS, “planejamento coerente” significa contemplar “as novas exigências da demanda” como uma das bases do planejamento, o que coloca outros elementos, como a qualidade de vida da população local, em segundo plano no processo, embora termos como “governança” e “desenvolvimento sustentável e participativo” apareçam estrategicamente posicionados quando associados aos enunciados do planejamento e diretrizes administrativas apresentados no texto, como quando se menciona a concepção de desenvolvimento turístico sustentável, entendido como “um ambiente natural preservado e uma comunidade receptora integrada, favorecida econômica e socioculturalmente”.

A participação da comunidade no processo de planejamento é geralmente feita de forma indireta, por intermédio de representantes que nem sempre defendem, conforme se propõem, os interesses da comunidade, como citado no texto em análise, pois coloca em xeque a representação dos conselhos comunitários, que funcionam apenas como uma exigência dos organismos nacionais e internacionais para repasse dos recursos conveniados, servindo apenas de “instrumentos do poder político local”, “compostos por correligionários” cujo foco é a captação de recursos dos referidos organismos. No turismo, o cumprimento de formalidades visando à liberação de repasses financeiros e de acordos políticos e econômicos é prática constante. Nessa esteira, as instâncias administrativas, ao intermediarem processos de decisão, atuam eficazmente na defesa de seus interesses.



O discurso atua estrategicamente na formação ideológica e na formação de sentidos (VERÓN, 1980). No PDITS, além de interventor e articulador do processo, o enunciador atribui ao seu interlocutor (comunidade, *trade* turístico e financiador) posição de observador/avaliador do projeto apresentado, no sentido de observar se “as proposições foram transformadas em ações e resultados, promovendo, assim, o desenvolvimento da região turística conforme planejado”. Dessa forma, cria-se uma (falsa) impressão da autonomia dos referidos observadores em intervirem e corrigirem possíveis falhas no que concerne, consoante citado no texto, ao “[...] desempenho do plano e à execução de suas ações, através da observação entre o que foi planejado e o que se realizou no interstício de tempo em análise”.

#### **6.1.5 Estratégias para o desenvolvimento turístico do Polo Litoral Leste: síntese discursiva**

Associado às análises feitas, a seguir apresenta-se um quadro-síntese das estratégias e diretrizes para o desenvolvimento do turismo no Polo Litoral Leste. O texto apresentado reporta-se aos objetivos e às diretrizes de cada elemento considerado importante/estratégico para o desenvolvimento turístico do polo.

No texto, destacam-se (negrito e itálico) algumas palavras consideradas importantes para montar o panorama discursivo do PDITS. Ao verificar a ênfase, o emprego dos termos destacados e, imprescindivelmente, a associação dos mesmos ao contexto político, socioeconômico e ambiental no qual o turismo se insere, delinea-se um panorama das racionalidades, sentidos, ideologias e práticas sociais que se constrói no turismo.

A concepção defendida, a estrutura para essa análise e a importância da mesma para a formulação de mudança no contexto social fundamentam-se no referencial teórico apresentado no corpo da tese, com ênfase para os estudos de: Fairclough (1989, 2001, 2003), Foucault (2001, 2002), Van Dijk (2010) e Verón (1980). Assim, ao montar esse panorama linguístico-discursivo, associado à análise do contexto social, será montado um panorama discursivo importante do documento PDITS.

Quadro 4 – Síntese analítico-discursiva das estratégias para o desenvolvimento do turismo no Polo Litoral Leste

Estratégia de desenvolvimento	Objetivos	Análise
Infraestrutura e serviços básicos	<b>Consolidar a atividade turística como vetor de desenvolvimento regional, de modo a fortalecer a posição de destaque no turismo cearense e oferecer ao público nacional e internacional o turismo de sol e praia como principal atrativo, complementado pelos demais elementos culturais e ambientais da região [...].</b> (PDITS, Tomo II, p. 26).	A infraestrutura é requisito básico para atingir o desenvolvimento de qualquer atividade econômica, especialmente a atividade turística. (PDITS, Tomo II, p. 26). * A administração do turismo no Ceará preza o investimento em infraestrutura como forma de tornar-se mais competitiva. Os altos investimentos na atividade justificam-se como um quesito necessário/indispensável de propulsão do desenvolvimento regional via turismo.
Produto turístico	<b>Consolidar</b> o Litoral Leste como polo turístico atrativo e <b>competitivo</b> , com <b>qualidade de vida</b> e <b>garantia de sustentabilidade ambiental</b> através de <b>ações planejadas</b> a nível regional e local [...]. (PDITS, Tomo II, p. 32).	[...] os investimentos na área turística devem priorizar planos de trabalho que considerem a sustentabilidade dessa atividade em consonância com a realidade mais ampla com a qual ela se relaciona diretamente. (PDITS, Tomo II, p. 32). * O discurso referente ao produto constrói-se apoiado na administração como vetor do planejamento, centralizando os aspectos socioambientais como norteadores do processo. Essa realidade é conflitante com o tópico anterior.
Gestão ambiental	Consolidar e <b>implementar</b> o Polo Litoral Leste como região turística <b>competitiva</b> , com <b>qualidade de vida</b> e <b>garantia de sustentabilidade ambiental</b> através da <b>requalificação dos espaços, recuperação de áreas degradadas</b> , demarcação física das APPS e do incremento de infraestrutura urbana adequada. (PDITS, Tomo II, p. 39).	A gestão adequada desse ambiente é imprescindível para a conservação e preservação do meio natural e deve instituir práticas sustentáveis para a exploração do turismo na região. (PDITS, Tomo II, p. 42). * Os termos “meio ambiente”, “sustentabilidade” e “desenvolvimento sustentável” são sinalizados constantemente/enfaticamente nos enunciados. Constroem-se através dos mesmos uma vinculação (atenção) do planejamento aos parâmetros do planejamento turístico sustentável, contudo falha, quando avaliadas as práticas do turismo.
Comercialização do produto	Buscar <b>alavancar investimentos, vender destinos</b> e <b>descobrir novos produtos</b> sempre de <b>forma sustentável</b> [...]. (PDITS, Tomo II, p. 42).	* A criação, incremento e comercialização do produto é prioridade no planejamento do turismo local, embora os enunciados usem atenuadores da questão mediante o emprego de termos como “sustentabilidade” e “qualidade socioambiental”.
Fortalecimento institucional	<b>Modernizar</b> , reformular e <b>realinhar as estruturas</b> técnico-administrativas e de gestão vigentes nos municípios do Polo Litoral Leste com vistas à <b>criação de</b> um ambiente favorável ao <b>desenvolvimento sustentável do turismo</b> local e regional. (PDITS, Tomo II, p. 47).	É premente a criação de uma nova governabilidade que venha mudar as formas arcaicas e viciadas da gestão pública. [...] a gestão administrativa profissional, a formação de equipes de alta <i>performance</i> , a transparência e a ética são os vetores que solucionarão, de forma perene, os problemas e marcos críticos [...]. Este projeto visa também ao fortalecimento do conselho (ou fórum) do polo visando a que este possa consultar, discutir e validar ações e mecanismos direcionados ao desenvolvimento do turismo [...]. (PDITS, Tomo II, p. 47-49). * O fortalecimento institucional, feito geralmente de forma indireta por meio de elementos qualitativos discursivos e construção da imagem do espetáculo, é ponto importante de análise de construção das ideologias no campo do turismo.

Fonte: Elaboração própria (2016).

## 7 ANÁLISE DO DISCURSO DOS ATORES SOCIAIS: ENTREVISTAS

Nesta parte do trabalho, como na anterior, realizam-se as análises dos dados com o intuito de aproximar-se de uma melhor compreensão/discussão das questões da pesquisa. Aqui, as análises têm como referência o material produzido a partir das transcrições das entrevistas realizadas com os representantes dos grupos escolhidos (atores sociais). Ressalta-se que as categorias da Análise de Discurso Crítica (ADC) são as mesmas empregadas no bloco anterior, acrescentando-se a categoria de avaliação. Assim, a breve explicação de abertura no início de cada categoria da parte anterior serve de referência para esta. Explica-se ainda que, para análise de cada categoria, utilizar-se-á todo material produzido (transcrição) simultaneamente, ou seja, não se fará um bloco de análise para cada entrevista, e sim para cada categoria, utilizando-se de todo o *corpus* produzido.

Para a produção das entrevistas, em âmbito geral, os tópicos-guia foram divididos em três blocos: 1) Identificação do/a entrevistado/a (ver quadro 2); 2) Discursos e práticas sociais no turismo; e 3) Discursos e relação do turismo com o desenvolvimento sustentável. Inicialmente, antes do início de cada entrevista (exposição dos tópicos), explicava-se aos participantes a respeito do que se tratava a pesquisa, fazia-se também um breve comentário sobre a concepção genérica de discurso, contexto social e prática social. Após a confirmação, por parte do autor, de que não havia dúvida quanto ao tema e à ambiência da entrevista e da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), iniciava-se a entrevista.

Ressalta-se que a produção do *corpus* mediante entrevistas (elemento empírico da pesquisa) foi uma etapa muito importante para clarear delineamentos e questões levantadas pelo autor ao longo do trabalho. Esse contato não mediado, travado entre o pesquisador, que busca esclarecimentos, e o participante, que corporifica a experiência dos temas levantados, é um aprendizado e também uma plataforma de novos questionamentos. Assim, cita-se o aprendizado do autor sobre como é forte a questão política na constituição do discurso no turismo.

A análise a seguir é apenas um quadro, uma referência de uma análise maior feita da observação do autor sobre o momento das entrevistas: olhares fugidios, posições gestuais, pausas reveladoras e “imponência” postural ou “horizontal” do participante. Existe, assim, um conjunto de análise para além do

quadro exposto, elementos relevantes e aprendizados revelados na relação do pesquisador com o objeto de estudo durante o curso das entrevistas.

### **7.1 Entrevistas: análise da estrutura genérica**

A entrevista é um momento de aprendizado, uma relação em que o pesquisador tenta abstrair do participante as experiências e visões de mundo constituídas nas práticas sociais, um gênero fundamental direcionado à investigação de elementos semióticos. Neste estudo, durante as entrevistas o autor tentou colocar em primeiro plano o turno<sup>54</sup> do participante, da mesma forma que buscou desvencilhar-se das concepções preestabelecidas dos temas abordados, com vistas a ampliar o aprendizado proporcionado pela exposição do participante sobre as questões levantadas. Nesse contexto, a partir dos contatos individuais com cada participante, da visão geral de todas as falas (entrevistas), do intercâmbio das mesmas, da análise contextual e das práticas sociais, foi possível entender alguns aspectos genéricos das estruturas dos enunciados.

Um ponto importante da análise do discurso, dessa forma, é o que o autor abstraiu da combinação da estrutura linguística, dos aspectos semióticos dos enunciados e do contexto social. A esse respeito, Bakhtin (1997) fala das relações dialógicas e de interdependência de sentidos gerados, um caráter construído em relações extralinguísticas e normalizadas nas práticas sociais. Uma relação explorada teórico-metodologicamente desenvolvida na ADC e, para o estudo, elemento que traz atualização e vigor do compartilhamento da experiência do ator social, um momento priorizado na pesquisa, o qual, para Resende (2008, p. 46), faz parte do “[...] domínio da experiência, da observação – é aquilo que nós efetivamente observamos dos efeitos das estruturas, das potencialidades e das realizações”.

Nas entrevistas realizadas, tentou-se estabelecer uma estrutura conversacional, embora fosse necessária a iniciativa do pesquisador em conduzir e reiniciar os turnos da fala quando necessário. Durante a realização das entrevistas,

---

<sup>54</sup> O termo refere-se ao momento em que o falante está no seu turno conversacional (vez de falar). Numa conversa (entrevista), há uma alternância de tomada da palavra entre os interlocutores, a isso se denomina “turno”. A comunicação fica mais fluida na medida em que os interlocutores possuem conhecimentos comuns sobre o tema, essa foi uma das razões pelas quais antes das entrevistas fosse explicado do que se tratava a pesquisa e o que se entendia sobre prática social e discurso no turismo. Pelo envolvimento dos entrevistados com o turismo, a explicação serviu para que os mesmos tivessem um direcionamento em suas falas, haja vista o universo de possibilidades e temas vinculados ao turismo.

não houve momentos bruscos da tomada da fala por questões hierárquicas ou ato de defesa do participante ou pesquisador, sendo essa relação possível pelo encaminhamento informal e amigável do evento. Essa relação também foi facilitada pela proximidade do pesquisador e dos participantes com os temas abordados, o que tornou possível a construção de um quadro variado de visões acerca do turismo e das práticas sociais e de alguns temas correlacionados com o desenvolvimento da atividade turística.

A importância do turismo como atividade econômica para o contexto regional, a avaliação da atividade e seu contexto, as construções identitárias, as disparidades entre planejamento e efetividade, os recursos linguísticos para criação de sentidos e as representações dos atores e eventos foram algumas questões abordadas e que indicam características e intenções marcadamente políticas e ideológicas (THOMPSON, 1995) verificadas nos discursos do turismo.

Assim, foi possível verificar os “posicionamentos positivos” desempenhados pelos governos quanto ao planejamento e execução dos projetos turísticos, à representação do ator social como participante “ativo” desse processo, às questões ambientais como fator “preponderante” de do despendimento local, o “empenho” dos órgãos em preparar o território para a satisfação e lazer do turista e a atividade turística como “redentora” da economia regional. Nesse contexto, houve também as contestações e a relativização da forma e dos objetivos e ainda as críticas à efetividade da execução dos projetos turísticos em âmbito regional.

Na análise dos textos, um aspecto básico e fundamental no contexto da pesquisa foi a visão, em termos de avaliação, do participante concernente aos discursos do turismo. A avaliação constitui-se em uma categoria identificacional relativa à apreciação do participante sobre aspectos do tema em questão a partir de uma ótica particular (FAIRCLOUGH, 2003). A avaliação do ator social, mesmo que particular e pertinente a uma visão de mundo de cada grupo representado, é uma “especificidade de sua própria experiência” (MAINGUENEAU, 1997, p. 188), considerada para o estudo uma marca qualitativa, haja vista que a referida avaliação constitui-se da dialética entre discurso e prática social.

Desse modo, de um modo geral, verificou-se que os participantes reconhecem que existe um discurso característico e moldado para a promoção da atividade turística na esfera das práticas sociais, como destacado no texto de

Francisco<sup>55</sup> (Anexo B), que afirma que esse discurso no turismo cearense é “[...] pré-combinado [...], que essa é uma atividade que é uma indústria que não polui e só traz lucro [...], que não tem custo, tudo que se investe no turismo é devolvido pelo turismo várias e várias vezes [...]”, seara que respalda a sua opinião com a seguinte defesa: “[...] por que eu vivo essa realidade”. Reconhece ainda que:

Francisco: O que se fala é-são promessas de um futuro promissor... de eventos e obras, de um futuro promissor, que vai mudar totalmente a realidade (econômica e social) tanto da cidade como do estado, o que se FALA, e o que se faz é POUCO do que se fala, porque NEM TUDO que se fala que vai fazer e acontecer [...], por isso é um discurso que se fala, mas na prática acaba não se realizando COMO os órgãos aqui locais desejam.

Essa também é a visão de Carlos (Anexo C), profissional de turismo, como pode ser observado a seguir:

Carlos: O discurso da Secretaria de Turismo é um discurso primeiramente político, num é, existe uma ideia... de... crescimento e essa ideia tem que ser sempre dada como positiva [...], que existe investimento, de queeee o turismo é-é-está alavancando com relação a... o desenvolvimento do estado, essa é a ideia política [...], existe uma ideia até fantasiosa com relação a isso, [...] existe talvez aí uma uma maquiagem que se coloca. [...] Existe um-um discurso armado, um discurso pronto, um discurso de estar bem, o discurso do crescimento, pra que haja investimento, pra que... progrida o turismo, né, aqui no-no estado do Ceará, então existe esse discurso preparado.

A exposição da fala de Carlos sobre as práticas discursivas torna-se mais rica quando confrontada com os enunciados de Cristiano (Anexo I), representante da Setur. Nas exposições, tem-se um encontro de dois atores sociais profissionais do turismo, uma fala que representa um prestador de serviço (Carlos) e outra que representa a fala institucional (Cristiano). O que se destaca desse encontro discursivo são as posições retratadas por cada ator no contexto social que representam. A defesa de Carlos, de que “existe um discurso preparado”, “um discurso pronto” para o turismo, parece ser confirmada no enunciado de Cristiano, quando explica as premissas da secretaria que representa. Diz ele:

Cristiano: Nós estamos fazendo essa questão das infraestruturas, nunca nenhum outro estado DO BRASIL é-vem investindo na atividade turística como o estado do Ceará vem investindo nesses últimos anos, então a gente

<sup>55</sup> As convenções de transcrição dos áudios das entrevistas foram baseadas em Magalhães (2000) e Sarangi (2010). As barras inclinadas indicam interrupções no fluxo da fala, reticências representam pausas, palavras em caixa alta indicam ênfase, a partir de alterações nos tons de fala. Palavras ou frases entre colchetes representam falas simultâneas, e palavras entre hifens indicam repetição ligeira (ver Anexo A). Cada fala foi numerada, as quais estão disponíveis para consulta nos anexos.

acredita nessa atividade, a gente aposta e acha que é a salvação do estado do Ceará realmente (o turismo). [...] A nossa visão é essa, é de realmente que o estado seja estruturado, que o estado seja qualificado (nacional e internacionalmente) [...], (o objetivo é) trabalha fortemente nessa questão da promoção, a promoção do *marketing*, do *merchandising*, fortemente a gente trabalha, vem desenvolvendo ações de promoção e captação de novos (destinos, demanda).

Para Cristiano, aqui no Ceará “[...] o que/ o que se planeja o-o-o... o que se planeja, o-o o-o que se planeja e o que se executa”, mas em seguida corrige: “[...] porque, na realidade, o seguinte: nem sempre aquilo que se planeja [...] vai pra ser executado [por quê?], né, mas o que se vai pra execução ele é executado cem por cento”. Durante a entrevista, quando perguntado acerca do porquê da existência do vácuo entre planejamento e prática na execução dos projetos, Cristiano responde: “Não. EXISTIA, como tô te falando, existia, existia-existia (anteriormente)”. Na atualidade, “[...] tudo que se foi planejado, tudo foi executado ou está em fase de implantação, [...] todas as outras obras que nós planejamos foram todas executadas ou estão em fase de execução”. E complementa Cristiano (Anexo I):

Cristiano: Aqui a gente faz e depois fala, tudo que eu tô te falando são todas ações que elas estão sendo colocadas em prática, né, ela-ela, elas-elas tão sem/ tão em execução, elas tão todos esses programas já estão no meio do seu-do seu, né, do seu tempo. [...] então, assim, o que a gente diz é o que está sendo executado, né [certo], a gente não diz promessas e num fica nessa/ porque, quando você discursa e não é executado, pra mim é promessa.

Na avaliação desse contexto, em contrapartida à visão de Cristiano, Ana (Anexo D) avalia que existe uma marca política nos discursos do turismo local e posiciona-se criticamente à integração e participação das comunidades costeiras nos projetos turísticos:

Ana: Eles tão pensando sempre como agr/ atrair visitantes internacionais, g/ transformar o nosso estado num ÍCONE da-do turismo no Brasil, [...] [existe uma] preocupação muito grande de atrair visitantes e consolidar a estratégia turística, mas NÃO tem uma preocupação com o bem-estar da população local, então é/ o/ pre-prepara a cidade pra receber o visitante.

A forma com que as pessoas se comprometem por meio dos enunciados e de suas marcas no texto é um ponto importante de identificação e análise da identidade do enunciador em termos de textura identitária (FAIRCLOUGH, 2003). Nesse contexto, uma maneira de identificação de texturas identitárias é via modalizadores. “Certamente”, “eu acho”, “provavelmente”, “possivelmente”,

“aparentemente” são modalizadores comuns que identificam expressões, atitudes e comportamentos do enunciador quanto a determinado tema.

Assim, Lucas (Anexo E), embora hesite em afirmar a existência de um discurso moldado para o turismo, utiliza-se de modalizadores, como: “poderia ser tratado”, “se fosse organizado na essência”, “que eu quero dizer”, “o modo que eu quero dizer”, “não sei se eu vou me expressar corretamente”, “se fosse organizado”, “se fosse seguida”, para expressar um pensamento concreto de sua experiência sobre o turismo, relativo aos discursos verificados na área:

Lucas: Ele [o discurso] promete uma coisa, tem intenção de fazer, e num realiza, é um discurso que não funciona, tem o discurso, mas na prática NÃO FUNCIONA, seria tudo uma outra coisa se-se as IDEIAS, se os PROJETOS, se o DISCURSO fosse REAL... num é real.

Já Paulo (Anexo F) afirma que o discurso do turismo no Ceará é forte, mas o problema no planejamento e administração governamental do turismo “[...] é que a velocidade do discurso é mais rápida do que a execução”. Visão compartilhada por Leonardo (Anexo K), ao reconhecer que existem falhas entre teoria e prática: “Leonardo: [...] é-é, o que a gente tem na teoria, no papel... pra prática, existe um buraco, sim, um buraco, eu diria, até grande, [...] então existe uma quebra entre a teoria e a prática, sim, a gente queria (deveria) fazer muito mais...”.

Rafael (Anexo G) concorda que “[...] o discurso de-de melhoria do-do turismo aqui tem sido muito forte, mas eu não tenho visto NA PRÁTICA...”. Para ele, “[...] o planejamento talvez não tá muito bem coordenado”. Rafael assevera ainda: “[...] eu acho que precisava ter um pouco mais de coordenação entre essa parte aí do discurso que se planeja e o que efetivamente tem acontecido”.

Em relação à administração do turismo no Ceará, Rodrigo (Anexo J) relata: “[...] o que o que a gente observa aqui é que muita coisa é-é-é desenvolvida e pouca coisa é feita, em função da precariedade dos recursos, ou então também de interesses”. Rodrigo acredita que muitos dos projetos são feitos para “receber recursos”. Assim, o desenvolvimento da atividade turística vincula-se à atividade com a política.

Rodrigo: Atrapalha muito, é um-é um discurso, é um discurso mais político e menos voltado pra promoção do setor e ordenamento/ e ordenação turística do setor, é mais-é mais política, a-a-a meu ver a política atrapalha muito o-o a-a-a articulação e desenvolvimento dos órgãos oficiais do turismo no estado.



Contudo, de um modo geral, Rodrigo acredita que, apesar de o turismo local “[...] não andar como deveria andar”, de “[...] doze anos pra cá, a gente teve um bom direcionamento” no que concerne à administração do segmento no estado.

Na análise dos textos, embora alguns participantes reconheçam e citem a existência de discursos próprios do turismo, de que existem discursos produzidos que se estabelecem nas práticas sociais do turismo, a análise do texto de Heitor (Anexo H) revela que o discurso do enunciador é a sua própria prática, o que dificulta um autorreconhecimento do próprio discurso. Assim, Heitor, ao ser perguntado sobre a existência de possíveis discursos delineados no e para o turismo, responde: “O-o-o discurso do-do-do/ que eu vejo é... já te disse ant/ agora, tá, entendeu, é a REDENÇÃO econômica do Nordeste, do Ceará, principalmente, entendeu, é o turismo”. O trecho revela a força dos sentidos construídos em torno do turismo no Ceará, evidenciando ainda a força de reprodução da ideia do “turismo redentor”.

Existe, sobre o discurso programado/agendado, interpretações forjadas das experiências sociais de cada pessoa. São essas interpretações que se busca evidenciar e debater nesta pesquisa. É na dialética dessa relação que a ADC, por intermédio da crítica exploratória proposta no Realismo Crítico (RC) (BHASKAR, 1986, 1998), investiga e reflete sobre aspectos semióticos da realidade observada. No contexto do estudo, é investigar como os discursos (mecanismo causal) formatam-se, relacionam-se e interferem (causa-efeito) nas práticas sociais (RAMALHO, 2009).

Com base na análise dos enunciados destacados neste tópico, surge uma questão: por que a passividade do ator social frente à percepção de que há um discurso “moldado”, “estratégico”, “pré-combinado”, “político”, “falacioso” no turismo? E ainda: por que a ausência mais frequente de posicionamentos críticos que contestem esses discursos? Uma teoria é a matriz de formação do poder político-econômico e a centralização das decisões do desenvolvimento do turismo em determinados órgãos, o que “força” o ator social e seus representantes a “comungarem” com as ideias propostas, de sorte a garantirem espaço no sistema que privilegia e beneficia apenas alguns. Assim, há nessa relação um problema social que realça a contraditoriedade do discurso oficial, governamental, político, que apresenta o turismo numa perspectiva “participativa”, “abrangente”, “influenciadora de mudanças sociais positivas”, “integrativa” e “sustentável”.

Consoante a análise de Forgacs (2000), se as ideologias para os governantes são formas de ação, mecanismos que garantem o estabelecimento de questões de interesse particular e para o governado, ainda mais quando percebe essa atuação, é um momento de decepção, de ilusão. Em uma análise crítica das práxis, uma ideologia não é arbitrária, “[...] são fatos históricos reais que devem ser combatidos e sua natureza como instrumento de dominação revelado” (FORGACS, 200, p. 196). E corrobora o que se defende nesta pesquisa: a necessidade de criação de repertório e de educar-se no interesse de conhecer, debater e esboçar mudanças aos problemas observados.

## 7.2 Entrevistas: análise da intertextualidade e interdiscursividade

No turismo, a intertextualidade e a interdiscursividade são um forte mecanismo de produção discursiva, dado o recorrente emprego de fragmentos de outros textos utilizados estrategicamente para articular ideias e gerar sentidos particulares. Mesmo munido do poder hierárquico, político ou de influência, na área do turismo o enunciador se ampara no referido recurso linguístico, desencadeando elementos, visões e sentidos que se refletem ativamente nas práticas sociais. Assim, mediante o sistema turístico e sua cadeia de relações, os discursos e fragmentos de outros discursos vão sendo reprogramados e reproduzidos e fundamentam “estruturas” discursivas e domínios próprios do turismo, como quando se constrói a ideia da “vocação” natural do Ceará para o turismo, denunciada por Dantas (2002) como uma forma de atuação do *marketing* turístico no projeto político que reestruturou a imagem do Ceará. Assim, esse é um mecanismo interpretativo e de análise para o turismo.

Tal qual como nas escolhas lexicais, a análise intertextual e interdiscursiva do texto relaciona-se à identificação de como e quais discursos são articulados nos enunciados, as ideologias<sup>56</sup> embutidas e os posicionamentos políticos, uma vez que, como sistema de representação, esses campos, ao agirem em favor de interesses particulares, servem para reforçar/manter relações de

---

<sup>56</sup> Nos estudos de Thompson (1995), para situar posicionamentos ideológicos, dizer se um texto traz uma carga ideológica só é possível por meio da investigação que se faz desse elemento quando relacionado ao seu/à sua emprego/atuação como elemento simbólico no contexto das práticas sociais. Essa linha de raciocínio deixa claro que a “ideologia” que se investiga não se reporta à concepção particular de cada indivíduo, mas à relação dessa como mecanismo de ação social.

dominação (THOMPSON, 1995), um *status* forjado na relação assimétrica entre as estruturas sociais, em contextos específicos, e a atuação desses organismos em termos práticos. Portanto, uma análise da relação estrutura e ação, direcionando um olhar para as práticas e para a atuação do enunciador no processo.

Assim, buscou-se identificar e analisar quais discursos apoiam os enunciados, ou seja, quais elementos legitimam ou constituem a ordem do discurso (FOUCAULT, 2001). Com esse foco de análise, destaca-se o texto de Heitor (Anexo H), quando reclama:

Heitor: Nós precisamos desenvolver (o turismo), nós precisamos DAR alimentação, DAR educação, dar saúde, dar segurança ao nosso POVO, e só tem uma maneira de dar, é com trabalho, é com desenvolvimento, e num-num-num-num-uma região como a do Nordeste, [...] [conhecida pela] condição CLIMÁTICA [desfavorável].

Para ele, o empreendimento turístico que administra “não é um empreendimento-ilha”, a comunidade participa intensamente das benesses proporcionadas pela atividade turística via geração de emprego: “[...] aqui é um empreendimento do povo, num é um empreendimento do-do empresário [...], i-issaqui é do povo, entendeu, issaqui/ daqui eles tiram o sustento deles”. Para Heitor, os empreendedores turísticos, os empresários das grandes corporações, “[...] são pessoas que vieram aportar desenvolvimento pra nossa terra, pra nossa gente”. Ele considera a criação de emprego e geração de renda como uma forma de relativizar os prejuízos ambientais causados pelo turismo. A visão de Heitor revela uma relação de poder, proporcionado pela interposição do enunciador como promotor do desenvolvimento local, amparado pelo interdiscurso do projeto político federal e estadual do governo do turismo, gerador de emprego e de desenvolvimento regional.

Nessa direção, um elemento de análise importante é a identificação de interdiscursos e intertextos que evidenciem possíveis posicionamentos ideológicos (THOMPSON, 1995), como os que situam o turismo como a atividade “redentora” do desenvolvimento das localidades litorâneas, e os administradores, empresários e grupos políticos como os que possuem capacidade técnica e influência necessárias para articular esses projetos. Entender essa relação no estudo evidencia a força de transmissão/reprodução de sentidos gerados pelos discursos no turismo, cuja análise apropria-se dessas evidências/entendimentos para discutir as contradições verificadas nas práticas sociais do turismo no Ceará.

Nesse contexto, desde a década de 1980 (ver tópico 5.3 da tese), governos e instâncias administrativas desenvolveram um raciocínio eficaz que situa o turismo como uma atividade “redentora” da economia regional, principalmente amparado no discurso da geração de emprego e renda, elemento que denota a eficácia administrativa e afasta a imagem do Ceará dependente e improdutivo verificado antes da referida década. Assim, nos discursos o turismo é citado como uma atividade moderna e capaz de contrabalançar os déficits econômicos e sociais, agravados pelas condições climáticas verificadas no Ceará, onde o sol passa de fator limitante a recurso gerador de riqueza.

Sob esse viés, Heitor (Anexo H) defende: “[...] importância para o Nordeste é o sol o ano inteiro”; e diz que o investimento em infraestrutura como mecanismo é necessário para: “[...] ter um Ceará novo. Porra, nós já somos do Nordeste, nós num temos parque industrial, num temo PORRA NENHUMA, [...] tem que pensar um Ceará novo, um Ceará do turismo, de grandes *resorts*, tendeu?”.

Também para Cristiano (Anexo I):

Cristiano: Nossas belezas, né, o nosso estaleiro, a nossa gastronomia, o nosso artesanato, então foi isso aí praticamente foi o-o que a-a-a-a palavra-chave foi assim um-um vetor [do desenvolvimento], realmente, um vetor econômico onde realmente os governos têm investido (no turismo) nessa questão da infraestrutura porque acreditou que realmente é a bola da vez, né, é-é-é-é-é-é a salvação do Ceará”.

O raciocínio funciona como recurso político discursivo para justificar os vultosos investimentos na área do turismo, principalmente em infraestrutura e promoção da atividade, reproduzindo-se fortemente nos enunciados dos atores sociais. A seguir, um trecho de entrevista que corrobora essa ideia:

Francisco: O objetivo maior [do turismo] é a qualidade de vida de quem vive em torno do turismo, que tende só a melhorar... qualidade de vida de quem TRABALHA, de quem MANIPULA o turismo, [...] uma construção ou projeto de governo do estado aqui no nosso Ceará.

Assim, o turismo, como projeto político-econômico, assume centralidade e ideologicamente se reproduz como atividade emergente da economia regional. O suscitado raciocínio também, transversalmente, associa-se à ascensão de um novo momento político no Ceará, marcado pelas sucessões do perfil empresarial adotado desde a primeira eleição ao governo de Tasso Jereissati (1987). Nesse contexto, o turismo é instaurado como estratégia política direcionada ao desenvolvimento

econômico regional, momento também em que se formulam as bases discursivas sobre o turismo como atividade econômica e imagem política de modernidade dos administradores que orbitam nos discursos inflamados de defesa do turismo como atividade prioritária dos investimentos setoriais do governo. Assim, a atividade turística é qualificada como prioritária na economia regional, cujo litoral centraliza a base das ações.

A reprodução do sentido gerado é atual, contínua e vigorosa, conforme verificado no enunciado de Rodrigo (Anexo J): “O turismo, PARA O CEARÁ, é-é uma das principais é-é-é-é vertentes da economia do estado. Por quê? Porque o-o Ceará não tem indústria”, configurando-se como “[...] a atividade mais forte dentro desse segmento de serviço e que dá suporte à economia do estado. Então, hoje o Ceará não vive mais sem o turismo”, considerando a “[...] empregabilidade, a geração de riqueza e a manutenção da economia focada na atividade do lazer [que a atividade gera]”. Da mesma forma, Beatriz (Anexo L) defende o turismo como “[...] uma das... é uma das-das... vocações do nosso estado”. Para ela, a atividade turística “agrega valor econômico”, “valor cultural e social”.

O investimento em mercados turísticos potenciais, o incremento da demanda (fluxo turístico) e a criação de infraestrutura são traços evidentes que delineiam o planejamento turístico no Ceará. Com isso, as obras de ampliação/construção viária e a criação de infraestrutura urbana e turística são referências constantes nos enunciados dos discursos políticos e administrativos. Entre as referências, citam-se frequentemente o Centro de Eventos do Ceará (CEC), o Aquário de Fortaleza, a ampliação das CEs – 085 e 040, além de outros equipamentos, como o aeroporto de Aracati e o novo terminal do Porto do Mucuripe.

Na análise dos textos, as obras não finalizadas não foram citadas pelos participantes, contudo ressalta-se que as mesmas denunciam as falhas do planejamento turístico, a exemplo da ampliação do Aeroporto Pinto Martins, em Fortaleza. Da mesma forma que a geração de emprego e renda anteriormente mencionada, as referidas obras são citadas nos discursos como “ícones” ou equipamentos “redentores” para a requalificação do destino, suscitados também como exemplo da boa empregabilidade dos recursos financeiros e da irrefutável “garantia” de ascensão do Ceará como destino competitivo. As referências produzem uma ideia de desenvolvimento, embora se saiba que as benesses produzidas pelo turismo sejam altamente concentradas nas mãos de alguns grupos e que as referidas obras

são feitas mais como plano político e articulação eleitoreira do que como um projeto estratégico de desenvolvimento por intermédio do turismo.

Nessa esteira, Francisco (Anexo B) refere-se aos investimentos e às estruturas citadas como “um projeto de governo”:

Francisco: Não fosse o turismo uma indústria qualificada e LUCRATIVA, o estado não teria construído um Centro de Eventos. [...] O turismo é uma indústria NÃO POLUENTE, a indústria não poluente GERA lucros, gera resultados, então tudo que se investe é devolvido pelo turismo várias e várias vezes.

Contudo, no contexto de apologias e credibilidade do avanço do turismo como fator de desenvolvimento regional, existe uma contrapartida que pondera esse desenvolvimento e questiona a atividade pelo impacto causado “à vida das comunidades pesqueiras” e abre discussão atinente à organização do turismo e à forma com que a atividade intervém nas áreas turísticas.

Consoante Ana (Anexo D), é preciso construir novas possibilidades, novas concepções do turismo e de convivência com uma atividade como o turismo de base local, que tem como prioridade as demandas e a preservação dos fazeres locais. Ela afirma que o turismo se insere a partir de uma concepção endógena de desenvolvimento, considerando que a atividade “[...] pode ser um aglutinador, né, de forças e energias num determinado território, pode dialogar com várias atividades produtivas tradicionais e pode agregar vários segmentos da sociedade”. A crítica de Ana está na política, por tentar:

Ana: Convencer, né, a sociedade brasileira, a sociedade, a nossa sociedade, aqui no nosso estado, que o turismo gera renda, de que é muito importante estar, né, entre as melhores cidades do mundo visitadas, entretanto tem uma incoerência com o discurso, né. Ao mesmo tempo que quer ser tudo isso, não constroem as bases para realmente a nossa cidade ser uma cidade agradável, tanto pra quem mora nela quanto pra quem chega, [...] então há uma incoerência muito grande entre o discurso e a prática dos gestores. [...] O Plano Nacional de Turismo ele é uma quase, ummmm, obra de arte, né, ele é/ tem uma perspectiva muito abrangente que vai trabalhar com isso e com aquilo, com vários setores e tal; ATÉ-ATÉ O TURISMO COMUNITÁRIO tá no Plano Nacional de Turismo, só que isso é uma falácia.

O turismo comunitário é possível, entretanto não se insere como uma política abrangente no litoral cearense. Nesse contexto, poucas localidades conseguem desenvolver, de forma satisfatória, o segmento no turismo do Ceará. A comunidade da Prainha do Canto Verde, em Beberibe-CE, é o exemplo mais citado desse sistema na costa cearense.

É recorrente a reprodução do discurso do crescimento, territorialização, criação em infraestrutura e geração de emprego e renda proporcionada pelo turismo. Ressalta-se que, na mesma intensidade, mas de forma oposta, há invisibilidades de críticas vinculadas ao desenvolvimento do turismo pautado na organização estratégica, equidade, equilíbrio e compartilhamento de decisões no planejamento e administração do turismo regional. Nesse sentido, Paulo (Anexo F) avalia:

Paulo: Na verdade, a Setur passou por es/ esses últimos, esses últimos anos, né, ela realmente, ela foi muito mais uma secretaria... de obras... porque realmente ela atuou muito forte, né, nas duplicações das estradas, dos aeroportos f/ fez dois aeroportos, a questão do aquário, então ela focou muito mais na infraestrutura turística.

Embora a citação do compartilhamento de decisões e das consultas públicas via fóruns seja um dos recursos de realce retórico mais utilizados nos discursos político, empresarial e administrativo no turismo, em termos práticos a geração de emprego e renda é o mecanismo mais empregado no convencimento da comunidade para encampar os projetos turísticos. Nos discursos, a referência de mudança de *status* social proporcionada pelo turismo e a intervenção da figura do planejador, administrador e empresário como mediador desse processo são claras.

Ser posicionado como interventor proponente do processo exerce função simbólica, em detrimento de possíveis significados e intenções reais dos interventores no processo. Essa análise é possível mediante o enunciado de Lucas (Anexo E), que afirma:

Lucas: Nós somos um gerador de emprego e renda aqui, não conhecemos uuumm... comé, um outro segmento que tenhaa mais identidade e fonte de renda como o turismo aqui no/ então o que nós fazemos parte dum... gerador de emprego aqui da região, [...] o turismo chega aqui hoje... eeeee pa/ ele é NOTORIAMENTE benéfico para a população... local, em termo de sobrevivência, nesse sentido [...], nós somos uma referência importante pro município da nossa cidade.

Há nessa exposição a forte presença do interventor, que proporciona “emprego”, “renda”, “benefícios” e “sobrevivência”, todavia não se posiciona o ator local como participante ativo do processo de desenvolvimento do turismo local. A esse é reservada a posição passiva de agente beneficiado.

No turismo, produzir o melhor discurso é expor convincentemente que atores sociais, localidades e ambientes integram uma política eficaz de desenvolvimento, cujo turismo é o viés, e o Estado e o sistema político, empresarial

e administrativo constituem a representação capaz de articular o processo. Assim, a tônica do discurso no turismo é a do convencimento, justificativa e coalizão, centrando suas estratégias na organização de enunciado ideológico que remeta à governança, sustentabilidade e “inquestionável” sucesso do que se propõe.

Dessa forma, parafraseando Amossy (2005), no turismo a maneira de enunciar induz a uma imagem que facilita ou mesmo condiciona a aceitação do projeto. Essa imagem destina-se a garantir o sucesso do empreendimento oratório e torna-se modelo retórico, o qual se reproduz nas práticas sociais encaixadas como fragmentos e ideias que passam a representar outros discursos em outros contextos, com formas e intenções particulares. É nesse campo que atua o analista discursivo, investigando, através do fragmento de ideias, posicionamentos em cada enunciado: “[...] a aparência que lhe conferem as modalidades de sua fala [do enunciadador]” (AMOSSY, 2005, p. 15).

Consoante esse panorama, o ator social reproduz as imagens e ideologias criadas do turismo “não poluente”, “potencial”, “inclusivo” e “sustentável”, evidenciando a força da eficácia do discurso hegemônico em tornar-se atualizado no meio social, ao mesmo tempo que reafirma a satisfação de fazer parte dessa atividade, sedimentada fortemente no imaginário das comunidades costeiras cearenses como o caminho a ser seguido.

### **7.3 Entrevistas: análise das escolhas lexicais**

Ao ouvir um pronunciamento oficial, ouvir uma opinião, ler um documento ou texto relacionado a determinado tema, para o analista ou público de modo geral identificar a maneira, frequência ou ênfase dada aos léxicos pode ser revelador, haja vista a forma particularizada com que se representam aspectos cotidianos (FAIRCLOUGH, 2003). Assim, concorda-se com Costa (2009, p. 48), quando postula que “[...] as palavras não dizem o que dizem gratuitamente. Há um processo sócio-histórico que constrói a lógica do que dizer e como fazê-lo, da mesma forma que direciona o que ‘não dizer’”, tornando as escolhas lexicais um aspecto de análise do contexto social.

Na análise dos léxicos, a partir da forma como eles aparecem e são encaixados, transversalmente faz-se uma análise dos aspectos ideológicos e políticos e das visões particulares deixadas como marcas enunciativas,



considerando esse aspecto importante, tendo em vista a força da reprodução discursiva na área do turismo.

A seguir, destacam-se em itálico alguns léxicos utilizados com mais ênfase nos enunciados dos participantes e considerados importantes na proposta de análise<sup>57</sup> da tese. Os mesmos foram escolhidos pela relevância e frequência nos textos analisados. Essa análise permite relacionar quais elementos embasam os discursos em termos de escolhas vocabulares. Dessa forma, a partir da frequência e da forma como os léxicos aparecem, são citados, encaixados, é possível perceber as várias formas de lexicalizar o turismo e a criação de sentidos.

Considerando o objeto da pesquisa, inicia-se a análise na exposição de como o termo é citado nos enunciados e, principalmente, quais os elementos semânticos são correlacionados a ele. Assim, de forma ampla, o turismo é mencionado como uma atividade “*positiva*”, “*adequada às condições do estado*” e “*destacada na economia regional*”. O turismo é entendido como um projeto de desenvolvimento econômico que *otimiza* o recurso natural litorâneo, *soluciona* os déficits de emprego e proporciona *visibilidade (status)* às localidades e seus administradores. Paulo (Anexo F) afirma ser “[...] o turismo um-uma-umm setor de atividade *bastante relevante pro crescimento da economia* do Nordeste”, o qual ganhou “muita força nos últimos dez anos”. Destarte, como política setorial voltada ao desenvolvimento do estado, o turismo é entendido como “*pilar da economia*”, como a “*redenção econômica* do estado”, nas palavras de Heitor (Anexo H).

Nessa perspectiva, o Ceará passa a ser entendido nos campos administrativos, político e social como “*vocacionado*” ao turismo, que, conforme Cristiano (Anexo I), “[...] precisa ser consolidado nacional e internacionalmente”, através de *investimentos, criação de estrutura e ampliação do mercado*. Para Rodrigo (Anexo J), o “[...] Ceará *não vive mais sem o turismo*”, haja vista a posição ocupada pela atividade no contexto da economia regional. A concepção do discurso que posiciona o turismo como “redentor” da economia é certamente a mais forte, bem como os benefícios de desenvolvimento da atividade turística pelo “impacto” que causa na “cadeia produtiva” e na “economia local”, segundo Leonardo (Anexo K).

A referência dos benefícios econômicos proporcionados pelo turismo permeia tanto os discursos governamentais no Ceará, iniciados com mais força na

---

<sup>57</sup> Nesta seção, os léxicos destacados em itálico são grifos do autor que enfatizam os comentários no corpo do texto.

década de 1980, com o projeto do “Governo das mudanças”, como também faz parte do interdiscurso do MTur, sistematizado nos Planos Nacionais de Turismo. Nesses discursos, associa-se o turismo à “*geração de emprego*” e à melhoria da “*qualidade de vida das pessoas*” (Anexo H), uma atividade “[...] **NOTORIAMENTE benéfica** para a população... local, em termos de *sobrevivência*” (Anexo E).

Contudo, para que essa realidade acontecesse, o Ceará nas últimas décadas prospectou recursos e participou de projetos como o Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo (Prodetur), cujo financiamento garantiu a criação de *infraestrutura* e contribuiu para fomentar o Ceará turístico, defendido por Cristiano (Anexo I), o Ceará das “*grandes obras, grandes investimentos*”. Para Cristiano, é fundamental a infraestrutura como vetor de desenvolvimento via turismo, dado que: “[...] nunca nenhum outro estado DO BRASIL é-vem investindo na atividade turística [estrutura] como o estado do Ceará [...], porque acreditou que realmente *é a bola da vez*, né, é-é-é-é-é é a *salvação do Ceará*”.

Em termos de crítica, conforme Ana (Anexo D), o turismo também é citado como “*interventor*” que causa “*impacto negativo*”, em contraposição ao “turismo como alternativa sustentável”, “atividade humana”, “aglutinadora de forças e energias”, que “dialoga com a cadeia produtiva local”, “agrega valor” e “fortalece as organizações comunitárias”. Para Ana, é difícil o diálogo entre os perfis de turismo citados, “[...] porque sempre nós, como movimentação social, nós sempre fizemos as críticas às políticas públicas, principalmente à *concentração de riquezas*, que é uma característica do turismo convencional, à exploração do trabalho, que também é recorrente em alguns ambientes”. Na perspectiva crítica de Ana, existe um “[...] sonho de projeção do turismo pelas secretarias e administração”, um sonho de “[...] convencer a sociedade brasileira aqui no nosso estado que o turismo gera renda [qualitativamente e de forma igualitária]”. Porém, Ana acredita que “isso é uma *falácia*”.

Mais uma vez, ressalta-se o embate discursivo dos atores sociais com referência às posições representadas por cada um no contexto em que atuam. Os discursos são terrenos de representações, disputa, ideologias e sentidos que se inter cruzam e competem por domínio. Desse cenário, é possível afirmar que os discursos no turismo, embora pareçam “aceitos”, “incontestáveis”, “hegemônicos” e “unânicos”, são marcados por momentos tensos e de contestação. Com base na posição discursiva dos atores sociais, destacando na análise as apologias e críticas ao modelo de turismo desenvolvido no Ceará, o embate discursivo revela, mesmo

que tímido, um cenário crítico em que atores sociais não reconhecem o discurso oficial e demonstram as contradições e falácias dos mesmos por intermédio da confrontação dos referidos discursos e das realidades e experiências percebidas nas suas práticas sociais.

Nesse contexto, é ilustrativo o embate discursivo acima citado entre Ana e Cristiano. Apesar de estarem os dois em áreas administrativas voltadas ao fomento do turismo no estado, a análise dos enunciados denuncia realidades distintas de perspectivas, filosofias e entendimento do que se considera sustentabilidade no turismo cearense. O exemplo também ilustra a realidade percebida no Ceará do turismo desigual e concentrador, que privilegia apenas algumas ações e projetos em detrimento de acordos comerciais e posições políticas. Assim, enquanto Cristiano ressalta o panorama de “crescimento”, “grandes obras” e “grandes investimentos” relacionados à atividade turística, Ana lembra os aspectos negativos do turismo “interventor”, “concentrador” e “falacioso”, em termos de desenvolvimento sustentável, praticado no Ceará.

De maneira geral, o discurso do turismo, como percebido nos textos, é um discurso do *crescimento*, das *grandes obras*, de manter o turismo como um *projeto moderno de aproveitamento do recurso natural*, que trará *visibilidade ao Ceará* e, conseqüentemente, será *gerador de riqueza e renda* por meio do aumento de *demanda turística*; segundo esse discurso, isso é *desenvolvimento*. Assim, o turismo é entendido como o *grande plano “redentor”* que poderá desenvolver o Ceará. No entanto, sabe-se que o turismo é *concentrador de riqueza, hierarquizado* e desenvolvido por grupos de *políticos e de poder*.

Sendo assim, pensando o turismo de forma mais integrada com os parâmetros do desenvolvimento sustentável, com reservas reais aos recursos naturais e culturais que hoje são mercantilizados, com base num planejamento mais abrangente que efetive a participação do ator social e inclua os mesmos nas benesses proporcionadas pelo desenvolvimento da atividade e pautado num projeto viável de economia e emprego otimizado dos recursos financeiros, concorda-se com Rafael (Anexo F):

Eu não vejo... a administração é-aqui no Ceará falar muito no desenvolvimento sustentável, acho que não é um tema muito DESTACADO (debatido, comentado, praticado) assim, conseqüentemente as ações também não-não dão esse efetivo destaque [não se efetivam].

#### **7.4 Entrevistas – Eventos e atores sociais: análise das identidades e representações no contexto do turismo**

O estabelecimento de posições e identidades opera como uma forma poderosa de atuar simbolicamente. Nesse contexto, essas estruturas, formas de agir, ao situar elementos em diferentes posições, interferem também na forma de acesso e distribuição dos recursos disponíveis. A esse respeito, Thompson (1995, p. 79) esclarece que “[...] a localização social das pessoas e as qualificações associadas a essas posições, num campo social ou numa instituição, fornecem a esses indivíduos diferentes graus de ‘poder’”, contexto que facilita a centralização de decisões e a execução de interesses particulares.

Existe uma gama ampla de possibilidades de análise discursiva sobre o posicionamento do ator social em textos. Algumas dessas possibilidades (categorias) são apresentadas por Fairclough (2003), o que viabiliza o analista a observar como os atores sociais são representados. Na seção anterior, na análise do PDITS, observaram-se possíveis “exclusões” e modos de referência relacionados ao ator social. Nesta, entre outras questões, observa-se com mais atenção a autorrepresentação e a representação que se fazem das instâncias administrativas (governo/empresariado/administração) e dos atores da cadeia produtiva do turismo (*trade*). Essa observação busca verificar aspectos identitários dos referidos grupos e entidades no turismo.

No turismo, existe um alto grau de compartilhamento de discursos, o que contribui para retroalimentar representações. Um exemplo que ilustra a situação é a atribuição de “hospitaleiro” e “festivo” vinculada ao povo cearense, o que contribui para a criação de perfis de “identidades” e “receptividade” utilizados pelo *marketing* turístico, além de naturalizar-se como uma marca social, da mesma forma o emprego, como forma de “convencimento”, “reforço de imagens” e criação de “consciência/sentido turístico”, da ideia do “Ceará vocacionado” (DANTAS, 2002) para o turismo. Para Resende (2008, p. 265), “[...] as maneiras pelas quais atores sociais são representados em textos podem indicar posicionamentos em relação a eles e a sua atividade”. A identificação dessa representação é útil para o entendimento das relações sociais estabelecidas no contexto social, incluindo as relações de poder.

Para a pesquisa, verificar como os atores sociais estão sendo representados colabora na identificação de possíveis mecanismos assimétricos sistematizados no convívio social do turismo; permite ainda perceber como o estabelecimento dessas posições influencia a autopromoção ou relação de submissão no convívio social. O universo dos entrevistados escolhidos é importante para essa questão, haja vista que se teve cuidado e intenção, pela diversificação dos participantes, de obter um quadro abrangente de visões para essa análise.

Nesse contexto, houve quase unanimidade de uma autorrepresentação positiva do participante ou da área que representa quanto ao desenvolvimento do turismo no Ceará. Para Francisco (Anexo B), sua atividade é a “[...] que vai dar... o norte... para que a atividade se DESENVOLVA de maneira ordeira, satisfatória, organizada e bonita, que é o que o turista necessita; [...] nós fazemos parte de um elo que não pode ser quebrado”. Mellinger (1994) comenta a importância da análise crítica das representações no turismo. Para o autor, uma forma de análise da representação política exercida na área do turismo é a de “examinar o que é incluído e excluído [o que foi representado e como]” e verificar que interesses essa relação cumpre. O referido autor postula que “[...] uma análise crítica das representações deve reconhecer as relações políticas entre os discursos e as tecnologias de poder a fim de desvelar ideologias e práticas que estruturam as relações no setor” (MELLINGER, 1994, p. 776). Nesses termos, significa investigar como os atores estão enredados nas teias de significados e como certas premissas são tomadas como certas.

Um aspecto relevante na investigação da pesquisa foi a relação dos discursos e a visão do ator social da efetividade dos mesmos na prática social. No turismo, essa relação é importante, visto que citar/incluir o ator social no processo, no compartilhamento de decisões (planejamento), é um traço retórico que realça fortemente os discursos, denota governança e alinha os projetos a parâmetros de sustentabilidade. Considera-se ainda relevante essa visão por ser o ator social a figura que abstrai sua opinião do conhecimento não mediado (empírico) e pela riqueza das visões e discursos cujas materialidades diferem no contexto espaço-temporal de cada participante. A seguir, citam-se os trechos destacados como os mais expressivos para contextualizar a percepção do ator social concernente ao turismo, à participação das comunidades e à administração e planejamento na área do turismo.

No que diz respeito à administração do turismo, Carlos (Anexo C) indica que no turismo “[...] teoricamente se trabalha em-em... em conjunto com... um objetivo, que é fazer com que o turismo cresça, fazer com que o turismo se desenvolva, né, muito embora cada um tenha a sua-a sua importância e a sua/ seu objetivo com relação ao que se trabalha”, considerando-se que na atividade “[...] a teoria, às vezes, é uma e a prática é outra”.

Na visão de Ana (Anexo D), o problema é que a política do turismo:

Ana: [...] é muito concentrada dentro do SETOR e não tem uma abertura maior para a sociedade civil participar dela, participar construindo junto, aprendendo junto, então há uma tendência da política privilegiar o setor privado... e excluir a população, tornando-se, então, em [...] uma relação tensa.

Ana ainda defende, no trecho a seguir, que a participação da comunidade nas decisões e planejamento do turismo é:

Ana: Muito fraca, [...] a gente sabe que tem reuniões e tudo, mas as comunidades que a gente trabalha nem participam, nem sabem, e quando sabem já aconteceu. Eu acho que o planejamento não é bom, ou não é eficiente; [...] eu penso que há um problema de planejamento... na-na gestão [em relação à participação da comunidade] do turismo no estado.

Esse também é o pensamento de Lucas (Anexo E), que atribui que a má gestão da participação da comunidade no processo de planejamento ocorre em razão do “[...] INTERESSE; o INTERESSE PARTIDÁRIO ele sobressai sobre o interesse da comunidade; [...] a participação da população ela poderia ser bem mais...”. Porém, Lucas (agente da comunidade), ao ser questionado sobre qual o papel que deveria ser ocupado pelo ator social na organização dos destinos, acaba posicionando (reproduzindo) o administrador/planejador como o que detém “um conhecimento da realidade”, sendo essa “realidade” interpretada pelo autor no contexto da entrevista como conhecimento técnico e influência para opinar.

Nos textos analisados, verificou-se uma preocupação sociossemântica (VAN LEEUWEN, 2008) atinente à maneira segundo a qual os atores sociais participam do planejamento do turismo. Essa participação coincide com o que na ADC se discute como representação dos atores sociais, cuja análise mais básica reside na investigação da forma de posicionar o ator social como “agente” ou “passivo” nos contextos analisados. Dito de outra forma, como os atores são representados linguisticamente.

Assim, um importante mecanismo de investigação de geração de sentidos (VERÓN, 1980) e funções ideológicas da linguagem (THOMPSON, 1995) é verificar o grau (intenso/fraco) e o posicionamento (ativo/forte e passivo/fraco) da participação dos indivíduos no processo social. Essa análise é relevante para o estudo, visto que no turismo a participação do ator social é uma marca retórica e artifício ideológico de configurar processos de governança.

Nos textos, observou-se atenção e reclamação dos participantes das entrevistas quanto ao papel passivo e de sujeição que são citados em detrimento do papel ativo e dinamizador representado pelos planejadores/administradores como agentes capacitados e proponentes do desenvolvimento do turismo regional. Nesse sentido, Rodrigo (Anexo B) comenta que não há “[...] nenhuma participação, [...] nem-nem a parte técnica das prefeituras, nem as prefeituras têm-têm pessoas qualificadas pra entender o que que significa turismo”. A fala de Rodrigo reproduz o discurso político, oficial, hierárquico e de poder, que posiciona o administrador como o “conhecedor” e “porta-voz” das diretrizes ideais para o desenvolvimento do turismo local. Essa situação é conflitante com o discurso de Ana (Anexo D), que considera falha a *apassivação* da população no processo de tomada de decisão e reclama que as comunidades deveriam ser protagonistas desse processo.

Na avaliação de Rafael (Anexo G), para melhorar a gestão do turismo no estado, é preciso articular e fortalecer a gestão dos municípios, para que, “[...] inclusive, é-é-é... tenha coerência com a política nacional de regionalização do turismo”, que sugere a criação dos referidos fóruns como mecanismos de governança e compartilhamento de decisões num panorama de uma política descentralizada para o desenvolvimento do turismo regional. Na avaliação de Rafael, com referência ao Prodetur, ele analisa que o “[...] estado focalizou muito nos investimentos de infraestrutura e-e menos nessa parte [fortalecimento da gestão municipal]”.

Os fóruns e conselhos estaduais de turismo são criados com a função de favorecer a interlocução dos mais variados grupos, objetivando a promoção de uma gestão integrada, consolidação e sustentabilidade das localidades (MTur, 2006). Numa perspectiva de análise discursiva e no ensejo de situar a administração local aos parâmetros de sustentabilidade, a referência aos fóruns funciona como recurso retórico que denota governança e forma “ótima” de “ações em prol do desenvolvimento sustentável e participativo” (PDITS, Tomo I, p. 33). Nesse esteio, o

discurso é ideológico e o enunciador é o protagonista que proporciona a sustentabilidade.

Esse recurso pode ser constatado na análise dos enunciados do representante da Setfor ao falar que o turismo se faz e se fortalece pelo conjunto e participação dos atores envolvidos. Consoante Leonardo (Anexo K), não existe uma instituição que se sobressaia nesse processo: “[...] somos um-um conjunto, né, eu acho que nu-num existe nem um mais nem um menos, eu acredito que, assim, o fórum, o fórum... o fórum tá muito forte”. Contudo, essa participação geralmente é apenas consultiva, o que torna os parâmetros de participação falhos e desprovidos de mecanismos que garantam a deliberação das reais demandas dos grupos envolvidos.

Ao ser questionado sobre a qualidade da participação das comunidades nos fóruns, Leonardo (Anexo K) explica: “[...] a democracia é muito ampla, né, é-é-é quando se tem um projeto, é o projeto ele tem outras... peculiaridades”. Nesse trecho, o termo “peculiaridades”, no contexto hierárquico com que se desenvolve o turismo cearense, pode ser entendido como “prioridades”, tendo em vista que, na execução dos projetos, as demandas políticas e empresariais são as priorizadas para a execução. Essa realidade é explicada por Leonardo ao comentar que o problema é a escassez de recursos que atendam a todas as demandas: “[...] existem recursos limitados; existe uma formatação de ideias”. O termo “ideias” pode ser entendido, nesse mesmo contexto, como projetos/acordos preestabelecidos. Essa é uma das materialidades não postas em superfície no modelo estratégico e retórico do planejamento turístico; a análise crítica prospecta, debate e destaca a relevância da questão nas políticas públicas do turismo litorâneo.

Na concepção de Beatriz (Anexo L), “[...] a população tem que se sentir pertencente a esses projetos”. Esse é marcadamente um recurso discursivo que cumpre funcionalidades no discurso do turismo. Assim, ao citar/incluir a importância da participação da comunidade nos projetos, constrói-se uma ideia de governança e de sustentabilidade dos projetos, elementos retóricos que realçam a ordem do discurso no âmbito do desenvolvimento do turismo no Ceará.

Como discutido na quarta e quinta partes desta tese, no planejamento e desenvolvimento sustentável do turismo a participação dos atores sociais é um elemento central dos princípios que pautam o desenvolvimento sustentável. Nesse aspecto, as instituições administrativas que assumem essa postura em suas pautas e projetos ganham visibilidade e denotam governança administrativa.



Tendo como parâmetro a análise do PDITS e os textos das entrevistas, pode-se dizer que esse é um traço discursivo do turismo no Ceará: a ampla participação dos atores sociais no processo de organização, planejamento e administração das áreas turísticas. Sem embargo, embora haja a “participação” dos atores e grupos nos fóruns de turismo, o debate que se instaura é a qualidade dessa participação, assim como a forma e as demandas que são priorizadas e contempladas na execução dos planos, dado que apenas diagnosticar uma demanda social, como no PDITS, não significa efetivá-la.

Nas entrevistas, um elemento de análise importante foi identificar qual a qualidade da participação dos atores sociais no processo de planejamento e tomada de decisão. Notadamente, a participação dos atores sociais nos fóruns foi considerada suficiente, como na fala de Francisco (Anexo B): “QUANDO acontece reunião no Conselho Estadual de Turismo [...], então nessas casas, nesses órgãos, nós somos ouvidos”. De acordo com Francisco, essa participação parece suficiente, pois o órgão que representa “[...] NÃO ERA NEM CITADO da forma que é citada, ele não COMPARECIA [não era convidado]”.

O participante, todavia, reconhece que a situação está longe da ideal, uma vez que, de um modo geral, a participação permanece concentrada na figura dos representantes dos grupos: “[...] a população não conversa... essa é uma falha do setor e do setor público, de fazer essa integração COM a população local”. Conforme Francisco, para que:

Francisco: [...] haja um sucesso completo, não se pode ter sucesso se a pessoa não conhece nem sabe o que vai acontecer, então é preciso que se ORGANIZEM aqui o setor que vai efetuar o trabalho com aquele que será trabalhado; [...] o turismo ainda não tá acostumado a discutir e conversar ali na base, ali na base, vem de CIMA para baixo a ideia, e a gente quer implantar isso e aí não consegue.

A esse respeito, Carlos (Anexo C) acredita que a pessoa, ao participar desses debates, teria que ter um senso crítico de avaliação mais apurado para que pudesse entrar com mais propriedade no “debate com relação a ideias postas”, de modo que o participante pudesse fazer uma “análise com relação ao que se diz e o que se é na prática”. Na visão de Carlos, nos debates entre comunidade e órgãos administrativos já “[...] existe uma ideia posta, que não é nada... por acaso”, pois é:

Carlos: Algo trabalhado, [...] eu acho que nós temos uma/ nós vivemos uma guerra, eu acho que nós vivemos uma guerra, de primeiramente de

interesses... Eu acho que nós [ator social] deveríamos aparecer de uma maneira... mais positiva, [...] que fosse levado em conta as nossas opiniões.

Carlos ainda comenta sobre as reuniões com os órgãos administrativos:

Carlos: Ali a gente coloca algumas ideias e a gente pensa que aquelas ideias foram completamente... aceitas, né, porque todo mundo diz: 'Ah, vale. Isso é válido', e tudo o mais, e depois NADA do que a gente falou vai pra prática. Então, existe uma diferença entre o discurso da teoria e da prática.

Essa também é a opinião de Lucas (Anexo E): “[...] infelizmente [os fóruns] não funciona; gostaríamos que funcionasse, mas num funciona”. Numa análise mais política e contextual, Rafael (Anexo G) entende que essa participação é apenas uma exigência a ser cumprida do planejamento. Existe o conselho, mas as comunidades são pouco atuantes nos processos decisórios.

Rafael: Aqui a gente vê uma coisa mais unilateral; assim, a administração pública coordenando, setor privado participando, discutindo mais a população... existe o fórum pra-pra discutir e até mesmo pra decidir os projetos financiados pelo BID, que exigem que seja feita uma consulta pública, né, [...] mas aqui no Ceará eu percebo: a atuação é bastante tímida da população.

Heitor (Anexo H), por sua vez, compreende que, de certa forma, a comunidade participa do planejamento, porque:

Heitor: [...] houve audiência pública pra-pra consecução do empreendimento; houve audiência pública e o povo, tendeu, participou, tendeu; então, de qualquer maneira, não houve participação, [...] houve APROVAÇÃO do empreendimento até nas audiências públicas para aprovação do empreendimento, pra poder, no órgão-no órgão ambiental da SEMACE, entendeu, então houve audiência pública pra poder você chegar e-e fazer é-é o empreendimento acontecer.

Os trechos destacados denunciam o perfil da participação do ator social, pautado não pela prática de governança e direcionamento de políticas turísticas sustentáveis, mas apenas por uma exigência “para aprovação do empreendimento”, para poder ser aprovado nos órgãos públicos e mantenedores, realidade que coloca em xeque o discurso da política-institucional e administrativa do turismo regional, quando destaca a “[...] participação da comunidade, mediante o uso da capacidade social da população-alvo em influir nas decisões de política local” (PDITS, Tomo I, p. 37), ou como no trecho: “[...] a participação popular foi imprescindível para que se pudessem priorizar os projetos que possibilitarão maiores impactos no desenvolvimento do turismo sustentável do polo” (PDITS, Tomo II, p. 23).

Para Rafael (Anexo G), a lógica de construção do discurso político, do discurso burocrático, elaborado para o cumprimento das exigências das agências financiadoras, é a mesma que constrói o discurso do turismo ambientalmente sustentável. Rafael acredita que o interesse e o esboço do planejamento ambiental nas localidades estão associados à captação de recursos. Observa-se a explicação de Rafael no trecho a seguir:

Rafael: Quando ele [o governo] capta esses recursos internacionais [para o turismo], ele tem que seguir essas políticas socioambientais deles, que são bastante mais rigorosas do que o pessoal costuma implementar quando tá somente seguindo a legislação nacional.

Embora a legislação nacional seja bastante completa e rigorosa, para Rafael “ela não é implementada”; assim, quando tem que seguir um protocolo, por exemplo, para se “RECEBER recursos internacionais”, como o BID, “[...] aí existe uma exigência maior, porque tá pegando justamente no-não BOLSO, né; o dinheiro só sai se você cumprir determinadas critérios”. Por conta disso, a administração pública necessita adequar os projetos e empreendimentos às questões ambientais, “[...] requisitos que originalmente não precisava. Se você trabalhar, é investimentos na área do meio ambiente SÓ pelo meio ambiente, SÓ como sendo uma coisa da Secretaria do Meio Ambiente, acho... não ganha tanto... respaldo”.

Na visão de Rafael, a sustentabilidade nessa perspectiva não é desenvolvida no Ceará. Para ele, “[...] a administração é aqui no Ceará falar muito no desenvolvimento sustentável, acho que não é um tema muito DESTACADO assim, conseqüentemente as ações também não-não dão esse efetivo destaque”. Completamente Rafael: “Acho que o discurso não-não dá tanta ênfase e as ações são compatíveis com os discursos”. Ou seja, as questões ambientais não são discutidas nem se efetivam como prática.

No Ceará, com o incremento do turismo ao longo das últimas décadas, registram-se transformações socioespaciais de grande amplitude nos destinos turísticos. Assim, outra questão de foco crítico vincula-se à busca de entender a representação de importância dada aos aspectos ambientais na relação com o desenvolvimento turístico nas áreas litorâneas. A interpretação permite verificar de que forma (representação) os temas “sustentabilidade” e “impacto ambiental” são tratados nos discursos, com atenção para a análise de como os atores sociais interpretam, com referência às suas práticas sociais, os discursos sobre os temas no

âmbito do planejamento e administração do turismo regional, tendo em vista que sustentabilidade ambiental é um tema relevante para o turismo e tem sido usado indistintamente como recurso discursivo e realce retórico nos textos que abordam o planejamento do turismo litorâneo.

Carlos (Anexo C) entende que as questões ambientais, assim como o desmatamento e a preservação das paisagens litorâneas, a exemplo das falésias no Ceará, nunca foram levadas realmente a sério. Para Ana (Anexo D), “[...] não há um conhecimento ou um RECONHECIMENTO da importância ambiental que a zona costeira tenha”, o que contribui para que esse espaço seja controlado pela macroestratégia da privatização. Ana denuncia:

Ana: Há um processo de privatização das áreas de/ APPs, Área de Preservação Permanente, dunas, manguezais, é-é lagoas, né, há uma sobrecarga/ a zona costeira, [...] nós ainda temos estruturas do turismo que ainda lança seus esgotos dentro do mar ou dentro dos rios, então há uma verdadeira, um verdadeiro descaso dos órgãos é dis/ de fiscalização ambiental e os li/, de licenciamento das estruturas de turismo.

Para Ana, existe “[...] um DESCOMPASSO ou um descomprometimento das importâncias dos serviços ambientais dos ecossistemas marinho-costeiro e há a agressividade que o turismo gera”.

Da mesma forma, Lucas (Anexo E) afirma que há disparidades “MUITO GRANDES [de] informação, pesquisa, previsão” entre os discursos e a realidade das práticas ambientais no turismo litorâneo no Ceará, dado que “[...] a gente vivencia isso diretamente”. Leonardo (Anexo K) atribui a falha à “[...] incapacidade [...] dos gestores”. Para Paulo (Anexo F), os equipamentos turísticos litorâneos no Ceará ainda são poucos em relação a outros litorais do Nordeste, mas reconhece que debater o tema é “fundamental”, haja vista que “[...] principalmente o mercado internacional tem muitas empresas operadoras, que onde traz o turista a primeira coisa que se preocupa é com o meio ambiente”. O depoimento de Paulo coincide com os parâmetros de competitividade dos destinos, que indica atenção com a qualidade de vida das populações locais e o meio ambiente, como ações de planejamento voltadas a garantir a continuidade do turismo nas localidades a médio e longo prazo (BARBOSA, 2008).

*Grosso modo*, com referência às questões ambientais, ou mais especificamente às áreas territorializadas para o turismo e utilização dos recursos naturais para potencializar as demandas e serviços turísticos, o discurso é omissivo e

descompromissado, o que se percebe através da cadeia discursiva da “não visibilidade”, “não importância”, “não necessário cuidado”, “não consideração da fragilidade” dos aspectos ambientais e de sua relação com as externalidades negativas potencializadas pelo crescimento do turismo litorâneo no Ceará.

Conforme Rafael (Anexo G), embora o foco dos investimentos turísticos sejam no litoral, “[...] aqui nós não temos, diferentemente de boa parte dos estados no Nordeste, problemas com as questões ambientais”. Contudo, Rafael coloca em segundo plano as questões ambientais no turismo: “[...] é como se tivesse fazendo um autofagia, né, você tá se consumindo e vai se suicidando, né, suicídio turístico. Aí, então, realmente eu acho que é muito importante que se dê atenção à preservação, né, conservação” das áreas turísticas.

Outro ponto vinculado às questões ambientais é desassociar ou relativizar as possíveis externalidades negativas causadas pelo turismo em detrimento do crescimento econômico. Essa relativização pode ser constatada na fala de Heitor (Anexo H):

Heitor: É-é MUITO melhor você vender essa paisagem que cê tá vendo aqui, cê vê-vê-vê o mar, vender-vender os sonhos do que você chegar e fazer uma política industrial; [...] no turismo, é-é você leva as fotos, você num leva, você nn... você DEIXA O RECURSO de-dos DIVERSOS países do mundo.

Na mesma perspectiva, Rodrigo (Anexo J) relativiza as externalidades ambientais negativas do turismo, quando indica, por exemplo, que as construções de barracas à beira-mar “[...] são ALTAMENTE, elas são altamente é-é-é-é, vamo dizer assim, NECESSÁRIAS do ponto de vista (para o desenvolvimento) do/ para o turismo”. Para o participante:

Rodrigo: É meio um contrassenso, mas-mas o que acontece e-e-em toda região de praia é assim, não tem uma é-é, uma-uma-uma destinaç/ um destino que seja trabalhado de forma é-é coerente... ecologicamente pra receber o turis/ NEM JERICOACOARA que tem/ que teria é, vamo dizer, a ma/ a mais, a maior necessidade de se fazer porque é um parque nacional, assá/ as coisas não acontecem, né, até o *Beach Park* é uma área, é uma área de praia PÚBLICA que é-que é-é-é comercializada, que-que é feito como-como uma área de-de-de-de-de NEGÓCIOS do próprio parque.

Na concepção de Rodrigo, há um “total” desequilíbrio entre a questão ambiental e a organização do espaço litorâneo destinado ao turismo. Ele assevera a crítica ao explicar que destinos como Salvador, Recife e Natal não invadem as áreas públicas para comercialização e negócios turísticos como acontece no litoral

cearense. Para ele, “[...] aqui é muito claro”, há uma invasão de estruturas turísticas à beira-mar.

Assim, relativizam-se as externalidades negativas causadas pelo turismo como um “mal necessário”, um “preço que se paga”, mas que trará emprego e renda para a população. Como verificado na fala de Leonardo (Anexo K), apesar do “[...] crescimento desordenado da... da localidade” e dos impactos causados, “[...] o turismo [representa] tem-tem esse lado... negativo, entre aspas”. Da mesma forma, Beatriz (Anexo L) relativiza os impactos causados pelo turismo: “Acho que tem que acontecer, né, e acho que é pra acontecer; se não/ se não fosse assim, a Europa não era um grande destino turístico”.

### **7.5 Considerações dos resultados das análises do PDITS e das entrevistas com os atores sociais**

A inter-relação analítica entre o turismo e o discurso oferece uma mistura transdisciplinar útil para a investigação crítica de uma série de relações que se estabelecem e caracterizam o fenômeno turístico (JAWORSKI; PRITCHARD, 2005). Nesse panorama, a análise crítica do campo social, as práticas observadas no fenômeno e a análise das instituições que atuam/influenciam no/o processo são relevantes, considerando-se que é no dia a dia, na dialética das ações e de seus mecanismos, que se estabelecem elementos ideológicos passíveis de observação e debate, tendo como objetivo releituras e incorporação de novos vieses interpretativos que funcionem como chaves que proporcionem mudanças sociais.

No turismo, área que ainda não conseguiu sistematizar um corpo amplo de pesquisa crítica, especialmente em âmbito regional, em que ainda imperam o poder político e a força capitalista delineando o futuro da atividade no estado, estabelecer debates críticos avaliativos, de pesquisa e relacionados aos sistemas considera-se como um movimento necessário a proposições de mudanças. Assim, ressalta-se a importância da pesquisa e da investigação no que tange às redes de práticas e posições dos campos político e econômico na produção da atividade, os quais agem material e simbolicamente no posicionamento e manutenção das ideologias e do *status quo*.

Sob esse prisma, a análise do discurso é fruto da percepção do autor referente às formas particulares de ação em contextos e conjunturas específicos,

como o turismo. Desse modo, os trechos e comentários feitos dizem respeito à importância dada pelo autor dos trechos destacados e comentados como forma de recontextualizar o turismo como prática simbólica que extrapola os sistemas que compõem a atividade.

Objetivou-se, com as análises, ilustrar como existe uma construção ideológica e funcional nos discursos do turismo, a qual atua sistematicamente nas práticas cotidianas da atividade, sendo reproduzida com vigor, como demonstrado nos textos analisados. Também se buscou deixar claras as intenções ideológicas aplicadas mediante os recursos discursivos quando, por exemplo, utilizam-se de forma posicionada os termos “participação”, “desenvolvimento”, “geração de emprego”, “riqueza”, “atividade redentora”, entre outras citadas.

Chamou a atenção do autor a clareza com que os atores sociais percebem, mesmo que não se refiram nesses termos, as funcionalidades dos discursos oficiais administrativos e políticos. O autor percebeu que, embora se reconheça o discurso falacioso, no turismo as relações hierarquizadas e de poder parecem servir de bloqueio a posicionamentos críticos por parte do ator social, o que perpetua o processo de práticas hierárquicas e de poder na área do turismo.

Durante a leitura do PDITS, inicialmente nas entrevistas e posteriormente nas análises feitas, o autor fez sua reflexão sobre o que propôs como objeto de estudo e sobre como se posicionar frente ao que se apresentava como resultado das análises. Nesse sentido, o desenvolver da pesquisa foi revelador para o entendimento ou afirmação de impressões acerca de quais os aspectos e de como os elementos discursivos agem na forma com que o ator social vê e reproduz as práticas discursivas em suas práticas sociais.

Mesmo antes de iniciar a pesquisa, o autor decidiu assumir a postura de responder a uma pergunta que é certa para quem lê um estudo como este: se uma pessoa faz parte de um grupo, se está inserida nesse grupo, é claro que o discurso será coerente ou mais ou menos próximo com a/da filosofia/ideologia do grupo que faz parte, então por que fazer uma pesquisa como esta? A resposta que se apresenta é: para proporcionar clareza a esses mecanismos, citando-se elementos que esclareçam que sistemas de convencimento são ideológicos e que o turismo, como criado e desenvolvido no Ceará, utiliza-se fortemente do recurso discursivo como aparato ideológico. Para isso, há que se ressaltar que não apenas a leitura dos dados faz o autor tecer essa reflexão e defender essa ideia, mas a experiência

empírica e rica de posicionar-se como observador crítico no campo em que atua, no qual também é ator social.

Nesse sentido, da leitura do PDITS (dados coletados), observou-se a sistematização de um discurso coerente, inclusive com nuances de autocrítica ao planejamento atual do turismo, que cumpre a função de documento que servirá de plano, de cartilha de intenções para o desenvolvimento do turismo local. Dessa forma, necessitam convencer os credores (agências de financiamento) e seus participantes (cadeia produtiva e anunciadores do projeto) de sua eficácia. No documento, contemplam-se todos os segmentos e constrói-se uma sistemática lógica direcionada a avaliar, diagnosticar e encontrar as falhas a serem corrigidas e traçar os planos de ação. Tudo está lá.

Contudo, com base na combinação da análise do contexto social e da enunciação dos textos, fica claro que o discurso está estrategicamente encaixado à formação de panoramas que garantam o convencimento das ideias e sucesso da exposição do enunciador. Assim, citam-se: “a qualidade técnica do documento”, “a participação da comunidade”, “o compartilhamento de poder”, “a governança”, “a inclusão dos aspectos ambientais”, “a continuidade do projeto” e “a proposição de *feedback*” como mecanismos avaliativos e reguladores do projeto. Tudo está lá e cumpre uma função discursiva de convencer, uma funcionalidade que escamoteia uma realidade que subjaz ao processo aparente, que a leitura do documento não revela e que é possível denunciá-la através da experiência não mediata, percebida e compartilhada pelo ator social que influencia ou é influenciado pelo processo.

Com o apoio da lógica crítica e reflexiva de Foucault (2001), questiona-se qual a função e intensidade desse discurso institucional sobre os outros leitores. Acredita-se que, via de regra, o leitor considera o texto atual, moderno, coerente e eficaz. Ele cumpre seu papel de articular o “projeto turístico regional”, que, aliás, faz parte de um macroprojeto nacional. Tudo está em ordem, porém frágil e incertamente, na medida em que o texto é atravessado pela necessidade de uma avaliação empírica e não institucionalizada das diretrizes, uma contrapartida que questiona o discurso e pede urgência nas práticas. Nesse momento, exige-se do leitor criticidade e percepção do contexto, para analisar as identidades do discurso e suas práticas e denunciar os desalinhos, contradições e falácias que envolvem o processo.

A fim de investigar essa realidade, com base empírica, foram realizadas as entrevistas com representantes de variados grupos sociais que atuam ou lidam



diretamente com o turismo. Com base em Chouliaraki e Fairclough (1999) e seus estudos pertinentes ao Realismo Crítico, considera-se identificar e debater os temas vistos como problemas sociais como uma forma de aquisição de repertório e etapa importante no direcionamento de posturas que favoreçam mudanças sociais.

Então, o autor projetou, assentado no cruzamento das análises do PDITS e entrevistas, ampliar sua percepção e abstrair da empiria dos participantes questões não observadas que ampliassem ou refutassem raciocínios e julgamentos preconcebidos, considerando a importância do domínio empírico por ser nesse âmbito que se avalia com mais propriedade/proximidade a ativação de posicionamentos particulares (RAMALHO, 2009).

Dessa etapa, observou-se que os participantes, *grosso modo*, entendem que existe um discurso moldado para o turismo. Nesses termos, o discurso do governo é entendido como “preconcebido”, “moldado”, “político” e “funcional”. Contudo, percebeu-se que o ator social, apesar de reconhecer essa funcionalidade, incorpora o discurso e o reproduz, o que atesta a força com que os discursos são reproduzidos nas práticas sociais do turismo.

Nesse panorama, os discursos do turismo no Ceará utilizam marcas enunciativas fáceis de serem identificadas, das quais a “geração de emprego e renda”, a “participação”, a “geração de riqueza” e a “criação de infraestrutura” destacam-se. Entende-se, assim, que o turismo, constituído para ser um projeto político-econômico, ultrapassa seu panorama inicial, de aproveitamento das riquezas naturais para atração de visitantes, com isso ameniza as disparidades socioeconômicas em relação aos grandes centros econômicos do centro-sul verificados na década de 1980. O turismo é permeado por processos políticos, atividade forte da economia regional, tida como redentora por alguns, da qual todos querem fazer parte, mesmo que empregando outra tipologia, como o turismo de base local. O turismo também é centro de poder e platô de articulação de onde se comandam grandes obras, determinam-se perspectivas e articulam-se bases políticas, tudo isso construído discursivamente.

Como etapa prevista na Análise de Discurso Crítica, o que se espera é que as observações feitas, analisadas, sejam, de alguma forma, um despertar crítico que abra debates e reflexões que possibilitem mudanças perceptivas e contribuam para a formação de repertórios e posicionamentos sociais. Como já dito pelo autor, enxergar o problema já anuncia uma mudança.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar a tese, o pesquisador afirma ter articulado conhecimentos e exercitado percepções e debates que lhe servirão para toda a vida. Dessa forma, sente-se mais experiente no que concerne aos aspectos semióticos discursivos na área do turismo e à relação dessas estruturas com a prática social. Com o exercício da confecção da tese e referências incorporadas ao repertório crítico, consegue enxergar um pouco além do dito, do visto, do lido, o que possibilita desenvolver leituras críticas atinentes ao turismo e suas práticas.

A tese possibilitou buscar explicações aos questionamentos do autor na condição de ator social, profissional do turismo, cujas respostas só foram possíveis a partir do conhecimento articulado do autor como pesquisador. A tese, nesse sentido, foi construída sob duas perspectivas, uma complementando a outra, autor-ator social e autor-pesquisador, numa corrente transitória de raciocínios.

Como ator social, seu posicionamento lhe permitiu ousar na discussão, debater e questionar o desenvolvimento e práticas da atividade turística, mas só ao debruçar-se sobre o objeto como pesquisador pôde respaldar-se de visões mais concretas do objeto investigado, das reflexões e dos objetivos que desejava alcançar. Isso é o que Eco (2000) entende como “abordar cientificamente sua experiência”.

A experiência empírica do autor relacionada ao objeto foi importante para definir hipóteses e esboços e para delinear os caminhos do estudo. Contudo, o terreno explorado teve de ir além das impressões iniciais, a fim de estruturar, desenvolver e obter respostas aos questionamentos levantados.

Nesse caminho, algumas questões foram respondidas imediatamente ao interligar criticamente os temas, contexto social e referencial teórico. Já outras, forjadas no aprendizado e na pesquisa, tiveram que ter suas respostas prospectadas nos textos, nas análises e na paciência da observação. Destaca-se que, apesar do critério nas análises, o autor reconhece a parcialidade das mesmas, considerando as várias possibilidades de angular o turismo, contexto e práticas sociais. Todavia, para o autor, empregar a Análise de Discurso Crítica (ADC) como método de pesquisa, assim como a escolha do *corpus* para as análises, foi satisfatório, propiciando-lhe a abordagem do perfil e das conclusões previstas para a pesquisa.

O estudo situou o turismo e situou-se no turismo, na direção da ampliar a lógica das construções discursivas. Sob esse viés, o tempo longo para o seu desenvolvimento foi necessário para encaminhar raciocínios e estratégias e para desenvolvê-los, assim como sedimentar conhecimentos e confirmar ou refutar os elementos discutidos na tese.

A pesquisa teve como escopo ampliar o debate acerca da produção e reprodução dos discursos na área do turismo, evidenciando materialidades ideológicas do cenário sócio-político-econômico do turismo no Ceará. Nesse contexto, o autor defende, para o desenvolvimento sustentável da atividade, a aquisição de conhecimento crítico e posturas opinativas frente aos problemas observados.

A questão alinha-se à filosofia de que sustentabilidade não se refere exclusivamente à relação sociedade e natureza, mas também à qualidade de vida das comunidades, ao respeito das capacidades locais, garantindo os direitos cognitivos e sociais. Esse é um movimento que, entre outras questões, busca tornar prática a teia de relações e benefícios proporcionada pelo turismo, que o discurso afirma ter e que a prática contesta.

Esboçar um pensamento e uma pesquisa, desse modo, significa entender o estado das coisas a partir de uma reflexão complexa e crítica e, ao fazê-lo, iniciar um caminhar crítico que complexibiliza o conhecimento inicial do observador. Nesse panorama interpretativo, situou-se o estudo, cujos resultados compartilha-se a seguir.

Fundamentado nos temas discutidos e nas análises executadas, observou-se no turismo do Ceará a existência de movimentos políticos e econômicos que atuam sistematicamente na manutenção de privilégios dos interesses de grupos e instituições de poder que comandam e administram a atividade, o que traz defasagem ao que se concebe como desenvolvimento turístico sustentável.

Os referidos sistemas, de modo geral, exercem forte influência nas decisões, articulações e direcionamentos dos benefícios/riquezas gerados pelo turismo. Já na outra posição, encontram-se os atores que movimentam o turismo e constroem a cadeia produtiva: comunidade, profissionais e demais envolvidos.

No Ceará, o turismo integra ativamente os discursos político e empresarial, os quais, através desse aparato, constroem sentidos e imagens de modernidade administrativa, posicionando a atividade como um modelo arrojado de

desenvolvimento político-econômico em âmbito regional. Nesses termos, evidenciam-se as funcionalidades políticas do discurso no turismo, em que enunciados são produzidos para a promoção de imagens positivas da administração pública, servindo ainda, de forma transversal, para a promoção política da figura do administrador e planejador. Da mesma forma, o cuidado com a retórica e suposto alinhamento do planejamento turístico às políticas de governança e sustentabilidade, posições tomadas com o objetivo de atenuar possíveis críticas dos atores-chave quanto às administrações e de alinhar os projetos políticos e de planejamento às exigências dos órgãos financiadores e agências mantenedoras.

A tese delineou-se sob esse viés de investigação, denunciando essa problemática nas práticas do turismo do Ceará. Desenvolver o estudo foi sempre um desafio, principalmente em alinhar um perfil coerente que relacionasse o turismo e a ADC. Ressaltam-se como dificuldades para o desenvolvimento do estudo: a escolha do *corpus* de análise, os aspectos do contexto social a serem investigados e, especialmente, o desenvolvimento de forma satisfatória de análises utilizando conceitos de outras disciplinas, como a linguística, necessária para a aplicação da ADC como metodologia. Nesse universo, a pesquisa buscou a melhor forma de articular os estudos críticos, discurso e turismo, áreas do conhecimento articuladas com o propósito de dar conta da complexibilidade do tema escolhido para a pesquisa e de avançar no debate e desenvolvimento de posturas contra-argumentativas e emancipatórias em face dos problemas observados.

Esse debate situa criticamente o turismo como fenômeno social mundializado e da modernidade, centralizando o debate sócio-político-econômico-ambiental, platô de articulação política e esteio discursivo de grupos político-econômicos. Assim, deixam-se claras a articulação e a inter-relação do turismo com outros sistemas sociais e defende-se a aceção de que o planejamento precisa ser entendido não apenas como um conjunto planejado de diretrizes administrativas do governo, mas como uma síntese de intenções sociopolítica, econômica e ideológica, as quais se associam às construções mentais e discursivas dos seus proponentes.

Dessa forma, centraliza-se o discurso e seus sistemas formativos como uma plataforma eficaz para interpretar as inter-relações do turismo e o desenvolvimento do fenômeno como prática social. Um olhar crítico que interpreta

o turismo como um sistema complexo que se apoia no sistema de códigos discursivo-ideológicos para desenvolver-se, os quais constroem ideias pujantes de desenvolvimento e equidade, contudo num jogo de possibilidades e intenções que centraliza a decisão na figura de poder do enunciador. Nesse universo, espera-se que esse raciocínio estimule outros pesquisadores e que a ADC seja um campo mais explorado na investigação do desenvolvimento do turismo no Brasil.

Referente aos resultados, observou-se que o Ceará tem potencial para desenvolver o turismo em diversas áreas e segmentos. Entretanto, a concentração de investimentos e articulações políticas ainda mantém o foco no litoral como aposta para o incremento da demanda turística, evidenciado pela força do discurso do turismo de sol e praia. A imagem do Ceará turístico é construída com base nos grandes investimentos, a exemplo do Aquário de Fortaleza e do Centro de Eventos, citados nas entrevistas como ícones do turismo regional. Assim, constrói-se a ideia do turismo espetáculo por meio da apresentação e exaltação dos grandes projetos e infraestrutura criada.

Nessa construção, os discursos reportam-se aos fluxos sazonais da alta estação, prospecção de voos internacionais e projetos ainda em andamento como potencialidades e marcos competitivos do Ceará como destino turístico. Nesse panorama, a sustentabilidade, em termos ambientais e de equidade social, assim como o sentido político de governança, quando compõem os enunciados, fazem-no mais como marcas retóricas e exigências a serem cumpridas, do que como conceitos efetivos constituintes das práticas e filosofia administrativas a serem contempladas no planejamento e políticas públicas do turismo.

Turismo, nesse contexto, é potencial, real e possível, mas distante da forma como aparece nos discursos. Nas entrevistas, uma das razões mais citadas para o não cumprimento dos projetos turísticos foi a questão da descontinuidade política da administração. Isso acontece devido à troca de direcionamentos, investimentos e prioridades setoriais, dependendo da legenda ou grupo político que assuma o governo. Esse é um entrave que afeta diretamente o desenvolvimento sustentável do turismo regional, considerando a necessidade do planejamento da atividade a médio e longo prazo.

No Ceará, a atividade turística configura-se em um amálgama com o sistema político-econômico. Um jogo de discursos e interesses que preconiza o desenvolvimento sustentável da atividade, realidade contestada pelos

distanciamentos e até contradições entre as intenções (discursos) e as factuais verificadas no desenvolvimento da atividade. Em termos de forma e prática, o desenvolvimento do turismo do Ceará é assimétrico, clivado por disparidades e intenções verificadas na relação do discurso como aparato ideológico e nas práticas sociais.

Dessa forma, a gestão do turismo não se alinha ao desenvolvimento sustentável, no qual participação e compartilhamento de poder são premissas. Nesse cenário construído discursivamente, escamoteiam-se interesses e poderes políticos e econômicos, garantindo a manutenção do *status quo* e da imagem do espetáculo, realidade que requer contra-argumentações aos discursos estandardizados que são elaborados e reproduzidos em âmbito regional.

Assim, a análise dos dados demonstrou que o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) estrutura-se discursivamente, pautado numa organicidade, de modo a contemplar os temas em voga do planejamento do turismo sustentável e a cumprir as exigências formais dos órgãos financiadores e bancos credores, objetivando, como uma de suas metas, garantir o repasse das verbas prospectadas nos projetos.

Nesse contexto discursivo, as comunidades locais aparecem como uma das grandes beneficiadas das ações, destacando-se ainda o meio ambiente e a imprescindibilidade de manejo do mesmo. Já os gestores, planejadores, grupos políticos e empresariado são citados subliminarmente como os conhecedores técnicos, proativos e grupo comprometido com a eficácia do plano, na direção do desenvolvimento regional, destacando os modalizadores “infraestrutura”, “emprego e renda”, “participação”, “governabilidade”, “fortalecimento da imagem local”, “competitividade do destino” e “desenvolvimento sustentável” nos discursos analisados.

Contudo, nas entrevistas, os participantes atestaram perceber o discurso “moldado”, “preparado”, “político” e “estratégico” desenvolvido pelos setores administrativos e governamentais do turismo no Ceará, destacando tal discurso como “falacioso”, “contraditório” e “intencionalmente político”. Nessa avaliação, nenhum entrevistado textualmente exaltou a administração pública como promotora do desenvolvimento regional. Da mesma forma, nenhum entrevistado citou a participação do ator social em âmbito deliberativo no processo de planejamento do turismo regional, reservando-se a esse a posição consultiva, quando existe.

Nos trechos analisados, observou-se a reificação do turismo como mercadoria e atividade “salvadora” capaz de mudar o contexto social de pobreza regional por intermédio da exploração dos territórios “vocacionados” ao turismo. Nesse panorama, somente um entrevistado fez crítica às mudanças culturais e fazeres locais causados pelo aporte e desenvolvimento do turismo nas localidades, a exemplo da perda da tradição de pesca.

No turismo, a maneira de enunciar induz à construção de imagens que facilitam a aceitação do projeto e que passam a produzir distintos discursos em outros contextos, com intenções particulares. É nessa conjuntura que o ator social reproduz as imagens e ideologias forjadas do turismo “não poluente”, “potencial”, “inclusivo”, “sustentável”, evidenciando a força e eficácia do discurso hegemônico e de poder em tornar-se presente nas práticas sociais, sedimentando-se no imaginário das comunidades costeiras e *trade* turístico como o caminho a ser seguido.

Nas análises dos enunciados, a criação de infraestrutura e aumento de demanda turística são diretrizes a serem alcançadas. Embora os discursos centralizem e justifiquem os investimentos no turismo como ação que proporcionará bem-estar social e desenvolvimento regional, essa relação não aparece destacada em exemplos concretos nos discursos, o que evidencia a vinculação dissonante entre projetos e prática social. Assim, os discursos administrativos no Ceará são funcionais e ideológicos, produzidos para alcançarem variados objetivos e interesses particulares, e posicionam estrategicamente atores, eventos e ideologias, a fim de manterem poderes e garantirem o *status quo*.

A sumarização dos achados, fruto das reflexões feitas entre embasamento teórico e resultados obtidos, é duplamente relevante para o autor: como conclusão de um projeto de pesquisa centralizado na investigação dos elementos sociodiscursivos no âmbito do turismo; e como meio de expor os resultados advindos dessa iniciativa, de sorte a contribuir para o avanço da temática no meio científico. Assim, os objetivos da tese foram alcançados, uma vez que a proposta da pesquisa fundamentou-se em evidenciar os discursos do turismo e a relação dessas práticas no planejamento e prática social do fenômeno. Essa constatação demonstrou-se por meio dos textos destacados, discussões acerca das estratégias semióticas utilizadas no processo e comentários a respeito dos sentidos produzidos nos discursos.

Confirmam-se ainda as hipóteses lançadas na introdução da pesquisa, segundo as quais o discurso do turismo no Ceará cumpre dois papéis principais: um

funcional-burocrático; e outro ideológico, que influencia diretamente o planejamento e as práticas sociais da atividade. Constatando-se ainda, através das análises, que existem contradições entre esse discurso, as práticas sociais e o que se concebe como desenvolvimento sustentável no turismo.

Assim, a tese que se defende é a de que o discurso é um aparato estrategicamente empregado no turismo do Ceará, o qual influencia diretamente as práticas sociais, sendo, com referência às contraditoriedades, disparidades e intenções ideológicas e de poder verificadas nos textos analisados, incoerente, não se alinhando ao que se concebe como desenvolvimento turístico sustentável.

A perspectiva que se quer firmar com a finalização deste trabalho não se vincula apenas à demonstração do problema relacionado às formas e funcionalidades dos discursos no turismo, mas à discussão de novos vieses de mudança social a partir da requalificação do conhecimento sobre o problema. Essa é uma intenção assumida pelo autor. O desenvolvimento do estudo e o pensar constante no tema até sua exposição foram sempre constituídos por uma relação dialógica, de idas e vindas, de reflexões, de diálogos com outros autores, cujos ensinamentos foram expostos no desenvolvimento das seções deste estudo, sempre lançadas pela intervenção do pesquisador, que também é ator social.

Assim, finaliza-se este momento dizendo que o turismo produz espaços, hábitos e externalidades, assentados na teia de relações que orbitam no cotidiano da atividade. É assimétrico em termos de equidade e ideológico em termos de discursos produzidos. Considera-se o turismo como um elemento importante das políticas públicas regionais, um projeto ousado e coerente, mas, ao mesmo tempo, falacioso e contraditório no que diz respeito à identidade e às materialidades, quando se põe em confronto as realidades do turismo no Ceará.

Encerrada esta etapa de articulação de conhecimentos e exercícios analíticos, o autor reitera a necessidade de operar análises críticas na área do turismo, com vistas a evidenciar, entre outras questões, como se arquitetam e perpetuam os cenários falaciosos e de poder que permeiam o planejamento e a atividade turística como prática no Ceará.



## REFERÊNCIAS

- ACERENZA, M. **Administração do turismo: planejamento do turismo: planejamento e direção**. São Paulo: USC, 2003.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 33, n. 3, p. 9-16, 2004.
- ALVES, M. L. B. Reflexões sobre a pesquisa qualitativa aplicada ao turismo. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 22, n. 3, p. 599-613, 2011.
- AMORIM, E. M. C. **Planejamento turístico em Portugal: abordagem relacional entre a formação superior em turismo e a efetivação do planejamento a nível local**. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, 2013.
- AMOSSY, R. Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 9-28.
- ANDRIOTIS, K. Tourism planning. In: ANDRIOTIS, K. **Thesis: local community perceptions of tourism as a development tool: the Island of Crete. Greece**: Bournemouth University, 2000. Chapter 3.
- ANSARAH, M. G. R. **Turismo: como aprender e como ensinar**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2000. v. 2.
- AP, J. Residents perceptions on tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 19, n. 4, p. 665-690, 1992.
- APARNA, R. (Ed.). A framework for the tourism planning process. In: RAJ, A. (Ed.). **Sustainability, profitability and successful tourism**. New Delhi: Kanishka, 2007.
- ARAUJO, L. M. A colaboração como base para o planejamento turístico e territorial. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: UECE, 2012. p. 381-392.
- ARAUJO, L. M. Análise de *stakeholders* para o turismo sustentável. **Caderno Virtual de Turismo**, Ilha do Fundão, v. 8, n. 1, p. 91-99, 2008.
- ARAUJO, L. M. Participação sociopolítica no planejamento turístico. **Turismo: Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 8, n. 1, p. 153-164, 2006.
- ARAUJO, L. M. Planejamento turístico regional. In: ARAUJO, L. (Org.). **Geografia: espaço, tempo e planejamento**. Maceió: UFAL, 2004. p. 91-109.
- ARAUJO, L. M. **Planejamento turístico regional: participação, parcerias e sustentabilidade**. Maceió: UFAL, 2009.

ARAUJO, L. M. **Stakeholder participation in regional tourism planning**: Brazil's Costa Dourada Project. South Yorkshire: Sheffield Hallam University, 2000.

ARAUJO, L. M.; BRAMWELL, B. Partnership and regional tourism in Brazil. **Annals of Tourism Research**, Great Britain, v. 29, n. 4, p. 1138-1164, 2002.

ARAUJO, R. S. P. **Contradições do planejamento territorial do turismo no Brasil**: o Distrito de São Francisco Xavier. 2012. 234 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

ATTIA, A. **Thesis**: planning for sustainable tourism development: an investigation into implementing tourism policy in the North West Coast Region of Egypt. London: University College, 1999.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2010.

BALASTRERI RODRIGUES, A. A. Resenha crítica: políticas públicas e planejamento estratégico e turismo. **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 4, n. 4, p. 650-657, 2012.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, 10., 2011, Curitiba. **Anais...** Paraná: PUC, 2011.

BAPTISTA, M. **Turismo**: gestão estratégica. Lisboa: Verbo, 2003.

BARBOSA, L. G. (Org.). **Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional**: Relatório Brasil. 2. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2008.

BARBOSA, L. G. (Org.). **Índice de competitividade do turismo nacional**: 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. Brasília, DF: Sebrae, 2012.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papyrus, 1991.

BENEVIDES, I. P.; CRUZ, R. C. A. Políticas governamentais de turismo dos estados do Ceará e Rio Grande do Norte: especificidades locais no (re)descobrimto do Nordeste do Brasil. In: ENCUENTRO INTERNACIONAL DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 6., 1997, Buenos Aires. **Resúmenes...** Buenos Aires, 1997. p. 242-242.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 5. ed. São Paulo: Senac, 2001.

BHASKAR, R. General introduction. In: ARCHER, M. et al. (Org.). **Critical realism**: essential readings. London: New York: Routledge, 1998. p. 9-24.

BHASKAR, R. **Scientific realism and human emancipation**. London: Verso, 1986.

BHASKAR, R. **The possibility of naturalism**. A philosophical of the contemporary Human Sciences. Hamel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1989.

BIANCHI, R. V. The 'critical turn' in tourism studies: a radical critique. **Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment**, v. 11, n. 4, p. 484-504, 2009.

BLOMMAERT, J. **Discourse: a critical introduction**. Cambridge: Cambridge University, 2005.

BOURDIEU, P. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. São Paulo: Papyrus, 1996.

BRAMWELL, B. Actors, power, and discourses of growth limits. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 33, n. 4, p. 957-978, 2006.

BRAMWELL, B.; LANE, B. Editorial introduction: critical research on the governance of tourism and sustainability. **Journal of Sustainable Tourism**, [S.l.], p. 411-421, 2011.

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à Análise do Discurso**. Campinas: Unicamp, 2002.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo: no modelo do programa da gestão descentralizada do Plano Nacional de Turismo 2003/2007**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Brasil em Desenvolvimento 2009: estado, planejamento e políticas públicas**. Brasília, DF: Ipea, 2009.

BRASIL. **Plano Nacional do Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007a.

BRASIL. **Plano Nacional do Turismo 2013/2016: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2013a.

BRASIL. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas: 2003-2007**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL. **Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste do Brasil: 841/OC – BR. 2002**. Disponível em: <<http://www.iadb.org/regions/re1/br/br0323/eval1.pdf>>. Acesso em: 18 dez. 2015.

BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo**. Diretrizes. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2013b.

BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: ação municipal para a regionalização do turismo**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007b.

BRASIL. **Turismo no Brasil 2011/2014**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2011.

BRUGHA, R.; VARVASOVSKY, Z. Stakeholder analysis: a review. **Health Policy and Planning**, Oxford, v. 15, n. 3, p. 239-246, 2000.

CAPRA, F. A. **Teia da vida**: uma nova compreensão dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, [1995?].

CARDOSO, S. H. B. **Discurso e ensino**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

CAVALCANTE, E. O. O estado crítico da modernização: uma análise a partir do turismo cearense. **Revista do Departamento de Geografia**, São Paulo, v. 24, p. 185-207, 2012.

CEARÁ. **Ceará Cidadania**: crescimento com inclusão social. Plano de Governo 2003/2006. Fortaleza: Seplan, 2003.

CEARÁ. **Consolidando o novo Ceará**: Plano de Desenvolvimento Sustentável, 1999-2002. Fortaleza: Seplan, 2000.

CEARÁ. **Prodetur Ceará**: modelo de termos de referência para a elaboração dos PDITS. Componente I: Produto turístico, Anexo B. Fortaleza: Setur, 2011.

CEARÁ. **Prodetur/NE II**: Resumo Executivo. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Pólo Ceará Costa do Sol. Fortaleza: Setur, 2004.

CEARÁ. **Prodetur**: Manual de Operações. Fortaleza: Setur, 2012.

CÉSAR, P. A. B. **Turismo e desenvolvimento sustentável**: análise dos modelos de planejamento turístico. Caxias do Sul: UCS, 2011.

CHAMBERS, D. Interrogating the 'critical' in critical approaches to tourism. In: ATELJEVIC, A. P.; MORGAN, M. (Ed.). **The critical turn in tourism studies**: innovative research methodologies. Amsterdam: Elsevier, 2007. p. 105-120.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHOULIARAKI, L. Media discourse and the public sphere. **Delta**: Documentação de Estudos em Lingüística, São Paulo, v. 21, n. especial, p. 45-72, 2005.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity**: rethinking critical discourse analysis. Edinburg: Edinburg University, 1999.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

COOPER, C.; MICHAEL HALL, L. G.; GODOI, T. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

COOPER, C. F. et al. **Turismo**: princípios e prática. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

- CORIOLOANO, L. N. M. T. **Turismo, territórios e sujeitos nos discursos e práticas políticas**. 2004. 295 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, 2004.
- CORIOLOANO, L. N. M. T.; LEITÃO, C. Turismo, cultura e desenvolvimento entre sustentabilidades e (in)sustentabilidades. **Revista Turismo e Patrimônio Cultural**, [S.l.], v. 6, n. 3, p. 467-479, 2008.
- CORIOLOANO, L. N. M. T.; SAMPAIO, C. A. C. Discursos e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como indução. In: CORIOLOANO, L. N. M. T. (Org.). **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: UECE, 2012. p. 49-73.
- CORRALES, J. P. Realismo crítico en investigación en ciencias sociales: una introducción. **Investigación 398 y Desarrollo**, [S.l.], v. 12, n. 2, p. 396-429, 2004.
- COSTA, C. An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning. **International Journal of Tourism Research**, [S.l.], v. 3, p. 425-441, 2001.
- COSTA, D. B. **Cidadão e cidadãos em situação de rua**: uma análise de discurso crítica da questão social. 2009. 347 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2009.
- COSTA, M. Análise de discurso crítica no turismo: indicação de metodologia às novas leituras do fenômeno. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 11., 2014, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: [S.n.], 2014.
- COSTA, M. **Turismo e política governamental**: impactos socioambientais gerados na zona costeira do município de Beberibe/CE. 2010. 186 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.
- CRUZ, R. C. A. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. **América Latina**: cidade, campo e turismo. São Paulo: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006.
- CRUZ, R. C. A. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.
- CRUZ, R. C. A. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Geosul**, Santa Catarina, v. 20, n. 40, p. 27-43, 2005.
- CURRIE, R.; SEATON, S.; WESLEY, F. Determining stakeholders for feasibility analysis. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 41-63, 2009.
- DALLABRIDA, V. R. A. A gestão social dos territórios nos processos de desenvolvimento territorial: uma aproximação conceitual. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 44-60, 2007.

DANTAS, E. W. C. Construção da imagem turística de Fortaleza/Ceará. **Mercator**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 53-60, 2002.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DIAS, R. **Ciência política**. São Paulo: Atlas, 2008.

DODDS, R.; BUTLER, R. Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations. **Tourismos**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 35-54, 2010.

ECO, H. **Como se faz uma tese**. 15. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

EDENSOR, T. Performing tourism, staging tourism: (re)producing tourist space and practice. **Tourist Studies**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 59-81, 2001.

FAIRCLOUGH, N. A dialectical-relational approach to critical discourse analysis. In: WODAK, R.; MEYER, M. (Org.). **Methods of critical discourse analysis**. 2. ed. London: Sage, 2009. p. 162-186.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse**: textual analysis for social research. London: Routledge, 2003.

FAIRCLOUGH, N. **Critical discourse analysis**: the critical study of language. 2. ed. London: Longman, 2010.

FAIRCLOUGH, N. Discourse, social theory, and social research: the discourse of welfare reform. **Journal of Sociolinguistics**, Auckland, v. 4, n. 2, p.163-195, 2000.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília, DF: UnB, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Language and power**. London: Longman, 1989.

FAIRCLOUGH, N. L.; WODAK, R. Critical discourse analysis. In: VAN DIJK, T. A. (Ed.). **Discourse studies**: a multidisciplinary introduction. London: Sage, 1997. p. 258-284.

FARRELL, B. H.; TWINING-WARD, L. Reconceptualizing tourism. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 31, n. 2, p. 274-295, 2004.

FAZENDA, I. (Org.). **O que é interdisciplinaridade?** São Paulo: Cortez, 2008.

FAZENDA, N.; SILVA, S.; COSTA, C. Política e planejamento turístico à escala regional: o caso da agenda regional de turismo para o norte de Portugal. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**, Açores, n. 18, p. 77-100, 2008.

FAZITO, M. Turismo crítico. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 9., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2012.

FEIGHERY, W. Reading tourism texts in context: a critical discourse analysis. **Tourism Analysis**, New York, v. 11, n.1, p. 1-11, 2006.

FISCHER, T. (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais**: marcos teóricos e avaliação. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed: Bookman, 2009.

FORGACS, D. (Ed.). **The Gramsci reader**: selected writings 1916-1935. New York: University, 2000.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

FOUCAULT, M. **A verdade e as formas jurídicas**. Rio de Janeiro: NAU, 2002.

FRANÇA, V. V. O objeto da comunicação: a comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 39-60.

FRANKLIN, A.; CRANG, M. The trouble with tourism and travel theory. **Tourist Studies**, London, v. 1, n. 1, p. 5-22, 2001.

FREEMAN, R. E. **Strategic management**: a stakeholder approach. Massachusetts: Sage, 1984.

FREITAS, C. L. **Turismo, política e planejamento**: estudo do circuito turístico do diamante no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. 2008. 394 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

GALVÃO, A. R. G.; FRANÇA, F. M.; BRAGA, L. C. O território e a territorialidade: contribuições de Claude Raffestin. In: SAQUET, M. A.; SOUZA, E. B. C. (Org.). **Leituras do conceito de território e de processos espaciais**. São Paulo: Expressão Popular, 2009. p. 36-46.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 64-89.

GETZ, D. Models in tourism planning: towards integration of theory and practice. **Tourism Management**, [S./], v. 7, n. 1, p. 21-32, 1986.

GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 244-270.

GUATTARI, F. **As três ecologias**. 11. ed. Campinas: Papyrus, 2001.

GUNN, C. A.; VAR, T. **Tourism planning**: basics, concepts, cases. 4. ed. New York: Routledge, 2002.

HAESBAERT, R.; GONÇALVES, C. W. P. **A nova des-ordem mundial**. São Paulo: Unesp, 2006.

HAJER, M. A. Discourse coalitions and the institutionatization of practice: the case osacidrain in Britain. In: FISCHER, F.; FORESTER, J. (Org.). **The argumentative turn in policy analysis and planning**. London: Duke University, 1993. p. 43-76.

HALL, C. M. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2004.

HALL, C. M. Politics and place: an analysis of power in tourism communities. In: SINGH, S.; TIMOTHY, D. J.; DOWLING, R. K. (Ed.). **Tourism in destination communities**. Oxon: Cambridge; USA: Cabi, 2003. p. 273-276.

HALL, C. M.; ALAN, A. L. **Sustainable tourism**: a geographical perspective. New York: Addison Wesley Longman, 1998.

HANNAM, K.; KNOX, D. Discourse analysis in tourism research: a critical perspective. **Tourism Recreation Research**, [S.l.], v. 30, n. 2, p. 23-30, 2005.

HANNAM, K.; KNOX, D. **Understanding tourism**: a critical introduction. Thousand Oaks: Sage, 2010.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 16. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

HINTZE, C. H. **Espectáculos e invisibilidades do discurso legitimador do turismo**. 2013. 536 f. Tese (Doutorado em Ecologia Aplicada) – Programa de Pós-Graduação em Ecologia Aplicada, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2013.

INSKEEP, E. **National and regional planning, methodologies and case studies**. [S.l.]: Routledge: WTO, 1993.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ – IPECE. **Ceará em mapas**. Fortaleza: Ipece, 2007.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ – IPECE. **Planejamento participativo e regionalizado**: ações e projetos prioritários do Governo do Estado, 2008-2010. Fortaleza: Ipece, 2008.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ – IPECE. **Plano de Metas Governamentais, 1979-83 – PLAMEG II**. Fortaleza: Ipece, 1979.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ – IPECE. **Plano Estadual de Desenvolvimento, 1983-87 – PLANED**. Fortaleza: Ipece, 1983.

INTER-AMERICAN DEVELOPMENT BANK. **Country Program Evaluation**: Brazil 2011-2014, Office of Evaluation and Oversight, OVE. 2015. Disponível em: <[https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7252/country\\_program\\_evaluation\\_brazil\\_2011-2014.pdf?sequence=1](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7252/country_program_evaluation_brazil_2011-2014.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 23 abr. 2016.



JAMAL, T. B.; GETZ, D. Collaboration theory and community tourism planning. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 22, n. 1, p. 186-204, 1995.

JAWORSKI, A.; PRITCHARD, A. (Ed.). **Discourse, communication, and tourism**. [S.l.]: Channel View, 2005.

LIU, Z. Sustainable tourism development: a critique. **Journal of Sustainable Tourism**, [S.l.], v. 11, n. 6, p. 459-475, 2003.

MAGALHÃES, I. **Eu e tu: a constituição do sujeito no discurso médico**. Brasília, DF: Thesaurus, 2000.

MAGALHÃES, I. Introdução: a Análise de Discurso Crítica. **Delta: Documentação de Estudos em Linguística**, São Paulo, n. 21 (n. esp.), p. 1-9, 2005.

MAGALHÃES, I. Teoria crítica do discurso e texto. **Revista Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, n. esp., p. 113-131, 2004.

MAGALHÃES, I. Textos e práticas socioculturais – Discursos, letramentos e identidades. **Revista Linha D'Água**, São Paulo, n. 24, v. 2, p. 217-233, 2011.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.

MARTÍNEZ, L. F. P. A questão do poder e da ideologia na Análise de Discurso Crítica (ADC). In: PÉREZ, L. F. M. (Org.). **Questões sociocientíficas na prática docente: ideologia, autonomia e formação de professores**. São Paulo: Unesp, 2012. p. 121-130.

MARTINO, L. C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 11-26.

MARUJO, M. N.; CARVALHO, P. Turismo, planejamento e desenvolvimento sustentável. **Turismo e Sociedade**, Paraná, v. 3, n. 2, p. 147-161, 2010.

MASON, J. **Qualitative researching**. 2. ed. London: Sage, 2002.

McCOOL, S. F.; MOISEY, R. N.; NICKERSON, N. P. What should tourism sustain? **Journal of Travel Research**, [S.l.], v. 40, n. 2, p. 124-131, 2001.

MEETHAN, K. **Tourism in global society: place, culture, consumption**. Basingstoke: Palgrave, 2001.

MELLINGER, W. Toward a critical analysis of tourism representations. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 21, p. 756-779, 1994.

MINTZBERG, H. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MITCHELL, R. K.; AGLE, B. R.; WOOD, D. J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. **The Academy of Management Review**, [S.l.], v. 22, n. 4, p. 853-886, 1997.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

NECHAR, M. C. Epistemología crítica del turismo. ¿Qué es eso? **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 22, n. 3, p. 516-538, 2011.

NECHAR, M. C. Epistemologia crítica do turismo. O que é isso? In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS CRÍTICOS EM TURISMO, 1., 2010, Natal. **Anais...** Natal: UFRN, 2010.

NETTO, A. P.; NOGUERO, F. T.; JÄGER, M. Por uma visão crítica dos estudos turísticos. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 22, n. 3, p. 539-560, 2011.

NEVES, S. C.; LEME, F. B. M. L. Propuestas para la enseñanza de la metodología científica en turismo: redes, conflictos e intereses. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 20, p. 1295-1306, 2011.

NOBRE, M. Introdução: modelos de teoria crítica. In: NOBRE, M. (Org.). **Curso livre de teoria crítica**. Campinas: Papyrus, 2008. p. 9-21.

OLIVEIRA, C. D. M. Política de interiorização do turismo: revisão federativa na proposta de região bipolar. **Revista Avaliação de Políticas Públicas**, Fortaleza, v. 2, n. 2, p. 19-31, 2008.

OLIVEIRA, C. D. M. **Sentidos da geografia escolar**. 2. ed. Fortaleza: UFC, 2010.

OLIVEIRA, C. D. M. Turismo geoeducativo e integração regional no Ceará. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 41-51, 2007.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OECD. **Tourism Trends and Policies 2012, OECD Publishing, 2012**. Disponível em: <[http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012\\_tour-2012-en](http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012_tour-2012-en)>. Acesso em: 24 ago. 2016.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PADIN, C. A sustainable tourism planning model: components and relationships. **European Business Review**, [S.l.], v. 24, n. 6, p. 510-518, 2012.

PAIVA, D. A.; BAZERMAN, C.; CHAMBLISS, J. (Org.). **Gêneros textuais, tipificação e interação**. São Paulo: Cortez, 2005.

PANOSSO NETTO, A.; NOGUERO, F. T.; JÄGER, M. Por uma visão crítica nos estudos turísticos. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 22, n. 3, p. 539-560, 2011.

PANOSSO NETTO, A.; NECHAR, M. C. Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 120-144, 2014.

PERAZZA, M. C.; TUAZON, R. **Relatório**: resultados e lições aprendidas. Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste do Brasil - Prodetur/NE. 2002. Disponível em: <<http://www.iadb.org/regions/re1/br/br0323/eval1.pdf>>. Acesso em: 18 dez. 2015.

PÉREZ, X. P. **Turismo cultural**: uma visão antropológica. Espanha: Aca y Pasos: RTPC, 2009.

PHILLMORE, J.; GOODSON, L. **Qualitative research in tourism**: ontologies, epistemologies and methodologies. [S.l.]: Routledge, 2004.

PRETTY, J. Participatory learning for sustainable agriculture. **World Development**, [S.l.], v. 23, n. 8, p. 1247-1263, 1995.

PRIOR, L. **Using documents in social research**. London: Sage, 2003.

PRITCHARD, A.; MORGAN, N.; ATELJEVIC, I. Hopeful tourism: a new transformative perspective. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 38, n. 3, p. 941-963, 2011.

RAMALHO, V. Análise de Discurso e Realismo Crítico: princípios para uma abordagem crítica explanatória do discurso. In: CONFERÊNCIA ANUAL DA INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR CRITICAL REALISM, 12., 2009, Niterói. **Anais...** Niterói: UFF, 2009. p. 1-19.

RAMALHO, V.; RESENDE, V. M. **Análise de discurso (para a) crítica**: o texto como material de pesquisa. Campinas: Pontes, 2011.

REDWOOD, J. **Strategic planning and environmental and social management in sustainable tourism development projects**: a good practice study of the IDB-Supported Prodetur Program in Brazil. [S.l.]: Inter-American Development Bank, 2014.

REN, C.; PRITCHARD, A.; MORGAN, N. Constructing tourism research: a critical inquiry. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 37, n. 4, p. 885-904, 2010.

RESENDE, V. M. **Análise de Discurso Crítica e Etnografia**: o movimento nacional de meninos e meninas de rua, sua crise e o protagonismo juvenil. 2008. 332 f. Tese (Doutorado em Lingüística) – Programa de Pós-Graduação em Lingüística, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2008.

RESENDE, V. M. Análise de Discurso Crítica: uma perspectiva transdisciplinar entre a Lingüística Sistemática Funcional e a Ciência Social Crítica. In: INTERNATIONAL SYSTEMIC FUNCTIONAL CONGRESS, 33., 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: [S.n.], 2006. p. 1069-1081.

RESENDE, V. M.; RAMALHO, V. **Análise de Discurso Crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

RILEY, R. W.; LOVE, L. L. The state of qualitative tourism research. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 27, n. 1, p. 164-187, 2000.

RISTESKI, M.; KOCEVSKI, J.; ARNAUDOV, K. Spacial planning and sustainable as basis for developing competitive tourist destinations. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, [S.l.], v. 44, p. 375-386, 2012.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papirus, 2008.

SAMPAIO, S. Estudar o turismo hoje: para uma revisão crítica dos estudos de turismo. **Revista Etnográfica**, Lisboa, v. 17, n. 1, p. 167-182, 2013.

SARANGI, S. Reconfiguring self/identity/status/role: the case of professional role performance in health care encounters. **Journal of Applied Linguistics and Professional Practice**, [S.l.], p. 75-95, 2010.

SAUTTER, E. T.; LEISEN, B. Managing stakeholders: a tourism planning model. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 26, n. 2, p. 312-328, 1999.

SCÓTOLO, D.; PANOSSO NETTO, A. Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. **Cultur: Revista de Cultura e Turismo**, Santa Catarina, v. 9, p. 36-59, 2015.

SCOTT, J. **A matter of record: documentary sources in social research**. Cambridge: Polity, 1990.

SHEEHAN, L. R.; RITCHIE, J. R. B. Destination stakeholders: exploring identity and salience. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 32, n. 3, p. 711-734, 2005.

SIEGEL, P. B.; ALWANG, J. **Public investments in tourism in Northeast Brasil: does a poor-area strategy benefit the poor?** Caribe: The World Bank, 2005.

SILVA, M. C. S. Introdução: por uma antropologia dos lugares turísticos. In: SILVA, M. C. S. (Org.). **Outros trópicos: novos destinos turísticos: novos terrenos da Antropologia**. Lisboa: Horizonte, 2004. p. 7-18.

SOUZA, M. L. A teorização sobre o desenvolvimento em uma época de fadiga teórica, ou sobre a necessidade de uma "teoria aberta" do desenvolvimento sócio-espacial. **Revista Território**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 5-22, 1996.

SOUZA, R. M. **Redes de monitoramento socioambiental e tramas da sustentabilidade**. São Paulo: Annablume: Geoplan, 2007.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TOMAZZONI, E. L. Análise do discurso turístico da Serra Gaúcha. **Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 339-365, 2006.

TRIBE, J. Critical tourism: rules and resistance. In: ATELJEVIC, I.; PRITCHARD, A.; MORGAN, N. (Ed.). **Critical tourn in tourism studies: innovative research methodologies**. Oxford: Elsevier, 2007. p. 29-39.

TRIBE, J. New tourism research. **Tourism Recreation Research**, [S.l.], v. 30, n. 2, p. 5-8, 2005.

TRIBE, J. The indiscipline of tourism. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 24, p. 638-657, 1997.

TRIBE, J. Tourism: a critical business. **Journal of Travel Research**, [S.l.], v. 46, n. 3, p. 245-55, 2008.

TRIGO, L. G. G. Prefácio. In: BENI, M. C. (Org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri: Manole, 2012. p. 7-8.

TRIVIÑOS, A. S. A dialética materialista e a prática social. **Movimento**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 121-142, 2006.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME – UNEP; INTERNATIONAL COUNCIL FOR ENVIRONMENTAL INITIATIVES – ICEI. **Tourism and local Agenda 21: the role of local authorities in sustainable tourism**. França: Unep; Germania: Iclei, 2003.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME – UNEP; WORLD TOURISM ORGANIZATION – WTO. **Making tourism more sustainable: a guide for pollicy makers**. França: UNEP; Madri: WTO, [2005].

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME – UNEP. **Sustainable Coastal Tourism – An integrated planning and management approach**. France, 2009. Disponível em: <<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix1091xpasustainablecoastaltourism-planning.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

UNITED NATIONS. **Resolution adopted by the General Assembly on 27 July 2012**. [S.l.:s.n.], 2012.

UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION – UNWTO. **Sustainable Tourism for Development Guidebook: enhancing capacities for sustainable tourism for development in developing countries**, 2013. Disponível em: <<http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/devcoengfinal.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

VALLBONA, M. C. M. **Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales**. Madrid: Síntesis, 2006.

VAN DIJK, T. Context and cognition: knowledge frames and speech act comprehension. **Journal of Pragmatics**, [S.l.], p. 211-232, 1977.

VAN DIJK, T. **Discurso e poder**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

- VAN DIJK, T. **Ideology**: a multidisciplinary approach. London: Sage, 1998.
- VAN DIJK, T. Política, ideología y discurso. **Quórum Académico**, Maracaibo, v. 2, n. 2, p. 15-47, 2005.
- VAN LEEUWEN, T. A representação dos atores sociais. In: PEDRO, E. R. (Org.). **Análise crítica do discurso**: uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Caminho, 1997. p. 169-222.
- VEIGA, J. E. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. 3. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.
- VERÓN, E. **A produção do discurso**. São Paulo: Cultrix: USP, 1980.
- VIDAL, F. Faire la ville et pratiquer des lieux: L'histoire du tourisme sur les pas de Michel de Certeau. **Revue d' Histoire des Sciences Humaines**, [S.l.], v. 23, p. 99-115, 2010.
- VIEIRA, S. F. A.; COSTA, B. K.; CINTRA, R. F. Stakeholders analysis: um novo campo de pesquisa no turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 21-33, 2012.
- WIDDOWSON, H. G. **Text, context, pretext**. London: Blackwell, 2004.
- WODAK, R.; KRZYŻANOWSKI, M. (Org.). **Qualitative discourse analysis in the social sciences**. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2008.
- WODAK, R.; MEYER, M. Critical discourse analysis: history, agenda, theory and methodology. In: WODAK, R.; MEYER, M. (Org.). **Methods of critical discourse analysis**. 2. ed. London: Sage, 2009. p. 1-33.
- WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT – WCED. **Report of the world commission on environment and development**. [S.l.], 1987.
- WORLD ECONOMIC FORUM – WEF. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015**: growth through shocks. Geneve, 2015. Disponível em: <[http://www3.weforum.org/docs/tt15/wef\\_global\\_travel&tourism\\_report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/tt15/wef_global_travel&tourism_report_2015.pdf)>. Acesso em: 25 ago. 2016.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION – WTO. **Tourism Highlights**, 2013a. Disponível em: <<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415427>>. Acesso em: 25 ago. 2016.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION – WTO. **World Tourism Barometer**, 2013b.
- WORLD TRADE ORGANIZATION. **Global code of ethics for tourism**. Santiago, 1999.
- XIN, S.; TRIBE, J.; CHAMBERS, D. Conceptual research in tourism. **Annals of Tourism Research**, [S.l.], v. 41, p. 66-88, 2013.

**APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

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

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Fortaleza, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Eu, Moisés da Costa, CPF 448.432.593-49, pesquisador vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente (Prodema/UFC), contatos (85) 85053484 / 96887087 responsável pela pesquisa, através deste termo, convido o (a) senhor (a) a participar da pesquisa intitulada: Análise de Discurso Crítica em Turismo: Realidades e Contradições da Prática Social.

Justificativa da pesquisa: A importância de se estudar como se processa o discurso no turismo, considerando as práticas sociais.

Objetivos: Investigar os discursos no turismo por meio da análise dos seguintes textos (entrevistas, documento oficial), considerando a inter-relação com a prática social.

Procedimentos: Nas entrevistas serão gravadas as falas do pesquisador e do (a) entrevistado (a), as quais serão transcritas e posteriormente analisadas. As entrevistas serão analisadas exclusivamente pelo pesquisador, que será responsável por mantê-las, não utilizando os dados para outros fins. As entrevistas serão feitas individualmente, com duração média de 30 minutos.

Participantes da Pesquisa: Profissionais de turismo ou representantes de grupos, entidades ou instituições que trabalham direta ou indiretamente com o turismo. Os procedimentos adotados nesta pesquisa seguem as normas e exigências

estabelecidas pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Ceará. Nenhum dos procedimentos utilizados oferece riscos a sua dignidade.

Resultados esperados: Espera-se, com base no estudo proposto, a obtenção de elementos que subsidiem a reflexão sobre como se processa os discursos no turismo no Ceará, a fim de refletir sobre suas funcionalidades e desdobramentos na sua rede de práticas sociais.

Pelo presente instrumento, pedimos a colaboração do (a) entrevistado na pesquisa. Para tanto, se esclarece os seguintes pontos:

- 1) Trata-se de uma colaboração voluntária, sem remuneração;
- 2) O consentimento em participar é espontâneo;
- 3) É possível obter do pesquisador mais esclarecimentos a respeito da pesquisa;
- 4) Não haverá divulgação dos nomes dos entrevistados, serão usados pseudônimos;
- 5) Os resultados da pesquisa serão acessíveis aos entrevistados por intermédio do pesquisador.

Este Termo será redigido em duas vias, sendo uma para o colaborador da pesquisa e outra para o pesquisador. Possíveis esclarecimentos em relação a sua participação no estudo poderão ser encaminhados através do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Ceará, Rua Coronel Nunes de Melo, 1000, 3366-8344.

#### CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO COMO SUJEITO:

Tendo compreendido perfeitamente o Termo, eu \_\_\_\_\_, declaro que li o Consentimento Livre e Esclarecido e concordo em participar da pesquisa, dando o meu consentimento sem que para isso tenha sido forçado ou obrigado.



Eu, \_\_\_\_\_, pesquisador responsável pelo estudo, declaro cumprir este Termo sob pena de assumir as responsabilidades cabíveis pelo seu descumprimento, e responder por danos causados ao (à) entrevistado (a) que decorrerem da colaboração do mesmo (a) na pesquisa.

## APÊNDICE B – TÓPICOS-GUIA DAS ENTREVISTAS



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

### TÓPICOS-GUIA DAS ENTREVISTAS

**Explicação fornecida ao/à entrevistado/a antes do início da entrevista:** A pesquisa aborda o **turismo**; em relação a sua **prática social**, a qual refere-se a como a área do turismo desenvolve-se no dia a dia **e os discursos verificados na referida área** (percebido cotidianamente). O termo discurso é entendido como a maneira de pensar e de agir de certa pessoa, meio ou grupo. Entende-se que através do discurso se expressa um conjunto de ideias e pontos de vista, que se transmite através de um vocabulário e visões particulares de determinada pessoa ou grupo, e sobre um determinado tema, relacionado à determinada prática social, nesta pesquisa – o turismo.

#### Tópicos-Guia (Questões da Entrevista)

##### 1) Identificação do entrevistado (a):

- Qual seu nome?
- Qual sua escolaridade?
- Qual a sua área de atuação ou entidade que representa?
- Atua nesta área há quanto tempo?
- Trabalha direta ou indiretamente com o turismo?
- Qual a sua relação ou área que representa com o turismo?

##### 2) Percepção sobre o discurso no turismo:

- Com base na relação/experiência que você tem com o turismo, o que você acha dessa atividade?
- Como são as relações sociais, de convivência e política entre os órgãos administrativos do turismo e a área que você faz parte ou representa/atua?
- (Antes de fazer essa pergunta lembra-se rapidamente ao participante o que se entende como discurso) – - Você acha que existe um discurso que atravessa/se estabelece na área do turismo? Um discurso feito/moldado para o turismo? O que faz você ter essa opinião?
- O que vem à mente quando você pensa/lembra nos discursos provenientes dos setores administrativos do turismo, a exemplo da Secretaria de Turismo (SETUR)? O que você lembra e como os descreveria esses discursos?

- Na sua opinião, quais são os objetivos a serem alcançados através desses discursos?
- Você acha que de um modo geral, as pessoas que trabalham ou lidam com o turismo reconhecem que existe um discurso que se estabelece na área do turismo? Por quê?
- Quais os discursos que você atribui como os mais influentes no turismo? Por quê? E quais os menos influentes? Por quê?
- Qual é a relação entre o que se fala e o que se faz, quando se pensa no turismo e a sua prática (no que acontece no dia a dia)?
- Como você ou área que representa/atua aparecem no discurso do turismo? Você acha que a posição na qual você ou a área que representa aparecem ou são citados nos discursos do turismo são coerentes?
- Se não, como você acha que você ou a área que representa deveria aparecer nesse discurso?
- No planejamento dos destinos turísticos litorâneos, qual a participação da população na organização e exposições das diretrizes que serão implementadas nas localidades?
- Em relação a sua área e os discursos que se verificam no turismo, você acha que existe alguma consideração que deveria ser colocada, contestada ou posicionada?
- Se sim, qual(is)?

### **3) Percepção sobre o turismo e o desenvolvimento sustentável:**

- Considerando-se o desenvolvimento sustentável no seu tripé: cuidado com as questões ambientais, equidade social e desenvolvimento econômico; qual a sua opinião, especificamente, em relação à área ambiental e o desenvolvimento sustentável do turismo no Ceará?
- O desenvolvimento sustentável é importante para as localidades turísticas? Por quê? Como?
- A perspectiva do desenvolvimento sustentável, considerando o meio ambiente, sociedade e desenvolvimento econômico, é desenvolvido de alguma forma na área do turismo aqui no Estado? Por quê? Como? O que faz você ter essa opinião?
- Você acha que existem disparidades entre os discursos do turismo e a prática em relação aos aspectos do desenvolvimento sustentável do turismo no Ceará?
- Qual a sua opinião sobre a administração do turismo no Estado?

### **4) Encerrando a entrevista:**

- Existe algo que você gostaria de acrescentar em relação a sua percepção em relação ao turismo?
- Há alguma coisa que nós não discutimos em relação ao turismo mas que você julgaria relevante citar?

**ANEXO A – CONVENÇÃO PARA TRANSCRIÇÃO****CONVENÇÃO PARA TRANSCRIÇÃO**

<b>Símbolo</b>	<b>Correspondência</b>
/	Interrupção no Fluxo da Fala
...	Pausa na Fala
[ ]	Fala Simultânea
Letra Maiúscula	Ênfase
Entre Hifens	Repetição
Número	Fala

Fonte: Magalhães (2000, p. 15) e Sarangi (2010, p. 86).

**ANEXO B – ENTREVISTA 1 – FRANCISCO (REPRESENTANTE DO SINDEGTUR)**

1. Pesquisador: Então vam,o lá, ééé, nome?
2. Francisco: Francisco
3. Pesquisador: Escolaridade
4. Francisco: Ééé, segundo grau técnico em turismo.
5. Pesquisador: Qual a área de atuação ou ENTIDADE que representa?
6. Francisco: Setor... de... GUIAMENTO e a entidade que represento é o sindicato estadual dos guias de turismo do estado do Ceará.
7. Pesquisador: E Atua nesta área há quanto tempo?
8. Francisco: Eu atuo já estou hááá mais de dez anos.
9. Pesquisador: Dez. Trabalha direta ou indiretamente com o turismo?
10. Francisco: Trabalho diretamente com o turismo.
11. Pesquisador: Aí você citou que esse trabalho direto é uns dez anos.
12. Francisco: É, uns Pesquisador:0 anos.
13. Pesquisador: Qual a sua relação ou da área que representa com o turismo?
14. Francisco: A importância... ééé do setor que represento é enorme... é, o guia de turismo... é que vai dar.... o norte... para que a atividade se DESENVOLVA de maneira ordeira, satisfatória, organizada e bonita, que é o que o turista necessita
15. Pesquisador: Ok. Éé, com base na relação experiência que você tem com o turismo, o que você acha dessa atividade?
16. Francisco: Extremamente rica... para o turismo.
17. Pesquisador: A atividade/ eu to [atividade de (ininteligível)] de-do/ nã/ e eu me falo da/ em relação ao turismo.
18. Francisco: Ao tu/ em relação ao turismo?
19. Pesquisador: Isso.
20. Francisco: A atividade ééé do guiamento em relação ao turismo é de suma importância [e do turismo em si?] e do turismo em si. Ela é de suma importância para o turismo em si, nós fazemos parte de um elo que não pode ser quebrado.
21. Pesquisador: E, em relação a-ao seu pensamento sobre a atividade turística?
22. Francisco: Sim, éé/
23. Pesquisador: No contexto do Estado [no contexto], por exemplo.

24. Francisco: A cadeia de turismo não viveria, não seria... completa sem o guia de turismo, a cadeia produtiva do turismo não seria completa sem a atuação do guia de turismo.

25. Pesquisador: Certo. É, como são as relações sociais de convivência e política entre os órgãos administrativos do turismo e a área que você faz parte ou representa?

26. Francisco: São satisfatórias, não são boas, são satisfatórias.

27. Pesquisador: Certo. Ããã, mais uma vez a gente lembra o que é discurso, né, forma de pensar, né, de-de-de perceber as coisas, a expressão que você tem em relação a um determinada área, isso a gente considera discurso, né... é, o que vem a mente quando você pensa, lembra nos pronunciamentos, entrevistas, documentos, notas de jornal ou outro tipo de con/ comunicação provenientes dos setores administrativos do turismo? Por exemplo, a secretaria do turismo [isso], o que é que lembra quando a gente lembra dos pronunciamentos, nas entrevistas, o que vem a sua cabeça?

28. Francisco: O que vem a-a minha cabeça. A posição a posição da minha atividade no segmento... a importância da posição da minha atividade no segmento, eu só sou chamado ou sou convidado, porque a minha atividade é importante.

29. Pesquisador: E-essa é a relação [essa/] da atividade com o setor.

30. Francisco: Com o setor.

31. Pesquisador: Você descreveria dessa forma?

32. Francisco: Dessa forma.

33. Pesquisador: Certo. Você acha que existe al/ um discurso que atravessa, que se estabelece no setor do turismo?

34. Francisco: Sim

35. Pesquisador: Um discurso feito, moldado para o setor do turismo?

36. Francisco: Existe, existe u-um discurso já... é, em tese, pré-combinado que abrange a todos, que essa é uma atividade que é uma indústria que não polui e só traz lucro.

37. Pesquisador: Certo. O que faz você ter essa opinião?

38. Francisco: Porque eu vivo essa realidade... essa realidade que eu vivo é nas praias e na administração que eu faço, é que dá essa visão, ela só traz lucro, ela não tem custo, tudo que se investe no turismo é devolvido pelo turismo várias e várias vezes... e não só uma vez.

39. Pesquisador: Certo, é um consenso que tem, que existe esse discurso, como você falou, te-tem um discurso digamos f/ um discurso que se PERMEIA no turismo, né [sim, exato] com certeza, e na sua opinião, quais são os objetivos a serem alcançados através desses discursos?

40. Francisco: O objetivo maior... é a qualidade de vida de quem vive em torno do turismo que tende só a melhor... qualidade de vida de quem TRABALHA, de quem MANIPULA o turismo, né, e-essas... essas situações elas se inserem em uma construção ou projeto de governo do estado aqui no nosso Ceará, por exemplo... essa divisão do bolo do turismo, esse lucro que eu falei antes, ele aponta para o resultado, o investimento do estado, por exemplo, no centro de eventos... não fosse o turismo uma indústria qualificada e LUCRATIVA, o estado não teria construído um centro de eventos, em contra partida, o centro de eventos não estaria recebendo tantos turistas de NEGÓCIOS para Fortaleza, então teríamos um turismo um pouco mais FRACO NESTE setor e isso faz um impacto em toda a cadeia... do turismo, do turismo de negócios é a pessoa que vem pra cá e TAMBÉM passeia, então é muito grande a indústria NÃO POLUENTE, a indústria não poluente GERA lucros, GERA resultados, então tudo que se investe é devolvido pelo turismo várias e várias vezes.

41. Pesquisador: Qual a relação do turismo com a política?

42. Francisco: Ééé, a relação ela é, como eu digo, satisfatória, a política ela nos ouve e ela-el/ está sendo um pouco lenta pra entender a POTENCIALIDADE DO TURISMO, ela é um pouco lenta, mas ela nos ouve e alguma coisa realiza, alguma coisa, então houve uma necessidade necessidade de você alcançar o litoral leste, pelo menos nas praias mais próximas, construindo uma CE quarenta, melhorando inclusive o acesso ao porto do pecém, mas construindo uma CE ou reconstruindo uma oitenta e cinco, que dá acesso MUITO melhor a diversas praias, então, éé o turismo é ouvido, mas a REALIZAÇÃO é um pouco lenta, mas ele é ouvido... na área POLÍTICA, área política.

43. Pesquisador: Quais são os discursos que você atribui como os mais influentes no turismo? Por quê? E quais são os menos influentes? Por quê?

44. Francisco: O mais influente, NO MOMENTO, o discurso mais influente é que aqui, além de ser uma terra de... sol e praia, é uma terra de sol, praia E NEGÓCIOS... esse é o discurso por causa do centro de eventos, por causa de turismo de negócios, você juntou os três, certo, sol, praia e eventos, e o que... MENOS SE OUVE é o turismo cultural, que é FORTE em várias cidades do país,

mas aqui ainda é fraco, existe um DIVÓRCIO entre cultura, os ÓRGÃOS PÚBLICOS e o turismo, o turismo quer fazer cultura, a cultura não sabe como fazer inserir isso no turismo, as secretarias, então falta essa comunhão de ideias, sentar junto pra poder levar o projeto CULTURAL... de turismo cultural a frente, esse é o detalhe, não vai, porque os órgãos não se conversam.

45. Pesquisador: Você acha que o discurso feito da categoria que você representa é influente no governo... PARA o governo, PARA os administradores?

46. Francisco: Sim, ele é influente, porque, é, você... embora éé seja um elo da cadeia, você é ouvido... na éé no conselho municipal de turismo, QUANDO acontece reunião no conselho estadual de turismo, certo, na câmara setorial de eventos, na COMISSÃO DE TURISMO... daa câmara municipal de Fortaleza, então, e-e na comissão de turismo da assembleia legislativa, então nessas casas, nesses órgãos, nós somos ouvidos, e você começa a colher fruto aqui, fruto ali, do que você planta, porque quem executa... é que sabe como faz e o resultado que vai auferir daquilo, que vai beneficiar a todos, quem executa e nós executamos, (ininteligível) [ok] a gente sabe.

47. Pesquisador: Ééé, como é a relação entre o que se fala e o que se faz quando se pensa NO TURISMO e sua PRÁTICA? Falando em termos de administração [sim] no que acontece no dia a dia, a relação entre o que se fala e o que se faz [isso] dentro/ pensando no âmbito da administração do turismo e da sua realidade, do seu contexto que você conhece.

48. Francisco: O que se fala é são promessas de um futuro promissor... de eventos e obras, de um futuro promissor, que vai mudar totalmente a realidade tanto da cidade como do estado, o que se FALA, e o que se faz é POUCO do que se fala, porque NEM TUDO que se fala que vai fazer e acontecer depende do órgão local, ou de uma prefeitura ou de um governo do estado, existe um investimento que vem dos órgãos federais que não conseguem chegar aqui, por isso é um discurso que se fala, mas na prática acaba não se realizando COMO os órgãos aqui locais desejam.

49. Pesquisador: Éé, como você, né, eu falo você mas é o seu setor, o setor que você representa, aparece no discurso do turismo... em relação a visibilidade?

50. Francisco: A nossa instituição é tem uma visibilidade grande, junto aos gestores do turismo, junto aos empresários do turismo e junto até às ONGs que fazem ã-ã que fecham os elos do turismo, nós é estamos sempre presente nas diversas reuniões, nas diversas câmaras temáticas pra que sejam ouvidas as nossas



opiniões, pra que sejam ACATADAS nossas SUGESTÕES E PONDERAÇÕES, nós somos sempre convidados pra isso.

51. Pesquisador: Você acha que a posição na qual você ou seu setor aparecem, são citados nos discursos do turismo são coerentes?

52. Francisco: São coerentes, são respeitados, porque a classe em si ela tem éé clamores e eu canalizo esses clamores da classe pra levar aos órgãos, sejam públicos ou privados, então a gente faz isso com uma grande consistência.

53. Pesquisador: Você acha que a forma que o setor é citado, que você representa, deveria ser citado de outra forma, deveria APARECER de outra forma? [não] ou está coerente?

54. Francisco: Não, é, eeeee está coerente, ele NÃO ERA NEM CITADO da forma que é citado, ele não COMPARECIA é nos diversos elos de ligação do turismo como aparece e ele é extremamente respeitado quando ele aparece nesses atos todos, fazem questão da instituição estar presente.

55. Pesquisador: É, no planejamento dos destinos turísticos, é, o que é que você acha em relação, né, qual a participação da população na organização e exposição das diretrizes que serão implementadas nas localidades?

56. Francisco: A população não conversa... essa é uma falha do setor e do setor público, de fazer essa integração COM a população local, para que até a RECEPTIVIDADE seja maior... né, e haja um sucesso completo, não se pode ter sucesso se a pessoa não conhece nem sabe o que vai acontecer, então é preciso que se ORGANIZEM aqui o setor que vai efetuar o trabalho com aquele que será trabalhado, para que essa união faça que exist/ exista uma recepção muito grande e muito boa.

57. Pesquisador: E-e por que que isso não acontece?

58. Francisco: Justamente falta de comunicação, aaa oo-o país ainda e o turismo ainda não tá acostumado a discutir e conversar ali na base, ali na base, vem de CIMA para baixo a ideia e a gente quer implantar isso, e aí não consegue, a necessidade da base é que vai dizer O QUE eu vou implantar e COMO... se você não chega na base primeiro pra saber qual a necessidade dela, eu vou implantar um projeto que num vai dar fruto nenhum, né.

59. Pesquisador: Mas isso não é responsabilidade do gestor local?

60. Francisco: Isso é uma responsabilidade do gestor local levar para o gestor estadual pra que ã seja fomentado a ideia de que aquela localidade precisa daquilo,

daquela forma de trabalho e a gente conhece, vou lhe dar só um exemplo lá da/ do monumento das falésias, né, que até hoje, pelo que eu conheço, não é cobrado nada de entrada, não é dado tratamento que a SEMACE teria que dar, e aquilo é um monumento, a população local QUER aquilo, quem trabalha no turismo ali QUER esse tipo de cuidado, mas a gente tem que saber na base como é que vai fazer, e os órgãos estaduais, no caso a SEMACE, não vai lá perguntar como vai fazer... pra ficar bom, pra integrar todo mundo nessa mesma ideia de preservar o monumento natural das falésias, que é uma dificuldade fazer isso.

61. Pesquisador: Então é como se dá a-a-a as considerações da população local? O q-que que você acha?

62. Francisco: Ela aceita o que se coloca.

63. Pesquisador: E por quê?

64. Francisco: Hein?

65. Pesquisador: Por falta de conhecimento?

66. Francisco: Por falta de conhecimento, a gente só aceita por falta de conhecimento, acha que o que se vê em cima é bom, e nem sempre é bom, nem sempre está de acordo com a necessidade que eu vivo, que o guia de turismo vive vive e q/ o ponto de apoio vive, essa realidade, num tá, e aí fica uma coisa assim surpreendente, você faz um turismo que engloba tudo, mas não sabe a base ali o que que precisa, então só pra gente é fechar sem sair muito da sua gravação, ãã não temos aí, vamos falar de Beberibe Morro Branco, não temos lá, uma inclusão, em lugar nenhum, mas não temos lá, uma inclusão daaa praia acessível... e isso é uma necessidade básica lá, como nós temos uma lei aqui já né, já em implementação, mas é uma necessidade básica lá, como é que trataria/ nós trataríamos isso, ali Beberibe e a nossa secretária de turismo lá... trabalhando aquele pessoal da base que quem é que tá no turismo, para que nós pudéssemos dar ali em Morro Branco a acessibilidade a esse pessoal que vem que quer frequentar a praia, mas desta forma do turismo acessível, com aquela cadeira de rodas que vai até o mar, pra ele tomar um banho de mar, mas aí comunidade ali teria tá, o que, ter conhecimento, né, ser informada a ter conhecimento e estar integrada com isso, aí ela fica motivada.

67. Pesquisador: Ok, éé, em relação a sua área com os/ a sua área com os discursos que significa no setor do turismo, você acha que existe alguma

consideração que deveria ser colocada, contestada, posicionada em relação aos discursos do turismo e ao seu setor em específico?

68. Francisco: Isso, o meu se/

69. Pesquisador: Alguma coisa que você contesta, que você acha que deveria ser exaltada, que deveria ser reposicionada.

70. Francisco: O meu setor precisa que os órgãos públicos, os órgãos públicos APRENDAM o que é turismo, porque não sabem... eles precisam aprender o que é turismo, o que é aprender nos órgãos públicos que eles vão apoiar o turismo, nós temos uma cidade que é turística, mas os órgãos públicos não ACEITAM isso, então NÃO nos ajudam a fazer TURISMO, eles vão na contra-mão da coisa, então há uma necessidade junto ao gestor municipal aqui, falando de Fortaleza, a gente sentar, se reunir, e ensinar a eles o que é turismo, o quanto o turismo DEVOLVE pra cidade, né, e quanto isso, essa atividade é gratificante para uns, pra uns setor privado e pro setor público.

71. Pesquisador: Quando você [(ininteligível) sociedade] fala que eles vão em contra-mão [vão na contra-mão] você se refere exatamente a que?

72. Francisco: Eu me refiro à cidade como um todo, vai na contra-mão ó, a área de cultura que não me consulta, até pra que você seja o incentivador daquele evento cultural, vai na contra-mão os órgãos de fiscalização que não existem pra ordenar a atividade FIM, vai na contra-mão os órgãos de sinalização, órgãos de trânsito que não ssse AJUDAM tanto a ETUFOR, quando a AMC, para que pensem de uma forma só, e aí nós temos o caos, a desorganização da cidade em termo de turismo, porque ninguém acaba fazendo nada certo e deixa como tá, então a instituição quando fala alguma coisa... desse tipo ela é extremamente ouvida e muito respeitada, porque ela fala o que conhece.

73. Pesquisador: Ok.

74. Francisco: Nós trouxemos agora, ambientar aqui, nós trouxemos agora, fizemos um city tour com vereadores, o sindicato, city tour com vereadores, pra que eles conheçam os detalhes das dificuldades que o TURISTA percebe quando está fazendo turismo de verdade em nossa cidade, então isso foi riquíssimo... pra área e pra cidade.

75. Pesquisador: Ok, ééé, a gente considera desenvolvimento sust/ sustentável, o tripé de cuidado com as questões ambientais, equidade social e desenvolvimento econômico, esse tripé se refere ao desenvolvimento sustentável... é, qual a sua

opinião em relação à área ambiental e o desenvolvimento sustentável no Ceará? Ceará como um todo.

76. Francisco: Ceará como um todo, NOSSA, nós precisamos aprender muito ainda sobre isso, nas nossas ééé na nossa percepção... ainda temos muito que avançar nessas áreas, pra que isso se tenha também o desenvolvimento econômico, área ambiental é uma coisa bem nova, nova, mas pra gente é nova, ela precisa ser trabalhada, tanto TANTO pra nós que estamos na linha de frente pra executar, como pra quem planeja também, pra levar não só a quem paga o turismo, mas às comunidades que estão lá na base e que precisam saber DISSO, ter conhecimento pra agregar valor a sua localidades, e aí não, ter o desenvolvimento econômico, a partir da área ambiental.

77. Pesquisador: Éé, o desenvolvimento sustentável é importante pras localidades? [ssim] Por que e como?

78. Francisco: Ela é importante para a localidade, éé veja, viu aquele caso lá de Jericoacoara [uhum] (ininteligível) né, nós temos aquela área que é preservada, né, e ali é, veja, o estado não deixa avançar além da vila de Jeri, ela não avança em cima do parque, né, uma área preservada, e ali é... uma PAISAGEM que é o meu Ceará, e aquela paisagem preservada e que depois eu encontro na praia ela é tudo de bom, você tem a combinação dos dois elementos, né, do-do quase que um agreste, né, naquela área e com a praia, isso me dá uma percepção turista e um conhecimento muito grande do estado, e isso me encanta, me alegra e faz com que eu faça propaganda... BOA, e essa propaganda tenha um ECO que as pessoas, é, podem retornar e outras pessoas poderão vir, pra ver o que eu vi, pra viver o que eu vivi, então, todo esse arcabouço de conhecimento que eu vou ter ali da localidade e das áreas preservadas, eu vou me dá o turismo sustentável, o desenvolvimento sustentável da localidade e do entorno, que é atingido por isso aí, não só Jericoacoara é beneficiada, mas o entorno também é beneficiado.

**ANEXO C – ENTREVISTA 2 – CARLOS (GUIA DE TURISMO)**

01. Pesquisador: Então, nome?
02. Carlos: Carlos.
03. Pesquisador: Escolaridade?
04. Carlos: Univers/ã su/ é superior... inconcluído, né, não concluído.
05. Pesquisador: Qual a sua área de atuação ou entidade que representa?
06. Carlos: Meu setor de atuação é guia de turismo, eu trabalho como guia de turismo, e trabalho para uma agência de receptivo.
07. Pesquisador: Atua nesse setor há quanto tempo?
08. Carlos: Vinte e três anos.
09. Pesquisador: Trabalha direta ou indiretamente com o turismo?
10. Carlos: Diretamente.
11. Pesquisador: Ok, qual a sua relação ou do setor que representa com o setor do turismo?
12. Carlos: Direta, nós recepcionamos aqui os turistas que aqui chegam e nós acompanhamos da chegada até a partida do turista.
13. Pesquisador: Ok, com base na relação e experiência que você tem com o turismo, o que você acha desta atividade?
14. Carlos: É uma atividade muito boa, é uma atividade muito dinâmica, é uma atividade que acrescenta muito ao conhecimento, a gente DESENVOLVE muito a ideia... ééé... não só do trabalho e também da... de vida, de gente, conhece muita gente, conhece muitas ideias, renova as ideias, não é, procura se reciclar, porque precisa conhecer pra.. dar opinião/ dar opinião e fazer com que a pessoa entenda o que a gente.... quer passar, é uma área... excelente.
15. Pesquisador: OK, como são as relações sociais de convivência e política entre os órgãos administrativos do turismo e o setor que você faz parte?
16. Carlos: As relações são muito boas... é, existe um... o que a gente chama o trade turístico, num é, que envolve aí os vários segmentos de turismo e teoricamente se trabalha em-em.. em conjunto com... um objetivo, que é fazer com que o turismo cresça, fazer com que o turismo se desenvolva, né, muito embora cada um tenha a sua a sua importância e a sua/ seu objetivo com relação ao que se trabalha, né, mas o-o objetivo final é um só, é o crescimento do turismo no estado do Ceará.
17. Pesquisador: Por que que você usa o termo teoricamente?

18. Carlos: Porqueeee nem sempre a prática e a teoria... éé são/ a teoria às vezes é uma e a prática é outra, num é, assim, existe uma ideia com relação o que tem que ser feito e muitas vezes essa ideia é clara, é objetiva, no entanto não se pratica aquela ideia.

19. Pesquisador: Ok, éé mais uma vez lembrando que discurso é uma exposição de ideias, uma pensamento, né, que se tem de um determinado termo, uma questão particular a partir de sua vivência, né, ééé entendendo esse termo discurso, já que nós já discutimos, o que vem à mente quando você pensa ou lembra nos pronunciamentos, entrevistas, documentos, notas de jornal ou OUTRO tipo de comunicação proveniente dos setores administrativos do turismo, a exemplo da Secretaria de Turismo? É, como você descreveria essa/ o que vem a mente, né, quando você pensa nos discursos?

20. Carlos: O discurso da Secretaria de Turismo é um discurso primeiramente político, num é, existe uma ideia... de... crescimento e essa ideia tem que ser sempre dada como positiva, afinal de contas, ninguém quer retroceder, sempre existe a ideia de que está crescendo, que existe investimento, de queeee o turismo éé está alavancando com relação a... o desenvolvimento do estado, essa é a ideia política, num é, existe uma ideia até fantasiosa com relação a isso que eu to comentando, né, tipo assim de um número de turistas que chega no-no estado do Ceará é determinado alta temporada, o número que se divulga... NÃO é o número real, eu crei/ eu penso assim, não é um número real, existe talvez aí uma uma maquiagem que se coloca, uma ideia que não seja real com relação ao número de turista, sab/ sabe, e também com relação aos... aos... vários lugares que se coloca pra... a... pra entrada do turista, praa acomodação do turista e que as vezes não condiz com a realidade, né, tomando como exemplo o aeroporto Pinto Martins [hum] né, e que a gente sabe de todas as necessidades que que tem o aeroporto com relação a expansão, com relação a... o volume de pessoas que a gente recebe as vezes é é complicado pra comportar naquele aeroporto, questão de estacionamento, mas pras autoridades está tudo muito bom, né, o aeroporto é... totalmente viável, é cem por cento é... planejado, foi tudo... feito conforme a necessidade, está atendendo a necessidade, não é bem por aí, outro, a questão do corredor... o maior corredor de turismo que nós temos aqui, de fluxo, que é avenida beira-mar, que diz que tá tudo muito bem, inclusive é-é se faz caminhada lá, e tira aquele lugar pra passar o dia fechado lá e o e o fortalezenses caminhar, que é lógico que eu

concordo com isso, mas não se pensa com relação... ao turismo naquele corredor ali que nós temos que é onde nós... passamos todos os dias ali levando os turistas, é a área mais... problemática que nós temos com relação a questão de transporte e turismo aqui de dos turistas e tudo mais, ou seja, existe uma ideia de que o turismo anda bem e que o turismo flui bem, e existe uma realidade de que o turismo não anda muito bem, né, e a gente que trabalha diretamente com o turista a gente sabe isso, a gente percebe, a gente passa por isso, de repente para um veículo em frente a um hotel que precisa deixar o turista, aí vem o... fiscal da AMC e multa o veículo, por que, porque não pode ficar ali, então aonde nós... poderíamos parar o carro pra descer o turista, aonde nós poderíamos chegar pra o turista embarcar, então a-a ideia de... de uma cadeia que trabalha junto do turismo, é uma ideia falha, existe a ideia, como eu comentei, a teoria, a prática é outra.

21. Pesquisador: Ok, você a/ você acha que existe algum discurso que atravessa, que se estabelece no setor do turismo?

22. Carlos: Atravessa como?

23. Pesquisador: Que-que permeia o setor/ existe um discurso tipo um discurso FEITO, MOLDADO pra o turismo?

24. Carlos: CLARO, é como eu comentei, existe o discurso primeiramente político... a minha ideia é que o-o turismo, ele é umaa/ como ele é uma secretaria e secretaria... entende-se com relação a questões políticas num é, existe um um discurso armado, um discurso pronto, um discurso de estar bem, o discurso do crescimento, pra que haja investimento, pra que... progrida o turismo, né, aqui no-no estado do Ceará, então existe esse discurso preparado.

25. Pesquisador: E o que faz voc/

26. Carlos: NADA é feito/ eu nã/ eu não acredito na ideia de ser por acaso, não existe o acaso, eu acredito que existe um plano, uma ideia posta, um discurso pronto.

27. Pesquisador: E o que faz você pensar, ter essa opinião?

28. Carlos: Os vinte e três anos de turismo que eu tenho.

29. Pesquisador: Ok.

30. Carlos: A experiência.

31. Pesquisador: Éé, na sua opinião, quais são os objetivos a serem alcançados através desses discursos?

32. Carlos: Eu creio que existem dois. O primeiro é... o dinheiro, o investimento com relação ao que a gente tá comentando, ao turismo, existe uma ideia... de se... investir em algum setor e pra se investir, precisa de grana, então acredito que primeiramente a questão da grana, num é, do captar recursos, seja estadual, municipal, ou federal, e o segundo existe, eu creio que existe relamente/ que existe é de verdade uma intenção de algumas pessoas que entendem o que é o turismo, de um crescimento econômico com relação não só a máquina, não só a questão política, e sim com relação à sociedade, com relação o grupo social que depende, o grupo social que depende dessa atividade que é o turismo, né.

33. Pesquisador: É, você acha que, de um modo geral, as pessoas que trabalham ou lidam com o setor do turismo reconhece que existe um discurso que se estabelece no setor, que é montado pra o setor?

34. Carlos: Não.

35. Pesquisador: Por quê?

36. Carlos: Porque eu/ pra gente entender essa questão do discurso montado da prática de algo que... se tem em mente, do que foi montado, e do-do (ininteligível) é preciso que a pessoa primeiramente faça parte de algum... grupo ou que já tenha feito parte de algum alguma reunião, que já tenha entrado em debate com relação a ideias postas, num é, do governo do estado, da prefeitura, que tenha um senso crítico, que seja... faça uma análise com relação ao que se diz e o que se é na prática, né, o que nós comentamos ainda pouco, né, então creio que muita gente não tem essa ideia, eu creio que tem pessoas que chegam ali, vai trabalhar, voltam, acha tudo muito normal, tudo natural, não é assim mesmo, é de uma cidade que tá crescendo, ou então, é de um poder que não cuida, alguma coisa desse tipo, mas não tem essa análise crítica, num é, da-do discurso montado e da... da teoria e da prática e do que vem aí de qualquer forma, né, do casual.

37. Pesquisador: Éé, quais os discursos que você atribui como os MAIS influentes no turismo? Por quê? E quais os MENOS influentes? Por quê?

38. Carlos: Eu acho que os-os discursos mais influentes são... ééé o turismo como uma maneira de fazer com que uma... um grupo... uma população de uma cidade CRESÇA com relação à ideia de cultura, com relação à ideia de visão de-de-de-de mundo... de pessoas que vêm nos recepcionar ó pessoas que vêm nos visitar, e a pessoa vai crescendo com relação a essa ideia do que é posto, isso aí faz bem pra pra cultura do povo, agora o que eu acho que não é legal... que a pergunta foi



essa, né, o que seria (ininteligível) [mais, os mais influentes e os menos] pois é, o que não é influente é exatamente o contrário que a gente com/ que eu comentei ainda pouco, é da p/ do discurso e da prática, como você sabe do que se deve fazer e vê que não existe uma prática, aí isso lhe desestimula, faz com que você fique desacreditado, né, então quanto mais você conhece e vê que não existe a prática, você percebe que não existe realmente uma um trabalho sério voltado pra-pra-pra prática daquilo e sim voltado somente pra teoria.

39. Pesquisador: Ok, é, como é a relação entre o que se fala e o que se faz quando se pensa no turismo e a sua prática no que se faz no dia a dia?

40. Carlos: A relação é assim, eu acredito que, como nós falamos que existe uma ideia posta, que não é nada.... por acaso, eu creio que até mesmo no resultado final é pensado com relação a isso, entendeu, já é algo trabalhado... existem duas hipóteses, vai ser aceito e vai ser viável ou não vai ser aceito e isso aqui não vai combinar, tendeu, eu acho que é-é esse trabalho já é tão... direcionado pra isso aí que já é colocado essas duas maneiras de-de-do resultado final.

41. Pesquisador: Ok, éé, como você, né, ou o setor que representa, o setor que você atua aparecem no discurso do turismo? Você acha que a posição na qual você ou o setor que você representa aparecem ou são citados nos discursos do turismo são coerentes?

42. Carlos: Eu só/ eu acho que são dois pontos issaí, du/ do/ duas ideias com relação ao que você perguntou que a gente tem que analisar, primeiro é o nosso discurso com relação ao turismo... num é, com relação/ já que nós trabalhamos diretamente com o turista, qual é o nosso discurso pra ele, para com ele [hum] com relação o que a gente sabe que existe na cidade e tudo mais, turismo é sonho, turismo é fantasia... e... pra mim que trabalho numa empresa já que existe há muitos anos, e eu como guia de turismo também de muitos anos, sabendo que o turismo é sonho, eu vou-u-u recepcionar o turista e vou criar na mente dele o discurso do sonho, da fantasia, afinal de contas, ele não vem pra cá, o turista não vem pra cá pra eu falar do da realidade do-do-do subúrbio, da área periférica, existe, ele sabe que existe, no entanto, no período que ele está aqui, o meu discurso tem que ser um discurso da fantasia, do relaxamento, do aproveitar, num é, do... dos dias que vão ser dias agradáveis, e do que ele vai conhecer, porque na realidade existe, essa ideia do que é bom, num é, e do que é ruim, e a gente sempre procura no NOSSO discurso mostrar o lado bom, LÓGICO que a gente faz aí com sabedoria, num é, e

procurando fazer com que ele entenda os lugares que não são muito interessantes pra que ele visite, então essa ideia do discurso/

43. Pesquisador: Pode continuar.

44. Carlos: Essa ideia do discurso PARA o turista é essa, da ideia não de mentir ou de ééé fazer com que o turista não conheça nossa realidade, não é isso, a maneira como se passa a informação faz toda a diferença, mas não... ficar um dia toda, ou um city tour todo, ou seja uma semana toda, se você vai ter oportunidade de ficar com o turista e fazer com que ele veja as coisas ruins, á isso aqui é muito ruim por isso, é muito ruim por aquilo, não, afinal de contas ele não está aqui pra isso, ele está de férias, é diferente. E a outra ideia que eu vejo em relação ao que você perguntou é ideia de como nós somos vistos no meio, no grupo, no trade, que eu comentei, é eu acho que nós temos uma/ nós vivemos uma guerra, eu acho que nós vivemos uma guerra, de primeiramente de interesses... né, apesar de que nós trabalhamos pelo que eu falei, pelo bem comum, que é da ideia da objetividade de chegar no objetivo do turismo de crescimento e tudo o mais, eu acho que cada qual está vendo o seu lado, e aí nessa guerra que nós vivemos, guerra... que seja uma guerra de interesses com relação a cada.. segmento hotel, agências, setor da secretaria de turismo, transporte, fiscalização do transporte, cada qual está vendo o SEU... aí que que acontece, nós que trabalhamos com o turismo diretamente muitas vezes a gente é visto como inimigo, num é, de alguém que está trabalhando conosco da rede hoteleira e nós que trabalhamos no turismo as vezes o-o-o guarda de trânsito que era pra ajudar, ele nos vê como uma pessoa que está atrapalhando o trânsito, cê tá entendendo, então são duas maneiras de ver, do-dois discursos diferentes com relação a isso aí que foi colocado.

45. Pesquisador: Éé, e como você acha que você ou o seu setor deveria aparecer nesses discursos?

46. Carlos: Eu acho que nós deveríamos aparecer de uma maneira... mais positiva, que reconhecessem a-a-a necessidade e o valor... do que fazemos e que fosse levado em conta as nossas opiniões, num é, eu já fiz/ eu já fui pra algumas reuniões assim com... si-sindicato de guia de turismo, AMC, agentes da AMC, diretoria da AMC, e um membro da secretaria de turismo, e ali a gente coloca algumas ideias e a gente pensa que aquelas ideias foram completamente... aceitas, né, porque todo mundo diz, à vale, isso é válido e tudo o mais, e depois NADA do que a gente falou vai pra prática, então existe como eu comentei desde o início a diferença entre o discurso da teoria e da prática.

47. Pesquisador: No planejamento dos destinos turísticos, na sua opinião, né, destinos turísticos litorâneos que é o que a gente lida mais diretamente aqui no nosso estado, qual é a participação da população na organização e exposição das diretrizes que são implementadas nas localidades?

48. Carlos: É, é assim ó, você perguntou ainda pouco se algumas pessoas são conscientes... ou se al/ com relação a questão do turismo, desenvolvimento ou não, né, é da ideia do que é turismo, né, [uhum] do-do-do valor que tem o turismo, então é a mesma coisa aí, algumas pessoas têm a consciência do valor do turismo, né, do-do-do-do da questão do-dos destinos, outras estão ali SEM NEM SABER o que é turismo, num s/ NUM TEM NEM A MÍNIMA IDEIA do que é, e eu acredito que seja o seguinte, mui/ se eu fosse traçar o percentual com relação a essa sua pergunta, num é, qual/ se as pessoas entendem o valor do turismo praquela região, eu diria que dez por cento das pessoas [e se participam até das/ dessas diretrizes, né] MUITO POUCO, MUITO POUCO, porque não veem o turismo como um-um... um segmento onde pode... ter um desenvolvimento REGIONAL, eles veem o turismo como algo assim, um auê, uma coisa muito interessante, mas pra quem trabalha aquilo ali não vê que o turismo ele movimenta uma-uma CADEIA toda de produção em um município, né, você tá falando com relação a destinos turísticos, num é, lugares onde a gente visita, se a gente deixa de ir pra um determinado... destino turístico... como já aconteceu, MUITA coisa daquela/ de produção daquela região para também, então eu creio que as pessoas ainda não chegaram à maturidade de perceber a importância do turismo, né, daquela região que é o destino turístico, né, do-do de se levar as pessoas praquela região, do quão.. desenvolve a região, né, só com o turismo.

49. Pesquisador: Éé, em relação a sua área e os discursos que são verificados no setor do turismo, sua área específica, você acha que existe alguma consideração que deveria ser colocada, contestada ou posicionada?

50. Carlos: ...Eu acho que deveria existir uma seriedade maior, com relação a questão do turismo do-do-das pessoas que nos visita e tudo mais, tudo passa por essa questão da teoria e da prática, a gente começou com essa ideia e aí vem até aqui, a teoria e a prática. Na teoria, todos nós sabemos... de quão é importante, né, todos nós concordamos.. da necessidade de se levar a coisa mais séria, de ter um planejamento mais prático e tudo o mais, quando chega na hora de executar, aí é que a coisa pega, né, eu acho que tanto NÓS/ tanto eles que trabalham somente

com o planejamento, eles que eu digo secretaria de turismo e tudo mais, quanto nós que trabalhamos na execução, nós precisamos de mais práticas e menos teorias.

51. Pesquisador: Ok, éé, a gente considera o desenvolvimento sustentável um tripé de cuidado com as questões ambientais, equidade social, né, e desenvolvimento econômico, esse é o tripé que forma o desenvolvimento sustentável/ o conceito de desenvolvimento sustentável... na sua opinião, em relação à área ambiental e o desenvolvimento sustentável do Ceará, como se dá o desenvolvimento sustentável?

52. Carlos: Por muito tempo passou sem, eu creio que sem nem haver uma percepção dessas três áreas,... eu digo os leigos, as pessoas que estão em determinado lugar, com destino turístico, com o passar do tempo, né, a ideia desse de alavancar o desenvolvimento de uma região somente com o turismo ou o turismo sendo uma fonte MUITO boa, pra que cresça uma região com relação as finanças, as pessoas começaram a ter essa ideia de se levar, se proteger o a região não desgastar a região pra que se fosse outras pessoas conhecer, mas isso aí pra mim, que eu digo pro turismo, aqui na nossa região é uma ideia que não é muito antigo, é uma ideia nova... eu to falando da questão da prática, né, poderia até ter alguns teóricos dizendo, não, precisa ser cuidado a região pra que não haja uma uma... um processo de... vai lá e vão desmatando, ou vai acabando com o nosso caso aqui as Falésias e tudo o mais, mas isso nunca foi levado em realmente a sério, agora não, agora a gente tá vendo que o poder público, algumas ações que estão sendo sendo feitas, estão levando em consideração isso, a-a conservação do meio ambiente, a proteção do meio ambiente, para que... se passe mais tempo pra... se visitando aquela região.

53. Pesquisador: É, o desenvolvimento sustentável é importante pas localidades turísticas? Por quê?

54. Carlos: Totalmente importante, porque como eu falei, se você vai... numa região... e está ali e usufrui aquilo ali de uma maneira que não é legal e você depreda, e você está ali e... não somente o visitante, principalmente a população não cuida daquilo ali, com o passar do tempo aquilo se acaba, e a ideia de turismo não é uma ideia, pelo menos pra mim, não é uma ideia... é momentânea, né, não é uma coisa que se vai usufruir e ficar somente um mês, dois, um ano ou dois, eu acho que é uma coisa que tem que ser pensado a LONGUÍSSIMO prazo, então pra se pensar nesse longuíssimo prazo é preciso que... se cuide.

55. Pesquisador: Ok, é, a pes/ perspectiva do desenvolvimento sustentável, considerando meio ambiente, sociedade e desenvolvimento econômico, é

desenvolvido de alguma forma na área do turismo aqui no Estado? Como? E o que v/ de repente faz você ter a opi/ essa opinião, né?

56. Carlos: É a minha ideia é a seguinte... a sua pergunta como é?

57. Pesquisador: Se a perspectiva do desenvolvimento sustentável de alguma forma é desenvolvido no setor do turismo.

58. Carlos: Eu creio que sim, eu creio que nós passamos/ a nossa história do turismo aqui, ela passa, pelo menos a análise que eu faço de quando eu comecei no turismo até agora, ela passa por alguns momentos. O primeiro momento foi quando eu entrei no turismo em noventa e dois, aqui na cidade de Fortaleza, eu já viajava pra outros estados, mas aqui em noventa e dois, eu percebo que a... criou-se a ideia de turismo ser algo algo que se se tem valor, algo que se pode desenvolver uma sociedade somente com o turismo, questão de grana, de divisas que se entra na região e a questão da cultura, como eu falei, do desenvolvimento cultural do povo, e eu percebo que... isso foi trabalhado... essa ideia... né, com o passar do tempo, essa ideia tem crescido, num é, essa ideia tem se desenvolvido, e aí vem a gente chegando nessa concepção de desenvolvimento regional, de desenvolvimento... é com relação ao ganho do-do-do povo, do... capacidade de trabalho, de cuidar da região, então eu creio que isso tem sido trabalhado.

59. Pesquisador: Éé, você acha que existem disparidades entre os discursos do turismo e a prática em relação aos aspectos de desenvolvimento sustentável no estado?

60. Carlos: Acho que sim, eu creio que sim, é co/ é-é como a gente tem comentado aqui, né, prática e teoria no turismo as vezes andam bem distantes.

61. Pesquisador: Ok, éé/

62. Carlos: Agora vale a pena ressaltar [pois não] o seguinte apesar de que a prática e a teoria andam distantes, é o que eu tenho dito, apesar de tudo isso, o turismo tem crescido, afinal de contas, se não crescesse com todo o-o amparato que tem, com todas as ideias que existem, não somente do setor... público, num é, das secretarias, quanto também das... do povo, das pessoas que estão começando a entender a importância do turismo, eu creio que o turismo tem crescido sim.

63. Pesquisador: Tem alguma... tem alguma... alguma prática em relação ao desenvolvimento sustentável que você lembra imediatamente, quando pensa nisso no litoral?

64. Carlos: Tem.

65. Pesquisador: O que, por exemplo?

66. Carlos: A mudança das barracas.... lá de Canoa Quebrada, especificamente falando de Canoa Quebrada, de uma região que é de preservação ambiental, aonde de repente por conta de não conhecimento, num é, de não direcionamento e dizer, olha aqui não se pode fazer isso, mas por conta da necessidade daquela região de receber como nós tínhamos há há vinte anos atrás, de chegar numa região e numa praia e ter uma estrutura pra recepcionar o turista que não existia, de repente foi feito... aí, jog/ colocando uma barraca ali, aumentando e tudo o mais, numa área que não é permitida, aí vem a ideia que nós comentamos da maturidade, do-do ver, do... do espaço que se o/ se ocupou, num é, que não era permitido, mas naquela época era necessário, e aí vem a conscientização de se tirar aquele aquele aquele espaço que foi criado ali, aquelas barracas que foram criadas, aquele espaço que não era permitido, pra que se PRESERVE, apesar de que... já tenha sido... mal usado, num é, o tenha... havido alguma erosão ou algo desse tipo, num é, por conta do ma-mau uso, tirar daquele espaço, se conscientizar que aquele lugar não é o lugar adequado pra... existir aquele tipo de-de... comércio ou... ou barracas ali, porque a gente tem falado, e colocar prum lugar mais adequado, né, então preservar aquele lugar... eu acho que isso é uma ideia de conscientização turística, sabe, e que essa ideia ela não não nasce de uma hora pra outra, ela não nasce de um dia pra outro, de uma semana, de um mês, de um ano pra outro não, é uma ideia que se tem/ tem que se trabalhar por loongos períodos, longos anos, e eu acho que aqui o que tem acontecido é que nós estamos amadurecendo com relação a essas ideias, tanto é que nós estamos conversando sobre isso... qual era a... o-o tempo atrás quando nós começamos o turismo que a gente pensava que ele iri-iria est/ que nós iríamos estar falando sobre isso, sobre essas ideias de sustentabilidade, ideias de teoria e prática do turismo, então isso tudo é amadurecimento, e eu creio que vá ficar bem legal... [é/] quando nós conseguirmos juntar rá a teoria e a prática, né.

67. Pesquisador: Qual sua opinião sobre a administração do turismo no estado?

68. Carlos: ãã... a minha opinião é a seguinte, o estado, coo é uma questão política, né, sempre os secretários de turismo, os homens que pensam com relação o desenvolvimento do turismo, são pessoas indicadas... pelo governador, por... sem ter um conhecimento muitas vezes... prático da-do que é turismo, às vezes até tem um um conhecimento teórico, mas... é infelizmente é não estão ali... com real interesse me desenvolver, num é, estão porque é o trabalho deles, eles têm que fazer um projeto alguma coisa do tipo, mas eu acho que existem pessoas mais

capacidades pra se trabalhar com o turismo, sabe, do que os que os últimos vinte anos tem se posto aí, eu acho que ooo governo, as secretarias têm sido entregue à pessoas que não são competentes pra desenvolver esse trabalho.

69. Pesquisador: Ok, éé existe algo que você gostaria de acrescentar em relação a sua percepção sobre o setor do turismo no DISCURSO que se verifica no cotidiano?

70. Carlos: Existe, olha é como comentei ainda pouco, eu creio que turismo, num é, essa nossa atividade, ela é uma atividade tão dinâmica que ela vai mudando ao passar dos anos... e o que nós falamos ainda pouco com relação ao não conhecimento do turismo, do que EU me coloco também, com relação a isso, quando eu comecei eu tinha uma ideia do que era turismo, porque minha ideia era muito rala, a minha ideia era muito... baixinha, muito fraquinha, por que, porque eu não tinha conhecimento de estar no turismo, eu fiz o curso e sempre é falado com relação a como que é o turismo, mas nada como a gente estar dentro, né, do turismo, então com o passar do tempo, eu tenho percebido isso, como eu tenho comentado, a prática é diferente do discurso, num é, da teoria, NO ENTANTO, eu percebo que apesar disso o turismo tem crescido, a ideia de conscientização do turismo, a ideia da importância do turismo, num é, essas ideias eu-eu acredito tê sido... têm ficado mais maduras e a gente tem crescido com relação a isso, afinal de contas se todo o investimento que te sido feito no turismo, se não alcançasse pelo menos isso aí... né, faria nem sentido nenhum, eu creio que tem sido... está se trabalhando cada setor trabalhando a sua área e tem crescido sim o turismo.

71. Pesquisador: Éé, alguma coisa que nós não discutimos em relação ao turismo e os discursos que se verifica no setor, mas que você julgaria relevante citar?

72. Carlos: ...Eu acho que.. eu acho que quase tudo que foi falado aqui é o que nós vivenciamos, né, as questões políticas, as questões de prática, as questões de lugares e o que a gente faz no dia a dia, eu não lembro nada que poderia ser acrescentado não. Aliás, tem alg/ falando que não lembro, veio aqui a-a mente, com relação a questão... pessoal, a nossa de guia de turismo, né, nós temos uma dificuldade muito grande com relação a questão dessa área de sermos... é profissionais do turismo, muitos de nós têm a ideia de turismo como uma área de bico, uma uma profissão bico, se faz um bico, num é, está aqui por um acaso; não, estou aqui só por um tempo, depois eu vou fazer um outra coisa, né, e é interessante que essa ideia ela vai sendo... levada ano após anos e aqui nós estamos, as pessoas sempre no turismo, eu creio que nós não temos o turismo como algo, nós, que eu digo nós GUIAS de turismo,

falando especificamente sobre o guia de turismo, porque o guia de/ o guia de turismo, num é, ele é um profissional onde ele não tem uma ligação direta com a empresa, pelo menos com relação ao registro de carteira assinada e tudo o mais, né, nós trabalhamos para empresas como autônomos, nós somos free lancer, então o que acontece, muitos de nós desenvolve um-um-um pensamento de não segurança, não eu queria ser... estar seguro de ter uma empresa pra que eu pudesse receber as férias e aposentadoria, eu estou aqui, mas eu tenho que sair pra procurar uma outra coisa pra fazer, sabe, eu acho que isso atrapalha muito, nos atrapalha, eu acho que se nós... definíssemos... porque que estamos aqui, eu estou aqui porque eu gosto de fazer isso aqui, eu estou aqui, porque eu sei que sou importante nesse meio que estou, eu estou aqui, porque é daqui que eu tiro o meu sustento, eu estou aqui, porque é daqui que eu vejo que é o meu lugar, NÃO FICAR PROCURANDO, ou então se estiver procurando, QUE SE FIRME NOUTRO LUGAR ou então se firme desse lado de cá, eu acho que isso faz diferença com relação a nós que somos profissionais guia de turismo.

73. Pesquisador: Ok, há algo que você gostaria de dizer a mais sobre o setor do turismo no estado?

74. Carlos: Á, eu-eu eu vejo, Moisés, que essa essa sua atitude, não só sua, da-da universidade, num é... de fazer, tentar entender, ou se pensam que entende o turismo, essa essa ideia de trabalhar junto, num é, de criar esses mecanismos que vocês estão criando pra entender qual é o pensamento de quem trabalha no turismo, isso é muito válido... porque daí vai se criando algo, vai tirando conclusões, né, porque é fácil uma pessoa que está dentro de um escritório pegar uma revista e ver um destino turístico e pensar, ter as suas ideia em relação aquilo ou pensar na população, do que que vive a população, qual a importância daquilo outro, outra coisa é você estar como você está fazendo, no campo, e principalmente pra quem já tem uma vivência maior, que já presencia aquilo que nós vivenciamos no dia a dia, então ISSO a essa ideia... de que NÓS que trabalhamos diretamente com o turismo, num é, como guias... vocês que trabalham nos institutos de pesquisa, né, vendo que é que... como é que cada... um vê a sua o-a como cada um vê o turismo, eu acho que isso vai contribuir, sabe, eu acho que isso vai acrescentar de alguma forma para a melhoria do turismo aqui no estado do Ceará.

75. Pesquisador: Ok, Carlos, muito obrigado.

76. Carlos: De nada, Moisés da Costa.



## ANEXO D – ENTREVISTA 3 – ANA (REPRESENTANTE DO INSTITUTO TERRAMAR)

01. Pesquisador: Nome?

02. Ana: Ana

03. Pesquisador: A escolaridade?

04. Ana: É, eu tenho nível superior e especialização em movimentos sociais na zona costeira.

05. Pesquisador: Á, legal. Qual o setor de atuação ou entidade que representa?

06. Ana: Eu o/ o Terramar é uma organização da sociedade civil, que atua na zona costeira do Ceará há vinte e dois anos E eu ã aqui além de ser assessora da instituição e fazer trabalho de representação política, eu ã estou na coordenação colegiada do Terramar. Dentro do Terramar eu sou responsável pelo tema turismo [certo], turismo comunitário.

07. Pesquisador: E-e você atua n-nesse setor há quanto tempo?

08. Ana: Na zona costeira eu trabalho há mais de vinte anos, com movimentos sociais na zona costeira, com o tema turismo, diria que de... 98, Ana:000 [certo] pra cá.

09. Pesquisador: E aí a tua atuação é direta ou indiretamente com o turismo?

10. Ana: Direta e indiretamente, porque eu sou responsável pelo tema turismo comunitário dentro da instituição e por causa disso, eu sou assessora da rede cearense de turismo comunitário que é uma rede que articula quinze GRUPOS de comunidades que organizam serviços de turismo, então eu faço assessoria direta a esses grupos, e também faço indireta quando eu represento o Terramar em alguns debates n-na universidade ou em algum evento, falando sobre a concepção que o Terramar tem sobre o turismo comunitário e qual a crítica que nós fazemos à política institucional de turismo.

11. Pesquisador: Ok. É, com base na na experiência, né, é com a relação com o turismo... é... o que você acha dessa atividade?

12. Ana: Bem, essa atividade é ela entra na nossa vida, aqui no no estado e nos movimentos d-da zona costeira éé quando a gente percebe que é uma ati/ é uma éé uma atividade econômica que impactou muito a vida das comunidades pesqueiras, né, ee essa atividade impactou muito nossa vida nos anos/ no final dos anos setenta, então éé baseado ness/ nesses impactos, nós começamos a discutir com

as comunidades, as organizações populares é a necessidade de saber, conhecer mais como que o fenômeno do turismo ele se manifesta no mundo e como que ele impacta na vida das comunidades tradicionais, foi aí que começamos a descobrir que a/ é tava nascendo o PRODETUR, que não era PRODETUR, era PRODETURES [uhum] né, mil novecentos e noventa e poucos... e nós começamos a discutir um pouco a política, aa né aa como que a secretaria de turismo no estado tava é PROPONDO uma intervenção, né, uma POLÍTICA pública de turismo no estado, então nós começamos a estudar essa estratégia no governo Tasso ainda, e nós é descobrimos que era um financiamento do BID Branco Interamericano de Desenvolvimento, MAS QUE as comunidades nem a sociedade civil havi/ tinha conhecimento sobre qual era a estratégia que seria usada pelo governo do estado, e aí nós fomos, começamos a discutir, fazer reuniões no fórum de defesa da zona costeira com as universidades [uhum] até que nós conseguimos fazer uma reunião com representante do BID em Fortaleza no Banco do Nordeste, com representantes de várias organizações na sociedade civil e nós percebemos como que estava sendo comprometidos recursos, né porque era um financiamento público que o estado tava se endividando para executar essa política e quem iria pagar essa conta eram os cidadãos cidadãos do nosso estado, né, e aí a gente começou aa... sentir que era necessário monitorar o-o, né, a implementação da política no estado e foi dessa forma né que nos anos noventa e nove, dois mil, e por ali vai, a gente conseguiu.. é organizar seminários em todos os municípios que a política do PRODETURES iria atender, quedizê, ia se estender né na-nos municípios da costa oeste do estado, então nós conseguimos mobilizar é agentes públicos, é comunidades, organizações da sociedade civil daqueles municípios para é LEVAR as informações sobre o projeto e discutir com essas comunidades, com essas populações de que forma eles poderiam participar e acompanhar a implementação da política, né, e aí quando/ nisso tudo os conflitos se acirraram na zona costeira porque o território passa a ser privatizado por grandes empreendimentos e muitos conflitos nessa época se estabeleceram... e nós né da-do TERRAMAR e dos movimentos da zona costeira passamos então a... é refletir sobre como o turismo... pode ser impa/ construir um impacto muito negativo na vida das comunidades tradicionais, mas que ao mesmo tempo de repente o turismo poderia ser uma alternativa, então como a gente não conseguia enfrentar, ir contra o que tava sendo implementado, é, nós decidimos... PENSAR com a comunidade da Prainha do

Canto Verde qual era a outra forma que a gente poderia ter de convivência ou de pelo menos construir novas possibilidades. Em noventa e oito tivemos o primeiro seminário de planejamento do turismo comunitário na prainha e isso foi precedido de pesquisas em comunidades MUITO impactadas, polos turísticos já identificados, Canoa Quebrada [uhum], Morro Branco, como que era todo o processo de alteração da cultura tradicional, é novas ocupações, a relação com os visitantes, né os problemas gerados, com o problema da exploração sexual, que já era forte naquele tempo, a partir dali é a comunidade disse bem isso nós não queremos mas isso a gente pode fazer, então a partir dali a nossa relação com esse tema passou a ser mais estreita porque nós deixamos de fazer a pe/ a crítica e construindo essa crítica nós vimos que era/ tinha uma potencialidade nas comunidades para propor uma nova estratégia, uma nova concepção do turismo éé sendo que os próprios operadores, os próprios organizadores seriam as populações tradicionais locais, né, e aí a gente começou todo um trabalho de mobilização, de estudo, de debate, e quando foi dois mil e três, nós fizemos o primeiro seminário internacional de turismo sustentável, trazendo catorze países que JA TINHAM um debate sobre é o turismo comunitário ee realizamos depois o segundo que foi em dois mil e oito, o segundo seminário internacional de turismo sustentável, com pesquisadores, com academia, com operadores, né com comunidades tradicionais que estavam envolvidas com a temática, esse seminário reuniu seiscentas pessoas, dezenove países e catorze estados brasileiros, que JÁ TINHAM potencialidades, já estava em curso algumas estratégias do turismo comunitário, turismo sustentável, turismo ecológico que se aglutinava entorno desse tema, né... ee de lá pra cá a gente.. vem entendo que o-o turismo é uma atividade econômica, entretanto, ela-ela po/ tem uma carga muito grande de antropologia, de sociologia que impacta na cultura trad/ nas culturas seja ela quais sejam, que elas podem/ ela tem um grande vínculo com a questão ambiental [uhum], né, com a diversidade cultural do país e do local onde ele chega, então pra nós o turismo éé é uma atividade humana que se éé as pessoas se organizam e se elas têm uma capacidade de organização comunitária e uma capacidade crítica, né, sobre o que vem acontecendo no mundo, é pode ser um forte aliado da luta popular, porque o turismo el3 pode ser um aglutinador né de forças e energias num determinado território, pode dialogar com várias atividades produtivas tradicionais e pode agregar vários segmentos da sociedade, né, tem uma potencialidade muito grande, tem a

potencialidade muito grande e-e e a gente continua percebendo como essa atividade ela tá presente no mundo todo cada vez mais e que nós avaliamos que foi a coisa certa que a gente fez, se apropriar um pouco sobre a dinâmica dessa atividade, como que nós podemos fortalecer as organizações comunitárias para elas organizarem o próprio turismo comunitário.

13. Pesquisador: Legal, é, como são as relações sociais de convivência e política entre os órgãos administrativos de turismo e o setor que... você representa?

14. Ana: É, tem sido difícil o diálogo, porque sempre nós como movimentação social nós sempre fizemos as críticas às políticas públicas, principalmente a concentração de riquezas que é uma característica do turismo convencional [uhum], né, eee a exploração do trabalho que também é recorrente em alguns alguns ambiente né, que é da infraestrutura turística, então nós pare/ nós sempre questionamos como que essa política poderia ser usada a nosso favor e não contra nós, né, então é não tenho uma boa relação com a secretaria de turismo rexx/ estadual, o ministério do turismo nós tivemos uma relação muito RÁPIDA, que foi quando eles lançaram o primeiro e único edital de apoio ao turismo sustentável no Brasil, nós subsidiamos a elaboração do edital em Ana:008 e participamos desse edital dess/ seleção pública, acessamos recursos né para a Rede Tucum, eee... a gente entende que... é uma ativ/ é uma-política que é muito concentrada dentro do SETOR e não tem uma abertura maior para a sociedade civil participar dela, participar construindo junto, aprendendo junto, então háá uma tendencia da política privilegiar o setor privado... e excluir a população, né, as populações, as organizações da sociedade civil, então é uma relação tensa que a gente tem com esses órgãos, né.

15. Pesquisador: Éé, o que vem à mente... quando você pensa, lembra dos discursos provenientes dos setores administrativos do turismo, a exemplo na secretaria de turismo, o que você lembra, como você descreve isso, esses discursos?

16. Ana: Pois é, então, é-é a marca política, eles tão pensando sempre como agr/ atrair visitantes internacionais, g/ transformar o nosso estado num ÍCONE da-do turismo no Brasil, é-é é MUITA concorrência que eu-eu vejo, por exemplo eu acho que o sonho dos-dos administradores de Fortaleza, é tornar Fortaleza um Rio de Janeiro, né, que é uma das cidades mais conhecidas do mundo, Copacabana, né, então éé tem uma preocupação muito grande de atrair visitantes e consolidar a estratégia turística, mas NÃO tem uma preocupação com o bem estar da população local, então é/ o/ pre-prepara a cidade pra receber o visitante, mas o povo que mora

aqui do lado não tem acesso à benesse da política, né, é, vai construir um aquário, por exemplo, vai construir o aquário em Fortaleza, CARÍSSIMO trezentos milhões... de reais, pedindo dinheiro público, ped/ usando financiamento público, ee esse equipamento será privatizado, né, enquanto isso a cidade de Fortaleza precisa de praças, precisa de de um transporte coletivo... bom, um atendimento à saúde e esse direito num é colocado para a-as populações de baixa renda por exemplo, né, então éé a... a gestão é voltada para a GRANDE política, pro SETOR privado e pra BENEFICIAR o setor privado, mas não tem uma preocupação com o bem público.

17. Pesquisador: Ok. É, você acha que tem um discurso que atravessa, que se estabelece no setor do turismo, um discurso MOLDADO para o turismo? E o que faz você ter essa opinião? Se sim, né.

18. Ana: Sim, sim, tem, né, éé pelos estudos, pela-pelas estatísticas, nós fizemos ummm um estudo em três anos até a COPA, três anos até Ana:0Pesquisador:4 éé foram destinados 3,Pesquisador:0 BILHÕES de reais para infraestrutura turística no Brasil, para GRANDES equipamentos, resorts, é centros de eventos, aeroportos... porque ir até a COPA, então tinha que es/ const/ instruturar né o ambiente para receber os visitantes.. eee francamente, né, a gente/ a pa/ a copa passou, muitas das estruturas que tavam pensadas para serem construídas como os aeroportos, por exemplo, não foram concluídas, os VLTs que iam ser construídos pra fazer, né, os tran/ o comé Veículos Leve [Leve sobre Trilhos] sobre Trilhos, que mexeu com a cidade toda, cortou a cidade ainda estão aí, né, a-a céu aberto, todo o material se perdendo então... pela amor de deus, né, tem um discurso de tornar a cidade bonita, tem DINHEIRO para tornar a cidade bonita, mas as obras não são concluídas né, então é...

19. Pesquisador: É-é, na sua opinião, quais são os objetivos a serem alcançados através desses discursos?

20. Ana: Convencer, né, a sociedade brasileira, a sssociedade, a nossa sociedade aqui no nosso estado, que o turismo gera renda, de que é muito importante estar né entre as melhores cidades do mundo visitadas, entretanto tem numa incoerência com o discurso né ao mesmo tempo que quer ser tudo isso, não constroem as bases para realmente a nossa cidade ser uma cidade agradável, tanto pra quem mora nela, quando pra quem chega, né, a segurança pública, o acesso, os equipamentos, né enfim, u-uma série de-de-de direitos e também de-de potencialidades que nós

temos que não são valorizados, então há uma incoerência muito grande entre o discurso e a prática dos gestores.

21. Pesquisador: É, você acha que de um modo geral as pessoas que trabalham ou LIDAM com o setor do turismo, né, a cadeia produtiva do turismo de modo geral, reconhecem que existe um discurso que se estabelece no setor do turismo?

22. Ana: Olha, eu eu é tenho alguns diálogos com alguns setores, né, setor de transporte, o setor de hotelaria, ééé eu acho que tem uma movimentação que é gerada a partir do discurso.

23. Pesquisador: Eles reconhecem que existe isso?

24. Ana: Eu-eu acho que sim, eu acho que tem uma um reconhecimento de que o-a política do turismo vai bem, né, mas quando você vai po-por dentro tentando refletir com eles quais são os problemas que estão estabelecidos, dá pra perceber que eles são apenas é operadores que não compreendem e nem tem uma visão do que que toda a cadeia gera, né, então assim tem de um lado as pessoas achando à, mas que ótimo tem que investir mesmo, tem que fazer o aquário, tem que fazer o aeroporto, tem que fazer o centro de eventos, vai vir milhões de pessoas, mas não compreende que esse milhões de pessoas, milhões de dinheiro que entra vai vai privilegiar algum setor da sociedade e que a grande maioria vai ficar à margem desse privilégio.

25. Pesquisador: Ok. Éé, quais são os discursos que você atribui como os mais INFLUENTES no turismo? E quais são os menos influentes?

26. Ana: Éé, o mais influente é que vai gerar emprego, eu acho que é a coisa que queee pega muito, né, à porque vai gerar emprego, então beleza, que venham, né, éé c-criar infraestrutura, né, CLARO que criar infraestrutura é bom, né, então convence a população que é bom quebrar a pista, passar dois anos como a Borges de Melo interditada, né, por causa do VLT, quebrar, fazer avenidas, estruturar as vias de acesso, eu acho que é uma coisa muito forte aqui no estado, até porque é uma vergonha a condição das estradas, então quando tem um aeroporto, aí tem, né, uma estrada boa, vai ter um resort, aí tem uma estrada boa, então isso PEGA, né, isso convence, qua/

27. Pesquisador: O discurso influente, né?

28. Ana: É, o discurso influente, e o que não [menos infl/ é] cola, que não cola, o nosso discurso né, que a nossa potencialidade cultural é muito rica no Brasil e em todo lugar, o discurso ambiental, por exemplo, a capacidade de suporte de uma cidade ou de uma comunidade na alta estação, a disputa de recursos naturais, né,

que é um absurdo, e-e-e as pessoas não demonstram preocupação com isso, a eu acho que é/ nós não conseguimos alcançar a sociedade, né.

(Nesse momento uma moça interrompe a entrevista)

29. Pesquisador: Éé, qual a relação entre o que se fala e o que se faz, quando se pensa no turismo e na sua prática... no que acontece no dia a dia?

30. Ana: O plano nacional de turismo ele é uma quase ummmm obra de arte, né, ele é/ tem uma perspectiva muito abrangente que vai trabalhar com isso e com aquilo, com vários setores e tal, ATÉ ATÉ O TURISMO COMUNITÁRIO tá no plano nacional de turismo, só que isso é uma falácia, entendeu, né, nuuum... não se efetivam, muitas coisas que estão n/ que estão nas estratégias gerais não se efetiva, nós continuamos tendo problemas, problemas antiiiiigos, né da, por exemplo... é... dizem que tem todo uma identificação do Brasil com o tráfico de pessoas humanas [uhum] isso ocorre, isso é uma vergonha pra mim, né, que como é que pode um país que quer ser uma referência no turismo e-e permite que isso ocorra n-n-né com seu povo, com as suas crianças, com as mulheres, principalmente as mulheres pobres do interior, então, eu acho... gravíssimo.

31. Pesquisador: É, qual a relação, éé é como você ou o setor que representa aparece no discurso do turismo?

32. Ana: Bem, o turismo comunitário ganhou muita visibilidade, eu acho, assim... não TANTO quanto a gente ESPERA, mas j/ bastante espaço na academia, né, é tem um setor da sociedade um pouco mais esclarecido, classe média, pesquisadores, militantes de organização que VALORIZAM esse turismo comunitário, que BUSCAM esse turismo comunitário, em vários lugares do mundo, então é CRESCENTE a procura de/ por esse serviço co/ que é bem diferenciado, é uma pequena escala, né, então tem uma perspectiva é de respeito, de diálogo com as culturas locais, e isso está crescendo no mundo inteiro, na América Latina, na América Central, na África, então há da parte da sociedade um um despertar para uma perspectiva de-de turismo mais respeitosa.

33. Pesquisador: E no âmbito do do institucional, as/ da secretaria de turismo, por exemplo, como é que você acha... que é representado pra eles o setor que você representa e como como é que você aparece, como é que o setor, né, como é que a [completamente invisível] TERRAMAR aparece?

34. Ana: Muito invisível, não tem uma visibilidade a proposta que a gente trabalha, que a gente trabalha com um grupo muito pequeno, né, que é uma população talvez

de umas duzentas pessoas, [uhum] que trabalha nesses grupos aí, ééé, pra os órgãos... de gestão não existe uma perspectiva diferente daquelas que eles estão implementando, né, e isso é um desafio muito grande pra gente, né.

35. Pesquisador: Então aí não há coerência... com esse di/ com esse, um reconhecimento, [não] uma coerência com o que/

36. Ana: Não, fizeram uma pesquisa, colocaram lá na pesquisa que tem um trabalho muito interessante, que a Rede Tucum é muito interessante (ininteligível) tem uma publicação mas isso é muito pouco, né, a gente quer um pouco mais, a gente quer disputar, né, não só recursos públicos, a gente quer reconhecimento público da/ que essa estratégia é uma estratégia coerente com determinados lugares, com uma deter/ é determinada participação da sociedade, né.

37. Pesquisador: É, no planejamento dos destinos turísticos litorâneos qual a participação da população na organização e exposição das diretrizes que serão implementadas nas localidades?

38. Ana: É muito fraca, né, a gente sabe que tem reuniões e tudo, mas as comunidades que a gente trabalha nem participam, nem sabem, e quando sabe já aconteceu, né, nesses projetos éé Rota das Emoções que fizeram alguns debates na região l/ extrema oeste a sociedade de lá NÃO SABIA nem que tava tendo, a gente sabia aqui em Fortaleza eles não sabiam lá, então aaa tá pouca participação né, pouca participação.

39. Pesquisador: Em relação à-à área... a sua área, a sua área que você representa e os discursos que se verificam no setor do turismo, você acha que existe alguma consideração, se uma coisa particular sua, né [hum] alguma conseração/ alguma consideração que deveria ser colocada, contestada ou posicionada?

40. Ana: Pronto, então, nós trabalhamos com-com/ na costa, né, com uma área bastante... visibilizada para o turismo, para as ações de turismo, éé cada vez mais há uma demanda de estruturação e ocupação da zona costeira, mas a gente éé acred/ percebe que não há uma um conhecimento ou um RECONHECIMENTO da importância ambiental que a zona costeira tenha, e da importância da biodiversidade... ambiental e cultural que existe na-na nessa zona né onde a gente tá/ atua, então éé que é uma potencialidade muito grande, a-a culinária, né, os modo de fazer, os modos de viver dessas populações tradicionais poderiam ser MUITO mais valorizadas na estratégia turística que acaba ficando para os grandes centros, aí vem a cozinha internacional, como Jericoacoara, tem a cozinha internacional, tem



TODOS os países tão lá, Itália, França, Alemanha, que tem re-restaurante dessas dessas cozinhas, né, internacionais, enquanto que... poderia se ter uma boa representação da cozinha regional, né, e acaba sendo esse espaço também sendo controlado pela estratégia a macroestratégia, né, da privatização.

41. Pesquisador: Ok. Bom, considerando o desenvolvimento sustentável, né, economia, sociedade, natureza, né, que é o tripé como a gente conhece, é qual a sua opinião em relação à área ambiental e o desenvolvimento sustentável do turismo no Ceará?

42. Ana: Pois é, né, eu trabalho mais com a área ambiental do que com o turismo, e nós tamos agora mesmo a reunião discutindo a... é a pressão que existe sobre os territórios, né, na zona costeira, há um processo de privatização das áreas de/ APPs, Área de Preservação Permanente, dunas, manguezais, é lagoas, né, há uma sobrecarga/ a zona costeira ela aglutina mais de sessenta por cento da população do mundo, então ela é muito demandada para os serviços ambientais [uhum] e ela tem uma importância muito grande para a produção de oxigênio, né, o mar, os oceanos, os manguezais, entretanto, há, do ponto de vista da-do processo urbanização, né, uma sobrecarga de resíduos sólidos, deee esgotos, né, lançados nos ecossistemas, e é inclusive o cultivo de camarão que é lançado nos mananciais, tudo isso compromete a sustentabilidade ambiental, o equilíbrio ambiental, vamos dizer assim, desses ecossistemas, né, então, é, além disso, nós ainda temos estruturas do turismo que ainda lança seus esgotos dentro do mar ou dentro dos rios, então há uma verdadeira um verdadeiro descaso dos órgãos é dis/ de fiscalização ambiental e os li/ de licenciamento das estruturas de turismo, né, outra coisa que tem um consumo muito grande de-de água né nos-nos momentos de alta estação e ni-ninguém tem a preocupação de onde essa água vem, só que essa água vem do solo e essa água não é somente para quem anda passeando por aí, a água é um bem comum para todos [uhum] então tem um DESCOMPASSO ou um descomprometimento das importâncias dos serviços ambientais dos ecossistemas marinho-costeiro e há o agressividade que o turismo gera, por exemplo, tem momentos em Jericoacoara que não tem água de beber, é TANTA GENTE que ACABA TODA A ÁGUA DE BEBER, que é água mineral, a água mesmo já tá salinizada, né, a água está salinizando em alguns lugares, em alguns municípios de TRADICIONALMENTE de turismo, por exemplo, Trairi, tá faltando água em Trairi, Itapipoca, tá faltando água em Itapipoca, que vai acontecer com

com o abastecimento da água potável para o -a população local e também para os visitantes... né.

43. Pesquisador: Éé, o desenvolvimento sustentável é importante para as localidades turísticas? Por quê?

44. Ana: É, o/ é a gente tava discutindo sobre a questão do termo né, talvez esse não/ esse termo sustentável já não diga mais o que que isso quer dizer de verdade, porque ele foi apropriado [sim] todo mundo diz que o/ não, nossa proposta é-é sustentável, né, noss-nossa proposta política é sustentável, entretanto... ééé, a gente tem chamado com as comunidades éé aa gestão, como é a gestão do território, né, se a gente pensar uma gestão equilibrada do ponto de vista ambiental, econômico, político, social e cultural, né, como que o turismo pode dialogar com essas várias dimensões da VIDA, né, onde-onde ele se instala, no turismo comunitário a gente precisa fazer um estudo de qual a capacidade de suporte, precisamos fazer um estudo por onde é que as pessoas podem ou não pisar, né, é, qua/ onde vai o lixo gerado por esses visitantes, como é que a gente faz pra produzir mais alimentos nat/ saudáveis, né, e por exemplo estamos estimulando a produção de alimentos sem agrotóxicos, porque NÃO DÁ pra você defender um turismo sustentável e vender uma comida cheio de veneno, né, isso desqualifica a proposta, então TÁ crescendo cada vez mais o cultivo de hortaliças, e cultivo de verduras e frutas do quintal das casas que pode se-ser colocada a disposição dos visitantes, né, a criação de pequenos animais, aves, que também é numa perspectiva mais INTEGRADA com o meio ambiente que tudo isso considerando que a gente precisa ter uma distribuição EQUILIBRADA das demandas geradas, hoje, nós temos vários problemas, inclusive a crise da Europa, né, [uhum] quee tá afetan/ a Europa e tá chegan, né, tá chegando aqui, então éé como que a gente pode DAR potencialidade, né, para o/ a implementação dessa estratégia de-de turismo é valorizando a diversidade... local, né, diversidade produtiva, os sistemas produtivos locais, então agregar a pesca, cultura familiar, né, agroecologia, produções locais pra evitar a demanda excessiva de transporte desses alimentos, ou mesmo o consumo desses alimentos de uma forma que ninguém sabe como foi que elas foram produzidas, então HÁ da nossa parte... né, quando a gente discute o turismo comunitário, pensar um pouco essas relações e essas dimensões da vida numa perspectiva equilibrada, só que a gente éé-é percebe que essa não é uma preocupação generalizada de todos aqueles que implementam as ações do turismo, né, mas é crescente na Europa, eu visitei a Europa, na Espanha, que tem um bum,

né, do [uhum] turismo, e hoje a população não quer mais visitante, estão né, querem fazer/ tão fazendo movimento fora turistas, porque eles querem a cidade pra eles, eles querem os lugares pra eles viverem, e pe/ e-e eles já perceberam que isso faz mal, porque na hora que chega muito turista tira o espaço da população local, isso não é sustentabilidade, né, então éé, que que a Europa tá fazendo, tá desfazendo o que fez e tá voltando pra a-o turismo de pequena escala, turismo rural, né, produção local, nada de importar coisas pra servir pro turista, e isso tá crescendo na Itália, tá crescendo na França, tá crescendo na Espanha e eu quero que cresça mais e cresça aqui no Brasil também.

45. Pesquisador: Como tem sido feito hoje o desenvolvimento do turismo de modo geral no litoral? Na sua opinião, como é que tem sido implementado a perspectiva do desenvolvimento sustentável NESSE equilíbrio que você tá falando, como funciona hoje?

46. Ana: Bom, que que funciona, privatiza um determinado território, né, eee uma demanda/ cresce uma demanda muito muito cada vez maior dos recursos naturais, tem uma verdadeira invisibilidade dos modos tradicionais daquela população local, então chega um resort ele implementa toda uma estratégia que não dialoga com que tá sendo oferecido localmente, né, ééé tem uma questão que é assim, os recursos geralmente são do setor privado que implementa um determinadas estruturas e esse recurso volta pra esse dono desse equipamento, né, ééé os trabalhadores que são demandados para essa atividade lá, né, do ponto de vista daa/ das grandes em/ infraestruturas, eles são/ eles não tem muita estabilidade de trabalho eles tem trabalho sazonal na alta estação [uhum] éé não tem bo salário, ee então do ponto de vista sócio socioeconômico, né, a gente vê muitas fragilidades, muito desequilíbrio te/ tem os donos do negócio.. tão bem, os trabalhadores, nada bem, e são muito vulneráveis, as relações de trabalho são muito vulneráveis, né, então eu penso que nós temos muita muitas contradições dentro dessa estratégia, eu já conheci resorts que ficam fechados, só abre na alta estação, e fechados, o prejuízo deles ch/ a/ é mais de cem mil reais, uma baita de uma estrutura FECHADA porque não tem ninguém pra visitar, né, porque pra mim uma das coisas que não tem sustentabilidade é achar que o turista internacional é que vai garantir o turismo, e não é, quem garante o turismo, a movimentação turista são as populações locais que se deslocam rapidamente, que vão e que vem, esses aí que dão a sustentabilidade durante o ano todinho.

47. Pesquisador: Como a gente tem falado em discurso, né, que é um foco aí do nosso trabalho, você acha que existem disparidade entre os discursos que se vê do turismo e a prática em relação aos aspectos do desenvolvimento sustentável no estado?

48. Ana: Totalmente, no/ tem uma-uma mentalidade que/ quer fazer o maior estádio, o maior centro de convenções, o maior aquário, a gente tem no discurso dos políticos, dos gestores públicos isso, que vai ser o maior da América Latina, o maior do Nordeste, e eu penso que isso é RIDÍCULO, a gente tá sempre com a perspectiva de ser o maior em tudo, e a gente acaba não sendo, porque não é só falando que a gente vai ser o maior, mas principalmente reconhecendo a limitação política, econômica, né, da nossa situação hoje, que a gente pode pensar um pouco menos, né, pensar menor um pouco pra ver se é possível estabelecer o mínimo de equilíbrio, né, eu-eu conversei com alguns donos de-de empresas de agências de turismo e tudo e a coisa não tá boa, né, então não adianta a gente querer ser a maior capital do Nordeste se a gente não dá as condições pras pessoas realmente conquistarem né, o seu lugar ao sol, então o que eu vejo é uma é uma estratégia muito concentrada, né, ELITISTA, vamos dizer assim, uma perspectiva elitista, quem tem muito dinheiro consegue se dar bem e quem não tem, não consegue, fica né disputando, é uma coisa horrível, por exemplo, em Jericoacoara, ou nos Lençóis Maranhenses você vai chegando e tem TREZENTAS pessoas querendo lhe fazer um passeio com você de bugue ou de Toyota nas dunas, né, então isso significa como é... é rudimentar, né, o pensamento e estratégia dee de gestão desses serviços e dessa oferta e dessa demanda, né.

49. Pesquisador: Qual sua opinião sobre a administração do turismo no Estado?

50. Ana: ...Bem, eu acho que segue a lógica do-do país, né, de querer éé fortalecer o setor, tem uma es/ um objetivo de fortalecer o setor turístico, mas eu penso que tem... problemas, né, porque ao mesmo tempo que pensa de querer desenvolver o turismo no estado, a-as bases para esse desenvolvimento as vezes elas são caóticas, né, elas falham, por exemplo, o diálogo com a sociedade, né, eu penso que poderia ser melhor estabelecido, ééé, o-a até mesmo com a academia, eu penso que o governo escuta pouco o que que os pesquisadores estão construindo de pensamento sobre a perspectiva que o turismo tá ganhando e aprender, né, não adianta/ planejamento, eu acho que o planejamento não é bom, ou não é eficiente, porque se fosse, a gente não teria tantas obras inacabadas, né, que isso colabora pra que uma pessoa querer voltar

pra uma cidade bem cuidada, uma cidade limpa, né, então é-é a gente tem uma sensação de insegurança, nós moradores, e os turistas também tem, então eu penso que há um problema de planejamento... na na gestão do turismo no estado.

51. Pesquisador: E-existe algo que você gostaria acrescentar em relação a su/ a sua percepção sobre o setor do turismo e os discursos que se verifica no setor do turismo?

52. Ana: É talvez dizer da... a nó-nós-nós é criticamos essa perspectiva que tá implantada, implementada da política, é nós acreditamos que o turismo ele pode ser desenvolvido de outra forma, a exemplo de INÚMEROS lugares do mundo que JÁ escolherem outra perspectiva e ESTÁ dando certo, né, e a gente imagina que isso tem a ver também com a própria sociedade brasileira que não tem o controle social dos recursos públicos, né, é uma/ é infelizmente nós temos um problema, né, porque como é que/ qual é a prioridade no país, como que essas prioridades são estabelecidas e qual é o diálogo que a sociedade brasileira faz com isso, então eu acho que te/ é um bom é um bom tema, né, se a gente pudesse pensar quais os rumos que esse país vai tomar... com essas escolhas políticas que estão sendo feitas, né, é em vários níveis, né, inclusive no turismo [uhum] né, nós temos problemas com aeroportos, temos problemas com outros transportes éé, né, aquaviários, nós temos problema de TODA ordem, né, mesmo assim nós queremos atrair milhões de turistas, então tem uma... né tem uma contradição muito grande, né, eu vejo que é o desafio é como sociedade, como academia, como movimentos sociais, como é que a sociedade brasileira toma conta desse país, e não não entrega seu destino aí pra meia dúzia de políticos iluminados, né.

53. Pesquisador: Alguma coisa é que nós não discutimos em relação ao turismo e os discursos que se verifica no setor, mas que você julgaria relevante citar ou nós já discutimos o que...

54. Ana: É, eu acho que a gente discutiu os aspectos rapidamente, a gente conseguiu dar uma-uma, é talvez a ge/ a gente não discutiu bastante por exemplo as empresas internacionais que estão postas aqui, que estão, né, implementando, administrando hotéis, que é um outro tema, né, outro... debate mas que tem a ver, por exemplo, a gente tem muitas empresas internacionais se apropriando dos territórios na zona costeira, resort, pra estrutura e tal, ee em que medida, né, há um controle político sobre isso, porque é nosso bem, nossos bens né, comuns que tão sendo privatizados, é v/ o-o privilégio de alguns grupos econômicos é MUITO

grande, né, e eu-eu acredito que isso atrapalha o desenvolvimento do turismo de forma mais equitativa.

55. Pesquisador: Algo que você gostaria de dizer a mais sobre o setor do turismo do estado?

56. Ana: Não, eu quero dizer que as comunidades elas estão se animando com esse tema do turismo, muita gente mesmo, eee parece pequeno mas é muito interessante o quanto de comunidades, tanto no sertão, como na serra, como na zona costeira, interessado em construir uma participação nesse setor, né, então e-eu fico feliz por isso porque eu acho que isso quer dizer que algumas pessoas se dão conta que o turismo não é para meia dúzia de pessoas, que os serviços podem ser construídos por vários segmentos da sociedade, isso democratiza, né, então eu fico feliz por isso.

57. Pesquisador: Ok, obrigado, Ana.

58. Ana: Por nada, eu espero que você consiga um bom trabalho.

**ANEXO E – ENTREVISTA 4 – LUCAS (EMPRESÁRIO DO TURISMO)**

01. Pesquisador: Seu nome completo.

02. Lucas: Meu nome é Lucas

03. Pesquisador: Qual sua escolaridade, Lucas?

04. Lucas: Meu é ensino médio completo.

05. Pesquisador: Qual setor de atuação ou entidade que representa? Setor de atuação, né.

06. Lucas: É, meu setor de atuação é área de alimentação, né, e é e é restaurante e barraca de praia e, como eu já trabalhei na parte de hotelaria, então eu colhi alguns frutos de lá e migrei pra cá implantando dentro da minha área de atuação, que é na área de restaurante, né.

07. Pesquisador: E tu trabalha com o turismo há quanto tempo?

08. Lucas: Trabalho há vinte e sete anos com o turismo.

09. Pesquisador: E aqui na barraca há quanto tempo?

10. Lucas: Cinco.

11. Pesquisador: Certo, qual a relação ééé... do local que você representa, do local que você está com o turismo, ou seja, como é que você atribui... esta barraca, né, o teu teu empreendimento, o que que representa para o turismo?

12. Lucas: O meu equipamento hoje, apesar de ser um equipamento não é muito grande, mas é um equipamento pequeno, aí eu acho que no turismo LOCAL, né, ummm um equipamento deeee/ tem uma referência muito positiva, né, porque daqui (ininteligível) não a/ apesar de não ser a primeira barraca, mas aqui pri/ (ininteligível) ó, essência para um desenvolvimento melhor dos os estabelecimentos que estão aqui nessa área de praia do Morro Branco, quer dizer, nós somos um gerador de emprego e renda aqui, não conhecemos uuumm... comé, um outro segmento que tenhaa mais identidade e fonte de renda como o turismo aqui no/ então o que nós fazemos parte dum... gerador de emprego aqui da região, né, por referência, por exemplo, ééé oo turismo chega aqui hoje... eleee pa/ ele é NOTORIAMENTE benéfico para a população... local, em termo de sobrevivência, né, que é o onde o pessoal vende (ininteligível) por dentro tem os garçom, tem os cozinheiro e tem os indiretos, artesões, não os artesões que trabalharam somente aqui, tem o picolezeiro, por exemplo, uma moça que tá aqui do lado vei lá de cima, ou porque passou o turista lá e comprou uma peça de artesanato dela, ela vem entregar aqui,

então quer dizer, nós somos um referência importante pro município da nossa cidade.

13. Pesquisador: Éé... que que você acha dessa atividade... do turismo?

14. Lucas: Assim, Moisés, a atividade do turismo eu só posso falar do do que eu vivencio, certo, que no caso esse momento aqui agora, que a gente távamos aqui trabalhando aqui nes/ ni/ nesse local de trabalho, o TURISMO pra cá tem uma importância MUITO grande MUITO MUITO MAS MUITO GRANDE MESMO, po/ até porque nós estamos localizado dentro dee uum uum uma comunidade que temos o maior atrativo natural do litoral leste, que é o Monumento Natural das Falésias, certo, então assim eu acho.... quee o turismo pra gente éé do/ pro município, pra pra gestão pública aqui do município de Beberibe teria que ser uma das secretarias mais importantes pra existir aqui dentro duma gestão pública, por exemplo, saúde e educação issaí ninguém se fala, porque não tem como (ininteligível) a gente tem que dar prioridade é essas duas secretarias, infraestrutura também tá dentro e turismo poderia ser uma das porque é o que chega emprego e renda, porque você procura indústria aqui em Beberibe, não tem, uma fábrica, não tem, o que é, turismo.

15. Pesquisador: Éé qual a relação política, né, e social... que você tem com os órgãos administrativos do turismo? Eu falo você, o seu empreendimento, a sua relação política e social com esses órgãos administrativos, [á] como é isso?

16. Lucas: É mu/ nossa relação com esses órgãos a gente procura encurtar o MÁXIMO que a gente consegue, o máximo que a gente PODE, certo, éé e o apoio que a gente tem em relação a esses órgãos ele é muito grande, por que, porque já o-o-os é a administração pública já vê a gente com olhos muito bom, eles têm a gente como referência, eles tem a gente como/ a gente sempre a gente tá sendo éé consultado, a gente tá sempree solicitado a participar das ações, das ideias, do-dos projetos, então eles sempree/ eles sempre contabilizam muito oo nosso pensamento coom a gestão pública em relação ao turismo, né.

17. Pesquisador: Em relação ao discurso que nós já, né, discutimos o que é discurso, concepção de discurso, você acha que existe um discurso quee é bem TÍPICO do turismo, um discurso FEITO, MOLDADO para o turismo?

18. Lucas: Não, não é um discurso feito pro turismo não, [quando a gente/] (ininteligível) moldado, ia até dizer porquee eu posso até tirar uma dúvida que você pode ter ou então eu posso atéé lhe ajudar nessa forma de expressão... é, o turismo ele poderia ser visto dum outro modo, ser tratado dum outro modo, ser investido de



um outro modo, ser consolidado dum outro modo se ele fosse éé, como se diz, se fosse organizado na essência... organizado na essência, que que eu quero dizer com isso, o modo que eu quero dizer não sei se eu vou me expressar corretamente, mas éé se fosse ORGANIZADO do começo, se as AÇÕES do turismo ela fosse ééé planejadas... do do começo e elas fosse SEGUIDA, por exemplo, eu tenho/ aa gestão pública, certo, se organiza dum jeito, ele promete uma coisa, tem intenção de fazer, e num realiza... ooou saiu uma gestão, trocou uma gestão e você vai começar tudo do começo, quer dizer, isso é um discurso que não funciona, entendeu... porque se assim se você tem um discurso SÓLIDO e aquele discurso fosse SÓLIDO, que que eu digo sólido, eles funcionasse na realidade... tem o discurso, mas na prática NÃO FUNCIONA, entendeu, seria outra coisa, entendeu, tanto pra nós que somos empreendedores, tanto pra pro pros atores, tanto po po po po turista em si, pa população, pa comunidade, seria tudo uma outra coisa, se se as IDEIAS, se os PROJETOS, se a/ se o DISCURSO fosse REAL... num é real.

19. Pesquisador: É, o que vem à mente quando voc/ quando quando você fala do discurso, por exemplo... da nossa secretaria de turismo, que que vem à mente?

20. Lucas: Da o-o/ você fala da secretaria LOCAL ou da secraria ã se tá falando de estado?

21. Pesquisador: As duas.

22. Lucas: As duas, por exemplo, aa a local, a es/ a municipal ela é muito fragilizada por que, porque ela não é uma secretaria somente do turismo, ela é turismo e cultura [urrrum] então quando você fala TURISMO E CULTURA... elaaa são são divididas, as ações são divididas, éé a verba pra se trabalhar numa secretaria, então quer dizer, a verba pro turismo, pra importância que o turismo tem po município, ela teria que ser uma uma secretaria de turismo... independente de qualquer outra, porque ela NECESSITA de mais verba, t/ todas as áreas de investimento... então turismo não é só é-é-é o cara lá do MARKETING do turismo, é a capacitação doo do da comunidade, éé capacitar comunidade, éé trinar o pessoal, éé infraestrutura também, entendeu, pra o senhor vê que um hoje o Morro Branco, né, u-um dos destinos turísticos do estado do Ceará mais visitados do estado do Ceará, quando você que você vêê por exemplo aqui atrás num tem infraestrutura BÁSICA p/... não existe, isso nós tamo no ano de dois mil e quinze... então se o discurso do turiss/ do do turismo fosse real, quer dizer, isso é pa poder em dois mil e três já tá tudo pronto.

23. Pesquisador: Você fala isso com referência ao município ou ao estado?

24. Lucas: Aos dois [aos dois]. Os dois, porque um carrega o outro... um puxa o outro.

25. Pesquisador: ...Éé... você acha que existe um discurso que se sobressai, falo... de um modo geral no turismo, tem alguma voz mais ouvida, que se sobressai?

26. Lucas: Em relação aaa.

27. Pesquisador: Ao discurso mesmo, à-à-às à visibilidade das coisas.

28. Lucas: Nããão.

29. Pesquisador: Tem alguém que tem uma voz maissss?

30. Lucas: Rapaz a gente até q/ assim a gen/ a gente até que gosta, nós que fazemos parte do trade até que gostaria de ter/ que isso existisse... porque você não sabe quem é a voz que predomina, sabe, eu acho que assim que o INTERESSE, o INTERESSE PARTIDÁRIO ele sobressai sobre o interesse da comunidade, entendeu... então assim, a pessoa/ você tem um interesse PARTIDÁRIO, do seu partido, você como gestor público faz, se você não tem VOCÊ NÃO FAZ... ISSAÍ É FATO.

31. Pesquisador: Você acha que, de um modo geral, as pessoas que trabalham com o turismo têm essa noção?

32. Lucas: Não.

33. Pesquisador: Por quê?

34. Lucas: Éé nnn não têm porqueee/ você tá falando noooo/ eu tô falando agora, só que eu tô me referindo nas pessoas que TRABALHAM NO TURISMO, não as pessoas que são gestoras do turismo [que trabalham] num é isso? Não [trabalham] têm a noção porque tão éé assim oooo, comé que se diz, assim, a culturaaa da nossa cu/ da nossa comunidade, da nossa população ainda é muito aquém do que poderia ser/ nu-num se aprofunda nesse/ nessas... nesse requisito, nesse nesse assunto, entendeu, não conhece bem comé que é a realidade, comé que funciona a realidade, a gente diz assim, num tive n-n-num tivero a oportunidade de conhecer bem esse... tendeu, quem conhece, quem conhece, você que estuda, (ininteligível) que vivencio mais, que conheço mais, procuro saber mais, mas quem num/ mas quem vive dia a dia, só quer fazer aquilo e pronto, vai num...

35. Pesquisador: Qual a relação entre o que se fala e o que se faz em relação ao turismo?

36. Lucas: Qual a relação?

37. Pesquisador: A relação entre/ [faz] FALAR e FAZER, eu falo em administração do turismo, de u modo geral.
38. Lucas: Assim, ééé, falar em relação a isso, num sei se eu tô entendendo bem o que você tá fazendo a pergunta em relação.
39. Pesquisador: Entre entre discurso e prática.
40. Lucas: Ense discurso e prática, qual a relação ou você quer um percentual em relação a isso?
41. Pesquisador: Qual é o percentual?
42. Lucas: O percentual de trinta por cento, vamo dizer, entre o que se fala e o que se faz, entendeu, é muito mais prático a gente falar assim, né.
43. Pesquisador: E por que que você acha que não se faz?
44. Lucas: Po-porqueee ééé.
45. Pesquisador: Você consegue detectar isso?
46. Lucas: Nassim, Moisés, assim, o que eu vejo u acho que falta v-vo-vontade de FAZER, acho que issaí tá acima de tudo, porque quando você tem boa vontade de fazer, você procura fazer, você vai por cima de alguma coisa, ou você tente ultrapassar algum obstáculo e tentar fazer, mostrar pras pessoas que você quer fazer ee todo mundo vê que você realmente quer fazer, e quando você não quer fazer, não tem interesse, você vê que não teve interesse da pessoa de fazerem, por exemplo, a gente teve... na gestão na/ numa gestão passada se vamo falar da éé em relação à administração estadual dee de turismo (ininteligível) éé... prometeram, falaram que aqui por exemplo de logo, (ininteligível) discurso daqui da infraestrutura de Morro Branco, da PAVIMENTAÇÃO dissaqui tudim, da da estrutura básica, QUE TINHA O DINHEIRO... FIZERAM PROJETO, e aí, tá pronto o projeto, e aí, já tá na mesa pra assinar, e aí, já foi assinado, e aí, até hoje, trocou a gestão, fizeram, não.
47. Pesquisador: Em relação à administração local, secretaria de turismo local... você acha queee/ como você aparece no discurso da secretaria municipal local? É coerente ou deveria aparecer de outra forma?
48. Lucas: Não, ooo ooo a administração local eu acho que ela é MAIS carente de verba pra fazer, sabe... de verba, porque eu acho que a VERBA, ele se/ é muito comum pra/ como falei pra você, eles são a secretaria que ela tem DUAS funções, cultura e turismo, então se euma/ se uma caneta desse/ uma caneta dessa chega lá, por exemplo, tem que chegar pra dois... então se chegar uma caneta dessa só pro turismo, ela ia/ tanto ela ia escrever mais, ela ia produzir mais coisa que tinha mais

utilidade, porque se é pra ficar turismo (ininteligível) me empresta tua caneta que agora eu vou escrever pa cultura, Moisés, empresta essa caneta que agora eu vou escrever po turismo.

49. Pesquisador: Então você acha que... deveria ter uma outra re/ voc/ eu digo, você como empresário, né, atuante na área do do empreendimento no litoral, deveria aparecer de outra forma, deveria... [ser representado de uma outra forma] ser representado de uma outra forma [de outra forma] ne-nesse segmento?

50. Lucas: Eu si/ eu acho que sim.

51. Pesquisador: Co-como?

52. Lucas: Assim, as ações do turismo, como já eu falei no início pra você, ééé elas teria que ser bem mais forte do que é hoje... tendeu, por exemplo, ééé hoje nós temooooos um (ininteligível) e brilho, temos, hoje você vai na cidade/ na entrada da cidade de Beberibe hoje... coisa simples de se ver, você vê numa peque/ numa cidade até menor que Beberibe, se num tem um portal na entrada da cidade... que identifica a cidade, cê chegar num tem um portal de entrada, cê num tem um local de informação turística, são coisas MÍNIMAS... hoje cê vai na praça pública cê num vê u-um banheiro público... então são coisas mi/ mínimas que eu acharia que poderia ser assim uma coisa, não, vamo trabalhar com turismo, hoje eu tenho FOLDER, tenho, aí tô/ Lucas, tem folder, tenho, FOLDER saiu, tá saindo, quer dizer, uma cidade como Beberibe, que é uma cidade que vive em função do turismo, queee éé uma das fontes de renda maiores é o turismo, nunca é pa faltar um folder, nunca é pra faltar um um local de informação turística.

53. Pesquisador: Éé, no planejamento dos destinos turísticos, qual a participação da população nesse planejamento?

54. Lucas: Rapaz, assim, nnn ééé ho/ daqui do nosso [urrum] ou cê tá falando do do/

55. Pesquisador: Sim, do que você conhece, que é o seu, né.

56. Lucas: Éé assim, acho que a po/ aaa acho que poderia ser mais nooo, é pouco, sabe... tenho um amigo meu que tá em Brasília, aí ontem a gente tinha uma reunião do dooo Convention Bureau do Litoral Leste, ontem nós tivemos uma reunião lá no coliseu, certo, aí elee vai ter agora o novooo... eu mandei a mensa/ ele me mandou essa menagem aqui que não poderia vim pra reunião... tu lê enquanto eu falo [urrum] certo, então assim a participação da população ela poderia ser bem maisss... porque/ mais assim comé que eu/ comé que eu poderia te dizer, poderia ser maaaaii mais importante pra gente, eu vejo a comunidade muito legal, muito engajada no

turismo, te/ é aquela comunidade de Jijoca de Jericoacoara [urrrum] uma comunidade bem mais engajada no/ n-num sei se você conhece [sim] né né [sim] né uma comunidade mais engajada com o turismo, tendeu, eee eu acho que se a gente tivesse u-um interesse DA FORMAÇÃO DA POPULAÇÃO pra RECEBER o turista... cursos GRÁTIS e convocasse a população, de como bem receber, como receder... em relação a todos os pontos, a lixo, àààà à infraestrutura, você tem uma praça você não pode depredar, você tem um lixo você não pode jogar na rua, você tem um lixo você tem que reciclar, então quer dizer, a população se ela fosse toda pegada a partir do/ desse ponto, começa a se educar a população nesse ponto desde as escolas pública, seria outra realidade pra gente, era NOTÓRIO na chegada.

57. Pesquisador: Bom, a gente entende desenvolvimento sustentável ééé a partir da de desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e lógico também a questão ambiental, a gente considera um tripé, sociedade, natureza... ééé e economia, né... levando em consideração esse tripé, qual a sua opinião em relação à área ambiental, por exemplo, que é uma dessas áreas do desenvolvimento do turismo do estado do Ceará, tá coerente isso?

58. Lucas: A a área am/ a área ambiental, por exemplo, é eu tô vivenciando isso agora, certo, por exemplo, tudo poderia ser feito com planejamento (longa pausa) éé eu tô vivenciando isso agora, mas aí por exemplo... é não não houve nas gestões passadas há uma década atrás, há duas décadas atrás, trinta anos atrás, não houve éé ee esssss órgãos de meio ambiente, eles não funcionavam, essa é a realidade que eu conheço e você também conhece, certo... então hoje houve, que que houve hoje, hoje você tá vendo processos de todas ar/ toda área litorânea do nosso estado cooom a questão do meio ambiente, éééé MUITOS desses equipamentos que somos aqui, o nós somo um deles, samos dentro numa área faixa de maré de trinta metros, certo... quer dizer, se isso houvesse um planejamento ANTES eu estaria, não, não estaria, certo, hoje tô querendo sair dessa faixa de maré, porque eu quero me... ficar numa área segura pra mim, pro meu cliente, pra que os profissionais que trabalham também, e eu quero sair/ gntee/ eu tô/ hoje a gente tá num processo deee de remoção do nosso equipamento pruma outra área, isso após sermos ATUADOS e MUTADOS pelo órgão ambiental porque estávamos dentro numa área de maré, certo... há trinta anos atrás, quando esse projeto foi feito aqui, que issaqui é um projeto do governo MUNICIPAL, junto com o estadual, ELES implantaram as barracas aqui, certo, não foi nós que implantamos, eles implantaram as barracas,

fizeram projeto e colocaram... e passaram pra população pra poder desenvolver o trabalho... deee restaurantes, barraca de praia, que nós retiramos aqui no morro branco, e HOJE NÓS estamos na faixa de maré e o e o órgão ambiental chega me mutando... quem me colocou aqui, fui eu que vim só ou foi tu que me colocou aqui... quem faltou planejamento não foi nós, foi tu que me/ tu f/ que de a área pra gente... tu entendeu [urrum, sim] aí tu chega me mutando porque eu estou dentro numa área de faixa de maré... e eu, e eu háá... e eu háá... ci/ três anos atrás, procurei me regulamentar, pedindo atu/ pedindo a minha licença e tu disse que eu tinha que aguardar... e eu protocolei todas as documentação, entreguei a minha documentação ma/ pra me regularizar, tu falou que eu tinha que aguardar, me protocolou, (ininteligível) diário oficial, e tu chega me mutando... é o nosso processo que aconteceu, por aí você vê/ viu que não há um planejamento, não houve planejamento e agora tu quer... ro/ queeeeer que funcione a lei se tu antes não cumpriu a lei, então quem cumpriu a lei num foia população não, foi os próprios órgãos ambientais.

59. Pesquisador: Qual importância desenvolvimento sustentável para essas localidades litorâneas, por exemplo onde você tá agora?

60. Lucas: Qual a importância, TODA, se não tem emprego, se num tem indústria, num tem fábrica, num tem nada... é total, né não.

61. Pesquisador: ã e você acha que essa perspectiva do desenvolvimento sustentável é implantada e desenvolvida nos nossos [não] destinos litorâneos?

62. Lucas: Não, não é... não é.

63. Pesquisador: Por que?

64. Lucas: Porque é coo eu já te falei tem a questão política, não depende somente de nós.

65. Pesquisador: ...É você acha que existe disparidade, quando a gente fala em desenvolvimento sustentável, existe disparidades entre o discurso e a prática? [urrum] Entre o governo e o que se vê?

66. Lucas: MUITO GRANDE, informação, pesquisa, previsão, a gente vivencia isso diretamente.

67. Pesquisador: E as pessoas reconhecem isso de modo geral? Os administradores reconhecem isso, as pessoas, por exemplo, que trabalham com você, as outras pessoas que [RECONHECE ISSO] tão aqui? E chega a cobrar do governo?

68. Lucas: De que modo se cobra... que eles num têm acesso a essa cobrança.

69. Pesquisador: E comé que fica por exemplo aqueles polos dee.. aqueles fóruns de discussão... onde você deveria participar do planejamento, desenvolvimento local? E isso é/

70. Lucas: (ininteligível) dos fóruns?

71. Pesquisador: Sim.

72. Lucas: É, não, os fóruns é discutido isso, né, feitas atas e é repassadas atas, só q/ só que na realidade num funciona, por exemplo, você vai l/ vai chegar trezentos mil turistas no estado do Ceará, divulgado isso, trezentos mil, [rum] na realidade eu como/ eu comoo empreendedor não vejo, você como profissional do turismo vê, NÃO, NÃO VÊ... é uma informação que não funciona direito, infelizmente não funciona, a gen/ com a gente que somos profissionais do trade, vivemos disso, gostaríamos que funcionasse, mas num funciona.

73. Pesquisador: Qual sua opinião sobre a administração do turismo no estado do Ceará?

74. Lucas: Administração do turismo no estado do Ceará... na minha opinião, lá acho que poderia ser melhor, viu.

75. Pesquisador: Em que sentido, Lucas?

76. Lucas: Assi/ Moisés, éé por exemplo, o turismo d-do estado do Ceará eeuuu na parte deee ele poderia ser melhor explorado, melhor divulgado, mas ele teria/ as pessoas teria que ser capacitadassss, teria que ter um interesse grande do governo em capacitar as pessoas pra atender o turista, por exemplooo, ééé vou te falar um dos segmento de passeio de bugre, [urrrum]... issaí num/ você não era pra encontrar passeio de bugre pirata, como você viu aconteceu várias/ já nesse primeiro semestre aconteceu várias fatalidades, inclusive com vítimas, porque as pessoas... andavam com o bugre pirata, quer dizer, se houvesse uma fiscalização... você é um profissional do turismo, e você vê queee o seu cliente muitas vezes não continua o passeio com você por conta de uum uum de um outro de uma outra pessoa, que ele vai pra pegar, pra pegar sem guia, por que, porque num existe uma fiscalização... então assim o turismo teria que ser visto de um outro modo.

77. Pesquisador: Mas isso é colocado no discurso.

78. Lucas: É colocado no discurso [na prática?] na prática num funicono, nós vivenciamos isso.

79. Pesquisador: Desses assuntos que a gente comentou, que a gente falou, tem alguma coisa que eu não comentei, que eu não perguntei, que você acha... acharia relevante colocar, citar?

80. Lucas: Assim, eeuu... eu acho que eu/ nós aqui vivemos no estado do Ceará, o turismo ele teria que ser visto dum modoooo outro outro olhos e a população do Ceará ela teria que saber DISSO, conhecer isso a bem/ isso bem, por exemplo, vou falar, tem exemplo a minha comunidade, a minha hu/ a minha comunidade aqui que eu moro hoje, eu num sou daqui, mas faz trinta e sete anos que eu moro aqui, maaas a minha comunidade hoje muitooo dos moradores eles não sabem que eles eles mora numa comunidade onde tem uns atrativo turístico um um dos mais importantes do litoral e eles num sabe disso, não para/ não param pa pensar nisso... porque eles não se preocupa com isso e eles vivem isso e não sabe, não per/ como que as pessoas vivem de turismo aqui e não percebe que vive do turismo... ele não consegue ter esse essa/

(Nesse momento uma funcionária da barraca de praia interrompe a entrevista para comentar sobre troco)

81: Lucas: Ei, Moisés, então eles não percebem isso... NÃO SABEM DISSO, querido, INFELIZMENTE NÃO SABE... o cara vive do turismo, vive de de dissaqui e num percebe que vive dissaqui, que issaqui é turismo... então cê/ você vê o nível cultural que existe na população e de informação que existe, querido.

82. Pesquisador: OK... Muito obrigado.

83. Lucas: É a realidade, Moisés.



## ANEXO F – ENTREVISTA 5 – PAULO (REPRESENTANTE DE ÓRGÃO DE FOMENTO - CAF)

01. Pesquisador: O nome, por favor.

02. Paulo: Paulo.

03. Pesquisador: Qual escolaridade, Paulo?

04. Paulo: Eu sou formado, né, sou formado em Turismo, sou formado em Administração de Empresas.

05. Pesquisador: Qual a área de atuação OU se você preferir o sa/ o setor que você representa agora?

06. Paulo: É, atualmente eu tô eu tô trabalhando na ééé junto à Prefeitura, né, de Fortaleza, dentro dum projeto éé vinculado à Secretaria de Turismo, que é a SETFOR.

07. Pesquisador: Éé tá no/ nesse setor há quanto tempo?

08. Paulo: Estou há dois anos.

09. Pesquisador: E no turismo de modo geral, você tá/ atua há quanto tempo?

10. Paulo: Eu comecei no turismo mil novecentos e oitenta, né, comecei pela TransBrasil Linhas Aéreas, depois da TransBrasil eu trabalhei em hotelaria, em operadora e também trabalhei no governo do estado e agora atualmente/ trabalhei no Beach Park também, né, e agora atualmente estou na... no governo é municipal.

11. Pesquisador: No governo s/ s/ trabalhou em que setor lá?

12. Paulo: Lá era no governo eu trabalhei lá na na SETUR, Secretaria de Turismo do Estado [sim, mas qual é a área da SETUR?] É, eu era o secretário adjunto [á], o Alan era o secretário, né, e o secretário adjunto era responsável na época dee fazer toda a parte da promoção e divulgação de destinos Ceará [ok] no ano de dois mil e três até dois mil e seis.

13. Pesquisador: Qual a relação desse setor que você está agora com o Turismo?

14. Paulo: É, o qual é em termo de investimento, é, es-es-es-es-esse órgão ele es/ ele tá exatamente captando recurso internacional, Interna Caf, que esses esses recurso ele vai ser ele vai ser (ininteligível) pela REQUALIFICAÇÃO na Praia de Iracema, da Beira Mar, já começou na Praia do Futuro, e dentro desse desse desse desse financiamento existe um item chamado promoção divulgação, que os órgão internacionais eles eles é classificam TODO o destino, que é requalificado, ele tem

que ser feito a promoção, então n-nosso trabalho é fazer a promoção dessa nova nova Fortaleza que está que está vindo aí daqui um ano, dois anos, etc.

15. Pesquisador: É com a/ com base na sua experiência, né, trabalhando com TODOS esses setores do turismo, como é que você vê essa atividade hoje aqui para o estado e pra capital?

16. Paulo: É o que eu digo, o turismo ééé poderia tá melhor, poderia, tá, mas nos temos uma uma grande vantagem aqui dentro dentro do estado do Ceará e dentro de Fortaleza, que ééé aaa a vontade do empresário muito grande, empresário cearense ele é realmente MUITO MUITO MUITO MUITO empreendedor, o governo, tanto municipal, como estadual dentro da possibilidade, tá tendo realmente, ajuda muito, mas eu digo queeeee se nós conseguirmos fazer a requalificação, a capacitação (ininteligível) dos nossos profissionais, Fortaleza Ceará, daqui dois, três anos será um GRANDE destino turístico.

17. Pesquisador: Ok, quais são as relações políticas, né, p/ falando social mas principalmente política em relação ao setor que você está agora e a secretaria de turismo?

18. Paulo: Não, em em em em na realidade ela ela é muito vinculada, né, porque aaaa a a promoção do ééé de Fortaleza é feita pela SETFOR, né, pela Secretaria de Turismo, esse projeto ele ele faz a o planejamento pra poder exatamente que/ quem executa e isso é a secretaria de turismo, então politicamente, estão todos interligados.

19. Pesquisador: Certo, você acha que existe um/ falando em discurso agora especificamente, existe um discurso que é permeia o turismo, que molda o turismo de um modo geral? Um discurso que se observa unânime dentro do turismo?

20. Paulo: É, eu digo o seguinte, ééééé o turismo ele ele pra ser realmente ééé definido como prioridade, ele precisa ter pulso... isso é uma coisa que sempre nós batemos exatamente junto aos governos e a própria governo federal, quando você diz que que que é prioridade, se você não tem recurso pra essa prioridade, ele fica mais difícil [arram] então se nós no Brasil, né, destinasse um recurso maior para o turismo, de modo geral, com certeza no-nós não tamos hoje só trazendo cinco milhões de turistas estrangeiro, realmente um país como nosso cinco milhões é muito pouco, enquanto outras destinos turísticos recebe muito mais, então o que eu digo, o discurso ele tem, mas precisa realmente a gente ter um investimento mais

maciço, investimento mermo de de recurso, pra gente poder requalificar equipamentos, pra gente puder ter um turismo mais elevado.

21. Pesquisador: Quando a gente fala especificamente da SETUR que é o nosso órgão, né, estadual, né, éé que pega toda essa política transversal do governo federal, implantando nos municípios (ininteligível), né, nessa cadeia toda ATÉ chegar em toda execução é desses programas, quando se fala especificamente da SETUR, da Secretaria de Turismo... qu/ o que que você lembra sobre os discursos da SETUR?

22. Paulo: (Ininteligível) na verdade a SETUR passou por es/ esses últimos esses últimos anos, né, ela realmente ela foi muito mais uma secretaria... de obras... porque realmente ela atuou muito forte, né, nas duplicações das estradas, dos aeroportos f/ fez dois aeroportos, a questão do aquário, então ela focou muito mais na infraestrutura turística que é fundamental, só que além da infraestrutura turística, você tem que fazer a infraestrutura turística e tem que fazer a promoção disso, então o que eu digo, tem que tá tudo tudo exatamente ééé casado, a infraestrutura E promoção... nesse segundo momento, a aa nova SETUR tá tá focado muito na na q/ na promoção, porque a a infraestrutura ela foi feita, né, alguns alguns equipamentos ainda não foram/ não não terminaram, mas atual atual SETUR realmente tá fazendo muita promoção, mais com recurso próprio, porque o recurso federal realmente tá muito muito curto esse ano.

23. Pesquisador: Você fala promoção é divulgar toda essa infraestrutura que foi feita.

24. Paulo: Exatamente, e já/ e divulgar (ininteligível) o que foi feita e porque éé... éé todo destino, independente da do nível dele, tem que ter promoção, porque nós tamos competindo com o mundo todo, então Ceará e Fortaleza sempre têm que tá em feiras, sempre têm que tá eeeeem na mídia, televisão, jornais, ISSO atualmente o secretário, né, de turismo do estado realmente TEM focado muito e tem e tem voltado exatamente o nosso destino tanto na mídia nacional quanto a nível internacional.

25. Pesquisador: Certo, pra fazer essa divulgação, você você você MOLDA essa divulgação, né, que a gente tá aí considerando o discurso, você acha que de um modo geral as pessoas ENTENDEM esse discurso... as pessoas que TRABALHAM nos setores, [a/] que LIDAM com os setores? A cadeira produtiva de um modo geral.

26. Paulo: Agência localmente não, porque às vezes essas informações elas não são bem compartilhadas, né, mas existe alguns órgãos atualmente que atuam exatamente como a câmara setorial de eventos, tudinho, que ela consegue AINDA é fazer ess/ esse discurso, mas precisa realmente aprimorar muito mais.

27. Pesquisador: E você tem a ideia de como isso poderia ser CHEGAR com mais facilidade a todos dessa cadeia produtiva?

28. Paulo: Eu acho que aaaa falta éé não sei se por culpa de quem, mas falta meio acadêmico... nesse processo, que ééé que eu acho fundamental, é por culpa do governo, é por culpa do meio acadêmico, não sei te dizer, mas se nós conseguirmos, né, pegar o meio acadêmico, né, conseguirmos colocar na mesma mesa, na mesma discussão, junto exatamente com com os órgãos, eu acho que a gente teria um ganho muito grande.

29. Pesquisador: Dentro de todas essas esses órgãos administrativos, gestores do estado, você acha que tem algum discurso que se sobressai?

30. Paulo: Eu hoje eu digo ss/ que tanto a secretaria de turismo do município, que é a SETFOR, quanto a secretaria de turismo exatamente do estado, a SETUR, eles tão tendo uma visão que eu acho muito boa da éé da infraestrutura... se nós conseguirmos pe-pe-pe é pegar a nossa infraestrutura tanto do estado quanto do do município e conseguirmos terminar todo esse projeto que está está sendo colocado, que tá sendo feito discurso, eu volto a dizer, Fortaleza e Ceará durante dois, três anos será um destino MUITO forte, tanto a nível nacional quanto a nível internacional, não esquecendo que eu acho fundamental que ééé a qualificação da mão de obra, nós precisamos trabalhar muito forte também.

31. Pesquisador: Éé, em relação à à à prática e ao discurso, como é que você vê essa relação? Tem identidade ente/ entre prática e discurso de um modo geral?

32. Paulo: Não, o discurso ele sempre ele é sempre mais ééé é mais, é sempre mais (ininteligível) FORTE, mas ele é sempre mais FÁCIL de falar, do que você executar, né, porque problemas às vezes do do do governo é que a velocidade do discurso é mais rápido do que a execução, não não por culpa, né, por culpa de vários por culpa de economia, de recurso, etc., etc., então, se nós conseguirmos que esse discurso ele siga na prática, eles eles, né, os dois entrem ma-ma-mais ou menos igual seria seria fantástico.

33. Pesquisador: Como o seu setor especificamente se aparece ou se não aparece ou deveria aparecer no discurso do governo?

34. Paulo: Não [APARECE?] ele aparece, aparece, né.

35. Pesquisador: E aparece da forma coerente ou deveria ser de outra forma?

36. Paulo: Não, ela até aparece coerente, porque eu digo o seguinte, hoje nós temos né, são cinquenta e quatro, né, segmentos, né, exatamente do turismo, hoje a hotelaria, né, receptivo, a questão exatamente das ééé das barracas de praia, você tem a questão do mercado cen/ então você já tem alguns alguns elementos muito fortes dentro dentro do nosso destino que ele já começa a ser escutado mu-muito mais pelo governos, pela própria pela própria economia que eles trazem, entendeu, então esse discurso ele cada dia tá/ ele está mais mais éé mais/ a diferença tá diminuindo, mas o empresário eu digo ele também tem uma função muito mais mais éé forte se ele cobrar mais do governo, né, eu acho que o empresário... cada investimento que ele faz, ele precisa, ele precisa sempre tá realmente cobrando (ininteligível) sentando com o governo pa poder dividir essa essa essa responsabilidade.

37. Pesquisador: Essas comunidades, né, esses setores que participam hoje como você acabou de citar... na sua opinião e-eles s/ qual é a participação, consegue a/ deliberar alguma coisa ou qual o nível de participação? É uma consulta, consegue deliberar?

38. Paulo: É ele consegue é é uma consulta, ele consegue éé deliberar éééé na na não não na na força que ele tem que eu acho que o empresário, como existe em outros outros locais, o empresário se o governo não pode fazer, o empresário não pode fazer, praticamente o ideal é que os dois, né, e eu acho que aquela, ninguém pode ficar esperando só que o governo faça também [sim] governo tem sua participação, tem aquele (ininteligível) muita gente, á porque eu pago meus impostos, e tudo bem, mas o empresário ele tem aaaa aa a iniciativa mais rápida que o governo, então se ele puder ajudar o governo aquilo que o governo seria mais rápido nas suas iniciativas seria perfeito.

39. Pesquisador: Certo, é, no planejamento, de um modo geral, especificamente para os destinos turísticos litorâneos, né, a gente sabe que é o nosso... nosso carro-chefe aqui no estado, né, pelo menos por enquanto, né, éé qual a participação da população já falando des/ dessa/ nós acabamos de falar, né, qual é a pação/ participação da população... nessa organização, nesse planejamento?

40. Paulo: Eu vou te dar uma assim um exemplo daaa de do litoral LESTE [urrrum] até porque eu tive semana passada com ca/ com quatro grandes operadores do sul

do país que nós fizemos uma visita técnica, né, [urrrum] litoral leste indo a/ lamentavelmente nós pudemos nós só podemos ir até Beberibe, eu gostaria de até Canoa Quebrada, mas não foi, eu vi, vou ser franco com você, eu me admirei com a força dos empresários dessa região, tanto de hotéis, de pousadas, de barraca de praia, pessoas que começaram, né, do nada, hoje tem os seus equipamentos, o que que tá faltando, exatamente essa essa agilidade da da da do nosso governo de dar um apoio maior pra esses empresários, porque realmente ele já faz o trabalho dele, se o governo chegar mais junto, consegue pegar esse destino, litoral leste, o oeste já tá mais, né, mais mais trabalhado, mas esse litoral aqui eu fiquei muito encantado e eu acho que vamo conseguir fazer um trabalho muito grande em cima disso.

41. Pesquisador: Em relação ããã aos discursos que se verifica no turismo, né, éé você acha que que algu/ alguma consideração deveria ser feita, assim que você se lembre, alguma coisa que falta, alguma coisa que poderia ser colocado nesse discurso que não é colocado, que não é posicionado ou tá coerente da forma que tem sido feito?

42. Paulo: Não, ele tá coerente, eu só eu só como eu sou homem, dono de mercado, né, e-eu volto a insistir, nós precisamos pegar o discurso, né, e que esse discurso ele seja ma/ ele seja, ele consiga ser... as ações sejam mais rápidas doque do que do que aqui, eu vejo o no-nosso destino mu-muito bem muito bem (ininteligível) dois secretários que a gente conhece junto com os empresários que tão realmente forte nisso, pela dificuldade que tamos passando hoje no país, nós temos um/ uma união muito grande, eu acho que com isso, a gente pode... pegar esse nosso discurso que seja um pouco mais rápido nas ações.

43. Pesquisador: Certo, ééé bom, a gente considera desenvolvimento sustentável no seu tripé, né, sociedade, economia e natureza, desenvolvimento econômico, equidade social e a questão ambiental que é fundamental PARA os nossos destinos, principalmente o litorâneo com a base de recurso natural que a gente tem, que é umaaa é o ponto de partida, né... para elaboração dos nossos roteiros, em relação à questão ambiental, es-especificamente no nosso litoral, como é que cê acha que tá o desenvolvimento sustentável dessas áreas?

44. Paulo: Éé existe existe uma éé (ininteligível) você deve saber melhor do que eu ééé muito muitas pessoas me perguntam do sul do país, porque... que o NOSSO litoral, que são quinhentos e setenta e três quilômetros de litoral, não tem muitos equipamentos turísticos, não tem resort, se você for parar pra analisar Bahia, né, Rio

Grande do Norte, todos tiveram um crescimento muito muito grande, nos temos aqui dentro de nosso litoral, que (ininteligível) você sabe melhor do que eu, são feito de dunas, etc., etc., eu acho quee do pouco que foi feito, tá sendo preservado... porque se você abrir nosso litoral, nós não temos muito equipamento, nós temos pouco poca coisa aqui perto, né, perto de Fortaleza, mas o resto (ininteligível) eu não sei profundamente como é que tá a questão da Secretaria do Meio Ambiente, porque eu não tenho acompanhado, mas o que eu tenho VISITADO, eu tenho gostado.

45. Pesquisador: E qual a importância DO desenvolvimento sustentável NESSE tripé pa essas localidades?

46. Paulo: Fundamental, hoje em dia não não existe turismo... se aaa se as comunidades não tiverem exatamente essa consciência, até porque principalmente o mercado internacional e tem muitas empresas operadoras, que onde traz o turista a primeira coisa que se preocupa é com o meio ambiente, então se a gente não se preocupar com o meio ambiente, nós vamos acabar com o nosso, né, com a nossa que deus nos deu, né, com a nossa com a nossa nossa beleza das praias, as falésias, etc., etc.

47. Pesquisador: Então, de um modo geral, éé uu na relação com o desenvolvimento sustentável nos nossos municípios litorâneos, você acha que é desenvolvido aqui no estado?

48. Paulo: Ainda não, falta o nosso grande saneamento básico... e isso é um grande problema q nós temos, que tem que ser investimento muito alto, né, nós temos nós temos aqui um exemplo o nosso o nosso o nosso Porto das Dunas que é Aquiraz, né, é um município turístico fortíssimo ee que até hoje o saneamento básico foi/ ele começou mas não terminou, então ACHO que o governo, os municípios (ininteligível) têm que realmente entrar no discurso junto com com o governo estadual e federal pra nós termos saneamento básico, porque se não vão queimar nossa galinha dos ovos de ouro.

49. Pesquisador: Você acha que existe disparidades entre os discursos e a prática em relação ao desenvolvimento sustentável [tem] aqui no estado?

50. Paulo: Muito grande.

51. Pesquisador: O que salta primeiro na-a na sua lembrança essa questão...

52. Paulo: Essa questão do saneamento básico [do saneamento básico] porque isso é importantíssimo, já foi feito/ já foi ffalado, já foi feito projeto, só que não foi

colocado em prática ainda, aí (ininteligível) falta de recurso etc., etc., mas precisamos realmente cuidar com muito carinho dessa dessa parte.

53. Pesquisador: Qual a sua opinião sobre a administração do turismo no estado?

54. Paulo: Eu sou/ eu eu posso dizer que já fui dos dois lados, né, eu fui do governo, né, já fui da iniciativa privada, e eu posso dizer que hoje, atualmente, tanto do município quanto do estado nós nós tamos assim bem é bem éé relacionados, né, porque às vezes no passado você tinha problemas políticos, né, entre entre município ee município e estado, hoje não, hoje eles tão se falando... não é ma/ maturidade que nós gostamos, mas eles tão falando, tão sentando, tão discutindo o nosso destino em conjunto, que eu acho que isso é fundamental... para um futuro nosso.

55. Pesquisador: Ok, desses assuntos que nós falamos, tem al/ sobre discursos, sobre turismo, sobre planejamento, sobre desenvolvimento sustentável foram alguns temas que a gente citou, tem alguma coisa que eu n/ não perguntei, que você não falou, mas que você gostaria de acrescentar?

56. Paulo: Não, cê/ já comentamos tudo, mas eu eu volto ainda a insistir na questão da da capacitação... eu acho quee... que nós precisamos trabalhar muito forte isso... que n/ é todos os todos os éé turistas que chegam aqui, ADORAM adoram o nosso pessoal, mas eu acho que pra gente dar aquele sssalto de qualidade, PRINCIPALMENTE na área corporativa, nós temos o centro de eventos que o-o maior centro de eventos do Brasil, nós precisamos dar tanto... no todo segmento essa questão da da capacidade pra gente receber esse esse novo público que nós nós não recebemos que é o turista de eventos e executivo, que nós precisamos trabalhar muito forte, se nós conseguimos trabalhar com isso, volto a insistir, nós tamos aí num momento MUITO propício em termos de investimento do estado e do município.

57. Pesquisador: Ok, muito obrigado.



**ANEXO G – ENTREVISTA 6 – RAFAEL (REPRESENTANTE DO BNB)**

01. Pesquisador: O nome? Embora não seja usado, né?

02. Rafael: Aeeam, eu sou Rafael, sou funcionário do Banco do Nordeste, atualmente gerente em exercício do ambiente de programas especiais e... fundo de pesquisas e fui... éé coordenador do PRODETUR Nordeste dois aqui no banco.

03. Pesquisador: Certo, qual a escolaridade, Rafael?

04. Rafael: Eu sou/ tenho mestrado em Saneamento Ambeintal, e-e é engenheiro químico e mestrado em Saneamento Ambiental.

05. Pesquisador: Atua nesta área há quanto tempo? Aqui mi/ é/ mais no setor relacionado com turismo com os projetos.

06. Rafael: Com o turismo eu trabalhei pooor dez anos.

07. Pesquisador: Você considera isso trabalho direto ou indireto com o turismo?

08. Rafael: É, assim, não era direto com o turismo, mas era fornecendo infraestrutura para o turismo, né, financiando infraestrutura pro turismo.

09. Pesquisador: Crto, qual a relação do setor, né, que você representa, no caso o banco... ééé com o turismo? Com os órgãos administrativos, essa relação como funciona?

10. Rafael: Mas é relação institucional ou/ [INSTITUCIONAL] institucional?

11. Pesquisador: É.

12. Rafael: É o banco tem a relação institucional com os órgãos, ééé administrativos inclusive (ininteligível) Ministério do Turismo, Secretarias de Turismo estaduais e municipais, não tem o banco não tem uma interação muito grande, no momento, já teve mais, durante o PRODETUR Nordeste tinha muito, (ininteligível) era constante, acabou PRODETUR dois... aí realmente ééé diminuiu issaí, hoje mas/ a relação é mais assim, o banco participa de alguns conselhos né, o Conselho Nacional de Turismo, o Banco do Nordeste tem assen/ tem assento, Banco do Nordeste particpa do Conselho Municipal de Turismo aqui de Fortaleza... ééé

13. Pesquisador: É você que faz essa representação?

14. Rafael: Não, não, hoje éé o conse/ eu já já fui já fui representante do banco, suplente, no de Fortaleza, no nacional, não, no nacional geralmente quem tem assento é o próprio presidente do banco, mas quando ele não pode participar, aí s/ encaminham representação geralemnte lá de Brasília [sim] né (ininteligível) do branco de Brasília... éé aqui em Fortaleza é atualmente o superintendente estadual

do banco que é que é o representante do banco no comitê, no conselho, né, ééé com as secretarias estaduais realmente acho que não tem tido muita interação, o banco hoje ele ele tá atuando, desde que acabou o PRODETUR Nordeste dois em dois mil e doze, o banco voltou apoio ao ao turismo somente nos financiamentos de empreendimentos privados, então através do... dooo da linha do FNE, do FNE Proatur [urrrum] então o/ é realmente não tem tido muita relação institucional com os órgãos gestores do turismo, talvez UM POUCO MAIS até com com a base, cooom éé como é que a chama, ABRASEL, ABH, né, [isso, ABH] Agência Nacional de Hotéis e Restaurantes, éé hotéis e tal, que eventualmente vão tá fazendo parceria, [urrrum] acordo de cooperação [urrrum] pra estimular novos negócios, né, e aí e também junto ao SEBRAE, o SEBRAE apoia também a capaci do turismo, eee mas não tem tido b/ assim MUITA relação inter/ institucional muito intensa.

15. Pesquisador: Certo, é com base na experiência que você tem com o turismo, o que você acha dessa atividade?

16. Rafael: Acho que o turismo, particularmente, no Nordeste ééé tem crescido bastante, PRODETUR Nordeste foi um... acho que foi um alavancador muito forte, principalmente a a primeira etapa, a segunda deu a continuidade, mas a primeira etapa que foi do final da década de noventa, segunda metade da década de noventa, até os anos dois mil éé trouxe uma diferença grande, acho que o o Brasil acordou mais pro turismo no Nordeste nesse período da implementação do PRODETUR Nordesde um e dois, e hoje em dia são destinos turísticos, algu/ tem alguns destinos internacionais, né, beem... bem relevante como Jericoacoara aqui, os Lençóis Maranhenses em Salvador, região de Porto Seguro, éé também Recife, Olinda, aqui (ininteligível) Porto de Galinhas, então assim, eu realmente o o turismo hoje é considerado já já foi até assim essa questão de definição de setor de atividade, né, dentro das atividades econômicas, e os diversos setores da economia, ééé turismo sempre ficou meio... perdido assim, né, porque mistura um pouco comércio, serviços, né, éé se falava antes mais pra trás INDÚSTRIA do turismo, né, então, éé hoje ele tá cada vez mais consolidando como como um setor, inclusive o banco tem trabalhado desde o o andamento do PRODETUR Nordeste, o banco tem trabalhado muito fortemente nessa parte, nesse destaque do turismo, né tanto que criou um linha de crédito específica, né, além do do PRODETUR que era infraestrutura, criou o PROATUR que era pra investimentos privados, então o

Banco do Nordeste, ele considera realmente o turismo um uma umm setor de atividade bastante relevante pro crescimento da economia do Nordeste.

17. Pesquisador: Certo, ééé como você atribui a relação é social e política entre o órgão no no caso o banco e, por exemplo, a SETUR, que é o setor máximo de administrativo do turismo?

18. Rafael: É, durante o PRODETUR Nordeste a gente tinha MUITA interação, era constante, assim, semanal mesmo porque tem os projetos que tavam em andamento e tudo, após a conclusão do programa, ééé a secretaria estadual do turismo realmente/ eu pelo menos desconheço que o banco tenha mantido algum tipo de contato ou parceria, talvez eventualmente ééé por questões já junto a superintendência estadual, né, que é quem administra os negócios do banco de um modo geral no estado ééé talvez tenha tido algu-alguma interação mais em relação ao alavar negócios pro setor privado, junto que que o que o estado pode tá trazendo e atraindo investimentos, o banco com parceria no sentido de financiar esses investimento, mas eu não eu não tenho visto muitas... assim notícias recentes, eu não s/ não trabalho diretamente com isso, então não tenho v/ acompanhado aqui no banco realmente muita notícia de interação plítica, institucional entre o banco e a secretaria estadual do turismo, um pouco mais com o municipal.

19. Pesquisador: Certo, um dos interesses da pesquisa, Rafael, ééé é a prática social que a gente entende como o cotidiano, o dia a dia, como as coisas se desenvolvem [úrrum] né, na sua prática, prática social ee um outro uma outra vertente aí é o discurso mesmo, discurso, linha de pensamento, o que se pensa sobre determinado assunto, a partir de determinado grupo, a partir de determinado posição política, enfim [urrrum] é discurso, né [urrrum] éé, bom, explicado isso, éé você acha que exiswte um discurso que atravessa ou se estabelece no turismo, um discurso FEITO, MOLDADO para o turismo?

20. Rafael: Se isso poa por parte dos órgãos gestores?

21. Pesquisador: GESTORES, ADMINISTRATIVOS, e quando a gente fala de administração, a gente sempre lembra da SETUR, né [urrrum] que é que é o órgão mais... MAIOR na administração do turismo local, regional, né.

22. Rafael: Arram, eu assim que a a gestão do turismo em nível estadual aqui no Ceará elaa teve assim relamente um um ganho muito grande eee assim eu te/ ganhou muita força, acho que nos últimos nos últimos DEZ anos, eu posso dizer, durante mesmo a execução do/ coinscidindo com a execução do PRODETUR

Nordeste dois, é se fortaleceu muito o turismo aqui, e se profissionalizou bastante... ééé... talvez assim, num diria profissionalizou, mas MELHOROU muito a gestão, se deu mais ênfase [rum] acompanhando, como a gente tem visto... a gestão de dentro do estado, eu não sou do estado, mas a gente acompanhou, a gente viu que havia algumas falhas, algumas fraquezas, e-em termo de gestão, em termo de mudança, de de equipes e tal, então esse período tinha um pouco de descontinuidade administrativa que enfraquecia um pouco, mas mesmo assim, na época no caso o secretário desses anos é o Bismarck Maia, né, que tem/ ele tem ele é uma pessoa muito FORTE no no setor, já foi presidente da da EMBRATUR e tudo o mais, então ele realmente ele conseguiu atrair recursos ee e dá um destaque que, dentro do governo estadual na-naquele período dar um destaque para o turismo que até então, o secretário anterior também tinha conseguido né, na época do governo do Lúcio, que foi quando a gente, éé assinou projeto PRODETUR Nordeste dois, e e finalização do Nordeste um, então até me esqueci quem era o secretário da época, mas eu lembro que ele tinha um/ ele era bastante atuante também, e o Bismarck deu uma continuidade e acho que até cresceu ééé com relação a discurso prati/ éé mais especificamente, eu acho assim, que nem sempre o que se o que se propõe, se coloca em prática, eu acho que se investiu bastante em infraestrutura PRINCIPALMENTE em rodovias, né, algumas das é das ações que oo... que foram adotadas sobre o turismo aqui no estado, eu acho que são válidas é, tipo como por exemplo o centro de eventos, né, [urrum] há uma discussão sobre a localização do centro de eventos, que na época foi feito um estudo que se falava em ser na praia de Iracema, ia ter que construir uma espécie de península pra colocar o centro de eventos lá [urrm, isso] ambientalmente ia ser um problema, ele ia até/ chegou a ser éé c/ incluído no PRODETUR na época dos estudos, mas aí discussão pro rpópio BID, que é quem comanda as políticas dos programas que são financiados com recursos deles, éé foi bastante resistente, então o estado preferiu tomar por conta própria em outra/ de outra forma, e acabou que no final das contas, o o centro de eventos foi pra praquela região ali da Washington Soares, mas eu acho que assim... o discurso de de melhoria do do turismo aqui tem sido muito forte, mas eu não tenho visto NA PRÁTICA... éé isso realmente trazer o resultado que se gostaria [urrum] assim principalmente/ acho que talvez assim, o planejamento talvez não tá muito bem coordenado, talvez da da parte éé dos investimentos privados com a parte da infraestrutura, eu acho que a parte de infraestrutura tem se dado uma boa ênfase e

tem se mexido bem, se captado bastante recurso, mas eu aí já não mais como o Banco do Nordeste, mas como cidadão [úrrum] do Ceará e-e utilizo os re/ os, né... os recursos turísticos que nós temos aí, não tenho visto uma/ ações coordenadas da po/ da parte pública e privada, sabe, acho que os investimentos privados precisam ter um casamento melhor, inclusive é na na nós tamos agora o Banco do Nordeste tá concluindo a avaliação ex-post do PRODETUR dois [urrum] ee nos desenhos dos novos programas que o banco tá pretendendo fazer com o BID e com outras instituições multilaterais, éé o banco tá pretendendo c-casar melhor essa parte dos investimentos privados com os investimentos públicos, pra acontecer ao mesmo tempo, ou numa sequência lógica, porque se isso/ se você não/ se você planeja uma coisa e não articula bem com o setor privado, o setor privado pode não enxergar aquele potencial turístico naquele moimento, ou de repente você tá com base em alguns estudos fazendo investimentos de infraestrutura e e quando realmente potencial de de PERDEU assim, talvez o timing não é mais aquele, e e o investimento privado tá querendo ir pro outro lado, e agora você vai ter que fazer aquilo alí, porque você já assinou contrato, [urrum] já fez projeto, já licitou obra e tudo o mais, então realmente éé eu acho que precisava ter um pouco mais de coordenação entre essa parte aí do discurso que se planeja e o que efetivamente tem acontecido.

23. Pesquisador: Éé tem alguma coisa que, quando a gente fala em discurso em turismo e administração tem alguma coisa que salta em seu pensamento?

24. Rafael: Mais recentemente posso lembrar assim dessas desses grandes investimentos, centro de eventos, aquário, né, ééé que são/ tem sido trabalhado acho que/ que me lembre nnn/ principalmente esses dois, num tem sido trabalhado muito em cima disso eee não não tenho verificado assim bem quais serão esses benefícios, sim, eu acho... que são são investimentos importantes, mas que talvez a forma, tem também logicamente a Copa, né, [urrum] o a reforma do Castelão aí que realmente foi um ponto na parte do turismo, que aí impactou, né, em algumas melhorias na cidade e efetivamente... foi feito acho que menos de trinta por cento do que era previsto, não sei o que tanto que vai avançar... nisso aí, o impacto disso aí acho cabe também ser avaliado... no médio prazo, porque imediatamente a gente num pode a-avaliar logo assim, porque pode ter um.. né, um...um resultado talvez ainda tendencioso, mas acho que esses três pontos assim acho que os... são os grandes investimentos que eu tenho visto como discurso assim no estado mais

relevantes e que realmente deveriam trazer, né, um um um up no turismo do estado, maas não tenho talvez não tenha visto ações coordenadas que tenha demonstrado esse resultado, posso falar também, lembrando agora um pouquinho mais de investimentos maiores, os dois aeroportos, o de Aracati e o de Jericoacoara, né que é em cruz, não sei se entraram em operação ainda, aparentemente não, eee... não sei se seria o/ efetivamente necessária, há estudos que dizem que que você tem que ter um aeroporto a cada xis quilômetro, né, porque é questão de (ininteligível) atividade turística, se vem um turista internacional pra cá pra viajar, mais de quinhentos quilômetros de ônibus, ou trezentos, que seja, acho que o ma/ parece que o raio máximo teria que ser cinquenta ou cem quilômetros, não me recordo bem, mas aí aí vem também uma outra questão que é o próprio incentivo à aviação regional no Brasil que ainda tá muito fraco, né, saiu/ teve/ saiu uma lei agora recente... sobre a questão da aviação avi-avi-ação regional, que espero que realmente dê o incentivo, mas... eu acho que precisa porque você vê na Europa, a sistemática é muito diferente e o Brasil é um país com/ dee dimensões continentais, né, a gente precisa ter um planejamento dessa... só pro turismo, imagina pra transporte e logística em si, acho que precisa melhorar bastante.

25. Pesquisador: Quando a gente fala, por exemplo, em discurso, mais uma vez em administração, ééé o que que você acha que/ quais os objetivos na formatação do sicurso administrativo, por exemplo, quais os objetivos a serem alcançados? Você consegue... visualizar [é, quando/] alguma coisa?

26. Rafael: Quando a administração, né, anuncia alguma algum investimento ou algum algum planejamento, a gente... geralmente consegue verificar o que que eles/ o que tá se pretendendo [urrrum] se se o se os objetivos vão ser alcançados é uma outra história, né, mas geralmente éé das vezes que tenho... atentado pra pra esses novos investimentos aí na parte do turismo é a gente consegue visualizar um pouco, mmmmais de objetivo direto, específico, MENOS com relação a quais serão os benefícios e impactos, né, positivos que isso vai trazer.

27. Pesquisador: É, você acha que de um modo geral, as pessoas que trabalham ou LIDAM com o setor do turismo direta ou indiretamente reconhece que que existe esse discurso, um discurso que é FEITO, que é MOLDADO, que é encaixado nesse setor? As pessoas/ você acha que as pessoas reconhecem ou não, passa despercebido isso?

28. Rafael: Eu acho queee isso varia, depende mais talvez assim, pessoal que tem mais acesso à informação e mais interação com o pessoal na região metropolitana, acho que consegue enxergar melhor, mas o pessoal que fica mais afastado, eu acho que não, na minha opinião, não.

29. Pesquisador: Éé, como o o setor que você representa, que você atua, que você trabalha, no caso o banco, APARECE nesse discurso do turismo? Você acha que aparece de forma coerente, deveria ser... POSICIONADA de outra forma.. como funciona isso?

30. Rafael: Não, eu acho que o banco tem se posicionado [no no discurso do governo né] à, você você diz no discurso do governo?

31. Pesquisador: Isso.

32. Rafael: Eu não sss/ eu não tenho visto se o banco tem aparecido como um ator relevante [arram, é isso] no discurso do estado com relação ao turismo, na época do PRODETUR sim, porque nós tínhamos uma parceria em vigor, né, hoje mais recentemente não ó, acho que não não tenho acompanhado muito, não posso dizer com com cem por cento de de propriedade, mas não [e/] não tenho visto, porque é até como eu falei, a interação institucional entre o banco e o e o estado, né, essa parte do turismo, tem sido mais fraca.

33. Pesquisador: É, e sabendo dessa relação é do banco, do BID, do turismo, da administração local, ééé como você ACHA que deveria ser representado? Como você acha que deveria aparecer, né?

34. Rafael: É, eu vou assim, como a gente passa por diferentes ins/ éé gestões, também aqui no no próprio banco, ma-mais especificamente nos últimos cinco anos, nós temos tido VÁRIAS mudanças de de presidente do banco, do diretor, então isso mudou um pouco o e e o foco da administração eee até deixou um pouco indefinido também, a gente pode dizer por um certo momento agora realmente o banco nos úl/ no último ano realmente voltou a ter um rumo mais definido e a gente agora tá realmente... trabalhando de uma forma mais... com um norte, digamos assim, mais bem definido, maas eu acho que isso... éé era mais era mais fácil de da gente definir quando a gente tava na época do PREDETUR Nordeste, que a ideia era se ter um PRODETUR Nordeste três [urrrum] e aí continuar fortalecendo até dois mil e doze mais ou menos, nós estávamos ainda com a interação muito grande com o governo do estado, também com a prefeitura e com o ministério do turismo, o Banco do Nordeste tava articulando e com o BID também sentido de tanto de tentar desenhar

uma nova etapa do PRODETU/ PRODETUR Nordeste, como também de atuar com parceria pro PRODETUR Nacional, que foi executado diretamente do do BID e também da Caf, né, éé com alguns estados e municípios, muito poucos inclusive, muito menos do que foi planejado ali realmente no Ministério do Turismo, quando resolver expandir o projeto PRODETUR pro país inteiro, tanto que até hoje, parece que só tem três ou quatro contrato PRODETUR Nacional, né, que é só Ceará, Pernambuco éé Rio de Janeiro e município de Fortaleza, eu acho que não fizeram nenhum contrato ainda... talvez acho que o estado do Pará, se não me engano, mas questão de gestão interna mesmo do do banco assim, mudança de de diretrizes estratégicas o Banco do Nordeste éé recuou um pouco nessa parte do... de de atuação digamos assim mais incisiva no turismo, ficando somente com a SNE PROATUR, então éé nessa nessa lógica aí como você falou, BID, administração local, né, é setor do turismo, e o Banco do Nordeste, o banco ficou mais... realmente ficou mais tímido, ficou um pouco fora, esses últimos três anos, pode ser que o banco ficou mais fora, banco ficou atuando mais só... é mais fortemente só como eu falei com o setor privado, com com com as entidades do setor privado também... fazendo esse estímulo e aí a parceria com o estado um pouco só nessa questão de investimentos privados.

35. Pesquisador: Certo, éé no planejamento dos destinos turísticos, éé qual a participação da população na elaboração dessas diretrizes?

36. Rafael: Da população?

37. Pesquisador: Da população de um modo geral.

38. Rafael: No lo/ até onde eu acompanhei no PRODETUR Nordeste, existiam os conselhos de de turismo dos polos, né ti/ tinha o PRODETUR Nordeste aaa... aaa matriz de planejamento deles era com base em polos turísticos, e e tinha pra cada polo tinha um conselho do polo, l que tinha representatividade da da administração pública, setor privado e sociedade civil e o banco sempre participava dos conselhos como como secretário executivo e aí éé... NESSES conselhos, esses conselhos... DE POLO pra polo de estado pra estado, a gente via ééé participação diferentes tem estados que que os conselhos são bastante ativos, tanto conselho dos polos, como conselho em nível estadual ou em nível municipais também, então a gente vê realmente a participação grande... aqui no Ceará a gente não via muito a participação o o conselho do polo na época do PRODETUR se reunia muito pouco, não tinha reuniões ordinárias frequentes eeee ee a gente vê de uma forma geral que



a as entidades da sociedade civil são pouco atuantes aqui, de uma forma, acho que de uma forma geral, não só no turismo, acho que em outras áreas, outros setores também, mas realmente não há mobilização muito grande, a gente nunc/ não percebia isso no no Ceará, você vê o estado da Bahia, do Rio Grande do Norte, por exemplo, os conselhos eram MUITO MUITO ativos mesmo, então reuniões constantes, cê/ inclusive é impactava nas obras, a gente tinha obras que que vinha o conselho, tinha temas que eram discutidos no conselho pra se alterar coisa de obra, de projeto, pessoal ia lá ti/ havia uma interação maior até com os próprios órgãos executores, e aqui a gente vê uma coisa mais unilateral, assim a administração pública coordenando, setor privado participando, discutindo, mas a população... existe o fórum pra pra discutir e até mesmo pra decidir os projetos financiados pelo BID, que exigem que seja feita uma consulta pública, né, tanto no no no PRODETUR que a gente administrava, como nos outros programas, mas aqui no Ceará eu percebo a atuação é bastante tímida da população, [vo/] ela/

39. Pesquisador: Você consegue éé identificar porque? Você atribui algum/

40. Rafael: Eu não sei se é uma questão cultural mesmo, ou se é por falta de de de divulgação talvez, mais recentemente alguns desses projetos ééé principalmente esses projetos que são situados aqui em Fortaleza, a gente percebeu uma um engajamento, né, como foi o caso daqueles viadutos [sei] no parque do Cocó [á sim] que teve muita discussão em cima, o próprio aquário, já teve paralisação e retorno de obra, já mais de uma vez [urrrum] muita discussão em cima, ééé então aqui a gente realmente percebe porque talvez o pessoal tenha mais... é mais escolaridade [sim] o pessoal é mais/ realmente é mais mobilizado, acho que no no interior do Ceará é as ON/ as ONGs num são muito atuantes o o ou não tem muito esse foco, né, de de discutir projeto, de atuar, de de até mesmo é querer alterar, né, e realmente ter essa interação aí com/ não sei se é por parte do governo, se há uma resistência ou se eles tão abertos a isso, deveriam, mas em outros estados eu percebo uma interação BEM maior.

41. Pesquisador: É em relação, aqui pra finalizar essa área, né, do discurso, tem alguma... discurso verificado no setor do turismo, você acha que existe alguma consideração, do setor do turismo e, lógico, do setor que você representa, alguma consideração em relação a discurso e o órgão que você representa que deveria ser... contestada, reposicionada ou é exatamente como está?

42. Rafael: Não é é como eu falei, é hoje nessa parte do turismo... pessoalmente e e eu acho que o banco, o banco pensa nisso, dessa forma, pessoalmente eu gostaria que o banco estivesse mais atuante [urrrum], né, agora falando como banco, ééé o banco tá voltado agora nessa nova gestão mais pras ações de desenvolvimento [urrrum], né, ele tava se voltando muito para crescimento na área comercial, então ele tinha mudado um pouco o foco e aí realmente... éé... por conta disso, teve essa mudança de atuação e essa mudança mais tímida, como eu falei, no setor também, maas éé pra agora, eu entendo que vai vai haver inclusive um um fortalecimento maior e eu e e a gente ESPERA, eu creio que ESTEJA em pauta é é de se fortalecer mais essa reun/ essa relação entre o estado e o banco, para o setor eee e o banco deve atuar em em novas frentes aí pra voltar a ter essa essa digamos, pra voltar a ser inserido no discurso do estado como um parceiro forte, né, pro setor de turismo, eu acho... que ééé isso já foi, essa relação foi mais forte, mas acho que foi justamente por isso, porque a gente tinha relação com o setor, tanto com o setor privado, como o setor público, como a gente parou de financiar o setor público éé por um tempo, então a relação ficou mais fraca, conseqüentemente o banco passou a aparecer menos, né, nessa/ no discurso do planejamento turístico do estado, acho que mais nessa linha.

43. Pesquisador: Bom, éé considerando é o desenvolvimento sustentável, né, como sociedade, natureza e economia, né, em seu tripé, na sua opinião ééé em relação à área ambiental e o desenvolvimento sustentável do turismo no estado [um] você acha/ como é que funciona isso, é coerente? Tá sendo desenvolvido? Pensando em desenvolvimento sustentável mais ampla, sociedade, natureza, economia.

44. Rafael: É, todos esses investimentos são feitos, eles são feitos com... principalmente quando são feitos com recursos internacionais, tem toda uma política de socioambiental que tem que ser seguida, estudos, avaliação ambiental estratégica e com uma série de de de CUIDADOS, né, pra pra com os impactos, os efeitos no meio ambiente, na parte social também, ééé... eu espero que estejam sendo implementados da forma devida, no no PRODETUR Nordeste... que a gente acompanhou, ééé... a houve impactos, principalmente no PRODETUR Nordeste um, houve impactos que foram deixados alguns passivos ambientais, que a gente procurou trabalhar no PRODETUR Nordeste dois pra pra que não acontecesse ou tentar também cobrir alguns desses passivos, né, é tentar recuperar, né, isso foi feito em vários estados, aqui no Ceará particularmente não teve grandes passivos ao

ponto do BID exigir que tivesse sido recurados no âmbito do do programa, mas a gente teve esse cuidado, agora nesse, assim, nos investimentos que foram financiados e acompanhados na época, pra esses investimentos mais novos ééé... não tem não tem propriedade pra falar, não tem acompanhado, não sei como tá sendo feito, mas uma coisa que a gente sempre percebeu é que aqui no no Ceará te-tem duas questões, uma que na no foco dos investimentos tem sido na região litorânea [urrum] então na/ aqui nós não temos diferentemente de boa parte dos estados do Nordeste, mais quando vai descendo ali da Paraíba em diante, a parte mais de mata atlântica, né, de alguns ecossistemas mais sensíveis, então, acho que isso também é uma coisa que ajuda a ter maior engajamento de algumas ONGs e tal de atuarem de forma mais mais, né, ativa mesmo assim e aqui não tem, é então éé a vegetação é muito de caatinga, tem restinga litorânea e tal, então tirando a as partes de mangue, mais próximo ao litoral... num digamos assim, não precisaria de ter tantos cuidados ambientais como se tem em em em determinados sistemas mais sensíveis, conseqüentemente, a gestão pública tem sido um pouquinho mais... menos cuidadosa, né, passando mais um pouco por cima, mas é alguns investimentos PRIVADOS, principalmente, em alguns anos a gente tem visto do que poderia se ter tido um pouco mais de cuidado, de respeito com a legislação e tal, alguns talvez de loteamento ou resorts ou coisa desse tipo, com a legislação tem acompanhado muito também e tem mudado um pouco por conta da pressão dos investimentos não somente turísticos mas também (ininteligível) turísticos, então a sustentabilidade ela é uma coisa que ela é essencial e hoje em dia tá cada vez mais mais em rigor, mas não tem... em alguns pontos eu acho que ela podia ser MELHOR cuidada.

45. Pesquisador: É qual, falando em sustentabilidade, né, sustentabilidade e desenvolvimento susen/ sustentável [urrum] qual a importância, né, dessa... desse conceito pras localidades turísticas?

46. Rafael: Sim, é um dos principais pontos aí críticos dos a dos dos sistemas turísticos, a maioria deles são os atrativos naturais, né, e se não há um cuidado realmente com essas esses destinos turísticos, né de se ter... se preservar, né, o opa...

(Nesse momento, uma funcionária do banco entra para oferecer café e água, após sua saída, a entrevista continua)

47. Rafael: Então, é aquela coisa, se a gente não preserva, né, é como se tivesse fazendoo um autofagia, né, [sim] você tá se consumindo e vai se suicidando, né,

suicídio turístico aí, então realmente eu acho que é muito importante que se dê atenção à preservação, né, conservação dentro, seja ééé preservação total em algumas áreas, né, seja de uso sustentável, como se fala da criação das APAs, né, um é parece mais importante, não só se criar no papel, mas se tenha uma gestão e uma e uma efetiva administração e acompanhamento eee ee que os investimentos também tenham esse esse cuidado e respeito à legislação nesse sentido, e que haja também ééé os investimentos necessários, por exemplo, na parte de saneamento, né, no/ nesses destinos turísticos é a drenagem, o resi/ os resíduos sólidos, ter a coleta de lixo à disposição, que hoje a gente sabe que no Brasil inteiro ainda tá muito incipiente, por mais que a Política de Resíduos Sólidos tenha entrado em vigor, ainda tá realmente muito/ já foi prorrogado por mais quatro anos a questão de acabarem com os lixões, porque em/ o pessoal realmente num num implementou... esse é um dos temas que o Banco do Nordeste tá colocando nas prioridades pra pra começar a atuar a partir desse ano já de buscar programas na na na linha de/ efetivamente apoiar a implementação da Política Nacional de Resíduos Sólidos, porque eu acho que os municípios que é, que detêm esse... essa responsabilidade, né, atribuição da coleta de lixo e disposição, eles têm sido muito tímidos e também como não não há uma efetiva/ se falava na ei, né, que eles iam ficar, quem não acabassem com os lixões, o município que não acabasse com os lixões ficariam impedidos de conseguir novos recursos [urrrum] e tal, num sei o quê, e aí prorrogaram por mais quatro anos pra ver se isso aí avança, mas éé no final das contas quando não aperta no bolso, o pessoal relaxa, né, então, só que não/ realmente acho que precisa ser/ precisa ter um cuidado maior e acho que tem que ter esses esses investimentos nas áreas de saneamento, de preservação do meio ambiente, logicamente, sem sem ser aquele radicalismo que IMPEÇA que o PROGRESSO realmente aconteça, né, você o-o a criação do Parque Nacional de Jericoacoara eu acho que foi essencial, porque se não, hoje em dia a gente já tava com um loteamento em cima daquelas dunas ali, e eu acho que ia ser um negócio meio sem freio, então realmente ficou limitado os investimentos na região da vila e por mais que a vila esteja aos pouquinhos se descaracterizando do que era antes, o que é natural, isso VAI acontecer, não te como a gente evitar, mas tem um limite, né, então eu acho que tem que ter essa ponderação entre o que é sustentável, o que é importante se/ ser feito, o progresso tem que ser trazido e a forma correta da condução (ininteligível) administração, né, e aí também vem um pouco da parte de educação ambiental que tem q ser estimulado

nos nos municípios, principalmente, na na capacitação turística, não somente ver a questão da qualidade do serviço, é melhoria na parte da gestão, LÍNGUAS, tal tudo mais, mas acho que tem que entrar aí componente ambiental, porque se todo mundo... éé assimila essa cultura, né, e só/ somente , eu acho que a gente vai/

48. Pesquisador: É na na sua opinião, éé... essa perspectiva do desenvolvimento sustentável é de alguma forma desenvolvida no setor do turismo aqui no estado?

49. Rafael: Eu acho que tem tem crescido, tem melhorado.

50. Pesquisador: É o que faz você ter essa opinião?

52. Rafael: É, acho que den/ dentro dessas ações pequenas que vem [urrrum] que vem sendo implementadas aos poucos, né, éé eu acho que o o o governo do estado aqui tem... tem atuado MUITO fortemente junto esses é organismos internacionais captando recursos E quando ele capta esses recursos internacionais, ele tem que seguir essas políticas socioambientais deles, que são bastante mais rigorosas do cu/ que o pessoal costuma implementar quando tá somente seguindo a legislação nacional, embora a legislação nacional seja bastante completa e rigorosa, mas ela não é implementada com/ a ferro e a fogo, então... quando você segue seu... RECEBE recursos internacionais, aí existe uma exigência maior, porque tá pegando justamente no no BOLSO, né, o dinheiro só sai se você cumprir determinadas critérios e tal, então, por conta disso, o a própria... conscientização dentro dos órgãos estaduais assim, a gente conversava muito com o pessoal aqui DR, por exemplo, que é quem implementa, né, as rodovias, e eles falavam, não, realmente a gente/ o nosso modo de trabalhar ao longo dos anos mudou muito, por causa do PRODETUR e por causa dos outros programas que a gente vem trabalhando com o BID Ceará um, dois, três, tá no quatro agora, rodovias, porque tem que cumprir determinadas re... requisitos que originalmente não precisava, né, antigamente até a década de noventa, então acho que isso aí tem tem ééé esse crescimento do turismo tem tem apoiado um pouco sim nessa nessa parte e eu acho que é o setor que mais deve estimular, porque se você trabalhar é investimentos na área do meio ambiente SÓ pelo meio ambiente, SÓ como sendo uma coisa da Secretaria do Meio Ambiente, acho... não ganha tanto... respaldo, né, que é aquela coisa dos ecochaves, né, á isso aqui vai travar o desenvolvimento, vai proteger/ proteção pela proteção, e você.. fazendo isso casado com a atividade econômica do turismo, que ela tem muita relação com essa parte do da preservação do meio ambiente pela própria mano/ manutenção dos destinos, eu acho que você consegue trazer o a sustentabilidade com o dinheiro, você

casar as duas coisas, não, você tá MELHORANDO aqui um/ vai trazer mais turistas, vai trazer mais receita, e tá t/ tornando o ambiente de uma forma mais, né, mais sustentável, gerenciando da forma mais adequada.

53. Pesquisador: Ééé, levando-se em consideração a prática social, você, lógico, como cidadão, como administrador, como conhecedor aí do segmento do turismo, você exig/ você acha que existe uma disparidade entre os discursos e o desenvolvimento sustentável no estado?

54. Rafael: Um p/ mais pro lado social agora falando?

55. Pesquisador: Não, eu/ social/ desenvolvimento sustentável de um mo/ sustentável de um modo geral, né, existe disparidade, né, entre tipo... o que se fala, o que se faz, as ações projetadas, as diretrizes e a prática, né?

56. Rafael: Eu acho que... não, assim, eu diria que não, assim, eu não vejo... a administração éé aqui no Ceará falar muito no desenvolvimento sustentável, acho que não é um tema muito DESTACADO assim, conseqüentemente as ações também não não dão esse efetivo destaque, mas é como eu falei também o o estado do Ceará é um estado que não.. queee não tem aqueles ecossistemas mais sensíveis, embora se fale muito na na própria caatinga, né, que tá tendo desmataç/ desmatamento da caatinga também e tal, e a questão da seca e tudo MAAS ela é a caatinga é um ecossistema muito FORTE, né, ela se recupera sozinha muito fácil, diferentemente desses ecossistemas como a mata atlântica e a amazônia, por exemplo, né, e até mesmo o serrado, então, por consequência disso num dá aa relevância que se dá em estados como a Bahia, por exemplo, e aí, conseqüentemente, acho que o discurso não não dá tanta ênfase e as ações são compatíveis com os discursos, mas eu também não acho que que tem se se desmerecido, assim, eu acho que tem aos poucos o estado tem evoluído eeee acho que o discurso tá sendo COERENTE digamos assim, com as ações.

57. Pesquisador: Éé na sua opinião, ééé... qual é a sua opinião sobre a administração do turismo do estado de um modo geral?

58. Rafael: É como eu falei, acho que tem tem fortalecido muito, acho que tem crescido bastante, algumas ações, na minha opinião poderia ser melhorado alguns FOCOS, né, que a gestão, principalmente do do governador Cid Gomes nos últimos oito anos, ele tinha um foco específico, governador Camilo Santana agora vai ter o dele , que acho que ainda não deu pra perceber ainda, tá muito no começo, mas... ééé eu acho q/ fortaleceu muito a gestão do turismo no estado, precisa fortalecer

mais, em nível municipal, Fortaleza tá MUITO bem, mas os outros municípios não, principalmente os mais do interior, eu acho que precisa ter um fortalecimento da gestão municipal, que a gente procurou trabalhar isso na época do PRODETUR, mas o estado focalizou muito nos investimentos de infraestrutura e e menos nessa parte, isso é uma... realmente foi uma coisa que a gente BRIGOU pra tentar, mas não conseguiu e no final das contas realmente a gente tem que... ééé seguir o que o estado tem como planejamento estratégico dele mas pra pra questão do financiamento, né, a gente não pode INDUZIR, a gente tenta discutir, maas eu acho que precisa fortalecer mais a gestão do turismo nos municípios... ééé... mas no estado acho que na forma geral, acho que cresceu bastante, acho que... o Ceará tem se destacado mais e mais, tem tido BONS investimentos na parte do turismo, principalmente na parte de infraestrutura, eu não entraria em pontos muito polêmicos como o caso do aquário, que eu acho que tem muito a ser discutido aí, o centro de eventos eu acho que foi uma boa, os investimentos da Copa... foi importante, assim acho que se gastou muito, poderia se/ sempre se fala, né, poderia se gastar em coisas mais... mais importantes que não seja COM o turismo, né, no caso tá se falando em impes/ específico no turismo, eu acho que foi investimento importante, eu acho que precisava ter um pouco mais de foco pra poder se fazer MAIS coisas no no prazo, acho que o prazo da Copa passou, mas acho que não se deve perder, né, ee estado do Ceará acho que conseguiu se destacar nesses últimos, nessa última década aí e crescer, acho que a gestão do turismo no estado... tá até de PARABÉNS assim, porque eu acho que conseguiu, porque foi o primeiro contrato do PRODETUR Nacional, né, aqui no no PRODETUR Nordeste eles balançaram bastante, a gente teve... SEM PERCEBER assim uma necessidade de melhoria na gestão, mas mais especificamente internamente, né, assim, a condução, o destaque do turismo no estado cresceu, questões gerenciais PEQUENAS eu acho que precisam ter melhorias tá/ principalmente eu acho que na condução... de de ter essa interação MAIOR entre estado e municípios, e de se ter uma estrutura do estado mais PERENE, eu acho queeee a questão das da descontinuidade administrativa... MESMO dentro de um de um governo e e às vezes sendo o MESMO secretário, mas mudar as equipes... isso aí perde muito, porqueee você perde um pouco do histórico, às vezes aaa documentação não tá lá, às vezes o pessoal que tá chegando não é/ não entende e aí os municípios interagem muito pouco, a gente percebia isso no PRODETUR, é no final quando a gente tava precisando contabilizar a contrapartida, que boa parte foi

investimento do Ministério do Turismo no nos municípios, COORDENADO pelo estado, como tinha mudado já duas gestões, aí desde do do do do início do programa até o final, dez anos, o pessoal não sabia, PREFEITO QUE CHEGOU, NÃO SABIA DE NADA, sabe, num aí a documentação tava lá, mas aí a gente tinha que ir atrás, num sei o que e demorava, aquela coisa, os projetos aconteciam e a gente acompanhava, mas ficava aquela coisa um pouco DESCOORDENADA, eu acho que PRA MELHORAR efetivamente a gestão do turismo no estado, precisa principalmente de maior articulação entre os estados e os municípios e e estimular o fortalecimento da gestão NOS municípios pra que inclusive ééé... tenha coerência com a política nacional de regionalização do turismo, né.

59. Pesquisador: Rafael, tem alguma coisa que assim que nós não falamos, n-não discutimos assim nesse âmbito de turismo, discurso, desenvolvimento sustentável, quee de repente não foi citado, que você gostaria de acrescentar?

60. Rafael: Não, a agente abordou bem, né, assim a parte da infraestrutura, da capacitação, do fortalecimento institucional, acho que uma coisa assim que eu destacaria só que considero relevante, não só pro turismo, mas... pra tudo, né, nesse país, na na parte de planejamento é precisa se dar mais atenção a essa parte de planejamento e elaboração de projetos, né, discussão de bons projetos, interação com a comunidade, aí com com a população eee... também que haja maior articulação entre os investimentos... privados e os investimentos públicos, né, a infraestrutura, a capacitação... seja focalizada e articulada com novos investimentos privados que estejam previstos e agora o governo federal tá estimulando muito a parte da... de se a atrair mais o privado pra inclusive fazer o o público, o documento das PPPs, né, acho que é uma coisa importante aí que deve devem entrar aí nessa parte do turismo também, PPPs tão tá tá permeando assim todos os setores, porquee realmente precisa.. pra não haver essa questão dos investimentos, né, éé desarticulados com os investimentos privados, desarticulados com o público e você dá infraestrutura pra uma coisa quando o pessoal tá querendo em outra ou/ E Aí você vai ter que fazer novos investimentos públicos praquilo lá, vai ter que gastar duas vezes, digamos assim, então acho que precisa ter uma uma maior coordenação dessa parte junto com o planejamento.

61. Pesquisador: Ok, Rafael, muito obrigado, viu?



**ANEXO H – ENTREVISTA 7 – HEITOR (REPRESENTANTE DA ABIH)**

01. Pesquisador: O seu nome completo.
02. Heitor: Heitor.
03. Pesquisador: Qual a escolaridade?
04. Heitor: Superior engenheiro civil.
05. Pesquisador: A entidade que representa?
06. Heitor: Associação Brasileira da Indústria de Hotéis associação Ceará, ABIH.
07. Pesquisador: E atua há quanto tempo na lá na ABIH?
08. Heitor: ABIH to no segundo mandato, [e] presidente
09. Pesquisador: Dá quanto tempo?
10. Heitor: Á desde/ mais de vinte anos.
11. Pesquisador: Eee aqui no [como associado] hotel? E como empresário... quanto tempo?
12. Heitor: Na hotelaria, desde oitenta e nove, não sei, vai fazer vinte e seis anos.
13. Pesquisador: Qual a relação/ na verdade é mais explicação, a relação do setor que representa com o turismo, né, como se dá essa relação? A representatividade do setor para o turismo? Na verdade é isso.
14. Heitor: Bom da/ representatividade da ABIH?
15. Pesquisador: Sim.
16. Heitor: Ram, acho que a hotelaria é a base do do turismo, né, então essa é a/ ela é ela representa um dos pilares, você não não não não faz o turismo se não tiver hospedagem, então... é o nosso setor é exatamente o setor que que hospeda as pessoas que se deslocam de de um lugar pra outro, de uma cidade pra outra, no país e no mundo inteiro.
17. Pesquisador: Certo, éé com base na sua experiência com o turismo, qual a sua concepção sobre essa atividade?
18. Heitor: Eu acho que o turismo, a exe/ já acontece na maioria dos... de MUITOS países, ela é é é é um PILAR MAIOR da economia, quando você se dedica pra tal, ou seja, agora pouco nós nós visitamos, nós fizemos uma viagem pra China, e eu vi alguns algunss... alguns países, como por exemplo, Cingapura que é... é uma verdadeiraaa... maravilha, ou seja, né, o o o uma uma ditadura, tem o quê, tem cinquenta anos, eles pegaram uma uma base aérea lá, eu eu falava em Cingapura, não sei sabia nem o que que era, e agora, n-nessa viagem que nós fizemos por

algumas cidades é-é alguns PAÍSES e cidades da Ásia, a gente viu quando se trata o turismo com responsabilidade, com foco, entendeu, você re-realmente transforma é-é aquele país nu-num verdadeiro... uma verdadeira potência turística, como é o caso por exemplo de Cingapura, quer dizer, um país.. que você nn... tem que procurar NO MAPA e hoje esse país recebe/ recebeu em dois mil e treze quinze milhões de turistas, o Brasil continental E ELA É UMA PEQUENA ILHA de trint/ oito milhões de habitantes, o Brasil continental, com mais de duzentos milhões de habitantes, nós NUNCA chegamos a receber seis milhões de turistas estrangeiros, então quer dizer... é foco, é você priorizar uma coisa que, entendeu, então éé MUITO melhor você vender essa paisagem que cê tá vendo aqui, cê vê vê vê o mar, vender vender os sonhos do que você chegar e fazer uma política industrial de-de-de DA... éé o setor exp/ quando você exporta o minério de ferro, você tá tirando o ferro e tá entregando [arram] e no turismo não, no turismo é-é você leva as fotos, você num leva, você nn... você DEIXA O RECURSO de dos DIVERSOS países do mundo, deixa a-aquele país que foi visitado e e e eee por isso que eu vejo que quando você prioriza o turismo, como foi o caso de Cingapura, por exemplo, outra cidade agora nessa viagem que nós fizemos Dubai Abu Dhabi, entendeu, então quer dizer, você pegou o NADA, no meio do deserto, e disse isso aqui vai ser e hoje... o seis estrelas do mundo, o Burj Al Arab, entendeu, tá lá em Dubai, o edifício MAIS ALTO DO MUNDO TÁ LÁ, entendeu, você CRIOU A PALMEIRA LÁ DENTRO DO MAR, né, aqui é impossível você querer fazer qualquer coisa, primeiro queeee você tem uma força de atrito, uma força de desenvol/ a-a-a CONTRA o desenvolvimento que parece até que as pessoas são são contra o Brasil, entendeu, são contra o Ceará, entendeu, JAMAIS aconteceria um desenvolvimento como aconteceu em Dubai, no-no Ceará, no Nordeste, no próprio Brasil, quer dizer, aa-a-aaa as leis eee os (ininteligível) entendeu, eles realmente eles eles fazem com que o país nu-nu/ não se desenvolva, entendeu, então tem que voltar na na época lá do do do Rin Tin Tin, né, os Estados Unidos se desenvolveu, né, eee oo você assistindo Rin Tin Tin era o tenente Ripy Masters desembarcando nos índio lá, hoje em dia nem nem aparece mais e-esse tipo de filme, né, mas o que eu quero dizer que o americano se desenvolveu e nós precisamos desenvolver, nós precisamos DAR alimentação, DAR educação, dar saúde, dar segurança ao nosso POVO e só tem uma maneira de dar, é com trabalho, é com desenvolvimento, e num num num num numa região como a do Nordeste, que não tem a-as... quero dizer aas... quer dizer, deus não colocou o

minério, nã-não não deu uma per/ u-u, entendeu, uma condição CLIMÁTICA, que CHOVESSE pra gente ter uma PECUÁRIA e uma agricultura como nós temos no Pará, no Mato Grosso e tal, (ininteligível) falo em termo de Brasil, mas deu essa maravilha, sol praticamente o ano inteiro, num chove, uma temperatura de vinte e seis graus, entendeu, quer dizer, TUDO issaqui no-no-nos levaria a a ser um um um Dubai MIL VEZES MILHOR, por que mil vezes melhor, PORQUE LÁ PEGARAM UM PEDAÇO DE DISERTO sem água, todas as plantas, grama, tudo, as belezas de Dubai são toda com água dessalinizadas, quer dizer, um processo CARÍSSIMO, entendeu, tudo é importado, não tem a a a sorte de ter as matérias-primas que o Brasil tem, quer dizer, issaqui era pra ser uma verdadeira potência turística, entendeu, n-não não não vejo, entendeu, e-e-e o Brasil cê falando não só do Ceará, mas cê fala no Brasil como um todo, nós temos a Amazônia, nós temos Foz do Iguaçu, nós temos é-é o/ temos o Nordeste é claro que é um... suma importância para o Nordeste é o sol o ano inteiro, tendeu, né, as cataratas, né, j-já já falei, o Nordeste, a Amazônia, Pantanal, então quer dizer, é um país que tem TUDO, Serra Gaúcha, então quer dizer, o Brasil tem tudo, e vem uma pequena ilha como Cingapura e recebe quinze milhões de turistas, e NÓS nunca sequer chegamos a-a-a seis milhões, então fica só no discurso vamo investir, aí eee hoje não se prioriza mais nada, até os escritórios da EMBRATUR foram fechados que era u-u escritório de de... que você éé vamo dizer de desenvolvimento mermo do turismo em outros países e tudo, e hoje NADA, quer dizer, éé-ééé como eu vejo aa concepção do-do pessoal que é-é como se fosse crescendo pra baixo, à moda rabo-de-cavalo, poderia dizer assim.

19. Pesquisador: Éé como são as relações sociais e também política entre os órgãos administrativos do turismo, quando falo em órgão administrativo me refiro muito à SETUR, né, e o setor que você representa?

20. Heitor: Muito bom, relacionamento excelente, sempre foi muito bom, sempre foi muito bom, entendeu, nos ouve... hoje e-e/ mais tarde vou sair aqui exatamente pra ir pra secretaria de turismo, falando sobre a/ falar sobre a (ininteligível) sobre a Argentina, talvez a gente com essa ALTA do dólar... a tendência é aquecer o turismo interno e PROCURAR... resgatar aquele turismo ANTES... antes de dois mil e oito, né, que a gente recebeu aqui aquela época dos argentinos que invadiram o Brasil todo, e principalmente o Ceará, que também foi muito teve muitos turistas, né, no Ceará, entendeu, eee eu vejo que... MUITO BOA a relação... com eles, entendeu,

esse secretário atual, entendeu, o Arialdo é o cara que é oriundo do setor, tendeu, ele... é empresário, era o dono do Beach Park, então quer dizer, conhece tudo, entendeu, foi um dos pilares, ele juntamente com Bismarck no COMEÇO do turismo começou com eles, né, realmente, Beach Park e CODITUR, tinha nem secretaria de turismo ainda na CODITUR, o Bismarck era diretor do (ininteligível) entendeu, e o Arialdo... participou de tudo/ de todo esse processo desde o início, então foi o começo do turismo, entendeu, inclusive agora nós tamos lançando até aos trinta e cinco anos da ABIH que se confunde com os trinta e cinco anos de de de progresso turístico no Ceará, que foi quando realmente as coisas só aconteceram nesses últimos trinta e cinco anos, entendeu, ESPLANADA, MARINA, entendeu, próprio Praia das Fontes, entendeu, Beach Park, tudo isso aconteceu ne-nesse período, Gran Marquise, entendeu, (ininteligível) hotelaria ali, então udo isso aconteceu nesses trinta e cinco anos de ABIH, dese o Nelson Otoch, até a gente hoje.

21. Pesquisador: Falando especificamente no discurso, né, como já citei, a forma de pensar, de expor, né, a pensa em discurso, a gente fala sem/ usa sempre essa palavra, discurso de fulano, discurso da instituição, discurso... éé enfim de determinado meio, você acha que existe um discurso que ATRAVESSA, que se ESTABELECE no turismo?

22. Heitor: Não entendi.

23. Pesquisador: U-um discurso que MOLDA o turismo, um discurso FEITO para o turismo?

24. Heitor: O-o-o discurso do-do-do/ que eu vejo é já te disse ant/ agora tá, entendeu, é a REDENÇÃO econômica do Nordeste, do Ceará, principalmente, entendeu, é o turismo, que não adianta a gente chegar e plantar onde não chove e nem criar onde não tem planta, tendeu, então eu vejo que a única coisa é a gente é-é aproveitar a maravilha natural que deus nos deu, da MELHOR maneira possível a cê diz, á, e vai macular, a com certeza vai ter imáculo ao meio ambiente, mas isso dentro de uma responsabilidade bacana e-eu, entendeu, a responsabilidade ambiental onde você re/ tudo que você faz é na hora que você chegou ee cê tá pisando numa grama, você tá maculando o meio ambiente, cê tá fazendo sua casa e cê tá maculando, então isso vai existir, tendeu, agora, você tem que fazer da melhor maneira possível pra que tenha menos imáculo ao meio ambiente e que tenha um retorno maior econômico pro estado, entendeu, Estado do país, tendeu, então eu vejo que esse seria o grande discurso, o nosso é exatamente issaí, governantes

enxergassem, no turismo, a redenção desse estado de-do des/ desse país principalmente

25. Pesquisador: Quando você fala [desse jeito principalmente] governantes, você se refere a a a que?

26. Heitor: A tudo/ a todos, do-dos-dos prefeitos, municípios turísticos, do-do-do, entendeu, do-do de/ do-do-do dos executivos, entendeu, dos secretários, entendeu, dos governadores, do presidente, entendeu.

27. Pesquisador: Você acha/

28. Heitor: É PRA FOCALIZAR esta, CHEGAR COMO CINGAPURA, o cara chegou e disse, lá existe um ministério do turismo que ele, que ele tem o MESMO peso que o ministério da economia, tendeu, então quer dizer é o mesmo, ou seja, a economia e o turismo eles se confundem, entendeu, por que, porque o cara diga, olha, ISSAQUI É TURISMO , eu nã/ não adianta.. á cê vai pra feira na Itália, NÃO, porque nós num temos retorno (ininteligível) exatamente é-é profissional, se você, não eu vou/ n-não existe essa história de eu vo/ eu vou pra feira tal... pa participar, não, eu vou com foco de ir e trazer turista, entendeu, se eu invisto cem dólares, esse cem dólares tem que voltar em mil dólares, de entrada de recursos praquele país, tendeu, então tem que ser profissional, responsabilidade com o pouco que se tem que nós deveríamos ter.

29. Pesquisador: Éé, quando você fala em em nosso, né, a gente imagina que seja o discurso o órgão que você representa e da secretaria de turismo, por exemplo, [urrrum] de um modo geral, você acha que existe essa esse mesmo discurso passando por todos os órgãos?

30. Heitor: N-num existe... COM CERTEZA não existe, por que que não existe, porque... o turismo não é prioridade, tendeu, agora nós tivemos o governo (ininteligível) eu num sei ainda se tá, vamo dizer tá... engatinhando ainda, vamo dizer tá entrando ainda, tá tomando chegada, tendeu, mas o anterior ele fez ele fez OBRAS estruturantes para que realmente chegasse a a a ao nível de potência turística, ou seja, nós fizemos no governo Cid nós tivemos um centro de eventos, nós tivemos a CE-040 ampliada, te a 085 lá pro lado de de Paracuru, entendeu, quer dizer, houve um pensamento do turismo/ começou o aquário, que eu acho que é a maior IMBECILIDADE, me desculpe os que são contra, entendeu, o cara ser contra u-u-um ícone que... entendeu, agora a gente tava em Cingapura vendo lá u-um no Marina Bay com aquela ããã piscina de borda infinita e-e-e depois a gente desceu

pra ver as árvores inteligentes, aí dá sete e meia da noite, aí as árvores começam a-a-a-a-a e/ a-a-a se iluminar e-e a tocar músicas e dos mais diversos ãã diferentes qualidades e-e tipos, entendeu, e-e... aí (ininteligível) com o secretário de turismo de Fortaleza e o (ininteligível) ee... rapaz, o que que nós vamos levar de ideia pro Roberto Cláudio, aí, porra aqui tem aqui tem a roda gigante maior do mundo, vamos fazer uma mais meio metro maior pra gente levar de/ Fortaleza tem a maior roda gigante, quer dizer, aí eu digo, PORRA, NÓS JÁ TEMOS UM ÍCONE... esse aquário vai ser a redenção, entendeu, não só do Ceará é-é o vai vai ser um-um-um ícone nacional, e aí a turma por política, entendeu, que aí o caba chega, porque é contra o Cid, é contra o Camilo, é num sei o que, aí são contra, COMO S-SÃO CONTRA O PRÓPRIO POVO que elegeu esses deputados, essas pessoas que são contra, entendeu, então não tem a menor responsabilidade e aí é que vai naquilo que tô dizendo, as pessoas não não acreditam no turismo, pensam que turismo é brinquedo de rico, como já já no o-o governador de um estado n-não foi do nosso, graças a deus, chegou a-a-a... a dizer que o turismo era brinquedo de rico, pra ver a imbecilidade, tendeu, d-d-d-dizer uma frase tão infeliz como essa, entendeu.

31. Pesquisador: Na cadeia produtiva do turismo, né, das pessoas que integram a cadeia, dos órgãos que você conhece, com sua experiência, você tem/ você acha que tem algum discurso que se sobressai diante dessa cadeia produtiva?... Quando eu falo discurso que se sobressai, é eu digo uma VOZ mais ouvida, um...

32. Heitor: N-não, a-a... no turismo, ABIH tem uma representatividade muito grande, talvez seja a instituição do turismo mais prestigiada, e-exatamente a nossa, tendeu, eu acho que no turismo a maior representatividade é é é a ABIH, isso e e/ isso sem desmerecer as outras, que também tal, aí nós temos (ininteligível) fora do turismo, aí tem, convention, tendeu, éé centro de eventos, tem ooo, tem DIVERSAS OUTRAS entidades tal.. é ene, ene entidades, entendeu, e que TODAS AGREGAM, entendeu, MAS eu-eu vejo a ABIH sempre como sendo a de maior representatividade, ATÉ PORQUE A HOTELARIA É A MAIOR REPRESENTATIVIDADE DO SETOR, tendeu, então o outro/ SÃO TODOS IMPORTANTE, O SINDICATO DOS GUIAS, entendeu, TODOS SÃO IMPORTANTES, entendeu, MAS a que tem mais representade/ o que tem amior PESO e é mais CONSULTADA somos nós.

33. Pesquisador: Éé você falou em política, falou em economia, falou em discurso, falou, enfim, de alguns temas que permeiam o setor do turismo... qual a relação

entre planejamento, no sentido de que se professa no discurso, e a execução desses projetos no setor do turismo?

34. Heitor: ...A secretaria de turismo tanto a de Fortaleza/

35. Pesquisador: Ou seja, entre discurso e prática, né.

36. Heitor: Eu acho que não existe, não existe um planejamento a curto, médio, longo prazo, entendeu, esse planejamento é muito por conta da cabeça dos gestores, ou seja, Bismarck tinha um pensamento, como também tinha o governador, agora o Aivaldo tem um pensamento dele tudo, MAS vai mais no-no feeling na-na expertise de-de do gestor, entendeu, e que por sorte... eu vejo o Bismarck como um cara... o cara... fez issaqui acontecer, tendeu, tem tem tem defeitos, com certeza, mas eu eu acho que nós/ daí o Ceará ter tido um desenvolvimento muito bom, tendeu, hoje a gente tem o melhor centro de eventos do país e a turma ainda chega ee/ saiu uma reportagem dizendo que as obras do-do de nosso ex-governador é-é-é megalomaniaco e tal, mas tem que ser megalomaniaco mermo, pra fazer o que é BOM, pra fazer o que é legal, pra ter um Ceará novo, porra nós já somos do Nordeste, nós num temos parque industrial, num temo PORRA NENHUMA, então a única coisa que a gente tem é fazer as obras da melhor maneira possível, entendeu, e fazer o melhor mesmo, entendeu, TEM QUE SER GRANDE, tendeu, TEM QUE PENSAR GRANDE, não pode pensar no Ceará do jogue, no Ceará da-da-da-da-da SECA, pessoal morrendo de fome, entendeu, tem que pensar um Ceará novo, um Ceará do turismo, de grandes resorts, tendeu, e é isso aí, entendeu, então isso éééé intriga da oposição quando/ eu fiquei muito puto quando quando fa/ re/ disseram isso pro nosso governador, disseram SOBRE o nosso governador, se não me engano foi na Veja que saiu isso.

37. Pesquisador: Éé, em relação ao órgão que você representa eee a SETUR, por exemplo, você acha que... o dis/ como você ou o setor que representa aparece nos discursos da SETUR? São coerentes ou deveria ter alguma modificação? É coerente a forma que é citado, a forma que vocês são CITADOS, REPRESENTADOS, CHAMADOS dentro da SETUR?

38. Heitor: Acho que sim... sim, porque tem alguma coisa, entendeu, existe um link muito bom, assim, vamo participar/ quais são as feiras do SETOR que iria participar, quais são as melhores, tendeu, nós vamos pra FITUR, a-a-a vamos pra Moscow, pra LESM, tendeu, ou vamo, tá entendendo, entããã... a ITB, o ABTL, a BIT, tendeu, então quer dizer, essa é melhor, essa feira tá legal, tendeu, ela é melhor a gente ir,

tira essa va-va-vamo pra Baru, num vamo pra Baru, o ano passado quase que a gente num ia pra Baru, porque... o que acontece é queeee a turma tá achando que realmente... a-as as ponto com aí, entendeu, tão tumando lugar eee tão see, tão tumando lugar da CVC, entendeu, e-e realmente tá tá caminhando bem, hoje é uma preocupação, tendeu, Cleiton Teve aqui agora e a preocupação é dele é grande, entendeu, então pensamento éé mais ou menos issaí, o secretário sempre que vai fazer alguma coisa, ele ouve-ouve bem o setor, entendeu, e faz em conjunto.

39. Pesquisador: Em-em relação a essa esse desenvolvimento, planejamento do turismo mais especificamente nas áreas costeiras, que é a área que você tem seus empreendimentos, de algum modo a população participa desse planejamento, dessa consulta, dessa organização?

40. Heitor: O PLANEJAMENTO não, mas da gestão sim... as daqui... cem por cento, olha, vamo dizer cem por cento não, vamo dizer noventa e nove por cento do-dos dos integrantes do quadro, entendeu, de funcionários, de colaboradores é todo nativo, quer dizer, issaqui não é um empreendimento ilha, como se eu chegasse, fizesse um empreendimento e trouxesse as pessoas de Fortaleza ou de alhures, tendeu, mas não, aqui é um empreendimento do povo de Beberibe, tendeu, num é um empreendimento do do empresário... xis, entendeu, i-issaqui é do povo, entendeu, issaqui/ daqui eles tiram o sustento deles, tendeu, e sempre vendo o patrão deles, que é o patrão é, o patrão deles e NOSSO é nosso cliente, tendeu, esse é que traz recurso pra cá, e que deixa deixa esse dinheiro enterrado aqui e isso muvimenta... o município como um todo, o coco, a CEASA, peixe, ééé tendeu, então aa-a (ininteligível) os colaboradores ainda existe impacto no no DEPÓSITO DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO, NO POSTO DE GASOLINA, entendeu, o impacto econômico de um empreendimento desse aqui é VITAL para o funcionamento do município turístico, tendeu.

41. Pesquisador: E-e por que não participa do planejamento?

42. Heitor: Do planejamento porque quando você concebe u-um empreendimento, entendeu, é menos/ n-n-n-NÓS não nos preocupamos em-em-em... eeem TRAZER pra (ininteligível) E-EMBORA que tenha tenha de certa forma tenha participado, porque houve audiência pública pra pra consecução do empreendimento, houve audiência pública e o povo, tendeu, participou, tendeu, então de qualquer maneira não houve participação, o-olha vamo planejar que vai abrir daqui dois anos, ou que vai/ esse tipo de planejamento que realmente não houve gestão deles, mas houve o-



a-a-a-a-o-a APROVAÇÃO do empreendimento até nas audiências públicas para aprovação do empreendimento, tendeu, então issai teve audiências públicas, pra puder, no órgão no órgão ambiental da SEMACE, entendeu, então houve audiência pública pra poder você chegar e-e fazer é-é o empreendimento acontecer.

43. Pesquisador: Bom, a gente considera é desenvolvimento sustentável economia, sociedade e natureza no seu tripé, né, éé na sua opinião, em relação à questão ambiental, como se/ como se dá ãã esse desenvolvimento sustentável no Ceará?

44. Heitor: Te/ e/ te/ eu/ que eu já tinha dito anteriormente, tudo que você vai fazer, vai macular, então você vai ter que procurar o EQUILÍBRIO pra que você não tenha um empreendimento agressor, tendeu, eu te/ tem um empreendimento que agrida o MÍNIMO POSSÍVEL, que AGRESSÃO vai existir, entendeu, na hora que você faz qualquer coisa você vai... te-tem agressão, cê tem que minimizar essa agressão e matimizar o retorno, entendeu, desse empreendimento pra população, tendeu, pra geração de emprego de minuria, de qualidade de vida pas pessoas, porque eu vejo que que nós precisamos além da parte ambiental que nós temos que mantê-la bem, até porque é-é esse é o é o maior patrimônio nosso, entendeu, do Nordeste, do Ceará, são essas belezas, entendeu, você num pode chegar e depredar essas ma/ essas belezas porque o turista vem aqui atrás disso, ele num tá num vem prum Holiday Inn, prum, entendeu, prum edifício e-em São Paulo, vocêê vai ver só o quarto do hotel, tendeu, aqui não, aqui você vem pa PÉ NA AREA, então cê quer curtir a natureza, você quer se MISCIGENAR COM OS NATIVOS, você quer fazer passeio de JANGADA, você quer ir ali pro Pantera que da/ que que fechou, (ininteligível) perna, ir aqui na vila de pescadores, entendeu, então quer dizer, é isso que que o-a-a pessoal que vem pro Nordeste quer, entendeu, ele quer, ele quer PARTICIPAR, ele quer CUIÇER ESSA NATIVIDADE, entendeu, então é-é... é como uma vez eu tava nu-num num num leilão aí o-o-o-o leiloeiro chegou e disse, e aí doutor Heitor, que é QUASE NATIVO COMO NÓS, entendeu, quer dizer você tem que ser, cê tem que se miscigenar, cê tem que tá JUNTO deles, pra que o empreendimento não seja um empreendimento ilha, empreendimento seja um empreendimento de todos, e é exatamente isso que a gente procuro PROCUROU e procuramos fazer até hoje.

45. Pesquisador: Então esse, você acha que esse desenvolvimento sustentável nesse tripé economia, sociedade e natureza, ele é desenvolvido no turismo no Ceará?

46. Heitor: Eu acho que sim, entendeu, e não é feito MAIS porque os órgãos NÃO DEIXAM o Ceará se desenvolver turisticamente como, tendeu, então quer dizer é absurdo quando por exemplo é a SEMACE aprova... você tem a... LI, LP e LO, Licença Prévia, Licença Instalação e Licença de Operação, depois de você com todas as licenças... tendeu, aí vem o-o IBAMA, aí PÁ e vem o Ministério Público PÁ, tendeu, quer dizer falta segurança jurídica, então quer dizer, por isso que o-o Brasil, principalmente o Ceará num vai pra frente, em termo de de desenvolvimento turístico de GRANDES empreendimentos, de GRANDES investidores, porque as pessoas não têm segurança jurídica, de chegar e dizer, eu vou jogar meu dinheiro aqui/ TODOS os grandes empreendimentos daqui têm problemas... ééé com Ministério Público, com justiça, co-co-com IBAMA, e isso é o Dom Pedro Laguna, é o Vila Galé, são pessoas que vieram, aportar desenvolvimento pra nossa terra, pra nossa gente E foram enxotados daqui, e MUITOS outros, esses tiveram... GARRA E JÁ TAVAM NO MEI DE CAMI, tiveram, entendeu, pra poderem continuarem aqui e MUITOS OUTROS FORAM EMBORA, o grupo (ininteligível), o grupo aquele lá da do do lá do Fortim foi embo/ Confide, Confite ou Confide, entendeu, tá entendendo, então quer dizer nã-nã-não não adianta/ outro lá na Baleia, tendeu, os cara vêm/ aqueles empreendimentos lá de Camucim do-dos italianos, quer dizer, VÃO EMBORA, quer dizer, e quando a/ rapa/ olha, um amigo meu tava contando, nã-não aconteceu comigo, que ele foi pros Estados Unidos e botou uma ESTAMPARIA, GEROU CINCO EMPREGOS, num condadozim daqueles, ele foi chamado lá no-no-no-no-no-no/ pra uma audiência, pras pessoas daquela comunidade é agradecerem pelos cinco empregos que ele tinha gerado naquela comunidade, AQUI NÃO, o empresário é o BANDIDO, o empresário é o achacador, o empresário é tudo de ruim, entendeu, mas quem desenvolve o Brasil, quem desenvolve o Ceará, quem desenvolve... todo esse país SÃO OS EMPRESÁRIOS, tendeu, ou ruim, ou bom, somos nós que desenvolvemos, entendeu, porque o político, ele ARRECADA, entendeu, o político eu digo a-a-a-a o Estado brasileiro, ele arrecada dos empresários e é pra ele devolver essa arrecadação dos tributos em SAÚDE, EDUCAÇÃO, SEGURANÇA, e nós vemos uma saúde de péssima qualidade, uma segurança TERRÍVEL e... uma sa/ a-a-a-a-a saúde que num existe, né, educação não existe, segurança num existe, saúde, pelamor de deus, é TRISTE, nós tivemos um caso agora e-e-e-eu CHOREI, CHOREI fato quando uma pessoa tava aqui, no hospital de Beberibe, a mãe du-duma funcionária nossa, eu até intervi, tentando falar

com o secretário de saúde do ESTADO, mas num tinha um leito lá no HGF pra ela ir, porque ela teve um AVC hemorrágico, que realmente a situação era muito difícil de-de-de éé realmente quem tem issaí é-é quase noventa por cento de óbito, mas essa pessoa passou uma semana e MORREU AQUI e num conseguiu um leito lá, e tem mais, as pessoas disseram ainda, se for pra lá, morre mais ligeiro, porque vai ficar nos corredores, e tem mais, o que acontece, LÁ é priorizado quando cê tá na fi/ nos corredores aí o/ a pessoa chega e-e qua/ é surgiu um leito, escolhe pelo mais novo, quer dizer, VOCÊ CONDENA, entendeu, (ininteligível) fala comigo, à mat/ matou à bala dez vinte n-n-n-no final de semana, entendeu, mas... MORTE acontece é nos corredores dos hospitais, entendeu, e tem mais, é MORTE VOCÊ ESCOLHE, VOCÊ VAI ESCOLHER, CÊ TÁ MATANDO UM, cê tá salvando/ TENTANDO salvar um, mas cê tá matando outro, porque cê tem que esculher, e é essa escolha é muito difícil pro médico, entendeu, e É desse jeito que é feito, então quer dizer, é triste é triste a gente ver o dinheiro que é arrecadado... e... os petrolão da vida, tendeu, issaí que deixa a gente triste pra té, entendeu, com vontade/ quando você quando você chega faz uma viagem dessa como fizemos agora pra pra China, quando você vê que o empresariado é... é REALMENTE ééé PRESTIGIADO, entendeu, e chega aqui o empresariado não, é a besta fera do apocalipse, tendeu, então é a gente fica realmente, pô que diabo que eu tô fazendo num país desse, tendeu, mas é o país da gente, é o país que a gente mora, a natureza maravilhosa, clima maravilhoso, entendeu, então por tudo isso e pela VONTADE, pela BRASILIDADE e pelo pelo TESÃO de fazer isso acontecer é que a/ que MUITOS de nós continuamos aqui, mas muitos já disistiram, tendeu, cê chega, bota aí na-na-na internet a turma chibateando um em Nova Iorque, outro nos Estados Unidos, que se foda esse país, entendeu, mas graças a deus eu ainda tô com tesão de continuar... sofrendo aqui, mas, entendeu, mas eu tenho certeza que que o Brasil é muito grande pra meia dúzia ou sessenta mil ou seis o-ou ene mais um ladrões acabarem com ele, entendeu, eu acho que desde a desde da época dos descobrimentos que a turma, entendeu, LEVA desse país e a gente ainda continua como uma uma uma grande nação, e eu acredito que um dia nós conseguiremos chegar lá.

47. Pesquisador: Éé... quando se fala em planejamento e desenvolvimento do turismo e a relação com desenvolvimento sustentável, você existe/ você acha que existe alguma disparidade entre essa relação no sentido de... FALAS, discursos e

prática?... Eu tô falando em desenvolvimento, planejamento do turismo e desenvolvimento sustentável.

48. Heitor: É, o-o-o planejamento eu já te disse, o-o planejamento é muito do gestor, tendeu, num existe esse negócio de á, eu vou pegar isso, daqui um ano vai acontecer isso, é a médio prazo vai acontecer isso, tão tentando hoje fazer, por exemplo, Fortaleza dois mil e quarenta, entendeu, Roberto Cláudio tá com esse, né, então maaas... é meio difícil, porque aí vem a porra da política, né, aí o cara chega, tá aqui fazendo um negócio BEM BACANA, por exemplo, o aquário, aí n/... nós ouvimos... os candidatos o que que seria o aquário, tendeu, aí o candidato chegou e disse, ó... o-o-o na coisa da televisão, que que a única obra hídrica do Ceará era o aquário, entendeu, quer dizer... eu acho... uma tremenda duma sacanagem você chegar eeee falar isso, então quer dizer, aí... se vai eleito um, aí a obra quer bloquear a obra, que tem assinatura do outro governador, não quer saber, que a n/ a obra apenas a ideia, a concepção foi do governador anterior, mas o recurso é do estado, tendeu, então é só se-se-se tem que tem que ser continuada, ainda mais se é uma obra boa, se ela vai trazer desenvolvimento pra pra praquela estado, mas o político não, como não fui eu que fiz, como a ideia num foi minha, eu/ PARAM e isso no Brasil todo, entendeu, PARAM as obras, é triste issaí, entendeu, então por que, porque não... existe até u-u-u-um planejamentozinho e tal, mas a CONTINUIDADE dele depende se o cara é do mesmo grupo político, se não é, é a concepção diferente, entendeu, é diferente se houvesse o planejamento... vamo dizer, obrigatório, vamo dizer, uma agenda obrigatória de obras que tinha que dar continuidade, aí você vê, na hora que entra um, aí é o VLT, é num sei o que, e aí issaqui, não issaqui num é prioridade entendeu, e aí... aí tem tem issaí, mas eu vejo queee dentro do dentro do do do estado, principalmente, é é nós tivemos oito anos do governante, tá entrando outro que é do mesmo time, acho que isso tá mais ou menos lincado, tendeu, eu acho quee.. tá ca/ tá caminhando mais ou menos.

49. Pesquisador: Qual sua opinião sobre a administração do turismo no Ceará?

50. Heitor: ...Eu acho, já tinha te dito antes aí, eu acho o-o-o-o o secretário tem/ sabe fazer, entendeu, se houver disponibilidade de recurso... entendeu, e a cabeça do nosso atual ser parecida com a do anterior, nós vamo ter um bom desenvolvimento, tendeu, que o-o-o Arial é u-u-um... um BRUTO pra trabalhar, entendeu, e CONHECE, é conhecedor, entendeu, ele é conhecedor da má/ da máquina administrativa também de como arranjar recurso, de como fazer e tudo,

agora precisa ter o aval do chefe maior, do Camilo, [tem algu/] e aí num sei [tem algu/] mas aí num sei se ele, ESPERO, ESPERO que ESPERO QUE ELE que ele seja, tem demonstrado e até nos discursos de campanha, entendeu, nós, nós participamos de com com ideias e sugestões para o plano de de governo dele, entendeu, eee espero que esse essas ideias que a gente tenha colocado lá PRA ELE que possa se transformar em realidade, dentre muitas outras que possa ter/ até nós botamos lá no Delta X.

51. Pesquisador: Dentro desses temas que a gente comentou, né, turismo de um modo geral, tem alguma coisa que não citei ou que não perguntei mas que você acha relevante falar sobre o turismo?

52. Heitor: Não, acho que falamos praticamente tudo aí, todo, falamos do principal, faltou o Hubby, né... da TAM, eu acho que... tudo indica, tendeu, que esse Hubby virá pra cá, se vier, realmente tá consolidado, cê vê que o... o Hubby de Dubai, só o aeroporto de Dubai emprega NOVENTA MIL PESSOAS, quer dizer, é um absurdo todos os voos da Ásia, na grande maioria, todos eles é por Dubai, por que, porque é aquela história, tem que ter... VISÃO... entendeu, direcionamento, olha, É ISSO QUE EU QUERO, o Dubai, o xeique de Dubai ele disse, pow, o petróleo vai acabar, aí o cara teve... né, porque disse são os beduínos lá que não tem, que não PENSAM, MAS PENSAM, os caras vão estydar em Londres, entendeu, a maiuria deles da-dados-dos-dos-dos-dos chefes das tribos e o cara foi abençoado em chegar e dizer, olha eu vou fazer, e FEZ, ao preço CARRÍSSIMO, entendeu, e isso se faz logicamente com dinheiro, então ele fez o emirado Dubai acontecer, ele colocou a Emirates, entendeu, então ele-ele-ele fez acontecer, tendeu, PRA QUANDO ACABASSE O PETRÓLEO, o turismo substituir... e com mais/ pra cê ver como o cara tem... direcionamento e prioro/ rpioriza o setor, coo foi o caso dele, o que o cara fez, hoje... o turismo, o petróleo n-n-no PIB de Dubai, o petróleo tá em SEXTO... lugar, PRIMEIRO LUGAR tá o turismo, isso era pra quando o petróleo acabasse, o turismo assumir, HOJE o turismo já assumiu, quer dizer, quando se faz uma coisa COM RESPONSABILIDADE, COM DIRECIONAMENTO, COM VONTADE POLÍTICA, COM VONTADE DE FAZER, como foi o caso de Dubai, taí, o petróleo hoje é insignificante, tendeu, petróleo é o SEXTO, o segundo é o Hubby... o Hubby de Dubai hoje no PIB ele representa segundo lugar, tendeu, quer dizer, é isso que eu acho, se a gente trazer esse Hubby da TAM pra Fortaleza, se a gente conseguir, que eu acho que tudo indica que virá pra cá, a guerra é grande,

entendeu, e-e-e eu/ a guerra política é muito grande, o-o-o oo ministro do turismo... é do Rio Grande do Norte, tendeu, tem uma área muito boa de mil e quinhentos hectares pra eles fazerem, mas o aeroporto é distante, mas tem tudo pra crescer, tendeu, aí tem o-o também mas ele não TEM... a pujança econômica que nós temos de frutas, e tal pa puder ter a parte de carga ééé entendeu, de Pernambuco... tem um aeroporto que já tá pronto, tendeu, mas tem que ter obra, um investimento mais ou menos/ os investimentos para o para o... para o Hubby desse aí é em torno de quatro a... quatro bilhões e meio, quatro bilhões e oitocentos, por aí, então é MUITA grana, entendeu, eee... Pernambuco também tá com problema de área, só que agora tipo como nós também conseguimos a liberação da Base Aérea que é vizinha, tendeu, queeee Re/ Recife e Fortaleza estão marromeno em pé de igualdade por... por tá na proximidade, entendeu, agora... agora é-é-é-é saber/ e a TAM já existe um casamento com a gente n-no aeroporto de Aracati, por exemplo, já é já tão utilizando, então eu acho que tem TUDO PRA VIM PRA CÁ, não sei se a gente vai ter força política, entendeu, pra convencer e a ta/ TAM vai levar até dezembro massacrando os três pra ver o-o que que ele pode... mamar mais ainda, né, de-de-de-de-de... de tudo que ele pode, né, de é issaí, é de negócio, então que que cê me dá pra prou ir pra lá, cê num acha que eu sou bom, então é issaí que a TAM tá fazendo e tem que fazer mesmo, tendeu, então como eu sou otimista, eu acredito que eles vão vim pra cá, que... que nós vamo conseguir mostrar que o Ceará é mais mió.

53. Pesquisador: Muito obrigada, Heitor, pela sua entrevista.

54. Heitor: Amém.

**ANEXO I – ENTREVISTA 8 – CRISTIANO (REPRESENTANTE DA SETUR)**

01. Pesquisador: Pronto, então vamos lá, ééé nome?
02. Cristiano: Cristiano.
03. Pesquisador: Escolaridade, Cristiano?
04. Cristiano: Éé, sou graduado em turismo, especialista em políticas públicas e mestre em gestão e negócios turísticos.
05. Pesquisador: Qual o setor de atuação ou entidade que representa?
06. Cristiano: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará.
07. Pesquisador: Atua nesta área há quanto tempo?
08. Cristiano: Dezenove anos.
09. Pesquisador: Trabalha direta ou indiretamente com o turismo?
10. Cristiano: Direta.
11. Pesquisador: Qual a relação ééé a relação, né, da secretaria com o setor do turismo? É-é abe/ esse é muito específico, mas a gente precisa saber, é mais uma descrição, né, ou seja, aí você poderia descrever o que é a Secretaria de Turismo.
12. Cristiano: Não, é a Secretaria de Turismo ela-ela só é turismo, né, nós respiramos turismo, né, por que, porque ela é o órgão é o órgão máximo dentro do estado, é o órgão que é responsável pela questão da regulamentação dessa atividade dentro do estado, é um órgão de/ que tem os princípios e os objetivos de- de fomentar, de desenvolver e de-de-de desenvolver produtos e-e-e serviços turísticos e promover o estado que atraia turistas para o nosso estado, né, desenvolver produtos, diversificar e promover, né, é um órgão que realmente faz a regulamentação dessa atividade dentro do estado, é um órgão que tem uma parceria muito forte com setor privado, que logicamente que o turismo é formado pelo setor privado, mas ele, como órgão estadual ele tem essa função de regulamentação dessa atividade dentro do estado, o turismo é uma atividade econômica como qualquer uma outra, como a indústria têxtil, como como como qualquer outra coisa, então o turismo tem uma atividade que precisa de um órgão maior aqui no... estado do xe/ estado do Ceará e a Secretaria Regional do Turismo.
13. Pesquisador: Éé, e qual a importância éé e a e a relação que tem com trade?
14. Cristiano: Olha, nós temos um-um-um-um relacionamento como eu falei agora a pouco, sem a iniciativa privada e o e a e o órgão pú/ o público e o privado, se não trabalharem de braços dados, realmente não vai chegar a lugar nenhum, né, como

eu disse, realmente o turismo É FORMADO e É FEITO e É REALIZADO, quem está na linha de frente, quem atende esse turista que vem para o Ceará é trade turístico, é os empresários, é o alojamento, é a alimentação, é o GUIA, né, então são todos esses agentes que recebe diretamente esse turista, lógico que a atividade do turismo, como a SETUR, ela tem que ter esse envolvimento com esse pessoal, porque junto numa ação conjunta que a gente consegue desenvolver ações de melhoria e de promoção desses destinos.

15. Pesquisador: É, com base na sua experiência, né, dentro da secretaria e, lógico, particular, o que representa o turismo do estado?

16. Cristiano: Olha, o turismo no estado do Ceará hoje ele é, ele-ele tem uma prioridade muito grande, ou seja, nos últimos anos, nos últimos oitozano/ nos últimos oito anos principalmente eu diria que foi um grande marco de divisor de águas, é o turismo ele tem tido uma atenção especial pela entidade pública, ou seja, o governadooor, o secretário de turismo, eles viram que a nossa vocação realmente, o Ceará, o Nordeste, falando em nível de Nordeste como um todo, ele tem essa questão da seca, né, e pra cê ter/ pr/ e realmente qual é a nossa vocação hoje a nível do Ceará e a nível de Nordeste, é as nossas belezas, né, o nosso estaleiro, a nossa gastronomia, o nosso artesanato, então foi isso aí praticamente foi o-o que a-a-a palavra-chave foi assim um-um vetor, realmente, um vetor econômico onde realmente os governos têm investido nessa questão da infraestrutura porque acreditou que realmente é a bola da vez, né, é-é-é-é-é é a salvação do Ceará, porque setenta por cento do nosso se/ do nosso PIB é serviços, e o turismo ele tá dentro de serviços, então assim, que que o governo precisaria fazer, é, de dezoito anos pra cá, a gente percebeu que o turismo no estado do Ceará ele já estava tendo um crescimento muito grande, tinha passado a casa dos dois milhões de turistas e que realmente o nosso estado ainda tá muito precário, a-a um exemplo, pra cê ter uma ideia, o nosso aero/ o nosso aeroporto tinha sido/ tava com mais de quarenta anos de-de de que tinha sido feito, com a capacidade pra novecentos mil pessoas, então, em dois mil e oito, foi inaugurado o novo aeroporto Pinto Martins, com capacidade para cinco milhões de pessoas, depois disso, outras obras de macro estruturantes foi a questão desse equipamento que nós estamos aqui hoje, o Centro de Eventos do Ceará, que o equipamento antigo também tinha quarenta e poucos anos, foi na década de setenta, então era uma (ininteligível) que não tinha mais não tinha mais condições de abrigar demanda de eventos que vinha para o Ceará, ou



seja, o Ceará tava reprimido, ficando simplesmente com aquela âncora do turismo de sol e praia, aquele turismo que vem a lazer e a gente precisaria, como eu disse, é uma atividade econômica, é uma atividade que gera emprego, é uma atividade que gera RENDA, então a gente precisa diversificar essa atividade, porque se não a gente vai ficar pra trás, ele vai estagnar e vai entrar em declínio, então, com essa preocupação, dos governador/ do governador anterior e do governador atual, e dos secretários do mesmo jeito, de diversificar essa segmentação o turismo, que não ficasse voltado simplesmente a o a/ ele é e sempre será, e graças a deus as nossas belezas naturais e as nossas praias a nossa o nosso sol, será sempre âncora o sol e praia, mas nós tínhamos que dives/ diversificar, e tanto é que hoje quase trinta por cento da nossa segmentação do nosso turismo vem para o turismo de negócios e eventos, ou seja, foi um grande... modificação, foi um divisor de águas, onde nós conseguimos mudar até O PERFIL do turista que vem para o Ceará, num é, o turista que vem pa para para eventos é um turista diferenciado daquele que vem para lazer, pra você ter uma ideia ele fica uma média de cinco dias e ele tem um gasto per capita diário de trezentos e cinquenta e seis reais, enquanto que aquele que vem pra lazer ele fica em média de dez dias e ele tem um gasto diário de cento e cinquenta e seis reais, né, lógico que todos os dois são importantes, tudo, mas você vê que o outro tem um um um o outro de negócios e eventos ele tem um encaminhamento maior na economia, porque é aquele turista que fica realmente na hotelaria, é aquele turista que realmente utiliza o táxi, ele u-utiliza-se do restaurante pra se alimentar, é um turista que faz compras, souvenirs, leva pra família pros es/ pras esposas, pros filhos, então é-a uma outra realidade do turista que vem pra casa de parentes e amigos, que acaba não gastando dinheiro com hotelaria, ele não utiliza do táxi, porque o amigo, parente leva ele pra todo canto, né, em contra ponto, esse turista fica na casa de parentes e amigos, fica na hotelaria informal, nós chamamos, ele tem também um gasto muito grande com compras, né, então ele acaba uma coisa suprindo a outra, ele tem um efeito multiplicador também, né, na economia muito muito forte.

17. Pesquisador: É, como dá essa... bom, os governos são, né, é-é-é em períodos específicos, como é que da a transição de um governo pra outro, levando-se em consideração que essa cadeia tem que ser [culti/] planejada a longos anos?

18. Cristiano: Olha, como eu to te falando, é/ o/ tanto é que eu pontuei os últimos oito anos, porque nós sabemos que nós sabemos que o governo ele é continuação

do governo anterior, né, éé e realmente a mesma a mesma prioridade que vinha send/ vinha tido o estado do Ceará com relação a infraestrutura turísticas, né, além do Centro de Eventos, nós tivemos também a preocupação porque sem acessibilidade nós não teríamos condições de ter turistas, você sabe disso, você trabalha com guiamento, você sabe que o acesso é importantíssimo, tanto é que como é que uma atividade competitiva que a exemplo a Bahia tem que/ tem mil e noventa e oito quilômetros de litoral e tem seis aeroportos e o Ceará com só quinhentos e setenta e três e nós só tínhamos um aeroporto, como que nós poderíamos ser competitivos, daí pensando nisso e vendo essa questão da competitividade, nós, o governo do estado e a secretaria estadual de turismo, resolveu implantar dois novos aeroportos, em dois polos que tem já uma demanda, já tem um-um notório conhecimento no-no-no-no mundo afora, que é Canoa Quebrada e Jericoacoara, então foi empanado/ foi implantado o aeroporto de-de Aracati e está em fase de finalização o aeroporto de Jericoacoara, ali nas ampliações das rodovias da CE-040, que liga o litoral leste e da 085 que faz um corredor turístico do litoral oeste, né, além de sinalização turística, que a gente precisaria muito isso também que o turista precisa de ter uma mobilidade de dentro do estado e precisa... que a cidade, que o estado teje bem sinalizado, então houve essa preocupação. Outro fator grande, de que-que foi preocupação do governo foi no tocante à qualificação, porque não adianta eu ter uma infraestrutura... ter uma boa, uma boas equipamentos hoteleiros na área privada, os hotéis de Fortaleza eu considero que são hotéis muito bons, e não ter uma mão de obra qualificada, nós tivemos um-uma proposta muito grande, onde qualificamos quase doze mil pessoas, tanto profissionais da linha direta, como os empresários, porque a gente tem sensibilidade de que esse empresário precisa ser recapitado também, porque ele o-o empresário ele é capacitado, ele tendo a consciência do profissional dele sendo capacitado, ele vai atender melhor o turista, e esse turista já vai sair satisfeito e vai sair a propaganda boca a boca, que tem uma uma... repercussão muito grande.

19. Pesquisador: O que vem à mente quando você pensa, lembra nos discursos provenientes dos setores administrativos do turismo? Quais são os discursos, por exemplo, da secretaria de turismo?

20. Cristiano: hummmmm, mais especificamente o que que você quer sa/ assim, como é que você/ qual que seria, num tô entendendo assim especificamente o que você quer dizer com esse discurso [o que é que/] da SETUR.

21. Pesquisador: O que é que-que-que que permeia, né, a vi-visão, né, o que é que representa a visão.

22. Cristiano: Não, a nossa [quando a gente fala em opiniões] a no/ a nos/ a nos/ [visões das coisas a gente fala em discurso] pronto, não, tranquilo, é, na realidade n-num é nem, eu poderia nem dizer que é seria discurso, mas assim, quais as nossas premissas, a gente/ a gente quer/ o que que a gente deseja pro estado do Ceará, um desejo [uhum] a gente deseja que o estado, nós estamos fazendo essa questão das infraestruturas, nunca nenhum outro estado DO BRASIL é, vem investindo na atividade turística como o estado do Ceará vem investido nesses últimos anos, então a gente acredita nessa atividade, a gente aposta e acha que a salvação do estado do Ceará realmente é se ver toda a economia o turismo e em parceria com a iniciativa privada, com o trade turístico, com todos os parceiros, que é o turismo do estado do Ceará ele seja consolidado nacional e internacionalmente, porque a gente sabe que é uma entidade que tem uma concorrência acirrada, principalmente no Nordeste, porque tem essa peculiar/ peculiar essa questão da seca, então todos os estados brigam em relação as suas belezas, e atuação de-de-de fluxo turístico, então assim, a nossa visão é essa, é de realmente que o estado teja estruturado, que o estado teja qualificado (ininteligível) na mão de obra, tanto oo empresário como o profissional da linha de frente, e trabalha fortemente naessa questão da promoção, a promoção do marketing, do merchandising, fortemente a gente trabalha, vem desenvolvendo ações de promoção e captação de novos (ininteligível) como eu falei, a questão da acessibilidade é importantíssima para que a gente tenha uma demanda maior de turista pra o nosso estado.

23. Pesquisador: Essas premissas que você falou, na verdade é, né, acaba sendo um discurso, ééé, você acha que é absorvido pelo trade de um modo geral?

24. Cristiano: Com certeza, com certeza, eu nunca/ eu-eu-eu já estou na secretaria há dezenove anos e eu nunca tive uma percepção tão grande desse envolvimento do trade, do empresário, principalmente você percebe isso claramente, muito FORTE nessas regiões mais q-que que explora mais essa atividade [uhum] nós temos cento e oitenta e quatro municípios no estado do Ceará, e nós consideramos turístico ou potencialmente turístico apenas oitenta e cinco, porque

nnn é impossível a gente trabalhar com cento e oitenta e quatro municípios, assim a gente sabe que isso não existe, desses oitenta e cinco, nós temos grandes municípios, como Fortaleza, LÓGICO, que é a capital, a gente tem sin/ está sentindo muito forte essa parte do empresário, essa preocupação, esse debate, esse-essa reunião de fórum, e principalmente d-do pessoal do litoral leste, do litoral oeste, o pessoal da região do Cariri são FORTE, os empresários se juntam, os secretários municipais, então o público e o privado tá cada vez mais de braços unidos buscando a-a melhoria da sua região ou de seu município, para que o Ceará como um todo tenha essa esse ganho, né, então eu nunca percebi tanto essa/ com tanta CLAREZA essa proximidade do setor público com o setor privado.

25. Pesquisador: Existe alguma dire/ diretriz específico, MACRO que a secretaria de turismo é passa para o trade de um modo geral? Alguma visão, tipo, tem aquela missão, tem uma visão MACRO, existe alguma coisa nesse sentido?

26. Cristiano: Olha, a-a-a a nossa/ o que a gente passa sempre pro trade é essa questão de trabalha/ é-é desenvolver ações conjuntos, né, até pra minimizar valores e minimizar trabalho, né, então não adianta a SETUR trabalhar sozinha dentro da sua dentro do seu ambiente aqui sem ter esse discussão, sem ter esse diálogo com o trade, né, principalmente com a secretaria municipal do município, né, onde também tá muito forte, estão muito atuante agora, né, então a gente tem sempre esse contato pra que a gente possa unir as forças e a gente ter u-um resultado maior co-com menos custos e com menos retrabalho, né, num tava fazendo trabalho em duplicidade, né, a secretaria fazendo o mesmo trabalho que a municipal esteja fazendo e vice e versa, e do mesmo jeito para as do interior também, a gente tem essa coisa da interiorização muito forte, onde a gente se preocupa MUITO com com esses destinos turísticos do interior, né, tanto é que nós temos programas voltados a interiorização, nós temos o PRODETUR no/ o PRODETUR nacio/ tivemos o PRODETUR Nordeste um e dois, onde foi beneficiado toda aquela região do litoral oeste e agora nós estamos com o PRODETUR nacional, que nós estamos beneficiando três regiões, o litoral leste, o Maciço e a Ibiapaba, né, então a gente tem sempre a-a-a questão das discussões, de um diálogo todos juntos de/ éé seria palavra que não tá vindo pra minha cabeça aqui agora uma coisa não compartilhada, mas... que todos se preocupa com essa atividade juntos, tem essas discussões, a gente discuta quais são as problemáticas, quais são as soluções daquela região ou daquele município SETUR, privado e o municipal local.

27. Pesquisador: E as pessoas desses municípios é, principalmente do litoral, que é a área que eu vou mais tratar, incorporam isso, entendem isso?

28. Cristiano: Entendem, com certeza.

29. Pesquisador: Dão feedback em relação a isso?

30. Cristiano: Não, em/ entendem sim, e assim além disso, também o que eu acho que seria interessante falar é que além do-do governo do estado, as-as prefeituras municipais, éé o empresários/ os empresários do setor de turismo, lógico que nós temos grande parceiros que também têm nos ajudado bastante, o SEBRAE é um parceiro armaria imprescindível, né o SENAC também com certeza, cada um com a sua expertise, o SEBRAE é muito vocacionado/ lógico que o SEBRAE ele é do lado do empresário e o SENAC do lado do profissional da atividade do turismo, pessoal da linha de frente, então a gente tá tendo esses dois parceiros também que têm andado com a gente também de mãos dadas e que têm nos ajudado bastante, pra cê ter uma ideia, uma iniciativa dos próprios empresários, né, que antigamente, há uns anos atrás é o empresário ficava muito naquela questão do comodismo esperando que oooo órgão gestor a secretaria estadual de turismo, que fosse po pro seu município, pra sua região desenvolver aqueles destinos, desenvolver produtos pra lá, pra cê ter uma ideia, o pessoal do litoral leste, os empresários juntaram e estão formando agora um-um ROTEIRO um roteiro que vai ser um roteiro espetacular que vai sair de Aquiraz vai pegar todaquela região ali dos municípios do litoral leste, vai de-de Aquiraz a Fortim, é a rota das falésias, né, esse roteiro já tá/ já tem sido é propagado por aí, ainda não foi/ nós estamos ainda em fase de formatação mas isso ooo governo do estado tá lógico incentivando, tá participando de todas as discussões, maas é uma coisa que partiu do empresário, então eu acho muito importante/ eu acho isso muito rico, eu nunca tinha visto isso durante os dezenove anos que eu to dentro da SETUR, sempre partia do órgão público pra chegar neles e eles absorvia ou não essa ideia e agora tá/ a gente percebe que tá vindo o contrário, tá vindo da iniciativa privada pra dentro do órgão público, e a gente assume e ajuda esses parceiros a desenvolver esses produto.

31. Pesquisador: Certo, éé, entendendo assim uma uma voz mais mais firme, mais forte dentro do cenário, né, quando a gente, por exemplo, fala de receptivo a gente sabe que... o Ernani, né, é o receptivo de referência, ele quando a gente fala em em receptivo do estado, a gente sempre remete a-a empresa do Ernani, né, que é uma empresa GRANDE, uma empresa de referência e a gente entende, por exemplo, a

opinião do Ernani como uma opinião importante do mercado [lógico, lógico] uma opinião que se sobressai no mercado/

32. Cristiano: É, principalmente que é um profissional que tá na linha de frente, né [é/] mas os profissionais da linha de frente, ou o que tá/ que tem contato direto com o turista é que realmente tenha capacidade de uma de um de um retorno muito maior até pra sua pesquisa aí nesse sentido.

33. Pesquisador: Dentro desses cenários, quais o discurso você atribui como mais influente no turismo no estado?

34. Cristiano: O-ooo/

35. Pesquisador: De um modo geral [de um modo ge/] assim, eu só fiz uma citação de um receptivo, mas quando a gente fala no estado inteiro, qual é o discurso mais influente? Quem se sobressai? Qual é a voz mais ouvida, a fala mais ouvida, a voz mais seguida, a fala mais seguida?

36. Cristiano: Olha, hoj/ hoje nós tamos assim [é o da secretaria?] eu-eu diria que s/ da secretaria de turismo sim, por que, porque nós nós nós somos o, como você deu o exemplo aí da-da-do receptivo, a gente num fica ligado somente a-a questão do receptivo, nós tamos, nós temos assim uma influência dentro da alojamento, dentro da alimentação, dentro de todas as atividades pri/ pri/ característica, o alojamento, a alimentação, o guia, nós temos assim uma u-uma forte contato com o pessoal do sindicato dos guias, tão sempre aqui com a gente, tentando resolver, sanando algumas discussões, alguns problemas, e assim de uma de uma forma GGGENÉRICA eu diria assim da SETUR, porque você sabe até que você trabalha na área, você é guia e você sabe que o turismo ele se transforma muito rápido, né, então assim, a gente não pode ter dizer que por exemplo o receptivo tem a voz mais ativa porque ele tem o-o perfil dele, ele tem aquele parâmetro até onde ele vai, até onde ele pode chegar, e nós sabemos que muito é/ a/ é/ devido a essas transformações hoje muitas pessoas, com o advento da internet, da tecnologia, muitas/ muitos profissionais, eu digo, eu vou dar o exemplo por mim, quando eu vou pra algum país ou algum estado que eu não conheça, através da internet eu já conheço tudo, eu já vo-vou fazendo todo o-o meu roteiro e quando eu chego naquele destino, em alguns casos, a gente não utiliza mais nem agência de viagem nem receptivo, você acaba, pela questão até do econômico, de você você não utiliza mais alguns serviços, tá entendendo, e você também deve (ininteligível) você como guia turístico também essa essa re/ deve ter tido uma retração, como eu [uhum]

percebo claramente no mercado, que houve essa retração justamente pelo advento dessa tecnologia, que você com um iPhone, você com esses mapas Google Map, você chega em qualquer canto, então você não utiliza mais aqueles profissionais que era da linha de frente que há dezoito, quinze anos atrás tinha uma-uma-uma uma... referência muito maior do que hoje, né, que hoje o turista tá mais livre, tá mais solto, então ele se/ acaba ficando mais mais... como diria... mais sozinho, né, nas excursões dele, na busca dele do quando ele chega no estado do Ceará, né, ele num usa/ lógico que tem os que u-utilizam o guia, lógico, tem que usar, mas tem aqueles que são mais liberais, que eu diria assim, a palavra não tô com a palavra adequada agora na-na miha fala, mas seria mais ou menos isso aí.

37. Pesquisador: Você citou o mais influente, tem algum menos influente? O mais influente seria a secretaria.

38. Cristiano: Não, eu diria/ não-não-não, na realidade não nem seria só a secretaria, é como eu to te falando, somos um conjunto, né, eu acho que num existe nem um mais nem um menos, eu acredito que assim, o fórum, o fórum... o fórum tá muito forte, o Pedro Carlos, que é o presidente agora do-do-do-do fórum, ele é uma pessoa também que tá conseguindo fazer GRANDES transformações, GRANDE mudanças, né, então assim, através do fórum não só/ quando eu digo o fórum, não o fórum, o Pedro Carlos, citei o nome porque ele é presidente [tá bom] mas eu digo o fórum por si só, o fórum tem gerado, tem aberto, algumas discussões, né, agora recentemente, tivemos na-na assembleia legislativa que foi puxado pelo fórum, a questão da segurança pública, onde ele levou os os órgãos de segurança pública, para uma discussão, como seria feita uma discussão pra que o turista se sentisse mais seguro dentro do nosso estado, então são esses mecanismos, esses agentes, ess/ aqui que realmente tem grande força dentro do estado, tem grande voz, então eu não diria que tem mais força e tem menos força, eu diria que no global acho que nnnn todos tem força, a partir do momento que você fala até o cidadão comum, ele fala, ele dá uma contribuição para que o turismo melhore, né, desde que seja uma crítica que a gente pode realmente ace/ (ininteligível) até ser uma crítica, não só elogios, lógico, que ninguém vive só de elogios, pelo contrário é a crítica que a gente consegue enriquecer aquilo ali e ver o que nós estamos pecando, onde é que estamos errando, pra quea gente minimize o-ou acabe com aque/ com aquele problema, mas assim eu acho que até um cidadão comum, o próprio fortalezense, tudo o que ele disser ele tem que se/ ele tem que é

ele tem que se ouvido, e tem que dar atenção naquilo ali que ele tá falando, porque hoje uma das grandes é dificuldades que eu percebo também é assim, que o fortalezense por si só ele ainda não tem noção de que o se/ eu to falando de Fortaleza porque é um uma realmente onde o turismo se concentra e daqui se descentraliza, né, mas no ceará como um todo a-a população ainda em si ela não tomou ainda, ela não tem a noção de que hoje nós somos um estado, uma capital TURÍSTICA e que a gente tem que valorizar o turista, ele é o nosso visitante, a gente tem que tratar bem esse visitante pra que ele fique feliz, pra que ele goste da nossa cidade, saia falando bem, que ele retorne nas próximas férias, na primeira oportunidade, indique o nosso estado, então assim eu sinto também que existe esse movimento da-da-da população local, do estado e dos municípios dos destinos turísticos.

39. Pesquisador: Éé... quando se pensa no turismo e sua prática, né, turismo e prática, o que acontece no dia a dia... qual é a relação entre o planejamento e a prática, entre planejar e executar, planejar e fazer?

40. Cristiano: Olha... na realidade, é o-o-o-o o planejamento ele é feito de mão dadas, isso a gente tem procurado muitoo trabalhar, como eu falei já anteriormente, trabalhar o-o público e o privado, o estado com seus empresários, com seus representantes através dos fóruns que tem o sindicato dos guias, tem o sindicato do-do-do-do doo sindieventos, tem a ABH, tem todo aquele pessoal todo, tem o trade todo, compõe todo o trade, então assim, na hora dos planejamento a gente procura desenvolver ações conjuntas, é como eu disse, pra que não fique aquela questão do retrabalho e a questão de minimizar valores, (ininteligível) cursos pra quando a gente for desenvolver ações... tenha sempre essa questão, essa preocupação, então assim, eu acredito que sim, que a gente tem tido um bom entrosamento, um boom uma boa vivência, tanto do público como do privado, essa questão do planejamento e essa questão da execução.

41. Pesquisador: Entre o que é planejado é o que execu/ o que é executado, eu vejo muito muitos números, né, proveniente da secretaria, numa estatística se você puder falar, se você tem assim como base o que se planeja e o que se executa, fica em quantos por cento?

42. Cristiano: O q/ o q... porque o seguinte, o que/ o que se planeja o-o-o... o que se planeja, oo oo que se planeja e o que se executa, porque na realidade o seguinte



nem sempre aquilo que se planeja é ele vai pra ele vai pra executado [por quê?] né, mas o que se vai pra execução ele é executado cem por cento.

43. Pesquisador: E por que que não há/ há esse vácuo entre planejamento e prática?

44. Cristiano: Não, EXISTIA, como tô te falando, existia, existia existia muito essa prática até dois mil e sete, por exemplo, nós tínhamos um projeto que era um projeto chamadoo é Fortaleza Atlantis, era um projeto de governo da época do Lúcio Alcântara, se não me engano ou era época Tasso Jereissati, assim de cabeça não me lembro, que foi um projeto de que era um projeto que ia criar como se fosse um ícone para Fortaleza [uhum] te dar um exemplo, então foi um projeto que foi montado, foi bastante falado na época e esse projeto não saiu do papel, tá entendendo, e assim, então quando eu quis dizer que nem tudo que se planeja é executado, foi nessa questão desse projeto, que era um projeto grande, forte de acontecer, de dois mil e sete pra cá, tudo que se foi planejado, tudo foi executado, ou está em fase de implantação, né, a exemplo o centro de eventos, a exemplo da da da daquelas minorias da-das estruturantes das rodovias das CEs, né, do aquário, que tá sendo/ foi planejado, que está em execução e de todas as outras obras que nós planejamos, foram todas executadas ou estão em fase de execução.

45. Pesquisador: É, no planejamento dos destinos... principalmente os litorâneos, né, mais uma vez me/ (ininteligível) refere-se muito ao-a litoral... qual a participação da população na implementação, na opinião, na gestão desses empreendimentos?

46. Cristiano: É como eu te falei, né, eu-eu acho que a-as populações desses destinos turísticos eles precisam ter um envolvimento maior, né, porque... por exemplo, Jericoacoara e Canoa Quebrada, né, a gente percebe claramente que algumas discussões do da população local com o turista, né, tem sempre aquela questão que a gente vê volta e meia algumas discussões nesse sentido, de que a população num-num-num compreendeu ainda de Jeri/ da exemplo de Jericoacoaram, que é um destino internacional, e claramente a gente percebe isso, de que a população e o e o trade e o poder público não se uniram, esses três... esses três elementos e eu acho que isso é primordial para que o destino ele seja, né, ele seja qualificado e-ele seja qualificado, ele seja um destino que realmente o turista vai sair de lá satisfeito, porque quando a população ela não está inserida ela acaba distratando aquele turista e isso não é legal, isso você perde toda uma imagem que você gastou, toda a estrutura que você investiu no estado, toda uma

questão de-de qualificação que cê investiu no seu profissional que trabalha realmente com o turismo, e quando a população ela não está inserida, ela acaba naquela coisa de achar que o turista é um intruso, então isso aí ainda precisa ser melhorado e muito ainda.

47. Pesquisador: Ee, por que que você acha que ela não se insere? Tem algum motivo, al/ vê, consegue ver, enxergar por quê?

48. Cristiano: Não, no particularmente, eu acredito que precisaria, né, de-de campanhas campanhasss... campanhas de mobilizar essa população, tá entendendo, eu acho que precisaria sim de uma campanha ser trabalhada somente a níveis locais nesses destinos turísticos, a nível de prefeitura, de município, né, que essa população ela seja ela seja inserida, participe, porque nenhum momento e-eu acho assim o-o-o grandeee alento da população é no sentido de que e-e... nem sempre ela vai poder empregar toda aquela população na-na sua atividade, então quando ela não tá empregada, ela se sente fora [aham] daquele-daquela espaço daquela atividade, então ela começa a ver com outro olhar, né, então assim, eu acho que campanha, mobilização e sensibilidade dessa dessa população para uma atividade do município dela, que vai gerar emprego e renda, mesmo que ela não esteja inserida, ela veja que ela tem que tratar bem o turista.

49. Pesquisador: A gente falou em discurso e falou em turismo, em relação aaa a área que você representa aqui, na verdade, a secretaria, né, éé existe alguma... alguma coisa que você gostaria de colocar em relação ao discurso, em relação, né, ao que nós/ e-essa relação discurso, turismo e secretaria, tem alguma coisa que você gostaria de colocar?

50. Cristiano: Não, o que eu gostaria de colocar no sentido de de que hoje o turismo no Ceará, graças a deus, a gente tem percebido nos números, nas estatísticas, que não são estatísticas da SETUR, que eu gosto muito de frisar isso, porque, por exemplo, agora recentemente mesmo nós tamo falando de uma crise, não a crise no Ceará, mas uma crise a nível de Brasil e mundo, principalmente na Europa, e a gente percebe que, por exemplo, recentemente, semana passada, saiu um dado do Ministério do Trabalho e Emprego, onde tem falado muito essa questão do desemprego, todo dia você vê na televisão essa fala do desemprego, esse discurso da desemprego ee aquilo que te falei no começo, setenta por cento do PIB do estado é serviços e mostrou que, nos últimos doze meses, o Ceará ele teve um saldo nnnno número de emprego de catorze MIL empregos, esse saldo desses

últimos doze meses, enquanto os principais concorrentes que foi/ que é nossa principais concorrentes do turismo no-na região, que é a Bahia e o Pernambuco, ficaram com deficit, ficaram em negativo em quatro mil e trezentos e três mil setecentos e noventa e oito, respectivamente Bahia e Pernambuco, então você mostra que isso é muito positivo, quer dizer, que o Ceará o está aquecido que, por exemplo, agora nas pesquisas recentes, o Ministério do Turismo fez agora em abril, lançou agora em abril, devido essa questão do dólar, essa dificuldade de-do pessoal tá pra viajar pra fora, o brasileiro resolveu viajar dentro do próprio país, né, que eu acho também são muitas coisas que também não a nível estadual e federal, mas teria que ser feito isso de/ nós temos muitas belezas, muitas coisas lindas em nosso país e a gente prefere conhecer o país dos outros, enquanto que/ a gente tem também que trabalhar a movimentação dentro do próprio país, e assim setenta e três por cento, setenta e dois vírgula alguma coisa pretende viajar dentro do próprio país, desses uma média de quase quarenta e dois por cento preferiu o Nordeste, ou seja, é um número bem representativo, né, de setenta por cento, quarenta e dois quer vir pro Nordeste, isso é um valor expressivo, e a-a-a-a CVC mostrou agora também, to falando de dados dados secundários, num é a SETUR que desenvolveu, né, já que você (ininteligível) falar de dados a-a CVC mostrou agora que pra essa férias, pra esse-esse alta estação de julho, o destino Fortaleza foi o segundo mais barato do Brasil inteiro, ou seja, isso é uma ação daquilo que a gente falou no começo, o empresário começando a se conscientizar dessa questão que a gente tem que promover o estado, tem que baixar os preços pra atrair os turistas, pra ser competitiva, tem que ser o preço mais baixo que nossos concorrentes, né, e além disso... nós já pa/ ultrapassamos em nível de-de-de Ceará como um todo, já ultrapassamos a casa dos três milhões, três virgula dois milhões de turistas ano passado, ee um impacto de onze por cento no PIB, uma atividade turística hoje no estado do Ceará tem um impacto de onze por cento, ou seja, é BEEM representativo, né, nós já temos uma média de cento e setenta e oito mil pessoas trabalhando diretamente, carteira formal/ formalizada, dentro com a atividade turística no estado, então é tudo isso que eu acho com essa nova infraestrutura, com essa questão da-da-da-da reestruturação da-da-da das macroestruturas como centro de eventos, onde eu falei que mudou totalmente uma realidade de uma capital, de um estado, onde nós temos atraído GRANDES eventos, que anteriormente a gente não tinha condições e esse equipamento aqui foi um divisor,

ele foi um divisor bastante nno turismo, que mudou essa-esse perfil desse turista desse Ceará, além de outras segmentações, como o turismo de esporte e aventura, nós temos um litoral, nós temos um vento propício pra isso, nós temos campeonatos mundiais aqui no Ceará, e outra segmentação que tem sido bastante explorada esse turismo de esporte e aventura, né, então tudo isso nesse contexto do Ceará, eu vejo como um bastante si/ positivo onde todo munto tá se falando de crise, e como volto a te falar, o dado do Ministério do Trabalho e Emprego tá mostrando que o Ceará tá na frente aí de todos os estados do Nordeste, né, com... com valores bem-bem-bem bem interessante, bem significativo, e essa busca que o site o-o-o ho/ aquele site o-o hotel urbano mostrou que em Fortaleza tá também segundo no ranking dos mais procurados pra essa alta estação de julho, então são todas números favoráveis que mostram que Fortaleza, nós tivemos ano passado a Copa do Mundo, onde nós tivemos seis jogos aqui no Ceará, aí nesses três jogos, grandes jogos, só a seleção brasileira teve duas vezes aqui no Ceará, onde você tem uma repercussão no mundo inteiro, tivemos a seleção da Fra/ da Alemanha, do México, né, então agora falar em México, porque na época do-do México nós tivemos um cruzeiro que veio cheio de mexicanos, esse outro terminal é outra infraestrutura, outra obra de... que vai também vai dar um novo, um novooo, como diria... um novo FORMATO também, porque o turismo de cruzeiro tá começando/ Fortaleza começou a entrar na rota dos cruzeiros marítimos, então é outro equipamento também que vai ter um grande atrativo pra nosso estado, e posteriormente com o aquário pronto, aí pronto, nós vamos ter um equipamento ímpar, singular no país inteiro, que com certeza ele vai ser um grandee fator de atração de turistas, de-de investimento, de-de/ e sem falar também da questão do hub que nós estamos brigando também, né, você tem vido aí recentemente na-na imprensa que o fortalezense tá competindo aí com-com Natal e Recife, e nós temos aí a-aa esperança de que a gente consiga trazer esse equipamento do hub pra o estado do Ceará, e vamos ter um novoo/ aí sim, que aí o turismo vai tá cada vez mais consolidado, aí ninguém mais segura o estado do Ceará, né.

51. Pesquisador: Cristiano, a gente considera, né, quando a gente fala em desenvolvimento sustentável, a gente fala de um tripé, né, é consensual isso, que é desenvolvimento econômico, desenvolvimento social [e ambiental] que a gente diz equidade social, né, e ambiental, né, é o tripé [e eu colocaria o político também, porque quando tira o político/ eu gosto muito do político, mas tudo bem] é-é isso é o

é o é o que se fala de modo geral, né, ééé qual a sua opinião em relação à área ambiental e desenvolvimento sustentável no Ceará?

52. Cristiano: Olha... como eu te falei, nós temos aí a... alguns macro programas, nós temos com um produto nacional que tá atingindo as três regiões, que eu já falei, litoral leste, Ibiapaba e Maciço, e com certeza to/ um das componentes forte é justamente essa questão da preservação, da valorização do destino, da preservação ambiental, certo, a questão d urbanização, questão de saneamento, nunca, né, nenhum e-e-eee nenhum estado, por exemplo, Porto de Galinhas não tem, é-éé Ilhéus não tem, e o estado do Ceará tem se preocupado com os nossos destinos turístico, como Canoa, como como Jeri, como Porto das Duna, como Cumbuco, essa parte de saneamento básico, então é uma preocupação constante da SETUR, todas as obras/ nós temos obras de preservação ambiental, nós temos obras de-de revitalização, então... nós temos forte em todos os nossos programas, estamos com o PRODETUR, nós estamos com a CAF, que atinge dezessete localidades no litoral oeste, então todos esses dois programas, os macro programa hoje do estado, TODOS eles têm... têm-têm essa preocupação do social, né, que nós temos inclusive na CAF um componente que pra mim, eu tô aqui há dezenove anos, se esse componente depois de pronto pra mim vai ser uma das maiores LEGADOS que o turismo no estado do Ceará vai deixar para para as populações, que é justamente um componente onde nós vamos é RESGATAR nesses destinos, nessas localidades a questão da culinária que foi perdida, do artesanato que se perdeu, porque a gente sabe que tudo isso vai se passando, a-aaaa os JOVENS não quer mais perder tempo com a aprender aquela aquela atividade, aquele ofício que o pai, que vem da-dos avós, né, quer vim pra capital, quer arranjar um emprego aqui, então a gente quer justamente resgatar isso, nessas comunidades, nesses dezessete destinos vai ser contemplado com essa componente, a questão da gastronomia, a questão do nosso artesanato, a questão cultural, das DANÇAS, das MÚSICAS, então tudo isso do realmente, eu acho que pra mim o componente vai ser um dos maiores legados que o estado do Ceará, o turismo vai deixar para os destinos para os próximos anos.

53. Pesquisador: Ééé... de alguma forma, né, essa é mais uma... uma visão mesmo, considerado esse desenvolvimento sustentável nesse tripé, é desenvolvido de alguma forma no setor do turismo no estado? E o que faz você ter essa opinião, né, qual a sua opinião e o que faz você ter essa opinião.

54. Cristiano: Não, ééé é tudo isso que eu acabei de falar, né, assim, nós não/ nós temos que pensar/ não pensar no turismo só hoje, pelo contrário, nós temos que pensar no turismo amanhã, se se eu não me preocupo com a questão das nossas dunas, com a questão das nossas/ a questão do sa/ ééé sanitária, essa questão de... falta de-de saneamento, essa questão de LIXO, e tudo isso, nós vamos perder esses destinos, nós vamos perder é aa galinha dos ovos de ouro, então nós não vamos se sustentar nunca, então a SETUR tá... tá/ o governo do estado, a secretaria estadual do turismo, todos os nossos programas nós temos nós temos componentes voltada pra essa questão do meio ambiente, nós tamos/ nós temos a preocupação e nós samos fazendo AÇÕES pra que não tenha esses problemas futuro, como te falei, outros destinos por aí que já estão se-se-se-se gastado, porque eles não tem/ tão tendo essa preocupação que o Ceará tá tendo, Ceará partiu na frente, com essa preocupação de-de da manutenção, da preservação do meio ambiente, questão de dunas, de lagoas, de-de-de-de-de... de preservação do-da flora, da fauna, essa questão toda, principalmente ali na região do Maciço e tudo, então a gente tem, nossos programas a gente contempla sim, nós tamos sim, acho que nós tamos com essa preocupação sim, eu acho que... que poderia seguir até como referência pra outros estados.

55. Pesquisador: Existe... ou não existe, né, alguma disparidade entre o que se fala, mais uma vez os discursos que a gente considera, e as práticas, em relação ao desenvolvimento sustentável no estado?

56. Cristiano: Não, não, pelo contrário, aq/ e-eu diria nem que aqui a gente faz e depois fala, tudo que eu to te falando, são todas ações que elas estão sendo colocada em prática, né, ela-ela elas elas tão sem/ tão em execução, elas tão todos esses programas já estão no meio do seu do seu, né, do seu tempo, né, que um programa desse, como o PRODETUR nacional, como a CAF, ela tem início, meio e fim, então todas já estão no sei MEIO, então já tamos pa/ alguns já estão até finalizados, já estão já indo nessa parte de finalização, então assim o que a gente diz é o que está sendo executado, né [certo] a gente não diz promessas e num fica nessa/ porque quando você discursa, e não é executado, pra mim é promessa, assim/

57. Pesquisador: Qual a relação desse... desse aspectos que você tá citando, você citou os planos, e, por exemplo, você citou a CAF, né [uhum] e e-em relação ao PDITS?

58. Cristiano: Olha, o PDITS ele-ele são/ ele/ todos esses programas principalmente nacional ele-ele ele exigia que fizesse um PDITS, né, porque (ininteligível) o PDITS, você consegue fazer ações pra-pra que se resolva a-aquela, mitigar ou resolver aquelas problemas que foram identificados nesses-nesses estudo, né, então nós temos sim, nós temos realizado vários PDITS... vários PDITS sim, oooo pessoal possa até depois te apresentaaar o pessoal do PRODETUR, e eles pode te até te dizer mais com mais clareza quantos tem realmente pronto e quantos estão ainda em fase de desenvolvimento, mas temos essa proporção constante do PDITS.

59. Pesquisador: Então há uma... (ininteligível) o PDITS de um modo geral e a execução dele está em andamento?

60. Cristiano: Estáá dentro e tá em consonância.

61. Pesquisador: Certo, ééé qual a sua opinião é sobre a administração do turismo no estado?

62. Cristiano: Olha, eu acho que em cima do que eu já falei você, ééé perceptível, que a minha opinião é aa, né, ééé tanto é que eu aposto e estou nessa atividade, me especializei como você também tá se especializando, cê é da atividade, cê também tá tá se/ e eu acredito que o profissional ele num vai se capacitando e se aprimorando dentro de uma atividade que ele não tem uma credibilidade, então pelo contrário, eu acredito que o turismo eu realmente vai, é a é a nossa oportunidade da gente sair desse daquela história, já saímos aliás, hoje o turismo raé/ já é consolidado tanto nacional como internacionalmente, acredito fielmente, não consigo me imaginar fazendo outra coisa na minha vida a não ser trabalhar com o turismo, então eu acredito realmente que turismo é a bola da vez.

63. Pesquisador: Certo, existe algo que você gostaria de acrescentar em relação ao turismo e à sua prática social?

64. Cristiano: Nnnnn éé oo o-o na questão do turismo que eu que eu sempre assim friso é aquilo que falei já no-no meu no meu discurso aqui, éé no tocante... essa... envolvimento, eu acho que esses três elementos tem que andar juntos, de braços que seria o público, o privado e a comunidade, certo, então é uma das coisas ainda que friso muito, me preocupa muito, que é essa questão da comunidade, principalmente nesses destinos mais-mais que tem uma procura maior, tem uma vocação maior para o turismo, né, questão Canoa, Jeri e outros aí, então é não é uma coisa que eu to dizendo que tem um problema, mas é uma coisa que eu acho

que tem que andar mais de braços dados, que tem que ter uma uma relação muito mais próxima.

65. Pesquisador: Algo... que nós não discutimos em relação ao turismo, aos discursos, a suas práticas éé que você julgaria como relevante citar, alguma coisa que nós não discutimos... cê lembra de alguma coisa?

66. Cristiano: Não, eu acho que nós já acabamos de discutindo tudo, eu acho que nós falamos da questão da infraestrutura, da-da-da-da-da-das dos pilares, né, como eu disse pra você que a nossos três pilares foi a questão das infraestruturas, né, os aeroportos, as rodovias, foram ampliadas, foram criadas, foram implantadas, é, foram recuperadas, essa questão do centro de eventos, a questão do aquário, a questão da qualificação profissional empresarial, a questão/ acho que falamos toda essa questão de infraestrutura, a questão da promoção e do marketing, né, que a gente vem desenvolvendo muitas ações e muitos merchandising, muita participando de feiras, sempre e qualquer feira que tem de-de turismo no-no Brasil ou no mundo, Ceará tá lá com sua bandeirinha, que a gente tem que tá sempre representando nosso estado, nós fazemos muitas parcerias com a cooom... tanto é que hoje estamos fortemente com SETE voos internacionais, né, nunca o estado do Ceará esteve com sete voos ao mesmo tempo, né, e hoje nós estamos com os grandes destinos, estamos (ininteligível) voo direto pra Estados Unidos, praaa Alemanha, paaa Portugal, pra Argentina, pra Colômbia, né, então eu acho isso bastante significativo eeee a questão da qualificação ee do-do profissional e do setor que acho que ainda que precisa ser mais aprimorado, precisa ser mais trabalhada, porque o turista ele QUER ser bem atendido ee-ee ele sendo bem atendido ele com certeza ele volta e sai falando bem do nosso estado.

67. Pesquisador: Ok. É, pra finalizar, p/ como a gente tá numa secretaria, como é essa relação, por exemplo, quando a gente observa todos os planos nacionais de turismo, né, todas aquelas marcadas por décadas, todos aqueles planos, como se/ como é que se dá essa transição, essa incorporação, essa absorção, essa execução entre os planos nacionais e as a secretaria do turismo?

68. Cristiano: É é porque na realidade funciona funciona como uma assim o plano nacional ele é um plano guarda-chuva, né, e todas as secretarias eles têm que se nortear e seguir aquele planejamento nacional, porque até por questões de orçamentárias, né, então muitos recursos pra que a gente consiga realizar algumas obras, algumas... ações que a SETUR é-é planeja ela precisa de-de-de-de-de-de



recursos externos, né, e muito desses recursos vem de emenda parlamentar, vem de ve/ que (ininteligível) Ministério do Turismo e o Ministério do Turismo ele relamente ele só só... só ajuda, só faz liberação de recurso se você tiver cumprindo as diretrizes do plano nacional, então realmente todos os estados segue, né, têm que seguir, ou se não segue, tem que seguir, nós seguimos fielmente o plano nacional, né, e buscamos sempre tá dentro éé trabalhar em conjunto também, é um grande parceiro, nós trabalhamos de mãos dadas com o ministério, entramos em contato diariamente, praticamente, diariamente com o Ministério do Turismo, né, até pela questão do Cadastur, nós somos a questão dos prestadores de serviço turísticos, e outras questões mais de infraestrutura, então a gente segue sim o plano nacional.

69. Pesquisador: Ok, muito obrigado, Cristiano.

70. Cristiano: De nada, estou a disposição [a entrevista, viu], agradece e espera a contribuição aí pro seu estudo aí.

**ANEXO J – ENTREVISTA 9 – RODRIGO (JORNALISTA DA ÁREA DO TURISMO)**

01. Pesquisador: O nome, por gentileza.

02. Rodrigo: Meu nome é Rodrigo, sou jornalista é formado em comunicação social e pós graduação em... turismo pela un/ pela Unifor e também tenho tenho é-é-é complementação em relações públicas... mas eu tenho atividade no turismo há mais de... mais de trinta anos, que eu atuo na atividade mesmo... comecei como órgão público, né, partici/ fui... meu sogro que era... tinha uma uma atividade no turismo muito INTENSA, chamava-se Everardo Montenegro, chegou a falecer, e ele sempre foi uma pessoa muito focada com o turismo, ligada ao turismo, e me envolveu nessa nessa atividade, né, quando ele ele foi diretor da/ do órgão público da Empresa Cearense de Turismo, diretor de comunicação, ele ele não era jornalista, mas era uma pessoa agregada, era um profissional de relações públicas e tinha muita era-era-era a ligação dele com a comunicação, com meio de comunicação era muito forte, e aí me chamou pra trabalhar com ele como assessor da diretoria lá de comunicação e desde então desde então eu fiquei, permaneci e-e-e eee ele-ele-ele saiu porque e-era órgão, ele-ele-ele era um cargo co/ de governo, era diretor, ele saiu e eu permaneci e a partir daí eu comecei comecei a-aaa-a participar em vários várias éé setores dentro do órgão oficial do turismo, eee e aí me enveredei mais pela parte pela minha área específica que era a comunicação, fiz jornal, fiz jornal especializado em turismo, fiz guia de turismo, fiz... tudo dentro ééé [dentro da atividade] exercendo exercendo a função do-de-de-de funcionário do órgão e também do jornalista e começamos a-a-a agregar pessoas que também atuavam diretamente na área d-do jornalismo de turismo, isso José Mário Pinto, é ele era fo/ também era funcionário sa EMSETUR e-e era editor de turismo no jornal O Povo, tinha o William Benevides, então o-o/ se formou um grupo muito forte é-é éé ligado à atividade do jornalismo especializado em turismo, que aí começamos a criar... a se interessar e a interagir com entidades nacionais que que também congregava o setor... e aí nós criamos aqui no Ceará a AJOTECE, que era uma associação dos jornalistas especializados em turismo, que isso com base também no que existia também a AJOTESP, que era uma associação do turismo de São Paulo, e aí como a f/ como a gente viajava muito nã/ o-o-o tanto pelo órgão oficial do turismo, também como pela atividade de jornalista e aí a gente tinha essa essa vinculação ee... com essas entidades e aí criamos a AJOTESP/ JOTECE aqui no Ceará que

posteriormente foi o-o-o-ooo embrião pra se criar a ABRAJET, Associação Brasileira de Jornalismo e Turismo do Ceará que [ininteligível] nacional que ainda hoje existe ee eu/ eu juntamente com José Mário, Augusto Oliveira, entre outros, nós fomos fundadores da ABRAJET Ceará, criamos, eu fui presidente por três... por três éééé [gestões] vezes, três gestões e aí a atividade permaneceu e a-a-a a in/ a EMSETUR depois virou CODITUR, ee depois virou CODECE e terminou por ex/ e terminou por ser extinta, né, você extinta o órgão foi totalmente extinto e eu DESDE a extinção do órgão recebi convites da Aninha Ribeiro pra permanecer na-na Secretaria de Turismo, mas eu-eu-eu quis sair de órgão público e dar uma-uma-uma guinada... por mim mesmo desenvolvi/ mas permaneci sempre na atividade... a atividade relacionada ao turismo, ou seja, com-com os jornais onde eu... onde eu tive participação na Tribuna do Ceará, onde criei cadernos especializados, [ininteligível] tive participação no Diário do Nordeste através da coluna da-da-da-da dum caderno que a Sônia criou/ a Sônia Pinheiro criou chamada D era DNGente na época, ainda existe o caderno, e aí depois fui pro jornal O Povo, hoje sou colunista de turismo do jornal O Povo, fuíi correspondente de-de-do Brasilturis, que é uma publicação especializada em turismo é uma das principais e uma das mais circuladas do país.

03. Pesquisador: Éé... me fala, assim, na sua experiência, que que você acha dessa atividade? Uma opinião sua.

04. Rodrigo: Da atividade [do turis/] de coordenador?

05. Pesquisador: Do turismo, do turismo.

06. Rodrigo: Não, o turismo PARA O CEARÁ éé uma das principais éé-é-é vertentes da economia do estado, por quê, porque o-o Ceará não tem indústria, o Ceará num tem é-é quer dizer, existem mas é dentro da participação do PIB, ele... ele num gera riquezas que o segmento de serviços gera e nós temos o turismo que é a atividade mais forte dentro desse segmento de serviço e que dá suporte à economia do estado, então hoje o Ceará não vive mais sem o turismo, né, hoje o Ceará é-é-é tem-tem na-na-na nessa indústria uma vertente muito po/ FORTE do ponto de vista de empregabilidade, de-de geração de riqueza, éé e de manutenção da economia focada na atividade do lazer, né, e que também é-é não só do lazer que atu/ que há quatro, cinco anos atrás desen/ descobriu o segmento-segmento de... de turismo corporativo que-que são as atividades ligadas à indústria, a empresas, éé u-u-uma das principais das principais segmentos da-desse setor, hoje o/ ess/ esse é um turismo que-que não-não existe mais aquela questão da baixa temporada, n-num

existe mais, né, antigamente é-é-é como o foco era turismo de lazer, a-a-a parte dos outros segmentos, principalmente a hotelaria, ééé restaurantes, casas noturnas sobreviviam muito em função do-do de julho, dos meses julho e do final do ano, mas hoje o segmento de evento taí muito forteee é-é muito intenso, quer dizer, hoje a atividade turística do Ceará ela-ela ééé basicamente preenchida o ano o ano todo praticamente em função do segmento de eventos que agrega... e que... já inclusive ultrapassa os meses... os meses de/ que era/ que são vocacionados especificamente para o lazer, existem eventos que-que-que queee já compõe essa e-essa-essa temporada, tanto assim que... que o segmento de eventos é tão é tão é-é intenso que o governo [ininteligível] governo aaa empreender um equipamento que hoje é um é um símbolo para o es/ para a capital do Ceará e também uma referência nível nacional que é o Centro de Eventos, cen/ isso VOLTADO para aaa a condição de Fortaleza de-de ser de ser um destino de negócios e realizador de feiras e convenções.

07. Pesquisador: É qual a relação do se/ política, social entre o setor que você representa aí que é o jornalismo, né, a comunicação de um modo geral e a SETUR, por exemplo, as instâncias administrativas do turismo no estado?

08. Rodrigo: O-o segmento o segmento é-é-é de comunicação especializado em turismo, ele é ele é altamente é-é vamos dizer o PROPAGADOR das realizações do que acontece do setor no estado, a partir a partir da-da-da Secretaria de Turismo que tem éé não só mais, quer dizer, mais do Cea/ mais Secretaria do Turismo no estado ee mais recentemente a Secretaria do Turismo de Fortaleza elas são elas são geradoras desse processo éé institucional de promoção e que a gente atua na divulgação, atua é-é-é formulando... é-é-é a partir de das ideias que são lançadas, a gente faz um trabalho de divulgação não só local, mas como também nacional, então essa é a vinculação a vinculação do trabalho que a gente tem junto às secretarias, QUE TAMBÉM é a mesma que a gente desenvolve junto às empresas, que também são os hotéis que estão surgindo, são-são-são os eventos que estão acontecendo na cidade, então tudo tá agregado, tudo que acontece em torno da atividade turística, ou seja, gerada pelos órgãos oficiais de turismo ou pela iniciativa privada são objeto de divulgação a-a nível na/ local e nacional.

09. Pesquisador: Éé.. em relação aos discursos né [aos?] principalmente/ aos discursos, principalmente da SETUR que é o nosso órgão, né, maior de administração do turismo regional, né, e acaba vinculando ao local também, tem

alguma coisa que você lembra, né, quando a gente fala em discurso da SETUR, tem alguma coisa que sobressai que você lembra?

10. Rodrigo: Discurso seriam a-as ações?

11. Pesquisador: É, o que se fala, né, os discursos VINDO da SETUR, né, ou seja, o que se PROPAGA através da SETUR.

12. Rodrigo: É é o que o que/ ela foi criada, ela foi criada com essa finalidade de dar de dar suporte institucional, de gerenciar toda essa parte ééé não só/ a logística institucional do estado [urrrum] de or/ de ordenar e-e-e organizar todo processo o processo de-de-de deee turístico, né, do Ceará, é-é-é é de canalizar toda-todo-todo processo de-de ordenação dos-dos... dos vários núcleos de comunicação/ de-de-de de núcleos turísticos do estado... o que o que a gente observa aqui é que muita coisa é-é-é desenvolvida e pouca coisa é feita em função da precariedade dos recurso, ou então também de interesses de interesses é-é-é... que, vamos dizer assim, a nível de dez anos pra cá, eles passaram, a política passou muito a nortear as ações das secretarias do-do turismo, não só a nível a nível de estado, mas também a nível da prefeitura, então o que a gente vê o-o-o na minha concepção, são atividades desvirtuadas da-da-do-do vamos dizer assim, do foco central da atividade, porque pra angariar simpatia ou ga/ ou-ou-ou receber recursos, como os órgãos foram/ são órgãos políticos e muitas indicações eles-eles é-é-é favorecem muito essa-essa-essa questão da vinculação política do-do-do-do titular, né, isso... não a partir da Anha Ribeiro, vamo dizer da/ depois da Anha ééé não sei, acho que vem Raimundo Viana, d/ aí por último é-é que eu/ que NÃO TEVE essa-essa contextualização política assim muito... muito intensa, que foi o Alan Aguiar, mas depois do Alan a coisa desandou muito do-do ponto de vista é da-da-da ação política norteando a atividade turística no estado, então ééé é-é a gente viu aeroportos construídos em locais que ainda não tinham... não eram desenvolvidos do ponto de vista pra ser desenvolvidos imediatamente, do ponto de vista turístico.. né, lógico, muita coisa foi feito a nível de estrada, mas praças é-é muita coisa foi agregada à atividade turística e desvinculando da real necessidade do núcleo receptor, mas muitas vezes p favorecer politicamente a-a pessoas que foram indicadas ou-ou-ou até pessoas que iam VISLUMBRAR cargos públicos, né, no caso específico de Fortaleza, de Fortaleza eu acho que-que-que sempre desandou nessa história, né, os dois últimos secretários ou é-é-é tanto é o-o-o-o... vereador que hoje é presidente da câmara como o atual, pra mim, é um desastre do ponto de vista é de-de... de

ordenação, de pro/ porque que/ o que é que se pressupões, o que é que se que se espera de um órgão oficial do turismo, que ele seja ordenador do-do-do-da parte da-da-da... do núcleo onde ele atua do ponto de vista da-da ordem tu-turística que seja é-é desenvolvedor do ponto de vista da da promoção e seja articulador de... é-é vamo dizer assim... de... [ininteligível] todo o acervo turístico do estado, do município do caso de Fortaleza, então o que o que o que ocorre nessas duas últimas gestões é totalmente um desvirtuamento de tudo, então a gente não vê o-o órgão oficial do turismo atuando na-na-naquela atividade básica final que é a promoção turística do estado, você vê ééé aaa ééé pegando recurso pra promover praças, pra inaugurar praças, é-é-éé sem-sem ter a co/ contextuação da promoção turística, essa é uma... coisa que eu sinto que-que a coisa tá meio desvirtuada.

13. Pesquisador: É, você acha que, de um modo geral, ã, o que se fala, né, por exemplo, a gente vê um pronunciamento do governo, as pessoas falando, as pessoas do setor administrativo, de um modo geral, você acha que as pessoas que estão na cadeia produtiva... na basa... né, da EXECUÇÃO desses projetos ENTENDEM esses discursos?

14. Rodrigo: Sim, você fala com relação aos técnicos que atuam [sim, as pessoas] no local?

15. Pesquisador: As pessoas, nós que estamos na base, né, o-o-o-a pessoa do hotel, que trabalha no hotel , o guia de turismo, a pessoa que trabalha na barraca de praia, que tem um órgão que administra e é pra/ passado logicamente algumas diretrizes, comentam alguns-algumas diretrizes do estado, você acha que de um modo geral as pessoas entendem isso?

16. Rodrigo: Não, normalmente eles num tão muito/ eu acho que é-é existe o pessoal da base mesmo, eles num tão muito é-é-é eles num têm, eles num assimilam o que é feito, porque até porque o-o-o princia/ a principal a principal, vamo dizer, postura e um de um órgão se-se-se tem que ser a promoção, num é [urrrum] essas é a linguagem mais... mais fácil da base entender, mas eu acho que não chega a eles, eles não... não-não conseguem captar o que tá sendo feito a nível é-é-é seja promoção do destino a nível nacional, internacional, acho que não chega não chega a eles e-e-essa questão muito muito do-do-do-do-do que o-os representantes da maioria dos cargos públicos tão realizando, eu acho que não chega a eles.

17. Pesquisador: Existe uma falha na transmissão da comunicação?

18. Rodrigo: eu acho [porque] eu acho/

19. Pesquisador: Me parece que o que as diretrizes feitas deveriam ser passadas para as pessoas.

20. Rodrigo: É, eu acho que não há uma comunicação do ponto de vista [ininteligível] por que que/ que que o dirigente o-o-o secretário de órgão de turismo é quer, é que o nome dele ou que a ação seja propagada a nível de jornal, jornal, televisão, quanto mais ele aparecer melhor, principalmente se ele for político, mas essa essa é-é-é-é um/ FALTA, CARECE, eu acho que nem tem interesse disso, é direci/ é de direcionar PARA o segmento que TODA ENGRENAGEM, justamente todo o trabalho que tá sendo feito, acho que eles num têm muito interesse em passar, até porque... acho que eles nem... nem é-é-é se interessam por/ acho que eles não têm interesse, simplesmente não têm interesse em-em-em passar pra pra engrenagem que atua no setor, a não ser através/ o interesse deles é aparecer na mídia, só isso, eles eles num têm/ gra/ a grande necessidade pra/ eu-eu imagino que se/ pra eles seria até perda de tempo... né.

21. Pesquisador: Ééé... você a/ dentro dos órgãos administrativos, incluindo as secretarias municipal e estadual, dentro dos segmentos como o ABIH, enfim, [entidades] as entidades todas, existe um discurso mais proeminente, uma voz que é mais ouvida?

22. Rodrigo: Tem aquelas entidades que são mais mais fortes, mais representativas, né.

23. Pesquisador: E porque que elas são mais ouvidas?

24. Rodrigo: Porque elas têm/ são financeiramente mais é-é-é-é capitalizadas, hoje a principal entidade... do-do-do Ceará é a ABIH aqui, congrega mais de cinquenta hotéis, então a que tem a capacidade de, a (ininteligível) de-de-de converger to/ converger todas as todas as outras entidades em torno dela, porque ela realmente tem-tem é-é-é tem tem o maior peso, né, o maior PIB do turismo tá justamente dentro da-da-da-da ABIH. As outras entidades vivem vivem de-de-de vamos dizer assim, éé ações passadas, a ABAV, a ABAV é uma entidade que... que-que é-é-é-é vamos dizer assim, ela-ela é, ela tem sua, a sua história no contexto do Ceará, mas ela representa muito pouco do ponto de vista do receptivo, ela-ela-ela é uma entidade que que defende muito embora... muito embora isso entre entre eles, eles defendem muito aquela questão do-do emissor, que pra eles o interessante é vender passagem, isso num interessa, num tão preocupado com quantos turistas

chega/ vêm pra Fortaleza, nem trabalham nesse sentido, né, nem trabalham nesse sentido, então, eles/ e-e-existem essas entidades, aí f/ bo/ ao longo do período foram... o... éé a-acontecendo a a criação de outras entidades pra-pra tentar se a-a-aglomerar e a o tentar se se, vamo dizer assim, é SE MOSTRAR a importância dentro do segmento turístico, aí se criou éé o-o Fortaleza Convention Bureau, que tem o foco oo... ao meu ver hoje um pouco também desvirtuado, porque era pra ser só atuar na captação de ventos, mas hoje ele trabalha mais pra promover hotelaria do que propriamente pra-pra-pra fazer a captação de turismo, e outras entidades a que cuida especificamente da sua área, como a ABRASEL, como a da da própria dos jornalistas do turismo, e por aí vai.

25. Pesquisador: E tem alguma dessas entidades que você acha que deveria aparecer mais, mas que esse-essa-essa proeminência econômica?

26. Rodrigo: Não, eu acho que.. que... hoje-hoje você pra-pra ter visibilidade, você tem que ter cacife, você tem que ter, por exemplo a-a nossa entidade de jornali de turismo, ela é feita... v/ é/ dentro de uma forma voluntária, ela num tem ela num tem cacife pra bancar nada, ela-ela-ela/ porque ela num arrecada nada, ela nu-num/ então existem uma série de entidades nesse sentid/ o fórum de turismo que é manti/ que é... é gerido pelo pelo Carlos e pelo Edgar Sá, entidade que reúne... reúne segmentos do turismo pra discutir pra discutir eventos ea ea ea dis/ discutir umas ações do estado, mas num tem peso em NADA, num é-é-é é desarticulada, então nu-num resolve nada, apenas levanta uma questão, às vezes essa questão ela é, ela é propagada pela mídia, às vezes é maior parte é esquecida, mas num tem força, eu acho que nu-num tem nem o-o... c/ todas as entidades, até industrial, se você partir pra indústria, hoje quem manda é-é-é-é é a FIEC, que é a federação que reúne os maiores/ o maior núcleo econômico do-do-do-do PIB da indústria, e no caso do turismo é a ABIH... já a-a-a vamo dizer, da s/ da linha de... de importância é-é é vamo dizer assim ééé não só do ponto de vista econômico, mas também de importância desse setor, viria a ABAV, mas a ABAV o interesse dela é eminentemente o turismo exportativo, nu-nu-nu não s/ do ponto de vista PARA O CEARÁ, ela contribui muito pouco no-no... pra fazer um trabalho de captação, trazer um turismo pro estado.

27. Pesquisador: É, qual é o peso de uma estrutura política pra que um destino possa ser desenvolvido? Ou seja, é possível desenvolver o-um destino mesmo que ele tenha uma um recurso... paisagístico natural MUITO bom, SEM política?



28. Rodrigo: É lógico, olhe se for feito um trabalho trabalho técnico, né, voltado pra produção dum/ voltado pra articulação de todos os o-o-os atores do segmento, para treinamento, pra formação de mão de obra, praa... para atuar no receptivo assim é g/ lógico que pode se feito, por exemplo, eu defendo b/ que o Brasil não precisa de um ministério do turismo, a França num exi/ num tem ministério do turismo, a Espanha que recebe, são os dois países que mais recebe turismo, nu-num existe, então eles s-são são são órgãos n-n-n aqui no Brasil, que vivem como cabine de emprego, se você ti/ FIZER uma estrutura de promoção e ordenação dos segmentos e dá aos-aos municípios e aos estados a função é de promover, não existe, num precisa necessidade de um/ num tem necessidade de um ministério do turismo, então, lógico que... que... muita coisa pode ser tocada pela iniciativa privada, e-e-e- em treinar os se/ o-o-os seus profissionais, porque cabe a ela/ a medida que ela tem o melhor quadro de-de funcionários d-de funcionários de-de-de também de-de... de ordenamento técnico ou ela tem mais condição de sobreviver n-n-n-no negócio do que uma que não tem nenhum ne-nenhuma, vamo dizer assim, nenhum setor fortalecido de-dessa forma.

29. Pesquisador: É, na sua experiência, é, você anda pelo litoral, pelo estado de um modo geral, anda, né, enfim, todas essas instâncias, é, na sua opinião assim, em relação ao que você vê propagado, falado, né, discursado e a prática, o que que você acha?

30. Rodrigo: O-o Ceará o Ceará é um dos estados éé vamo dizer assim mais bem avaliado hoje do ponto de vistaa ééé do seu receptivo, né, muita coisa foi feito, muita coisa foi feito mas pela iniciativa privada, né, você vê o Beach Park hoje é um carro-chefe do-do estado e-e da cidade, o Beach Park é responsável por reter de um a dois dias um turista o que/ quanto isso corresponde pra cadeia do turismo, né [urrrum] seja pra hotelaria, seja PRO receptivo, seja.. pros restaurante, então... então tudo que foi feito/ o-o turismo do estado vive em função do que foi gerado pela iniciativa privada... a cadeia institucional ela pega carona ne-nessa-nessa história pra poder/ e-e às vezes até atrapalha, é e poderia se/ poderia fazer muito mais se fosse m/ se fosse constituído um trabalho mais técnico voltado pra divulgação... então... eu acho que/ só-só a tua pergunta era se ele/

31. Pesquisador: Em relação ao discurso e a prática.

32. Rodrigo: Pois é, ele/

33. Pesquisador: Há disparidades entre discurso e prática?

34. Rodrigo: Há, porque o o a política atrapalha muito, é um é um discurso é um discurso mais político e menos voltado pra promoção do setor e ordenamento/ e ordenação turística do setor, é mais é mais política, a-a-a meu ver a política atrapalha muito o-o a-a-a articulação e desenvolvimento dos órgãos oficiais do turismo no estado.

35. Pesquisador: Quando você fala em promoção, você fala em divulgação é doo do destino ou criação de infraestrutura... quando você fala em promoção?

36. Rodrigo: A promoção é a é a/ no meu caso é justamente é a divulgação do destino, com TODA, COM TODO processo PRONTO pra ser desenvolvido, você só pode diz/ é-é-é-é fazer promoção de Canoa Quebrada se lá tiver ss/ tiver atrativo, se lá tiver é-é tada todo aspecto receptivo ordenado pra-pra receber o turista e se tiver animação pra oferec/ então quer dizer a promoção ela-ela-ela-ela atua na minha concepção DENTRO do processo pronto pra pra [urrrum] captar o turista d-d-de fora pa um destino, num é se-se você éé vamo dizer vai lá em Lagoinha e vai dis/ vai divulgar só a praia sem ter toda a contextuação receptiva, aí pra mim não/ você num tá fazendo promoção, você tá fazendo divulgação de um de um aspecto mais... a promoção em si na minha concepção envolve o d/ é-é-é tudo que é f/ tudo que é você propagar é-é-é a beleza e a condição que aquele destino recebeu... (ininteligível) visitante, é recebendo turista.

37. Pesquisador: Ok, é, de um modo geral, você acha que as pessoas desses municípios participam efetivamente na elaboração ã desse planejamento?

38. Rodrigo: Num tem nenhuma participação, num tem, eles se/ eles se num tão num-num não alcança não alcança, nem-nem a parte técnica das prefeituras, nem as prefeituras têm têm pessoas qualificadas pra entender o que que significa turismo, na-não tem, ele/ se-se no estado, na capital, não existe a-a-a vamo dizer assim a influência política DENTRO desse contexto, NAS prefeituras a-a coisa é mais é mais intensa ainda, nu-nu-num tem, eles não alcança, num tem é-é para um secretário de turismo dum município é-é éé fazer turismo é promover é shows é v/ éé é o carnaval, é-é-é-é são-são-são coisas que independentemente aconteceriam se ele num tivesse lá, porque eles não/ eles num têm a noção do qué pra ser feito, até talvez por não se interessar.

39. Pesquisador: É e deveria acontecer, né?

40. Rodrigo: Deveria.

41. Pesquisador: Ok, em relação à ao aspecto do desenvolvimento sustentável, né, a gente considera desenvolvimento sustentável no tripé equidade social, desenvolvimento econômico e meio ambiente, em relação à parte ambiental especificamente PARA o estado, onde há umaaa é... uma divulgação maior dos destinos litorâneos, o que que você acha em relação àààà ao desenvolvimento sustentável, em relação à QUESTÃO AMBIENTAL, COMO tem sido desenvolvido no estado?

42. Rodrigo: Te-tem sido meio atropelado assim d-da questão a questão das barracas de praia, né, hoje ela-ela é ela-ela-ela tem/ elas ocupam uma área pública, né, ocupam, comercializam aquele aquela área, IMPEDEM a-as pessoas de transitarem às vezes dentro de um de um processo de-de-de livre acesso de/ COBRAM por-por-por pela utilização dessa área, MAS elas são ALTAMENTE, elas são altamente é-é-é-é vamo dizer assim, NECESSÁRIAS do ponto de vista do/ para o turismo na cidade, é meio um contrassenso, mas mas o que acontece e-e-em toda região de praia é assim, não tem uma é-é uma-uma-uma destinaç/ um destino que seja trabalhado de forma é-é coerente... ecologicamente pra receber o turis/ NEM JERICOACOARA que tem/ que teria é vamo dizer, a ma/ a mais, a maior necessidade de se fazer porque é um parque nacional, assá/ as coisas não acontecem, né, até o Beach Park é uma área é uma área de praia PÚBLICA que é que ééé comercializada, que que é feito como como uma área de-de-de-de-de NEGÓCIOS do próprio parque, mas é aquela-aquela história, é se convive com essa com essa coisa de você se ocupar e depois você dizer que se você vai tirar aquilo ali, vai afetar a atividade turística do estado, e neem existe esse contrassenso no/ aqui MAIS do que nos outros locais, né, porque a gente num vê invasão de barracas que existe aqui nas praias é em outros destinos, né, a gente/ issaí houve um controle muito forte e-e-e nas praias/

43. Pesquisador: Você fala outros destinos do nordeste?

44. Rodrigo: Do nordeste e do sul também, né, nu-num tem, d-dos principais destinos de Salvador, Recife, Natal, éé aqui é uma-uma INVASÃO muito grande dessa/ de áreas públicas n-n-n pra comercializar o/ pra desenvolver negócio, né, então aqui é muito claro isso.

45. Pesquisador: Há então umaaa um DESEQUILÍBRIO entre a questão ambiental e a organização do espaço [total] no-no nosso litoral.

46. Rodrigo: Total.

47. Pesquisador: É, Rodrigo, assim, um opi/ sua opinião em relação ao/ eu te pergunto a administração do turismo no estado... qual sua visão?

48. Rodrigo: Administração (ininteligível)

49. Pesquisador: Administração, administração é uma/ a-a-abrangente mesmo, né, a gente por exemplo considera o desenvolvimento turístico do Rio Grande do Sul, pensando na sua administração, que anda bem, né, por vários motivos. Em relação ao estado, que que você acha?

50. Rodrigo: Olha, éé... desde que foi criada a Secretaria do Turismo, acho já tem uns vinte anos, eu acredito... ela-ela foi-foi criada pra... com essa finalidade, de ordenar, de dar uma... de-de-de... criar uma estrutura pra gerenciar essa atividade turística, não sei se realmente se... se a coisa acontece nesse processo, muita... muitas vezes os empresários, que a meu ver são os principais desenvolvedores do turismo são os empresários, é... é... muitas vezes é-é-é é tudo feito, pode ser feito independentemente das ações da-da secretaria. EM DETERMINADAS ÉPOCAS, determinadas épocas, é-é, o que é ra/ administração pública no turismo, ela é muito sazonal depende de quem é o... governador que tá de (ininteligível) a gente já teve aberrações homéricas, mas eu acho que hoje existe uma consciência, uma consciência é-é do-do-do-do executivo, do-do governador, do próprio secretário que ele tem que acompanhar e ele tem que-que atuar a evolução do processo turístico do estado, eu acho que de-de... doze anos pra cá, a gente teve um bom direcionamento, né, acho que a com/ a partir da Anha, a Anha deu... deu um ordenamento quando criou aaa/ foi no governo na-na... no governo do Tasso Jereissati que foi criada essa-sa Secretaria do Turismo, ela realmente deu uma-uma-uma um ordenamento muito, muito é-é importante, muito TÉCNICO, ééé EXAGERAVA emmm em alg/ mas isso depende do temperamento de cada um, o que importante é a partir dessa-dessa criação a-a/ seja/ quem e/ quem esteja lá ou não, cada um dá a sua, dá a sua linha, o Arialdo agora ele é (ininteligível) corrente totalmente diferente da Anha, ele tem uma visão totalmente é-é-é voltada pra pra pra uma um planejamento MACRO, e-e e também ééé hoje se vive muito se-se vive muito vo/ FOCADO na-nas questões da/ do RAMO d-d-de TRAZER NOVOS em/ empresas, NOVOS investimentos para o estado... eu creio que que a coisa anda, anda não como deveria andar, né, não como deveria ser é com-com coom umaaa vamo dizer assim, uma conjunção de deee de ideias no setor empresarial, do setor

é educacional, da-da parte é receptiva, MAS ela-ela-ela se desenvolve, não como a gente gostaria que fosse, mas eu creio que se desenvolve.

51. Pesquisador: E o que é que você acha que deveria/ es-essa união mesmo, esse?

52. Rodrigo: Não, deveria/ a coisa deveria ser feita a partir de agregar TODOS os segmentos em função de um objetivo só, o que o que ocorre é que muitas vezes isso é muito perfumaria, porque ééé nu-nu-num num EXISTE essa condição de você juntar to/ todo mundo é-é e colocar dentro do interesse turístico político, né, as questões políticas do estado, outra coisa também é que depende muito da forma como administra o se/ o-o do secretário... o atual ele nu-nu-num liga pra ninguém, ele num fala com ninguém, ele não dá um bom dia a ninguém, ele-ele... ele recebe quem ele quer, ele/ então quer dizer, DEPENDE MUITO DO TEMPERAMENTO, da forma em que cada secretário de plantão procede, o ideal seria que ele envolvesse TOOODA cadeia produtiva e partisse/ bom, nós temos, existe pra isso, existe o conselho estadual de turismo, foi criado, mar nunca se reúne, quando se reúne num tem, num tem voz, num tem vez, existe também as entidades que participam do turismo que-que-que que tem pouca importância do ponto de vista é MACRO, mas às vezes querem aparecer mais do que as outras, o comportamento humano é complicado de se conviver com muitas com-com-com mu-muitas ÁREAS éé-é de interesse, né, cada um fica pra puxar pra sua própria, mas eu creio que quee... a gente tá num caminho hoje, o Ceará, o Ceará tem uma posição estratégica muito importante do turismo éé no Brasil, se a... ééé... vamo dizer, se a violência não atrapalhar, eu acho que que tá atrapalhando demais, né, a gente aqui tá tá sofrendo muito com-com essa questão da violência e do-do/ se trabalha pra fazer um-um/ pra se propagar, pra se propagar, promover um destino como Fortaleza, ele se estampa no jornais aí como a cidade mais violenta do mundo, então é-é is/ das capitais do nordeste, num é porque eu seja cearense, mas pelo que eu conheço num tem NENHUMA que tem o potencial de atratividade de Fortaleza, num tem nenhuma... num tem nenhuma que tenha o equipamento como o Beach Park, num tem nenhuma que-que SEJA AGRADÁVEL, que-que co-co-co-co/ em-em-em alguma/ alguns-alguns NICHOS ORGANIZADOS PRA RECEBER o turista, é uma-uma feirinha na PRAIA, é-é que-que funcione apesar do... apesar dos pesares, que funciona, que tem uma ORLA é-é-é-é muito é-é vamo dizer assim muito apropriada pra pra o turismo, então, a cidade agrada, tem-tem-tem-tem-tem um quê de desenvolver muito o turismo em Fortaleza, mas tem seus ma/ suas mazelas e grandes mazelas que atrapalham muito.

53. Pesquisador: Legal. É, tem alguma coisa que a gente não falou sobre o turismo, que você acha que/ que você gostaria de colocar?

54. Rodrigo: Eu acho que... a parte formação de mão de obra é uma coisa que a gente tem que atuar de uma forma sistemática e às vezes os empresários esperam muito do governo, esperam muito da própria é-é-é de-de-de setores é-é EMPRESARIAIS SESC, SENAI, pra poderem fazer/ é-é-é desenvolver esse segmento, acho que o empresariado não investe nessa questão da formação de mão de obra, então isso é um setor, é um setor ao meu ver que historicamente ele sempre foi muito é-é vamos dizer AGURDAVA muito o-o-o as BENÉCIAS que o governo fornecia em cursos, né, gratuito pra isso, uma vez é um empresário me disse que-que-que-que/ da-da da ABIH que existiam cursos, né, cursos PARA os hotéis e os empresários não liberavam os seus... funcionários pra poder/ então quer dizer, falta essa-essa conscientização do-do empresário de que a profissionalização, o serviço, é-e num importa se ele tá em pouco tempo deixando de faturar ou deixando de/ e-ele pode ganhar mais lá na frente, então essa questão é-é outros aspectos em relação à-à à limpeza pública, eu acho que-que a gente tem-tem que agregar, agregar a-a turismo TODOS os outros setores, né, envolvidos, que a gente não falou, sistema viário da cidade é muito PRECÁRIO, né, acho que nós tivemos aí u-o-a-a falta de sorte de termos prefeitos e prefeita que num num deu a MÍNIMA de atenção à parte viária da cidade, e que hoje... tá se tentando fazer alguma coisa mas com muita dificuldade, porque a cidade fica toda estrangulada, nós temos problemas com relação ao nosso aeroporto que foi FEITO, foi feito, pra mim, de forma ERRADA e não deveria hoje estar onde ele está, o-o-o aeroporto Pinto Martins poderia ser um aeroporto executivo e ser um aeroporto/ ter sido construído um aeroporto fora da cidade, como acontece nos grandes centros turísticos do mundo, né, hoje o Pinto Martins ele-ele-ele, pra mim, tá totalmente estrangulado, mas num tem mais como sair dali, que ele já tá construído e-e existem problemas incríveis do ponto de vista de ações-ações judiciais em função do-do SILÊNCIO que-que-que ele tem que cumprir em determinadas horas, issai-issai o-o-o/ exige é-é ao meu ver até um empecilho técnico pra-pra ampliação e pra Fortaleza receber um grande centro de distribuição de voo, então são coisas que, puxando assim pela memória, que deveriam ter sido feito de outra forma.

55. Pesquisador: Ok, muito obrigado pelas informações.

**ANEXO K – ENTREVISTA 10 – LEONARDO (REPRESENTANTE DA SETFOR)**

01. Pesquisador: Então o nome, se nome completo.
02. Leonardo: Leonardo.
03. Pesquisador: Qual a escolaridade?
04. Leonardo: Eu fiz administração superior e turismo até o sexto semestre.
05. Pesquisador: A/ éé, setor de atuação ou entidade que representa?
06. Leonardo: SETFOR, Secretaria de Turismo Municipal... de Fortaleza, hoje eu sou coordenador de comercialização e acabo pegando setores de CDT, né, desenvolvimento turístico, comercial/ comercial, né, comercialização e também um pouco de marketing na Secretaria de Turismo.
07. Pesquisador: Atua no setor há quanto tempo?
08. Leonardo: Dezoito anos... na área do turismo no geral.
09. Pesquisador: No turismo no geral, né, e aqui na secretaria?
10. Leonardo: Aqui na secretaria, dois anos, dois anos.
11. Pesquisador: É, qual a relação do setor que você representa, a SETFOR, COM o turismo, ou seja, DESCREVER o que é a SETFOR, né?
12. Leonardo: Ok, a secretaria é um órgão da do município, né, foi criado há mais ou menos dez anos, a gente entende... a secretaria hoje como uma porta... éé pra gente fomentar/ fomentura do-do-do-do turismo, principalmente de Fortaleza, a gente anda em parceria com o estado do Ceará, até porque a gente entende que as ações são complementares principalmente nas principais feiras, congressos e eventos, a gente tenta essa sinergia, até pra poder otimizar éé recurso público, e a gente tenta assim um elo... entre o empresário, a hotelaria, e não só... só ligada a partir de turismo, o turismo cem por cento, mas restaurante, táxi e a parte cultural da cidade também, então éé a Secretaria de Turismo tem esse papel... de ser um representante, um porta-voz éé da cidade nas outras cidades pra que a gente possa mostrar o destino Fortaleza, tentar vendê-lo... de um modo melhor... e mais fácil... a gente tem atualizado/ a-a éé atuação na questão da qualificação... né, dos profissionais, agora a gente tenta fazer uma parceria sempre até porque éé infelizmente a gente não tem VERBA, tanta verba pra poder... FAZER o que a gente SONHA, então a gente tem que... ter muita vontade pra poder... que as coisas aconteçam, né, acho que não só no turismo em Fortaleza, mas em nível nacional, a gente sente que não tem esse... esse gosto todo como tem as outras cidades,

Singapura por exemplo, né, éé, pois é, os ministérios da economia e do turismo são equivalentes em cidades que entendem turismo como prioritário e como principalmente gerador de renda, né, se a gente olhar... éé nessa crise, com certeza se/ poderia ser e é uma mola de... pra segurar muito a questão... principalmente do PIB do Brasil, acho que não é para ficar... e isso a gente tenta... éé... não transparecer, obviamente, né, mas a gente tenta éé BALANCEAR essa questão do NÃO-INVESTIMENTO do que a gente precisa mas com muita... vontade de se fazer a Secretaria de Turismo, acho que ela age hoje desse jeito.

13. Pesquisador: Ok, éé, com base na na experiência que você tem com o turismo, éé, o que você acha ESPECIFICAMENTE dessa atividade?

14. Leonardo: É... as/ ach/ pela experiência que eu tenho, né, eu já passei por hotelaria, agência de viagem, operadora, éé companhia aérea, éééé com certeza é um ramo que é pouco valorizado, que poderia ser... fazer realmente a diferença, até porque os investimentos... éé são baixos... tem uma captação... que poderia ser muito maior da CULTURA dos locais que o turismo tá inserido, tem a história da cidade, e aí quando a gente fala de cultura, quando a gente fala de história, a gente fala da população local também, que e-e-e o turismo ele faz esse elo, né, é uma cadeia que impacta, de cabeça não vou lembrar, mas mais de setenta, né, parceiros na economia, desde o mercadinho, desde a farmácia, do cara do hotel ele vai ali e compra, desde o artesanato, então, ééé primordial, trabalhei na parte privada e agora na parte pública, ee a parte pública a gente consegue visualizar em TUDO a grandeza que o turismo tem, não só numa área específica, não só ééé... a parte do investidor, que realmente agência de turismo, operadora, o investidor ele quer rentabilidade, então no órgão público a gente consegue enxergar o todo e quan/ o quanto o turismo pode impactar, então essa minha visão de turismo hoje.

15. Pesquisador: É, em relação àààà... convivência política, né, social entre o órgão que você representa e a secretaria do estado, Secretaria de Turismo do Estado, como ess/ como essa relação?

16. Leonardo: Tá, éé, a relação... a relação HOJE, né, a gente tá falando de dois mil e quinze, é a melhor possível... até porque... são... são políticos... são gestores de visão... bem ampla, éé desde o começo da da secretaria de turismo aqui, o secretário sempre-sempre tentou e conseguiu essa essa junção com o governo do estado, tanto que praticamente mensal eles tem reunião, e eles conseguem planejar muito bem justamente essa energia entre as duas, a otimização de recurso, às



vezes a gente tem um pouco mais, às vezes o governo do estado tem um pouco mais, em vez da gente fazer coisas paralelas, por que não juntar e entender que é um todo, Fortaleza é a porta de entrada pro Ceará... éé... secretaria do estado entende e-e-e se/ e-e vê isso então a gente faz ações paralelas, a gente faz ações em parcerias, esse ano a gente já fez várias feiras em conjunto, éé com verba daqui, colocando a logo e a fala do estado, então não es/ não tem mais essa... dissimilaridade de ideias e de-de ideologias diferentes, a gente entende que a porta de entrada é Fortaleza... e de Fortaleza ele pode/ o turista pode tá no Ceará num todo... então, pode perguntar.

17. Pesquisador: Ok, éé você acha que existe um discurso que ATRAVESSA, QUE SE ESTABELECE no turismo, ou seja um discurso FEITO, MOLDADO PARA o turismo?

18. Leonardo: Eu acredito que sim, mas que poderia ser muito melhor, né, a questão a questão do discurso, né, no turismo hoje, éé, ele esbarra em alguns... em alguns locais, né, e-e-e muito da percepção de quem tá gerindo... né, é o nosso papel também é que tenha esse discurso mais claro, que é o... gestor máximo enxergue... o turismo não só como custo que ele tá fazendo a promoção numa feira específica, mas como investimento pra cidade que esse... dinheiro retorna, esse discurso é muito difícil, pra ser bem sincero, até porque se a gente pensar, né, o turismo é muito difícil se mensurar o que entra, numa indústria você consegue mensurar bem na ponta do lápis, ééé o turismo (ininteligível) serviço também, é um pouco mais... é muito mais difícil se mensurar, porque você não sabe as cadeias até que ponto ele atinge, e se... aquela ponta SABE que o turismo foi importante pra ele nesse segmento, então o discurso é importante, superimportante aliás e uma das nossas lutas é que esse discurso seja mais CLARO... pro gestores entenderem a importância no todo, É DIFÍCIL, mas a gente chega lá algum dia.

19. Pesquisador: Éé, o que vem à mente quando cê lembra dos discursos da Secretaria de Turismo do Estado, da SETUR? O que que cê lembra? O que que salta mais à mente quando você lembra dos discursos que são feitos na SETUR?

20. Leonardo: Discursos da SETUR... ééé, acho que to/ acho que como todo órgão PÚBLICO, né, ele... ele carece das falhas que tem, que tem... acho que no Brasil num todo, são as trocas de governo, e a cada troca de governo existe uma quebra, uma-uma pausa nos processos, ééé, infelizmente nenhuma secretaria de turismo, tanto ministerial, federal, governamental, prefeitura, é uma secretaria TÉCNICA, né,

eee por não ser tem essas quebras como existe na secretaria de estrutura, meio ambiente, enfim, todos, ééé, o discurso da SETUR hoje ééé c-como é o primeiro ano, né, de uma nova gestão, (ininteligível) das quebras, né, eu acho que nesse momento ele é de muito estudo, eles tão entendendo o mercado, eles tão tentando conectar as novas tecnologias, (ininteligível) tecnologias são as são as UTAs que tão aí, internet, então eu vejo um investimento forte na questão das mídias sociais, que eles começaram agora, ééé um pouco diferente do discurso anterior, né, que era/ que precisava, que era realmente a requalificação de alguns/ de algumas vias de acesso do Ceará, como as CEs, a questão do centro de eventos, ééé, a questão do novo porto e a questão do aquário, né, então é foi necessário e aí nesse tempo realmente ficou um pouco aquém do que a gente esperava, né, questão da promoção, da qualificação... do turismo do Ceará, eu acho que agora com esses equipamentos, eu acho que agora/ e tá sendo isso também, é hora de investir em promoção, a SETUR esse ano éé tem investido em algumas feiras, congressos e eventos, ABAV o stand tava perfeito, FIT na Argentina esse ano, workshop da CVC participando junto com a gente, éé AVIESP Campinas também foi muito bom, então eu acho que eles tão no caminho, como é o primeiro ano, é um ano muito complicado pra todo mundo, questão, questão de orçamento mesmo mas a gente tem muita expectativa que vaizer/ que vai ser muito bom [é/] pelo menos eu tenho essa expectativa.

21. Pesquisador: Ééé... você acha que como é feito, né, como é.. colocados os discursos hoje, ele tem algum objetivo específico? Falo do governo, né.

22. Leonardo: Tá.

23. Pesquisador: Eles FOCAM alguma coisa mais especificamente?

24. Leonardo: Você fala é prefeitura, [não] estado?

25. Pesquisador: Estado.

26. Leonardo: Estado [estado]. Especificamente [SETUR] Secretaria de Turismo SETUR? Eu acho que/

27. Pesquisador: Alguma coisa que você lembra ou não? Nada que se sobressaia.

28. Leonardo: Não, o que se/ assim, eu tenho/ não, eu t-tenho eu tenho conversado muito com o pessoal de lá, né, praticamente todo mês, ééé, os gestores... ABIH associação brasileira dos hotéis tem o comitê comercial, né, a gente tem participado ativamente com o pessoal da SETUR, com reuniões ééé sempre o pessoal chama a gente pra pa entender o mercado, eu sinto essa abertura DELES, mu/ se você me

perguntar assim qual o discurso deles hoje, realmente eu não saberia focar u exemplo só, tendeu, eu sei que eles tão abertos, eee isso já é/ eu a/ eu acredito que é muito importante já ééé o escutar, [urrrum] principalmente o privado e isso eles tão fazendo bem, é a questão do centro de eventos também quer queira quer não é um grande facilitador do nosso turismo, principalmente saindo só do lazer e indo pra área do negócios, né, eles querem acertar, um empreendimento realmente muito interessante, muito grande, e eu acho que o discurso deles sobre, né, pensando poderia falar sobre um, realmente é o centro de eventos, a gente tentar fomentar, a gente fez várias ações focadas pro negócio, éé trazendo agências de corporativo pra cá, pra gente tentar trazer esse movimento pra Fortaleza, então sssse fosse falar num discurso só, o centro de eventos seria/ colocar o centro de eventos realmente em evidência no Brasil.

29. Pesquisador: Ok, éé você acha que de um modo geral as pessoas que trabalham com o turismo, que lidam com o turismo, a cadeia produtiva, ENTENDE que existe um discurso FEITO para o turismo? Já que você falou que existe esse discurso, as pessoas reconhecem isso ou não?

30. Leonardo: Eu acredito que não.

31. Pesquisador: O que que faz você ter essa opinião?

32. Leonardo: Ééé... um discurso tem que ser muito claro, né, por mais que eu entenda que eles tão montando esse discurso, até porque é o primeiro ano de gestão, éé tem vários entraves, principalmente econômicos nessa questão... eu acho que eles tão montando o discurso, se-se todo mundo visualizou, eu acredito que não, mas eu acho que eles precisam de um tempo também, até porque infelizmente em público/ o tempo do privado não é o tempo do órgão-órgão público, órgão público ele anda mais devagar do que o privado, burocracias normais, naturais de lei, nnnada que enganche, s-são pessoas que engancham não, é o processo mesmo, é aaa é a BUROCRATIZAÇÃO que existe... no Brasil, então esse discurso acho que demora a chegar ao objetivo, acho que demora demora um pouco a chegar na ponta, mas éé.... eu acho qu/ eu acho que ano que vem, segundo ano de gestão, passou o primeiro ano de ajeitar a casa, de entender os processos, das das dispensas, qual quadro se fica ou se não fica, acho que no segundo ano é mais/ é eu acho que é mais sensato falar que eles não tem um discurso pronto... infelizmente existe a quebra de todas as gestões e essas quebras demandam tempo... pra mostrar esse discurso.

33. Pesquisador: Falando em instâncias administrativas ou ÓRGÃOS administrativos, você acha que tem algum discurso NO turismo que se sobressai no estado, ou de uma pessoa ou de um órgão, tem alguma voz que é mais.... ééé OUVIDA nesse sentido?
34. Leonardo: Falando via estado...
35. Pesquisador: TODO [todo] todo estado, município...
36. Leonardo: Você diz uma voz/
37. Pesquisador: É, se tem [um voz] se tem voz, alguma alguma instância ou alguma alguma pessoa em especial [especial] do órgão administrativo que se sobressai quando fala.
38. Leonardo: Tá.
39. Pesquisador: Ou não, né, aí é/
40. Leonardo: É, ou não... falando deeee/
41. Pesquisador: Tendo, ou seja, tem um discurso mais influente?
42. Leonardo: Tá, eu acho que existem pessoas no Brasil mais influente, com discurso/ até pela própria história, né, éé... acho que ACT e Nordeste tem falado bem e-esse discurso, acho que ABAV tem tentado falar, né, nu-nu-nu/ realmente num consigo citar um nome específico... do Ceará, MAS EU VEJO MOVIMENTOS, né, que têm voz, que tem atividade, e tem, principalmente no turismo, a gente precisa ter uma referência histórica da-da pessoa [certo] eu acho que a referência DA pessoa, com trabalho, com sindicatos, enfim, com os órgãos onde passou, eu acho que fala muito mais do que do que um bom discurso [urrrum] né, até porque querendo ou não o turismo é muito sofrido, e eu acho que a gente não/ até pelas quebras que tiveram, companhia aérea, deixar de pagar comissão, a guerra, principalmente, da profissionalização é do turismo, então é uma classe muito sofrida... e a classe, por ser uma cla-classe sofrida, a gente também tem éé problemas dee acreditar no que cada um fala, até porque já foram várias promessas, e as promessas sempre são/ então existem pessoas que têm uma fala concreta, que já estão há vinte, trinta anos no mercado e que acredita (ininteligível) não vou saber citar uma pessoa específica, mas acredito que exista.
43. Pesquisador: Éé... em relação, né, entre o que se fala e o que se faz, quando se pensa no turismo e a sua prática, como você PENSA isso?
44. Leonardo: Falando especificamente deeee secretaria de turismo do município, né, que é onde eu onde eu trabalho e onde eu sseei como os trâmites acontecem, né, o

governo do estado poderia falar um pouco, mas é a gente tenta fazer, né... é como tudo é orçamento, né, e orçamento é repasse e repasse depende de... de verba pública, eee... de dinheiro, né, da gente/ todo ano a gente faz um orçamento previsto pras feiras, congressos e eventos e a gente batalha pra que aconteça... é, o que a gente tem na teoria, no papel... pra prática, existe um buraco sim, um buraco, eu diria, até grande, até porque a gente não tem valor fixo no ano, a gente tem um orçamento... e esse orçamento a gente vai batalhando pra que ele aconteça ponta a ponta, então existe uma quebra entre a teoria e a prática sim, a gente queria fazer muito mais... no papel, num é, do que a gente PODE eee se tem baixa na economia, como tem hoje, um dos, um dos recursos que cai CERTEZA é secretaria de/ secretaria de turismo, cultura, meio ambiente, porque se prioriza saúde, educação, que também não ach/ não está/ não acho que tá errado... e segurança pública, esses três eles realmente não podem ficar sem investimento, mas acho que vem muito do... conceito que de que o... turismo não é/ é mais um custo do que um investimento, então cabe, né, aos gestores, onde eu digo gestores, gestores federais, governamentais, entendem a importância do turismo nesse ciclo, nesse elo...

45. Pesquisador: Então, como é é você colocou, não existe essa verba... e é uma realidade, né, você que trabalha no órgão, em algum momento é TRANSFERIDO essa fala, esse pensamento para os discursos ou não? Ou seja, de um modo geral, é falado nisso nos discursos ou não?

46. Leonardo: Siim, não, sim, eu acho que sim... é se a gente for/ vou dar três exemplos reais, né, que é a gente falou muito de promoção, mas vou falar de obra/ obras que impactam a cidade, que a gente entende que são turísticas, tanto a população local, quanto o turista que vem, e a gente tem... a gente tem... ééé mercado dos peixes hoje, [urrrum] né, a gente tem o espigão da Beira Mar, que são obras/ e Vila do Mar, que são obras que são da Secretaria de Turismo... que dependem de verba do Ministério do Turismo pra ser feito e o repasse do Ministério do Turismo... parou, realmente eles eles a priori não vão repassar mais... planos econômicos e nesse ponto somos sinceros em transmitir isso pra população sem problema nenhum, as obras tão atrasadas, não que a gente quer, sim que era repasse do ministério, mas que a prefeitura vai arcar, né, pra ser entregue, isso foi passado... natural, eu acho que não tem essa-essa/ eu acho que não tem mais essa

questão de ééé não repassar mais esse discurso, acho que, acho que tá tão EVIDENTE que não tem esse-essa problemática mais nesse repasse.

47. Pesquisador: Éé, nos nos discursos doo do governo, da SETUR em especial, como o órgão que você representa aparece nesses discursos? É coerente ou deveria ser éé... é representado de outra forma?

48. Leonardo: Cê fala o discurso da SETUR?

49. Pesquisador: Da SETUR em relação [em relação] ao órgão que você trabalha [o órgão que a gente trabalha], que você representa.

50. Leonardo: Éé... acho que o discurso d/ os discursos da SETUR é referente à SETFOR... é... apesar da gente ter já parceria, né, e-e-e todo esse trabalho por trás, éé não acredito que seja competência da SETUR repassar pro público final o que ela o que ela acha da SETFOR, éé nã-não consigo ver essa-essa/

51. Pesquisador: Não, mas assim, não é o que ela acha, mas em algum momento ela vai se referir, a pergunta é se a referência é coerente, se você acha que poderia ser de outra forma, ou se você aparece ou não aparece nesse [tendi] discurso, que ode acontecer né.

52. Leonardo: Éé, eu acho que a gente a gente aparece, eu não vejo que tenha/ a gente não tem essa questão de... é-é é uma pergunta complexa, porque assim, é apesar da gente ter a parceria, né, nós somos órgãos é que trabalham via estadual, via município, cada um tem a sua, né, tem o seu perfil, e tem a sua/ suas prioridades, mas eu acho que o discurso é tímido, mas é porque tem que ser, né, voltando se fosse a pergunta fosse o contrário, né, se a/ como a SETFOR passa o discurso da SETUR, acho que seria tímido não porque a gente não tem a parceria, e sim porque a gente entende que não nnnão falaria do órgão, né, que é parceiro, mas não puxaria ele pra dentro do discurso. Nosso discurso SETFOR-SETUR acho que é mais interno, maiis fora do público final, era isso que eu queria queria dizer, a gente é muito bem relacionado, mas pro público final eu acho que (ininteligível) entende como se fosse... acho que uma coisa só... no fim, né, na-na feira eles num sabem o que é SETFOR e o que é SETUR, então a gente tá muito interligado... nesse ponto.

53. Pesquisador: Ok, éé, no planejamento dos destinos turísticos, hoje, principalmente na área litorânea, né, qual a participação da população na organização, nas diretrizes que serão implantadas nessas localidades?

54. Leonardo: Tá, éé, eu posso falar via Fortaleza, né, realmente eu não posso falar muito via SETUR pega o estado todo, até porque como a gente é municipal, né

[urrrum] a gente a gente é a gente entende que é importante falando de do litoral, né, tanto se a gente vê a gente tem uma parceria muito grande com o Beach Park, que o Beach Park não é em Fortaleza, mas a gente entende que ele é um grande éé propulsor, né, ee fomentador do mercado do turismo, então a gente a gente entende isso. Ééé... eu acho que a questão MUNICIPAL, né, tá mais lincada à questão da infraestrutura da cidade, e aí isso sim tem um tem uma entrada muito grande éé... do público que mora aqui, da comunidade, né, Fortaleza prefeitura hoje tem o Pacto éé 2020 e 2040, na qual praticamente toda semana prefeitura tenta se encontrar com vários pensadores ee... profissionais e população, pra poder estudar Fortaleza, pra poder entender Fortaleza, né, esse final de semana por exemplo teve um passeio no centro turístico histórico pra poder resgatar essa questão da imagem do turismo e o turismo local também, eu acredito que a população também não deixa de ser um turista, entre aspas, né, de tá conhecendo a cidade, de tá comentando a cidade, então acho que existe esse-esse-esse-esse linque falando municipal, principalmente de INFRAESTRUTURA, de entender o que a comunidade precisa e ter esse discurso final, isso pro Mercado dos Peixes, na questão da reforma da Praia do Futuro também tiveram várias reuniões... com as barracas de praia e com a comunidade de lá, (ininteligível) praça Dom Helder Câmara que inaugurou agora, a gente teve muitas reuniões antes, durante e agora também depois, porque a gente entende que a praça é da comunidade, e se/ e a gente sabe que é uma área de risco, uma área muito violenta da cidade, eee só pra dar exemplo, isso é, aconteceu acho que umas três semanas, picharam a-a casa do turista lá da-da 31 de Março, da-da [urrrum] da Praça da Paz, do Dom Helder Câmara, a comunidade foi lá e pintou a/ acho que o discurso nesse ponto, né, tá tão forte que a gente falou assim, a praça é de vocês e isso e isso e isso chegou a prefeito, chegou a governador, (ininteligível) muito feliz com essa questão desse envolvimento É ÓBVIO, né, existem falhas nesse-nesse discurso, até porque ééé todo mundo pen-pensa diferente, né, então falhas existem, tentativas acho que tem várias.

55. Pesquisador: Você acha que, de um modo geral, as pessoas conseguem chegar num nível de DELIBERAR pelas suas opiniões ou é mais éé consultivo mesmo?... em relação à população e o planejamento das localidades

56. Leonardo: Tá, essa questão é complicada de se falar, até porque a democracia é muito ampla, né, ééé quando se tem um projeto, é o projeto ele tem outras... peculiaridades, não só do que a opinião... é xis, ípsilon, zê, existem recursos

limitados, éé existem uma formatação de ideias, né, éé acho que sempre vai ser um desafio, tanto pro gestor local, municipal, federal, éé, de entender o que o público final quer ou entende a percepção dele, e formatar isso pra algo concreto, acho que esse/ é isso e sempre vai ser mo-mo-mo/ uma problemática muito grande no s/ em todo setores.

57. Pesquisador: Ok, bom, a gente entende desenvolvimento sustentável no seu tripé, desenvolvimento econômico, equidade social, né, ééé e meio ambiente, né, em relação ao desenvolvimento sustentável, né, que é esse tripé, ééé na sua opinião, em relação especificamente à área ambiental e desenvolvimento sustentável do turismo no estado, como você vê isso?

58. Leonardo: Urrum, éé... estado e prefeitura, né, falar um pouco dos dois, até porque a gente tem uma parte ambiental muito ampla em Fortaleza e descaracterizada, né, se a gente olhar hoje o Parque do Cocó, se a gente olhar Parque Adahil Barreto, se a gente olhaar a questão é do litoral de Fortaleza, né, principalmente das dunas, acho que a gente tá aquém, entendo que é um processo... de longo prazo, acredito que é um processo que é a gente HOJE a gente sente éé... pela incapacidade acho que dos gestores, quando digo gestores antigos, digo gestores de cinquenta, sessenta anos atrás, se a gente compara por exemplo dar um exemplo básico, Rio de Janeiro em alguns pontos existem prédios que têm três andares, e aí a deliberação, enfim... de alguma época se cresceu, então a gente tem bairros que têm três andares, tem bairros que tem dez andares, isso é uma éé é algo que impacta... diretamente a nossa a nossa vida, até porque a temperatura da cidade sobe, (ininteligível) de Fortaleza teve essa tentativa, né, anos atrás, depois teve uma desorganização aí depois agora retomou um pouco, vou dar outra experiência Natal, em Natal, aquela parte que tem ali a via costeira, aquela parte é toda ninguém pode tocar, que tem via ambiental ali, então a questão ambiental é muito, muito/ tem que ser pensada a longo prazo, até porque impacta no futuro da cidade... eee é bem complicado essa questão, né, éé a gestão de agora, né, falando/ agora voltando pra nossa realidade HOJE, né, e aí quando a gente fala de meio ambiente, a gente fala também das pessoas, né, éé tem essa questão hoje de foco muito grande da prefeitura, questão da mobilidade urbana, né, quer queira quer não, éé quando você deixa seu carro em casa, você tá impactando também no seu meio ambiente, é, tem várias propostas de ambientalização do Parque do Cocó, Parque Adahil Barreto que tão, que tão em andamento, acho que a marca realmente



assim dessa gestão priorizar parte/ os ônibus coletivos, né, tanto que a gente vê aí, ééé, toda uma toda uma caracteri/ caracterização, né, voltado pra isso, biciletar, eu acho que nessa parte realmente a prefeitura eu falando abertamente é muito assim assertiva éé os parques e a questão da despoluição, a questão dos portos éé ainda é um ponto muito muito forte e mu/ e que a gente peca muito, MAS a reforma da Beira Mar, né, pra quem não sabe já é dinheiro da CAF, internacional, e ela tem esse processo muito forte do plano diretor dela, principalmente da-da despoluição ééé da orla, porque com tempo é p/ é por isso que a gente t/ sempre tem que voltar no passando pra ver o que aconteceu no futuro, todos, todas canais que descem pra Beira Mar é pra ser fluvial, aí com o tempo ois prédios foram induzindo esgoto, foram colocando éé o esgotos e aí (ininteligível) tempo não se viu isso, então quando chove, aquele esgoto acumulado sai [urrrum], então quando desce era ser água pluvial, não é, vira esgoto, então não é a questão da Beira Mar, a reforma da Beira Mar tem essa essa ação, se não me engano, dezoito pontos fluviais de tratamento dessa água, inclusive essa/ vai ter que quebrar várias partes, né, pra achar também os canais de esgoto que não são, não são, LÍCITOS, né.

59. Pesquisador: Você acha que o desenvolvimento sustentável, PRINCIPALMENTE na perspectiva ambiental, é desenvolvido no estado de um modo geral?

60. Leonardo: Estado?

61. Pesquisador: O nosso turismo litorâneo, mais especificamente?

62. Leonardo: Eu acho que é falho.. com certeza... acho que tem tem sim a vontade... né, mas é... acho que nã/ assim acho que não teria uma opinião sendo bem sincero/

63. Pesquisador: Tem alguma coisa que impede que isso aconteça?

64. Leonardo: Não, assim, realmente eu não... eu não consigo ver um impedimento, eu acho que sim uma vontade, né... de se fazer e simplesmente entender, né, acho que começa (ininteligível) de um entendimento... da importância... eee... realmente não saberia responder essa pergunta assim tão... diretamente, PORQUE realmente realmente eu não eu não/ tem falhas, ÓBVIO, né, poderia ser diferente, poderia, principalmente essa reorganização da questão do litoral até porque cresce/ e-e-eu vejo que cresce muito desordenado, acho que um exemplo disso é Canoa Quebrada que foi totalmente éé desestruturada do conceito inicial dela, né, e hoje em dia ééé tem, entre aspas, uma invasão éé da/ na cultura local... acho que tem essa falha

sim... ee... cê perg/ (ininteligível) como é que se faria a reorganização realmente eu não sei.

65. Pesquisador: Existe disparidades entre o discurso e essa prática em relação ao desenvolvimento sustentável no estado?

66. Leonardo: Se existe uma quebra no discurso, né?

67. Pesquisador: Né nem uma quebra, se o que/ a gente escuta muito os discursos [que os discursos] do governo em relação ao turismo litorâneo [tá] em algum momento se fala do... do meio ambiente, do desenvolvimento sustentável, na sua opinião, no seu conhecimento do litoral, né, [tá] em âmbito do turismo, local e estadual, você acha que existe disparidades?

68. Leonardo: Acho que disparidades sempre vai haver, sempre vai ocorrer, até porque são opiniões, né, diferentes do que do que é bom, do que é ruim, vou vou vou dá exemplo de Canoa Quebrada, né, Canoa Quebrada existe uma briga muito grande pra se continue é não tendo a estrada, né, de Jijoca Jericoacoara, acho que is-is-is-isso é um ponto FORTE, mas aí tem o outro discurso também, do crescimento desordenado da... da localidade, né, de Jericoacoara, né, tem muitas pousadas que nã/ eu a-acho que não deveriam tá onde estão, até pelo impacto ambiental que elas causam... no todo, o turismo tem esse lado... negativo, entre aspas, né, se não tiver a força muito grande estadual e prefeitura, que é o crescimento desordenado, isso não só Fortaleza, mas Brasil todo, né, cê chega nos locais, você olha e você vê esse-esse-esse hotel nã-nã-não poderia tá aqui, né, é esse parque não poderia ter sido é feito desordenado desse jeito... é uma briga sim, eu acho que o discurso, né, e a prática e a fala e a fala têm têm falhas com certeza.

69. Pesquisador: Éé, qual sua opinião em rela/ éé sobre a administração do turismo no-no ESTADO?

70. Leonardo: Administração

71. Pesquisador: Do turismo no estado.

72. Leonardo: Do estado [do estado]. Falando SETUR?

73. Pesquisador: É.

74. Leonardo: Especificamente... acho que eu volto um pouco... a fala, né, quando a gente pensa (pigarro) desculpa, quando a gente pensa... em administração pública, tem a questão das quebras, né, e essas quebras são prejudiciais nos processos que dão continuidade, eu acho que administração ela ela tá estudando, ela tá entendendo o que é, acho que ela vai mostrar esse discurso, não sei se positivo ou

negativo, realmente eu num se/ ã-não posso... afirmar, o que eu vejo é que tem boa vontade, se vai acontecer ou não aí realmente eu não... eu não sei, espero que aconteça, mas... a administração quando tem a QUEBRA, quando tem a troca, independente de ser partidário ou não, ela tem esse processo que PRECISA/ tem essa maturação, a gente não consegue trocar u-um... trocar um governo e-e já começar como terminou, existe essa essa quebra infelizmente.

75. Pesquisador: Você consegue/

76. Leonardo: E essa quebra é ruim, óbvio, né, [você consegue/] até por gestor da administração.

77. Pesquisador: É visualizar quanto tempo se precisaria pra fazer isso, já que a gente tá falando de gestão [sss] de quatro anos?

78. Leonardo: Então, se não existisse a quebra, né, aí aí aí eu tô falando de uma (ininteligível) técnica... que no Brasil eu desconheço... existem movimentos pra que seja técnico, né, São Paulo Convention Bureau, Brasília também, é, eles tentam ter uma secretaria um pouco mais técnica, não lincada só (ininteligível) do governo, acho que no segundo ano é qualquer gestor tem a obrigação de-de ter o seu discurso pronto, acho que os primeiros quatro meses... é sempre mais complicado... porque tem a mudança de profissionais, ééé tem as quebras, tem questão de bater orçamento, PRINCIPALMENTE, isso é muito importante também, é quando troca o governo também... existem os preços a se pagar, os/ o que ficou de dívida, né, pra trás, o governo tem que priorizar os serviços básicos, segurança, saúde, né, e educação... e dependendo da quebra que tenha pode demorar um pouco mais, mas no segundo ano... todo órgão do turismo deveria ter já o seu discurso PRÓPRIO e bem formatado.

79. Pesquisador: Ok, muito obrigado, viu?

80. Leonardo: Nada.

**ANEXO L – ENTREVISTA 11 – BEATRIZ (REPRESENTANTE DA SEUMA)**

01. Pesquisador: O nome, por gentileza.
02. Beatriz: Beatriz.
03. Pesquisador: A escolaridade, Beatriz.
04. Beatriz: Doutorado.
05. Pesquisador: Certo, em que área?
06. Beatriz: Doutorado eem arquitetura e urbanismo.
07. Pesquisador: Qual o setor que hoje você representa?
08. Beatriz: Ééé setor público, éé estando na Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente de Fortaleza.
09. Pesquisador: E nessa área há quanto tempo?
10. Beatriz: Três ano... três anos... do/ é/ do/ assumi em janeiro de dois mil e treze, dois de janeiro de dois mil e treze.
11. Pesquisador: Eee e relacionado ao turismo, você lida direto ou indiretamente há quanto tempo?
12. Beatriz: Eu tive uma experiência com a atividade turística antes de estar na-na Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente quandoo éé particip/ éé era eraa integrante de uma gerenciadora, empresa que gerenciava projetos de desenvolvimento turístico no Governo do Estado do Ceará, dentre o PRODETUR Nordeste dois e o PRODETUR Nacional Ceará e elaborei algumas cartas consultas para bancos de fomento como o bancoo o BID e a CAF, ãã também investimentos relacionados ao turismo, como o PRODETUR Nacional Fortaleza e oo ProinfTur, que era um programa de infraestrutura turística para o estado do Ceará também.
13. Pesquisador: Hoje cê desenvolve algum alguma atividade com o turismo?
14. Beatriz: Hoje não, a-a-a única atividade RELACIONADA à atividade turística que nós desenvolvemos aqui na SEUMA DIRETAMENTE, na verdade é de forma direta, ééé com relação ao licenciamento de obras é-é para a-a atividade turística, agora indiretamente ééé eu acredito que quando a gente trabalha com planejamento urbano e com planejamento ambiental, com as estratégias de desenvolvimento urbano e as estratégias de desenvolvimento ambiental, a gente tá sim agregando valor à cidade, e a gente sim tá éé-ééé formentando o desenvolvimento da atividade turística, FORTALECENDO o desenvolvimento/ fortalecendo e CRIANDO espaço na verdade pra atividade turística numa cidade e o que/ é o que a gente faz aqui, é o

nosso/ é a nossa missão planejar e controlar o ambiente natural e o ambiente construído da cidade de Fortaleza, quando a gente faz isso, a gente com certeza tá abrindo espaço pra que o desenvolvimento da atividade turística é-é seja uma das vocações da nossa cidade, uma cidade mais verde, uma cidade mais/ só pra citar já de de um momento, aqui a gente tem um projeto chamado orla cem pro cento balneável, a ideia é tornar a nossa orla de Fortaleza com pontos próprio pra banhos, Fortaleza tem em toda a sua extensão de orla, tem ééé rede coletora de esgotos, então a gente tem que fazer com que as pessoas liguem a a o seu a-a-a-a a-a sua residência à rede co/ faça essa ligação éé da re/ na-na da sua residência à rede coletora de esgoto. É um projeto que é ele é social, ele é ambiental porque vai garantir a-a-a-a sustentabilidade dos nossos corpos hídricos e ele é econômico, porqueee é você vender a cidade, vender a-a-a-a a... é-é... a-a-a orla de Fortaleza como a única totalmente própria pra banho mundo afora, é um valor agregado na atividade turística, acaba acaba sempre então esse é um do-dos projetos que nós desenvolvemos aqui que acho que tem/ acaba é-é-é tendo um resultado na-na-na na melhoria, na qualidade da atividade turística na nossa cidade, então projetos ambientais e urbanistas com certeza influenciam na ampliação dessa atividade, então acredito que indiretamente nós temos sim uma-uma-uma ts uma correlação com a atividade turística na cidade.

15. Pesquisador: Ok, é, levando em conta a sua experiência com o turismo e lógico com o órgão pú/

16. Beatriz: Mais uma coisa só [diga] desculpa, é, quando a gente a gente promove é-é também alterações de ordenamento urbano, ou seja, éé me/ mudança de parâmetros urbanísticos, ou seja, RESTINGIR OU NÃO, restringir ou é-é-é promover é-é aa potencial construtivo na cidade ou restringir USOS ou ou promover novos usos dependendo é das áreas mais voltadas para atividade turística também estou fortalecendo essa atividade, então tanto o urbanismo como o meio ambiente eles têm/ eu nem sei se é indiretamente eu a/ é-é-é fazendo essa reflexão acho que m/ é o começo da at/ é o começo da promoção dessa atividade no sentido de garantir que ela aconteça no território da cidade.

17. Pesquisador: Ok, em relação à à sua experiência com o turismo, para o município e o estado em geral, é o que você acha dessa atividade?

18. Beatriz: Da atividade turística?

19. Pesquisador: Turística.

20. Beatriz: Eu acho que é uma das é uma das das... vocações do nosso estado, dada nossa região nordeste, e acho que ela deveria ser cada vez mais aproveitada, dado que é umaaaa... é uma atividade que se for bem ã-ã executada... elaaa... ela.. é uma/ e-ela tanto agrega valor econômico como ãã valor cultural, social, então e-e se ela tiver um cunho aí de-de-de responsabilidade ambiental, ela é bem-vinda se ela for bem executada, MUITO bem-vinda se ela for bem executada [éé] substitui a indústria... suja, a industriaa é-é que que não convive bem com o meio urbano, por uma indústria, por uma atividade que pode tá inserida e pode tá influenciando positivamente a cidade.

21. Pesquisador: Tem alguma relação social, política, entre o setor Secretaria do Meio Ambiente e a SETUR?

22. Beatriz: A Secretaria de Turismo?

23. Pesquisador: Turismo, isso.

24. Beatriz: Olha, temos sim alguns pontos, a parte de licenciamento, éé como [todo passa por aqui] passa por aqui, tanto construtivo como construção, como ambiental, éé [referente ao município, né] ao município de Fortaleza.

25. Pesquisador: Litoral vai pra outro setor.

26. Beatriz: Litoral de Fortaleza [tá, isso] tudo que é relativo éé à-à cidade de Fortaleza, se for... é se tiver/ se for uma promoção da Secretaria de Turismo do Estado, né isso que você pergunta [isso] passa por aqui em relação ao licenciamento ee algumas algumas questões estratégicas, como por exemplo, a gente tá discutindo hoje/ Fortaleza hoje tá discutindo a vinda do hubby da TAM [urrrum] éé a gente discutiu também a questão do Cocó, né, da delimitação do Cocó, ee todas essas situações as duas secretarias faziam faziam des/ des/ dessa rodada de discussões.

27. Pesquisador: Éé, o que vem à mente quando você escuta, né, os pronunciamentos da SETUR em relação ao turismo e ao meio ambiente?

28. Beatriz: Olha, é... Fortaleza é uma cidade que ainda tem muito a/ e aí eu vou responder em nível de/ você quer que eu responda a nível de estado ou [não, é] em nível de cidade?

29. Pesquisador: Cidade, estado, né, na sua ambiência [éé] de trabalho, de atuação, de experiência.

30. Beatriz: É porque eu vejo assim, hoje a gente tem uma uma uma secretaria de turismo em Fortaleza, então é o que a gente pode falar é-é que ããã você tem a

SETFOR, então a Secretaria de Turismo ela têm o papel/ do ESTADO, ela tem o papel de fortalecer a atividade turística no estado, quando quando você tem uma Secretaria de Turismo municipal forte, que é o pa/ que é a a SETFOR tem esse esse essa característica, porque até mesmo por conta da da dimensão de Fortaleza, então acho que essa a a... a relação maior nesse sentido éé a SETFOR e a-a Secretaria de Turismo de Fortaleza abarcar algumas atividades que é a pra deixar a SETUR trabalhar pra os outros municípios, isso é muito importante, desenvolver os outros municípios que tenha vocação turística e aí Fortaleza fica com é-ééé claro, de uma forma... relacionada, mass acho que o papel principal da/ de um órgão de turismo em Fortaleza não seria a SETUR, seria da SETFOR, né, É da SETFOR que é a Secretaria de Turismo ãã de do município.

31. Pesquisador: E em relação à, pode ser SETUR, ou SETFOR, enfim, (ininteligível) o que que você acha do-do que se é falado, do que se é pronunciado, dos discursos que têm nesses instituições?

32. Beatriz: Eu acredito que eles é-é é coo falei anteriormente, Fortaleza tá iniciando acho que muito/ quando é-é éé a gente tem mania de se comparar e se comparar porque Barcelona é assim, Bilbao é assim, Londres, mas tudo isso começou há muito tempo atrás, eu acho que há um esforço, é-é de todos, de todos os-os entes pra realmente deixar essa cida/ essa cidade éé com essa vocação mesmo consolidada, ééé há esforços no sentido de políticas aí é a gente tem vários programas, inclusive os programas é-é que eu acho que são, são bastante relevantes, a gente tem conhecimento de mais dois ou três projetos ééé que vêm/ tão buscando financiamento em bancos de fomento, tanto a CAF, como BID e que SÃO INTEGRADOS aos nossos projetos urbanísticos e ambientais, ééé, que vêm ãã que vêm fomentar a-a-a-a atividade ã turística, e acredito que ao/ que começa por aí, agir de forma estratégica, você ter preocupação com o centro da cidade, preocupação com a/ quanto/ a gente tem um pro/ esse projeto que eu falei da orla cem por cento balneável, nós estamos focando numa área da cidade que é complementar ao/ a um projeto chamado Cidades com Futuro da SETFOR, que visa também a-aa a-aa balneabilidade da orla em outra área, então os nossos são são estratégicos e complementares, junto com o da SETFOR, eu acredito que que ééé a gente vem agindo de forma estratégica com relação a isso.

33. Pesquisador: Você acha que os discursos direcionam... pra algum local? Buscam alguma/

34. Beatriz: Buscam é-é a consolidação de Fortaleza como um destino turístico internacional.

35. Pesquisador: Você acha que de um modo geral as pessoas que trabalham e lidam com o turismo entendem esse discurso?

36. Beatriz: Essa pergunta eu não sei te responder, porque eu realmente assim a gente/ é acredito que sim, né, o pouco/ o contato aí eu vou te falar da experiência [urrrum] do estado, como quando a gente teve lá e-em-em é até dois mil e doze, a gente tinha muitoa muita contato com as pessoas, principalmente da-do litoral leste, Ibia/ éé Ibiapaba ee Maciço de Baturité, e eu [são os polos né] sentia/ é, são os três polos do-do PRODETUR Nacional, e eu sentia que havia assim essa/ essa convergência de-de desejos.

37. Pesquisador: Éé, qual o órgão é que você atribui como imprescindível a ser ouvido em relação ao turismo?

38. Beatriz: Eu acho que as duas secretarias de turismo, tanto a secretaria, no caso de Fortaleza, a Secretaria de Turismo é-é de Fortaleza, como a Secretaria de Turismo do Estado do Ceará, que é a grande é a grande estrategista no sentido de desenvolver políticas de turismo para o estado.

39. Pesquisador: Éé, qual a relação entre discurso, né, o que se fala, o que se propõe e PRÁTICA em relação ao turismo no município e estado?

40. Beatriz: Hoje em dia [efetividade] é [me referindo à efetividade] hoje em dia o q/ a grande dificuldade de tornar o discurso realidade vem muito das questões dos repasses financeiros, só um exemplo, o mercado dos peixes, que foi quando começou a obra da Beira Mar, hoje, por que que ele num foi finalizado, [uhum] é isso é MUITO PONTUAL, tô falando de algo muito pontual, mas porque é-é éé há umaaa falta de repasse do governo federal pra finalizar a obra, à mas é só um mercado, mas é um mercado que ele quee ele PODE ter uma uma umaa/ ele pode ser um-um ponto ã-ã que identifique éé/ um ponto de-de-de a/ de-de-de é-é congregação de-de-de turistas na cidade, como de cidadãos, como assim é/ são as barracas da Praia do Futuro, né, então assim, acho que é-é num é a questão discurso/ os programas que a gente a gente a gente trabalhou, tudo que ele tava proposto, ele tava sendo executado, agora realmente depende de repasses financeiros e de vontade política também.



41. Pesquisador: É, no planejamento de destinos turísticos litorâneos, referente aaaa município e estado, você já teve experiência em relação ao estado, qual a participação da população na organização, no projeto, nas diretrizes?

42. Beatriz: Todos os que parti/ é todos os projetos que eu participei, é a gente buscava MUITO a integração da-da cidade, dos munícipes com a com a intervenção, porquee de uma forma ou de outra, a cid/ a-a-a população tem que se sentir pertencente a a esses projetos.

43. Pesquisador: É, mas funcionaria, essa participativa seria consultivo [desdaa] ou deliberativo [desdaa, desde a época] mesmo?

44. Beatriz: EU ACHO QUE é-é-é desde a época por exemplo os projetos de va/ de valorização de destinos turísticos, que aconteceu no estado, fazíamos reuniões, o setor do-do segmento do turismo, é-é dava suas opiniões, é-é só lincar o-o opinião pública com a questão técnica, aa técnica é uma questão muito importante é pra pra poder éé ratificar ou não uma sugestão éé da população, que pode ser deliberativa ou consultiva.

45. Pesquisador: Ok, em relação ao desenvolvimento sustentável, qual a sua opinião especificamente em relação à área ambiental de desenvolvimento turístico no estado e município?

46. Beatriz: Acho que as leis a-a-a-a legislação federal, ela amarra muito bem a essa questão ambiental, então acredito que há um respeito em relação à sustentabilidade, agora acredito que a iniciativa privada poderia é-éé... ser mais OUSADA no sentido de garantir a sustentabilidade... ambiental ããã com... projetos é-é utilizassem energia renovável ééé que desenvolvesse certos tipos de práticas internas ao seus empreendimentos, né, às suas atividades, dando um exemplo pra... pra cidade, pra população, acho que falta um pouco de ousadia no setor privado em relação a isso.

47. Pesquisador: Mas ousadia pela implantação de novos recursos ou de outros recursos.

48. Beatriz: É de recursos que-que-que realmente façam a diferença e até que agreguem valor ao empreendimento deles.

49. Pesquisador: Desenvolvemento s/ desenvolvimento sustentável é importante para a localidade turísticas por quê?

50. Beatriz: Ele ele é IMPRESCINDÍVEL pra sustentabilidade da atividade turística sem sem sem você ter um ambiente natural de qualidade, a atividade turística é praticamente é-é... éééé... ela ela não dá pra... é irrealizável, você tem vários

cenários no mundo inteiro, Bilbao hoje ela é um grande centro de turismo, porque houve uma despoluição de um rio, houve uma requalificação dessas margens desse rio, houve realmente a regeneração de um ambiente natural integrada a/ ao ambiente construído da cidade, Barcelona da mesma forma, éééé... Nova Iorque construiu/ é implantou alguns am/ algumas estruturas artificiais, mas que se integram com os rios, a-a-a-a-a-o-a paisagem natural, ela é imprescindível, imprescindível.

51. Pesquisador: E aqui no estado e município é desenvolvido essa perspectiva?

52. Beatriz: Sim, pelo menos/ só posso te garantir que de dois mil e treze pra cá sim.

53. Pesquisador: Dê um exemplo.

54. Beatriz: É aque/ eu te dei esse exemplo, do orla cem por cento balneável, o projeto águas da cidade, éé os parques criados em do/ em janeiro de dois mil e catorze, foram criados vinte e um parques pelo prefeito, plano de arborização, plano de saneamento, plano de drenagem, ãããã a questão do aterro sanitário no Jangurussu que nós estamos buscando uma-uma-uma forma de integrar aquela á-á-área da cidade, então são vários pontos da cidade, são VÁRIOS PROJETOS da cidade que-que-que própria lei de uso e ocupação do solo, o código de obras e posturas tá sendo revisado agora, que foi, que houve a integração do-do-do-da-do aspecto ambiental na-na-na-na/ a gente tá desenvolvendo uma certificação municipal pra edificações sustentáveis, então é-é eu convido você a-a-a entrar no site e da secretaria e-e-e ver sobre a política ambiental que ela tem tudo a ver com a-a melhoria da-da-da qualidade ambiental e-e-e paisagística da cidade e sus/ e de sustentabilidade da cidade ééé e que realmente vai-vai trazer uma-uma... uma imagem melhor da cidade.

55. Pesquisador: Éé, em relação ao estado, né, eu falo do litoral cearense eee pode ser referente, por exemplo, ao polo leste que é onde você trabalhou, né, existe disparidades entre os discursos do turismo e as práticas em relação ao desenvolvimento sustentável nessas áreas?

56. Beatriz: Não posso te di/ te responder em relação aos municípios no dia a dia, no cotidiano, porque enfim não tive conhecimento, mas com relação ao que foi proposto de política, de projeto pra esses municípios e o que foi executado, foi tudo feito de acordo com o que/ o que foi executado foi feito de acordo com o projetado, mas internamente não posso te responder porque não tinha essa vivência do cotidiano.

57. Pesquisador: Ee... em-em PORCENTAGEM, tudo que foi executado/ é planejado foi executado?

58. Beatriz: Sim, tem que ser, na verdade ainda não foi finalizado pe/ dos projetos que participei [urrrum] tá, mas a gente vê uma cultura [que é a última versão né?]

59. Pesquisador: É versão de dois mil e treze?

60. Beatriz: Acho que é, mas acabei que eu não não cheguei a finalizar, porque dois mil e doze foi quando eu saí [urrrum] final de dois mil e doze, então deve ter alguma coisa que andou aí mais pra frente, mas desde noventa e cinco quando o-o-o o governador Tasso Jereissati, a partir da-da-da/ acho que antes até, da secretária Aninha Ribeiro, que eu acho que tem um papel FUNDAMENTAL na-na [década de noventa] aliás ESSES GRANDES secre/ nós tivemos GRANDES secretários de turismo no estado do Ceará, secre-secretária Aninha Ribeiro, secretário Bismarck Maia, eu acho que fo/ contribuíram bastante e tiveram MUITA visibilidade porque realmente conseguiram trazer é-é tornar Fortaleza u-um destino, né, hoje você viaja internamente, é-é aí em Brasil e quando você fala que é de Fortaleza, as pessoas já abrem um sorriso e dizem assim, á, aquela cida/ aquela é que é cidade, então ela tem uma imagem muito positiva pra-pras pessoas, a imagem da praia, do sol, de pessoas alegres, éééé e que é uma cidade BOA, é uma cidade bonita, então eles conseguiram trazer essa imagem em-em-em-em cerca de de vinte e poucos anos é pra cá, eu acredito que sim.

61. Pesquisador: Qual a sua opinião sobre a administração do turismo NO estado?

62. Beatriz: Eu acho que sempre foi assim forte, e acho que a tendência é-é-é-é es/ é como eu falei, a gente/ nós tivemos secretários/ excelentes secretários, nós temos um secretário hoje MUITO atuante, ééé e tá agindo de forma mais estratégica em relação ao hubby da TAM, há-há-há alguns projetos que na verdade é são estratégicos ã pra-pra cidade, e que e que a longo prazo poderão trazer aí novidades pra-pra nossa cidade.

63. Pesquisador: É, a relação do PRODETUR e o PEDITS?

64. Beatriz: O PRODETUR ele agia no/ é-é ele era ele era mais voltado paraa é-é é/ na verdade o PEDITS ele é uma-uma ele é o plano que traduz o programa PRODETUR é Nacional no estado [urrrum] então ele-ele é o resultado ééé físico, concreto do que se propôs é-é para o PRODETUR Nacional no estado.

65. Pesquisador: É, no documento fala da importância, lógico, que é importante por esse motivo, né, ele traduz essa/ o que SERÁ IMPLANTADO, mas não é não vi a FORMA que será implantado, você pode... falar um pouco sobre isso?

66. Beatriz: A forma que será implantado acredito que deve ter uma parte de cronogramas no final não não me lembro, mas a gente é/ há-há um último documento que é estratégia de implementação do PEDITS que ele fala como/ existe um terceiro documento chamado éé/ você tem acho que é o/ faz tempo, mas você tem o diagnóstico, você tem o plano e você tem a estratégia de implementação, que é o documento três, esse documento fala como vai ser/ vão ser implantados os projetos, que eu me lembre ele-ele falava a-a forma, a metodologia, a prio/ a hierarquia dos projetos e a hierarquia da-da-da-da subsídio pra implantação da-das obras e-e-e planos e subplanos que-que tão previstos lá [éé] eu lembro ss/ eu lembro que tinha esse documento.

67. Pesquisador: Na etapaaa é-é que você trabalhou diretamente foi do Polo Litoral Leste, num é isso?

68. Beatriz: Não a gente fez os três [os três] os três [certo] em conjunto.

69. Pesquisador: É, foi baseado/

70. Beatriz: Na verdade eu trabalhei GERENCIANDO, COORDENANDO o-o-o plano, né, então...

71. Pesquisador: Nesse... nesse/ no desenvolvimento desse documento éé foi-foi utilizado alguma metodologia semelhante, é-é, teve um espelho pra fazer a metodologia daqui, como foi feito isso?

72. Beatriz: A metodologia desenvolvida/

73. Pesquisador: Porque no-no quando você vai pa bibliografia, é, pelo menos eu não encontrei metodologias de/ pra fazer o documento.

74. Beatriz: É, como te falei, trabalhei coordenando e aí isso é mais éé voltado pra quem realmente elaborou a parte éé toda essa questão de conteúdo, né, é diferente você coordenar e-e-e elaborar conteúdos, esses conteúdos eles eram elaborados por uma equipe multidisciplinar, formada por geógrafos, arquitetos, economistas, engenheiros, então éé então é a pa/ a questão é da-da-da-da-da da dos gestores ambientais, é mais com certeza a metodologia aplicada é a de planejamento estratégico, porque o PEDITS veio de um planejamento estratégico, ele é um pl/ tipo de planejamento estratégico.

75. Pesquisador: Ok, éé, quais os entrave (pigarro) se há entraves ou se não há entraves para a efetividade da implantação des/ dos programas ambientais no litoral?

76. Beatriz: Eu acho que há-há-há... há alguns entraves ainda até culturais das pessoas, vou dar um exemplo que num é neem.. voltado pra atividade turística, mas é algo que a gente tá sentindo muito aqui, hoje a prefeitura de Fortaleza trabalha com os ecopontos, que são pontos de reciclagem de resíduo, ééé, e... tem CINCO ecopontos com a construção PARADA, porque os moradores do entorno, os vizinhos, dizem que não querem uma rampa de lixo do lado da casa deles, NÃO é rapa de lixo, é um ponto de reciclagem de resíduo, que vai melhorar a questão da-da-da-da reciclagem que vai adotar uma nova forma de cultura na cidade, então acho que tem uma questão CULTURAL das pessoas é-é-é-é ééé se apropriarem que a cidade precisa ter as suas DEFESAS, né, que o ambiente natural precisa ter as suas DEFESAS, acho que tem aí uma questão também financeira, porque o Brasil, as cidades brasileiras ainda dependem de vários repasses federais e principalmente éé repasses que v/ ãã aí é o que a gente luta muito aqui, a educação e a saúde, elas ainda não a-ainda são é-éé demandas muito muito latentes na população, então acredito que/ e a demanda ambiental ela é estratégica, ela é imprescindível pra uma saúde melhor, pra uma educação melhor, mas acho que éé historicamente, e aí a gente não pode realmente ééé de forma nenhuma dizer que a gente tá errado ou que a gente tá certo, o Brasil é um país muito jovem, as-as-as cidades são muito jovens, a democracia no Brasil é muitoooo é-é-é é muito recente, então a gente tá aprendendo a-a-a a fazer ainda ééé e eu acho que esse aprendizado, e aprendendo a fazer a passos muito largos, porque nós avançamos muito a questão ambiental ela vem de oitenta e seis pra cá, e principalmente Fortaleza a Secretaria de Meio Ambiente ela foi criada em dois mil e três, então são mais ou menos dez, dez, doze anos, uma década e que muito assim é esses três últimos anos de dois mil e treze, né, pra cá, a gente fala três porque foi dois mil e treze todo, dois mil e catorze todo, tá chegando final do... do terceiro ano, início do quarto ano de gestão, a gente a gente.. eu digo muito que o próximo secretário que assumirá em janeiro de dois mil e dezessete se continuar o-o trabalho que tá sendo desenvolvido aqui, será um/ será u-u-um marco, fa-fará grandes é-é será marcado como u-um grande é-é gestor ambiental da cidade.

77. Pesquisador: Como você vislumbra éé o litoral com o crescimento que se projeta do turismo litorâneo? Eu digo em relação a mudanças físicas nessas áreas.

78. Beatriz: Eu acho que é-é-é necessário [é coerente?] é necessário e de acordo com a questão com as-as questões ambientais, ééé e urbanísticas locais, ééé se

estiverem/ se forem bem é-é regulamentado... acho que tem que acontecer, né, e acho que que é pra acontecer, se não/ se não fosse assim a Europa não era um grande destino turístico e várias cidades europeias à beira à beira mar, né, não-não-não seriam tão... visitadas.

79. Pesquisador: Em relação aos planos diretores dos municípios ee éé as áreas de utilização para o turismo, como se dá essa relação? É coerente? É implantado? É executado?

80. Beatriz: Não sei te dizer, aí vai depender d-da forma, da-da-da do tipo e planejamento que é feito com o plano diretor e da-da gestão que vai ser feita pelo prefeito, vai depender muito da gestão é de cada município, né, a gente entende que é-é isso é algo que é independe da-da-da do plano, né, a-a-a a-a-acho que/ aí vai muito da questão de sermos muito jovens ainda e não compreendermos que o/ que a gestão/ o planejamento e a gestão eles tem que/ são interdependentes e complementares [ok, teve algum] e indissociáveis.

81. Pesquisador: Éé teve alguma coisa que nós não discutimos em relação ao meio ambiente ãã especificamente que é a área que a gente tá tratando, que é a área que você trabalha, e o litoral e o turismo que a gente não colocou que você gostaria de colocar?

82. Beatriz: Acho que não, acho que éé que tá tudo bem/ acho que as perguntas foram muito bem feitas.

83. Pesquisador: Ok, muito obrigado.

84. Beatriz: Nada, que é isso, Moisés, fique à vontade.

## ANEXO M – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
CEARÁ/ PROPEAQ



### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

#### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA EM TURISMO: REALIDADES E CONTRADIÇÕES DA PRÁTICA SOCIAL

**Pesquisador:** Moisés da Costa

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 51091815.3.0000.5054

**Instituição Proponente:** UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

#### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 1.350.232

#### **Apresentação do Projeto:**

A pesquisa de doutorado versa sobre a análise do discurso crítico no segmento turístico. Para tanto, será analisado um documento referência de gestão do turismo, ao que se refere como e de que formas as ideologias políticas e do mercado constituem o discurso no referido documento. A análise terá como base a Análise Crítica de Discurso (ADC), com base em Fairclough. Ainda, para compor o corpus da análise, serão feitas 11 entrevistas com atores sociais do segmento turístico, que lidam diretamente com o setor, a exemplo de empresários e administradores. O objetivo das entrevistas é perceber as visões, próprios discursos e impressões dos entrevistados a respeito do turismo no Ceará, bem como em relação a sua prática social. Para as análises, as entrevistas serão transcritas e posteriormente analisadas com base nas categorias de analíticas da ADC. O resultado das análises busca contextualizar as funções discursivas e os elementos linguísticos que atuam na formação e na prática social do discurso do turismo no Ceará.

#### **Objetivo da Pesquisa:**

Objetivo Primário:

Coloca-se como objetivo geral da tese: analisar discursos vinculados ao turismo no Ceará, a fim de evidenciar posições discursivo-ideológicas que influenciam a correlação do planejamento e prática social do setor, proporcionando análise crítica dos sentidos produzidos nos textos do corpus.

**Endereço:** Rua Cel. Nunes de Melo, 1000

**Bairro:** Rodolfo Teófilo

**CEP:** 60.430-275

**UF:** CE

**Município:** FORTALEZA

**Telefone:** (85)3366-8344

**Fax:** (85)3223-2903

**E-mail:** comepe@ufc.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
CEARÁ/ PROPESQ



Continuação do Parecer: 1.350.232

Como pontos de investigação, tendo em vista a ampla possibilidade de escolhas quando se refere ao corpus a ser analisado, elenca-se como objetivos específicos identificar e analisar:

Objetivo Secundário:

Quais os sentidos potenciais gerados em textos ligados ao discurso oficial do turismo no Ceará e quais os mecanismos discursivos utilizados no processo? Como os textos do corpus avaliam os discursos produzidos no turismo e a correlação com as realidades percebidas na prática social? Como os textos do corpus representam o discurso oficial do turismo e os segmentos, eventos e atores sociais ligados ao turismo? O conjunto de questionamentos constituem elementos importantes para a checagem e discussão da seguinte hipótese:

**Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

Riscos:

Não se aplica, haja vista que a intenção com as entrevistas é de apenas compreender as visões dos entrevistados em relação ao setor que atuam, bem como se revela a prática social.

Benefícios:

Contextualizar e clarificar como se processa a formação discursiva e os elementos linguísticos que atuam na formação dos discursos do turismo no Ceará, essa é uma condição importante no aspecto de mudança social e postura diante de poderes constituídos.

**Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

Pesquisa relevante, pois, a partir dessa análise, ter-se-á um panorama dos discursos que se processa no turismo do Ceará, compreendendo as ideologias, poderes e contradições que possam ter em relação à prática social.

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

Todos os termos solicitados foram apresentados.

**Recomendações:**

Sem recomendações.

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Sem pendências.

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_P	18/11/2015		Aceito

**Endereço:** Rua Cel. Nunes de Melo, 1000

**Bairro:** Rodolfo Teófilo

**CEP:** 60.430-275

**UF:** CE

**Município:** FORTALEZA

**Telefone:** (85)3366-8344

**Fax:** (85)3223-2903

**E-mail:** comepe@ufc.br



UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
CEARÁ/ PROPESQ



Continuação do Parecer: 1.350.232

Básicas do Projeto	ETO_511907.pdf	15:02:31		Aceito
Orçamento	ORCAMENTO_FINANCEIRO.pdf	18/11/2015 15:00:27	Moisés da Costa	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA_COLETA_DE_DADOS.pdf	12/11/2015 18:48:57	Moisés da Costa	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA_ETAPAS_DA_PESQUISA.pdf	12/11/2015 18:47:59	Moisés da Costa	Aceito
Outros	MAURO_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:53:01	Moisés da Costa	Aceito
Outros	ROSA_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:52:32	Moisés da Costa	Aceito
Outros	LUZIARIO_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:51:31	Moisés da Costa	Aceito
Outros	MESQUITA_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:50:59	Moisés da Costa	Aceito
Outros	IVONILDO_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:50:11	Moisés da Costa	Aceito
Outros	FLAVIO_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:49:38	Moisés da Costa	Aceito
Outros	DRUSO_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:49:01	Moisés da Costa	Aceito
Outros	DARLAN_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:48:37	Moisés da Costa	Aceito
Outros	CABRAL_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:48:01	Moisés da Costa	Aceito
Outros	BRUNO_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:47:31	Moisés da Costa	Aceito
Outros	AGUEDA_LOCAL_DA_ENTREVISTA.pdf	12/11/2015 13:46:31	Moisés da Costa	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	23/10/2015 12:45:11	Moisés da Costa	Aceito
Outros	Currículos Lattes (Moisés da Costa).pdf	10/06/2015 12:31:53		Aceito
Outros	Declaração de Participação na Pesquisa.pdf	04/06/2015 18:47:26		Aceito
Outros	Carta de Solicitação Apreciação do Projeto.pdf	04/06/2015 18:46:23		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo de Cons. Livre e Esclarecido.pdf	04/06/2015 18:38:34		Aceito
Folha de Rosto	Folha de Rosto.pdf	04/06/2015 18:34:03		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura	PROJETO DETALHADO - PDF.pdf	12/05/2015 10:53:30		Aceito

**Endereço:** Rua Cel. Nunes de Melo, 1000

**Bairro:** Rodolfo Teófilo

**CEP:** 60.430-275

**UF:** CE

**Município:** FORTALEZA

**Telefone:** (85)3366-8344

**Fax:** (85)3223-2903

**E-mail:** comepe@ufc.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
CEARÁ/ PROPESQ



Continuação do Parecer: 1.350.232

Investigador	PROJETO DETALHADO - PDF.pdf	12/05/2015 10:53:30		Aceito
--------------	-----------------------------	------------------------	--	--------

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

FORTALEZA, 03 de Dezembro de 2015

---

**Assinado por:**  
**FERNANDO ANTONIO FROTA BEZERRA**  
(Coordenador)

**Endereço:** Rua Cel. Nunes de Melo, 1000

**Bairro:** Rodolfo Teófilo

**CEP:** 60.430-275

**UF:** CE

**Município:** FORTALEZA

**Telefone:** (85)3366-8344

**Fax:** (85)3223-2903

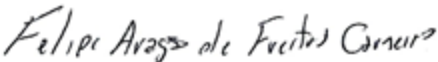
**E-mail:** comepe@ufc.br

## ANEXO N – DECLARAÇÕES DE REVISÃO E DE NORMALIZAÇÃO

### DECLARAÇÃO DE REVISÃO DO VERNÁCULO

Declara-se, para constituir prova junto aos órgãos interessados, que, por intermédio do profissional infra-assinado<sup>58</sup>, foi procedida a correção gramatical e estilística da tese intitulada **Análise de Discurso Crítica do turismo no Ceará: realidades e contradições nas políticas públicas e prática social**<sup>59</sup>, de autoria de Moisés da Costa, razão por que se firma a presente declaração, a fim de que surta os efeitos legais, nos termos do novo Acordo Ortográfico Lusófono, vigente desde 1º de janeiro de 2009.

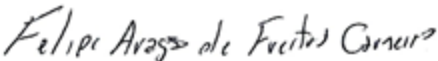
Fortaleza-CE, 27 de janeiro de 2017.

  
\_\_\_\_\_  
Felipe Aragão de Freitas Carneiro

### DECLARAÇÃO DE NORMALIZAÇÃO

Declara-se, para constituir prova junto aos órgãos interessados, que, por intermédio do profissional infra-assinado, foi procedida a correção gramatical e estilística da tese intitulada **Análise de Discurso Crítica do turismo no Ceará: realidades e contradições nas políticas públicas e prática social**<sup>60</sup>, de autoria de Moisés da Costa, razão por que se firma a presente declaração, a fim de que surta os efeitos legais, nos termos do novo Acordo Ortográfico Lusófono, vigente desde 1º de janeiro de 2009.

Fortaleza-CE, 27 de janeiro de 2017.

  
\_\_\_\_\_  
Felipe Aragão de Freitas Carneiro

<sup>58</sup> Número do registro: 89.931. E-mail: <fafc17@hotmail.com>.

<sup>59</sup> Não incluídos os Apêndices e Anexos.

<sup>60</sup> Não incluídos os Apêndices e Anexos.