

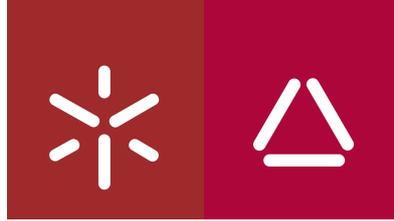


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Daniela de Carvalho Carreias

**Atrativos turísticos e Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso de Florianópolis (Brasil)**





**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Daniela de Carvalho Carrelas

**Atrativos turísticos e Turismo de Base  
Comunitária a partir do lugar: estudo  
de caso de Florianópolis (Brasil)**

Tese de Doutoramento  
Doutoramento em Geografia  
Especialidade em Estudos da Paisagem

Trabalho efetuado sob a orientação da  
**Professora Doutora Paula Cristina Almeida  
Cadima Remoaldo**

## **DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS**

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada. Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do Repositório da Universidade do Minho.

### ***Licença concedida aos utilizadores deste trabalho***



**Atribuição-SemDerivações  
CC BY-ND**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

## **AGRADECIMENTOS**

Aos anfitriões diretos e indiretos do Turismo de Base Comunitária, que de diferentes formas contribuem para que o TBC exista em Florianópolis.

À Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, pelo acolhimento e pela objetividade na orientação da tese.

À Universidade do Minho, aos seus docentes e corpo administrativo, pela oferta formativa e acolhimento aos alunos internacionais.

À Fátima Teixeira por ter construído a ponte entre o IFSC e a UMinho e influenciado o caminho dos que a seguiram.

Ao Instituto Federal de Santa Catarina pelo apoio e libertação das minhas atividades.

Às minhas amigas Ângela e Cláudia pela presença constante neste caminhar e aos amigos Andreia, Vanessa, André, Raquel, Cristini, Telma, Elinete, Elenita, Fátima, Juliani, Fabiana e Flora por compartilharem comigo experiências de TBC.

A todos, familiares, amigos e colegas de trabalho, que estiveram de alguma forma na expectativa do desenvolvimento desta investigação, o meu muito obrigada!

## **DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE**

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

# **ATRATIVOS TURÍSTICOS E TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA A PARTIR DO LUGAR: ESTUDO DE CASO DE FLORIANÓPOLIS (BRASIL)**

## **RESUMO**

No cenário das duas primeiras décadas do século XXI, observamos que a natureza mercadológica das atividades turísticas tem impactos tanto nos lugares quanto nos seus significados sociais. No modelo hegemônico de turismo, o visitante, na visita que efetua a um destino turístico, mantém distância (cristalizando o seu modo de ver) relativamente ao observado e aos significados do lugar construídos pelas pessoas que com ele têm uma relação de interioridade. A oferta turística associada à procura induz impactos negativos no ambiente natural e cultural do destino. Considerando a necessidade de fortalecer ações que contrariem este modelo de turismo, optámos por contribuir com o Turismo de Base Comunitária (TBC). A escolha do TBC deve-se principalmente ao facto de ser um turismo situado, ou seja, um turismo que promove o encontro da comunidade local com os visitantes, alicerçado na proteção e valorização dos ambientes naturais e culturais associados aos lugares de interioridade dos anfitriões. Reconhecemos, portanto, que o aspeto referente ao lugar marca o referido encontro, razão que nos motivou a investigar a relação de interioridade dos anfitriões do TBC e o atrativo turístico. Trata-se de uma investigação indutiva e qualitativa, que considerou Florianópolis como *locus* para um estudo de caso. A partir da análise de blogues de viagem e do *site* oficial da prefeitura de Florianópolis, identificámos que prevalecem experiências turísticas de exterioridade com os lugares existentes. A análise realizada aos projetos de TBC realizada a partir do inquérito por entrevista aos anfitriões proponentes e aos representantes das instituições parceiras dos projetos de TBC em Florianópolis revelaram a existência de iniciativas que procuram proteger e valorizar os lugares de pertencimento, através da oferta de serviços e vivências turísticas. Os proponentes dessas ofertas, anfitriões do TBC, demonstraram uma relação de interioridade com os lugares, tanto existencial quanto empática. Porém os projetos assumem-se como iniciativas incipientes, com fragilidades nos marcadores dos atrativos turísticos.

**Palavras-chave:** Anfitrião, Atrativo Turístico, Florianópolis, Lugar de Interioridade (*Insideness*), Turismo de Base Comunitária.

# **TOURIST ATTRACTIONS AND COMMUNITY-BASED TOURISM IN THE PERSPECTIVE OF PLACE: CASE STUDIES FROM FLORIANÓPOLIS (BRAZIL)**

## **ABSTRACT**

In the scenario of the first two decades of the 21st century, we observe that the market nature of tourist activities affects both places and their social meanings. In the hegemonic model of tourism, the visitor, when accessing a tourist destination, keeps a distance from the observed and from the meanings for that place constructed by people who have an insideness relationship with it. The access to space resulting from this type of approach tends to crystallize the tourist's way of being and way of seeing. The tourist offer associated with tourist demands exerts negative impacts on the natural and cultural environment of the destination. Considering the need to strengthen actions that contradict this tourism model, we decided to contribute to Community-Based Tourism (CBT). The choice for CBT is mainly due to the fact that it is a situated tourism, in other words, a tourism that promotes the encounter of the local community with visitors, based on the protection and enhancement of the natural and cultural environments associated with the places of insideness of the hosts. We therefore recognize that the aspects referring to place mark the aforementioned encounter, which is why we were motivated to investigate the relationship of insideness between CBT hosts and tourist attractions. This is an inductive and qualitative research, which takes Florianópolis as the *locus* for a case study. From the analysis of travel blogs, on the official website of the city hall of Florianópolis (Brazil), we identified that prevail tourist experiences of exteriority with existing places. In turn, the analyzes of the TBC projects based on the interviews with the project hosts and the representatives of partner institutions of TBC projects in Florianópolis reveal the existence of initiatives that aim to protect and enhance the places of belonging, by means of a provision of tourist services and experiences. The proponents of these offers, CBT hosts, demonstrate an insideness relationship with places, both existential and empathetic. However, the projects represent incipient initiatives, with weaknesses in the markers of tourist attractions.

**Keywords:** Host, Tourist Attraction, Florianópolis, Insideness Place, Community-Based Tourism.

## ÍNDICE GERAL

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
Questões Gerais .....	1
Questões de partida e objetivos da investigação .....	3
Metodologia.....	7
Estrutura da tese .....	8
<b>Capítulo 1 Definição, evolução e desafios do Turismo de Base Comunitária</b> .....	11
1.1. Nota Introdutória.....	12
1.2. O TBC e o turismo de massas .....	12
1.3. As origens do TBC .....	16
1.4. O TBC no Brasil .....	18
1.5. A base conceitual do TBC.....	20
1.5.1. Diversidade conceitual.....	20
1.5.2. A Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento e o TBC .....	23
1.5.3. O TBC e o desenvolvimento .....	25
1.5.3.1. As teorias e o desenvolvimento .....	26
1.5.3.2. As propostas de desenvolvimento e o TBC .....	28
1.6. Desafios do TBC .....	31
1.6.1. Protagonismo comunitário .....	31
1.6.1.1. A comunidade do TBC.....	31
1.6.1.2. As entidades externas como apoiantes dos projetos TBC.....	34
1.6.2. Comercialização da oferta.....	37
1.7. O referencial teórico analisado .....	39
1.8. Síntese .....	51
<b>Capítulo 2 O lugar dos anfitriões do TBC e a proposta de atrativos turísticos.</b> .....	54
2.1. Nota Introdutória.....	55
2.2. A Geografia Humanista: uma breve contextualização .....	55
2.3. A relação de interioridade de lugar na caracterização do anfitrião do TBC .....	57
2.3.1. A relação de interioridade de lugar.....	58
2.3.2. O não lugar e a supermodernidade .....	62
2.3.3. A relação de interioridade de lugar e o pertencimento .....	66
2.3.4. A relação de interioridade de lugar e o Turismo de Base Comunitária.....	68

2.3.5. Os anfitriões e a comunidade do TBC .....	71
2.4. Os atrativos turísticos e o Turismo de Base Comunitária .....	73
2.4.1. Atrativos Turísticos: base conceitual e evolução.....	74
2.4.2. Atrativos turísticos: tipos e categorias.....	77
2.4.3. O Sistema de Atrativos Turísticos e a desnaturalização da ideia da atratividade.....	82
2.4.3.1. O Sistema de Atrativos Turísticos .....	82
2.4.3.2. O visitante, o turista e o residente .....	85
2.4.3.3. O núcleo .....	88
2.4.3.4. O marcador .....	89
2.4.4. As atrações no TBC: ideias iniciais .....	93
2.5. Síntese .....	95
<b>Capítulo 3 Metodologia de investigação e caracterização do estudo de caso.....</b>	<b>97</b>
3.1. Nota Introdutória.....	98
3.2. Opções metodológicas .....	98
3.3. O estudo de caso: os projetos da Rede TBC Floripa .....	100
3.4. As fontes de investigação .....	101
3.4.1. Fontes Primárias .....	102
3.4.1.1. Inquérito por entrevista aos anfitriões dos projetos do TBC em Florianópolis.....	104
3.4.1.2. Inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras .....	106
3.4.1.3. Trabalho de campo relacionado com os projetos de TBC em Florianópolis.....	108
3.4.1.4. Inquérito por entrevista aos técnicos dos Centros de Atendimento aos Turistas....	111
3.4.2. Fontes Secundárias .....	111
3.4.2.1. Principais fontes utilizadas.....	111
3.4.2.2. <i>Websites</i> de blogues de viagem sobre Florianópolis e o <i>website</i> da Secretaria de Turismo da cidade de Florianópolis .....	113
3.5. Análise dos dados .....	117
3.6. Síntese .....	120
<b>Capítulo 4 Caracterização da cidade de Florianópolis.....</b>	<b>121</b>
4.1. Nota Introdutória.....	122
4.2. Caracterização geográfica, histórica e cultural da cidade de Florianópolis.....	122
4.2.1. Localização e acesso a Florianópolis .....	122
4.2.2. Aspetos físicos e demográficos de Florianópolis .....	126

4.2.2.1. Aspectos físicos.....	126
4.2.2.1.1. Relevo e vegetação da Ilha de Santa Catarina .....	126
4.2.2.1.2. Clima .....	134
4.2.2.2. Aspectos demográficos .....	135
4.2.3. Aspectos históricos e culturais de Florianópolis.....	142
4.3. Principais indicadores de turismo da cidade de Florianópolis .....	152
4.3.1. O surgimento e a evolução do turismo na capital Catarinense .....	153
4.3.2. A oferta e a procura do turismo em Florianópolis .....	155
4.3.2.1. A gestão e a oferta turística em Florianópolis .....	155
4.3.2.2. A procura turística em Florianópolis.....	161
4.4. Síntese.....	164
<b>Capítulo 5 Os atrativos turísticos nos blogues de viagem sobre Florianópolis e no site oficial de turismo do órgão gestor municipal.....</b>	<b>167</b>
5.1. Nota introdutória .....	168
5.2. Os blogues e os seus narradores.....	168
5.2.1. Pressupostos sobre a natureza dos blogues de viagem .....	168
5.2.2. Caracterização dos bloguistas deste estudo de caso.....	170
5.3. Descrição das narrativas dos núcleos dos atrativos turísticos .....	171
5.3.1. Descrição da narrativa do núcleo praia .....	173
5.3.2. Descrição das narrativas dos núcleos trilhos e dunas .....	181
5.3.3. Descrição das narrativas dos núcleos históricos .....	185
5.3.4. Descrição da narrativa do núcleo miradouro .....	195
5.4. Análise dos textos dos blogues .....	196
5.5. Atrativos turísticos promovidos pelo órgão gestor de turismo de Florianópolis.....	203
5.5.1. Atrativos turísticos informados nos Centros de Atendimento aos Turistas.....	203
5.5.1.1. Atrativos Culturais .....	206
5.5.1.2. Atrativos Naturais .....	208
5.6. Síntese .....	210
<b>Capítulo 6 Os Projetos de Turismo de Base Comunitária de Florianópolis e as percepções dos seus proponentes e dos representantes das instituições parceiras .....</b>	<b>213</b>
6.1. Nota Introdutória.....	214
6.2. Projetos da Rede TBC Floripa .....	214

6.2.1. Caracterização dos projetos da Rede TBC Floripa e dos anfitriões proponentes.....	214
6.2.1.1. Projeto de TBC de Condução Ambiental e Cultural com Mazinho.....	215
6.2.1.2. Projeto de TBC da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé .....	216
6.2.1.3. Projeto de TBC Tekoá Pirá .....	218
6.2.1.4. Projeto de TBC Tekoá Taguá.....	221
6.2.1.5. Projeto de TBC do Sertão do Ribeirão: Sítio Florbela e Sítio e Café Hortêncio .....	223
6.2.1.6. Projeto Chácara Clara Noite de Sol .....	227
6.2.2. Os anfitriões proponentes e a relação de interioridade de lugar .....	228
6.3. Projetos de Turismo de Base Comunitária na perceção dos seus proponentes .....	230
6.3.1. Início, objetivos e finalidades da criação dos projetos .....	231
6.3.2. O núcleo do Atrativo Turístico das ofertas TBC em Florianópolis na perceção dos anfitriões proponentes .....	238
6.3.3. Desafios e oportunidades dos projetos de TBC .....	241
6.4. Projetos de TBC na perceção dos representantes das instituições parceiras.....	241
6.5. Análise das perspetivas dos anfitriões proponentes e dos representantes das instituições parceiras .....	257
6.6. Os atrativos turísticos dos projetos de TBC da Rede TBC Floripa .....	261
6.7. Síntese .....	265
<b>Capítulo 7 Considerações Finais .....</b>	<b>267</b>
7.1. Principais ilações e respostas às questões de investigação e aos objetivos delineados.....	268
7.2. Contributos do estudo e orientações para os proponentes.....	271
7.3. Limites do estudo e investigações futuras .....	273
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>274</b>
Livros, artigos, dissertações, teses & relatórios.....	274
Publicações estatísticas .....	290
Cartografia .....	291
<i>World Wide Web</i> .....	291
<b>Anexos .....</b>	<b>294</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Linha do tempo das publicações por autores analisados .....	48
Figura 2 - Temáticas abordadas nas publicações analisadas sobre TBC à escala internacional.....	50
Figura 3 - Essência da experiência com o lugar através de <i>insideness</i> (interioridade) e de <i>outsideness</i> (exterioridade) .....	59
Figura 4 - Tipologia de atrativos turísticos de composição ideográfica .....	78
Figura 5 - Tipologia de atrativos turísticos de composição organizacional .....	79
Figura 6 - Tipologia de atrativos turísticos de composição cognitiva.....	80
Figura 7 - Modelo de Atrativo Turístico proposto por Leiper (1990) .....	84
Figura 8 - A atração turística como uma narrativa.....	92
Figura 9 - Convite do evento que resultou na formação da Rede TBC Floripa .....	100
Figura 10 - Sistematização das fontes primárias da investigação .....	102
Figura 11 - Projetos de TBC da Rede TBC Floripa, localização dos projetos.....	110
Figura 12 - Sistematização das fontes secundárias da investigação .....	112
Figura 13 - Identificação dos núcleos dos atrativos turísticos referenciados pelos <i>bloggers</i> .....	116
Figura 14 - Síntese do desenvolvimento de uma análise de acordo com a perspectiva de Bardin .....	118
Figura 15 - Localização de Florianópolis no Estado de Santa Catarina.....	123
Figura 16 - Imagens das pontes de acesso à Ilha de Santa Catarina .....	124
Figura 17 - Distrito da Lagoa da Conceição com vista do Morro da Lagoa da Conceição.....	128
Figura 18 - Manguezal do Itacorubi .....	130
Figura 19 - Restinga na Ilha de Santa Catarina .....	131
Figura 20 - Floresta Ombrófila Densa da Lagoinha do Leste em Florianópolis .....	133
Figura 21 - População estimada em 2020 para a conurbação de Florianópolis .....	138
Figura 22 - Percentagem por Estado de nascimento da população residente em Florianópolis em 2000 e em 2010.....	139
Figura 23 - Pessoal ocupado com carteira assinada em 31/12/2019, por setor de atividade .....	140
Figura 24 - Oficina lítica, inscrições rupestres e sambaquis em Florianópolis .....	143
Figura 25 - Produções artísticas de Francklin Cascaes.....	150
Figura 26 - Número de empresas e empregados relacionados com o turismo em Florianópolis.....	158
Figura 27 - Série histórica (2010 a 2019) do número de empresas, incluindo Microempreendedores Individuais (MEI), dos setores da hospedagem e alimentação, em Florianópolis.....	159

Figura 28 - Série histórica (2010 a 2019) do número de empregados, incluindo os micro-empresendedores individuais dos setores da hospedagem e alimentação em Florianópolis .....	160
Figura 29 - Destinos brasileiros mais visitados entre 2015 e 2019 por turistas internacionais .....	162
Figura 30 - Turistas por estado de origem (Temporada de Verão) entre 2013 e 2020 .....	163
Figura 31 - Evolução da distribuição de turistas por tipo de hospedagem .....	164
Figura 32 - Nuvem de palavras mais frequentes presentes nos blogues analisados.....	172
Figura 33 - A praia como núcleo do atrativo turístico e os bloguistas que a propõem.....	173
Figura 34 - Representação dos temas e índices das narrativas em torno do núcleo Praia .....	176
Figura 35 - As dunas e os trilhos como núcleos de atração turística e a identificação dos bloguistas que os propõem.....	182
Figura 36 - Representação dos temas e índices das narrativas em torno ao núcleo Trilho .....	184
Figura 37 - Representação dos Patrimônios Históricos referidos nos blogues.....	186
Figura 38 - Localização do património histórico associado ao Centro Histórico como núcleo do atrativo turístico e a identificação dos bloguistas que o propõem .....	187
Figura 39 - Localização património histórico associado às fortalezas e aos “vilarejos açorianos” como núcleo do atrativo turístico e a identificação dos bloguistas que o propõem .....	192
Figura 40 - O miradouro como núcleo do atrativo turístico e a identificação do bloguista que o propõe .....	195
Figura 41 - Fotografias de diferentes usos para o vão central do Mercado Público de Florianópolis...	200
Figura 42 - Conteúdo e layout do site oficial de turismo da Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico, da Prefeitura Municipal de Florianópolis.....	205
Figura 43 - Roteiro TBC em Naufragados .....	216
Figura 44 - Rota das Tipitingas proposto pelo Projeto Piloto de TBC da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé.....	218
Figura 45 - Roteiro da Pesca Artesanal da Tainha no Campeche proposto pelo Projeto Tekoá Pirá ...	221
Figura 46 - Roteiro TBC no bairro José Mendes.....	223
Figura 47 - Execução do Roteiro TBC do Sertão do Ribeirão .....	225
Figura 48 - Execução do Roteiro TBC do Sertão do Ribeirão .....	226
Figura 49 - Visita à Chácara Clara Noite de Sol .....	228
Figura 50 - Ano de criação dos projetos de TBC em Florianópolis. ....	231

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Principais autores e respectivos resultados ligados ao Turismo de Base Comunitária .....	40
Quadro 2 - Classificação do atrativo tendo por base a duração da estada .....	81
Quadro 3 - Elementos que caracterizam o inquérito por entrevista realizado aos anfitriões dos projetos e das iniciativas de TBC em Florianópolis.....	106
Quadro 4 - Elementos que caracterizam o inquérito por entrevista realizado aos representantes das instituições parceiras .....	107
Quadro 5 - Base de dados dos blogues sobre a oferta o turismo em Florianópolis.....	114
Quadro 6 - Percentagem da população urbana no total da população do Brasil .....	135
Quadro 7 - População residente, urbana e rural, e densidade populacional de Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu.....	138
Quadro 8 - Dados da população ocupada e do salário médio mensal (em salários mínimos) dos municípios de Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu, em 2018.....	141
Quadro 9 - Atrativos turísticos culturais apresentados no site da Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico, da Prefeitura Municipal de Florianópolis .....	206
Quadro 10 - Temáticas presentes nas narrativas dos anfitriões relativas às finalidades e objetivos do Projeto .....	232
Quadro 11 - Atividades propostas nos projetos de TBC da Rede TBC Floripa .....	234
Quadro 12 - Recursos associados aos projetos de TBC da Rede TBC Floripa na perspetiva dos anfitriões proponentes .....	239
Quadro 13 - Trechos das narrativas com a perspetiva dos representantes das instituições parceiras a respeito do TBC.....	242
Quadro 14 - Apoio aos projetos mediante participação em editais de fomento .....	246
Quadro 15 - Os critérios de avaliação dos representantes quanto aos projetos e sua relação com o TBC .....	249
Quadro 16 - Narrativa dos representantes quanto à necessidade de envolvimento de mais pessoas	251
Quadro 17 - Narrativas dos representantes sobre os recursos turísticos dos projetos .....	254
Quadro 18 - Identificação dos representantes das instituições parceiras quanto a idade, cargo/função e formação.....	257

## **LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÔNIMOS**

TBC – Turismo de Base Comunitária

IFSC – Instituto Federal de Santa Catarina

UNWTO – *World Tourism Organization*

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

TA – Turismo Alternativo

LTDS – Laboratório de Turismo e Desenvolvimento Sustentável

TURISOL – Rede Brasileira de Turismo Solidário

WWF – *World Wide Fund for Nature*

ICMBio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

RESEX – Reserva Extrativista

CECCA – Centro de Estudos de Cultura e Cidadania

MTur – Ministério do Turismo (Brasil)

WTTC – *World Travel & Tourism Council*

FMI – Fundo Monetário Internacional

FLORAM – Fundação Municipal do Meio Ambiente

ONGs – Organizações Não Governamentais

RIET – *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo*

AV – Atração de visitantes

AT – Atrativo turístico

ATLAS – Associação de Turismo e Educação para o Lazer

OMS – Organização Mundial de Saúde

SARS COVID 2 – *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2*

COVID-19 – *Coronavirus Disease of 2019*

CAT – Centro de Atendimento ao Turista

PIT – Portal de Informação ao Turista

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPIUF – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Florianópolis

FLORAM – Fundação Municipal do Meio Ambiente

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

FCC – Fundação Catarinense de Cultura

FCFFC – Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes

SEPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico, Artístico e Natural do Município

SETUR – Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico

CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente

FATMA – Fundação do Meio Ambiente

ABBV – Associação Brasileira de *Blogs* de Viagem

Dedico esta investigação aos meus pais, Thomaz Costa de Carvalho e Soni de Carvalho (*in memoriam*) pela orientação quanto ao caminho que devêssemos seguir, envolvendo a educação, o trabalho e o compromisso social. Ao meu esposo Carrelas, e aos nossos filhos, João Vitor e Sofia, pela paciência e suporte nesta caminhada.

## **INTRODUÇÃO**

### **Questões Gerais**

A oferta do turismo hegemónico está estruturada na organização e promoção de produtos turísticos, restrita à vivência do espaço, desconsiderando os sentidos dados pelos sujeitos que vivem uma relação de interioridade (*insideness*) com os lugares, reafirmando uma relação de exterioridade (*outsideness*) com o lugar visitado. O visitante torna-se um observador, um espectador, uma pessoa que “vê” e nesta perspetiva, como afirma Tuan (1980) é alguém que não está envolvido com a “cena”, e, portanto, ao somente vê-la, o seu conhecimento decorrente da observação visual é mais abstrato e incompleto. Em face deste pressuposto, a maioria das vivências turísticas propostas são concebidas sem a preocupação com a integração do turista na comunidade local, com o intuito de promover uma relação mais significativa e profunda a partir desta relação.

Repensamos na presente investigação os atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária (TBC) por acreditarmos que outro tipo de turismo é possível. A opção pelo TBC ocorreu em função deste ter como princípio o compromisso com o lugar e os sujeitos que vivem e o significam, devendo ser estes últimos os principais beneficiários da atividade turística (Zaoual, 2006, 2008; Bursztyn *et al.*, 2009; Irving, 2009; Sansolo e Bursztyn, 2009). Nesta perspetiva a comunicação dos significados associados aos lugares é a razão motivadora da oferta turística, sendo as receitas geradas com o turismo uma consequência do mesmo. A análise dos atrativos turísticos que desenvolvemos na nossa investigação, bem como a análise da perceção dos anfitriões e das chefias das entidades parceiras, permitiu-nos identificar a fragilidade nos marcadores dos atrativos turísticos dos projetos e evidenciar a sua centralidade no alcance das finalidades desejadas.

Inicialmente, pensámos em estudar os roteiros turísticos, mas percebemos, com a revisão da literatura no contexto académico, que se trata de um elemento que ainda carece de consolidação. Deparamo-nos com a constatação do reduzido número de estudos sobre roteiros turísticos (Tavares, 2002; Bahl, 2012; Cisne e Gastal, 2009; Cisne, 2011; Egrejas *et al.*, 2013; Figueira, 2013; De Stefani, 2014; Egrejas, 2014). Mas foi com a identificação da existência de uma significativa diversidade de termos para “roteiro turístico”, como sinónimo de itinerário, de rota, de atrativos turísticos e de circuito, que optámos por direcionar a nossa investigação para os atrativos turísticos. Acreditamos que a investigação dos atrativos turísticos e as suas especificidades quanto à oferta de TBC (Turismo de Base

Comunitária) permitiu identificar elementos para aprofundarmos o entendimento deste modelo de turismo diferenciado e consequentemente aconselhar os que trabalham com esse modelo.

No que diz respeito às principais motivações para o desenvolvimento da presente tese de doutoramento, aprez-nos destacar que acontece como resultado da nossa participação na execução de projetos de extensão desenvolvidos pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) em parceria com associações e entidades públicas. Estes projetos têm sido desenvolvidos desde 2016, em conjunto com moradores do bairro José Mendes (Tekoá Taguá) e da praia do Campeche (Tekoá Taguá) e com o Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), que faz parte da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, no Brasil. Integrei a equipa, ora como participante, ora como coordenadora do projeto de extensão. Já a iniciativa do TBC no Pirajubaé, teve origem em 2012, também a partir de projetos de extensão desenvolvidos na Reserva Extrativista do Pirajubaé com o IFSC.

Os projetos de extensão desenvolvidos no contexto da praia do Campeche e do bairro José Mendes resultaram de solicitações feitas pela comunidade e foram atendidos em momentos diferenciados pelo IFSC, através do *Campus* Florianópolis Continente especializado no ensino, pesquisa e extensão, vinculado ao eixo tecnológico do Turismo e da Hospitalidade. A praia do Campeche teve o primeiro projeto de extensão proposto em meados de 2016 e o bairro José Mendes no início do ano de 2018, sendo o projeto do bairro José Mendes concebido de forma integrada com a praia do Campeche. Estes projetos surgiram como consequência de solicitações apresentadas por moradores, a partir do seu vínculo afetivo e compromisso com os lugares de pertencimento.

No contexto do projeto de extensão optámos, num primeiro momento, por seleccionar a nossa área de intervenção tendo o bairro como critério de delimitação do espaço geográfico de atuação, a partir do seu limite político-administrativo. No contexto da presente pesquisa, adotámos o entendimento de bairro como um lugar, ou seja, na dimensão experiencial, significativa, entendendo o bairro percebido pelo sujeito, como decorrente da sua experiência (Azeredo, 2016).

As limitações do entendimento dos aspetos diferenciadores do TBC foram percebidas na execução dos projetos de extensão e reafirmadas com a revisão da literatura realizada no contexto da presente tese de doutoramento. Algumas das dúvidas apresentadas no processo de conceção da oferta TBC foram a necessidade de identificação dos aspetos que caracterizam os anfitriões do TBC, e dos aspetos que são centrais para a definição do atrativo turístico de TBC, assim como a ausência de estratégias efetivas na captação de visitantes dada a inadequação da lógica de comercialização do

turismo de massas. A falta de referenciais teóricos metodológicos para a conceção da oferta TBC foi identificada como uma possível causa dos problemas identificados, uma vez que eram concebidos a partir do conhecimento empírico dos proponentes e como parceiros dos projetos de extensão.

Com o desenvolvimento da presente tese acreditamos que, por sermos docente no *Campus* Florianópolis Continente do IFSC em ofertas de educação profissional na área do turismo e da hospitalidade, a reflexão suscitada com a sua produção permitirá qualificar o nosso trabalho no IFSC nos três âmbitos de intervenção. No que concerne ao primeiro âmbito de intervenção, a nossa pesquisa permitirá qualificar a nossa intervenção no ensino, contribuindo para a educação profissional dos trabalhadores da área de turismo e hospitalidade, tanto por avançar com aspetos críticos sobre os impactes das ofertas do turismo hegemónico como pela possibilidade de fortalecer um modelo alternativo a este turismo, capacitando os alunos na qualificação deste tipo de oferta. No âmbito da extensão tencionamos seguir a nossa intervenção no apoio às comunidades que optarem pelo TBC como estratégia de proteção dos seus lugares de pertença, como um conhecimento mais aprofundado do TBC e em particular sobre os seus atrativos turísticos, fruto do processo de desenvolvimento da presente investigação. No campo da pesquisa ambicionamos dar sequência ao aprofundamento teórico das temáticas relacionadas com o TBC, procurando ampliar o nosso conhecimento sobre as investigações e experiências de ofertas com sucesso de TBC, tanto no âmbito brasileiro quanto internacional. Também, a partir de novas investigações, pretendemos desenvolver experiências de TBC no Estado de Santa Catarina.

Por fim, acreditamos que a nossa intenção em desenvolver investigação sobre o turismo numa perspetiva crítica de análise, despertará nos discentes e comunidade envolvidos com a oferta de TBC, e com os quais interagimos, uma melhor compreensão sobre as forças subjacentes ao modelo de turismo hegemónico. Também a possibilidade, ainda que remota em relação a contrariar as referidas forças, de contribuirmos com um modelo diferenciado de turismo, numa perspetiva mais humana e inclusiva.

### **Questões de partida e objetivos da investigação**

O turismo é reconhecido mundialmente como um fenómeno social e económico que esteve em franco crescimento até 2019. De acordo com os dados da Organização Mundial do Turismo (World Tourism Organization - UNTWO), em 2017 o turismo cresceu em todos os continentes, tendo registado 1.323 milhões de chegadas internacionais em todo o mundo. Comparando com o ano anterior, houve

um aumento na ordem de 84 milhões, correspondendo a um crescimento de 6,8% (World Tourism Organization, 2018). Durante a presente investigação, os indicadores do turismo foram fortemente influenciados, em função da crise sanitária de COVID-19. O setor do turismo foi impactado face às restrições impostas como estratégia para reduzir os contágios provocados pelo SARS-CoV-2, em especial a restrição na mobilidade e o distanciamento social. As pausas nos fluxos turísticos internacionais, nacionais, regionais e locais provocaram um forte impacto nas economias de todo o mundo. As chegadas internacionais desceram na ordem de 58% e 78% em 2020 (<https://www.unwto.org/es/evaluacion-de-la-incidencia-del-brote-del-covid-19-en-el-turismo-internacional>, consultado em 18 de outubro de 2021). Mas esta pausa trouxe consigo a oportunidade de repensar o modelo de turismo vigente. Neste sentido há investigadores que identificam a necessidade de reconsiderar uma transformação no sistema de turismo global, propondo que este esteja mais alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Gössling *et al.*, 2021). Esta proposta pode ser entendida como uma tendência futura associada a ofertas de turismo que se aproximem mais ao turismo sustentável e ao ecoturismo (García e Ruiz, 2020). Neste sentido entendemos o Turismo de Base Comunitária como uma das possibilidades de novos paradigmas para o turismo, mas que se assume como um modelo utópico considerando a lógica turística preponderante, como veremos no decorrer deste trabalho.

Para a principal agência internacional especializada no Turismo, a UNWTO, o turismo é definido como *the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited* (<https://stats.oecd.org/glossary>, consultado em 12 de junho de 2019). Para a nossa investigação interessa-nos a constatação de que a base desta definição, como de muitos outros conceitos de turismo, está centrada nas atividades realizadas pelos turistas. Esta definição direciona o olhar exclusivamente para o turista, o que promove uma caracterização do turismo a partir da procura, não sobressaindo outros atores envolvidos no processo. Na definição do turismo sustentável são evidenciados outros atores envolvidos com o turismo, e que devem ter as suas necessidades também satisfeitas, com destaque para as comunidades receptoras. A referida definição considera como sustentável o turismo que *tem em consideração os seus impactes presentes e futuros de índole económica, social e ambiental, respondendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do ambiente e das comunidades receptoras* (United National Environment Programme and World Tourism Organization, 2005).

Por sua vez, o Turismo de Base Comunitária (TBC) evidencia a ideia de turismo como dinamizador dos lugares de pertença, que propicia o encontro dialógico entre o turista e a comunidade local recetora, numa proposta que vai muito além da atividade económica. É neste contexto, o da proposta de um turismo comprometido com os lugares de interioridade dos sujeitos que procuram o desenvolvimento sustentável, responsável, situado destes lugares, que se encontra o Turismo de Base Comunitária. Uma oferta turística que se caracteriza como dinamizadora da proteção e do cuidado dos diferentes lugares de pertencimento.

Neste âmbito é relevante assinalar o papel central do lugar fenomenológico, uma vez que significa considerar que não há uma identidade fixa para o lugar. O lugar será compreendido e significado a partir dos diferentes níveis de envolvimento do sujeito com o mesmo. Isto porque, a compreensão fenomenológica de lugar requer entendê-lo como existencialmente vivido e como fenómeno decorrente da experiência vivida (Seamon, 2008, 2021; Relph, 2014; Marandola Jr., 2016). Segundo Relph (1976) uma relação de interioridade (*insideness*) de lugar consiste na experiência vivenciada “de dentro”, que gera sentimentos de pertença e de identificação com o lugar, sendo a identidade com o lugar estabelecida através do vínculo com ele. Para quem tem uma relação de interioridade com o lugar haverá um grau de pertencimento e de identificação com o lugar. Por seu turno, os que têm uma relação de exterioridade (*outsideness*) de lugar, têm um sentido de rutura em relação ao lugar (Seamon, 2017). Paralelamente, o não lugar é percebido como o produto das forças de globalização, que ao homogeneizar as experiências, não possibilita a criação humana para além da lógica de mercado (Liu e Freestone, 2016).

Consonante com esta ideia de lugar está a ideia de paisagem proposta por Taylor (2008), que faz uma relação entre paisagem e identidade. Este autor considera que o sentido de identidade e de pertencimento é uma necessidade básica do ser humano, e é por esta razão que há um vínculo do ser humano à paisagem, uma relação identitária do ser com a paisagem de cada lugar. Constata ainda que a paisagem não está restrita ao que é visto, mas é uma forma de ver, de interpretar e que está diretamente relacionada com a relação estabelecida com o lugar. Neste sentido as memórias que fazem parte das vivências naquele lugar, bem como o sentido de lugar são inerentes à paisagem (Taylor, 2008).

Destacamos nesta reflexão dois elementos. O primeiro elemento decorre do entendimento de que a relação com a paisagem e o sentido humano de lugar acontece de forma subjetiva. É através da memória, do pensamento e da compreensão do indivíduo em relação ao espaço que a paisagem e o

sentido de lugar se constroem. O segundo elemento, numa perspectiva construtivista, proposta por Gombrich (2002, citado por Azevedo, 2008, p. 205), considera que *os indivíduos partem de construções mentais pré-fabricadas culturalmente de acordo com as quais aquilo que é novo é sempre acomodado àquilo que é familiar, o valor e o significado da paisagem devem ser entendidos atendendo à própria constituição cultural do observador.*

Em função deste segundo elemento caracterizador da paisagem, reconhecemos a necessidade (objetivando a experiência da paisagem pelo turista de forma significativa), de recorrer a mediadores nesse processo, que permitam significar a paisagem experienciada, procurando interagir no sentido de identificar outros sentidos dados à paisagem. Para que essa construção dos sentidos a partir das leituras da paisagem possa acontecer é importante que o mediador use, dentro do possível, estratégias para reconhecer o conhecimento prévio dos visitantes sobre o que lhe está sendo apresentado, e a partir dos conhecimentos prévios correlacionar com novas leituras. Contudo, essa mediação precisa de ser realizada de forma estratégica para não perder o caráter dialógico do processo, e com técnicas que permitam despertar o interesse do visitante por conhecer outras leituras decorrentes da paisagem.

Consideramos central a ideia de que o turista vivencie o espaço através dos sentidos dados à paisagem pelo sujeito (anfitrião) que possuem uma relação de interioridade consciente com o lugar. É nesse diálogo que a subjetivação da paisagem vai-se constituindo para o turista. É ao imergir nela, fazendo parte dela e dialogando com os corpos e textos que daí decorrem, que acreditamos que acontece a experiência da paisagem.

Reconhecemos, portanto, a relação de interioridade de lugar como premissa na caracterização dos anfitriões do TBC e a paisagem por ele interpretada como pilares na proposta de atrativos turísticos para este modelo alternativo de turismo. Neste sentido é central a interpretação como parte do processo dialógico na experiência da paisagem do visitante, cabendo ao anfitrião o papel de intérprete do lugar visitado.

A temática da nossa investigação centrou-se, portanto, nos atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar, tendo subjacentes as seguintes questões norteadoras:

1. Em que é que se diferenciam os atrativos turísticos dos projetos de TBC em Florianópolis e as representações dos blogues e do *site* oficial de turismo em relação ao turismo na capital catarinense?

2. Qual é a percepção dos anfitriões e dos representantes das instituições parceiras em relação aos projetos de TBC em que estão envolvidos?
3. Qual é a relação entre os anfitriões proponentes dos projetos e os recursos dos atrativos turísticos propostos nos projetos?
4. Que orientações podem ser propostas que permita aos anfitriões potencializar a atratividade turística dos projetos consoante as premissas do TBC?

A partir dessas questões identificámos os seguintes objetivos para a nossa investigação:

- caracterizar os conceitos de Turismo de Base Comunitária, de lugar como fenómeno da experiência vivida e de atrativos turísticos;
- caracterizar o turismo em Florianópolis a partir da análise dos atrativos turísticos propostos para a cidade pelos blogues de viagem e pelos *sites* oficiais de turismo da cidade;
- caracterizar a relação de interioridade de lugar dos anfitriões, tendo a relação de lugar fenomenológico como referencial teórico;
- analisar os atrativos turísticos dos projetos de TBC e correlacionar com a teoria do TBC e dos Sistemas de Atrativos Turísticos, com o fim de propor orientações para que os recursos turísticos identificados se tornem atrativos turísticos do TBC.

## **Metodologia**

A investigação que realizámos teve por objetivo compreender os atrativos turísticos e o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar, tendo quatro questões norteadoras, apresentadas anteriormente. Com o intuito de responder às questões de partida e atingir os objetivos propostos identificámos técnicas coerentes apresentadas a seguir.

Foram utilizadas na presente investigação fontes primárias e secundárias. As fontes secundárias foram utilizadas para a definição do marco teórico conceptual sobre o qual assentou a investigação, identificado com os temas referentes ao Turismo de Base Comunitária, ao lugar e aos atrativos turísticos. Também foram usados dados referentes a Florianópolis, onde está localizado o nosso estudo de caso, usando fontes estatísticas oficiais e revisão bibliográfica sobre aspetos da história, da cultura e da geografia.

Em relação às fontes primárias, optámos pela adoção da abordagem qualitativa para a recolha e análise de dados. No enfoque qualitativo utilizámos a recolha de dados a partir de documentos, de trabalho de campo e de inquéritos por entrevista semiestruturada aos anfitriões e às instituições parceiras.

O horizonte de tempo da investigação desenvolvida caracterizou-se como transversal, uma vez que o fenómeno foi estudado num tempo específico nomeadamente nos anos de 2020 e de 2021.

No que se refere à constituição dos casos, trabalhámos com sete dos oito projetos de TBC que constituíam, em 2020, a Rede de TBC Floripa. Também compuseram a nossa análise os oito primeiros blogues de viagem disponibilizados pelo *google.com*, após pesquisa dos verbetes “turismo”, “Florianópolis” e “*blogs* de viagem”.

## **Estrutura da tese**

A estrutura da tese é composta por seis capítulos, além da Introdução e das Considerações Finais. Na Introdução são apresentados o contexto, a definição do problema, os objetivos, os procedimentos metodológicos e a estrutura da tese. É na introdução que são expostas as reflexões que motivaram a proposta da investigação.

O primeiro capítulo intitulado *Definição, evolução e desafios do Turismo de Base Comunitária*, apresenta aspetos que marcaram o surgimento desta modalidade de turismo, os diferentes conceitos e as temáticas abordadas nas investigações realizadas sobre o TBC, a partir de uma ampla revisão bibliográfica sobre o tema.

O segundo capítulo tem como título *O lugar dos anfitriões do TBC e a proposta dos atrativos turísticos*. Neste capítulo fazemos uma revisão bibliográfica sobre o lugar, numa perspetiva fenomenológica, recordando as premissas do sítio simbólico de pertencimento que fundamentam o Turismo de Base Comunitária. Apresentamos também o resultado da revisão bibliográfica sobre os atrativos turísticos que nos permitiu identificar e sistematizar três diferentes abordagens teóricas envolvendo esta temática.

No Capítulo 3 são discutidos os pressupostos metodológicos que fundamentaram a nossa investigação. Caracterizamos a metodologia empregada, o *design* da pesquisa, as técnicas de análise e interpretação. Seguidamente, no Capítulo 4 (*Caracterização da cidade de Florianópolis*), descrevemos a

capital Catarinense, apresentando dados geográficos, informação histórica e cultural, além dos aspetos relativos à oferta turística na cidade.

Os atrativos turísticos nos blogues de viagem sobre Florianópolis e no *site* de turismo do órgão gestor do turismo de Florianópolis, constituem o Capítulo 5 identificando as representações do turismo nesta cidade, a partir da análise dos núcleos e narrativas associadas aos blogues de viagem e ao *site* oficial de turismo da cidade. Partimos do pressuposto de que nos blogues encontramos narrativas sobre a experiência vivenciada como turista, e no *site* oficial do turismo da cidade, a perspectiva do Estado quanto aos atrativos turísticos da cidade. Esta análise permitiu-nos estabelecer uma associação com os atrativos turísticos propostos nos projetos de TBC apresentados e analisados no Capítulo 6, intitulado *Os Projetos de Turismo de Base Comunitária de Florianópolis e as percepções dos seus proponentes e dos representantes das instituições parceiras*. Neste capítulo é analisada a perspectiva dos anfitriões proponentes dos projetos de TBC da Rede TBC Floripa e dos representantes das instituições parceiras.

Esta investigação pretende contribuir para o fortalecimento do TBC assumido por nós como um modelo de turismo que se compromete com os sujeitos que vivem os lugares e a proteção dos recursos naturais e culturais relacionados com os mesmos, a partir da ação de coletivos de resistência. O turismo é uma consequência do trabalho deste coletivo e deve ser entendido como estratégia de disseminação dos lugares de pertencimento, num caráter educativo, e de fortalecimento da resistência através da cooperação do visitante, seja com o rendimento gerado com a visita, seja na disseminação da sua existência. Neste sentido acreditamos que a nossa investigação pode ampliar o conhecimento sobre este modelo alternativo de turismo tanto associado aos aspetos relativos aos atrativos turísticos quanto sobre o papel central do anfitrião como intérprete da paisagem do lugar, a partir da relação de interioridade mantida com o mesmo. Com esta abordagem, temos a esperança de contribuir através do conhecimento sistematizado para o fortalecimento das ofertas existentes e na expectativa também de motivar a proposta de novas ofertas de TBC.

Acreditamos que esta investigação é de interesse sobretudo para os indivíduos ou coletivos que estejam envolvidos em ações de proteção dos lugares de pertencimento e que procuram estratégias de fortalecimento destes lugares. Deste modo, para estes indivíduos, sejam eles já organizados em comunidades de Turismo de Base Comunitária ou em processo de formação, como também representantes das instituições parceiras (*e.g.*, associações, fundações, instituições governamentais e empresas privadas), esta tese pode contribuir para o entendimento mais ampliado

dos atrativos turísticos, a partir da premissa da interioridade de lugar do TBC. Entendemos também que o conhecimento sistematizado pode contribuir para a formação, seja ela inicial ou continuada, de profissionais do turismo, bem como de agentes no domínio do património cultural e natural.

Durante o processo de desenvolvimento da pesquisa os resultados parciais foram sendo disseminados de forma concreta em três contextos. O primeiro deles, no âmbito da Rede TBC Floripa, dada a nossa efetiva participação como membro integrante deste coletivo que, no ano de 2021, iniciou a elaboração da minuta de lei da Política de TBC para o município de Florianópolis e para o Estado de Santa Catarina, tendo sido possível participar nos debates e na escrita do texto da referida lei. O segundo contexto quanto à socialização do conhecimento também aconteceu na escrita de artigos científicos, dois deles já publicados e dois em análise. E, por fim, no terceiro contexto trabalhamos na estruturação do Programa de Turismo de Base Comunitária do IFSC, com o fim de institucionalizar o TBC, de ampliar as áreas de intervenção e de qualificar o acompanhamento dos projetos existentes.

## **Capítulo 1.**

### **Definição, evolução e desafios do Turismo de Base Comunitária**

## **1.1. Nota Introdutória**

Neste capítulo apresentamos o Turismo de Base Comunitária (TBC) num contexto histórico, conceitual e de princípios. Fizemos uma revisão inicial sobre este tema usando as obras e artigos identificados nas plataformas Google Scholar, Scopus, na plataforma de periódicos da CAPES e da Universidade do Minho. Ampliámos ainda mais a rede de referenciais utilizados na nossa análise a partir da descoberta de outras investigações sobre o TBC averiguando os referenciais bibliográficos utilizados pelos pesquisadores identificados inicialmente. Esta *démarche* permitiu-nos ter uma ideia ampla das diferentes abordagens de investigações sobre o TBC que estão retratadas neste capítulo.

Iniciamos apresentando a revisão da bibliografia sobre TBC como alternativa de turismo, no contexto global e brasileiro. Encontramos produções académicas publicadas a partir da década de 1970 até à atualidade, retratando tanto contextos de TBC em países desenvolvidos como em países em desenvolvimento. O TBC está alicerçado num projeto mais amplo de desenvolvimento social, percebido como proposta alternativa ao desenvolvimento económico. Na nossa investigação, além desta perspetiva que é um compromisso com o desenvolvimento social, consideramos como alicerce do TBC a Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento (Zaoual, 2003, 2006, 2008). Identificamos ainda as fragilidades desta oferta turística no que diz respeito à comercialização e ao protagonismo da comunidade.

### **1.2. O TBC e o turismo de massas**

A investigação dos atrativos turísticos e do Turismo de Base Comunitária (TBC) a partir do lugar, temas da nossa investigação, precisa de ser concebida de forma coerente com as premissas deste modelo alternativo de turismo, tendo o seu compromisso maior com o desenvolvimento social. Apresentamos, a partir da revisão da literatura académica especializada, à escala global e no contexto brasileiro, a sua história, os diferentes modos de implementação e os referenciais teóricos que sustentam a nossa investigação.

Como a teoria do TBC proposta neste estudo e na maior parte das investigações sobre formas alternativas de turismo resulta das questões relativas ao turismo de massas, consideramos pertinente iniciar este *item* com uma breve apresentação das questões centrais que caracterizam a indústria do turismo hegemónico, a partir dos argumentos utilizados pelos defensores do TBC na revisão bibliográfica realizada. Em seguida, apresentamos o referencial teórico do Turismo de Base Comunitária.

Constatamos que o TBC surge entre os anos de 1970 e de 1980 como alternativa aos problemas gerados com o turismo de massas, sobretudo os problemas relativos aos impactes ambientais, sociais, políticos e económicos nas comunidades de destino (Murphy, 1983; Reid, 2003; Roberts, 2011; Zapatta *et al.*, 2011; Jafari e Xiao, 2015). É importante lembrar que a oferta e o consumo de produtos padronizados e a deslocação de elevado número de turistas realizada geralmente em períodos de férias caracterizam o turismo de massas (Poon, 1993, citado por Jafari e Xiao, 2015), necessitando da criação de infraestruturas, de serviços e de produtos turísticos para responder a estas necessidades.

O turismo convencional, hegemónico ou de massas, como frequentemente é denominado, consolidou-se na última metade do século XX, dadas as condições favoráveis, como o desenvolvimento tecnológico, a evolução dos transportes e do sistema de comunicações, aliadas à estabilidade geopolítica e às mudanças sociais, tornando-se numa força económica em várias regiões do mundo (Smith e Eadington, 1992).

No contexto do turismo de massas, a oferta turística é regulada pelo mercado, cujo principal objetivo é a natureza económica da atividade (Reid, 2003), provocando impactes sociais, ambientais e culturais que podem superar os potenciais benefícios gerados com o turismo em larga escala (Smith e Eadington, 1992; Jafari e Xiao, 2015). Como o turismo é um dos principais produtos da economia globalizada, sendo os benefícios do desenvolvimento do turismo concentrados nas corporações e empreendedores transnacionais, as comunidades locais dos destinos turísticos acabam por suportar o custo do desenvolvimento do turismo, sem uma justa recompensa por isso (Reid, 2003). O turismo internacional registou, em 2017, 1,34 milhares de milhões de dólares americanos e 1326 milhões de chegadas de turistas internacionais (UNWTO, 2018).

Com este cenário de economia globalizada, no contexto dos países em desenvolvimento, Britton (1982) resumiu a existência de três níveis hierárquicos decorrentes do turismo internacional. No topo dessa hierarquia estão os países desenvolvidos que abrigam a sede das empresas de transporte, hotelaria e operadoras de turismo e que controlam os níveis operacionais da economia do turismo. Num nível intermediário estão as filiais e agências dessas empresas nos destinos turísticos, relacionando-se também com as empresas locais de turismo, que ficam na base desta escala, são marginais e dependem diretamente das empresas do nível intermediário para sobreviver. Britton (1982) concluiu, no início dos anos de 1980, que o turismo, por ser um produto do mercado global e sob o domínio e controlo de empresas sediadas em países em desenvolvimento, acaba por impor aos

destinos localizados em países em desenvolvimento um modo de desenvolvimento que reforça a dependência e a vulnerabilidade em relação aos países desenvolvidos.

O paradigma de desenvolvimento que fundamenta o turismo de massas tem relação com a *abordagem liberal* proposta a partir dos anos de 1950, seguida da *abordagem neoliberal* que caracteriza a década de 1980 e de 1990 (Scheyvens, 2007; Dolezal, 2015). O turismo é identificado como potenciador de desenvolvimento, com foco no crescimento económico através da geração de emprego e rendimentos, na promoção do crescimento económico e do projeto de modernização por intermédio do intercâmbio entre turista e comunidades (Scheyvens, 2007). No final dos anos de 1990, fundamentado no livre comércio, ocorreu o incentivo de investimento no turismo por parte dos países em desenvolvimento e a identificação do turismo como estratégia de diminuição da pobreza nesses países (Scheyvens, 2007).

Nos anos de 1990, Butler (1992) considerava como consequências deste modelo de turismo de massas elementos de ordem social, económica e ambiental. Dentre eles citava a oscilação dos preços dos produtos e serviços, geralmente caracterizada pelo aumento do custo de vida; empregos de baixa remuneração e disponíveis de forma descontínua em função da sazonalidade; problemas relativos ao vandalismo, aos congestionamentos causados nas épocas de elevada procura turística no destino e excesso de produção de resíduos sólidos. Citava ainda a descaracterização das práticas culturais, que são reformatadas para se adequarem ao *produto turístico*, bem como as diversas formas de poluição, além da dificuldade ou ausência em controlar o futuro do destino turístico. Os efeitos do turismo, e não apenas do turismo de massas, mas para toda e qualquer proposta de turismo, têm como agravante a falta de planeamento e controlo, resultantes, entre outros fatores, da acentuada fragmentação da atividade turística e do elevado nível de competitividade da indústria, tanto na esfera pública como na privada (Butler, 1992).

Na sequência dos produtos turísticos padronizados, a experiência turística segue características próprias dos padrões da produção industrial, marcada pela maximização da programação e a minimização das perdas e riscos (Bursztyn *et al.*, 2009). A sobrelotação dos destinos, os cronogramas estabelecidos nos roteiros e o consumo dos atrativos turísticos são responsáveis por um certo stresse em pleno momento de lazer, um stress indesejado, uma vez que geralmente já está presente na vida quotidiana do turista e do qual este procura fugir (Bursztyn *et al.*, 2009).

O envolvimento da comunidade local fica reduzido à ocupação de postos de trabalho, geralmente relacionados com a prestação de serviços aos turistas (Reid, 2003; Irving *et al.*, 2016). Na abordagem liberal e neoliberal de turismo que estabelece as bases para o turismo de massas, a comunidade local é vista tanto como um recurso a ser explorado, quanto como um obstáculo a ser superado (Reid, 2003). Assume-se como um recurso na perspectiva do fornecimento de mão de obra para postos de trabalho dedicados à prestação de serviços que caracterizam o turismo, tais como nos setores da hospedagem, da restauração, dos transportes e do entretenimento.

O empobrecimento e a mercantilização da cultura também são identificados pelos investigadores como uma característica do envolvimento da comunidade no turismo cultural. Quando a comunidade participa nas atividades culturais propostas como produto turístico, as apresentações são feitas em espaços como hotéis, restaurantes, casas de espetáculo e, em certos casos, são *invasivas, abusivas e desrespeitosas*, uma vez que são descaracterizadas ao serem retiradas da situação concreta, de vivência real e de significação (Silva, 2005 citado por Silva *et al.*, 2016).

Compartilhamos das constatações feitas pelos autores anteriormente referidos que nos levam a perceber que o modelo hegemónico de turismo beneficia os empreendimentos detentores do capital financeiro, e que mantém as comunidades locais à margem do processo de desenvolvimento económico. Identificamos que as consequências do modelo de turismo de massas recaem sobre a comunidade local, que arca com uma significativa parcela dos problemas gerados por este modelo de turismo. É um modelo que padroniza os produtos turísticos, consolidando um *modus operandi* de fazer turismo, relacionado com a observação visual e o distanciamento da comunidade local, mantendo a distância da experiência do lugar vivenciada pelos que nele residem.

Optámos por investigar modelos alternativos de turismo como o TBC não apenas em função da inserção das comunidades locais no desenvolvimento do turismo (e consequente inclusão económica), mas sobretudo devido à possibilidade de proposta de práticas turísticas que minimizem os impactes ambientais e promovam o desenvolvimento social. Sabemos que é uma proposta marginal, que se desenvolverá de forma periférica ao modelo de desenvolvimento económico existente, caracterizando-se como *utopia* necessária na idealização de novos tempos que se fazem necessários.

### **1.3. As origens do TBC**

É recorrente encontrarmos nas publicações científicas referentes ao Turismo de Base Comunitária a sua referência como uma forma alternativa de turismo. Esta expressão é substituída do conceito de “Turismo Alternativo” (TA) utilizado inicialmente no debate acadêmico sobre o tema referente a alternativas ao turismo de massas.

Smith e Eadigton (1992) relatam que na primeira reunião da Academia Internacional para o Estudo do Turismo, realizada em agosto de 1989, que juntou 75 investigadores, de várias áreas científicas e de diversas partes do mundo, foi proposto pela Organização Mundial do Turismo o desenvolvimento de estudos sobre a temática do “Turismo Alternativo”, em função do crescente interesse sobre este tópico. Não obstante, as visões revelaram-se muito heterogêneas e houve uma recusa relativamente ao termo, dada a sua ambiguidade e o seu baixo valor científico. Um substituto possível deste termo seria a expressão “forma alternativa de turismo” (Smith e Eadigton, 1992). A diversidade de visões acerca do TA parece ocorrer porque as reflexões são realizadas a partir de contextos diversos e motivadas por preocupações de diferentes naturezas (Pearce, 1992).

Encontramos nas publicações de alguns autores, no contexto do debate inicial em torno do “Turismo Alternativo”, reflexões que nos interessam, por permitirem a identificação de elementos que vão dar corpo ao Turismo de Base Comunitária. Um destes autores é Deroi (1981), que num estudo inicial sobre Turismo Alternativo ressaltou aspetos que passaram a ser basilares para o TBC. Este investigador considerou o Turismo Alternativo como uma forma de turismo em que o cliente recebe acomodação na casa do anfitrião (Deroi, 1981). A partir da consulta de entidades oficiais de Turismo, de diferentes países, tanto em países desenvolvidos como em desenvolvimento, Deroi identificou algumas vantagens do TA, sempre em contraponto com o turismo de massas, que era caracterizado pela oferta turística financiada por elevado capital estrangeiro. Do conjunto de vantagens apresentadas destaca-se, em primeiro lugar, que a oferta da hospedagem nas casas dos moradores locais, permitia o incremento de rendimentos nos lares das famílias hospedeiras. Em segundo lugar, a manutenção das receitas à escala local, sem haver a necessidade de alteração na paisagem, uma vez que o turismo de massas se caracterizava pelo investimento em infraestruturas de larga escala, como a construção de grandes estruturas hoteleiras com o padrão de empreendimentos como os *resorts*, e de estruturas de lazer para atender os turistas. A potencial valorização do turismo pela comunidade local é outro aspeto salientado, dado que muitas comunidades não viam com bons olhos o turismo ao não reconhecerem ganhos efetivos com o modelo de turismo internacionalizado. Outro aspeto considerado

vantajoso referia-se ao intercâmbio cultural entre visitante e anfitrião, reduzindo o isolamento do turista (Dernoi, 1981).

Sete anos após a publicação dos estudos preliminares, Dernoi (1988) propôs outro conceito, como opção ao Turismo Alternativo, utilizando a expressão Turismo de Base Comunitária, caracterizando-o como um conjunto de serviços de hospitalidade (e recursos) oferecidos privadamente, estendido aos visitantes, por indivíduos, famílias ou uma comunidade local. Um dos principais objetivos do TA/TBC é estabelecer a intercomunicação pessoal/cultural direta e o entendimento entre o anfitrião e o hóspede (Dernoi, 1988, citado por Pearce, 1992, p. 18). Este conceito surgiu das investigações feitas tendo por base os projetos de Turismo Alternativo e antes mesmo dos debates específicos sobre o TBC. Percebemos que o conceito proposto na origem do TBC não era visto apenas como oferta específica de serviços turísticos à escala local, mas também com foco no aspeto relativo ao intercâmbio cultural decorrente da relação direta estabelecida entre hóspede e anfitrião.

Nos anos de 1970 e de 1980 houve projetos de fomento para a proposta de formas diferenciadas de turismo em países em desenvolvimento (Pearce, 1992), razão pela qual acreditamos encontrar nos debates sobre o TA uma maior proximidade aos diversos projetos de Turismo de Base Comunitária presentes no Brasil que, apesar da sua diversidade, têm em comum o protagonismo da comunidade local, seja na oferta de acomodações tradicionais, seja na relação anfitrião-visitante, seja na proposta da oferta de experiências relativas aos aspetos culturais do lugar.

Na revisão bibliográfica especializada sobre o TBC é feita alusão a Murphy (1983) considerado o autor da obra seminal do Turismo de Base Comunitária (Cole, 2005; Cooper *et al.*, 2011; Roberts, 2011; Dangí e Jamal, 2016). O TBC é concebido por Murphy como o envolvimento da comunidade nas tomadas de decisão e gestão do turismo, usando os resultados da investigação desenvolvida em comunidades de pequeno porte na British Columbia e em Yukon, ambas localizadas no Canadá.

O argumento central de Murphy (1988) é que a sustentabilidade do turismo depende da participação da comunidade no processo de desenvolvimento do turismo. Reconhece o turismo como estratégia de desenvolvimento, e ao identificar os problemas decorrentes do turismo de massas propõe uma nova abordagem para o planeamento turístico, denominada *abordagem ecológica*. A ideia central desta abordagem é que ao atender aos interesses da comunidade anfitriã, objetivo central do turismo a longo prazo, uma vez que o turismo depende diretamente dela para se sustentar, as necessidades dos

turistas poderiam ser satisfeitas. É por esta razão que considera que o controlo do planeamento turístico deve acontecer a partir do lugar e orientado pela comunidade, correlacionando o desenvolvimento turístico ao desenvolvimento comunitário.

Apesar do debate internacional sobre o TBC acontecer em torno da participação social e governança do turismo (Irving, 2009), como alternativa ao modelo globalizado, transnacional (Reid, 2003), no contexto brasileiro, o TBC é percebido como um caminho para a inclusão social (Irving, 2009). O aspeto central do TBC, desde a sua origem, relaciona-se, portanto, com o envolvimento dos residentes das comunidades de destino, tanto no processo de planeamento e gestão do turismo, como no seu envolvimento direto com os visitantes, no sentido da consolidação do desenvolvimento social, como veremos mais à frente na presente investigação.

#### **1.4.0 TBC no Brasil**

No Brasil, assim como em outros países latino-americanos, o TBC teve início na década de 1980, a partir de ações de comunidades indígenas e/ou rurais (Maldonado, 2009; Zapatta *et al.*, 2011; Silva *et al.*, 2016), como reação à pressão do próprio mercado turístico internacional, e em função da procura de estratégias para superar a pobreza (Maldonado, 2009). Identificou-se também que o TBC esteve a expandir-se para áreas litorais e urbanas (Silva, 2016)

No contexto brasileiro, constata-se que o TBC assumiu, até à década de 1990, uma posição periférica e marginalizada, uma vez que a tendência era, e continua a ser em alguns contextos, a de um mercado turístico globalizado (Irving, 2009). Ainda na década 90, um coletivo de investigadores de diferentes instituições e regiões brasileiras interessava-se pelo debate desta temática e estabelecia redes não formais de pesquisadores que passaram a agir coletivamente e em parceria com a gestão pública, publicando textos de referência sobre este tema (Irving, 2009). Contudo, a referida produção académica conseguiu visibilidade apenas alguns anos mais tarde, quando a nível nacional surgiu a possibilidade de o turismo promover a inclusão social e a discussão sobre a participação social (Irving, 2009).

A necessidade de se pensar o turismo numa perspetiva diferenciada da visão mercadológica existente foi discutida no contexto do V Fórum Social Mundial de Porto Alegre, em 2005. Os debates realizados alcançaram uma repercussão à escala nacional com a *Declaração de Porto Alegre: um outro turismo é possível* (Neuhaus e Silva, 2006, citados por Araújo, 2011, p. 242). No documento é feita a crítica às práticas turísticas centralizadoras e que excluíam as populações locais, em especial as

comunidades tradicionais, como as indígenas, as ribeirinhas e os quilombolas, reafirmando a ideia da necessidade de pensar um turismo que envolvesse a comunidade na gestão do seu processo.

Estas redes não formais de pesquisadores passaram a ter um papel estratégico com a criação, em 2003, do Ministério do Turismo, ao solicitar não apenas a criação de um canal de interlocução com a gestão pública, mas também o fomento de projetos que fortalecessem o Turismo de Base Comunitária (Ministério do Turismo, 2010).

Num primeiro momento foram atendidos pedidos isolados, mas num segundo momento ocorreu a intensificação das relações interministeriais, com a academia e a sociedade civil representadas pelas lideranças de projetos de TBC, que propiciaram a publicação de um Edital de Chamada Pública para fortalecimento de projetos dessa natureza. O fomento do TBC passou a fazer parte do Plano Nacional de Turismo 2007-2010, no segundo mandato do presidente Luís Inácio Lula da Silva, mas sem ações concretas nos anos subsequentes, quando ocorreu a mudança de governo. Cabe ressaltar que não há, até ao presente momento, um marco regulatório nacional que institua o Turismo de Base Comunitária como política pública, nem tampouco uma base legal que resguarde sua continuidade além dos planos de governo.

Do conjunto de resultados do fomento viabilizado a partir do Edital de Chamada Pública do Ministério do Turismo, encontra-se a publicação da obra *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*, organizada pelos pesquisadores do Laboratório de Turismo e Desenvolvimento Sustentável (LTDS) Roberto Bartholo, Davis Sansolo e Ivan Bursztyn, no contexto da Universidade Federal do Rio de Janeiro, utilizada para a revisão do conceito na investigação que nos propomos a realizar.

Ainda sobre o histórico do TBC no Brasil, é importante deixar registada a existência da primeira rede de iniciativas de TBC no Brasil, que no momento se encontra vinculada ao Projeto Bagagem, mas que teve o seu auge entre os anos de 2003 e de 2012. Em 2003, no contexto da parceria de cooperação entre a Embaixada da França e o Brasil, proposta no âmbito da economia solidária, foi promovido um encontro entre pesquisadores de sete projetos brasileiros, que se centravam no turismo comunitário e solidário (Guzzatti, 2019). Foi graças a este encontro que surgiu a iniciativa de criação da Rede Brasileira de Turismo Solidário (TURISOL), uma rede constituída informalmente, que objetivava fortalecer as iniciativas existentes, além de incentivar outros possíveis parceiros a se envolverem com modos alternativos de turismo.

A Acolhida na Colônia, que integra a Rede TURISOL, é um importante projeto de TBC no Estado de Santa Catarina, com 20 anos de existência. Teve origem em 1999 inspirando-se no modelo francês de agroturismo denominado *Accueil Paysan*. Os serviços de turismo propostos pelo projeto acontecem através da partilha com os visitantes do modo de vida nas Unidades Familiares de Produção, por meio da interação dos anfitriões (agricultores) com os visitantes em atividades que são próprias das propriedades rurais nos serviços de hospedagem, na gastronomia, no lazer e na comercialização de produtos produzidos nos lugares.

### **1.5.A base conceitual do TBC**

Tal como já foi referido, o conceito de TBC surgiu ligado a iniciativas de comunidades rurais e/ou indígenas (Maldonado, 2009), preocupadas com aspetos de identidade cultural (Bursztyn *et al.*, 2009; Goodwin e Santilli, 2009; Irving, 2009; Maldonado, 2009) e com a conservação ambiental (Zapatta *et al.*, 2011). Contudo, outras maneiras de conceber o TBC foram identificadas a partir das realidades diversas das experiências executadas nos projetos TBC, razão pela qual os investigadores consideram o TBC um conceito ambíguo (Bartholo, 2009; Goodwin e Santilli, 2009; Boonratana, 2010; Dolezal, 2014; Dangi e Jamal, 2016). Nos subitens seguintes apresentamos conceitos relativos ao TBC a diferentes escalas e refletindo realidades diversas.

#### **1.5.1. Diversidade conceitual**

A existência de um significativo número de investigações académicas centradas no aspeto conceitual do TBC comprova a ausência de consenso na sua definição. Boonratana (2010) debruça-se sobre esse tema e constata que o entendimento do TBC na Tailândia vai desde qualquer forma de turismo que envolva a comunidade local, passando pela oferta de hospedagem em casa de família, culminando com a gestão ativa da comunidade local no desenvolvimento da oferta turística. Muitas formas diferenciadas de desenvolvimento do turismo, ao vincularem povos indígenas, são comercializados como turismo baseado na comunidade (Boonratana, 2010). Contudo, como poderemos ver nos conceitos a seguir apresentados, há critérios que precisam de ser contemplados para que a oferta turística possa ser caracterizada como TBC.

Identificamos nas instituições envolvidas com o turismo ambiental a vinculação do TBC à gestão da comunidade local na viabilização da oferta turística realizada em ambientes naturais, como parques, reservas ambientais, etc. Em âmbito internacional, o World Wide Fund for Nature (WWF-Internacional) é uma organização não-governamental que atua na conservação, investigação e

reabilitação ambiental. Esta instituição considera o envolvimento da comunidade local como estratégico para a promoção do turismo responsável no desenvolvimento do ecoturismo. Na proposta de diretrizes para o desenvolvimento do ecoturismo de base comunitária, este organismo considera o TBC como uma forma de ecoturismo no qual, ao assumir a gestão e o desenvolvimento do turismo, a comunidade local passa a ter controlo do processo e beneficiar da atividade, uma vez que os ganhos decorrentes da prática do ecoturismo ficam na comunidade (WWF-Internacional, 2001). Portanto, para esta instituição, é condição *sine qua non* o envolvimento direto da comunidade local na gestão da oferta turística.

Da mesma forma, no contexto brasileiro, o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), órgão ambiental do governo brasileiro, criado em 2007 pela Lei 11.516, considera o Turismo de Base Comunitária a partir do protagonismo da comunidade na gestão da visitação. Reconhece que este protagonismo promove não apenas a vivência intercultural entre o visitante e a comunidade local, mas também reconhece o aumento da qualidade de vida da comunidade recetora, a valorização cultural, além da possibilidade da utilização dos recursos das Unidades de conservação para fins de recreação e educacionais (ICMBio, 2018).

Silva *et al.* (2016) vão mais além no conceito de TBC ao fazerem alusão à conjunção de forças necessárias à sua implementação. Consideram aspetos como o planeamento, organização, autogestão, fundamentados na cooperação e solidariedade como aspetos centrais para o protagonismo da comunidade local na oferta de produtos turísticos. Contudo, reconhecem a necessidade da articulação com setores público, privados e do terceiro setor para que a comunidade local consiga colocar em prática esse protagonismo. No que diz respeito à participação de entidades públicas, privadas e organizações não-governamentais, Govender e Giampiccoli (2018) investigam sobre a natureza desta relação e a importância dela para o protagonismo da comunidade e para o seu empoderamento.

No Brasil, o Ministério do Turismo (2010) admite o potencial do TBC para a diversificação da oferta turística do país e como estratégia de desenvolvimento local com a geração de trabalho e de rendimentos. Evidencia o entendimento da expressão “desenvolvimento local” como aquele que decorre da possibilidade de atores sociais e económicos se envolverem de forma direta na oferta de produtos e serviços turísticos (Ministério do Turismo, 2010). Trata-se de um conceito associado à ideia de TBC como um segmento do mercado turístico.

Goodwin e Santilli (2009), a partir de investigação realizada com especialistas, financiadores e trabalhadores de projetos TBC, elencaram 10 referências que estão presentes nas descrições relativas ao conceito de TBC dos projetos investigados. O critério mais recorrente entre os conceitos analisados refere-se aos benefícios decorrentes do TBC que devem ficar na localidade. A prevalência deste critério justifica-se pelo facto de ser ele um contraponto ao turismo hegemónico uma vez que as comunidades locais dos destinos turísticos acabam por suportar o custo do desenvolvimento do turismo de massas sem uma justa recompensa por isso, já que são planeados e geridos a partir da procura, e de forma concentrada em corporações e grandes empreendedores transnacionais (Reid, 2003).

Outro critério presente nos conceitos analisados por Goodwin e Santilli (2009) refere-se à natureza jurídica das iniciativas TBC. Constataram a existência de iniciativas públicas e privadas, individuais e coletivas nos referidos conceitos. Contudo, apesar das iniciativas privadas, mesmo comprovados os benefícios locais trazidos à comunidade (critério mais recorrente entre os conceitos), não foram consideradas na investigação feita por estes autores como TBC, porque desconsideravam o parâmetro relativo ao empoderamento comunitário.

O empoderamento da comunidade e consequente construção de capital social e a capacitação da comunidade foram identificados como parâmetros conceituais nas iniciativas do TBC estudadas por esses autores. Dentre os casos estudados por Goodwin e Santilli (2009) está uma iniciativa TBC que evidencia o alcance destes parâmetros. Apesar desta constatação, os autores fazem críticas ao TBC, uma vez que há ausência de sustentabilidade económica na maioria dos projetos. Outra crítica feita por Goodwin e Santilli (2009) ao TBC fundamenta-se pela constatação de que as iniciativas privadas apresentaram benefícios para a localidade tão bons, ou melhores, do que as iniciativas de TBC, contudo não promovem o empoderamento da comunidade e, portanto, não são consideradas com TBC.

Boonratana (2010) propõe conceituar o TBC na Tailândia como mencionado anteriormente. A sua intenção é diferenciar o TBC de outras formas de turismo semelhantes, permitindo ao consumidor e parceiros uma maior facilidade no seu reconhecimento. A partir do estudo realizado para este fim, a proposta da conceituação do TBC para a Tailândia, feita por este investigador, refere-se ao usufruto do património cultural e natural das comunidades locais e indígenas, através do desenvolvimento responsável da visita para desfrutar e apreciar seu património cultural e natural, cujos recursos, produtos e serviços turísticos são desenvolvidos e geridos com a sua participação ativa, e cujos benefícios do turismo, tangíveis ou não, são usufruídos coletivamente pelas comunidades (Boonratana,

2010). Utiliza ainda uma tabela para explicar cada uma das expressões que compõem a definição e os seus significados, empregando exemplos concretos, uma vez que seu intuito é o de disponibilizar um conceito operacional que permita aos responsáveis pelo credenciamento da oferta TBC identificá-lo objetivamente.

Considerando os conceitos referidos neste *item*, identificamos como pressupostos para o TBC a gestão da comunidade local, a salvaguarda de recursos naturais, a vivência intercultural, a valorização cultural, a ação coletiva em parceria com instituições, o fortalecimento da economia local e o empoderamento comunitário. Consideramos outros estudos teóricos relativos à base conceitual do TBC, que serão apresentados no próximo *item*, e a partir deles tencionamos construir o conceito que sustentará a nossa pesquisa.

### **1.5.2. A Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento e o TBC**

Uma das premissas aplicadas ao contexto conceptual do Turismo de Base Comunitária por investigadores como Bartholo (2009), Bursztyn *et al.* (2009), Irving (2009), Sansolo e Bursztyn (2009) refere-se à Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento e de Turismo Situado propostas por Zaoual (2006, 2008). O ser humano moderno é um ser não situado, em busca de referências, de raízes, pois vem de contextos sociais marcados pela competição económica. Por esta razão se vê o crescente interesse, desde 1997, em França, pela patrimonialização relativa a tudo o que dá sentido ao pertencimento (Zaoual, 2008).

A transposição da Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento para o contexto do que se denomina *turismo situado* é feita porque se parte da constatação do surgimento de outro tipo de procura turística, fundamentado na qualidade, na autenticidade, no intercâmbio intercultural mais profundo e com maior respeito pelo ambiente natural e cultural, identificado como alternativa ao turismo de massas (Zaoual, 2008). Considera-se ainda que esse novo tipo de procura turística está assente na busca por sentido, tanto na perspectiva de quem acolhe como na do acolhido.

O sítio é uma categoria intangível por se referir a crenças, conhecimentos e comportamentos de um determinado coletivo que possui consciência do espaço vivido (Zaoual, 2008). Para Zaoual, no sítio há *três caixas* que se correlacionam. Dentre elas encontram-se a *caixa preta*, a *caixa conceitual* e a *caixa de ferramentas*. A caixa preta refere-se às crenças, às experiências, às memórias e às trajetórias. A caixa conceitual relaciona-se com os conhecimentos empíricos e/ou teóricos oriundos de um saber social histórico. A caixa de ferramentas diz respeito ao seu modo de agir (Zaoual, 2003).

O aspeto dialógico, de interação subjetiva, é central ao considerarmos os sítios simbólicos de pertencimento como lugares em que se estabelecem vínculos e se estabelecem relações (Bartholo, 2009). As pessoas deixam de ser anónimas e passageiras nessa relação dialógica, uma vez que o *homo situs* é um ser relacional e a partir destas relações vai-se constituindo a sua identidade (Bartholo, 2009; Nunes e Menezes, 2018). A identidade destes sujeitos é dinâmica uma vez que, ao ser atravessada constantemente por subjetividade, ela é reinterpretada e ressignificada a todo o momento (Nunes e Menezes, 2018).

A presença de um visitante num lugar pressupõe a partilha dos sentidos que são dados pela comunidade visitada, induzindo uma atitude dialógica (Bartholo, 2009). Nessa perspetiva, o *sentido do lugar* dado pela comunidade que o habita passa a ser central no contexto do Turismo de Base Comunitária. É aqui que encontramos a possibilidade de correlacionar os referenciais teóricos de lugar propostos por Relph, (1976) e Seamon (2008) e a Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento referida nos estudos de Zaoual (2003, 2006, 2008), de Bartholo (2009), de Bursztyn *et al.* (2009), de Irving (2009) e de Sansolo e Bursztyn (2009), como premissa para o TBC.

Na Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento, o desenvolvimento situado é proposto como contraponto ao desenvolvimento concebido na perspetiva economicista, relacionado com a ideia de prosperidade, vinculado à produção de riquezas e ao crescimento económico das nações (Bursztyn *et al.*, 2009). Sen (2002, citado por Burszty *et al.*, 2009, p. 78) entende o desenvolvimento como um processo de expansão das liberdades, comprometida com o social. Perante isto, os parâmetros de sucesso relativos às políticas de desenvolvimento estariam associados à garantia das condições materiais mínimas necessárias para que os sujeitos possam exercer a liberdade de escolha e não estarem obrigatoriamente subordinados a um modelo por questões de subsistência (Bursztyn *et al.*, 2009). Nesse contexto, são reafirmadas as ideias de Zaoual na proposta do desenvolvimento situado. É no contexto da localidade, do *homo situs*, consciente do seu contexto e em condições de realizar através do juízo crítico que podem surgir propostas de desenvolvimento situado de forma livre e criativa, afirmadas em contraposição à ditadura dos saberes desenraizados (Bursztyn *et al.*, 2009).

Nos debates conceituais propostos pelos autores citados anteriormente, percebe-se a crítica ao paradigma da globalização e uniformização do mundo, reconhecendo na Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento premissas que devem sustentar as propostas de TBC. Isto leva-nos à constatação de que o TBC reflete uma maneira de fazer turismo comprometido com as comunidades locais, com os residentes do lugar do destino turístico, reconhecendo-o como o lugar de identidades.

Um compromisso que se materializa no desenvolvimento de uma proposta de turismo que tem a comunidade local como anfitriã, e nos sítios simbólicos de pertencimento como a base para pensar o encontro entre a comunidade e os visitantes. Contudo, o turismo não é percebido como um fim em si mesmo, mas sim como proposta de desenvolvimento situado, comunitário e social. A relação entre o TBC e o desenvolvimento está nos argumentos de muitos académicos que estudam formas alternativas de turismo. Por esta razão consideramos pertinente expor no seguinte *item* alguns desses argumentos.

### **1.5.3. O TBC e o desenvolvimento**

Um dos aspetos destacados por investigadores do TBC refere-se à relação entre esta forma alternativa de turismo e o desenvolvimento (De Kadt, 1992; Reid, 2003; Irving, 2009; Mair e Reid, 2010; Dolezal, 2014, 2015; Dangi e Jamal, 2016). A correlação com outras propostas de desenvolvimento como contraponto à proposta de desenvolvimento centrada exclusivamente no crescimento económico é pautada por esses investigadores. São referidos nas investigações o desenvolvimento alternativo, o desenvolvimento sustentável (De Kadt, 1992; Dolezal, 2014), o desenvolvimento local (Irving, 2009) e o desenvolvimento comunitário (Mair e Reid, 2010).

Jamal e Dredge (2015), ao citarem estudos feitos por Telfer e Sharpley (2008), reafirmam a falta de clareza da eficácia desta correlação entre turismo e desenvolvimento alternativo. Os problemas que os países em desenvolvimento enfrentam, como pobreza, desigualdade, assistência à saúde, são entendidos como consequência e não a causa do subdesenvolvimento (Jamal e Dredge, 2015). Apesar destas incertezas, são constatadas mudanças nas agendas de desenvolvimento das instituições internacionais ao serem incluídas questões relativas a iniciativas de turismo *pro-poor*, ou na perspetiva de minimização dos impactes ambientais, sociais e económicos, ou até mesmo como propulsor de propostas relativas ao desenvolvimento (Jamal e Dredge, 2015).

O interesse pelo Turismo de Base Comunitária como alternativa à redução da pobreza pode ser percebido nas agendas das instituições governamentais e de estudos académicos sobre essa relação de turismo e desenvolvimento alternativo. O turismo como estratégia de desenvolvimento para a redução da pobreza é reconhecido por instituições como UNWTO, WTTC, Banco Mundial, FMI, sendo estas instituições responsáveis por variados programas de desenvolvimento a partir dessa perspetiva, implementados no início do século XXI (Zapatta *et al.*, 2011).

### 1.5.3.1. As teorias e o desenvolvimento

Desde a década de 1950, o desenvolvimento era entendido através das estratégias económicas e políticas necessárias às nações em desenvolvimento na superação da pobreza (Bursztyn *et al.*, 2009). O turismo foi percebido como um possível vetor de desenvolvimento nesses países. Contudo, dependendo da teoria que fundamenta a abordagem do desenvolvimento, a sua conceção difere significativamente. Motivada em entender as razões que estão por detrás do interesse pelo discurso em torno do *turismo pro-poor*, que surgiu no contexto académico, no final dos anos 1990, no Reino Unido, Scheyvens (2007) estudou as relações do desenvolvimento com as teorias que as sustentam, percebendo o papel estratégico do turismo em cada uma destas abordagens. Interessa-nos a síntese feita pela autora, pois deixa evidenciada como a oferta turística, a comunidade recetora, as questões ambientais e culturais são percebidas. Serão incorporadas a esta teoria algumas reflexões trazidas por Dolezal (2015), que também busca refletir sobre os paradigmas de desenvolvimento, surgidos no final da Segunda Guerra Mundial, e por Bursztyn *et al.* (2009), que correlacionam o desenvolvimento ao TBC.

A *abordagem liberal* está sustentada pela teoria da modernização (Sheyvens, 2007) que pautou a década de 1950 e 1960 com o foco no crescimento económico, após a Segunda Guerra Mundial (Poteter *et al.*, 2008 citado por Dolezal, 2015). O projeto de modernização está estruturado a partir de critérios eurocêntricos e tem como principal proposta transformar as sociedades tradicionais em sociedades modernas, a partir de uma noção linear, de cima para baixo, e da negação dos conhecimentos tradicionais (Dolezal, 2015), provocando a homogeneização das sociedades (Dolezal, 2015; Reid, 2003). A partir desta teoria, o turismo é percebido como estratégico na dinamização das sociedades tradicionais na transição para a sociedade moderna através da interação entre turista e comunidade recetora (Scheyvens, 2007; Dolezal, 2015), como gerador de emprego e rendimentos, de crescimento económico (Scheyvens, 2007).

Como crítica à teoria da modernização, surge a teoria da dependência que na perspetiva teórica proposta por Scheyvens (2007) é denominada *abordagem crítica*. A teoria da dependência manifesta-se nas décadas de 1950 e 1960, na qual a relação da existência do subdesenvolvimento acontece pela incorporação dos países em desenvolvimento ao sistema capitalista (Frank, 1966; Prebisch, 1964; Wallerstein, 1979 citados por Dolezal, 2015). No contexto do turismo internacional, com base na teoria da dependência e da economia política, estudiosos consideram que o turismo em países em desenvolvimento realça as desigualdades entre turistas e comunidades de destino, como

evidenciaram as investigações realizadas na década de 1970 (Scheyvens, 2007). É neste contexto que se manifestam as bases para o turismo de base comunitária, a partir das investigações de De Kadt (1979), Nash (1989 [1977]) e Smith (1989 [1977]), reconhecidos como investigadores responsáveis pelas mudanças no pensamento de que o turismo reduziria a pobreza. A análise crítica quanto ao turismo de massas como redutor da pobreza apresenta argumentos contraditórios a este discurso, como o investimento feito em infraestruturas para o turista em detrimento da existência de infraestruturas básicas para a comunidade local, a oferta de mão de obra barata, corroborando a marginalização social e a pobreza, a mercantilização da cultura, a rutura social e a degradação ambiental (Scheyvens, 2007).

A *abordagem neoliberal*, de acordo com Scheynes (2007), prioriza a globalização do mercado e fundamenta-se pela premissa, por quem a defende, dos benefícios inquestionáveis do livre mercado e consequente diminuição do papel regulador do Estado. Brohman (1996, citado por Scheynes, 2007) afirma que o turismo internacional, neste contexto, foi visto como estratégia de incentivo de desenvolvimento económico e comercial, apoiada por instituições financeiras como o FMI e o Banco Mundial, em função do endividamento dos países em desenvolvimento. A autora cita o aumento do papel competitivo das empresas multinacionais, frente às empresas locais, em função das isenções fiscais concedidas aos estrangeiros, em detrimento da dificuldade de crédito às empresas de pequeno porte. Como consequência deste *modus operandi*, as desigualdades entre as nações desenvolvidas e em vias de desenvolvimento aumentaram (Scheyvens, 2007; Harvey, 2005 citado por Dolezal, 2015). Caracteriza-se então uma nova fase do neoliberalismo com o aumento regulador do Estado, focando-se nas comunidades locais e na relação público-privado.

A abordagem alternativa de desenvolvimento, para os investigadores que a defendem, parte do pressuposto de que há a possibilidade de o turismo contribuir para o desenvolvimento (Scheyvens, 2007), desde que centrado na dimensão humana e numa perspetiva de *expansão das liberdades*, como proposto por Sen (1999, citado por Dolezal, 2015 e Bursztyn *et al.*, 2009). A expansão das liberdades tem relação com o dar condições para que as pessoas possam fazer escolhas, como agentes políticos, para que as privações de liberdades possam ser superadas a partir de novas oportunidades, tanto pessoais quanto comunitárias. Scheyvens (2007) afirma que a perspetiva alternativa se caracteriza por iniciativas de pequena escala ou local; por beneficiar as comunidades mais pobres; pela preocupação na redução do impacte ambiental; por qualificar a relação entre

anfitrião e visitante; pela participação ativa dos residentes locais no planeamento do turismo; e pelo apoio ao turismo justo e equitativo.

Pelo exposto, percebemos mudanças significativas em torno da ideia de desenvolvimento e da sua evolução, de uma visão exclusivamente económica, para uma proposta que traz ao debate ideias de desenvolvimento relativas a proporcionar mais qualidade de vida às pessoas, com o papel do turismo na contribuição do bem-estar social, ambiental, com respeito à diversidade cultural. Turismo para quê? Turismo para quem? Turismo porquê? são questões que estiveram presentes no questionamento do turismo de massas. No TBC estas questões devem permear a centralidade dos benefícios do turismo vinculados às comunidades do destino turístico. No TBC, como um outro modelo de turismo, o fator do mercado, da comercialização do turismo não é negado, mas ele é regido a partir de outros valores, para que a razão de ser da comercialização não se perca no mero valor económico, do lucro a qualquer preço. O turismo não é um fim em si mesmo, ele é um meio para viabilizar um modo de vida centrado sobretudo no bem-estar das pessoas.

### **1.5.3.2. As propostas de desenvolvimento e o TBC**

Desenvolvimento alternativo, situado, local, comunitário são designações que na sua raiz trazem as ideias apresentadas por Scheyvens (2007) como abordagem alternativa de desenvolvimento. O desenvolvimento alternativo, para os seus defensores, é uma proposta para dar ao desenvolvimento um novo significado (De Kadt, 1992), e que tem por fundamento o envolvimento local, de baixo para cima (*bottom-up*), alicerçado nos recursos endógenos, centrado nas pessoas e no ambiente (Jafari e Xiao, 2015).

O desenvolvimento económico como filho da civilização ocidental, sustentado no racionalismo instrumental que resultou no progresso material, viabilizado em função do crescimento da ciência e da tecnologia, além da manipulação e o domínio da natureza, faz surgir uma *sociedade de consumo*, pautada pela inovação na produção e estímulo constante pelo consumo, a partir de novas ofertas (De Kadt, 1992). É pela mudança dessa lógica que o autor considera que os defensores do desenvolvimento alternativo se pautam. É por esta razão que este novo significado precisa de ser dado ao desenvolvimento, como mencionado anteriormente, pressupondo a resignificação da vida quotidiana, já não centrada nos produtos da sociedade de consumo.

As propostas alternativas de turismo não são percebidas a partir do contraponto ao turismo convencional, mas fundamentadas em três áreas: na sustentabilidade dos recursos, na escala e na

distribuição dos recursos de forma equitativa (De Kadt, 1992). É por isto que De Kadt (1992) julga como centrais às ideias de desenvolvimento alternativo e também do desenvolvimento sustentável, nas quais elementos como a produção em pequena escala, o reconhecimento de necessidades que não o consumo material, o atendimento das necessidades de todos, incluindo o das gerações futuras, e o envolvimento político das pessoas a partir de baixo (De Kadt, 1992). Corroboramos o autor quanto a estes elementos que compõem na nossa percepção parte das premissas que fundamentam o TBC.

O desenvolvimento da comunidade também é pautado como alternativo à centralidade mercadológica do desenvolvimento económico. É entendido como qualquer ação que tenha como objetivo a melhoria da qualidade e das condições de vida das pessoas, a partir do lugar, fortalecendo o progresso económico e social (Aquino *et al.*, 2012, citado por Phillips *et al.*, 2013).

Mair e Reid (2010), no artigo intitulado *Tourism and Community Development vs. Tourism for Community Development: Conceptualizing Planning as Power, Knowledge, and Control Downloaded*, propõem o turismo como estratégia para o desenvolvimento comunitário, a partir do planeamento radical, baseado na comunidade. O título do artigo em que os autores apresentam as suas ideias sinaliza a alteração do foco, já não *o turismo e o desenvolvimento comunitário*, mas uma proposta em que o turismo contribua *para o desenvolvimento comunitário*. Os autores desafiam algumas abordagens emergentes de TBC a partir do planeamento comprometido com o desenvolvimento comunitário. Para que aconteça o desenvolvimento comunitário, um dos pressupostos desses autores é o entendimento de que a transformação social aconteça a partir da mobilização social, da aprendizagem social e de planeamento radical. Para tanto, o conhecimento subjetivo, indígena, e experiencial, dos sujeitos da comunidade, precisam de ser reconhecidos (Mair e Reid, 2010). Em decorrência do envolvimento da comunidade no planeamento focado no desenvolvimento comunitário, há uma perspectiva de que a proposta do turismo seja mais duradoura, com uma participação mais democrática dos envolvidos, e um maior controlo local sobre o desenvolvimento que desejam (Mair e Reid, 2010).

O desenvolvimento situado proposto Zaoual (2008) pressupõe reconhecer que o *homo situs* se refere ao sujeito concreto no seu espaço vivido, que possui diversos sítios simbólicos de pertencimento, constituindo comunidades de sentido. Um sítio é imaterial e invisível. Está relacionado com os comportamentos dos que habitam o sítio, tanto individual quanto coletivamente, mas materializa-se na paisagem do lugar, nas construções, nas técnicas, na maneira de fazer as atividades, nos próprios utensílios, na maneira como se organizam e coordenam o aspeto económico das

atividades (Zaoual, 2008). No desenvolvimento situado há o reconhecimento do caráter múltiplo das realidades dos sítios, por isso se nega toda e qualquer proposta homogeneizante, de cima para baixo, que não considere o saber endógeno. No desenvolvimento situado o *homo situs* é sujeito e ator do processo, por isso a inclusão social é entendida como a afirmação das identidades culturais e do exercício pleno da cidadania (Bursztyn *et al.*, 2009).

Há interface entre o entendimento do desenvolvimento situado e do desenvolvimento local defendido por Irving (2009) a partir da Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento. Considera o TBC como resultante de demandas diretas da própria comunidade local, que mantém uma relação de sobrevivência material e simbólica com o lugar turístico onde reside. O protagonismo social efetiva-se a partir do reconhecimento do ator social como agente de construção da realidade, que a partir dos recursos endógenos, sejam eles humanos, naturais ou de infraestruturas, elaboram e implementam iniciativas de turismo (Irving, 2009).

Não há dúvidas de que há proximidade entre as propostas de desenvolvimento destacadas nas investigações sobre o TBC. Como não há espaço e não é o foco da nossa investigação fazer uma análise das convergências e divergências das abordagens de desenvolvimento presentes nas propostas de TBC, não o faremos. Reconhecemos, contudo, alguns pontos de contacto entre os aspetos apresentados pelos investigadores que analisaram a relação TBC e o desenvolvimento. Poderíamos considerar então que as propostas de desenvolvimento alternativas se caracterizam por reconhecer que o desenvolvimento do turismo precisa de ser percebido não apenas pelo critério económico, mas considerando os impactes sociais, culturais e ambientais. Identificamos que a proposta da oferta turística precisa de ser concebida a partir da base endógena, em que os ganhos do desenvolvimento do turismo fiquem prioritariamente para a comunidade local. Em decorrência do envolvimento da comunidade no desenvolvimento do turismo, há o empoderamento dos indivíduos da localidade, há uma valorização da diversidade de sítios simbólicos de pertencimento, que por sua vez engendra estratégias de desenvolvimento diversas que respeitam as subjetividades e conhecimentos da localidade. Coloca em xeque a teoria da modernização ao suscitar a expansão de liberdades, construindo novos estilos de vida, desafiando o rompimento com a lógica do consumo que caracteriza as sociedades modernas.

Além destas constatações, a proposta conceitual feita no contexto da nossa tese assemelha-se às razões que motivaram a adoção do TBC pelo governo da África do Sul, ao utilizar o turismo como uma ferramenta para a emancipação dos membros da comunidade local, sobretudo os que se

encontram em desvantagem social (Giampiccoli e Saayman, 2018). Investir na comunidade local contrapõe-se à ideia de privilegiar a comunidade externa, como ONG, órgãos governamentais e o setor privado (Giampiccoli e Saayman, 2018). É nesta perspectiva que precisamos de entender o sentido que assume o controlo por parte da comunidade local. É através do processo decorrente da tomada de decisão na construção da oferta TBC, e da valorização do sítio simbólico de pertencimento, que o empoderamento acontece. Entender o TBC como um meio para alcançar o desenvolvimento comunitário ajuda-nos a perceber as escolhas das bases conceituais do TBC que adotamos. É, portanto, o nível de envolvimento local que determinará se uma oferta turística pode ser considerada TBC ou não (Ruiz-Ballesteros e Cáceres-Feria, 2016). Em síntese, corroboramos a ideia de que é através da criação de oportunidades para que os residentes locais possam participar do processo de desenvolvimento do turismo que se potencializa a obtenção de benefícios decorrentes do turismo (Tosun, 2000). Esta constatação decorre de investigações que comprovam que o fortalecimento da participação da comunidade local pode auxiliar o local a manter o controlo sobre o desenvolvimento do turismo (Tosun, 2000).

## **1.6. Desafios do TBC**

Com a revisão bibliográfica realizada, podemos perceber que o TBC possui muitas limitações. O empoderamento da comunidade e a comercialização da oferta TBC são caracterizadas como parte destas limitações e têm sido objeto de estudo de um crescente número de investigações. Perante isto, reconhecemos como necessário fazer constar da nossa investigação alguns aspetos evidenciados pelos investigadores que estudaram estes temas, ainda que não seja o foco do nosso trabalho, mas acreditamos que podemos contribuir, indiretamente, para minimizar estes problemas.

### **1.6.1. Protagonismo comunitário**

#### **1.6.1.1. A comunidade do TBC**

Se existe algum consenso em termos de diversidade conceitual de TBC, este reside na participação ativa, direta da comunidade local no desenvolvimento do turismo (Goodwin e Santilli, 2009; Irving, 2009; Boonratana, 2010, Ruiz-Ballesteros, 2017). Por isso, o foco no processo, no desenvolvimento das capacidades da comunidade, deve ser maior do que a preocupação com o produto em si (Reid, 2003; Apo, 2014 citado por Jamal e Dredge, 2015), não bastando apenas envolver as pessoas, é necessário empoderá-las.

Um dos aspetos recorrentes nas investigações que tratam o TBC em países em desenvolvimento, e que dão visibilidade aos limites na participação, refere-se aos estudos das abordagens de participação das comunidades no processo de desenvolvimento do turismo. Estas investigações também evidenciam os custos do envolvimento nas iniciativas TBC por parte das comunidades. Tal envolvimento, quando acontece, decorre geralmente através do tempo e do trabalho destinados às iniciativas, constatando-se o total impedimento para os mais pobres, uma vez que sua subsistência precisa de ser garantida (Goodwin e Santilli, 2009; Roberts, 2011).

As investigações sobre empoderamento relativas ao TBC ainda são iniciais (Dodds *et al.*, 2016). O *empoderamento* é considerado o fator-chave para a definição do sucesso da proposta do Turismo de Base Comunitária (Goodwin e Santilli, 2009; Lapeyre, 2010, citado por Dolezal, 2015). É no contexto do paradigma de desenvolvimento alternativo surgido na década de 1980 que o termo “empoderamento” é pautado (Gregory *et al.*, 2009).

O empoderamento é entendido como a capacidade de indivíduos ou grupos para determinar os seus próprios assuntos. É um processo para ajudar as pessoas a exercerem controlo sobre os fatores que afetam as suas vidas (Cole, 2005; Dodds *et al.*, 2016). Representa o topo da escala de participação em que os membros de uma comunidade são agentes ativos de mudança e têm a capacidade de encontrar soluções para os seus problemas, tomar decisões, implementar ações e avaliar as suas soluções (Cole, 2005).

Scheyvens (2002) considera que o empoderamento está estruturado a partir de quatro dimensões: a dimensão psicológica, a dimensão social, a dimensão política e a dimensão económica. Os ganhos económicos têm relação direta com as oportunidades nos setores formais e informais de empregos ou negócios. Já o empoderamento psicológico relaciona-se com o orgulho e a autoconfiança de suas tradições e cultura. Neste sentido, a autora considera que as iniciativas de turismo que respeitam e consideram a cultura tradicional de uma comunidade fazem com que as pessoas se sintam com poder e empoderadas por pertencer àquela cultura. Por fim, o empoderamento social tem relação com a coesão e a integridade do grupo e é fortalecido através do envolvimento com o turismo (Scheyvens, 2002).

O empoderamento da comunidade local requer dela capacitação que garanta efetividade no seu envolvimento. Como alertam Tosun, (2000), Reid (2003) e Roberts (2011), a presença dos residentes não garante a efetividade dos benefícios na comunidade. Tosun (2000, 2006) avança nesta

abordagem ao analisar e explicar as limitações do envolvimento da comunidade local em países em desenvolvimento. A sua investigação é feita a partir da análise de investigações desenvolvidas por outros pesquisadores em países como a Turquia, Tailândia, Quênia, Bali, México, e dos estudos publicados pela ONU.

Foram identificados pelo menos três tipos de limitações à participação do público no processo de desenvolvimento do turismo: limitação de natureza cultural, estrutural e operacional. Dentre os fatores da limitação operacional destacam-se a centralidade da administração pública do turismo, a falta de coordenação e coesão necessárias a uma indústria caracterizada pela fragmentação e a falta de informação decorrente da insuficiência de dados e do acesso à informação de forma clara e acessível aos leigos (Tosun, 2000).

A limitação de natureza estrutural tem relação com as atitudes tecnocratas dos profissionais ao considerarem a participação da comunidade como desnecessária, a falta de conhecimento específico em técnicas de planeamento que envolvam a comunidade; o limitado exercício da democracia, com maior domínio por parte das elites empresariais e estatais, mantendo excluídas as comunidades locais (Tosun, 2000). Este aspeto coloca em evidência a natureza política, revelando as relações de poder existentes no desenvolvimento do turismo (Roberts, 2011; Dolezal, 2015). Obstáculos decorrentes das estruturas de poder que limitam a participação dos indivíduos nas iniciativas de projetos de base comunitária, ao homogeneizar e simplificar as noções de comunidade e empoderamento, precisam de ser identificados (Dolezal, 2014). O empoderamento precisa de ser pautado com base na compreensão das relações de poder dentro das comunidades TBC numa abordagem empírica aprofundada (Dolezal, 2015).

Ainda como parte das limitações estruturais estão a falta de um sistema legal adequado que permita às comunidades educarem-se quanto aos seus direitos além da identificação de mecanismos que lhes permitam organizar-se para promover os seus interesses; a falta de profissionais qualificados, em especial para o exercício de funções mais qualificadas e de melhor remuneração; a falta de recursos financeiros que faz com que haja a necessidade de captação de recursos externos, que por sua vez acarretam a perda do controlo do recurso localmente; e o alto custo para a participação da comunidade, uma vez que é necessário organizar e sustentar a participação, o que requer tempo, dinheiro e habilidade (Tosun, 2000).

As limitações culturais foram identificadas como aquelas relacionadas com os obstáculos ao acesso à participação da comunidade local no processo de desenvolvimento do turismo. Dentre os motivos destas limitações estão a pouca disponibilidade das pessoas pobres em se envolverem nas questões relativas à comunidade, além da falta de articulação de base para instrumentalizar as pessoas para uma participação efetiva. O baixo nível de interesse e consciência relativos às questões económicas, políticas e socioculturais acarretam o agravamento da situação de exclusão e o maior enfraquecimento de ações eficazes (Tosun, 2000).

Seguindo a linha crítica sobre a participação da comunidade no processo de planeamento do turismo, identificamos ainda fatores como a heterogeneidade das comunidades, a falta de clareza nos objetivos e consensos, a sustentabilidade do interesse na participação que podem dificultar o acesso aos benefícios esperados com o envolvimento da comunidade no processo decisório (Roberts, 2011).

A constatação de que a participação por si só não gera empoderamento e que a falta de conhecimento, de habilidades e de confiança restringem o empoderamento traz ao centro das reflexões a importância de acompanhar e capacitar os residentes como condição *sine qua non* para a existência do TBC.

#### **1.6.1.2. As entidades externas como apoiantes dos projetos TBC**

Reconhecemos que, regra geral, entre os estudos analisados sobre o TBC os casos de sucesso são restritos, uma vez que os êxitos são parciais (Giampiccoli e Saayman, 2018). Contudo, as falhas identificadas precisam de ser consideradas justamente para uma abordagem do TBC aprimorada a partir destas constatações. É com esta finalidade que consideramos oportuno fazer o registo das limitações encontradas quanto às questões centrais do TBC. Neste sentido, acreditamos no papel das instituições, notadamente as públicas, como primordial para contribuir para a qualificação dos sujeitos da comunidade nas atividades necessárias ao planeamento e gestão da oferta do turismo de base comunitária. Esta hipótese é apontada na investigação feita por Hickenbick e Carrelas (2019) que acreditam que a parceria organizada entre instituições de ensino, poder público e sociedade civil possa ser o caminho possível para projetos que partam de iniciativas em torno dos valores culturais.

As entidades colaboradoras precisam de ser percebidas como facilitadoras no processo de gestão da oferta turística por parte da comunidade local (Govender e Giampiccoli, 2018). Isso significa reconhecer que a sua participação pode ser de longo prazo, mas com tempo determinado, e deve direcionar-se para o empoderamento dos membros da comunidade. É importante salientar que há uma

diferença conceitual entre a ideia de facilitação e a de envolvimento. A *facilitação* é compreendida como sendo a disponibilização de instrumentos materiais e não materiais que permitam à comunidade o autoempoderamento e o autodesenvolvimento, considerada como pré-requisito para o desenvolvimento comunitário. Por sua vez, o *envolvimento* é entendido de forma diferente, pois é enraizado, pré-fabricado, favorecendo um processo de consolidação e homogeneização dentro de uma estrutura hegemónica (Govender e Giampicolli, 2018).

Corroboramos da ideia destes investigadores ao reconhecermos que as entidades externas à comunidade devem desenvolver o papel de facilitadoras no processo. Podem trabalhar como parceiras no processo para a oferta TBC, uma parceria que deve dar-se na perspetiva do empoderamento da comunidade, para que assuma o controlo do processo do desenvolvimento das atividades e serviços associados ao turismo, participando ativamente como agente político no desenvolvimento do turismo da região e intervindo coletivamente em estratégias de enfrentamento dos conflitos associados à proteção dos bens naturais e culturais.

Encontramos casos de dependência como o evidenciado no estudo sobre a comunidade de Aña, em Santarém, no Pará, que, apesar de promovido como turismo comunitário, na realidade não se constitui como tal (Assis e Peixoto, 2019). Os investigadores identificaram total dependência da comunidade local na oferta das atividades turísticas com a ONG que executa a promoção e comercialização da oferta. Apesar de a ONG ter como objetivo a promoção da autonomia de Aña sobre a gestão do turismo no seu território, os dez anos que tiveram para assessoria técnica não foram utilizados para implementar estratégias de transferência de técnica e tecnologias para a promoção da referida autonomia, consolidando a dependência da comunidade com a entidade externa.

Outro fator que interfere significativamente no modelo de gestão do TBC refere-se ao modelo *top-down* e o modelo *bottom-up*. As recorrentes críticas à efetividade do TBC como estratégia de desenvolvimento do turismo levaram Zapatta *et al.* (2011) a desenvolverem a investigação na Nicarágua. Nos casos estudados, foi identificado que 60 % dos projetos da Rede TBC nicaraguana se referiam àqueles projetos concebidos por entidades exógenas à comunidade local que criaram e financiaram as propostas. Com a investigação foi possível perceber que as críticas atribuídas ao TBC foram encontradas principalmente neste último modelo, o de “de cima para baixo”. O modelo *bottom-up* apresenta uma expectativa de vida mais significativa, com crescimento mais rápido e resultados positivos na economia local, se comparado com as iniciativas *top-down* (Zapatta *et al.*, 2011). Desta

forma, fica evidenciada a importância da oferta baseada em recursos endógenos, reconhecida como um dos princípios fundantes do TBC, os quais corroboramos.

Consideramos como contraditória a existência do modelo *top-down* vinculado ao TBC se utilizarmos o conceito proposto para o modelo *top-down* que é caracterizado como um modelo de gestão direcionado para os mecanismos de funcionamento do mercado, focado nas produções em grande escala (Gómez *et al.*, 2015). Tendo tal conceito como referência, a incoerência com os princípios acontece, pois, o TBC, como já apresentado neste capítulo, é percebido como uma proposta de desenvolvimento do turismo enraizada, a partir da oferta, comprometida com as comunidades locais, em pequena escala, atenta à sustentabilidade ambiental e social, e sobretudo como estratégia para o desenvolvimento comunitário. Seguindo a mesma lógica de comparação conceitual, identificamos total compatibilidade entre os princípios do TBC e as iniciativas *bottom-up* pois ambas são caracterizadas por ações socialmente coletivas, centradas na aproximação de indivíduos que, mediante a oferta turística procuram encontrar soluções para problemas locais, sejam eles de ordem econômica, social, ambiental, política e/ou cultural (Gómez *et al.*, 2015).

Na análise feita por Cañada (2015), há um aspecto evidenciado que nos parece pertinente colocar em debate. Cañada, ao citar o estudo desenvolvido por Zapatta *et al.* (2011), evidencia a atuação mercadológica associada aos referidos modelos, sugerindo que o aspecto relativo ao mercado das ofertas TBC pode ter contribuído para o sucesso do modelo *bottom-up*. Enquanto no modelo *top-down* o financiamento era internacional e as suas ações estavam orientadas ao mercado internacional, no modelo *bottom-up* as iniciativas eram locais, com autofinanciamento e as suas ofertas foram direcionadas ao mercado nacional. Apesar desta constatação, Cañada (2015) reconhece que não deve haver generalizações sobre o modelo *bottom-up*, uma vez que apesar de admitir haver experiências bem-sucedidas neste modelo, não nega a existência de grande quantidade de fracassos nas suas propostas (Cañada, 2015).

Acreditamos que a relação da comunidade local com as entidades externas é estratégica para o sucesso do empreendimento de TBC. As limitações à participação dos sujeitos, evidenciadas nos estudos realizados por Tosun (2000, 2006), por Roberts (2011) e por Dolezal (2015), são suficientes para reconhecermos o papel estratégico que as entidades externas têm no desenvolvimento das capacidades da comunidade local. Identificamos ainda que esta relação deve acontecer sempre no sentido da emancipação da comunidade local para que esta possa assumir o protagonismo da oferta.

### 1.6.2. Comercialização da oferta

Para que o potencial alcance do desenvolvimento social das comunidades locais seja atingido, há muito ainda por fazer, destacando-se o acesso ao mercado do turismo e a comercialização das ofertas TBC, identificada como um dos aspetos limitadores das ofertas de turismo a partir das iniciativas locais (Bursztyn e Bartholo, 2012). Má governança e fraco acesso ao mercado são identificados como as principais causas do insucesso das iniciativas de TBC (Mitchell e Muckosy, 1996 citado por Goodwin e Santilli, 2009, p. 11).

Sobre o aspeto da comercialização, Gómez *et al.* (2016) propõem diferenciar conceitualmente o Turismo de Base Comunitária e o Turismo Comunitário, justamente em função deste aspeto. Para estes autores, o turismo comunitário, ainda que tenha semelhança com o TBC, ao ser uma alternativa de inserção das comunidades locais marginalizadas no turismo, diferencia-se do TBC ao considerar possível a comercialização das ofertas turísticas como nicho de mercado do turismo convencional, contribuindo com os impactes negativos próprios desta maneira de organização do turismo (Gómez *et al.*, 2016). Para manter a coerência com os princípios do TBC, estes autores consideram que a comercialização da oferta turística proposta pela comunidade local deve ser feita em interlocução direta entre a comunidade do TBC e o seu público estratégico, ou por intermédio de operadoras especializadas em propostas alternativas de turismo, e não sejam comercializadas nos mesmos espaços da oferta padronizada dos produtos turísticos massificados.

Reside aqui um conflito entre os que encaram o TBC como uma proposta a parte da lógica mercadológica de turismo e os que o percebem dependente desta lógica. Corroboramos Sampaio *et al.* (2012) que consideram não haver a possibilidade de oferta turística na totalidade via TBC. O transporte é um exemplo prático deste aspeto, além da alimentação, do *marketing*. De acordo com os autores, não há como garantir que todos os serviços necessários para viabilizar a “experiência turística” sejam oferecidos a partir de organizações de escala local.

Cabe ressaltar que na maioria das investigações o uso dos termos TBC e TC são propostos como sinónimos (Coriolano, 2008; Irving, 2009; Sampaio *et al.*, 2012). Corroboramos os primeiros autores referidos, ao identificar que este debate entre turismo comunitário e turismo de base comunitária não se sustenta. Acreditamos que o foco da nossa atenção deve estar no protagonismo da comunidade local no desenvolvimento do turismo e sobretudo na ação coletiva para salvaguardar e valorizar os bens naturais e culturais. Como evidenciado anteriormente, os obstáculos não são poucos, e por si só requerem muito empenho para a definição de uma oferta comprometida com o local.

Na maioria das investigações consultadas, apesar de não serem feitas estas distinções conceituais, é destacada a necessidade de haver coerência entre a comercialização das ofertas TBC e os princípios desta forma alternativa de turismo. Bursytin e Bartholo (2012) são exemplo deste caso. Estes autores fazem um estudo sobre o processo de comercialização do TBC, apresentando os desafios, as potencialidades e as perspectivas. A comercialização foi considerada uma das linhas prioritárias no contexto do I Encontro Nacional da Rede Turisol, realizado em 2010, tendo também sido discutida em diversos eventos nacionais e internacionais sobre o TBC (Bursytin e Bartholo, 2012).

O perfil estratégico do turista para as iniciativas TBC não se coaduna com o perfil de turistas das agências e operadoras do turismo hegemónico (Bursytin e Bartholo, 2012). Por esta razão, a possibilidade de parceria com agências de turismo especializadas deve ser considerada. Há nestas empresas uma maior potencialidade de sensibilização quanto ao perfil do visitante desejado e das experiências turísticas disponibilizadas. Identificou-se também a proposta de centralização da informação sobre a oferta TBC, tanto a nível regional como nacionalmente. Esta ideia surge do modelo que foi adotado pela Acolhida na Colônia que mantém uma central de informação ao visitante, prestando informações sobre as unidades associadas e as ofertas de turismo por elas disponibilizadas (Bursytin e Bartholo, 2012; Guzzatti, 2019).

Consideramos pertinente insistir na existência da “economia solidária” que aglutina uma diversidade de práticas socioeconómicas que estão presentes no mercado. Ao estarem no mercado, não negam o lucro como resultado do trabalho e da capacidade empreendedora dos empreendimentos, seja ela de iniciativa individual, coletiva, privada, cooperativa, associativa, mas considera que este lucro pode ser alcançado a partir da prática do *preço justo* (Lisboa, 2005). Isso permite considerar que é possível estar no mercado sem se submeter a sua lógica. Lisboa (2005) considera como aspeto central à economia solidária o facto de a maximização do lucro ser preterida em função de uma postura solidária na troca mercantil.

As mudanças percebidas globalmente quanto à responsabilidade ambiental e social refletidas em consumo mais consciente tem levado, além de atitudes relativas à alimentação, transporte, estilo de vida, à procura por um turismo mais responsável (Irving, 2009, Silva *et al.*, 2016; Bursztyn e Bartholo, 2012). O turista responsável é aquele que se preocupa com os impactes negativos decorrentes das suas escolhas de viagem e lazer (Bursztyn e Bartholo, 2012). Para estes autores, as ofertas de turismo que estimulam os encontros culturais através da promoção do encontro entre a comunidade recetora e os visitantes são consideradas como tendências do turismo responsável.

Apesar das evidências de um crescente número de turistas responsáveis, o acesso aos visitantes conscientes tem demonstrado ser desafiador para os projetos TBC. Em parte, por problemas já reconhecidos na disponibilização das próprias iniciativas TBC ao mercado do turismo. Dentre estes problemas estão os materiais de divulgação dos projetos TBC apoiados pelo MTUR em 2010, que promoviam o projeto e não estavam direcionados para a promoção turística em si (Bursztyn e Bartholo, 2012). Outro problema identificado refere-se à comercialização em função da falta de confiança, da qualidade dos serviços e dos problemas decorrentes da comunicação dos proponentes do TBC identificados pelos operadores de turismo dos países emissores, como problemas com a comercialização do TBC (Bursztyn e Bartholo, 2012).

Há investigações como a desenvolvida por Zapatta *et al.* (2011) que reconhece o turismo doméstico com potencial para o TBC, ao constatar que mais de 70 % dos visitantes do TBC na Nicarágua eram do seu próprio país. Destaca ainda o interesse pela dimensão educacional proposta no TBC, que motivou a visita por parte de famílias, estudantes e grupos vinculados à localidade.

A estrutura de roteiros turísticos foi proposta como uma estratégia de comercialização do TBC em 2010, no I Encontro da Rede Turisol, residindo aqui a constatação de que os roteiros turísticos poderão auxiliar para o aumento da eficácia da comercialização do TBC. Entendemos que a comercialização do TBC encontrará mais aderência nas empresas especializadas em turismo responsável e sustentável, como as agências de ecoturismo. Contudo, também consideramos que a articulação com o mercado convencional possa acontecer desde que respeitados os princípios que fundamentam o TBC.

As investigações apontam para evidências de que com maior criticidade por parte dos visitantes em relação a necessidade de práticas responsáveis, também no turismo haverá mais espaço para as ofertas turísticas concebidas a partir de preocupações com os impactos ambientais, culturais e sociais. Identificamos, no âmbito da comercialização, a falta de investigações que estudem o mercado do TBC no Brasil e no mundo.

### **1.7.0 referencial teórico analisado**

Depois da abordagem realizada até ao momento, urge sintetizarmos a mesma. Deste modo, debruçamo-nos sobre a produção académica de 112 autores (Quadro 1), que de forma individual ou coletiva investigaram temáticas relativas ao Turismo de Base Comunitária, incluindo os cinco autores que inauguraram os debates em torno do Turismo Alternativo (consultar Figura 1), e as duas

publicações específicas sobre o Turismo *Pro-Poor*. O Quadro 1 identifica as referidas produções, apresentando-as a partir do ano de publicação, o(s) nome(s) do(s) autor(es), o título da publicação e alguns dos resultados apresentados pelo(s) autor(es).

Quadro 1 - Principais autores e respetivos resultados ligados ao Turismo de Base Comunitária

Data de Publicação	Autores	Nome da publicação	Principais resultados (parte dos textos são transcrições diretas das obras dos autores)
<b>TURISMO ALTERNATIVO</b> (internacional)			
1979	Emanuel De Kadt	Turismo: pasaporte al desarrollo?	Análise dos impactes do turismo a partir da relação com o desenvolvimento. Repensa a ideia do turismo como estratégia de desenvolvimento para os países em desenvolvimento.
1981	L. A. Deroi	Alternative tourism. Towards a new style in North-South relations	Define o escopo, a finalidade e a lógica do turismo alternativo. Apresenta os resultados de uma pesquisa sobre o potencial do turismo alternativo, identificando na vantagem económica a motivação dos atores privados e públicos, além do intercâmbio cultural.
1992	Emanuel De Kadt	Making the alternative sustainable: lessons from development for tourism	Os caminhos quer convencionais quer alternativos não apenas são divergentes, mas seguem caminhos opostos. Propõe que as políticas devem promover a sustentabilidade na procura de tornar o convencional mais sustentável.
1992	William R. Eadington Valene L. Smith	The emergence of alternative forms of tourism	Reconhece que o turismo tem sempre duas faces, ou seja, assim como traz benefícios traz custos. Encontra insatisfação nas ofertas da indústria do turismo. Apresenta a existência de críticas para analisar as alternativas ao turismo convencional, intencionando integrar o turismo numa gama mais ampla de valores e preocupações sociais. Reconhece ainda que as teorias precisam de ser verificadas na prática e melhoradas.
1992	Douglas G. Pearce	Alternative tourism. Towards a new style in North-South relations	Considera ser necessário conceber uma base mais sistemática para diferenciar e classificar outras formas de turismo. Identifica variáveis e dimensões, que considera relevantes para caracterizar os diferentes tipos de turismo alternativo.
<b>TURISMO PRO-POOR</b> (internacional)			
2007	Regina Scheyvens	Exploring the tourism-poverty nexus	Considera o potencial do turismo como estratégia no alívio da pobreza, mas está condicionada aos interesses centrais das agências envolvidas. Constata que são variáveis os pontos de vista sobre o alívio da pobreza através da atividade turística.
2015	Regina Scheyvens	Tourism and poverty reduction	Defende a ideia de que o turismo <i>pro-poor</i> não é um produto específico, mas uma mudança da distribuição dos benefícios em favor dos pobres. Reconhece a dificuldade do alívio da pobreza em países onde há desigualdades, corrupção, e onde as estruturas existentes impedem o empoderamento, reconhecendo que o turismo está sobrecarregado de ideias que não pode realizar. Defende a necessidade de uma abordagem intervencionista proativa, com estratégias de ação afirmativa. Apresenta iniciativas relacionadas com o turismo <i>pro-poor</i> .

TCB (Internacional)

1983	Peter E. Murphy	Tourism as a community industry. An ecological model of tourism development	Proposta de modelo de planeamento turístico (modelagem de ecossistema).
1988	Peter E. Murphy	Community driven tourism planning	Demonstra o potencial do planeamento turístico orientado pela comunidade, com destaque para técnica de <i>workshop</i> , que demonstrou ser uma ferramenta efetiva para o envolvimento da comunidade.
2000	Cevat Tosun	Limits to community participation in the tourism development process in developing countries	Constatação da necessidade de reformulação total na estrutura sociopolítica, jurídica, administrativa e econômica, de muitos países em desenvolvimento para que a participação da comunidade local no Plano de Desenvolvimento do Turismo possa se efetivar. As limitações para a participação da comunidade foram identificadas e refletidas a partir de três categorias: limitações no nível operacional; limitações estruturais; e limitações culturais.
2001	WWF-International	Guidelines for Community-Based Ecotourism development	Apresenta diretrizes e princípios gerais e destaca algumas considerações práticas para o ecoturismo comunitário, procurando fornecer um ponto de referência para a operacionalização dos projetos e incentivar uma abordagem consistente. As diretrizes são baseadas na experiência obtida em projetos do WWF e em literatura publicada e estudos de caso.
2002	Regina Scheyvens	Tourism for development: empowering communities	Apresenta as potencialidades do turismo como estratégia de desenvolvimento, realizando um debate teórico sobre o tema e apresentando estudos de caso em vários contextos mundiais.
2005	Stroma Cole	Cultural tourism, community participation and empowerment	Reflexões críticas relativas ao turismo cultural e étnico; participação comunitária e empoderamento; afirmação da identidade e orgulho na mercantilização cultural.
2006	Cevat Tosun	Expected nature of community participation in tourism development	Constatação de que diferentes grupos de interesse tinham expectativas diferentes em relação à participação da comunidade. Reconhece a necessidade de investigação que auxilie na proposta de políticas para o desenvolvimento de uma abordagem participativa e para o desenvolvimento do turismo que envolve a comunidade local.
2008	Hassan Zaoual	Do turismo de massas ao turismo situado: quais as transições?	Sistematiza de um lado, as novas dinâmicas turísticas considerando a existência do declínio do turismo de massas e, por outro, as variáveis que determinam a necessidade emergente em direção a novos modelos e produtos turísticos. Apresenta ainda os contributos da aproximação situada do turismo, ampliando deste modo o debate sobre a teoria do turismo situado.
2009	Harold Goodwin Rosa Santilli	Community-Based Tourism: a success?	Entre as iniciativas de TBC consideradas bem-sucedidas pelos especialistas, verificou-se que não há um consenso entre financiadores, academia e trabalhadores quanto aos critérios que definem um projeto de TBC.
2010	Heather Mair Donald G. Reid	Tourism and community development vs. tourism for community development: conceptualizing planning as power, knowledge, and control	Contribui para o debate em torno do tema do planeamento do turismo e o desenvolvimento comunitário, visando os fundamentos da teoria do planeamento: da orientação social à transformação social.
2010	Ramesh Boonratana	Community-Based Tourism in Thailand: the need and justification	Proposta de conceito operacional para TBC na Tailândia e redefinição de conceitos de ecoturismo comunitário, turismo comunitário e acomodação em casa de família.

		for an operational definition	Considera a necessidade de revisão de acreditação do TBC.
2011	Sherma Roberts	An exploratory analysis of factors mediating community participation outcomes in tourism	Identifica os fatores que interferem na efetiva participação da comunidade e propõem estratégias que possam viabilizar a participação dos residentes nas consultas relativas ao turismo que acontece na comunidade.
2011	Maria José Zapatta C. Michael Hall Patrícia Lindo Mieke Vanderschaeghe	Can Community-Based Tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua	As críticas feitas ao TBC foram confirmadas nos modelos <i>top-down</i> . Contudo, o TBC <i>bottom-up</i> que resultava de iniciativas locais, demonstra uma maior probabilidade de sucesso da oferta, crescimento mais rápido e impactes económicos mais positivos.
2011	Claudia Dolezal	Community-Based Tourism in Thailand: (dis-)illusions of authenticity and the necessity for dynamic concepts of culture and power	Descreve o conceito de autenticidade e de cultura no TBC na Tailândia, através da investigação crítica entre o "eu" e o "outro". Impressão da existência de hegemonia nas interações entre anfitriões e turistas. A língua também é uma barreira na interação com os anfitriões. É necessário repensar o papel da cultura no planeamento turístico, sendo a cultura conceituada como dinâmica e baseada nas relações de poder para tornar o turismo benéfico para os anfitriões e uma experiência enriquecedora para os turistas, mesmo que acompanhada por algum grau de desilusão em relação à autenticidade.
2015	Claudia Dolezal	Understanding the meaning and possibilities of empowerment in Community-Based Tourism in Bali	Sistematização dos significados atribuídos ao uso do termo empoderamento no turismo. A autora contesta o uso do termo empoderamento como sinónimo de participação no planeamento. Contribui para a compreensão fundamentada do empoderamento a partir das relações de poder nas comunidades. Considera desafiador o empoderamento sem a compreensão das relações de poder.
2015	Ernest Cañada	La comercialización del turismo comunitario en América Latina	Reconhece que a análise da comercialização do TBC está situada na questão da viabilidade do turismo comunitário. Reconhece também a existência de iniciativas de turismo comunitário que tiveram êxito. Afirma que o turismo comunitário na América Latina é um setor plural, com diversidades e contradições nas suas dinâmicas e influências externas. Destaca a existência de um segmento orientado para as classes médias e baixas no mercado local e nacional mostrando um nível considerável de êxito e reconhecendo ainda a oferta na proximidade como mais resiliente. Constatou a existência de operadoras de turismo e agências convencionais interessadas em incluir na sua oferta as iniciativas de turismo comunitário.
2016	Oliver Mtapuria Andrea Giampiccoli	Towards a comprehensive model of Community-Based Tourism development	Apresenta um modelo abrangente de desenvolvimento do TBC. O modelo sugere que os projetos de TBC podem ser iniciados dentro e fora da comunidade pelos setores privado, público e não-governamental ou uma combinação destes usando uma abordagem de cima para baixo ou de baixo para cima. Também postula que os projetos de TBC podem assumir um caráter formal ou informal, dependendo das condições que levaram ao seu início. O documento destaca os benefícios e restrições à ampliação ou redução de operações vinculadas à informalidade.
2016	Rachel Dodds Alisha Ali Kelly Galaski	Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing Community-Based Tourism	Faz uma revisão da literatura sobre o TBC identificando os elementos-chave de sucesso e as barreiras tendo o desenvolvimento económico como base da avaliação.
2016	Carla Pasa Gómez Mariana Cavalcanti Falcão Luisa Cherem Thais do Nascimento Silva	A participação da comunidade no Turismo de Base Comunitária: um estudo de múltiplos casos	Reconheceram que das 5 comunidades analisadas em 4 havia aspetos que convergem para a perspectiva <i>bottom-up</i> . Contudo, reconhecem a necessidade de verificar a existência de espaços e mecanismos que possibilitem a expressão e interesses coletivos. Evidenciam ainda a necessidade de incorporar aspetos das organizações informais entre os membros e suas particularidades em relação à tomada de decisão e organização social.

2016	Tek B. Dangi Tazim Jamal	An Integrated approach to "sustainable Community-Based Tourism	Sistematização de quadro conceitual sobre TBC e Turismo Sustentável a partir de uma base de dados de 341 publicações. A partir do quadro comparativo entre TBC e TS apresentam direções tanto para investigações quanto para práticas relativas a estas duas propostas de desenvolvimento de turismo.
<b>TCB (Internacional)</b>			
2016	Esteban Ruiz Ballesteros Rafael Cáceres-Feria	Community-building and amenity migration in community-based tourism development. An approach from southwest Spain	Debatem o conceito de comunidade, considerando as ondas migratórias, e sobretudo os "migrantes de amenidades" que têm reforçado a dimensão local do turismo nos casos analisados. Recomendam expandir o conceito de comunidade no TBC, propondo que a comunidade seja entendida como um contexto de ação coletiva.
2017	Ruiz Ballesteros	Claves del turismo de base local	Reconhece a necessidade de estudar empiricamente os fatores e elementos que condicionam o desenvolvimento e a sustentabilidade do TBC. Propõe diferentes perspectivas de análise e enfoque de investigação aplicadas ao turismo de base local, com o intuito de dar fundamentos sólidos ao seu conhecimento.
2018	Melphon Mayaka W. Glen Croy Julie Wolfram Cox	Participation as motif in community-based tourism: a practice perspective Melphon	Apresentam resultados relativos às razões que levam as comunidades a participarem no TBC através de três estudos de caso no Quênia. A participação da comunidade era frequente através da representação, que é interpretada em relação às práticas locais, apresentando uma lógica de funcionamento diferente dos aparentes padrões ocidentais.
2018	Andrea Giampiccoli Melville Saayman	South African Community-Based Tourism operational guidelines: analysis and critical review	Fizeram análise crítica sobre como certos princípios fundamentais da TBC são apresentados e interpretados nas diretrizes da TBC na África do Sul. Revelam que as diretrizes do TBC na África do Sul fornecem um entendimento e interpretação muito amplos do TBC, devendo ser visto como uma fraqueza e um perigo para a implementação do TBC. As suas definições e modelos de TBC estão direcionados para uma abordagem neoliberal, em que as empresas privadas podem ganhar maior relevância e assumir a liderança do TBC. Apontam para a necessidade de capacitar diretamente a comunidade, considerando o auxílio externo como necessário. Identificam como aspeto chave a centralidade da comunidade em todos os aspetos de desenvolvimento do TBC.
2018	Ivan G. Govender Andrea Giampiccoli	Imperatives for monitoring and evaluation of Community-Based Tourism: a higher education institutions perspective	Para a monitorização e avaliação no Turismo de Base Comunitária reconhecem o papel central da autossuficiência dos projetos de TBC. Propõem relações entre instituições de ensino superior, dada a natureza das suas atividades, que inclui ensino, pesquisa e extensão, e por serem entidades sem fins lucrativos.
2019	Andrea Giampiccoli	A conceptual justification and a strategy to advance Community-Based Tourism development	Contribui para o conhecimento sobre a relação entre turismo e desenvolvimento. Considera o turismo, dado o tamanho e alcance, como potencial para enfrentar o problema da crescente desigualdade global. Reconhece a abordagem do TBC como estratégica para enfrentar a referida desigualdade, propondo que seja a base para qualquer forma de desenvolvimento do turismo.
2019	Eylla Laire M. Gutierrez	Participation in tourism: cases on Community-Based Tourism (CBT) in the Philippines	Propõe a existência de diferentes níveis de participação comunitária no desenvolvimento do turismo. A partir da sua perspectiva teórica avalia a participação da comunidade em três diferentes empreendimentos turísticos nas Filipinas, identificando a participação na forma de iniciativas TBC.
2019	Joydeep Mukherjee Sharmistha Banerjee	Unique promotional strategy for sustainability of Community Based Tourism (CBT)	Mediante análise estatística correlacionam o nível de consciência dos turistas em relação ao TBC e a possibilidade de visita dos turistas numa viagem futura. Reconhecem o desconhecimento do TBC por parte de uma parcela dos turistas entrevistados. O estudo identifica que as comunicações em canais informais podem ser um meio eficaz para a promoção do TBC.

2019	Imbaya B.O. Nthiga R.W. Sitati N.W. Lenaiyasa P.	Capacity building for inclusive growth in Community-Based Tourism initiatives in Kenya	Identificaram resultados tangíveis nas capacitações realizadas pela <i>African Wildlife Foundation</i> (AWF). Reconheceram aspetos relativos à política, às relações de poder, ao financiamento, às crenças e às práticas culturais que precisam de ser perspectivados para otimizar os resultados das intervenções de capacitação para o envolvimento das comunidades de TBC.
2019	Tramy Ngo Rob Hales Gui Lohmann	Collaborative marketing for the sustainable development of Community-Based Tourism enterprises: a reconciliation of diverse perspectives	Os autores analisam a abordagem de coprodução de conhecimento como estratégia para reconciliar perspectivas divergentes no marketing colaborativo para o TBC, num estudo desenvolvido no Vietname. Identificaram quatro atributos que apoiam as colaborações das partes interessadas na comercialização de TBCs para o desenvolvimento sustentável: perspectivas melhoradas e direcionadas para as partes interessadas; um conjunto de regras que governam as intervenções das partes interessadas; envolvimento do governo no marketing colaborativo nos papéis de inspirador e de árbitro; e a transformação de operadores turísticos de sucesso em empreendedorismo social para facilitar o marketing colaborativo do TBC.
2019	Taejeon Eom Heesup Han	Community-Based Tourism (TourDure) experience program: a theoretical approach	Testaram o modelo da teoria do comportamento planeado para revelar a formação da intenção dos turistas de experimentar um programa turístico organizado por uma comunidade local. O estudo indica que a atitude, a norma subjetiva e o apego ao destino apresentaram impactes significativos na intenção. Contudo, pouco foi revelado sobre os processos de tomada de decisão dos turistas para experimentar programas TBC.
2020	Moren T. Stone Lesego S. Stone	Challenges of Community-Based Tourism in Botswana: a review of literature	Analisaram a literatura científica sobre o TBC em Botsuana, avaliando os desafios na sua organização, estrutura e implementação. Concluíram que há questões que são negligenciadas decorrentes das diferenças comunitárias tanto no planeamento quanto no desenvolvimento do TBC. Propõem que o TBC seja sensível às condições locais e que deve ser constituído considerando as circunstâncias <i>in situ</i> e <i>ex situ</i> .
2020	Seweryn Zielinski Seong-il Kim Camilo Botero Andrea Yanes	Factors that facilitate and inhibit Community-Based Tourism initiatives in developing countries	Proposta de desenvolvimento de metodologia para avaliar as iniciativas de TBC. Esta proposta foi desenvolvida a partir da análise de conteúdo de 68 estudos de caso. A metodologia propõe avaliar: (1) iniciativas em termos da sua viabilidade para TBC, desempenho atual e questões a serem resolvidas pela gestão; (2) comparar o desempenho de várias iniciativas; (3) priorizar fatores para o sucesso da TBC; e (4) analisar estatisticamente as relações entre fatores.

#### BRASIL

2008	Luzia Neide M. T. Coriolano	O turismo comunitário no nordeste brasileiro	Fazem um contraponto entre o turismo hegemónico e o turismo comunitário. Apresentam o conceito e os princípios para o turismo comunitário.
2009	Roberto Bartholo	Sobre o sentido da proximidade: implicações para um Turismo Situado de Base Comunitária	Apresenta uma interpretação da Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento de Zaoual a partir do sentido de lugar de Martin Heidegger. A compreensão de sítio simbólico de pertencimento deve perceber o lugar não a partir da topologia, mas a partir do encontro "face a face" que estão além das dimensões de espaço e tempo, considerando a impossibilidade da métrica e do cálculo relativos ao tempo e ao espaço determinarem o encontro. Apresenta a leitura da Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento a partir da antropologia de Buber, que afirma o caráter relacional do sítio, caracterizado pela impossibilidade da sua determinação prévia.
2009	Carlos Maldonado	O turismo rural comunitário na América Latina gênese, características e políticas	Apresenta um estudo da gênese do Turismo Rural Comunitário na América Latina. Defende a oferta do turismo rural comunitário, mas reconhece as deficiências e a necessidade de superá-las. Apresenta uma tipologia de formas de gestão das propriedades a partir do estudo feito dos projetos de Turismo Comunitário no Equador. Faz também uma síntese das políticas públicas e reconhece a necessidade de acompanhamento dos projetos de turismo rural comunitário por parte das instituições públicas, cooperação internacional e das ONG.

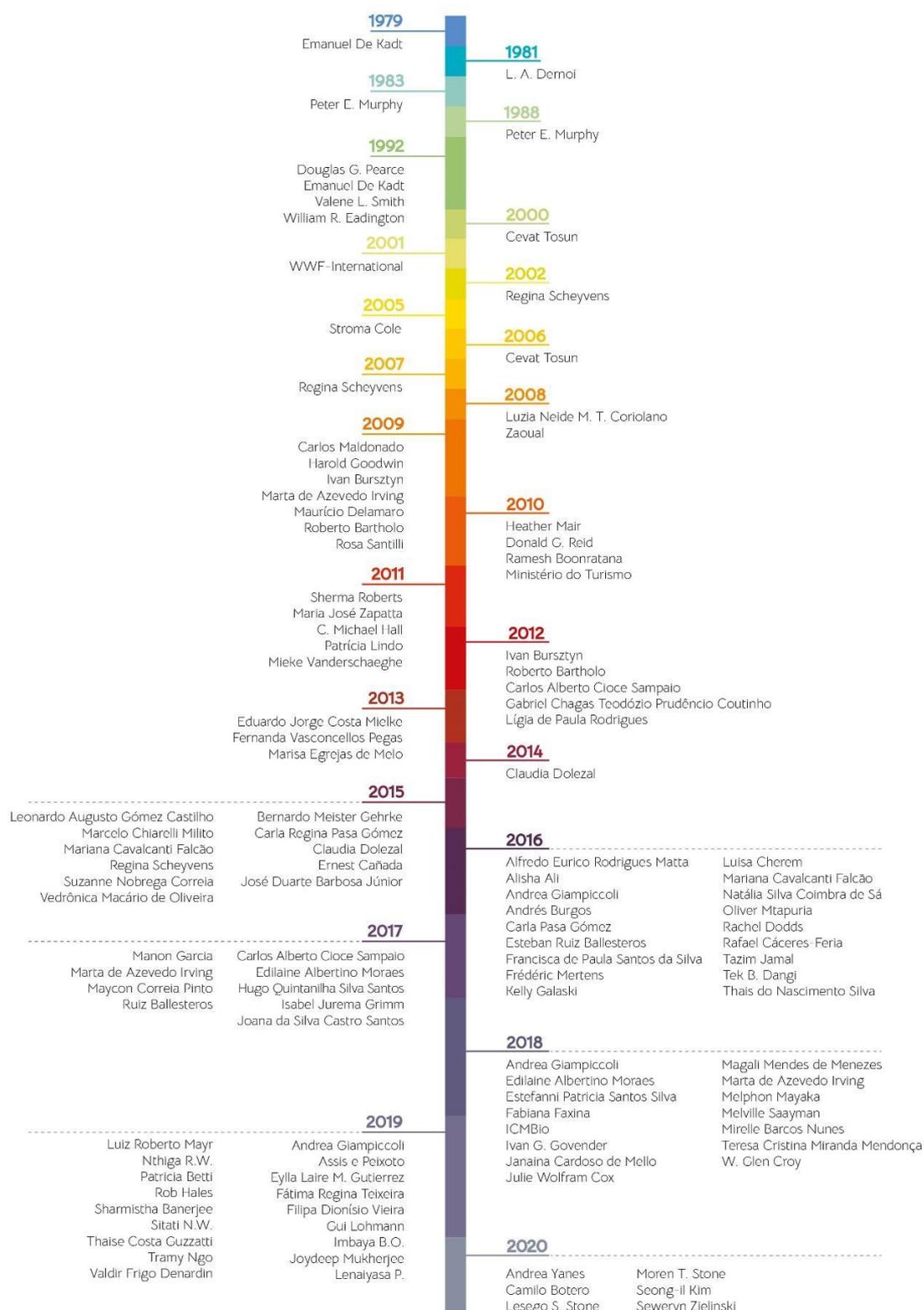
2009	Ivan Bursztyn Roberto Bartholo Maurício Delamaro	Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil	Identificam dois elementos que são comuns aos projetos TBC analisados, como seja, a componente de afirmação identitária de comunidades enraizadas em sítios simbólicos de pertencimento, e a resistência às mais variadas formas de desenvolvimento do turismo. Destacam ainda as ações com potencial na obtenção de melhores resultados e maiores benefícios para a comunidade local. Reconhecem a carência de políticas públicas de estímulo e estruturação do TBC.
2009	Marta de Azevedo Irving	Reinventando a reflexão sobre Turismo de Base Comunitária inovar é possível?	Apresenta as premissas que considera emergentes e centrais na proposta do TBC, e que podem servir de parâmetros para avaliação de iniciativas deste tipo de turismo. Reconhece e reflete como centrais as seguintes premissas: base endógena da iniciativa e desenvolvimento local; participação e protagonismo social no planeamento, implementação e avaliação de projetos turísticos; geração de benefícios diretos junto da população local; afirmação cultural e intercultural; e a relação intersubjetiva entre visitantes e anfitriões como condição essencial.
2012	Ivan Bursztyn Roberto Bartholo	O processo de comercialização do Turismo de Base Comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas	Articulam o mercado consumidor do turismo responsável do TBC. Identificam diretrizes para o processo de comercialização dos produtos TBC: informação e facilitação da comunicação; canais de promoção e divulgação, com foco para o uso de novas tecnologias da informação e comunicação; formação continuada para qualificar a oferta de serviços aos visitantes.
2012	Carlos Alberto Sampaio Gabriel Chagas Coutinho Ligia de Paula Rodrigues	Fatores motivacionais do turista comunitário: O caso do Projeto Bagagem	Identificam o perfil de turistas de base comunitária considerando a amostra estudada, como jovens, com bom nível de instrução, que utilizam a internet para obter informação turística, viajam sozinhos e utilizam o avião como meio de transporte. Dentre os fatores que motivam a escolha pelo TBC estão a aprendizagem/conhecimento e novas experiências, seguidos da cultura e da beleza natural. O seu perfil é marcado pela procura de experiências marcantes e intercâmbios culturais, diferenciando-se do perfil do turista doméstico que busca descanso e diversão.
2013	Marisa Egrejas de Melo	La valoración del diálogo en la construcción e implementación de rutas turísticas: proyectos Palacios de Rio y Central de Turismo Comunitario de la Amazonia - Brasil.	Identificação do roteiro turístico como expressão materializada do planeamento turístico. Os roteiros são focados nos diálogos a partir do referencial teórico proposto por três autores. Os roteiros são abertos, dinâmicos e provisórios. Apresenta a categorização dos roteiros em quatro grupos, identificando o que propõem, os seus objetivos, as formas mais recorrentes e os impactos no ambiente e na comunidade. Apresenta ainda as dificuldades e os resultados alcançados com duas experiências de roteiros dialogais.
2013	Eduardo J. Mielke Fernanda V. Pegas	Turismo de Base Comunitária no Brasil. Insustentabilidade é uma questão de gestão	Evidenciam o TBC como um negócio que vai além da segmentação do turismo. Consideraram o TBC como um instrumento de combate à pobreza e à capacitação social através do desenvolvimento de relações comerciais envolvendo a atividade turística. Consideram como premissa da governança e conseqüente acesso ao mercado, a preparação da comunidade e o reforço nas relações de cooperação. Quanto à comercialização enfatizam a necessidade de conhecimento acerca do perfil da procura para cada oferta de experiência concebida localmente. Sugerem a inserção da produção como parte da cadeia de valor do turismo local. Recomendam o uso de indicadores qualitativos no que diz respeito à metodologia de conceção, elaboração e execução de projetos de TBC.
2015	Bernardo M. Gehrke José Duarte Barbosa Júnior Marcelo Chiarelli Milito	Photovoice e identificação de recursos turísticos endógenos no litoral do Rio Grande do Norte - Brasil	Analisam uma metodologia oriunda da Antropologia e aplicada ao turismo de levantamento de recursos a partir duma percepção endógena, em dois distritos do Rio Grande do Norte, Brasil. Apontam a técnica do Photovoice como um instrumento de levantamento dos atrativos turísticos sinérgicos para a valorização da cultura local.
2015	Carla Regina Pasa Gómez Mariana Cavalcanti	Turismo de Base Comunitária como inovação social: congruência	A partir da congruência entre os constructos teóricos do TBC e da Inovação Social afirmam que ambos estão direcionados para o desenvolvimento local sustentável, sendo o TBC um desdobramento micro da inovação social. O TBC assume-se como

	Falcão Leonardo A. G. Castilho Suzanne Nobrega Correia Verônica M. de Oliveira	entre os constructos	uma inovação ao quebrar com o paradigma convencional do turismo, a partir da aproximação entre visitantes e anfitriões. A quebra do paradigma também acontece na governança, uma vez que a comunidade local é convidada a envolver-se com o desenvolvimento do turismo, podendo participar na tomada de decisão sobre aspectos estratégicos locais.
2016	Francisca de Paula da Silva Alfredo E. Rodrigues Matta Natália Silva Coimbra de Sá	Turismo de Base Comunitária no antigo Quilombo Cabula	Apresentam a diferenciação entre os conceitos de turismo convencional, Turismo de Base Comunitária e turismo comunitário. Reconhecem o turismo comunitário como um segmento do turismo convencional. No que se refere ao estudo de caso, apresentam as ações desenvolvidas desde 2010 no contexto dos bairros que compõem o Quilombo Cabula, Salvador, BA.
2016	Andrés Burgos  Frédéric Mertens	As redes de colaboração no Turismo de Base Comunitária: implicações para a gestão participativa	A Análise de Redes Sociais (ARS) mostrou que a questão chave para o desenvolvimento de uma gestão do TBC ancorada na equidade participativa é a coexistência das relações entre diferentes atores. As conclusões da investigação reconhecem a pertinência da abordagem de redes na análise dos processos e resultados do desenvolvimento turístico comunitário.
2017	Isabel Jurema Grimm Carlos Alberto C. Sampaio Manon Garcia	Estratégias de desenvolvimento: a pesquisa científica no campo do Turismo de Base Comunitária	O TBC tem demonstrado ser uma alternativa de turismo sustentável ao produzir menos impactos negativos se comparado ao turismo de massas. Identifica desafios que precisam de ser suplantados: a construção do conhecimento do turismo com a comunidade e não para a comunidade; a junção de esforços para pressionar a definição de políticas de estado que considerem o TBC. Reconhecem como possibilidades: o turismo comunitário como atividade complementar de geração de trabalho, renda, protagonismo de minorias, como as de gênero, raça e etnia. Reconhecem ainda o fortalecimento do pertencimento e de resgate de tradições, e do avanço da economia solidária em contraponto ao modelo hegemônico.
2017	Edilaine Albertino Moraes Marta de Azevedo Irving Joana da S. Castro Santos Hugo Q. Silva Santos Maycon Correia Pinto	Redes de Turismo de Base Comunitária: reflexões no contexto latino-americano	Identificam fragilidades e potencialidades no processo de construção coletiva de redes no campo do TBC. Refletem sobre o movimento de TBC em rede na América Latina, com ênfase para o caso da Rede de Turismo Comunitário da América Latina (REDTURS).
2018	Janaina Cardoso de Mello Estefanni P. Santos Silva Fabiana Faxina	A cultura no palco da economia: história, conceitos e aplicações no setor turístico da Ilha Mém de Sá (SE)	Apresentam conceitos que relacionam a cultura à economia, como “economia da cultura”, “indústrias culturais”, “indústrias criativas” e “economia criativa”. Elaboram uma relação da história destes conceitos. Analisam números dos investimentos das políticas culturais a partir dos dados do Tesouro Nacional, nas capitais dos estados brasileiros, entre 2002 e 2016. Por fim apresentam um estudo de caso do TBC na Ilha de Mém de Sá, em Sergipe, Brasil.
2018	Mirelle Barcos Nunes Magali Mendes de Menezes	Turismo de Base Comunitária: a reconstrução de identidades desde a experiência do encontro	Assumem o TBC como o encontro de identidades que estão em constante transformação, e que se transformam com a própria prática turística. Sustentam o encontro entre o visitante e a comunidade local nos aspectos culturais da comunidade local, numa experiência que se propõe que seja humanizadora.
2018	Edilaine Albertino Moraes Marta de Azevedo Irving Teresa Miranda	Turismo de Base Comunitária na América Latina: uma estratégia em rede	Sistematizam 16 iniciativas de TBC em rede na América Latina. A organização em rede tem sido utilizada como estratégia para a comercialização dos roteiros turísticos de TBC e para a gestão e operacionalização dos empreendimentos comunitários. As redes também procuram o fortalecimento das capacidades locais e a mobilização social para influenciar a formulação e implementação de políticas

	Mendonça		públicas. Propõem a realização de fóruns para que as articulações e relações entre redes possam ser fomentadas.
2018	ICMBio	Turismo de Base Comunitária em Unidades de Conservação Federais: princípios e diretrizes	Apresenta os conceitos norteadores e uma breve contextualização que motivaram a elaboração do documento referencial. Apresenta o conceito de TBC e 11 princípios que devem nortear todas as ações relativas ao turismo nas unidades de conservação. Apresenta ainda diretrizes divididas em três categorias: as diretrizes para participação social e organização comunitária, as diretrizes para a qualificação da experiência e as diretrizes para gestão da UC.
2019	Thaise Costa Guzzatti	Acolhida na Colônia: um espaço de vida e encontros...	Apresenta a origem, o referencial teórico, depoimentos, obstáculos do projeto Acolhida na Colônia, que em 2019 completou 20 anos de existência e que se tem desenvolvido em 22 municípios e com 111 Unidades Familiares de Produção envolvidas. Dentre os obstáculos encontrados destaca a carência de políticas públicas e o incentivo ao agroturismo, assim como a luta por uma legislação de suporte ao agroturismo. Desafios para a próxima década: manutenção do espírito associativo e a solidariedade entre os participantes; novos atores (os <i>novos rurais</i> ); distanciamento dos princípios do projeto, destacando-se a relação entre agricultura e turismo; produção de alimentos "limpos"; tipo de turismo e capacidade de acolhimento; a questão da sucessão das propriedades agrícolas, com a incapacidade dos proprietários atuais e ausência de sucessores.
2019	Patrícia Betti Valdir Frigo Denardin	Turismo de Base Comunitária e desenvolvimento local em Unidades de Conservação: estudo de caso no restaurante Ilha das Peças, Guaraqueçaba – PR	Os resultados indicam que a iniciativa TBC relativa ao estudo de caso do Restaurante Ilha de Peças, Guaraqueçaba no Paraná, localizado no entorno do Parque Nacional Superagui, contribui para a consolidação de múltiplas dimensões: social, cultural, econômica, ambiental e humana e da própria expressão da dimensão simbólica da vida em sociedade. A referida contribuição favorece o desenvolvimento local na qual o TBC configura-se como uma alternativa viável em áreas de abrangência de Unidades de Conservação, na medida em que privilegia a organização das populações e gera diversos benefícios localmente.
2019	Giselle Castro de Assis Rodrigo Corrêa D. Peixoto	Is tourism a gift? An "ethnography of exchange" and the offer of so-called "Community-Based Tourism" experience in Anã/Santarém/Pará	Apresentam as relações de troca evidenciadas através do estudo etnográfico do TBC em Anã, Santarém, Pará, Brasil. A partir do conceito de presentear de Mauss (1925, 2017) e da noção de interesse de Bourdieu (2011) revelam os interesses subtile e camuflados que permeiam as relações entre os agentes sociais.
2019	Fátima Regina Teixeira Filipa Dionísio Vieira Luiz Roberto Mayr	Turismo de Base Comunitária: Uma abordagem na perspectiva da análise de <i>clusters</i>	Foi utilizado o modelo de <i>cluster</i> proposto por Porter (1998) como base na identificação de lacunas aplicados a projetos de TBC. Os autores identificaram que a formação de parcerias com agências de turismo, a estruturação da governança endógena, a participação de entidades públicas além das já envolvidas nos Projetos e a formação dos membros da comunidade TBC para o empreendedorismo são as principais necessidades identificadas nos projetos analisados.

Fonte: elaboração própria tendo por base os autores consultados.

Figura 1 - Linha do tempo das publicações por autores analisados



Fonte: elaboração própria.

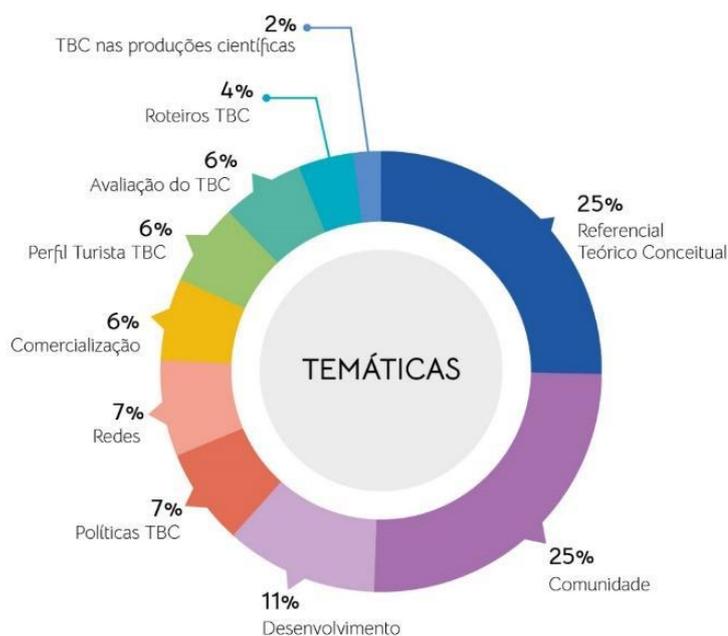
Considerando a seleção das investigações analisadas, entre a primeira publicação referida (1970) e a última (2020) decorreram 41 anos, tornando-se claro o aumento de publicações sobre o TBC, tanto a nível internacional como no contexto brasileiro. Considerando as referidas produções, 19 % foram publicadas na primeira década do século XXI e 43 % das publicações foram apresentadas na década subsequente, entre 2010 e 2020. A linha do tempo apresentada na Figura 1 representa as publicações por autor ao longo deste período.

Quanto ao contexto de análise das referidas produções, 61 % são pesquisas internacionais e 39 % referem-se ao contexto brasileiro. Do conjunto de estudos analisados, temos uma preponderância de pesquisas desenvolvidas no continente americano com insistência em análises feitas sobre o TBC nos países latino-americanos. O segundo maior número de investigações refere-se ao continente africano, abarcando países como a África do Sul, Tanzânia, Quênia, Etiópia, Moçambique, Namíbia e Uganda.

Do conjunto de países pertencentes ao continente Europeu, figuram investigações concretizadas no Reino Unido, Finlândia, Irlanda, Espanha e Turquia. Já na Ásia, identificámos pesquisas na Indonésia, Nepal, Paquistão, Sri Lanka, Tailândia, Vietname e Bali. O Canadá também figura como país estudado.

Identificámos dez temáticas de abordagem apresentadas sobre o TBC com particular destaque para os seguintes: referencial teórico conceitual (25 %), comunidade (25 %), desenvolvimento (11 %), políticas (7 %), redes (7 %), comercialização (6 %), perfil do turista (6 %), avaliação (6 %), roteiro (4 %) e TBC nas produções científicas (2 %).

Figura 2 - Temáticas abordadas nas publicações analisadas sobre TBC à escala internacional



Fonte: elaboração própria.

As questões relativas ao referencial teórico conceitual de TBC ( $n=13$ ) são as mais recorrentes entre as temáticas analisadas, juntamente com a temática da comunidade ( $n=13$ ). No contexto do referencial teórico conceitual, identificámos as referentes às divergências conceituais, as propostas de princípios e diretrizes, a génese do TBC e a comparação entre o conceito de TBC e o Turismo Sustentável, com a Inovação Social e com o modelo de *Cluster* de Porter. As investigações sobre a comunidade no TBC têm sido pautadas por questões referentes ao conceito de comunidade, às estratégias de participação, aos limites para participação e, em especial nos países em desenvolvimento, ao empoderamento, à inclusão dos migrantes nos debates da constituição das comunidades locais e à proposta de métodos de planeamento envolvendo a comunidade.

Na temática do desenvolvimento ( $n=9$ ), encontrámos investigações que propõem modelos de desenvolvimento e de gestão, bem como abordagens que analisam aspetos referentes ao processo de desenvolvimento como os respeitantes ao financiamento, à participação, à governança, à comercialização e à avaliação. Há também abordagens que aludem ao desenvolvimento do turismo como estratégia de desenvolvimento alternativo e, por fim, propostas de desenvolvimento fundamentadas na teoria do planeamento.

No caso das redes TBC ( $n=4$ ) e políticas ( $n=4$ ), também foram abordadas nas investigações analisadas. As redes foram analisadas tanto no aspeto da gestão para o desenvolvimento do TBC,

quanto na estratégia de concentração de esforços para a superação dos obstáculos de forma coletiva, congregando diversas ofertas de TBC.

Há um número restrito de investigações que abordaram temas relativos à comercialização dos produtos TBC (n=3), à avaliação (n=3) e ao perfil do turista TBC (n=3). Relativamente à temática dos roteiros (n=2), uma das investigações é relativa à interação entre visitantes e anfitriões e o consequente impacto nas suas identidades, e a outra é sobre o processo de construção do roteiro a partir da relação dialógica. Por fim, foi identificado apenas um estudo que sistematizou as investigações científicas sobre o TBC.

A revisão bibliográfica sobre o TBC foi útil não apenas para identificar os nossos referenciais teóricos, como também para reconhecermos a pertinência da nossa tese, uma vez que não foram encontradas investigações que se tenham investigado os atrativos turísticos no Turismo de Base Comunitária.

## **1.8. Síntese**

Neste primeiro capítulo foram tecidas considerações sobre os referenciais académicos do TBC, as suas origens, o seu debate à escala internacional e no contexto brasileiro, bem como os seus desafios. Corroboramos a ideia do TBC não como um segmento do mercado turístico, mas como um movimento de resistência, uma vez que acreditamos na possibilidade de novas práticas turísticas que se materializam a partir da oferta turística concebida no sítio simbólico de pertencimento, fundamentadas no respeito social e ambiental. Acreditamos também que este tipo de organização do turismo, a partir do sítio (base endógena) e do coletivo, possui elementos que promovem o desenvolvimento comunitário, tendo como principal benefício o empoderamento psicológico, social, económico e político dos sujeitos da comunidade local, dos residentes do destino turístico, protagonistas da oferta turística. Assumimos ainda esta forma de organizar a oferta turística, porque nela está assente uma estratégia de um outro modelo de turismo, fundamentado na relação interpessoal entre anfitrião e visitante.

Ficou evidente na nossa revisão bibliográfica a origem das propostas alternativas de turismo nos debates académicos suscitados entre meados da década de 1970, na década de 80 e de 90 por De Kadt (1979, 1992), Deroi (1981), Smith e Eadington (1992) e Pearce (1992). Foi apresentada a estrutura de funcionamento do turismo hegemónico, que organiza a oferta turística a partir da demanda, homogeneizando os destinos turísticos e padronizando a experiência turística, tendo o desenvolvimento económico como justificação para a estruturação e o funcionamento deste sistema.

Reconhecemos, portanto, o turismo de massas como parte do sistema económico predominante, e que o TBC ainda é assumido como uma “utopia” que preconiza uma nova cultura turística, comprometida com o lugar turístico e com as pessoas que nele vivem.

O TBC é também entendido por nós, corroborando as ideias de autores como Scheyvens (2007), Zaoual (2008), Irving (2009), Mair e Reid (2010) e Dolezal (2014), como uma estratégia de envolvimento da comunidade local, num modelo *bottom-up*, alicerçado nos recursos endógenos, a partir do *homo situs* como sujeito do processo, desempenhando o turismo o papel de meio para alcançar o bem-estar social das pessoas que habitam o lugar. Corroboramos também a perspetiva destes autores ao reconhecerem nos aspetos teóricos relativos ao TBC o seu contributo no desenvolvimento comunitário e sustentável.

Tendo por alicerce a revisão bibliográfica realizada podemos perceber que o empoderamento da comunidade e a comercialização são aspetos cruciais para a efetivação do TBC. Identificámos a existência de investigações empíricas que tencionam evidenciar as limitações referentes a estes aspetos. Ao propormos investigar a definição dos roteiros turísticos para o TBC, reconhecemos intervir de forma direta nessas questões, que foram também destacadas na nossa experiência nos projetos de extensão em que colaborámos e aos quais já antes nos referimos na presente tese, e que motivaram o desenvolvimento da nossa investigação. Apesar de não serem o foco do nosso estudo, revelam uma interface com o nosso objeto de análise, razão que motiva olhar para essas questões nos casos que investigámos na nossa pesquisa.

Fazem sentido as investigações realizadas sobre o TBC que reconhecem as limitações da participação da comunidade no processo de planeamento e desenvolvimento do turismo. O reconhecimento das falhas e dos limites da participação da comunidade permitem agir com mais cautela e consciência no desenvolvimento do processo de conceção da oferta do turismo. Partimos da hipótese de que é na articulação com as entidades facilitadoras que as lacunas decorrentes do empoderamento poderão ter suporte e condições mínimas para que sejam supridas tendo, desta forma, condições concretas para assumir o processo de gestão e promoção da oferta do TBC, bem como agir como sujeito no desenvolvimento do turismo local e regional.

A comercialização dos produtos turísticos subjacentes ao TBC constituem uma das maiores limitações desta oferta alternativa de turismo, como foi constatado na revisão da literatura efetuada. Um dos principais fatores mencionados nos estudos realizados até ao momento refere-se às limitações dos membros das comunidades locais, que no contexto dos países em desenvolvimento são geralmente grupos marginalizados, como os pescadores artesanais, os agricultores familiares e

pequenos produtores rurais, assim como os elementos de etnia indígena e de etnia afrodescendente. Outro fator de limitação referente à comercialização da oferta de TBC refere-se ao facto de o sistema turístico hegemónico estar estruturado a partir de uma lógica de funcionamento do qual o TBC não faz parte, sendo alternativo a ela. Tratando-se de uma oferta e procura alternativas ao sistema dominante, era de supor a existência de tais dificuldades. A investigação aprofundada sobre o atrativo turístico poderá dar-nos elementos para entendermos os elementos-chave no processo da atratividade turística, que será objeto de análise no próximo capítulo.

Concluimos o primeiro capítulo com a apresentação da nossa escolha conceitual para o TBC. A partir da revisão bibliográfica, reconhecemos o TBC como um modo de organização do turismo à escala local, uma organização estruturada a partir da oferta, na qual a gestão e a distribuição dos benefícios da oferta do turismo acontecem localmente, procurando trazer benefícios para um grupo mais amplo do que os que se envolveram na iniciativa, em diálogo com os restantes setores da sociedade, incluindo a cadeia produtiva do turismo e integrada na economia local.

Apesar de considerarmos como uma oferta desafiadora pelos motivos enunciados, tencionamos contribuir no campo teórico para minimizar as lacunas existentes sobre o tema. Ao trazermos para o centro do debate aspetos relativos aos atrativos turísticos do TBC, perspetivamos aprofundar dois aspetos basilares para a comunicação da oferta TBC. O primeiro aspeto refere-se à identificação dos anfitriões a partir da ideia de lugar, numa abordagem fenomenológica, como preconizado por Relph (1976), considerando a interface do lugar com os sítios simbólicos de pertencimento. O segundo aspeto está relacionado com os recursos turísticos propostos a partir da experiência de lugar do anfitrião, como veremos no próximo Capítulo.

## **Capítulo 2.**

### **O *lugar* dos anfitriões do TBC e a proposta de atrativos turísticos**

## **2.1. Nota Introdutória**

No presente capítulo apresentamos uma proposta de correlação entre as ideias de interioridade (*insideness*) de lugar e de Turismo de Base Comunitária (TBC), com vista a identificar os anfitriões e os atrativos turísticos deste modelo de turismo. Partimos da obra seminal sobre o lugar, numa perspetiva fenomenológica, proposta por Relph (1976). A convicção de Relph (1976) de que o aprofundamento do entendimento do lugar poderia contribuir tanto na manutenção e valorização de lugares existentes, como para a criação de novos lugares (Seamon e Sowers, 2008) dialoga com a nossa perspetiva do TBC como estratégia para dar visibilidade e valorizar os lugares de pertencimento. Contudo, cientes das mudanças sociais e tecnológicas vivenciadas desde a publicação da obra seminal de Relph (1976), e da mudança na perspetiva argumentativa do autor (Relph, 2014, 2016a, 2016b), incorporamos novos estudos que aprofundaram a ideia de interioridade de lugar (Seamon, 2008, 2017, 2021; Seamon e Sowers, 2008; Easthope, 2016; Tomaney, 2016; Liu e Freestone, 2018) e que contribuíram para a construção do referencial teórico desta tese.

Em seguida apresentamos a revisão bibliográfica sobre os atrativos turísticos na qual identificamos as investigações mais referidas no âmbito académico sobre este tema. Sistematizamos três abordagens teóricas sobre os atrativos turísticos, sendo a primeira delas fundamentada nas obras de Lew (1987) e Gunn (1997), enquanto a segunda na proposta de Leaper (1990), que resultou na identificação de um Sistema de Atrativos Turísticos e, por fim, a abordagem teórica proposta por Edelheim (2015), assente numa perspetiva pós-estruturalista. Acreditamos que estes referenciais, juntamente com os referenciais teóricos de lugar e de TBC, possam contribuir para uma análise crítica dos atrativos turísticos do TBC.

## **2.2. A Geografia Humanista: uma breve contextualização**

Considerámos o olhar geográfico por entendermos a Geografia como a ciência que estuda a relação do *ser-no-mundo*, cuja existência se estabelece na relação direta no espaço (Holzer, 1998). O termo “lugar” já esteve, no âmbito da ciência geográfica, associado à ideia de localização, contudo não é nesta perspetiva que utilizamos esse termo no presente capítulo. Interessa-nos entender os sentidos que os sujeitos dão ao lugar a partir da vivência do quotidiano. Esta ideia caracterizou os estudos dos geógrafos humanistas, bem como os dos geógrafos da Nova Geografia Cultural (Gregory, 2009). Para Relph (1976) e Tuan (1980), assim como para outros geógrafos, o lugar é entendido como um fenómeno subjetivamente sentido e experimentado. Por seu turno, no contexto da Nova Geografia

Cultural, o sentido dado ao lugar é determinado socialmente (Gregory, 2009). Abordaremos no presente capítulo as duas perspetivas.

A Geografia Humanista surgiu a partir da década de 1970, inicialmente nos Estados Unidos e intencionava recolocar o conhecimento decorrente da experiência vivida do indivíduo como foco de preocupação dos geógrafos (Marandola Jr., 2017). Esta abordagem alternativa da Geografia surgiu num contexto histórico em que as ciências matemáticas estavam presentes nas mais diversas áreas do conhecimento, reduzindo-as a produtoras de dados. No caso específico da Geografia, focavam-se na padronização geométrica e nas estatísticas do espaço geográfico (Holzer, 1998).

A Geografia Humanista foi utilizada como fundamento teórico conceitual para geógrafos como Sauer, Dardel, Buttimer, Lowenthal, Relph e Tuan (Holzer, 2016). A conceção de lugar a partir da fenomenologia pressupõe considerar que as pessoas são os seus lugares e os lugares são as pessoas (Marandola Jr., 2017b). Na perspetiva fenomenológica subjacente à ideia de lugar, a experiência do sujeito que significa o lugar não é o objeto de estudo, mas sim a escala de compreensão do fenómeno (Marandola Jr., 2017a). A compreensão fenomenológica de lugar requer entender o lugar como existencialmente vivido (Seamon, 2008; Relph, 2014; Marandola Jr., 2016). Isto não significa considerar que o lugar, tanto como conceito, quanto como fenómeno da experiência, seja compreendido de forma isolada e desconectada do espaço. O espaço é aqui entendido como o todo, ou seja, o conjunto de sistemas de objetos e de sistemas de ações decorrentes da intervenção humana (Santos, 2008). Pelo contrário, o lugar é percebido tanto nas relações que se estabelecem entre a pessoa e os seus diferentes contextos, seja na relação direta com a comunidade, ou num entendimento mais amplo, ou entre o que é local e particular e o que é regional e mundial (Relph, 2014).

A partir da análise feita por Claval (2011), localizamos a Geografia Humanista e a Nova Geografia Cultural no âmbito da Geografia Cultural. A Geografia Cultural teve início no final século XIX e até à década de 1970 e preocupou-se com a dimensão material das atividades humanas relativas aos aspetos da língua, das técnicas, das obras e das crenças (Claval, 2011). A partir da década de 1970, ocorreu uma alteração no quadro epistemológico, do positivismo e do neopositivismo, para o estruturalismo. Contudo, é a partir da década de 1970 e dos trinta anos posteriores que Claval (2011) reconhece ter havido uma significativa evolução na abordagem cultural no âmbito da Geografia Cultural. É neste período histórico que este autor situa as produções de Relph (1976) e de Tuan (1980, 1983), cujo papel da iniciativa humana é enfatizado, tendo a fenomenologia de Heidegger como filosofia.

A Nova Geografia Cultural, por sua vez, surgiu na década de 1980. No contexto dos EUA, e tem Duncan (1990, citado por Correa, 2011) como um dos principais expoentes, a partir da crítica feita à visão de cultura como entidade supra-orgânica. No Reino Unido, a Nova Geografia Cultural foi fortemente influenciada por Stuart Hall e Raymond Williams (Claval, 2011; Correa, 2011). Ambos eram integrantes do *New Left*, caracterizado como um movimento que reuniu intelectuais britânicos que buscavam formas novas de pensar e de fazer política (Cevasco, 2003).

O entendimento de lugar também é apresentado neste contexto, tanto numa perspectiva crítica por Massey (2000, 2002, 2004), quanto numa abordagem menos radical como as de Le Bossé (2004) e numa perspectiva fenomenológica como as propostas de Seamon (2008, 2014), Relph (2014, 2016a, 2016b, 2018), Tomaney (2016) e Easthope (2016).

### **2.3.A relação de interioridade de lugar na caracterização do anfitrião do TBC**

No contexto da elaboração do nosso projeto de investigação, conforme já exposto na introdução da presente tese, identificámos que foi o vínculo estabelecido com os seus lugares e a intenção de protegê-los e dar visibilidade aos mesmos que motivaram os proponentes dos projetos de extensão, nomeadamente o Tekoá Pirá e o Tekoá Taguá, na busca por apoio junto do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). Há aqui uma interface com a obra de Relph (1976), que também, entre outras razões, foi motivada pela percepção do autor da existência de ações de indivíduos e grupos interessados em proteger os lugares contra as forças externas de destruição. Decorrentes dessa intenção de proteção, Relph (1976) percebeu que o sentido de lugar desses sujeitos era diferente dos conceitos de lugar até então sistematizados. O autor observou ainda que, naquele contexto histórico, os estudos do espaço eram fundamentados em abstrações matematizadas e usados como base para alicerçar a resolução de problemas ambientais, desconsiderando o sentido de lugar das pessoas que nele vivem. A sua tese, intitulada *The phenomenon of place*, defendida em 1973, na Universidade de Toronto, é uma das pioneiras na abordagem fenomenológica no contexto geográfico, entendendo o lugar como fenómeno (Marandola Jr., 2016). Este geógrafo aprofundou os seus estudos sobre a natureza e o significado de lugar a partir da experiência de pessoas reais em lugares reais (Seamon e Sowers, 2008).

Desde a publicação de *Place and Placelessness* (Relph, 1976), transcorreram mais de quatro décadas. De lá para cá, muitos aspetos mudaram e as ideias iniciadas sobre a relação de interioridade de lugar foram aprofundadas, alteradas e até mesmo contestadas. Contudo, há um grupo que continua a defendê-la por reconhecer que, apesar de vivermos num mundo globalizado, marcado pela

mobilidade, pela fragmentação, pelo desenraizamento, subsistem as pessoas que mantêm um vínculo com o lugar através do sentimento de pertencimento (Seamon, 2008; Seamon e Sowers, 2008; Relph, 2014, 2016; Easthope, 2016; Liu e Freestone, 2016; Tomaney, 2016).

A revisão bibliográfica que realizámos sobre o entendimento de lugar, não lugar, relação de interioridade de lugar e de exterioridade de lugar são apresentadas a seguir. Damos maior ênfase à relação de interioridade de lugar, uma vez que acreditamos que seja a partir deste tipo de relação com o lugar que os residentes são capazes de propor ofertas diferenciadas de turismo como o TBC.

### **2.3.1. A relação de interioridade de lugar**

A relação de interioridade de lugar é o cerne existencial da experiência do lugar, vivenciada por pessoas reais em lugares reais (Seamon, 2008; Seamon e Sowers, 2008). O lugar é concebido por Relph (1976, 2014) como uma correlação dos elementos físicos do ambiente e das intervenções humanas, e tem relação com centros significativos da experiência de uma pessoa ou de um coletivo, sendo a relação de interioridade decorrente da intenção de envolvimento com o lugar. Vinte anos depois, o conceito de lugar antropológico foi defendido por Augé (1994) e seguindo uma lógica semelhante à de Relph (1976). Para este antropólogo francês, o lugar antropológico é compreendido como um espaço identitário, relacional e histórico, que será confirmado no *item* subsequente a este.

Consideramos, então, que a compreensão do lugar parte do pressuposto de que ele não tem sentido por si só. O sentido dado ao lugar é dependente da experiência e das intenções que temos para com ele (Relph, 1976, 2014). Neste sentido, varia a nossa relação com o lugar, e por isso podemos experienciar o lugar numa relação *insideness* (interioridade), ou *outsideness* (exterioridade). Procuramos representar na Figura 3 a ideia de experiência de lugar identificada por Relph (1976). Na dimensão experiencial (direta e indireta) com o lugar são propostas duas categorias: a relação de interioridade e a de exterioridade de lugar.

Figura 3 - Essência da experiência com o lugar através de *insideness* (interioridade) e de *outsideness* (exterioridade)



Fonte: Elaboração própria tendo por base Relph (1976).

A experiência direta com o lugar, numa relação de interioridade, pode caracterizar-se como existencial, empática ou comportamental. A relação existencial é a que possui um maior nível de profundidade, de enraizamento com o lugar, é inconsciente e sem reflexão deliberada (Relph, 1976). Neste nível de envolvimento, o apego é *tão orgânico que mesmo sendo inconsciente ele é efetivo* (Marandola Jr., 2016, p. 9). É uma relação experimentada sem atenção autoconsciente, mas possui significados tácitos que passam despercebidos, e inclusive os indivíduos não reconhecem a importância do lugar na manutenção da vida quotidiana (Seamon, 2008). A importância deste tipo de relação com o lugar pode ser percebida por alguns de nós ao perspetivarmos a possível perda abrupta, a perda das referências de lugar nas nossas vidas, e a dificuldade que isto nos causaria.

A relação interioridade de lugar é denominada por Tuan (1980, 1983) como topofílica, considerada a partir da dimensão humana decorrente da experiência, o que permite diferenciar “espaço” de “lugar” (Tuan, 1983). Como consequência do conhecimento decorrente da experiência no espaço, aquilo que começa como uma relação abstrata, torna-se em lugar com o tempo, e com as experiências corpóreas, diretas, íntimas, e também conceituais (Tuan, 1983).

Mesmo que nunca tenha estado no lugar, contudo, sendo capaz de reconhecer o lugar, sentir o lugar e as suas qualidades corporais é assim que Sjöholm (2013) descreve o lugar do turismo literário ou cinematográfico. A vivência decorrente da relação ficcional com o lugar é uma característica prevista por Relph (1976) e denominada como interioridade vicária. Refere-se ao lugar que se reconhece sem nunca se ter estado.

Na relação empática, como o próprio nome já denota, há uma identificação consciente, deliberada de percepção do lugar, aberta aos significados a partir da experiência corpórea, num envolvimento profundo e sincero com ele. A experiência de interioridade comportamental é um envolvimento a partir da qualidade física das aparências (Relph, 1976), num envolvimento funcional com o lugar (Marandola Jr., 2016).

É importante destacar a importância corpórea na relação de interioridade. Na fundamentação teórica, Relph (1976), ao sistematizar as diferentes maneiras como o espaço é significado no contexto geográfico, identifica experiências espaciais que podem ser instintivas, corporais e imediatas, relacionadas respectivamente com o conceito de espaço pragmático, perceptivo e existencial. Mas há também as experiências que são mais cerebrais, envolvem ideias e são intangíveis, como as relacionadas com o planejamento do espaço, o espaço cognitivo e o espaço abstrato (Relph, 1976; Seamon e Sowers, 2008). Para a relação de interioridade é condição central a experiência direta corpórea com o lugar, ou seja, o primeiro nível de interação acontece a partir do espaço perceptivo, que é a forma mais imediata de consciencialização do espaço. É um espaço de ação, cujos significados e conteúdos são gerados a partir das experiências e intenções vivenciadas no mesmo. O espaço perceptivo está diretamente associado ao corpo humano e aos seus movimentos. É a partir da relação com o espaço perceptivo que os lugares passam a ser diferenciados como centros de significado especial (Relph, 1976).

A identificação destes três tipos de relação de interioridade é ampliada por Seamon (2008), ao reconhecer uma “quarta categoria” designada como *insideness* existencial consciente. Este outro tipo de relação foi identificado numa personagem de uma produção cinematográfica de John Sayles. Motivada pela percepção autoconsciente, a personagem age proativamente com o intuito de manter as referências de lugar que sofrem pressão de elementos *outsideness*, caracterizados pelo interesse do poder corporativo em instalar empreendimentos hoteleiros e de lazer para o turismo de massas num destino (Seamon, 2008).

No estudo sobre a relação de lugar, não lugar, interioridade e exterioridade aplicados ao filme intitulado *Sunshine State*, Seamon (2008) consegue aplicar as diferentes categorias propostas por

Ralph (1976) ao interpretar o filme, correlacionando as personagens e as situações nas quais o enredo acontece. Outro exemplo que nos ajuda a ligar a teoria às situações concretas, uma vez que o filme *Sunshine State* tem o seu enredo guardando verosimilhança com as situações concretas da vida, refere-se à transitoriedade das intenções. Elas não são fixas e predeterminadas. São os contextos das vidas que trazem elementos para a manutenção ou rompimento do vínculo de interioridade de lugar. Na categoria interioridade existencial há referências a duas personagens que possuem este vínculo de forma antagónica. A interioridade existencial, que por sofrer opressão no lugar e sentir-se aprisionada por ele, tenciona evadir-se dele, ou seja, de interioridade para exterioridade. Por sua vez, num viés antagónico está a personagem que viveu 25 anos fora deste lugar com o qual possui vínculos afetivos, e para o qual retorna em função do vínculo de pertença.

Ainda a partir dos contributos do estudo feito por Seamon (2008), há um questionamento e uma proposta suscitada pelo investigador com base na interpretação do filme *Sunshine State*, a partir dos estudos científicos relativos ao aspeto fenomenológico de lugar. O primeiro questionamento parte da constatação de filósofos fenomenólogos de que o lugar é parte na constituição *de quem e do que somos* como seres humanos. Contudo, apesar da importância do lugar na constituição da nossa identidade percebida por estes filósofos, Seamon (2008) reconhece que, na contramão desta constatação, está o reconhecimento de que os aspetos físicos e vividos do lugar perdem espaço para o capitalismo global e a falta de espaço, gerando no campo da existência a fragmentação, o isolamento, a alienação e a exterioridade. Mas Seamon (2008) propõe algo para superarmos este paradoxo. O elemento propositivo do autor é que o envolvimento, a ação e o controlo local são determinantes para enfrentarmos as questões relativas ao não lugar, para enfrentarmos o global. Sendo assim, temos dois cenários *can community, place, and ecosystems be reinvigorated through responsible, caring people who take a stand for their place, whether individually or communally? Or will overpowering economic and political forces intensify placelessness, outsidership, and human alienation from nature?* (Seamon, 2008, p. 14).

E é justamente este aspeto, o da sugestão do turismo a partir do local, articulando os sujeitos da comunidade como força criadora, que o TBC é proposto. Acreditamos que seja na ação performativa da proposta do TBC que os laços com o lugar se afirmam.

No nosso entendimento, a oferta turística de um destino turístico deve ser apresentada de forma plural, para que diversas “leituras” do destino turístico possam estar disponíveis para o visitante, através de diferentes narrativas que caracterizam os atrativos turísticos, como veremos ainda neste capítulo. Não obstante, o aspeto que caracteriza os atrativos turísticos do TBC é justamente esse nível

de relação que se estabelece com o destino como lugar. A partir deste entendimento acreditamos que as identificações dos atrativos devem ser propostas pelos anfitriões e decorrem dos significados e experiências das suas vivências com o lugar, ou seja, a partir da relação de interioridade de lugar.

Por sua vez, o convite ao visitante para uma perspectiva de interioridade com o lugar, pressupõe uma relação corpórea, por parte do visitante, mas que não é íntima. Para uma relação existencial, como vimos, é necessário tempo, pausa, de que o visitante costuma não dispor, razão que valida a interação com o anfitrião. Acreditamos na possibilidade da construção de uma relação com o lugar por parte do visitante, a partir da relação de diálogo entre o visitante e o sentido de lugar do anfitrião. É por esta razão que o anfitrião é central na elaboração dos atrativos turísticos, uma vez que é da relação de interioridade de lugar que os atrativos turísticos do TBC se caracterizam, como veremos de forma aprofundada mais à frente.

### **2.3.2. O não lugar e a supermodernidade**

A supermodernidade identificada por Augé (1994) que tem correlação com a modernidade tardia (Harvey, 2008) é produtora de não lugares, ao ocupar “espaços” que não levam em consideração lugares identitários, relacionais e históricos. Os lugares são entendidos como identitários por possuírem elementos que servem como símbolos para uma pessoa ou para grupos de indivíduos, e também por os definir. O lugar é compreendido como relacional, pois pressupõe o encontro entre os indivíduos, que por sua vez possuem múltiplas identidades e estão conectados também com outros lugares. O lugar é visto como histórico, já que ao congregar identidades e relações, define-se por uma estabilidade mínima, ao partilhar memórias, ao partilhar mitos e história que, juntas, dão sentido ao lugar (Augé, 1994; Brum, 2015).

O entendimento de não lugar está associado à globalização, um fenómeno próprio da modernidade e característico da cultura de massas, de empresas multinacionais e de governos centrais e são comumente referidos como a antítese da ideia de lugar (Gregory *et al.*, 2009).

A existência de não lugares destaca a relação dos indivíduos com os espaços físicos de forma diferenciada. A presença física em determinados ambientes, nem sempre vem com propostas de experiência de interioridade de lugar, pois em tempos de modernidade tardia, o espaço físico é onde estão situadas as condições para habitar o espaço virtual, uma vez que, quando estamos conectados, nunca estamos onde estamos fisicamente (Sá, 2014).

Outro aspeto que altera as relações de interioridade de lugar é a tendência à individualidade, à solidão, a que estão sujeitos os indivíduos que vivem a modernidade tardia. Enquanto os não lugares

são construídos para que o objetivo seja alcançado pelo consumidor com maior fluidez no processo, minimizando as interações pessoais, os lugares antropológicos pressupõem relação de sociabilidade (Augé, 1994; Sá, 2014). Reconhecemos, portanto, que as experiências decorrentes dos não lugares são limitadas, previsíveis e mediadas. Tal acontece porque, ao fixar padrões de comportamento, a globalização tende para a homogeneização (Marandola Jr., 2016). Com isto, a globalização induz uma tendência para o enfraquecimento das relações de experiência com os lugares, alterando as bases geográficas da existência, como foi advogado por Relph (1976) há mais de 40 anos.

Se retomarmos à época feudal, os indivíduos estavam circunscritos às relações possíveis dentro do limite espacial estabelecido no espaço intramuros do feudo. As relações sociais, culturais, os vínculos com o lugar estavam restritos ao espaço físico. Todo o espaço extramuros era espaço desconhecido, habitado por seres imaginados, para a maioria dos que estavam limitados a viver no feudo (Harvey, 2008). Apesar das restrições na configuração dos feudos, o hibridismo sempre existiu, uma vez que havia indivíduos que peregrinavam, ou os que compunham o exército. Isto significa que a prática local em algum aspeto sofreu alterações em função de conhecimentos de outros lugares (Relph, 2016b).

No espaço global da modernidade tardia, as barreiras para as trocas entre diferentes lugares foram superadas. As identidades distintivas dos lugares eram de certa forma preservadas em função das limitações que precederam a movimentação das pessoas, das ideias, dos materiais e dos objetos. A experiência com o lugar deixou de ter uma relação estreita e profunda, para se caracterizar por experiências mais breves e mais superficiais (Relph, 2016b).

O lugar e o não lugar propostos por Relph (1976) têm como base argumentativa inicial a ideia de lugar, compreendida sempre positivamente, e de não lugar como negativo, e que os não lugares estavam a destruir os bons lugares antigos (Relph, 2016a). O autor reconhece que, com a multiplicidade e complexidade dos lugares nos tempos atuais, esse argumento inicial de lugar como positivo e não lugar como negativo, ingenuamente proposto, modifica-se. No lugar também há aspetos contraditórios e negativos, como a exclusão, assim como no não lugar há ganhos como o pensamento cosmopolita (Relph, 2014, 1016b). Este geógrafo utiliza a expressão *sentido contaminado de lugar* para se referir a lugares nos quais há atitudes exclusivistas, que são geralmente preconceituosas, que se caracterizam como excludentes. Como exemplo reconhece como uma das formas mais extremas deste tipo de *sentido contaminado de lugar* a limpeza étnica pela deslocação dos que não são considerados pertencentes ao lugar, que são estranhos a ele (Relph, 2014).

Apesar de parte das ideias originais desenvolvidas por Relph (1976) persistirem como válidas, como apresentado no *item* 2.3.1., o entendimento de que os não lugares se caracterizam por uniformidade indefinida tornou-se obsoleto, como reconhece o próprio autor (Relph, 2016b). Um primeiro grupo de críticas feitas a esta compreensão decorreu com a constatação de que a caracterização dos não lugares não ocorre a partir de quem o produz, mas no uso que os sujeitos fazem dele (Gregory, 2009). Além disto, a maneira como as pessoas vivenciam os lugares é afetada diretamente por impactes decorrentes das mudanças tecnológicas e sociais, que vêm a acontecer e que não estavam ainda evidenciadas nas décadas de 1960 e de 1970. Do conjunto destas mudanças que causaram a complexidade e multiplicidade de lugares que temos hoje, Relph (2016b) considera a conexão em rede pela *internet*, a preservação do património e o *design* urbano. Identifica ainda como fator de mudança do entendimento de lugar, a mobilidade humana que traz para os lugares vivências multiculturais ocasionadas com as migrações, além das viagens que permitem a deslocação para grandes distâncias. A globalização económica e cultural, as ideias relativas à sustentabilidade e o aumento das megacidades também foram identificadas pelo geógrafo como responsáveis por afetar os lugares.

Este conjunto de mudanças trouxe uma alteração nos sentidos concedidos inicialmente às ideias de lugar, de interioridade de lugar, de exterioridade de lugar e de *não lugar*. Para Relph (2016a, p. 270), em resumo, *place has intruded into placelessness, placelessness has assimilated elements of place, and what was once a dualistic opposition has evolved into a symbiotic, diverse, and tangled relationship*. Em sintonia com este entendimento está a constatação feita por Augé (citado por Relph, 2016b) de que há um entrelaçamento entre lugar e não lugar, pois onde quer que estejamos, de alguma forma somos afetados com a aceleração do tempo e com a contração do espaço, quer queiramos ou não. Isto porque toda a existência social sofre, direta ou indiretamente, as consequências do tempo acelerado e da diminuição das distâncias.

Ao utilizarmos as ideias relativas ao lugar, especialmente a relação de interioridade de lugar, não o fazemos compreendendo o lugar como sendo uma identidade fixa. É importante ressaltarmos que não só não percebemos o lugar como sendo uma entidade fixa, como tampouco o identificamos como espaço primitivo, fechado, idealizado, relativo a comunidades locais, homogêneas. Pelo contrário, consideramos que a identidade do lugar se dá na relação com o espaço, e isso pressupõe reconhecer que há uma relação de troca entre lugares e também com não lugares. Portanto, os lugares, não são recipientes fixos, estão abertos a relações sociais de trocas, havendo nesse processo uma eferescência identitária local, na qual as trocas sociais fazem parte da construção da identidade local

(Le Bossé, 2004, Bartoly, 2011). A diversidade de identidades dos lugares não é apenas relativa às consciências dos que vivem o lugar, mas também resulta das interpretações e orientações que são decorrentes da relação do lugar com o exterior (Le Bossé, 2004).

Na realidade, o que permeia os debates em torno das questões identitárias, de forma ampla, são os aspetos centrais relativos à modernidade e à pós-modernidade (Le Bossé, 2004). Por detrás do movimento de afirmação de identidades sociais está a resistência em afirmar valores identitários sociais vivenciados historicamente. Mas o paradoxo desta afirmação reside na preocupação de que nesta afirmação identitária se mantém uma ordem social de desigualdades, repressivas, excludentes, como foi exposto anteriormente (Massey, 2000, 2002; Le Bossé, 2004).

Nas definições identitárias há sempre uma base que é dialética. Tal significa que, por um lado, está a identificação e singularidade do que é reivindicado como identidade (O que é? Quem somos nós?), e, por outro lado, encontra-se aquilo que é negligenciado (Quem são eles?). Significa então considerar que na identidade tem-se tanto o aspeto daquilo que se identifica como daquilo que é negligenciado (Le Bossé, 2004).

Retornando à relação do não lugar com a supermodernidade, entendemos que a associação do turismo hegemónico à produção de não lugar não é de surpreender, uma vez que é parte integrante do processo de globalização e é produto do capitalismo. Carlos (1995) identifica que a produção do não lugar no turismo acontece a partir do não reconhecimento dos próprios residentes do lugar. Para exemplificar essa constatação recorre à obra de Italo Calvino (citado por Carlos, 1995, p. 26) que apresenta as transformações ocorridas na Riviera italiana, após a sua incorporação na rota turística. Ao ver desaparecer a paisagem da cidade à qual pertenciam, com a qual se identificam como lugar da vida, os cidadãos perdem as suas referências reais, que passam a ser substituídas por uma cidade construída para o turista, como *cliché*, como espetáculo, como simulacro, onde um novo mundo se apresenta (Carlos, 1995).

*A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o “espetáculo” para uma multidão amorfa mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar. Aqui o sujeito se entrega às manipulações desfrutando a própria alienação e a dos outros (Carlos, 1995, p. 26).*

Temos descrita nesta perspectiva uma situação em que o espaço passa a ser mercadoria, uma mercadoria sem identidade, fruto do simulacro e, portanto, um não lugar (Carlos, 1995). Numa proposta antagônica a esta, encontra-se a concepção da oferta turística a partir da vida quotidiana e dos sentidos e significados dela decorrentes, por parte dos sujeitos do lugar onde há o turismo, o que consideramos caracterizar a oferta TBC. Perspetivamos a possibilidade da relação interioridade de lugar ser a base para a identificação de atrativos turísticos do TBC. Alicerça esta proposta de atrativos turísticos do TBC a ideia proposta por Relph (2016a; 2016b), com a qual nos identificamos. A proposta de que as pessoas assumam responsabilidade pelos lugares onde residem e trabalham. Estes lugares devem ser criados ou revistos a partir dos esforços e das experiências dos que neles vivem, não sozinhos, mas apoiados por processos políticos formais e informais, e sempre numa perspectiva de incluir os que vêm de fora. A partir desta ideia consideramos o TBC como uma estratégia de criação ou de fortalecimento de coletividades, com o objetivo comum do aumento da relação interioridade de lugar, como resistência à lógica dominante do desenraizamento.

### **2.3.3. A relação de interioridade de lugar e o pertencimento**

O pertencimento é central para as diferentes maneiras da interioridade se relacionar com o lugar (Pollini, 2005; Mee e Wright, 2009; Stratford, 2009; Antonsich, 2010; Timotey, 2016). Cabe esclarecer aqui que, na revisão da literatura e com o intuito de atualizar o entendimento de lugar, se considerou a identificação de investigações que estivessem vinculadas à proposta inicialmente feita por Relph (1976, 2014), ou seja, que entendiam o lugar como conotativo de familiaridade, de segurança e onde há um vínculo afetivo. Isto significa, portanto, que, para o presente estudo, não tivemos em consideração as reflexões críticas sobre a compreensão da interioridade de lugar que estiveram associadas ao lugar como opressoras, excludentes, violentas, onde o medo está presente (Blunt e Dowling, 2006; Massey, 2000; Varley, 2008 citado por Antonsich, 2010, p. 646).

Esta decisão assenta no pressuposto que adotámos em considerar que a relação de interioridade de lugar resiste à pressão das relações de desenraizamento de lugar que caracterizam os tempos atuais. Pressupomos também que os estudos relativos à relação de interioridade de lugar possam trazer elementos que nos auxiliem a identificar os anfitriões do TBC em ambientes urbanos. Contudo, reconhecemos que a relação de interioridade e *outsideness* não operam de forma binária, sendo entendidas como constitutivas mutuamente (Relph, 2016a, 2016b; Tomaney, 2016).

A relação de interioridade de lugar está associada à ideia de pertença que, por sua vez, está relacionada tanto à ideia de “sentir-se em casa” como de “sentir-se seguro” (Antonsich, 2010;

Tomaney, 2016). Ambos posicionamentos assumem a compreensão da relação do pertencimento sob dois aspetos: um aspeto refere-se ao campo do indivíduo, íntimo, como um sentimento pessoal que está vinculado à ideia de pertencer ao lugar. O outro aspeto refere-se à política de pertencimento que é discursiva e que constrói, reivindica, justifica ou resiste a formas de exclusão/inclusão social (Antonsich, 2010).

O estudo mais recorrente sobre pertencimento especializou-se no entendimento do *discurso do pertencimento*, havendo uma carência no entendimento de pertencimento a partir do indivíduo, sobretudo no campo da Geografia (Antonsich, 2010). A escala geográfica a que os indivíduos relacionam o seu vínculo de pertença, assim como as escalas referentes ao entendimento fenomenológico de lugar, também são bastante variáveis. Há estudos que investigam a relação de pertencimento e de lugar no âmbito de uma residência, no bairro, ou até mesmo numa nação (Antonsich, 2010; Bartoly, 2011). Normalmente o termo pertencimento é considerado como sinónimo de identidade e cidadania, mas também está associado à nacionalidade, à etnia e ao género, havendo pouca teoria sobre esse tema (Antonsich, 2010).

Na estrutura analítica proposta por Antonsich (2010) para o estudo da pertença, relativa ao apego e ao enraizamento local, associado ao indivíduo, são identificados cinco fatores. O primeiro é o autobiográfico, que está relacionado com aspetos da história passada do indivíduo. Refere-se ao lugar onde nasceu e às memórias relativas à infância. O segundo fator diz respeito aos laços pessoais e sociais estabelecidos com outras pessoas. Contudo, para que haja um sentimento de pertencimento a partir dessas relações de vínculo, é necessário que sejam relações que perdurem, positivas, estáveis, e que tenham, com um certo nível de frequência, significado para a pessoa. Os fatores culturais são o terceiro aspeto, tendo a linguagem verbal e não-verbal como um aspeto fundamental para o vínculo cultural que reflete o nível de intimidade entre os indivíduos pertencentes à comunidade. Outras formas de expressão cultural como tradição, hábitos e a materialidade das práticas culturais são partes constituintes do fator cultural. O penúltimo fator refere-se ao económico. Ele é o responsável por viabilizar as condições materiais da vida. Há também a consideração de que o vínculo económico desperta o interesse no futuro do lugar. Por último, estão os fatores referentes ao aspeto legal, como a cidadania ou a permissão de residência no caso de estrangeiros. Vinculado a este fator está o tópico relativo à segurança como questão vital de pertencimento (Antonsich, 2010).

Com base nestes referenciais, analisamos empiricamente a relação de interioridade de lugar correlacionada com a ideia de pertencimento ao lugar, no estudo de caso da presente investigação, cujas considerações são apresentadas nos Capítulos 4 e 5 desta tese.

#### **2.3.4. A relação de interioridade de lugar e o Turismo de Base Comunitária**

Identificamos similaridades nas reflexões decorrentes das abordagens sobre a relação de interioridade de lugar e o Turismo de Base Comunitária e, como tal, propomo-nos apresentá-las neste *item*.

A perspetiva da existência de sujeitos que tenham uma relação de interioridade existencial consciente em relação ao lugar (Seamon, 2008) está ligada à ideia do *homo situs*, que fundamenta a Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento (Zaoual, 2006, 2008, 2010) e que constitui uma premissa basilar para o Turismo de Base Comunitária. O *homo situs* é o *homem vivo concreto, enraizado em um território de multiplicidades de comportamento humano*, diferenciando-se significativamente do *homo economicus* (Zaoual, 2010, p. 26). O ser humano não reage da mesma maneira. A sua racionalidade é construída socialmente num determinado lugar, ou seja, *in situs*. São racionalidades caracterizadas por serem diversas, flexíveis, complexas, compósitas e abertas (Zaoual, 2010; Dorigon e Renk, 2018). Enquanto o *homo situs* é identificado como altruísta, uma vez que não age apenas em função de si, mas também do outro, o *homo economicus* é percebido como racional, egoísta, oportunista e calculista (Zaoual, 2006, 2010).

Como vimos anteriormente, tanto Relph (2016a) quanto Seamon (2008) propõem que os indivíduos assumam responsabilidade pelos lugares onde vivem quotidianamente. É na ação performativa, tanto individual como coletiva, que as narrativas de identidade e os vínculos de pertencimento se vão afirmando (Tomaney, 2016). Este entendimento está em sintonia com as diversas conceções de TBC. Como já foi exposto nesta tese, há consenso na multiplicidade conceitual de TBC quanto à participação ativa e direta dos residentes locais no desenvolvimento do turismo (Goodwin e Santilli, 2009; Irving, 2009; Boonratana, 2010). Apesar dos obstáculos que existem na limitação da participação dos indivíduos, sobretudo em países em desenvolvimento (Tosun, 2000, 2006; Scheyvens, 2002; Reid, 2003; Roberts, 2011; Doleza, 2015), o entendimento é que o empoderamento desses sujeitos e a sua ação como protagonistas na oferta do TBC pode ser a base para o desenvolvimento social, que constitui o maior objetivo do TBC. Em decorrência do envolvimento da comunidade no desenvolvimento do turismo, e consequente empoderamento dos indivíduos do lugar, pressupõe-se uma valorização da relação de interioridade de lugar, uma vez que é a partir desta

relação experiencial e intencional com o lugar que os atrativos turísticos são propostos. O desafio está em que, havendo uma revalorização da relação de interioridade de lugar, haja, conseqüentemente, exista um maior vínculo com o lugar e o fortalecimento da relação social entre os sujeitos.

Assim como a relação de interioridade de lugar, o sítio simbólico pode estar relacionado com um lugar físico, mas é no simbólico, ou seja, na partilha dos significados definidos pelos atores que se constitui o sítio (Thiollet, 2003; Azevedo *et al.*, 2015). O sítio é uma entidade imaterial, ou seja, não visível. Contudo, os comportamentos e hábitos individuais e coletivos manifestam-se materialmente, podendo ser percebidos na paisagem, na arquitetura, no saber-fazer, nas técnicas apreendidas e nas ferramentas utilizadas (Zaoual, 2003). São consideradas, em ambos os casos, ou seja, nas ideias relativas ao lugar e ao TBC, construções socioespaciais, sendo os sujeitos organizados coletivamente que definem *um lugar próprio como uma perspectiva única a partir da cultura, dos hábitos, modos de vida e relações comunitárias em um meio ambiente* (Azevedo *et al.*, 2015, p. 254).

Há estudos que reconhecem que os vínculos com o lugar continuam a ser cruciais para a vida humana (Tomaney, 2016) e que referenciamos nos itens anteriores do presente capítulo. Neste sentido, as raízes e o enraizamento são ideias que estão diretamente relacionadas com os estudos do lugar e que, ao associar-se à vida quotidiana, estão diretamente relacionadas com a ideia de pertencimento (Relph, 2014).

Por sua vez, Zaoual (2008) considera o ser humano moderno como um ser não situado, em busca de referenciais, de raízes, que vêm de contextos sociais marcados pela competição económica. A complexidade e o respeito pelo outro perpassam as ideias e os debates relativos ao sítio, ao lugar. No sítio não há certezas, não há leis universais. As práticas e saberes do “outro” são compreendidas na sua diversidade, a partir do vivido no sítio e deixam de ser considerados como abstratos e generalizados (Zaoual, 2006).

O pertencimento também é uma das características que fundamenta a Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento. O pertencimento no sítio é uma característica endógena que estabelece o vínculo às classes, grupos, redes, bairros, situações sociais, microculturas e religiões. O pertencimento é na perspectiva de Sen (1993, citado por Zaoual, 2010, p. 20) um elemento-chave para a eficácia de uma organização. A eficácia é movida através da identidade compartilhada pelo grupo, que, por sua vez, se diferencia da racionalidade económica que está associada ao comportamento relacionado com a lógica do utilitarismo. Zaoual (2010) considera que é na adesão às crenças que há o maior autograu de pertencimento e de transparência entre os sujeitos.

Na Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento, o pertencimento é admitido a partir da realidade vivida pelo *homo situs*, um *homem vivo concreto* (Zaoual, 2010, p. 26). Converte com esta ideia o entendimento do lugar numa perspectiva de interioridade, que decorre da experiência vivida. A ideia de sítio surge da crítica radical ao modelo hegemónico de desenvolvimento, considerado como um modelo falido (Zaoual, 2010; Dorigon e Renk, 2018). A sustentação numa perspectiva de homem irreal e abstrato fundamenta a crítica ao modelo hegemónico. O *homo economicus* é um conceito abstrato, sem relação com a dimensão empírica da vida quotidiana, material, tangível e diversa dos indivíduos. Este *homo economicus* é concebido pela racionalidade, tendo a maximização e a utilidade como base (Zaoual, 2010). Da mesma forma, as ideias abstratas em relação ao espaço também são identificadas por Relph (1976), como o planeamento do espaço, o espaço cognitivo e o espaço abstrato. A abordagem fenomenológica do lugar que fundamenta as ideias de Relph (1976, 2014, 2016) e de Seamon (2008) recorda a perspectiva do lugar decorrente da experiência humana do mundo, no mundo vivido das pessoas.

Por último, destacamos que nas sugestões feitas pelos teóricos, em ambos contextos, seja na relação de interioridade de lugar ou na Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento, há a constatação da necessidade de apoio para que possa ser viabilizado o protagonismo dos sujeitos em relação aos lugares. A Teoria do Sítio Simbólico, ao trazer mudanças profundas fundamentadas em novos valores e na promoção de uma economia plural através do protagonismo dos cidadãos no seu lugar, reconhece a necessidade do trabalho integrado, entre instituições públicas, setores das organizações de economia social e solidária e uma parte do mercado (Dorigon e Renk, 2018).

No TBC há investigações que reconhecem a importância das instituições como estratégicas no processo de facilitação para o autoempoderamento e para o autodesenvolvimento dos sujeitos envolvidos nas comunidades TBC. Contudo, o aspeto central do apoio é sempre na perspectiva emancipadora do coletivo (Boonratana, 2010; Dorigon e Renk, 2018; Govender e Giampiccoli, 2018; Hickenbik e Carrelas, 2019). Também identificamos na constatação feita por Relph (2016) que as pessoas devem assumir e ser capazes de assumir responsabilidade em relação ao lugar em que vivem. Todavia, reconhece a necessidade de apoio para que esta responsabilidade seja assumida, particularmente o apoio político formal e informal na perspectiva da inclusão dos sujeitos, principalmente dos que vêm de outros lugares (Relph, 2016).

Em tempos de globalização e de homogeneização, percebemos que a relação de interioridade de lugar e a proposta de atrativos turísticos do TBC exprimem um ato de resistência. Com a intenção de associar o TBC à teoria de interioridade de lugar, reconhecemos o lugar periférico destas ideias se

contrastadas com a lógica hegemónica. O TBC apresenta-se, desta forma, como um caminho na tentativa de congregar esforços no grupo dos sujeitos conscientes e que queiram resistir e participar na construção de uma outra maneira de estar no mundo, através do fortalecimento de vínculos com o lugar.

Interessa-nos a perspetiva de lugar associada à ideia de reunião, na qual significados estão aglutinados nas experiências dos sujeitos (Relph, 2014). Associada à ideia de protagonismo dos indivíduos ao assumirem maior compromisso com o lugar da vida quotidiana está a ideia de comunidade adotada na presente investigação.

### **2.3.5. Os anfitriões e a comunidade do TBC**

O Turismo de Base Comunitária desenvolvido em ambientes urbanos suscita um olhar diferenciado para a caracterização dos anfitriões e dos seus coletivos, e para a identificação dos recursos a serem propostos como atrativos turísticos. Isto acontece porque as investigações sobre TBC, regra geral, têm o turismo hegemónico como referência, como foi constatado no Capítulo I da presente tese. Poucas são as investigações que destacam as diferenças entre a própria oferta TBC.

Na América Latina, o TBC esteve originalmente associado às comunidades tradicionais e aos ambientes rurais (Maldonado, 2009; Zapatta *et al.*, 2011; Silva *et al.*, 2016). Quando o TBC é promovido por comunidades tradicionais, os sujeitos que estão associados a estes grupos são facilmente identificados e podem assumir o papel de anfitrião na interação com os visitantes. É então a identidade relativa às tradições, no caso dos pescadores artesanais, dos quilombolas, das tribos indígenas, entre outros, que define as comunidades tradicionais.

As diferentes modalidades de comunidade associadas à ideia de “comunidade tradicional” têm em comum aspetos que as identificam. Dentre estes aspetos são listados a ancestralidade, a autoctonia, a existência de resistências anteriores. Ainda de acordo com Brandão (2014, p. 14), não são comunidades tradicionais em oposição ao moderno, são tradicionais *porque possuem uma tradição de memória de si mesmos em nome de uma história construída, preservada e narrada no existir em um lugar, por oposição a quem “chega de fora”*.

Por sua vez, também no espaço rural, o TBC pode estar associado ao modo de vida das pessoas que integram as pequenas propriedades rurais, como é o caso da Acolhida na Colónia, um dos projetos de TBC relevantes no Brasil, já mencionado na presente tese. Contudo, quando nos referimos ao TBC urbano, estamos a considerar a possibilidade de os atrativos turísticos estarem

associados a recursos e atividades que possam não estar vinculados a nenhuma comunidade constituída pela tradição ou pela cultura agropecuária, como no caso do TBC em espaço rural.

Com a escassez de investigações sobre TBC em ambientes urbanos (Silva, 2016), deparamos com o desafio de ampliar o entendimento do TBC e conseqüentemente de reconhecer os anfitriões desse tipo de turismo. Identificamos a existência de interface na relação entre interioridade de lugar e o TBC, e inferimos que esta relação nos possa auxiliar na caracterização do TBC urbano, e sobretudo na identificação do anfitrião e na proposta dos atrativos turísticos do TBC.

Pelo exposto, consideramos pertinente deixar explícito que o uso do termo “comunidade”, por nós empregado nesta tese, está relacionado com a capacidade de ação coletiva perante interesses comuns (Reid, 2003; Ruiz-Ballesteros, 2012). Análoga a esta ideia, na Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento, a comunidade constrói-se a partir do sítio simbólico e caracteriza-se por se autodefinir como comunidade, ao compartilhar objetivos e propósitos comuns entre os sujeitos que a constituem (Roberts e Willians, 2013). Os sujeitos que integram as comunidades TBC compartilham significados e, por isso, compõem o que denominamos por comunidade, ainda que não seja um coletivo homogêneo.

Um aspecto peculiar da mobilidade foi caracterizado por Ruiz Ballesteros e Cáceres (2016) ao reconhecerem que os *amenty migration*, identificados como os indivíduos que migram em busca de uma maior qualidade ambiental e de uma cultura diferenciada, têm constituído comunidades de TBC. Corroboramos a sugestão de Ruiz-Ballesteros e Cáceres (2016) que, ao reforçarem a dimensão local do turismo, propõem que seja expandido o conceito de comunidade no TBC. A ideia com a qual coadunamos a proposta por Ruiz-Ballesteros e Cáceres (2016) está respaldada na proposta de que a comunidade TBC seja percebida como um contexto de ação coletiva. Contudo, consideramos que esta proposta está condicionada a uma relação dos sujeitos numa perspectiva de interioridade com o lugar.

A partir do estudo de caso relacionado com os atrativos turísticos propostos nos roteiros de TBC em Florianópolis, tencionámos aferir referenciais que nos permitiam identificar anfitriões em ofertas TBC. Numa identificação preliminar, considerando a nossa experiência no projeto de extensão já mencionado por repetidas vezes na presente tese e dada a ausência de debate sobre este tema, consideramos anfitriões os sujeitos dos sítios simbólicos de pertencimento que participam direta ou indiretamente na recepção do visitante. Tendo por base a Teoria do Sítios Simbólicos de Pertencimento, consideramos haver duas categorias de anfitriões: os diretos e os indiretos. Os anfitriões diretos são os que recebem os visitantes e mantêm uma relação de interação com eles. Estes anfitriões são, na nossa perspectiva, representantes dos anfitriões indiretos. Os anfitriões indiretos referem-se ao coletivo que

partilha ideias, crenças, valores, que caracterizam o sítio simbólico de pertencimento (Hickenbick e Carrelas, 2019).

O lugar, atualmente compreendido de uma forma mais complexa e ampla do que originalmente proposto por Relph (1976), como visto até aqui, continua a ser o foco de estudo em investigações sobre as cidades e a vida nas cidades em várias disciplinas científicas, sobretudo na Geografia Humana, na Sociologia, na Arquitetura, no Planeamento e no Urbanismo (Liu e Freestone, 2018) e também no Turismo (Forginari, 2008). Inferimos, portanto, que as reflexões referentes ao lugar podem ser a chave para a caracterização dos anfitriões no ambiente urbano. Esta preocupação pela caracterização acompanhou-nos durante a execução do Projeto Tekoá: Turismo de Base Comunitária na Ilha de Santa Catarina. A dúvida sobre quem poderia ser anfitrião nos projetos esteve sempre presente. Acreditava-se, num primeiro momento, que somente os nascidos na capital catarinense tinham essa prerrogativa. Contudo, com os referenciais teóricos sobre o lugar, percebemos que existe a relação de interioridade de lugar, mas também a relação de exterioridade de lugar. Com isto, acreditamos que o entendimento sobre o lugar aplicado às realidades concretas analisadas nos casos da parte empírica da nossa investigação nos trarão referenciais para o entendimento desta questão.

#### **2.4. Os atrativos turísticos e o Turismo de Base Comunitária**

A escassez de referenciais teóricos e de investigações empíricas sobre os atrativos do TBC impediram-nos de sistematizar informações e conceitos sobre o tema a partir da revisão bibliográfica específica deste modelo de turismo. Portanto, realizámos algumas análises considerando os referenciais do TBC e da relação de interioridade de lugar apresentados até este momento, contrastando com algumas das principais teorias identificadas na literatura analisada sobre os atrativos turísticos.

Entre as investigações mais referidas no âmbito académico relativas à temática dos atrativos turísticos estão as obras de Lew (1987); Leiper, (1990), Gunn (1997), Leask (2010); Edelheim (2015); e MacCannell (2017) e que foram consideradas no nosso estudo. Não obstante, reconhecemos como central para o entendimento da evolução no pensamento relativo aos atrativos turísticos três abordagens teóricas.

A primeira delas refere-se aos estudos propostos por Lew (1987) e Gunn (1997). Lew (1987) fez uma análise das tipologias e das classificações dos atrativos turísticos a partir do estudo das

investigações sobre o tema desenvolvido por outros pesquisadores, e Gunn (1997) propôs uma classificação específica sobre os atrativos em função do tempo de permanência. Em seguida, apresentamos a teoria proposta por Leiper (1990) com base na semiótica do atrativo turístico de MacCannell (2017). Leiper (1990) define o Sistema de Atrativos Turísticos numa abordagem estruturalista do atrativo composta também por três elementos: o turista ou elemento humano, o marcador e o núcleo. Veremos estes três elementos de forma detalhada neste capítulo, mas inicialmente podemos considerar o turista como o sujeito que realiza a visita, o marcador como toda a informação relativa ao núcleo, e o núcleo como o componente que é central ao atrativo (Leiper, 1990). A terceira abordagem teórica é proposta por Edelheim (2015), que a partir do Sistema de Atrativos Turísticos proposto por Leiper (1990) o reinterpreta baseando-se em referenciais teóricos decorrentes dos Estudos Culturais. Constrói um enfoque teórico pós-estruturalista, substituindo o turista e o marcador por narrativas, caracterizando o atrativo turístico como um produto sociocultural. A sua teoria permite uma análise crítica do conteúdo dos atrativos turísticos e das experiências propostas aos visitantes a partir da análise do discurso (Edelheim, 2015).

#### **2.4.1. Atrativos Turísticos: base conceitual e evolução**

Os atrativos são elementos centrais para o turismo. São considerados como a força vital do turismo em todos os lugares (Gunn, 1997; Richards, 2002). São a base do planeamento do turismo, tanto na perspectiva da oferta como da procura.

Apesar de os recursos turísticos e os atrativos turísticos serem tratados como sinónimos, há investigadores que referem haver diferença entre eles (Gurria Di Bella, 1991; Navarro, 2015; Gomes, 2019). Numa análise dos conceitos utilizados por investigadores latino-americanos, Navarro (2015) identifica o que há em comum entre recursos e atrativos turísticos, ou seja, o facto de ambos se referirem a bens naturais ou culturais e a capacidade de promoção da visita. Diferenciam-se, contudo, por duas razões: a primeira é justificada em função dos sujeitos envolvidos no processo, e a segunda refere-se ao objeto. Neste entendimento, relativamente ao sujeito, para Gurria Di Bella (1991), para os proponentes do atrativo turístico ele é o recurso, para o visitante ele é o motivo da viagem, ou seja, aquilo que o atrai para a realização da visita turística. Todavia, Navarro (2015) é contrário a esta diferenciação, uma vez que no seu entendimento não é o sujeito responsável pela distinção entre recurso e atrativo, mas sim o objeto. Na sua opinião, o processo de conversão do recurso em atrativo acontece através de um processo de gestão do atrativo turístico em que é o responsável por criar as condições concretas para que os visitantes possam ter as condições de usufruir dele (Navarro, 2015).

Em sintonia com esta ideia, ao investigar as rotas turísticas, Bernier (2006) considera-as como recursos que estão presentes nos lugares, mas que existem independentemente do turismo. As rotas passam a ser um produto turístico quando há o processo de preparação do território, a criação do produto, a avaliação do mercado, a criação de rede de apoio, entre outras ações, ou seja, reconhece a existência de todo um trabalho de preparação da rota que é necessário ser feito para que se torne um atrativo turístico sustentável (Bernier, 2006). Gomes (2019), por sua vez, defende a tese de que deve haver a distinção entre recurso e atrativo, por acreditar que os recursos sejam características do local, tanto relativamente à cultura ou como a aspetos naturais, enquanto os atrativos turísticos aludem a algo criado, modificado para receber turistas (Gomes, 2019).

Os atrativos podem referir-se tanto a um lugar específico, quanto a lugares, a objetos, a paisagens, a pessoas, a eventos, como a manifestações culturais (Brasil. Ministério do Turismo, 2007; Benckendorff, 2015). O atrativo é entendido como um componente central do produto turístico. Sem o atrativo, os restantes componentes não teriam necessidade de existir (Fernandes *et al.*, 2009). Importa recordar que o produto turístico é constituído por elementos como atrativos, serviços de viagem, transporte, acomodação, alimentos e bebidas, lembranças, dentre outros serviços (Ernawati *et al.*, 2017). Contudo, diferenciar um atrativo do que não é atrativo é desafiante (Lew, 1987). Isto porque há casos em que o atrativo turístico é a própria hospedagem ou o consumo de alimentos e bebidas. Neste último caso, está associado ao turismo gastronómico que tem sido uma tendência no turismo e, regra geral, está relacionado à expressão da identidade e cultura de uma região ou país (Barre e Brouder, 2015).

Apesar do forte vínculo entre os atrativos e o turismo moderno, os atrativos nem sempre estiveram associados à comercialização do produto como característico do sistema turístico (Swarbrooke, 2002; Fernandes *et al.*, 2009; Benckendorff, 2015). Os atrativos mais antigos são os atrativos naturais e os que foram construídos pelo ser humano, mas que não foram concebidos com o intuito da sua comercialização (Swarbrooke, 2002; Benckendorff, 2015). Casson (1974) estudou os registos históricos das viagens egípcias dos tempos do Antigo Reino até às peregrinações cristãs dos séculos IV a VI d. C. Os atrativos relativos tanto a festivais religiosos como à visita a monumentos motivaram as viagens de Gregos e Romanos. As viagens dos Gregos eram induzidas em função do comércio, de aspetos culturais e relativas à saúde. Já os Romanos tinham nos prazeres oferecidos pelas cidades, ou na atração pelo mar e pelo campo, motivações para realizar viagens (Gunn, 1997). A Esfinge de Gizé, as Pirâmides de Gizé, o Partenon, o Oráculo de Delfos, as competições de Olímpia,

bem como as Sete Maravilhas do Mundo são identificados por Casson (1974 citado por Fernandes *et al.*, 2009) como atrativos que motivavam as viagens na Idade Antiga.

Após a queda do Império Romano, o ressurgimento das viagens realizadas no contexto do período medieval foi motivado pelas peregrinações religiosas. Já no século XVI, o valor educacional era associado às viagens, onde o *Grand Tour* era reconhecido como a motivação para as viagens dos jovens da aristocracia europeia, seguido do reaparecimento das fontes termais e estâncias no século XVII e das estações balneares no século XVIII (Fernandes *et al.*, 2009).

Foi após a Segunda Guerra Mundial que, em função das condições favoráveis, como o desenvolvimento tecnológico, a evolução dos transportes e do sistema de comunicações, aliados à estabilidade geopolítica e às mudanças sociais, que o turismo se tornou uma força económica em várias regiões do mundo (Smith e Eadington, 1992). É neste contexto que o setor de atrações passou a estar associado ao turismo (Fernandes *et al.*, 2009). Os atrativos são identificados como um índice de modernização (MacCannell, 2017) e, sobretudo os atrativos culturais, passaram a ser incorporados no setor de mercado europeu, o que justifica o crescimento vertiginoso do número de museus e de patrimónios culturais protegidos (Richards, 2001).

O turismo impulsionou o mercado dos atrativos turísticos tanto na manipulação de recursos naturais e culturais pré-existentes, quanto na criação de outros lugares. No turismo de massas, os atrativos turísticos passaram a ser desenvolvidos para motivar os turistas para a viagem, como é o caso dos parques temáticos, ou até mesmo de cidades históricas, visando principalmente atender aos desejos e necessidades dos turistas (Swarbrooke, 2002; Leiper, 2010). A *disneyficação* é um termo recorrentemente utilizado para referir atrativos construídos com o intuito de atender às necessidades dos turistas, sem uma preocupação com os residentes locais (Relph, 1976; Santos, 2018). Esta construção pode acontecer a partir da criação de parques temáticos, como os da Disney World, em que há a criação de ambientes inspirados na história, no mito, na realidade e na fantasia (Relph, 1976).

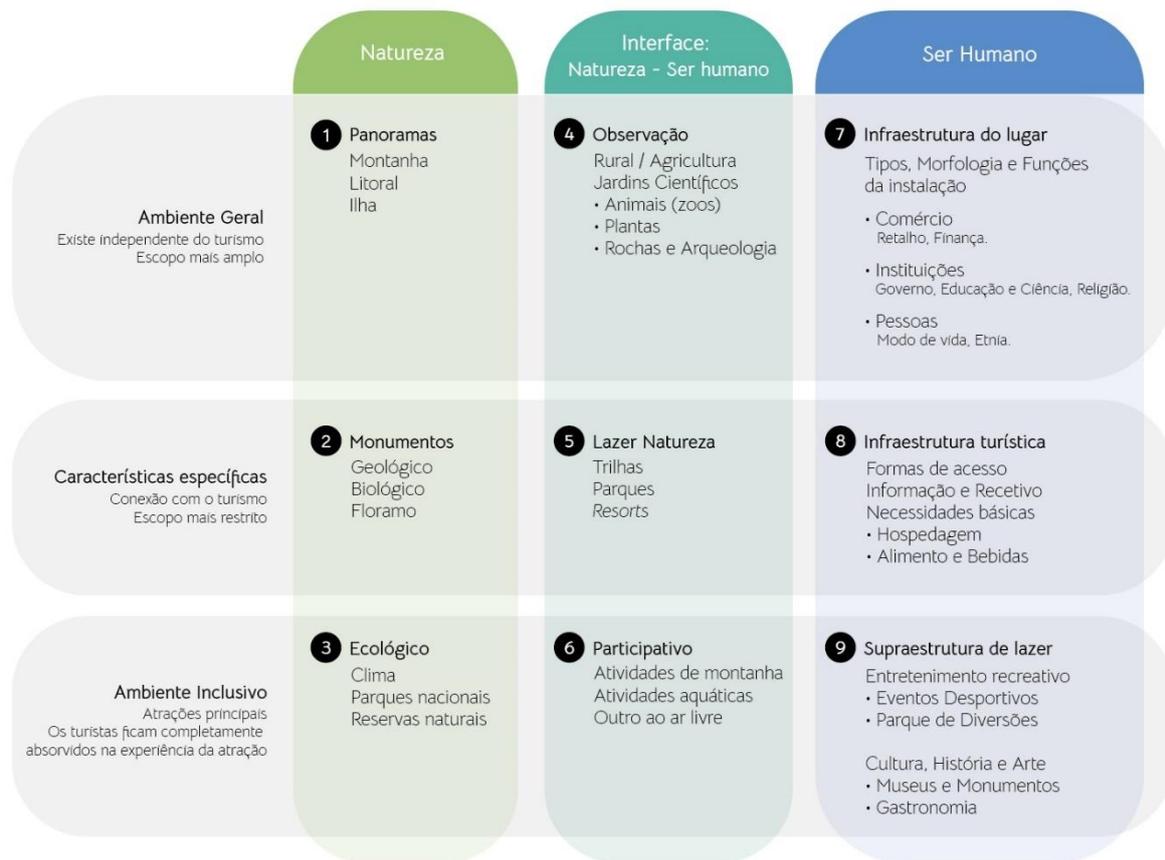
No entanto, em cidades históricas também se percebe um esvaziamento da vida quotidiana dos residentes locais, transformando-as em ambientes para atender exclusivamente às necessidades turísticas. Santos (2018) constata este aspeto predatório da utilização do património de lugares históricos focado num turismo de massas, que considera como uma tendência insustentável do próprio turismo, ao retirar do atrativo turístico a comunidade local e inviabilizando o próprio atrativo.

#### **2.4.2. Atrativos turísticos: tipos e categorias**

Apesar de ser central para o sistema turístico, no âmbito académico são limitadas as investigações que permitem entender o fenómeno da natureza da atração (Lew, 1987; Gunn, 1997; Edelheim, 2015). Os atrativos são entendidos, frequentemente, de forma restrita, ao serem definidos como recursos a serem explorados, como produtos e imagens a serem comercializados, ou simplesmente como um rol de atributos e/ou de características que lhe são próprios (Lew, 1987).

A partir do estudo dos métodos aplicados nas investigações sobre atrativos, o que nos interessa especialmente na obra de Lew (1987) refere-se às três perspetivas de análise dos atrativos turísticos propostas pelo autor. Para este autor, o atrativo turístico pode ser entendido considerando três abordagens: a ideográfica, a organizacional e a cognitiva. Os tipos de atrativos identificados na perspetiva ideográfica são as abordagens mais recorrentes (Lew, 1987; Richards, 2001). Elas descrevem a singularidade do atrativo ao invés de utilizar uma característica que seja universal e abstrata (Lew, 1987). São atrativos nomeados e representam a presença material e tangível do atrativo. A distinção mais básica dos atrativos identificados como ideográficos referem-se a atividades que são mais orientadas para ambientes naturais, ou para aspetos relativos ao ser humano. Contudo, há investigações que apresentam várias categorias para os atrativos em ambientes naturais e em ambientes culturais (Lew, 1987). Na Figura 4 procedemos à sistematização das categorias e elementos da perspetiva ideográfica, compiladas por Lew (1987) em estudos académicos sobre atrativos turísticos.

Figura 4 - Tipologia de atrativos turísticos de composição ideográfica



Fonte: Elaboração própria com base em Lew, 1987.

A conceção organizacional dos atrativos turísticos tem como foco de análise a capacidade do espaço e a natureza temporal. Sendo assim, reconhece-se que o foco da atenção não é o atrativo em si. No que concerne ao espaço, são centrais os aspetos relativos à organização do atrativo, a relação com outros atrativos, assim como a capacidade relativa ao potencial instalado para a receção dos visitantes. Quanto à natureza temporal, o atrativo é entendido em relação ao fluxo dos visitantes (constante ou flutuante), às características da permanência (de curto prazo ou de longo prazo). A frequência das visitas também faz parte da natureza temporal. A frequência quanto à oferta está relacionada com a constância e/ou a sazonalidade da disponibilidade do atrativo à visita. A frequência quanto à procura refere-se às visitas dos turistas e podem ser caracterizadas como visitas únicas, ou múltiplas visitas (Lew, 1987). A Figura 5 procura representar esta proposta de análise do atrativo.

Figura 5 - Tipologia de atrativos turísticos de composição organizacional



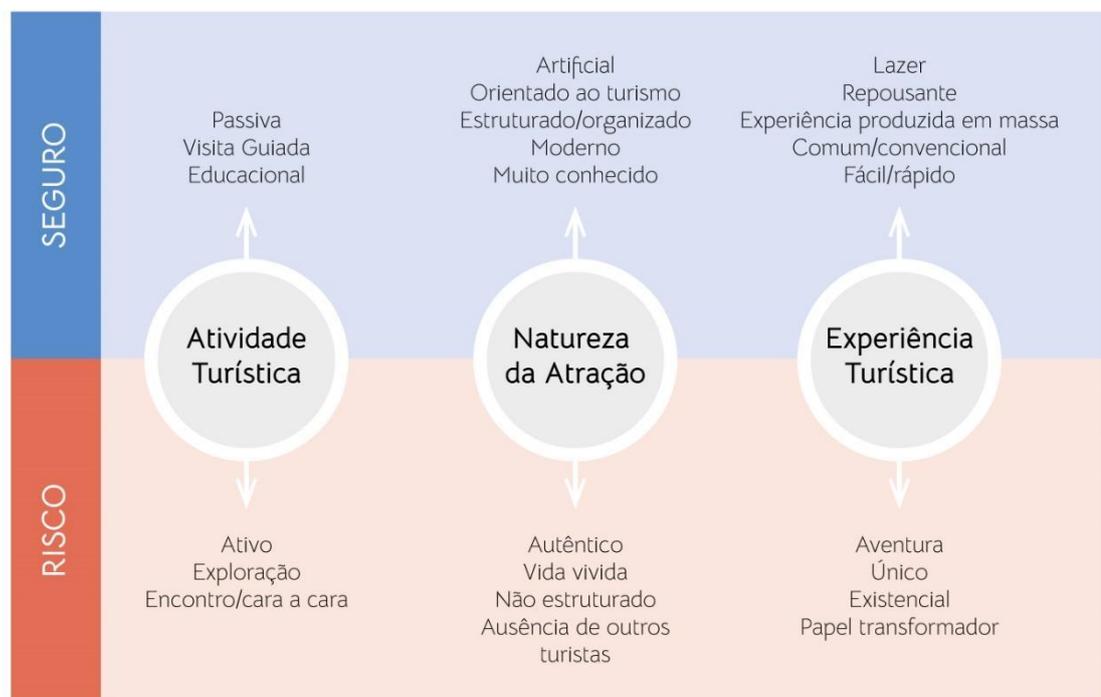
Fonte: Elaboração própria com base em Lew, 1987.

A perspectiva cognitiva dos atrativos turísticos traz para a análise do atrativo turístico aspetos relativos ao sujeito. As experiências dos visitantes são centrais nesta perspectiva de análise. No entanto, há uma interface entre o entendimento cognitivo e o ideográfico dos atrativos turísticos. O que define uma ou outra perspectiva em relação ao atrativo é o nível de envolvimento e participação do visitante. Quanto maior for o envolvimento (participação/experiência) do sujeito com o atrativo, mais cognitiva ela se torna. Quando a preocupação não está na vivência proposta ao visitante, e ele é apenas um observador do atrativo, prevalece a abordagem ideográfica do atrativo turístico.

Ainda na visão de Lew (1987), a opção entre uma vivência mais experiencial e menos abstrata está relacionada com o risco que o visitante está disposto a assumir na relação com o atrativo. As participações mais autênticas são aquelas que pressupõem um menor controlo, um menor nível de estrutura turística. Nesta ótica, o envolvimento com o lugar é maior do que com o marcador, ou seja, a informação sobre o núcleo do atrativo. O visitante conhece o lugar pelo que experimenta dele e não

pelo que é dito sobre ele. Já no que diz respeito aos lugares projetados para os turistas, na maior parte dos casos, o sujeito não tem uma relação com o lugar numa compreensão de interioridade. Ele continua a manter uma relação de exterioridade, principalmente porque os locais turísticos que são projetados para turistas são ambientes encenados, estruturados, inautênticos (sentido de exterioridade de lugar). A relação é maior com a imagem promovida, ou seja, com o marcador do atrativo, uma vez que o interesse está no “rótulo”, no que é dito sobre a atração. A Figura 6 procura sistematizar a ideia de Lew (1987) sobre a componente cognitiva do atrativo turístico.

Figura 6 - Tipologia de atrativos turísticos de composição cognitiva



Fonte: Elaboração própria com base em Lew, 1987.

Consideramos a sistematização da abordagem de Lew (1987) na nossa investigação, pois ela contribui para o entendimento do atrativo turístico, ao propor a existência de uma estrutura característica do atrativo, composta por três perspectivas. Identificamos que as representações dos atrativos turísticos do TBC não estão contempladas na maneira como a classificação é proposta. Inferimos a possibilidade de utilizar esta categoria de análise dos atrativos turísticos para a concepção do atrativo turístico do TBC. Contudo, identificamos lacunas nesta proposta, uma vez que o turista é percebido de forma homogênea. Esta limitação também é reconhecida por Leiper (1990) na análise que faz à investigação de Lew (1987), ao destacar como equivocadas as reflexões feitas por este autor

que considera o comportamento e as motivações dos turistas como únicas. Pese a existência da crítica, a análise feita por Lew (1987) afigura-se como bastante pertinente e foi utilizada por nós na parte empírica desta tese.

Outra contribuição teórica sobre atrativo é proposta por Gunn (1997), que parte da ideia de que o que há em comum na diversidade dos lugares onde estão os atrativos turísticos é o apelo ao “não residencial” destes lugares. Isto significa considerar a proposta dos atrativos numa perspetiva de experiência temporária e não permanente. Outro aspeto refere-se ao facto de as viagens serem, na maior parte dos casos, intencionais e não serem aleatórias, o que dificulta, no entendimento deste geógrafo, a classificação dos atrativos, já que há um número considerável e diversificado de motivações para as viagens. Por estas razões, fundamentado na utilidade, propõe a divisão dos atrativos em duas classes: os atrativos de circuitos turísticos e os que estão relacionadas com estadas mais longas. O Quadro 2, proposto por Gunn (1987), identifica alguns tipos de atrativos permitindo exemplificar estas duas classificações.

Quadro 2 - Classificação do atrativo tendo por base a duração da estada

Atrativos de circuitos turísticos	Atrativos de estadas mais longas
<p>Áreas cénicas na estrada            Excelentes áreas naturais            Áreas de <i>camping</i>            Área de turismo aquático            Casas de amigos ou de parentes            Santuários e lugares culturais            Locais de alimentação e de entretenimento            Edifícios e lugares históricos            Áreas étnicas            Áreas comerciais            Locais de artesanato e de folclore</p>	<p><i>Resorts</i>            Áreas de <i>camping</i>            Áreas de caça e de desportos aquáticos            Organização de áreas de acampamento            Complexos de casas de férias            Locais para festivais e eventos            Convenção e locais de reunião  <i>Gaming centers</i> (Locais de jogos)            Complexos desportivos            Centros comerciais            Centros de ciência e tecnologia            Parques temáticos</p>

Fonte: Traduzido de Gunn, 1997.

Os circuitos referem-se aos atrativos que podem ser visitados numa visita e num tempo curto. No circuito, o visitante geralmente tem um único contacto com o atrativo, e no período de um dia pode visitar vários atrativos. Já as estadas mais longas pressupõem acesso a alguns atrativos por sucessivas vezes, como nadar ou caminhar numa praia. A razão para conceber os atrativos nesta perspetiva

justifica-se pela natureza do planeamento e desenvolvimento dos atrativos que requererem recursos, organização e operações diferenciadas (Gunn, 1997).

### **2.4.3. O Sistema de Atrativos Turísticos e a desnaturalização da ideia da atratividade**

#### **2.4.3.1. O Sistema de Atrativos Turísticos**

O atrativo turístico está estruturado a partir de três elementos: o turista, a visão e o marcador (MacCannell, 2017). Este conceito de atrativo turístico concede-nos elementos para desnaturalizar a ideia da metáfora da atratividade vinculada ao atrativo e que é recorrente nos conceitos de atrativos turísticos de vários autores (Lew, 1987; Walsh-Heron e Stevens, 1990; Gunn, 1997; Weaver e Lawton, 2010). Para elucidar esta constatação da atratividade, ressaltamos o conceito de Lew (1987, p. s/n), que considera o atrativo como *the main power that drives tourism everywhere*. Esta expressão carrega o entendimento de que o atrativo turístico tem o poder de atrair os visitantes, como se este poder fosse intrínseco ao “objeto”. O uso indevido da metáfora no âmbito académico é contestado por Leiper (1990), que avalia como superficial a definição do atrativo turístico como algo que atraia alguém, uma vez que não há força metafísica no objeto do atrativo, e ocultando o entendimento mais aprofundado deste tema.

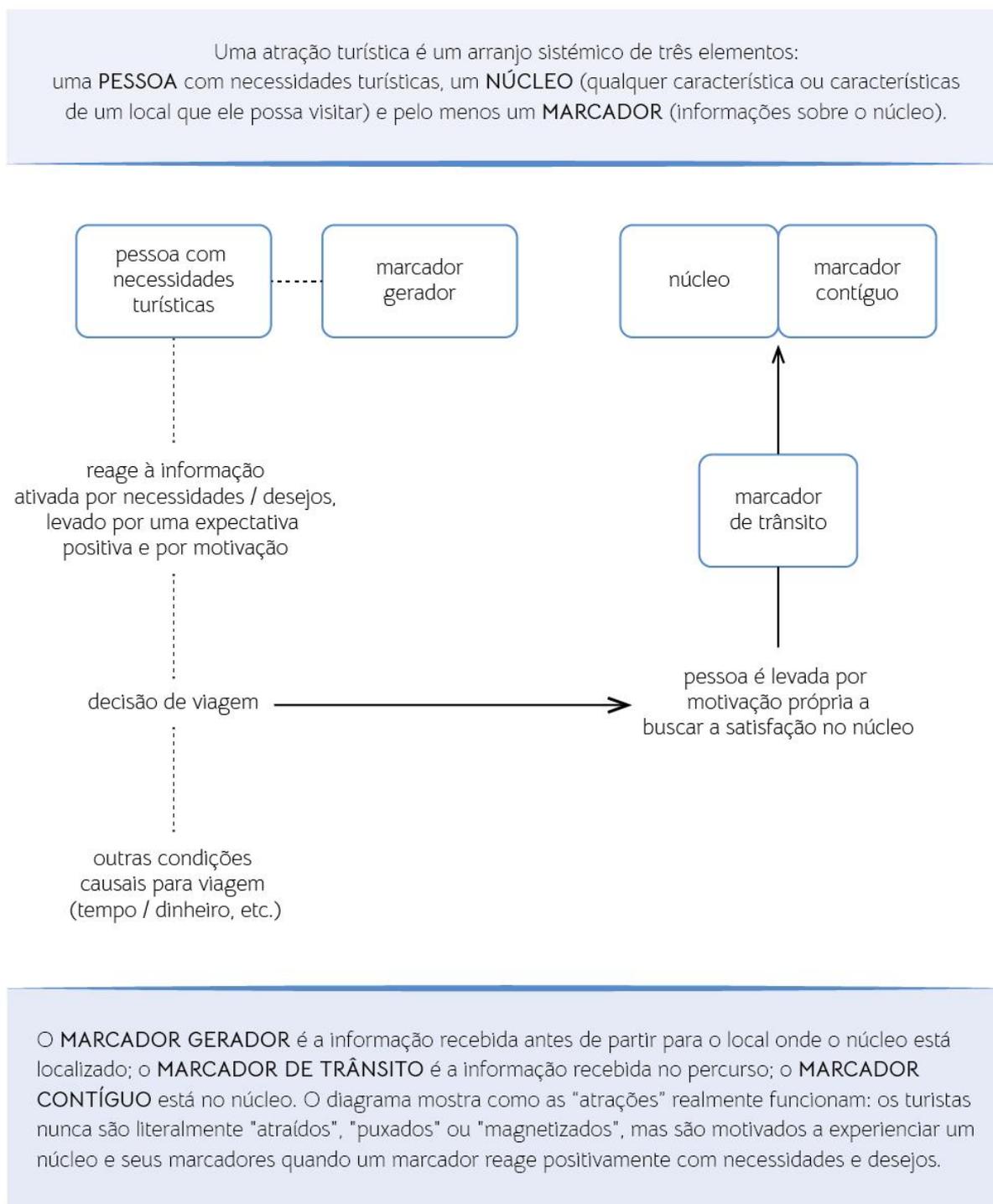
Realizando uma análise sintática da língua classificamos a expressão “atrativo turístico” como composta por dois vocábulos, sendo “atrativo” um substantivo que é adjetivado pelo termo “turístico”. Brown (1996, citado por Edelheim, 2015) designa o vocábulo “atrativo” como um *substantivo abstrato reificado* que não existe como tal, que foi trazido à existência. A reificação do atrativo decorre de estratégias narrativas que quando analisadas revelam que o atrativo é uma abstração, não um objeto.

A estrutura do atrativo e as reflexões decorrentes da proposta feita por MacCannell (2017) trazem, no nosso entendimento, um contributo fundamental para a teoria dos atrativos turísticos. Entre outros aspetos, como veremos, a dimensão representacional do atrativo é explicitada no elemento marcador, proposto por este antropólogo, apesar de não ser analisada por Leiper (1990) de forma a correlacionar o marcador à representação sociocultural do atrativo. Mas na nossa leitura sobre o Sistema de Atrativos Turísticos, conseguimos perceber que a inserção do marcador vinca a ideia de que o atrativo é fruto de uma construção sociocultural, tendo apenas raras exceções de atrativos que conseguem por si só refletir o seu esplendor sem a necessidade de marcadores. Por esta razão corrobora a ideia de que é indevido o uso da metáfora do atrativo como um atributo da coisa em si

e o seu poder de influenciar o comportamento de alguém por um aspeto que lhe é próprio (Leiper, 1990).

A partir da análise semiótica das atrações proposta por MacCannell (2017) e de estudos sobre atrativos desenvolvidos por outros investigadores, Leiper (1990) propõe um sistema de atrativos turísticos. Ratifica os elementos constitutivos do atrativo identificados por MacCannell (2017), mas substitui a visão por núcleo. Fundamenta a sua perspetiva nas ideias de Gunn (1972, citado por Leiper, 1990), que considera a existência de atrativos não vinculados ao turismo, e na sua teoria usa o termo núcleo para designar o componente central do atrativo que pode ser qualquer atributo de um lugar, podendo referir-se a um objeto, a um evento, ou a uma pessoa. Fica então entendido o atrativo turístico como sendo um sistema composto por três elementos integrados conceitualmente e constitutivos por: um elemento turístico ou humano, um núcleo ou elemento central e um marcador ou elemento informativo (Leiper, 1990). A Figura 7 proposta pelo próprio Leiper (1990) procura sintetizar esta ideia.

Figura 7 - Modelo de Atrativo Turístico proposto por Leiper (1990)



Fonte: Traduzido de Leiper (1990).

Veremos a seguir, de forma detalhada e em diálogo com outros autores, cada um dos elementos que compõem o Sistema de Atrativos Turísticos. Contudo, ponderamos que o conceito de atrativo turístico proposto por Leiper (1990) não se aplica a toda o tipo de turismo, uma vez que os

turistas frequentes, ou que visitam recorrentemente um mesmo destino não seguem o mesmo comportamento de turistas que visitam o destino pela primeira vez, que regra geral, para conhecer o destino, deixam-se guiar pelos atrativos turísticos. Além deste aspeto, há também que ser considerado o comportamento de turistas que visitam atrativos apenas por estatuto social (Leiper, 1990).

#### **2.4.3.2. O visitante, o turista e o residente**

Inicialmente identificámos a possibilidade de uma leitura dupla do conceito proposto para atrativo turístico no que diz respeito ao “elemento humano”. Na Figura 7 proposta por Leiper (1990), o elemento humano é especificado como o turista, estabelecendo deste modo o público do atrativo turístico. Já no corpo do texto do artigo, ao conceituar o atrativo turístico, o autor faz menção ao “turista ou elemento humano”, o que nos possibilitaria considerar que este elemento humano não estaria diretamente vinculado à ideia de turista, permitindo-nos entender o atrativo turístico também como um atrativo para residentes locais, ou para pessoas que o experienciem sem ter necessariamente que pernoitar no destino. Infelizmente, como veremos a seguir, esta não é a interpretação de Leiper (1990).

Na conceção sistémica de atrativos proposta por Leiper (1990), como foi mencionado no *item* anterior, há uma relação entre o ser humano, o núcleo e o marcador. No âmbito turístico, o ser humano pode referir-se ao sujeito que procura o lazer, um dos entendimentos de âmbito académico mencionada pelo autor, que relaciona o lazer ao turista. Todavia, apesar de reconhecer que na prática tanto o residente local como o turista podem usufruir da experiência junto do núcleo, o autor só considerada como atrativo turístico para o turista, pois para ele o residente, ao experienciar o atrativo, participa de uma vivência de lazer no lugar de origem (Leiper, 1990). Deste modo, o contexto do atrativo turístico é exclusivo ao turista, havendo, pelo menos, cinco constatações feitas por Leiper (1990) em relação ao turista em busca de experiência criativa ou recreativa: 1. a busca pelo lazer fora do seu espaço habitual, ou seja, fora do seu local de residência; 2. o núcleo como o espaço em que a experiência será vivida; 3. a necessidade e a capacidade de viajar depende de cada indivíduo; 4. a informação sobre o atrativo (marcador) é central pois é através dela que o vínculo entre a experiência pessoal que é procurada pelo turista é identificada com o núcleo do atrativo; 5. o processo não resulta necessariamente como o esperado, pois o sistema tem falhas.

Neste aspeto discordamos de Leiper (1990) e associamo-nos às reflexões propostas por Swarbrooke (2002), Leask (2010) e Edelheim (2015). Considerando que os conceitos de turista, visitante e viajante vão variando conforme quem os expressa, também identificamos que o atrativo

pode variar conforme a abordagem do investigador. Para os leigos, os turistas têm um sentido diferente dos abordados no contexto acadêmico, comercial, e para as definições técnicas usadas para fins estatísticos (Leiper, 2010). No âmbito da UNWTO (2010), a definição de turista, visitante e excursionista estão interligadas e são concebidas para atender a aspectos estatísticos. A publicação RIET (Recomendaciones Internacionales para Estadística de Turismo), na qual foi encontrada a definição aqui utilizada, é prova desta constatação. O visitante refere-se à pessoa que viaja para um destino que seja diferente do seu entorno habitual, com duração menor a um ano, podendo ser motivado por qualquer razão que não seja a de trabalhar para uma entidade no destino turístico. O turista, por sua vez, é o visitante que pernoita, e o excursionista aquele que realiza a visita sem pernoitar (UNWTO, 2010).

O conceito de visitante que adotamos na nossa investigação difere do proposto pela UNWTO (2010), concebida especificamente para fins estatísticos. Assim como Swarbrooke (2002), utilizaremos o termo “visitante” para nos referirmos à totalidade dos que têm uma relação empírica com os atrativos, podendo ser residentes locais ou viajantes, sejam eles turistas ou excursionistas.

Justificamos a nossa decisão com dois fundamentos. O primeiro deles refere-se à constatação de que os atrativos não estiveram sempre diretamente vinculados ao sistema turístico. Esta relação é recente e foi impulsionada com o turismo mais moderno (Swarbrooke, 2002). O atrativo, por ser um recurso próprio de um local, tanto pode motivar visitas de turistas como de residentes locais (Swarbrooke, 2002). O segundo aspecto está fundamentado na ideia de que os atrativos, bem como parte dos serviços turísticos (restaurante, parques, entretenimento), também atendem as populações locais ou, invertendo a lógica, os atrativos e serviços também atendem os turistas. O que assumimos é a correlação entre os turistas e residentes locais como públicos de uma série de ofertas de lazer, recreação e entretenimento.

O termo “atração de visitantes” (AV) é proposto por vários autores (*e.g.*, Swarbrooke, 2002; Hu e Wall, 2005; Leask, 2010). Swarbrooke (2002) considera inadequado o uso do termo “atrativo turístico”, uma vez que constatou na sua investigação que os visitantes que são motivados para visitar os atrativos não são na sua maioria turistas.

A atração de visitantes é definida como um recurso que pode ser tanto natural quando produzido pelo ser humano e que é desenvolvido para promover as visitas (Hu e Wall, 2005). A preferência pela expressão “atrativo de visitante” adotada por Leask (2010) acontece por lhe interessar- entender o papel do mercado das visitas que são diárias, assim como das visitas focadas no contexto daqueles visitantes que pernoitam no destino turístico.

Dentre as categorias de atração de visitantes, Leask (2010) identifica pelo menos sete categorias: parques (parques aquáticos, de diversão e temáticos), galerias e museus (arte, cultura, histórica, baseada em coleções, virtuais e abertos ao ar livre), naturais (jardins, parques nacionais, floresta), animais (safari, fazendas, zoológicos, aquários), centros de visitantes (cultural, industrial, transporte), lugares religiosos e património (castelos, fortes, casas históricas, centros de visitantes, monumentos, industrial, *dark*, arqueológico, militar e musical). Ao reconhecermos essas categorias percebemos o seu enquadramento tanto na motivação para visitas de turistas como para residentes locais.

Apesar de compreendermos a diferenciação proposta por Leiper (1990), entendemos que os atrativos, dependendo do público, poderão ser considerados atrativos turísticos, ou atrativos de visitantes. Adotaremos o termo atrativos turísticos por ser um termo genérico, amplamente utilizado, incorporando tanto o público composto por visitantes, sejam eles turistas ou excursionistas, bem como residentes locais. O termo visitante será utilizado para designar a totalidade do público, independente da razão da motivação da sua visita, reconhecendo também a possibilidade não apenas do tempo livre, para lazer ou turismo, como sugerido pelos autores referidos anteriormente, mas também as visitas motivadas por aspetos educacionais (Leask, 2010). No âmbito educacional, não nos referimos à aprendizagem decorrente das visitas feitas aos atrativos turísticos motivados pelo interesse do visitante, mas sobretudo às visitas incorporadas no contexto didático-pedagógico de instituições de ensino que, no contexto do Instituto Federal de Santa Catarina, é comumente denominado como *saída de campo* ou *visita técnica*. No âmbito educacional, os visitantes podem ser quer alunos residentes, como também podem ser alunos turistas que viajam em turismo pedagógico.

Deixamos também explícito que a nossa escolha em relação ao uso do termo “visitantes”, não está imbuída no desejo de diferenciar turistas/viajantes, sendo estes entendidos num contexto mais positivo e aqueles numa perspectiva pejorativa (Edelheim, 2015). A escolha em utilizar o termo “visitante” acontece por entendermos que os atrativos propostos no âmbito do Projeto Tekoá pretendiam ser imbuídos de uma proposta inclusiva e não restrita apenas ao âmbito turístico. Infelizmente, não temos tempo nem espaço neste estudo para fazermos um estudo mais aprofundado sobre ser turista na nossa própria cidade. Mas consideramos a possibilidade de experimentar aqueles lugares que nos são familiares de um modo diferenciado, ao experimentá-los com os olhos de turista como considera Edelheim (2015), possível de acontecer quando acompanhamos familiares e amigos para conhecer a nossa própria cidade.

### **2.4.3.3. O núcleo**

O núcleo da atração turística pode tornar-se num produto turístico a partir de duas abordagens: ou sendo concebido e adaptado para atender às necessidades e desejos dos visitantes, ou sendo projetado a partir do lugar e dos seus atributos. Estas formas de pensar o desenvolvimento do núcleo foram identificadas por Lew (1987) e apresentadas no *item 2.4.2.* deste capítulo. O núcleo pode ser concebido numa conceção cognitiva da atração, ou seja, tendo a experiência do turista como referência. Mas também pode ter uma proposta iconográfica, também denominada como formal por Leiper (1990), na qual o foco do desenvolvimento acontece a partir do ambiente.

Reconhecer no sistema de atrativos turísticos que a procura tem necessidades quando busca atrativos turísticos é considerar que ela não o faz somente em função do desejo de fuga da realidade, como proposto por Boorstin (citado por Richards, 2001). Ela também o faz para satisfazer as suas vontades. Contudo, a identificação de necessidades dos visitantes não é suficiente para a definição de atrativos, sendo os desejos mais adequados para este fim (Leiper, 1990). Como exemplo, podemos considerar que diferentes turistas que anseiam por descanso (necessidade) possam desejar alcançar a sua necessidade através de uma caminhada em ambientes naturais, ou estando numa pousada à beira-mar, ou num cruzeiro marítimo (diferentes desejos).

O núcleo abordado a partir da oferta refere-se aos atributos que há no local que na categorização proposta por Lew (1987) acontece a partir do ambiente, podendo referir-se ao ambiente natural (topografia, paisagem, fauna, flora), ambiente construído (paisagem urbana, edifícios, monumentos, sítios arqueológicos) ou ao ambiente sociocultural (*e.g.*, costumes, músicas, dança, culinárias, artefactos, coleções históricas), conforme representado na Figura 4.

Leiper (1990) reconhece a existência de três diferentes níveis de núcleo: o primário, o secundário e o terciário. O primário refere-se ao núcleo capaz de motivar a decisão de uma viagem. O secundário refere-se a um atributo que é conhecido antes da viagem. O aspeto terciário guarda consigo a possibilidade da descoberta por parte do turista, significando reconhecer que ele é descoberto no próprio destino. Este aspeto da descoberta, que só é possível nesta última categoria, é considerado por Leiper (1990) como um aspeto que pode ser positivo, tanto decorrente do prazer da descoberta, quanto da experiência vivenciada a partir dela.

Em relação ao núcleo há dois aspetos propostos no sistema de atrativos turísticos que nos parecem relevantes para o nosso estudo de caso. O primeiro aspeto tem relação com a distribuição espacial dos núcleos e o segundo aspeto refere-se ao seu agrupamento. Quanto à distribuição espacial, interessa-nos a constatação feita por Leiper (1990) de que o núcleo da atração turística não está numa

região emissora de turistas, pois pressupõe a deslocação do ambiente habitual. Segue a sua reflexão constatando que tanto os pontos turísticos, como museus, monumentos, quantos objetos, lugares específicos ou eventos são experienciados tanto por turistas quanto por moradores locais. Para os moradores locais torna-se ambiente de lazer na localidade de origem, e para os turistas motivo para realizar a visita.

O segundo aspeto refere-se à sacralização da vista proposta por MacCannell (2017) num processo que possui cinco etapas. A primeira delas é denominada de fase vocativa e acontece quando a visão é marcada. Para isso há a necessidade de distingui-la das restantes em função do reconhecimento de ser digna de preservação (MacCannell, 2017). Pode acontecer de forma dedutiva, ou seja, a partir de um modelo da atração, explicado anteriormente, ou indutivamente, a partir da observação empírica. Para que aconteça esta etapa há a necessidade prévia de autenticação do candidato à sacralização, ou seja, é realizada uma série de procedimentos desde o registo fotográfico profissional, até ao reconhecimento por especialistas que assegure tratar-se de um objeto com valores estéticos, históricos, monetários, recreativos e sociais (MacCannell, 2017). O enquadramento e a elevação são a segunda fase da sacralização da vista, ou seja, da sua “marcação”. O enquadramento diz respeito ao estabelecimento de limites em torno do objeto que pode acontecer tanto através da proteção como do enquadramento. Um exemplo de proteção é quando vidros são colocados para proteger o objeto, como é o caso de obras de artes específicas num museu ou numa igreja. O aperfeiçoamento do núcleo, por sua vez, coloca em evidência o objeto através, por exemplo, de efeitos de luzes. A terceira, quarta e a quinta e últimas etapas da sacralização referem-se respetivamente à consagração, à reprodução mecânica do objeto sagrado e, por fim, à sua reprodução social.

#### **2.4.3.4. O marcador**

O primeiro contacto que o turista tem com uma visão, ou núcleo, como Leiper (1990) denomina, não se dá através da relação corpórea, direta com ele. Este contacto tampouco decorre da deslocação do turista até ao destino turístico onde se encontra o núcleo. Acontece primeiramente através do relacionamento do turista com o marcador do núcleo, ou melhor, da sua representação (MacCannell, 2017). A informação sobre o núcleo (marcadores) é manifestada em forma de diários de viagem (hoje os blogues cumprem bem esse papel), livros, guias turísticos, são representadas em filmes, documentários, na literatura em geral, nas artes e são parte fundamental da atração turística. É a marcação do núcleo que lhe confere atratividade, quer dizer, lhe dá sentido, significado (MacCannell,

2017). Este autor considera que uma *vista*, ou um núcleo, na perspectiva de Leiper (1990), sem marcação pode passar despercebida entre os leigos.

Há duas categorias de marcadores: o marcador *com vista*, informações encontradas junto ao núcleo, e o marcador *sem vista*, referindo-se ao que está separado do núcleo (MacCannell, 2017). A partir desta ideia, Leiper (1990) incorpora no Sistema de Atrativos Turísticos a sugestão de três marcadores: os geradores, os de trânsito e os contíguos. O marcador gerador é aquele que está disponível e foi percebido antes da viagem. Tem como função influenciar na motivação, na seleção e no planeamento da viagem. O marcador em trânsito, por sua vez, por ser encontrado no caminho, no trânsito para o destino, pode motivar a inserção da visita, ou experiência não prevista inicialmente. Os *outdoors* com propaganda sobre serviços e atrativos disponíveis no destino turístico são exemplos de um marcador de trânsito. O marcador contíguo é encontrado junto ao núcleo ao qual se refere.

São identificadas cinco funções para os marcadores: identificar o núcleo, localizá-lo (mapas), gerar uma expectativa em relação à experiência, a recordação (fotografias) e a disseminação da experiência turística vivenciada (relatos das viagens) e, por fim, o significado da atração (Leiper, 1990). Sobre o significado do marcador, MacCannell (2017) evidencia a possibilidade de existir um núcleo, sem um marcador, mas com sentido estabelecido pelo visitante. Pode haver também mais um significado atribuído ao marcador do que à visão em si. Apesar de haver variações entre a relação dos componentes do atrativo, como evidenciado, Leiper (1990) considera que para que haja a conexão entre visitante e núcleo é necessário, pelo menos, um marcador.

Numa investigação direcionada para as atrações culturais desenvolvida entre 1999 e 2000, Richards (2002) analisou os dados derivados do Projeto de Pesquisa em Turismo Cultural da Associação de Turismo e Educação para o Lazer (ATLAS). Estes dados foram recolhidos a partir de 1992, tendo por base cerca de 6000 entrevistas feitas a turistas, primeiramente na Europa e em seguida abrangendo também a Ásia, a Austrália e a América do Norte (Richards, 2002). Este autor estudou o Sistema de Atrativos Turístico proposto por Leiper (1990). Decorreram das análises algumas constatações feitas pelo investigador que nos parece pertinente apresentar. A primeira refere-se à constatação de que, para os turistas entrevistados, os marcadores geradores são centrais para a tomada de decisão para realizar a viagem. Excetuam-se os turistas que estão em viagem por negócio, ou ainda em visita a amigos. Outro aspeto refere-se ao facto de que a maioria dos turistas entrevistados recolhe informações sobre o destino antes da realização da viagem, apesar de se ter constatado também que 2/3 visitam outros atrativos durante a sua permanência no destino (Richards, 2002).

Temos aqui a constatação da importância do marcador gerador, mas também dos marcadores de trânsito e no destino.

Do conjunto de implicações teóricas decorrentes dos resultados apresentados, Richards (2002) identificou que a partir do referido sistema foi possível reconhecer duas visões que caracterizam o consumo do turismo. Refere-se ao consumo tradicional da atração, no qual os turistas seguem as narrativas prescritivas, ou seja, definidoras daquilo que deve ou não ser visto, moldando, desta forma, a experiência turística. A outra visão de consumo do turismo tem relação com a *desdiferenciação* pós-moderna, na qual os turistas são responsáveis por construir a sua própria experiência, a partir dos diferentes elementos do sistema (Richards, 2002). Significa, portanto, constatar que, apesar de reconhecer que o turista é influenciado pelos marcadores presentes no sistema de atrativos turísticos, identifica que um “segundo olhar” também é feito pelo agente, interferindo deste modo no sistema de atrações turísticas. A existência de formas diferenciadas de perceber e experienciar a atração em relação à proposta pelo sistema é uma das lacunas que já havia sido identificada por Pearce (1992) e que foi reafirmada por Richards (2002), uma vez que os sentidos que os turistas dão ao atrativo não foram considerados na estrutura do sistema de atrativos turísticos proposto por Leiper (1990).

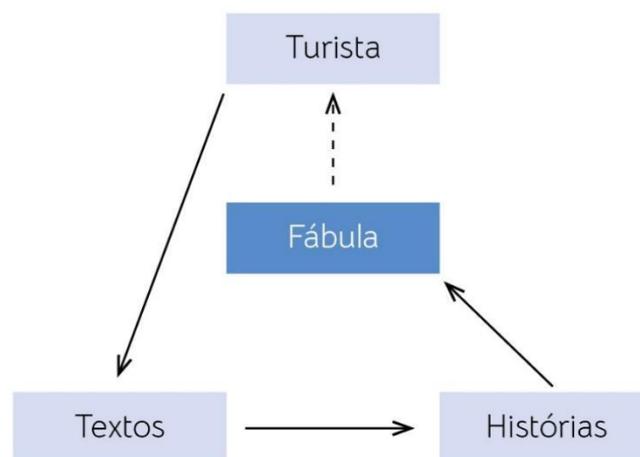
Identificamos um avanço considerável entre a ideia da atração inerente ao atrativo (Lew, 1987) e a proposta feita por Leiper (1990) ao reconhecer no atrativo a relação entre o visitante, o núcleo e o marcador. Contudo, reconhecemos mais um avanço incorporado ao Sistema de Atrativos Turísticos que apresentámos até aqui. Este terceiro avanço refere-se à proposta feita por Edelheim (2015) numa tentativa de superação das fraquezas do sistema apontado por Richards (2002) e Pearce (1998), por não considerar os diferentes sentidos dados pelos visitantes.

Diferentemente da visão estruturalista, a conceção pós-estrutural considera que o significado não é um atributo do objeto, não é estável, pelo contrário, ele está na mente de quem “lê”, de que o percebe. Para Edelheim (2015), os atrativos turísticos são como narrativas, que decorrem de retratos multidimensionais, num tempo específico, e que informam a audiência, no caso, os visitantes, sobre um recurso num determinado momento. Esta teoria parte da intenção de ver o sistema numa visão narrativa pós-estrutural, em que a atração é identificada como uma narrativa, que muda com o tempo, uma vez que o recurso também se altera, mas que se modifica também em função do narrador. Nesta abordagem, os atrativos turísticos são experienciados e percebidos de várias maneiras, sem haver um julgamento quanto à maneira certa ou errada de perceber, de vivenciar ou de entender o atrativo turístico. Neste entendimento, as atrações são percebidas como construções socioculturais, diferenciando-se do entendimento estruturalista para o qual as atrações são como “coisas”, as quais

não são correlacionadas com o processo de construção, de intervenção, de mudança do recurso. Uma mudança que provoca alteração no próprio recurso, para que possa ser gerido e consumido (Edelheim, 2015), sem colocar em evidência os interesses que subjazem ao processo.

O marcador e o turista, elementos do Sistema de Atrativos Turísticos propostos por Leiper (1990), são substituídos por narrativas na teoria proposta por Edelheim (2015) representada na Figura 8.

Figura 8 - A atração turística como uma narrativa



Fonte: Traduzido de Edelheim (2015).

As narrativas, por sua vez, são estruturadas por textos, histórias e fábulas de acordo com a teoria de Bal (1997, citado por Edelheim, 2015). O texto refere-se a toda a informação tangível, expressa através de filmes, figuras, escritos, sons, além das estruturas e das entidades que também informam o leitor de aspetos específicos. As histórias são construções abstratas formadas a partir dos textos. A fábula que também é abstrata refere-se à parte da memória da narrativa (Edelheim, 2015). O investigador proponente desta outra forma de entender o Sistema de Atrativos turísticos reconhece haver complexidade nesta linha que correlaciona turista, textos, histórias e fábulas. De acordo com o autor, a fábula é uma memória fluida, pois a partir do momento que os textos alteram, pelo simples acesso a outros textos, a outras informações sobre o AT, a fábula pode ser alterada.

O aspeto central nesta abordagem pós-estruturalista é que ela permite desvelar os significados dos Atrativos Turísticos como constructos socioculturais, revelando as estruturas de poder que o sustentam (Edelheim, 2015).

#### 2.4.4. As atrações no TBC: ideias iniciais

A caracterização da atração como *um produto de serviço* traz para o centro da proposta o aspecto comercial da atividade (Swarbrooke, 2002). Na oferta TBC, a atração requer ser compreendida não como produto, concebido e empacotado para a comercialização. Por ser estruturada na relação intersubjetiva entre anfitrião e visitante (Nunes e Menezes, 2018), é necessário ser concebida como um “processo”. Neste sentido, o atrativo não é o objetivo fim da experiência, mas um pretexto para a sua vivência.

Ao intencionarmos propor uma reinterpretação dos atrativos para o TBC, identificamos que um dos aspectos da diferenciação entre o sistema de atrativos do turismo hegemónico e dos atrativos do TBC está na constatação de que no turismo hegemónico há ausência de sentido dos atrativos para a vida vivida, a vida quotidiana dos residentes dos destinos turísticos. Não há relação entre o sentido dado pelos residentes e o atrativo turístico proposto no contexto do sistema turístico hegemónico. MacCannell (2017, p. 19) considera que os atrativos se caracterizam como *elementos extraídos de sus contextos naturales, históricos y culturales originales acompañan a otros objetos y personas igualmente desplazados o modernizados*. Há a alienação do sentido tanto por parte dos residentes, quanto por parte dos turistas. Entendemos que é por esta razão que os atrativos TBC devem ser identificados pela comunidade TBC, cujo sentido deve ser dado a partir da relação de interioridade de lugar consciente dos que vivem no lugar. É a partir desses sentidos, dos significados dados pela comunidade TBC, que a relação com o visitante se estrutura.

Outro aspeto característico do atrativo turístico hegemónico refere-se à experiência turística. A experiência turística acontece numa relação superficial com o atrativo e, regra geral, gera incapacidade de compreender o que está a ser visto. MacCannell (2017) atesta a incapacidade do turista de perceber o que vê e correlacionar com a estrutura social, considerando a maneira como a experiência turística está estruturada. O paradoxo existente nessa constatação é o facto de que no senso comum acredita-se que é a partir da experiência decorrente da vivência turística que o visitante compreenderá as especificidades da cultura da sociedade visitada. O turista considera ainda que o facto de ter visto o objeto é a comprovação da sua não alienação da sociedade (MacCannell, 2017). Em realidade, a alienação do turista é relativa ao significado do que vê, uma vez que o significado está em detalhes que o turista não consegue perceber, detalhes estes que não se constituem como centro da proposta da estrutura da experiência turística (MacCannell, 2017). Nesta constatação está outro aspeto fundador dos atrativos para o TBC. O compromisso com o sentido, com as percepções da comunidade são aspetos diferenciadores na experiência turística proposta para o TBC. Por isso, a nossa proposta de

que a relação de interioridade consciente do lugar é condição precípua para caracterizar o anfitrião do TBC.

As representações dos atrativos turísticos no contexto moderno são carentes de autenticidade, pois o turista não consegue perceber além das fachadas (Cohen, 2005). Este autor faz alusão ao paradoxo do turismo que ao marcar uma localidade como destino turístico, e o que deve ser visto como atrações, altera a localidade. Essa alteração, por sua vez, faz com que haja a necessidade da representação da autenticidade, dissociada da vida real local, que passa despercebida pelo turista, que não consegue ir além das fachadas, parte do cenário da representação da autenticidade. Com a inserção do turismo de massas, a inserção da representação da “autenticidade” passa a fazer parte da localidade. Cohen (2005) considera ainda que, muitas vezes, os olhares e as leituras dos lugares são construídos a partir de atrações que não são genuínas, marcando ainda mais a alienação do turista caracterizada pela incapacidade do turista de perceber a vida como é vivida na localidade. Como o atrativo turístico do TBC deve ser proposto a partir da relação dos anfitriões com ele, a vida vivida pelo anfitrião é, de certa forma, parte do recurso do atrativo turístico do TBC, porque é desta relação que a narrativa do atrativo do TBC é estruturada. Além deste aspeto, a escala da oferta do TBC envolve um número reduzido de visitantes, para que a relação de diálogo e interação possa ser efetivada. Com isto acreditamos que o risco de “morte” da vida quotidiana das pessoas do lugar como característico do turismo de massas é bastante baixo, ou até mesmo inexistente.

Outro aspeto de diferenciação entre os atrativos do turismo de massas e o do TBC está relacionado com o número de visitantes. Swarbooke (2002) conceitua atrações como unidades ou locais específicos, ou áreas geográficas de pequena escala que sejam definidas e estejam acessíveis, e que motivam o deslocamento de um grande número de pessoas. Para ser uma atração, o número elevado de pessoas faz parte da base conceitual do referido autor. Mas se motivar poucos visitantes, deixa de ser uma atração? Consideramos que a atração para um grande coletivo reflete a compatibilidade e a aderência do atrativo à ideologia da representação social dominante. O TBC é uma forma alternativa ao turismo hegemônico o que se pressupõe que a sua abrangência seja reduzida, que a escala de visitantes seja outra. Neste sentido, o conceito, as atrações no TBC não se caracterizam pelo número de visitantes e da maximização do impacto económico da visita turística. Propor atrativos turísticos com número reduzido de visitantes preocupados com o impacto da visita ao lugar visitado está entre as caracterizações das atrações para o TBC. Isto significa considerar que o atrativo do TBC é justamente caracterizado por trabalhar como escala reduzida de visitas.

## 2.5. Síntese

Neste capítulo foram apresentados estudos sobre o lugar numa abordagem fenomenológica, que fundamentou a Geografia Humanista no início dos anos de 1970, e que permanece como objeto de estudo de investigações da Geografia, mas de forma interdisciplinar com outras áreas do conhecimento, estando entre elas o turismo, que nos interessa na nossa investigação.

A relação de interioridade de lugar foi identificada inicialmente por Relph (1976), e desde então muita coisa mudou, incluindo o entendimento do lugar percebido, que é agora concretizado de forma mais ampla e complexa. As ideias iniciais sobre a relação de interioridade de lugar foram aprofundadas, alteradas e até mesmo contestadas. Identificamo-nos com os investigadores que continuam a defender a existência da relação de interioridade de lugar, ainda que vivamos num mundo globalizado, marcado fortemente pela mobilidade, pela transitoriedade, pela fragmentação e pelo desenraizamento. O vínculo com o lugar tem no pertencimento uma das características mais marcantes. Identificamos haver convergência entre a relação de interioridade de lugar e a Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento que, respaldados no *homo situs*, estruturam uma maneira diferenciada de entender a realidade, ao contraporem-se ao *homo economicos*, idealizado nos discursos das teorias económicas. A partir da interface entre a ideia de interioridade de lugar e a Teoria do Sítio Simbólico de Pertencimento, premissa básica do Turismo de Base Comunitária, identificámos que os estudos sobre o lugar contribuem para uma melhor compreensão do papel estratégico do TBC. Pactuamos com a proposta da ação coletiva dos sujeitos que possuem uma relação de interioridade, tanto empática quanto existencial, que colaboram para o aumento do vínculo com o lugar, e para a consciência desta relação de pertencimento. Nesta linha de raciocínio, o TBC pode ser percebido como uma estratégia de envolvimento coletivo para o aumento do vínculo com o lugar. A relação de pertencimento com o lugar também se pode constituir como um parâmetro na identificação dos anfitriões do TBC em ambientes urbanos.

Entendemos que o destino turístico deve refletir, sobretudo, a existência de variados lugares, a partir da proposta de diferentes narrativas decorrentes dos atrativos turísticos que possam ser propostos para o destino. Os atrativos turísticos foram entendidos como construções socioculturais, como evidenciado na abordagem pós-estruturalista do Sistema de Atrativos Turístico. O sistema foi proposto inicialmente por Leiper (1990), a partir da semiótica da atração desenvolvida por MacCannell (2017), mas é na interpretação do sistema feita por Edelheim (2015) que há uma abordagem sociocultural evidenciada na definição de todo o atrativo. Para que haja diversidade de narrativas, ou seja, de atrativos turísticos, é necessário dar voz à compreensão de diferentes grupos sociais e às suas

formas de perceber e ler a realidade. Numa proposta de prática alternativa de turismo, consideramos que é a partir do sentido de pertencimento dos lugares que se propõem os atrativos turísticos no TBC, como uma estratégia de constituição e/ou fortalecimento de comunidades, e de aumento da relação de vínculo com o lugar. Reforça-se com isso o preceito do TBC quanto ao protagonismo dos sujeitos que compõem o coletivo, sujeitos estes que são identificados por assumirem uma relação existencial ou empática com o lugar e que constituem a comunidade TBC. Este é, na nossa proposta, o parâmetro para a identificação dos anfitriões do TBC, que nesta proposta alternativa, passam a protagonizar a recepção ao visitante.

No próximo capítulo, apresentamos os aspectos metodológicos da componente empírica da nossa investigação, que objetiva investigar a relação de lugar e a definição dos atrativos turísticos em contextos concretos, a partir do estudo de caso do TBC em Florianópolis.

## **Capítulo 3**

### **Metodologia de investigação e caracterização do estudo de caso**

### **3.1. Nota Introdutória**

Neste capítulo apresentamos a escolha metodológica que estrutura o caminho percorrido para a construção da parte empírica do nosso estudo, com base nos referenciais teóricos apresentados nos Capítulos 1 e 2. É destacada a nossa opção em desenvolver uma pesquisa qualitativa, a partir de um estudo de caso. Em seguida sistematizamos as fontes de dados (primárias e secundárias) e as técnicas de recolha usadas. A técnica mais importante utilizada foi o inquérito por entrevista aos anfitriões proponentes dos projetos e aos representantes das instituições parceiras. Também realizámos trabalho de campo em Florianópolis e que envolveu a observação e vivência das atividades turísticas propostas no âmbito dos projetos de TBC que integraram o nosso estudo.

As fontes secundárias são apresentadas mediante quadros que sistematizam a informação referente à natureza dos dados, o seu objetivo, os procedimentos e a data de realização da recolha da informação. Apresentamos também um quadro com a base de dados dos blogues sobre o turismo em Florianópolis. Por fim, expomos as técnicas empregadas na análise de conteúdo e a interpretação dos dados.

### **3.2. Opções metodológicas**

A nossa investigação centra-se nos anfitriões proponentes das ofertas de TBC em Florianópolis e nos atrativos turísticos por eles propostos. Por esta razão, o que esta pesquisa tem de mais primoroso são os seus interlocutores, os cocriadores desta tese, pois são os proponentes e idealizadores de propostas diferenciadas de ofertas turísticas associadas à valorização do património ambiental e cultural de Florianópolis.

Os projetos de TBC distinguem-se das restantes ofertas de turismo existentes em Florianópolis por estarem inseridas num modelo do tipo *bottom-up*, de base endógena. Estes interlocutores têm em comum um envolvimento com os lugares, aos quais sentem pertencer e em relação aos quais desenvolvem uma relação de responsabilidade. A nossa proposta nesta investigação foi entender este envolvimento e a sua correlação com os atrativos turísticos. Por esta razão optámos por desenvolver uma pesquisa de cariz sobretudo qualitativa, uma vez que nos interessa especialmente entender os seus significados relativamente a projetos de TBC, nomeadamente no que diz respeito à seleção dos atrativos turísticos.

A escolha do enfoque qualitativo acontece também porque corroboramos da ideia de que os significados para os participantes estão presentes na experiência vivida, sentida e experimentada por

eles (Merriam, 1998; Lune e Berg, 2017, Killion e Fisher, 2018). Estes significados decorreram das análises feitas usando diversas fontes de dados, apresentadas no próximo *item*, e mediadas pelas nossas percepções, no papel que assumimos como investigadora. O conhecimento foi produzido a partir de um modo de investigação indutivo, sendo o significado e a compreensão do fenômeno apresentados nos Capítulos 5 e 6 da presente tese.

O estudo de caso é uma das abordagens da pesquisa qualitativa. O *caso* é entendido como o foco do plano de investigação do estudo de caso (Merriam, 1998; Steak, 2003; Yazan e Vasconcelos, 2016; Coutinho, 2018). É uma abordagem metodológica cujo plano de investigação acontece a partir do estudo intensivo e detalhado do fenômeno que, na nossa investigação, refere-se aos atrativos turísticos do TBC em Florianópolis, especificamente na correlação com o anfitrião e a sua relação com os lugares de pertença.

O nosso caso está relacionado com um fenômeno no seu contexto da vida real (Yin, 2001), mais concretamente, os projetos de TBC em Florianópolis. A escolha por este estudo de caso dá-se a partir da nossa decisão em contribuir com as reflexões teóricas a partir de vivências práticas sobre a proposta de outra prática de turismo, nomeadamente o Turismo de Base Comunitária. A opção pelo TBC como alternativa de prática turística foi adotada anteriormente à iniciativa do doutoramento, pelo compromisso assumido em 2016 com os projetos de extensão desenvolvidos no Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) em parceria com associações e instituições público-privadas. O nosso compromisso em contribuir com o TBC reafirmou-se com a nossa escolha em investigar essa temática e com o compromisso assumido ao ser convidada e ter aceitado fazer parte da Rede TBC Floripa, em agosto de 2019.

Inicialmente a nossa relação com o TBC em Florianópolis estava associada a três projetos apoiados por instituições federais. Referimo-nos ao Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), no qual desempenhamos funções de docente desde 1997, e o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). O IFSC é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação sendo responsável pela oferta de educação superior, básica e profissional e pela realização de pesquisa e extensão. Por seu turno, o ICMBio está vinculado ao Ministério do Meio Ambiente que, dentre outras funções é responsável pela preservação e conservação da biodiversidade nas Unidades de Conservação Nacionais. Apesar desta relação com alguns dos projetos de TBC em Florianópolis, o nosso estudo de caso configura-se como instrumental, pois tencionamos obter informação sobre os

aspectos que caracterizam os anfitriões e a sua relação com a proposta dos atrativos turísticos dos projetos.

### 3.3.0 estudo de caso: os projetos da Rede TBC Floripa

Faz parte do nosso universo de estudo a totalidade dos projetos que integram a Rede de Turismo de Base Comunitária de Florianópolis. A Rede TBC Floripa corresponde a um coletivo não formal constituída por proponentes de projetos de TBC e instituições que o apoiam. O primeiro encontro que culminou na constituição da Rede TBC Floripa, aconteceu no dia 21.08.2019, com o evento intitulado *Encontro Turismo de Base Comunitária, Florianópolis, Compartilhando Experiências* (Figura 9). Os proponentes deste evento foram Alexandre Basso, membro do Espaço Imaginário, Flora Nunes, integrante do Coletivo UC da Ilha, Daniele Gelbcke, técnica da Acolhida na Colônia, Laci Santin, técnica da RESEX do Pirajubaé/ ICMBio e Carolina Alvite, representante do Centro Nacional de Pesquisa e Conservação da Socio Biodiversidade Associada aos Povos e Comunidades Tradicionais, do ICMBio.

Figura 9 - Convite do evento que resultou na formação da Rede TBC Floripa



Fonte: disponibilizado por Flora Nunes, Coletivo UC da Ilha, aquando da entrevista realizada em 31/08/2020.

Para este evento, foi convidada Mercês Parente, que veio a Santa Catarina para as comemorações alusivas aos 20 anos do projeto Acolhida na Colônia (projeto referenciado no Capítulo 1 da presente tese). Mercês Parente é uma entusiasta do Turismo de Base Comunitária (TBC), e corresponsável pelo fortalecimento da proposta do turismo no contexto da Acolhida na Colônia, através do Plano Nacional de Municipalização do Turismo, uma vez que esteve a trabalhar no Ministério do Turismo neste contexto (Guzzatti, 2019). Compartilhou as experiências bem-sucedidas de TBC no contexto brasileiro. Houve também a socialização das iniciativas de TBC local, através da apresentação dos participantes do evento. A intenção do encontro foi a de fortalecer estes projetos locais com a criação da Rede de TBC Floripa (Entrevista realizada a Flora Nunes, 31/08/2020).

O segundo encontro dos projetos e parceiros do TBC aconteceu no dia 19/08/2020, nove meses depois do inicialmente previsto, em decorrência da pandemia de COVID-19. Desde então a Rede tem vindo a estruturar-se, ocorrendo o acompanhamento dos projetos e debates sobre o TBC nos encontros periódicos e virtuais. Um dos seus primeiros desafios foi a proposta de uma minuta de Política Pública para o TBC iniciada à escala municipal.

Foi a partir do segundo encontro da Rede TBC Floripa que a signatária da presente tese passou a integrá-la, a convite de um dos seus proponentes, devido ao nosso doutoramento relativo à temática do TBC e à nossa participação, no IFSC, em projetos de extensão de TBC. Até à nossa integração na Rede, conhecíamos apenas três projetos que desenvolviam o TBC em Florianópolis: o RESEX Pirajubaé, o Tekoá Pirá e o Tekoá Taguá. A partir daí o nosso espectro de projetos ampliou-se e incorporámos, além dos três projetos, outros cinco projetos (consultar Quadro 3 do presente capítulo).

### **3.4. As fontes de investigação**

Para o nosso estudo de caso utilizámos fontes primárias e fontes secundárias. Parte das fontes primárias foram recolhidas em espaços virtuais, a partir da interação com imagem e som mediada pelo computador e utilizando aplicativos que o permitiram.

Outra parte de produção das fontes primárias aconteceu através do trabalho de campo, realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020, em Florianópolis. É importante, contudo, salientar que foi realizado no contexto da pandemia causada pelo SARS-CoV-2, conhecida mundialmente como COVID-19 e assim designada oficialmente pela Organização Mundial de Saúde (OMS). As recomendações da OMS e as medidas restritivas implementadas desde março de 2020 e

que estavam em vigor durante o período de estudo de campo impactaram nossa investigação. As limitações que sofremos em função da pandemia são destacadas no decorrer desse capítulo.

### 3.4.1. Fontes Primárias

A Figura 10 sistematiza as características das fontes primárias utilizadas na nossa investigação.

Figura 10 - Sistematização das fontes primárias da investigação

---

<p><b>Inquérito por entrevista exploratória realizada a anfitriões dos projetos de TBC do Tekoá Pirá, Tekoá Tagua e Pirajubaé</b></p> <p>Entrevista aos anfitriões proponentes dos projetos já conhecidos.</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Identificar a origem dos projetos e aspetos considerados pelos anfitriões de maior relevância.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS</b></p> <p>Entrevista não estruturada, em ambiente virtual. Procedeu-se à gravação e posteriormente à sua transcrição.</p> <p><b>DATAS</b></p> <p>Abril e maio de 2020.</p>
<p><b>Inquérito por entrevista semiestruturada realizada aos anfitriões dos cinco mais recentes projetos</b></p> <p>Entrevista aos anfitriões proponentes dos cinco mais recentes projetos de TBC de Florianópolis.</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Realizar um levantamento preliminar sobre os projetos TBC, identificando a sua origem, as razões que motivaram o seu surgimento e a caracterização das atividades. Identificar ainda a finalidade da existência do projeto.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS</b></p> <p>Inquéritos realizados via <i>Google Meet</i> ou chamada de vídeo/voz via <i>Whatsapp</i>. Procedeu-se à gravação e posteriormente à sua transcrição.</p> <p><b>DATAS</b></p> <p>Maio a setembro de 2020.</p>
<p><b>Inquérito por entrevista semiestruturada aplicada aos representantes das instituições parceiras</b></p> <p>Entrevista aos representantes das três instituições que apoiam parte dos projetos do TBC em Florianópolis.</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Caracterizar a natureza do apoio concedido pela instituição e identificar as perceções dos parceiros sobre a natureza das atividades desenvolvidas nos projetos ou iniciativas.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS</b></p> <p>Inquéritos realizados via <i>Google Meet</i> e presencialmente. Procedeu-se à gravação e posteriormente à sua transcrição.</p> <p><b>DATAS</b></p> <p>Novembro de 2020.</p>

---

Figura 10 - Sistematização das fontes primárias da investigação (conclusão)

---

**Centros de Atendimento ao Turista (CAT)**

Visita aos centros de atendimento aos turistas, incluindo uma ida *in loco* ao aeroporto, ao terminal de ônibus e ao Portal Turístico, abarcando desta forma os três principais modais de transporte de acesso à Ilha.

**OBJETIVO**

Recolher informação para a caracterização do turismo que é proposto ao turista na cidade de Florianópolis, elaborada pelos CAT da cidade.

**PROCEDIMENTOS**

Recolha de material publicitário impresso. Entrevista ao técnico dos CAT sobre os atrativos turísticos da cidade. Identificação, tanto junto ao técnico quanto nos materiais disponibilizados, dos idiomas em que a informação está disponível para os turistas.

**DATAS**

Novembro e dezembro de 2020.

---

**Acompanhar visitantes em atividades propostas nos projetos de TBC.**

Vivenciar experiências propostas nos projetos do TBC em Florianópolis, realizando atividades propostas nos oito projetos de TBC em Florianópolis.

**OBJETIVO**

Observação direta dos recursos turísticos identificados pelos anfitriões como potenciais atrativos, com o intuito de elaborar cartografia do circuito do TBC de Floripa.

**PROCEDIMENTOS**

Elaborar notas de campo, registo fotográfico e georreferenciar os projetos.

**DATAS**

Novembro e dezembro de 2020.

---

**Inquérito por entrevista semiestruturada aos anfitriões dos projetos de TBC.**

Aplicação de um inquérito por entrevista semiestruturada aos anfitriões dos oito projetos de TBC de Florianópolis.

**OBJETIVO**

Identificar os promotores e parceiros dos projetos. Caracterizar os atrativos turísticos do projeto a partir dos elementos do Sistema de AT (Leiper, 1990): o público, o marcador e o núcleo.

**PROCEDIMENTOS**

Utilização de uma grelha que caracteriza o coletivo que compõe o projeto, e elementos relativos aos atrativos turísticos.

**DATAS**

Novembro e dezembro de 2020.

---

Fonte: Elaboração própria.

### **3.4.1.1. Inquérito por entrevista aos anfitriões dos projetos do TBC em Florianópolis**

O nosso estudo de caso é caracterizado como um estudo de caso coletivo (Stake, 2003), uma vez que tivemos, inicialmente, oito projetos de TBC para análise. A primeira entrevista com os anfitriões foi de cunho exploratório e estruturou-se de forma diferenciada. Para os projetos que já estávamos a acompanhar e conhecíamos realizamos uma entrevista não estruturada. A questão motivadora que foi proposta aos anfitriões entrevistados, está relacionada com o surgimento do projeto de visitação estando em sintonia com os nossos objetivos, *i.e.*, o de caracterizar os nossos anfitriões e o de identificar aspetos que nos auxiliassem a reconhecer quem é o anfitrião do TBC em Florianópolis.

Os outros cinco projetos que passamos a conhecer face a iniciativa da constituição da Rede TBC Floripa, foram caracterizados inicialmente através de inquéritos por entrevista semiestruturada com os anfitriões proponentes, tendo sido a entrevista guiada por questões que nos permitiram ter uma ideia inicial sobre os projetos. Estas questões referiram-se a seis aspetos: o surgimento da iniciativa da visitação; quais os principais atrativos dessa visita e atividades propostas; qual a finalidade com o desenvolvimento dessas visitas; quem são as pessoas envolvidas para que as visitas e atividades aconteçam; se conhecem o turismo de base comunitária e o que significa para eles.

O segundo inquérito de entrevista semiestruturada aos anfitriões do TBC em Florianópolis, teve como objetivo identificar elementos que nos auxiliassem a compreender aspetos relativos aos promotores e aos parceiros dos projetos de TBC. Tencionámos também averiguar os atrativos turísticos dos projetos utilizando como elementos de referência o Sistema de Atrativos Turísticos definido por Leiper (1990). O instrumento utilizado no inquérito por entrevista (Anexo 1) está estruturado em 25 questões, que foram subdivididas em três grupos. O primeiro grupo refere-se às questões relativas ao contexto da proposta dos projetos e de iniciativas de TBC. No segundo grupo estão as questões relacionadas com os recursos turísticos e os atrativos turísticos, enquanto o último grupo se cinge a perguntas de carácter mais pessoal (*e.g.*, sexo, ano de nascimento, cidade em que nasceu, nível de instrução).

Antes da realização dos inquéritos por entrevista aos anfitriões do TBC em Florianópolis foi aplicado um pré-teste, permitindo um ensaio do questionário a pequena escala, aplicado a pessoas em contextos semelhantes ao público do estudo de caso, e que não pertençam ao universo da investigação

empírica (Remoaldo, 2007; Turk e Uysal, 2017). Este, foi realizado a dois interlocutores com perfis diferenciados, mas ambos envolvidos com o TBC. Foi realizado:

- no dia 23/10/2020 a Francisco Júnior, representante de um dos projetos de Turismo de Base Comunitária mais renomados no Brasil (a Fundação Casa Grande – Memorial Homem Cariri), localizado na cidade de Nova Olinda, no sul do Ceará;

- no dia 26/10/2020 ao Professor Jakson Renner Rodrigues Soares, especialista em turismo comunitário, com pós-doutoramento nesta temática.

Tendo por base os contributos destes interlocutores readequamos o guião, reduzindo o número de perguntas a partir do agrupamento dos temas, além da inserção de uma questão sugerida pelo Professor Jakson Renner Rodrigues Soares a respeito dos conflitos ligados aos recursos turísticos. Com os ajustes realizados o tempo de resposta foi de aproximadamente uma hora.

No Quadro 3 apresentamos os oito projetos de TBC de Florianópolis que compõem a nossa amostra. Também identificamos os proponentes e as datas de realização do inquérito por entrevista de cariz exploratório e do inquérito por entrevista semiestruturada.

Quadro 3 - Elementos que caracterizam o inquérito por entrevista realizado aos anfitriões dos projetos e das iniciativas de TBC em Florianópolis

Projeto / Iniciativa	Anfitriões entrevistados	Inquérito por entrevista exploratória	Inquérito por entrevista semiestruturada
		Datas/Local	
Tekoá Pirá	Gisele Silvia Ramos e Roberta de Paula Brás	16/04/2020 <i>Google Meet</i>	02/12/2020 Presencial
Projeto Piloto TBC Pirajubaé	Alcir Firmino Martins	29/04/2020 <i>Google Meet</i>	03/12/2020 <i>Google Meet</i>
Tekoá Taguá	Eduardo de Campos	06/05/2020 <i>Google Meet</i>	11/11/2020 Presencial
Sítio e Café Hortêncio	Karlota Scotti	03/09/2020 <i>Google Meet</i>	17/11/2020 Presencial
Casarão Engenho dos Andrade	Cláudio Andrade	03/09/2020 Video chamada - <i>WhatsApp</i>	Não foi realizada
Sítio Florbela	Elaine Vargas Guimarães	05/09/2020 <i>Google Meet</i>	17/11/2020 Presencial
Chácara Clara Noite de Sol	Leilen Monti e Juliana Justo Conceição	09/09/2020 <i>Google Meet</i>	28/11/2020 Presencial
Condutor Ambiental das trilhas da Ilha de Santa Catarina - Mazinho	Ademar Alarício do Espírito Santo	30/09/2020 <i>Google Meet</i>	24/11/2020 <i>Google Meet</i>

Fonte: Elaboração própria.

#### **3.4.1.2. Inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras**

Os projetos de TBC em Florianópolis são também apoiados, parte deles, por instituições. Do conjunto destas instituições destaca-se o Instituto Federal de Santa Catarina, o Instituto Chico Mendes da Biodiversidade e a Acolhida na Colônia. Cada uma delas será caracterizada no Capítulo 6. A intenção da realização das entrevistas aos representantes das instituições parceiras foi a de caracterizar a natureza do apoio concedido pela Instituição, como este apoio se efetiva e aspetos potenciadores e limitantes dos projetos e atividades na sua perspetiva. O guião continha 12 perguntas (Anexo 2) englobando questões sobre o conceito de TBC, a caracterização da parceria, os desafios e potencialidades do projeto, a caracterização do recurso turístico proposto e as ações para a sua proteção. Por fim, foram feitas perguntas de identificação do inquirido (*e.g.*, nome, idade, instituição representada, cargo/função, nível de instrução).

Quadro 4 - Elementos que caracterizam o inquérito por entrevista realizado aos representantes das instituições parceiras

<b>Projeto / Iniciativa</b>	<b>Instituição Parceiras</b>	<b>Representantes</b>	<b>Data/Local</b>
Comunidade Tekoá: projetos Tekoá Pirá e Tekoá Taguá	IFSC	Claudia Hickenbick	12/11/2020 Presencial
Projeto Piloto TBC Pirajubaé	ICMBio	Membros do Grupo de Trabalho do Turismo do ICMBio:  Carolina M. C. Alvite Graciela Fernandes  Laci Santin  Liz Ribas	24/11/2020 <i>Google Meet</i>
Sítio e Café Hortêncio Sítio Florbela	Acolhida na Colônia	Lucilene Assing	16/11/2020 Presencial
Casarão Engenho dos Andrade	Não existe	Não existe	—
Chácara Clara Noite de Sol	Não existe	Não existe	—
Mazinho	Não existe	Não existe	—

Fonte: elaboração própria.

Dos oito projetos considerados, em cinco deles há parceria formal com instituições que apoiam os mesmos. A natureza da parceria tem estruturas e propostas diferenciadas, como veremos na análise dos dados decorrentes das entrevistas realizadas e que serão apresentados no Capítulo 5.

O pré-teste do guião de entrevista foi realizado no dia 04/11/2020. A entrevista aconteceu com Juliani Brignoli Walotek, Professora do Instituto Federal de Santa Catarina no campus Garopaba, e que é especialista da área do turismo. Representa o IFSC no projeto de Turismo de Base Comunitária chamado Tobterra, que se refere ao turismo de observação de baleias a partir da terra, em parceria com a associação Costa Catarina. O pré-teste permitiu-nos avaliar a compreensão e a pertinência das questões que foram feitas a seguir aos representantes das instituições parceiras. Houve poucos ajustes, tendo-se procedido à clarificação de algumas questões apresentadas. O tempo necessário para a realização da entrevista foi de aproximadamente 20 minutos.

### **3.4.1.3. Trabalho de campo relacionado com os projetos de TBC em Florianópolis**

A observação, como técnica de recolha de informação, é uma estratégia própria do Estudo de Caso. Corroboramos com o entendimento de que a observação é um relato em primeira mão da situação em estudo permitindo uma interpretação holística do fenómeno (Merriam, 1998). A observação no terreno precedeu ao segundo inquérito realizado aos anfitriões e aos representantes de instituições parceiras e caracteriza-se uma técnica complementar ao inquérito por entrevista semiestruturada. O nosso contato como visitante, tanto com os atrativos turísticos (núcleo e marcador) como com os anfitriões, foi estratégico, porque nos permitiu conhecer concretamente a oferta turística proposta. No contexto das vivências propostas pelos anfitriões foi possível observar através de um instrumento concebido para tal finalidade, alguns aspetos que nos permitiram identificar as fragilidades e as potencialidades dos atrativos turísticos propostos.

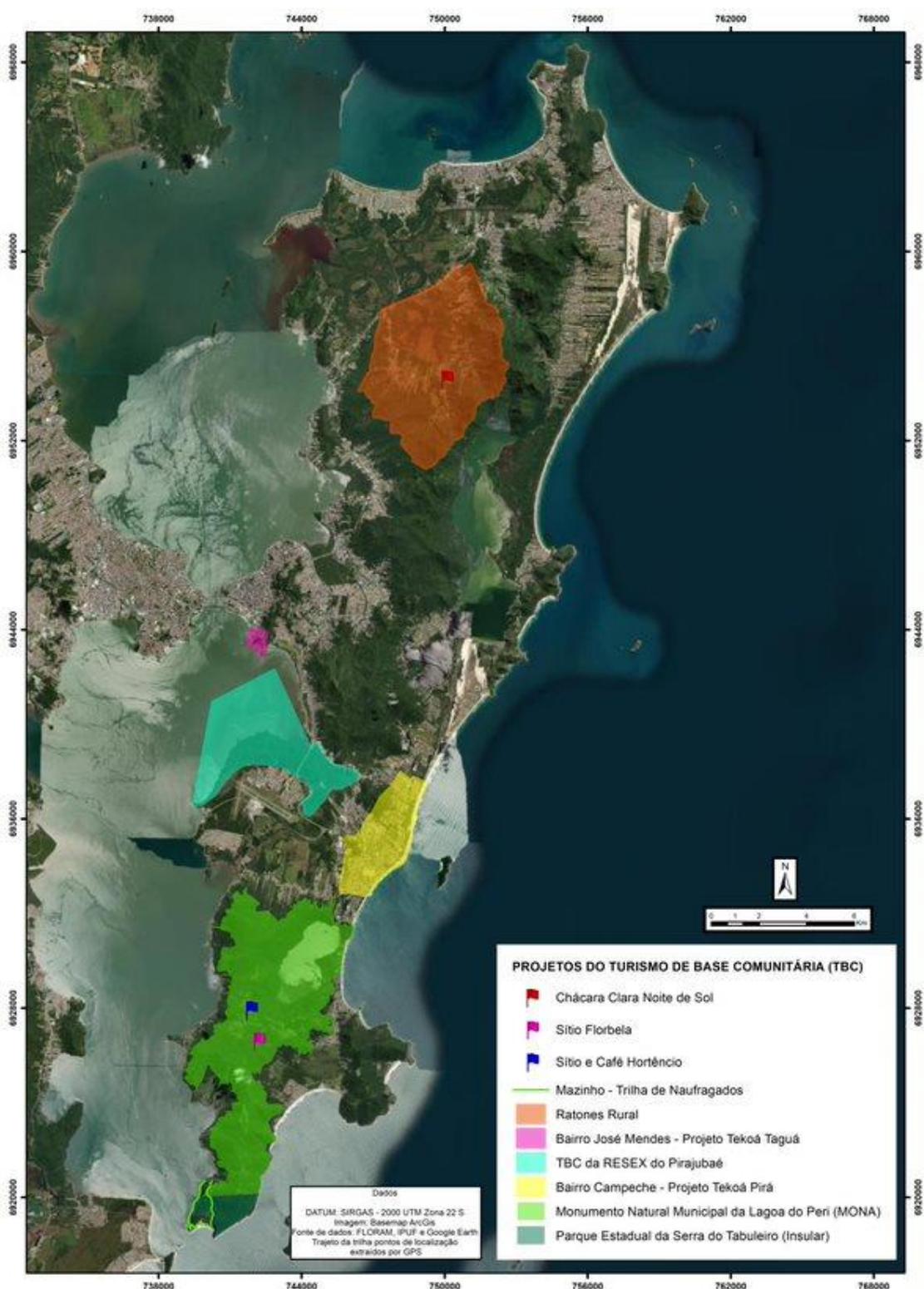
Com o intuito de obter dados a partir da observação *in loco*, optámos por realizar as visitas inserindo-nos em grupos de visitantes e realizando a observação a partir das atividades propostas pelas iniciativas e projetos de TBC de Florianópolis. Durante este período conseguimos realizar os roteiros e atividades em cinco dos oito projetos. Passámos um fim-de-semana no Sertão do Ribeirão, tendo um dia de atividades propostas pelo Sítio e Café Hortêncio, e outro dia com atividades sugeridas pelo Sítio Florbela, além de outras vivências propostas pelo coletivo que se está a estruturar em torno do TBC naquele lugar. Realizámos ainda um roteiro que integrou os projetos de TBC da RESEX do Pirajubaé com o projeto de TBC do Tekoá Taguá. Por fim, a participação também aconteceu no contexto da condução no trilho dos Naufragados, tendo como intérprete do percurso o condutor Mazinho. Em todas essas vivências, houve um protocolo estabelecido pelos ofertantes dos quais os participantes se comprometeram a seguir, face à sua execução acontecer no período *on-going* da pandemia de COVID-19.

Não foram realizadas vivências no contexto de visitas organizadas para grupos nos projetos do Engenho dos Andrade, no projeto Tekoá Pirá e no Sítio Clara Noite de Sol. A principal razão para a não realização de atividades nestes contextos aconteceu pelas restrições decorrentes da pandemia de COVID-19. Contudo, para atender ao propósito da observação desta investigação, consideramos os roteiros já realizados por nós, no Tekoá Pirá. No âmbito da Chácara Clara Noite de Sol, as anfitriãs mostraram-se disponíveis para nos receber para uma conversa, *in loco*, na propriedade, sobre as vivências realizadas. Promoveram uma visita às instalações da Chácara Clara Noite de Sol, o que nos

permitiu alcançar o objetivo com a observação *in loco*. Infelizmente a oferta proposta pelo Engenho dos Andrade será considerada parcialmente, uma vez que não temos a observação decorrente da vivência das atividades, já que não estavam previstas visitas para o mês de novembro e de dezembro de 2020, período que tínhamos disponível para o estudo de campo. Em relação ao Projeto Tekoá Pirá consideramos a vivência já realizada anteriormente, uma vez que somos elemento integrante do coletivo que apoiou o trabalho desenvolvido pelas anfitriãs deste projeto.

A Figura 11 identifica a localização geográfica da área de atuação dos projetos que compõe o nosso estudo de caso, e as instituições parceiras a eles associadas, quando for o caso.

Figura 11 – Localização dos projetos de TBC da Rede TBC Floripa



Fonte: Elaboração conjunta entre a autora da tese e Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da do trabalho de campo.

#### **3.4.1.4. Inquérito por entrevista aos técnicos dos Centros de Atendimento aos Turistas**

No contexto do planeamento da recolha de dados, prevíamos uma visita aos centros de atendimento aos turistas, incluindo uma ida *in loco* ao aeroporto, ao terminal de ônibus e ao Portal Turístico, abarcando, desta forma, os três principais modais de transporte de acesso à Ilha. O instrumento para o inquérito por entrevista semiestrutura aos técnicos dos CAT (Anexo 3) contém treze perguntas, sendo as dez primeiras referentes à informação solicitada e fornecida ao público que visita os CAT, e as três últimas de caráter pessoal (*e.g.*, nome, idade, nível de instrução).

Realizámos o pré-teste do guião de entrevista no Portal de Informação ao Turista (PIT) do município de Balneário de Camboriú, que é um dos principais destinos turísticos do Estado Catarinense e que se encontra a 86 km de Florianópolis. Após autorização da Secretaria Municipal de Turismo daquele município, órgão ao qual o PIT está associado, foi designado um técnico a quem realizámos o inquérito. O tempo de resposta às perguntas foi de 15 minutos, e a clareza e pertinência das questões puderam ser verificadas e não foi necessária a realização de ajustes no instrumento.

Em Florianópolis, os Centros de Atendimento ao Turista estão vinculados à Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico. Existem quatro centrais de atendimento. O CAT do Mercado Público e o CAT do Terminal Rodoviário Rita Maria (a principal entrada de ônibus intermunicipais, interestaduais e internacionais), estão localizados no Centro da cidade. O CAT Portal Turístico, na parte continental de Florianópolis, junto à cabeceira da Ponte Pedro Ivo Campos, e o CAT da Lagoa do Peri, na região sudeste da Ilha, junto ao Parque Municipal da Lagoa do Peri. Em decorrência da pandemia de COVID-19, não foi possível realizar esta etapa da pesquisa conforme será relatado no Capítulo 6.

### **3.4.2. Fontes Secundárias**

#### **3.4.2.1. Principais fontes utilizadas**

A sistematização das fontes secundárias utilizadas na nossa tese é apresentada neste *item*. A Figura 12 apresenta, de forma sintética, a caracterização das fontes, os objetivos e os procedimentos relacionados os mesmos.

Face aos problemas de restrição gerados com a pandemia de COVID-19, algumas recolhas não aconteceram conforme o previsto, como por exemplo, a recolha, nos CAT, dos materiais de

divulgação dos atrativos turísticos da cidade, em especial os *flyers*, impossibilitando a realização da análise dos dados conforme planejado inicialmente.

Figura 12 - Sistematização das fontes secundárias da investigação

---

<p><b>Website da Secretaria de Turismo do município e Centro de Atendimento ao Turista.</b></p> <p>Recolha e análise de informação sobre os atrativos turísticos da cidade propostos pelo órgão oficial no seu website e através do material promocional do turismo disponível nos Centros de Atendimento aos Turistas (CAT).</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Caracterizar os atrativos turísticos que são promovidos pelos órgãos oficiais institucionais governamentais.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS</b></p> <p>Recolha e análise do material promocional no site oficial de turismo da cidade de Florianópolis e do material promocional disponibilizado nos CAT.</p>
<p><b><i>Websites com blogues de viagem</i></b></p> <p>Recolha e análise de informação sobre os atrativos turísticos da cidade propostos pelos bloguistas de viagem.</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Consultar os blogues de viagem, que apresentem Florianópolis como destino turístico. Caracterizar as narrativas referentes aos atrativos turísticos propostos nos blogues de viagem.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS</b></p> <p>Identificar os núcleos das atrações e analisar as narrativas associadas a eles identificando as temáticas abordadas pelos bloggers.</p>
<p><b>Base Cartográfica ArcGis</b></p> <p>Elaboração de mapas.</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Construir os mapas de localização de Florianópolis, dos núcleos das atrações turísticas referenciadas nos blogues de viagem analisados e dos projetos de TBC na capital catarinense. Propor uma representação cartográfica associada aos núcleos das atrações dos projetos de TBC de Florianópolis.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS</b></p> <p>Os mapas foram elaborados no programa ArcMap – ArcGis.</p>
<p><b>Teses, artigos científicos, livros, capítulos de livros e websites</b></p> <p>Recolha de bibliografia relativo à temática abordada na investigação.</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Apresentar uma abordagem conceitual do Turismo de Base Comunitária, do lugar fenomenológico no âmbito da Geografia, e dos Atrativos Turísticos. Leitura.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS</b></p> <p>Consulta de livros, teses, artigos, revistas científicas, sites.</p>

---

Fonte: Elaboração própria.

Uma vez elaborado o referencial teórico da tese, que nos permitiu estruturar a base conceitual da investigação, realizámos a recolha de dados para a caracterização do contexto do turismo em Florianópolis. No conjunto destas fontes estão dados relativos a Florianópolis produzidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF), as bases cartográficas disponíveis pelo próprio IPUF, além de estudos publicados sobretudo em livros, artigos e teses.

Outra natureza de fonte secundária utilizada na nossa pesquisa foi a informação sobre a oferta turística da cidade de Florianópolis disponível na internet. A análise dos discursos presentes nos blogues e no *website* do órgão oficial de turismo, permitiu caracterizar os atrativos turísticos presentes na oferta turística de Florianópolis. Foi por esta razão que optámos por fazer uma análise de conteúdo das referidas fontes.

#### **3.4.2.2. *Websites* de blogues de viagem sobre Florianópolis e o *website* da Secretaria de Turismo da cidade de Florianópolis**

Ao optarmos por inserir os blogues de viagem sobre Florianópolis quisemos identificar como a cidade é apresentada ao internauta, quem produz a informação e qual é o vínculo (ligação à cidade) desse produtor. O nosso primeiro passo foi identificar a existência de blogues de viagem sobre Florianópolis. Fizemos a busca usando termos (*blogs, viagem, turismo, Florianópolis*), no motor de busca do *google.com*, que produziu aproximadamente de 13 700 000 de resultados. Nesta etapa percebemos que havia muita semelhança nos textos produzidos. Constituímos a nossa base de dados identificando os blogues de viagem a partir da consulta realizada no mês de outubro de 2020, uma vez que, à medida que são feitas novas publicações, os *sites* podem variar de ordem alterando o seu posicionamento na base de dados.

No âmbito da análise de conteúdo proposta por Bardin (2009) realizámos a pré-análise dos blogues. Na primeira etapa da pré-análise foi feita a leitura flutuante de diversos *sites* com o intuito de nos familiarizarmos com as linguagens utilizadas nos blogues e com os conteúdos por eles propostos. Identificámos os *sites* que seriam analisados e que passariam a compor a nossa base de dados. A nossa investigação cingiu-se aos oito primeiros blogues de viagem identificados na nossa procura, porque estes atendiam às regras de representatividade, de homogeneidade e de pertinência. Outra razão que nos fez escolher os oito primeiros blogues foi por entendermos que o utilizador,

normalmente, pesquisa os primeiros *sites*, e que as experiências mais recorrentes propostas aos visitantes que vêm a Florianópolis, estão ali representadas.

O Quadro 5 apresenta uma sistematização da informação desta base de dados, apresentando o endereço do blogue na internet, o nome do autor do blogue, o ano em que o blogue foi criado, a data de início do site (blogue), a data da nossa consulta e a identificação de outras ferramentas de difusão utilizadas pelos bloguistas.

Quadro 5 - Base de dados dos blogues sobre a oferta o turismo em Florianópolis

Código	Endereço do <i>blog</i>	Autor	Data de início do <i>site</i>	Data da Consulta	Em que línguas é disponibilizado?	Que outros tipos de difusão fazem de Florianópolis?
Bl.01	<a href="https://www.viaienaviagem.com/?s=Florian%C3%B3polis">https://www.viaienaviagem.com/?s=Florian%C3%B3polis</a>	Ricardo Freire	2004	09/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook, Twitter e Youtube.</i>
Bl.02	<a href="https://www.voltologo.net/viagem-a-florianopolis-dicas/">https://www.voltologo.net/viagem-a-florianopolis-dicas/</a>	Murilo Pagani	2014	09/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook, Twitter e Youtube.</i>
Bl.03	<a href="https://apureguria.com/america-do-sul/brasil/dicas-de-florianopolis-guia/">https://apureguria.com/america-do-sul/brasil/dicas-de-florianopolis-guia/</a>	Angie	2013	12/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook, Twitter, Youtube e Pinterest.</i>
Bl.04	<a href="https://www.buenasdicas.com/florianopolis-11378/">https://www.buenasdicas.com/florianopolis-11378/</a>	Nivaldo Browsing	Não informado	12/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook, Twitter, Youtube e Pinterest.</i>
Bl.05	<a href="https://www.alyssaprado.com/category/destinos/america-do-sul/brasil/santa-catarina/florianopolis/">https://www.alyssaprado.com/category/destinos/america-do-sul/brasil/santa-catarina/florianopolis/</a>	Alyssa Prado	Não informado	13/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook, Youtube, Pinterest.</i>
Bl.06	<a href="https://www.blogapaixonadosporviagens.com.br/2015/08/florianopolis-passeios-dicas-roteiros.html">https://www.blogapaixonadosporviagens.com.br/2015/08/florianopolis-passeios-dicas-roteiros.html</a>	Lily Pestana	2011	13/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook e Pinterest.</i>
Bl.07	<a href="https://www.meusroteirosdeviagem.com/floripa-e-sc/">https://www.meusroteirosdeviagem.com/floripa-e-sc/</a>	Diego Minotto	2010	13/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook, Twitter e Youtube.</i>
Bl.08	<a href="https://umaturistanasnuvens.com/que-fazer-em-florianopolis-roteiro-7-dias/">https://umaturistanasnuvens.com/que-fazer-em-florianopolis-roteiro-7-dias/</a>	Josiane Bravo	2015	13/10/2020	Português	<i>Instagram, Facebook e Pinterest.</i>

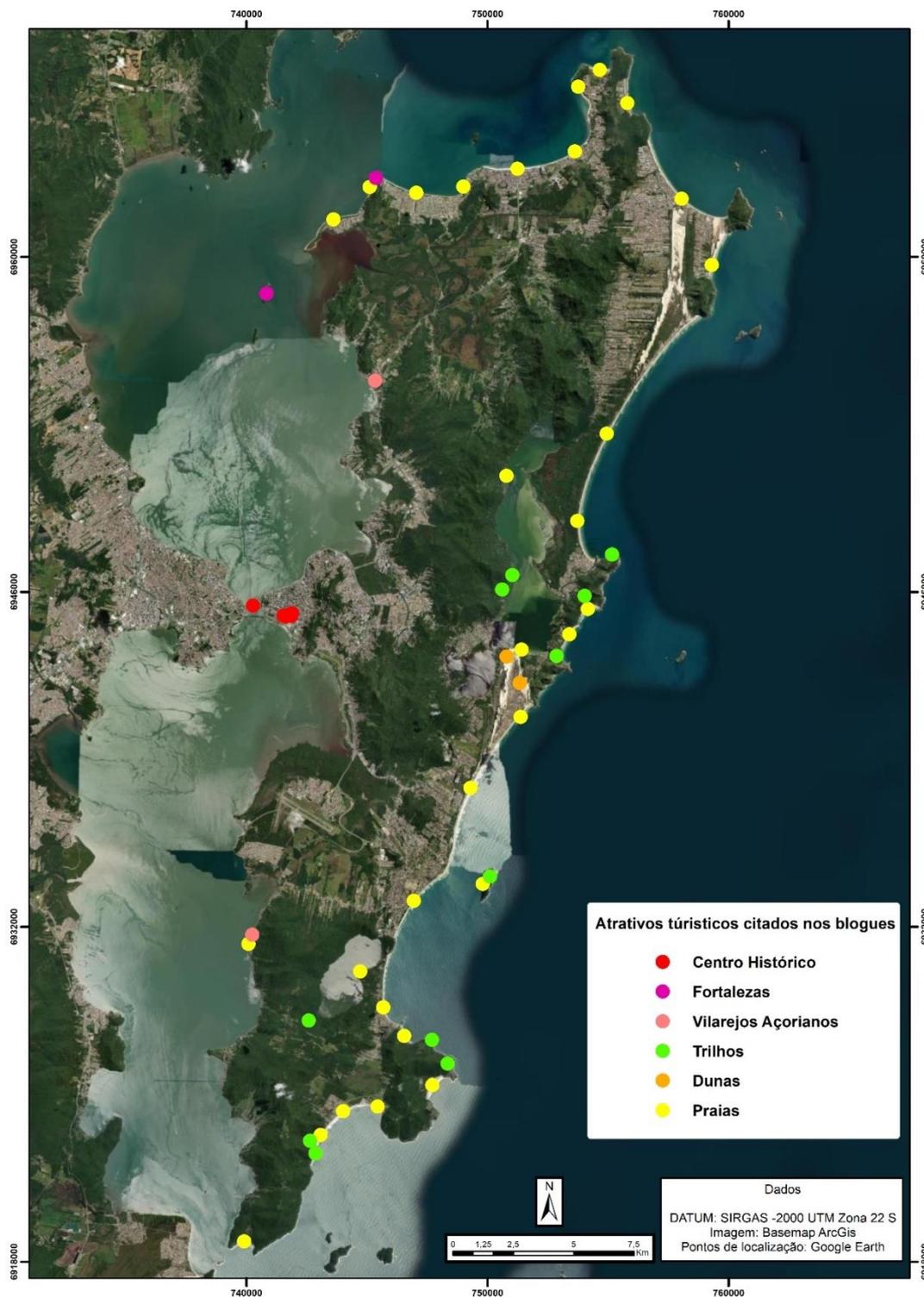
Fonte: elaboração própria tendo por base a análise realizada a 13/10/2020 aos oito blogues.

Inicialmente os blogues eram inseridos em plataformas gratuitas, seguindo uma ordem cronológica da data de postagem mais recente para a mais antiga. Passaram a ter um maior valor de mercado com a sua popularidade, devido ao elevado número de visualizações, o que fez com que os autores das publicações deixassem de publicar nessas plataformas e passassem a criar os seus próprios *sites*, mantendo-se a designação blogue (*blog*) (Günther, 2018). No caso da nossa base de

dados percebemos que a totalidade dos bloguistas, ou seja, dos autores das publicações, possuem *sítes* específicos para as suas publicações. Há casos em que é feita a indicação de outros blogues, ao considerarem ser necessária estar presente na sua postagem uma temática que não tenha sido abordada no seu texto. Quando consideram um tema relevante indicam outro blogue que já o tenha feito, disponibilizando um *hiperlink* de acesso à informação. Ressaltamos, contudo, que estes textos de outros autores propostos pelos bloguistas não serão considerados no nosso estudo.

A Figura 13 apresenta o mapa que identifica o núcleo dos atrativos turísticos citados nos blogues e identificação de sua localização geográfica.

Figura 13 - Identificação dos núcleos dos atrativos turísticos referenciados pelos bloguistas



Fonte: Elaboração conjunta entre a autora da tese e Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogs de viagem que compõem a base de dados desta tese.

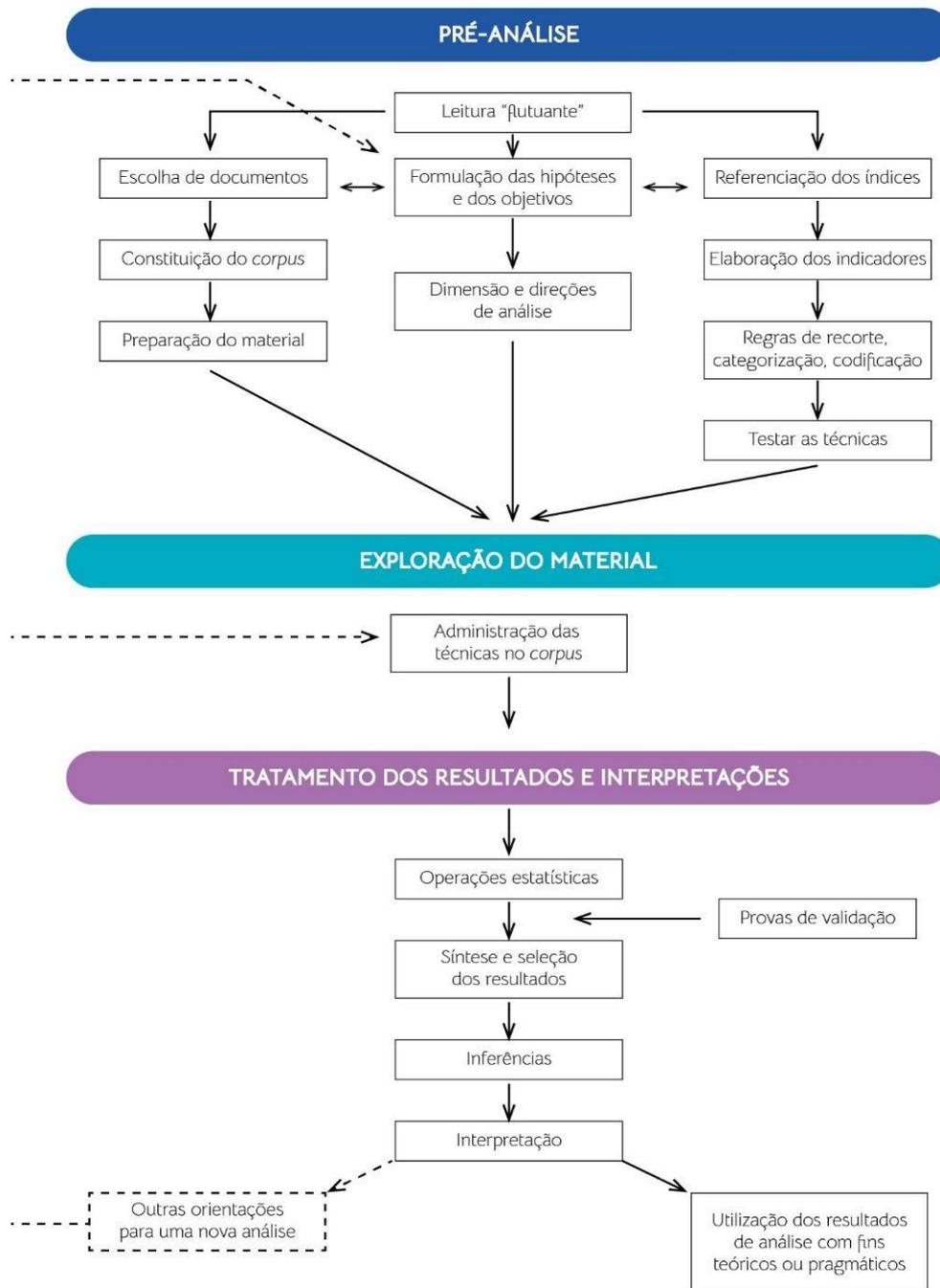
Com a análise dos discursos sobre os atrativos turísticos propostos no *site* oficial de turismo da prefeitura de Florianópolis acedemos à visão daquela que é entendida como a entidade responsável pela gestão da oferta turística no destino.

### **3.5. Análise dos dados**

A análise dos dados é a extração dos sentidos dos dados e requer categorizar e tabular para evidenciar a interpretação realizada (Merriam, 1998; Twining *et al.*, 2017). Utilizamos a Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2009) como instrumento metodológico para a análise dos dados. Bardin (2009, p. 44) define a análise de conteúdo como *um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.*

Para a realização da análise quer das fontes primárias quer das fontes secundárias seguimos as fases da Análise de Conteúdo de Bardin (2009) e que são apresentadas na Figura 14.

Figura 14 - Síntese do desenvolvimento de uma análise de acordo com a perspectiva de Bardin



Fonte: Bardin (2009, p. 128).

Na pré-análise, a etapa que compreende a organização e o desenvolvimento do plano de análise, tentou-se operacionalizar o trabalho sistematizando as ideias preliminares. A pré-análise é

composta por quatro etapas, sendo a primeira delas a leitura flutuante, a partir da qual decorre a segunda etapa deste processo, que é a escolha dos documentos que serão analisados. Em seguida, é feita a delimitação do que será analisado, formulando os objetivos e as hipóteses, para, por fim, na quarta etapa, ser realizada a identificação dos índices (menção explícita do tema numa frase) e dos indicadores (a frequência do tema) (Bardin, 2009).

Foi na fase da pré-análise que selecionámos e agrupámos os documentos em dois conjuntos de discursos: os blogues e o *website* da Secretaria de Turismo num grupo e as entrevistas aos anfitriões e aos representantes num segundo grupo. Ainda no contexto da pré-análise, relembramos os objetivos e, em seguida, realizámos a identificação dos índices e a elaboração dos indicadores resultando na preparação do material para a sua exploração.

A segunda fase da Análise de Conteúdo refere-se à exploração do material a partir da sua codificação. O processo de codificar é transformar o material discursivo bruto a partir do recorte, agregação e enumeração, permitindo a representação do conteúdo implícito no texto. Recortar pressupõe a escolha das unidades de registo (significação), e as unidades de contexto (unidade de compreensão para codificar a unidade de registo). É nesta fase que se realiza a descrição analítica, a partir do *corpus* discursivo recolhido, que é estudado detalhadamente a partir das hipóteses e referenciais teóricos (Bardin, 2009).

Na etapa referente à exploração do material fizemos a codificação do material discursivo através da escolha das unidades, das regras de contagem e, por fim, da identificação das categorias. A terceira e última etapa do processo da Análise de Conteúdo proposto por Bardin (2009) refere-se ao tratamento dos resultados, das inferências e da interpretação.

### **3.6. Síntese**

Como foi mencionado no presente capítulo, a nossa investigação relaciona-se com uma pesquisa maioritariamente qualitativa, indutiva e a partir de um estudo de caso. A nossa amostra foi composta inicialmente por oito projetos que compõem a Rede de Turismo de Base Comunitária de Florianópolis.

Do conjunto de técnicas utilizadas realizámos dois inquéritos por entrevista semiestruturada aos dez anfitriões proponentes de projetos de TBC em Florianópolis. Também através de inquéritos por entrevista semiestruturada abordámos sete representantes das instituições parceiras dos projetos. Foi realizado um inquérito por entrevista semiestruturada à direção de uma instituição com potencial de apoio a iniciativas vinculadas às Unidades de Conservação municipal em Florianópolis.

Usámos ainda fontes secundárias, destacando-se oito blogues de viagem com publicações sobre o turismo na capital Catarinense, e os atrativos propostos no *website* do órgão oficial de turismo que estruturam a oferta de turismo em Florianópolis.

No contexto do estudo de campo, com atenção focada nas questões relativas a aspetos que caracterizam os anfitriões e a identificação dos atrativos turísticos do TBC, também foi recolhida informação que nos permitiu caracterizar os atrativos turísticos e os anfitriões da oferta de TBC de Florianópolis. Do conjunto de ações concretizadas no nosso trabalho de campo sobressai a participação em cinco roteiros executados por cinco dos oito projetos de TBC em Florianópolis.

Trata-se de um estudo que ainda não tinha sido realizado sobre atrativos turísticos e anfitriões do TBC e que tentou cobrir os projetos de TBC em Florianópolis. Apresentámos ainda neste capítulo os limites impostos pela pandemia de COVID-19. As vivências propostas pelos projetos de TBC realizadas em Florianópolis, bem como as entrevistas executadas presencialmente seguiram os protocolos de restrição, procurando manter o distanciamento social, bem como o uso de máscara e a higienização das mãos. Todavia, houve projetos que não proporcionaram a execução das vivências dadas as limitações impostas pelas restrições decorrentes da pandemia.

Acreditamos que com o caminho percorrido para a recolha e análise dos dados foi possível construir um retrato sobre os atrativos turísticos de Florianópolis e os atrativos turísticos dos projetos de TBC que integram a Rede TBC Floripa.

## **Capítulo 4**

### **Caraterização da cidade de Florianópolis**

#### **4.1. Nota Introdutória**

Neste capítulo o nosso propósito é apresentar retratos da cidade de Florianópolis, com diferentes focos e em diferentes contextos, que permitam aos leitores deste estudo compreender o contexto situacional no qual estão inseridas as propostas dos atrativos turísticos da oferta TBC em Florianópolis. Iniciamos apresentando informações relativas à caracterização geográfica, histórica e cultural da capital de Santa Catarina.

São também apresentados no decorrer do capítulo informações sobre a oferta turística, e alguns aspectos da sua constituição ao longo dos últimos 50 anos, associados ao mercado imobiliário, e conseqüentemente, ao processo de urbanização de Florianópolis e área da sua área de conurbação. O nosso debate estará em torno do turismo e do seu contributo para a formação socioespacial da cidade, da sua urbanização segregacionista, da sua imagem síntese e da conseqüente relação superficial do turista com a cidade.

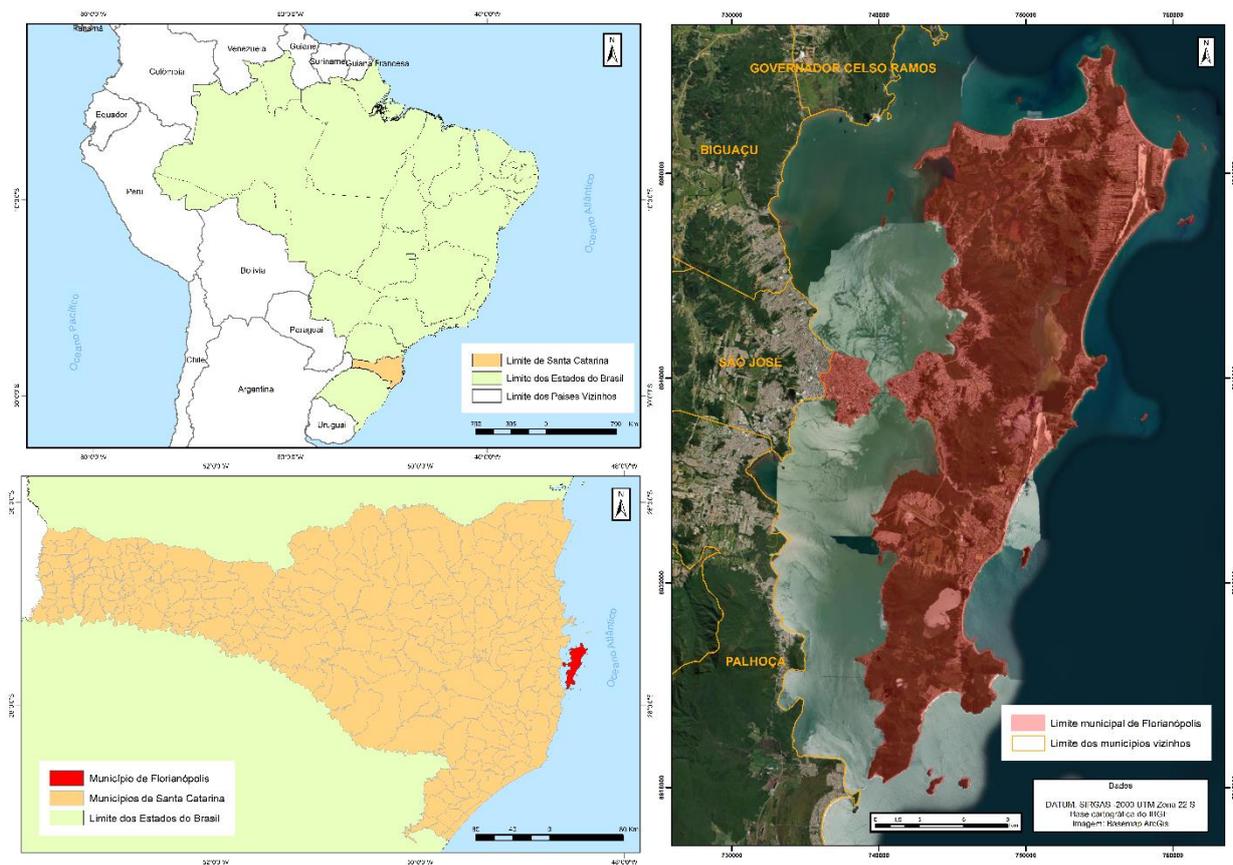
#### **4.2. Caracterização geográfica, histórica e cultural da cidade de Florianópolis**

##### **4.2.1. Localização e acesso a Florianópolis**

Florianópolis é a capital do Estado de Santa Catarina e está localizada na região sul do Brasil. É uma das três capitais de Estados brasileiros que se encontram localizadas em ilhas. Mas a cidade não compreende só a ilha, uma vez que parte do seu território, está localizado no continente. Nesta pequena parte continental da cidade, totalmente urbanizada, vivem 98 821 habitantes, *i.e.*, 21,03% do total da sua população estimada em 2015, pelo IBGE, de 469 690 habitantes, limitados a uma área de 12,1 km<sup>2</sup> (PMF, 2015). A Ilha, por sua vez, tem um território de 424,4 km<sup>2</sup>, sendo aproximadamente 45% do seu território Áreas de Preservação Permanente (APP) (Ferretti, 2019).

A capital Catarinense possui uma área de conurbação com outros três municípios [São José (mais ao centro), Palhoça (ao sul) e Biguaçu (ao norte)], com os quais constitui um espaço intraurbano único, extrapolando e sobrepondo os limites políticos administrativos (Sugai, 2002). Pela estimativa do IBGE, e considerando o ano de 2020, na capital Catarinense existiam 508 826 habitantes, e na área de conurbação, considerando os municípios referidos anteriormente, uma população estimada em 1 003 765 habitantes.

Figura 15 - Localização de Florianópolis no Estado de Santa Catarina



Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2

Na parte oeste da Ilha há duas baías (a baía Norte e a baía Sul), que são separadas por um estreito com profundidade aproximada de 28 m e com o ponto de maior proximidade com o continente, de cerca de 500 m de distância. A baía Sul, por possuir as suas águas abrigadas, tornou-se num dos principais portos das rotas marítimas comerciais nos séculos XVI e XVII, onde eram feitos os abastecimentos de água e víveres, atraindo o interesse tanto de portugueses quanto de espanhóis, além de outros conquistadores. É justamente nesse estreito que foram construídos os três acessos que ligam por via terrestre a parte insular à continental da cidade: a ponte Hercílio Luz (inaugurada em 1926), a ponte Colombo Sales (inaugurada em 1985) e a ponte Pedro Ivo Campos (inaugurada em 1991). Na fotografia à esquerda da Figura 16 aparece uma imagem aérea das referidas pontes, enquanto na fotografia da direita está a Ponte Hercílio Luz, o primeiro acesso terrestre a ser construído.

## Figura 16 - Imagens das pontes de acesso à Ilha de Santa Catarina

Vista das três pontes e da parte continental de Florianópolis.



Fonte: <http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/fotos/2015/03/fotos-florianopolis-comemora-289-anos.html#F1573474>. Consultado em 01.03.2021.

Ponte Hercílio Luz, Cartão-Postal da cidade.



Fonte: [Tripadvisor.com.br](https://www.tripadvisor.com.br). Consultado em 01.03.2021.

Antes da inauguração da Ponte Hercílio Luz, havia um certo isolamento da parte insular da capital Catarinense, em função do declínio do porto em meados do século XIX, decorrente do seu calado que já não comportava as dimensões das “novas” embarcações pois, com o motor a vapor aumentaram de tamanho (CECCA, 1996).

A ponte Hercílio Luz (Figura 16) é um dos principais *ex libris* da cidade, tendo sido símbolo de modernização da capital Catarinense, modernidade esta que aconteceu de forma lenta, desde a sua inauguração até à década de 1970 (Conceição, 2015). Foi tombada como património histórico de âmbito nacional pelo Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), e de âmbito estadual pela Fundação Catarinense de Cultura, ambos em 1997. Também ocorreu o mesmo no âmbito municipal, em 1992, pelo Serviço do Património Histórico, Artístico e Natural do Município (SEPHAN), vinculado ao Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis. Esteve fechada durante quase 28 anos e foi reaberta ao público no ano de 2020. A ponte esteve interdita devido à danificação de uma das centenas de barras de olhal (<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2019/12/30/conheca-a-historia-da-ponte-hercilio-luz-em-florianopolis.ghtml>, consultado em 08.03.2021). A sua singularidade não está ligada ao facto de ser pênsil, característica

relevante, mas por ser sustentada por uma barra de olhal, além das torres feitas com peças metálicas e em forma de treliça (Snoeijer, 1988, citado por Rios, 2015). O facto de ser o único exemplar no mundo com este sistema de engenharia, está a ser utilizado como um dos argumentos para a sua candidatura a Património da Humanidade pela UNESCO (<https://ndmais.com.br/noticias/ponte-hercilio-luz-pode-virar-patrimonio-da-humanidade/>, consultado em 08.03.2021). Apesar de a Ponte Hercílio Luz ser um símbolo da cidade e também do Estado de Santa Catarina, chama-nos a atenção que, nos oito blogues de viagem analisados, ela seja citada em apenas três deles, sem que haja menção a nenhum dos aspetos referidos anteriormente, como veremos com mais detalhe no capítulo 5.

Atendendo a que Florianópolis até à década de 1970 não possuía integração asfáltica rodoviária que lhe assegurasse alguma facilidade na acessibilidade, importa desde já ressaltar que tanto a BR-101 quanto a BR-282 são importantes vias de acesso e de ligação da cidade aos demais municípios e Estados brasileiros, incluindo também a integração dos países do Cone Sul, nomeadamente Argentina, Paraguai, Uruguai e Chile. Esta integração contribuiu de sobremaneira para o processo de urbanização da cidade e para a sua consolidação como destino turístico (Sugai, 2002; Campos, 2009; Rizzo, 2013; Lenzi, 2016) nas últimas décadas do século XX e nas duas primeiras décadas do século XXI.

A BR-101 é uma rodovia federal, longitudinal, que atravessa os Estados brasileiros litorais, como é o caso do Estado Catarinense. Por sua vez, a BR-282 é uma rodovia transversal, que faz a integração dos municípios no sentido leste/oeste, de Florianópolis até à fronteira com a Argentina.

O acesso rodoviário é de fundamental importância para o turismo do Estado, uma vez que o transporte terrestre é o modo mais utilizado pelos turistas. Em 2019, o acesso terrestre representou 80 % do utilizado pelos viajantes que visitaram Santa Catarina (Pesquisa Fecomércio/SC, 2019). A utilização de veículo próprio é a opção mais usada pelos turistas para acesso ao litoral Catarinense, com 69,6 % na série histórica de 2013 a 2019, seguido do transporte coletivo rodoviário que, em 2019, representou 19,9 % da opção dos turistas (Pesquisa Fecomércio/SC, 2019). Segmentando os turistas por países de origem, e considerando o ano de 2019, o transporte terrestre foi a principal opção para 65,5 % dos brasileiros, 54,1 % dos argentinos, 60 % dos uruguaios e 41,7 % dos paraguaios (Pesquisa Fecomércio/SC, 2019).

O embarque e desembarque dos visitantes que acedem à capital em transporte coletivo terrestre acontece através do Terminal Rodoviário Rita Maria, que está situado na parte insular da cidade, contíguo às pontes, e foi inaugurado em 1981. Há 20 empresas que oferecem mais de 100

rotas para destinos no Estado de Santa Catarina e 400 destinos distribuídos por vários Estados do Brasil. A administração é feita por uma empresa pública, estadual, o Departamento de Transportes e Terminais do Estado de Santa Catarina (DETER) (<https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html?view=detalhes&id=441112>, consultado em 02.02.2021). No ano de 2018 foram registados 3 043 211 passageiros e em 2019 foram contabilizados 2 956 774 viajantes (SANTUR, 2020).

O acesso a Florianópolis também acontece através do Aeroporto Internacional Hercílio Luz, localizado no sul da Ilha, com uma distância aproximada de 12 km do centro da cidade. É um dos dois aeroportos internacionais do Estado Catarinense. No verão de 2019 o número de turistas que utilizou a via aérea foi de 18,3 % do total de viajantes, sendo que 70 % dos turistas estrangeiros que se deslocaram ao Estado de Santa Catarina desembarcaram em Florianópolis (Fecomércio/SC, 2019). O fluxo de passageiros no Aeroporto Internacional de Florianópolis é considerado muito elevado pela Agência de Desenvolvimento de Turismo de Santa Catarina (SANTUR), e entre agosto de 2018 e agosto de 2019, registou a chegada de 4 198 074 passageiros (SANTUR, 2020). A sua capacidade operacional foi ampliada para 8 milhões de utilizadores por ano, com a inauguração em outubro de 2019 de um novo terminal de passageiros. O comando de operação do aeroporto é realizado por uma empresa Suíça, a Zurich Airport, que tem contrato com vigência de 30 anos, desde 2018 (<https://floripa-airport.com/>, consultado em 01/02/2021).

## **4.2.2. Aspetos físicos e demográficos de Florianópolis**

### **4.2.2.1. Aspetos físicos**

#### **4.2.2.1.1. Relevo e vegetação da Ilha de Santa Catarina**

A Ilha encontra-se ligada ao continente há mais ou menos 18 000 anos (Covello, 2018). Mas ao longo do tempo geológico aconteceram eventos associados principalmente às alterações do nível do mar durante o Quaternário, que resultaram na Ilha como hoje se apresenta (Oliveira e Hermann, 2001, citados por PMF, 2009; Covello, 2018). A parte insular da capital Catarinense localiza-se entre os paralelos 27°10' e 27°50' de latitude sul e entre os meridianos de 48°25' e 48°35' de longitude oeste. A Ilha tem uma forma alongada no sentido norte-sul, com 53 km de comprimento total, e 18 km como largura máxima (Scheibe, 2002).

O relevo da Ilha caracteriza-se por duas unidades geológicas principais: o maciço granítico, que forma a parte mais elevada da Ilha, onde se destaca uma cadeia central de direção N-S, e os terrenos sedimentares de formação em depósito recente, que estão em áreas de baixas altitudes e planas (CECCA, 1996; Plano Municipal Integrado de Saneamento Básico/PMF, 2010; Ferretti, 2013). A maior altitude atinge 519 metros, no morro do Ribeirão da Ilha. As cotas mais comuns variam entre 100 e 300 metros. Parte desses maciços chegam até ao mar formando costões rochosos (Almeida *et al.*, 2010). A Ilha possui planícies extensas que são entremeadas por elevações ou maciços rochosos. É nestas planícies que há uma maior ocupação residencial, com ocupação delineada ao longo das vias, que são maioritariamente estaduais. Mas há também ocupação em áreas de risco, nomeadamente nas encostas dos morros (Ferretti, 2013).

Considerando a área total da Ilha de Santa Catarina (que é de 424,40 km<sup>2</sup>), 29,40 km<sup>2</sup> correspondem a lagoas e a rios, 192,5 km<sup>2</sup> a área montanhosa (pré-cambriano), e 202,5 km<sup>2</sup> a área de planícies (Almeida *et al.*, 2010). A Lagoa da Conceição e a Lagoa do Peri são os dois sistemas lagunares existentes na Ilha, havendo também corpos lagunares de menor dimensão como a Lagoa da Chica, a Lagoa do Jacaré, a Lagoinha Pequena, a Lagoinha do Leste e a Lagoinha de Ponta das Canas (Cruz, 1998 e Horn Filho, 2006, citados por Ferretti, 2013).

Nos setores nordeste e sul da Ilha há campos de dunas (Figura 17), algumas fixas, outras em vias de fixação (Peluso Júnior, 1986). Os compartimentos eólicos são formas de relevo criadas a partir da ação do vento em ambiente litoral. Os campos de dunas são parte desse compartimento. A direção do vento diferencia as dunas em três tipos: longitudinais, transversais e parabólicas (Plano Municipal Integrado de Saneamento Básico/PMF, 2010).

Figura 17 - Distrito da Lagoa da Conceição com vista do Morro da Lagoa da Conceição



Fonte: Adaptado de <https://www.facebook.com/MirantedaLagoa/>. Consultado em 13/03/2021.

Ao caracterizar a geologia e a morfologia da Ilha, os investigadores do CECCA (1996) reconheceram a Ilha de Santa Catarina como um património natural inestimável, devido à diversidade dos ambientes costeiros existentes. Mas neste mesmo documento em que apresentaram um relatório detalhado da caracterização dos ambientes naturais e culturais da Ilha de Santa Catarina, também fizeram um alerta para a pressão sofrida na orla. A referida pressão acontece, em parte, dada a ocupação urbana associada ao desenvolvimento do turismo balneário que se iniciou na década de 1970, como veremos ainda neste capítulo, evidenciando a iminência da destruição dos recursos naturais. Desde a publicação do relatório até ao presente ano de 2021, Florianópolis continua a ter como principal atrativo turístico da cidade estes mesmos recursos naturais, que estão localizados, na sua totalidade, na parte insular da cidade e em situação de risco.

Há outros aspetos que podem resultar em atrativos turísticos e que não são evidenciados nas narrativas sobre os recursos turísticos da capital de Santa Catarina, nem sequer são considerados como possibilidade, destacando-se o geoturismo. A proposta de uma nova oferta de atrativos turísticos a partir do geoturismo, complementar ao de turismo de sol e praia, é sistematizada por Covello (2018) ao identificar a existência de 31 sítios geológicos, possuindo 22 geossítios com potencial educativo e 8 deles detendo potencial turístico. A potencialidade turística dos sítios teve em consideração a situação de risco de degradação sendo apenas assinalados com potencial turístico os que possuem um baixo risco de degradação, e para os quais foram elaborados pela referida investigadora, painéis

interpretativos e um roteiro turístico, que conta a história da evolução geológica do município. Não obstante, as potencialidades do património geológico da cidade não são mencionadas como atrativos turísticos de Florianópolis no *síte* da Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico (SETUR), órgão oficial de turismo à escala municipal.

Para se entender a vegetação da Ilha, é importante caracterizar o bioma a que pertence. Dentre os seis biomas continentais do território brasileiro classificados pelo IBGE (2019) está o Bioma Mata Atlântica, presente em 17 Estados brasileiros. Neste bioma, com apenas 12,4 % de cobertura vegetal conservada, há mais de 20 mil espécies vegetais, sendo 8 mil delas endémicas (Fundação SOS Mata Atlântica e INPE, 2020). No sentido de se entender melhor o que representa este dado, em todo o continente europeu há cerca de 12 500 espécies, e em toda a América do Norte são estimadas 17 000 (<https://www.ibflorestas.org.br/bioma-mata-atlantica>, consultado em 29/03/2021). O Bioma Mata Atlântica é 100 % predominante em Santa Catarina, sendo três os diferentes tipos de floresta que o constituem no território Catarinense. No sentido este-oeste, identificamos a Floresta Densa, também denominada Floresta Pluvial Subtropical ou Floresta Ombrófila Densa, que abrange o litoral Catarinense. Também se destaca a Floresta Araucária, também conhecida como Floresta Ombrófila Mista, que se encontra na serra e no planalto Catarinense, e a Floresta Decidual, que está no oeste do Estado. Em Santa Catarina a cobertura florestal da Mata Atlântica é de 22,8 %, sendo um dos Estados com maior conservação do bioma (Fundação SOS Mata Atlântica e INPE, 2020). No Inventário Florístico Florestal realizado nos remanescentes da Floresta Ombrófila Densa em Santa Catarina, que é a Floresta presente em Florianópolis, foram identificadas 1.900 espécies, reafirmando o que a literatura preconiza ao avaliá-la como sendo *uma floresta rica em espécies, formas de vida e com estrutura complexa* (Vibrans *et al.*, 2013, p. 130).

O remanescente da Mata Atlântica marca a paisagem da Ilha de Santa Catarina. Contudo, a vegetação da Ilha também é caracterizada pela vegetação litoral, nomeadamente mangues e restingas (Ferretti, 2013), que desde 1992 passou a ser considerada pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) como integrado no “domínio Mata Atlântica”. Tal aconteceu porque lhe foram incorporados as florestas e ecossistemas associados, tendo por base as delimitações estabelecidas pelo Mapa de Vegetação do Brasil (IBGE, 1988, citado por CECCA, 1996). Os manguezais são ecossistemas que estão presentes em outros países, diferentemente da Floresta Ombrófila Densa, que é endémica. Os manguezais correspondem a vegetação típica de região litoral intertropical encontrados em países da África Atlântica, da América Atlântica e da Ásia (CECCA, 1996). São áreas de estuários que se caracterizam por possuir elevada salinidade e abundância em matéria orgânica (Plano Municipal

Integrado De Saneamento Básico/PMF, 2010). A sua vegetação é composta por espécies especializadas e resistentes, capazes de viver em ambientes salinos e onde há alteração constante da maré (CECCA, 1996; Ferretti, 2013). A siriúba, o mangue preto, o mangue vermelho e o mangue branco, assim como as samambaias, as corticeiras e a capororoca do brejo são encontrados nos manguezais em Florianópolis e estão localizados na parte oeste da Ilha, nas águas calmas e rasas das baías (Caruso, 1990, citado por Ferretti, 2013). A Figura 18 apresenta o manguezal do Itacorubi, na Ilha de Santa Catarina.

Figura 18 - Manguezal do Itacorubi



Fonte:<https://observa.ufsc.br/2018/04/24/parque-municipal-do-manguezal-do-itacorubi/>.

Consultado em 13/03/2021.

As restingas estão nas planícies marinhas e são um tipo de vegetação costeira, presentes nas faixas de depósito recentes de areia. As restingas que estão mais na linha da praia estão mais expostas a fortes ventos, a grande insolação, ao solo pobre e arenoso, e à influência do mar (CECCA, 1996; Plano Municipal Integrado de Saneamento Básico/PMF, 2010; Ferretti, 2013). As restingas (Figura 19) cumprem um papel importante na fixação dos solos mais recentes (CECCA, 1996). Há também as restingas que se encontram em dunas fixas, e outras em dunas móveis e semi-fixas. As restingas das dunas móveis e semi-fixas sofrem uma menor interferência do mar, porque não se encontram na linha

da praia, estão mais na parte interior, e são caracterizadas pelo solo pobre, escassez de água, elevada insolação e influência do vento.

Figura 19 - Restinga na Ilha de Santa Catarina



Fonte: acervo de Liz Ribas, 11/03/2021.

A vegetação é pouco densa, o que dificulta a fixação da areia, que sofre interferência e é movida em função dos ventos. A *Spartina Ciliata* é a espécie dominante, formando grandes agrupamentos, nos quais também são encontradas a *Ipomoea Pescaprae*, a *Canavalia Marítima*, a *Remirea Marítima* e a *Scaevola Plumieir* (Bresolni, 1979, citado por Ferretti, 2013). As dunas fixas estão em áreas mais protegidas do vento, e a sua vegetação é mais densa, formada por arbustos e árvores baixas. A areia é fina e mais consolidada, com presença de uma fina camada de húmus, decorrente da decomposição das plantas que morrem. Entre as dunas há formação de pequenas lagoas de água salobra, e à sua volta há a formação de ervas, arbustos e gramíneas (Plano Integrado Municipal de Saneamento Básico/PMF, 2010; Ferretti, 2013). As espécies mais comuns são a Maria Mole, o Mangue de Formiga, o Guamirim de Folhas Miúdas e a Canela Preta (CECCA, 1996).

A Floresta de Planície Quaternária é bastante escassa na Ilha, tendo sido destruída, na quase totalidade, pelas práticas agrícolas e pelas áreas de pasto com a chegada dos colonizadores portugueses (CECCA, 1997; Ferretti, 2013). É uma vegetação de transição entre a Restinga e a Floresta Ombrófila Densa, com semelhanças mais aproximadas com a Floresta Ombrófila Densa, mas com um menor número de espécies. Por sua vez, a Floresta Atlântica está presente nas encostas dos morros pré-cambrianos, com árvores de mais de 30 metros de altura, além de Epífitas das famílias das Bromeliáceas, Orquídeas, Aráceas, Piperáceas e Lianas (Cipós) da Família das Bignoniáceas e das Sapindáceas (Klein, 1978, citado pelo Plano Integrado de Saneamento Básico/PMF, 2010).

A ocupação humana, em especial a partir da chegada dos colonizadores açorianos no século XVIII, com o uso de tecnologias rudimentares agrícolas, associadas à necessidade de fazer a rotatividade das áreas de cultivo em função do solo arenoso, empobrecido, foi responsável pelo desmatamento e extinção de várias espécies. A recuperação parcial da mata aconteceu no século XX, a partir do declínio das práticas agrícolas na Ilha, uma vez que se ampliaram as trocas com outros mercados produtores, a partir da ligação rodoviária Ilha/Continente viabilizada com a construção da Ponte Hercílio Luz (CECCA, 1996). Deste modo, a vegetação presente na paisagem da Ilha de Santa Catarina que existe hoje, é em grande parte uma vegetação secundária, que está em processo de formação. Apesar do crescimento da área recuperada, de 32,30 km<sup>2</sup> para 84,39 km<sup>2</sup> em 1978, o tempo de regeneração das matas deverá ser de mais de um século, superior ao da regeneração de uma floresta primária. Isto ocorre devido ao uso de técnicas agrícolas antigas e que esgotaram o solo, como já foi mencionado, mas também aliado a problemas decorrentes das plantas invasoras e que afetam o processo de formação da vegetação (Caruso, 1990, citado por Veado, 2010). Contudo, ainda de acordo com este investigador (Veado, 2010) é possível perceber a transição entre o último estágio de sucessão ecológica, do capoeirão à mata secundária, em lugares como a Lagoa do Peri, a Ponta dos Naufragados, ambos territórios em que estão três das ofertas do TBC do nosso estudo, além da Lagoa da Conceição e do Morro da Costa da Lagoa. As imagens presentes na Figura 20 revelam uma amostra da paisagem natural em processo de recuperação na capital de Santa Catarina.

Figura 20 - Floresta Ombrófila Densa da Lagoinha do Leste em Florianópolis



Fonte: <https://ndmais.com.br>, reportagem publicada em 16/03/2019, consultado em 15/03/2021.

A diversidade de paisagens naturais em Florianópolis é em parte possível devido à existência de restrições legais que regulam o uso dessas áreas. O processo de urbanização na Ilha está limitado por um marco regulatório que prevê a sua preservação. Há legislação e gestão dessas áreas nas três esferas de governo (esfera Federal, Estadual e Municipal). No âmbito Municipal, as unidades de conservação são geridas pela Fundação Municipal do Meio Ambiente de Florianópolis (FLORAM), enquanto no âmbito Estadual esta função é exercida pela Fundação do Meio Ambiente (FATMA) e no âmbito Federal pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). Todavia, ainda que haja a delimitação e a gestão de áreas de preservação, há dois aspectos que são enfatizados por Ferretti (2019) como limitadores quanto à preservação das áreas protegidas. Por um lado, destaca-se a fragmentação e a falta de conexão entre as Unidades Curriculares, além da gestão e dos procedimentos que visem assegurar a conservação da diversidade biológica e dos ecossistemas das áreas, o que não é feito de forma integrada entre os referidos órgãos (Ferretti, 2019). Além deste aspecto, estudos evidenciam os impactos do processo de urbanização sobre as áreas protegidas (Moretto Neto, 1993; Machado, 2000; Sugai, 2002; Lopes, 2015; Schons, 2019). Sobressai o estudo feito por Lopes (2015), que evidencia os conflitos socioambientais que envolvem os grandes empreendimentos turísticos em Florianópolis, que abordaremos de forma mais específica no *item* 4.3.3. do presente capítulo.

#### 4.2.2.1.2. Clima

Por fim, na caracterização física da capital de Santa Catarina, está o aspeto relativo ao clima. A Região Sul do Brasil está inserida na Região Subtropical, ao Sul do Trópico de Capricórnio. Santa Catarina, por sua vez, segundo a Classificação Climática de Köppen, apresenta dois subtipos climáticos: o Cfa e o Cfb, ou seja, o subtropical húmido com média de temperatura acima de 22°C durante o verão, no litoral, e o subtropical húmido, com média de temperatura abaixo de 22° nas regiões mais elevadas do Planalto Ocidental (Wrege *et al.*, 2012). O município de Florianópolis tem um clima caracterizado como subtropical húmido, com chuvas ao longo de todo o ano, com média anual de 1 720 mm, sendo a média de umidade relativa do ar de 80 % (Félix, 2020). As condições do litoral Sul do Brasil influenciam o clima, sobretudo pela Massa Tropical Atlântica. No outono e no inverno, há a influência da Massa Polar que ocasiona ondas de frio. A temperatura média anual é de 20,4°, sendo janeiro o mês mais quente com uma temperatura média de 24,5°, e julho é o mês menos quente com a média mensal mais baixa em torno dos 16,5° (Mendonça, 2002, citado por Plano Integrado de Saneamento Básico/PMF, 2010).

É no verão, em especial nos meses de dezembro, de janeiro e de fevereiro, que há um maior número de visitantes na cidade, procurando o estado de tempo propício para o turismo de sol e praia. O número de turistas que procuram as praias em Florianópolis, de acordo com o Plano de Marketing de Florianópolis 2015/2021 (SEBRAE e PMF, 2015) que tem como atrativo âncora o referido binómio, chega a ser quase o dobro do número de residentes. Concretamente, no Réveillon de 2016/2017, a população fixa de Florianópolis era de 477.798 habitantes, tendo sido estimados 718 600 mil visitantes, somando 1.19 milhões de pessoas na cidade (<http://rcnonline.com.br/popula%C3%A7%C3%A3o-de-florian%C3%B3polis-quase-triplicou-no-r%C3%A9veillon-aponta-casan-1.1955463>, consultado em 01.4.2021).

A caracterização dos aspetos da geologia e do bioma da Ilha de Santa Catarina, que a tornam singular, brevemente apresentados até aqui, bem como os conflitos decorrentes para a sua salvaguarda, não fazem parte das narrativas dos bloguistas de viagem sobre Florianópolis analisados na nossa pesquisa. O turismo hegemónico, da forma como é proposto, com o distanciamento do visitante em relação ao observado impede ou dificulta o envolvimento dos turistas com o destino além da relação mercadológica com o lugar visitado. Neste sentido, a interpretação do ambiente, seja natural ou construído, é uma estratégia de educação ambiental e cultural fundamental para que o turista possa perceber e significar a paisagem para além de uma relação superficial.

#### 4.2.2.2. Aspetos demográficos

Seguindo a tendência mundial em que um pouco mais da metade da população mundial (55 %) vive em centros urbanos (United Nations, 2018), o Brasil do início do século XXI é um país urbano. De acordo com o Censo de 2010 (Quadro 6), 84 % (160 925 792) dos brasileiros viviam em cidades, correspondendo a um aumento de 14,39 % (137 755 550) da população residente em áreas urbanas, se comparado com o Censo de 2000, e de 402 % se se comparar com o Censo de 1960, quando o número de residentes em espaço rural era maior do que o de áreas urbanas (32 004 817 residentes).

Quadro 6 - Percentagem da população urbana no total da população do Brasil

<b>Brasil</b>	<b>População Total</b>	<b>População Urbana</b>	
Censo de 2010	190 755 799	160 925 792	84%
Censo de 2000	169 590 693	137 755 550	81%
Censo de 1960	70 992 343	32 004 817	45%

Fonte: IBGE (Censos de 1960, de 2000 e de 2010).

Uma das particularidades do processo de urbanização brasileira é a velocidade da sua transformação, caracterizada como um fenômeno relativamente recente e associada a uma série de mudanças no âmbito da economia, da sociedade e da política brasileira (Brito, 2006). O decréscimo dos níveis de natalidade a partir da década de 1960, aponta para o intenso fluxo migratório rural-urbano como principal responsável pelo crescimento demográfico urbano nacional entre os anos de 1960 e de 1980 (Brito, 2006). Neste sentido, é central a relação entre a migração e o processo de urbanização. A migração interna é um fenômeno estrutural, que tem a sua lógica pautada por aspectos relativos à dinâmica da industrialização, do desenvolvimento do mercado interno e da procura por uma melhor qualidade de vida (Naspolini, 2017, 2019).

O Estado de Santa Catarina possui uma população estimada de 7 252 502 pessoas, sendo o 10.º Estado no *ranking* nacional em número de residentes. De acordo com o Censo de 2000, o número de residentes em área urbana era de 4 211 979 havendo um aumento de 19,73 % (Censo de 2010), superior à média nacional que foi de 14,39 % como mencionado anteriormente, passando então a apresentar uma população urbana de 5 247 913 habitantes. O Censo de 1970, por sua vez, foi o último em que o número de residentes em áreas rurais revelou ser superior ao de residentes em áreas urbanas. De acordo com o Censo de 1970, havia 2 901 734 Catarinenses, sendo que 57,1 % (1

655 691) dos residentes no Estado viviam em área rural, enquanto 42,9 % (1 246 043) viviam em cidades.

Com o crescimento da indústria e do comércio e da sua participação no conjunto da riqueza do Estado de Santa Catarina, a partir de 1960, foi iniciada a migração para as cidades (Naspolini, 2019). O processo de urbanização em Santa Catarina foi consequência da industrialização, como foi referido antes, mas também *da precarização das relações no campo, da especialização produtiva e das políticas de desenvolvimento regional desiguais fomentada pelo Estado* (Goularti, 2015, p. 87).

Considerando o Censo de 2010, Florianópolis estava no total dos 5570 municípios brasileiros, na 47.<sup>a</sup> posição em número de residentes e do conjunto das 27 capitais brasileiras Florianópolis era a 17.<sup>a</sup> em valores mais elevados de densidade populacional, com 627,24 hab./km<sup>2</sup>, sendo São Paulo a capital com mais elevada densidade, com 7 786,52 hab./km<sup>2</sup>, e Porto Velho com 12,57 hab./km<sup>2</sup>, a de menor densidade. No âmbito do Estado de Santa Catarina a capital é o segundo maior município, sendo precedido por Joinville com 515 288 habitantes, e sucedendo-se Blumenau com 309 011, de acordo com o Censo de 2010 (<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/florianopolis/panorama>, consultado em 26.02.2021).

No final da primeira década do século XXI, a capital de Santa Catarina possuía 421 240 residentes, sendo que 96 % deles viviam em áreas urbanas, de acordo com o Censo de 2010. Por sua vez, no Censo de 1940, o primeiro a caracterizar os residentes por área rural e urbana, o município de Florianópolis, apresentava o número de residentes em área urbana superior à área rural. De acordo com os dados do Censo de 1940 havia 63,63 % (29 764) de residentes na capital vivendo em área urbana, enquanto 36,36 % (17 007) da população vivia em área rural. Considerando a formação socioespacial da cidade, inferimos que a maior percentagem de residentes em área urbana pode ser justificada pelo facto de Florianópolis ter a sua génese ligada à atividade portuária, às atividades comerciais e às funções burocráticas como capital, e que estruturaram o circuito monetário/urbano da economia local, espacialmente localizados no centro urbano da capital (CECCA, 1996). A agricultura e a pesca, por sua vez, foram atividades que sustentavam *o circuito económico de subsistência* (CECCA, 1996, p. 198), que coexistia no circuito monetário/urbano e com ele se relacionava, mas que acontecia de forma doméstica, comunitária e autónoma, e que retratava a vida da maioria dos *nativos ilhéus*, em especial dos que viviam nas freguesias do interior da Ilha, como veremos no *item* 4.2.3.

A relação socioespacial entre Florianópolis e os municípios vizinhos, nomeadamente São José, Palhoça e Biguaçu, foi definida a partir da década de 1970, constituindo-se uma malha urbana única, sendo Florianópolis o município polo da mesma, com maior investimento em infraestruturas e

havendo uma relação intraurbana que os integrava (Sugai, 2002; Lins, 2011; Pereira, 2011). A capital Catarinense é o núcleo urbano central que sofreu *processo de transbordamento de sua área urbana e absorveu os núcleos urbanos vizinhos* (Sugai, 2002, p. 29). O aumento do fluxo turístico contribuiu tanto para a aceleração do processo de integração das áreas de conurbação dos núcleos urbanos, como para as alterações decorrentes da organização socioespacial das cidades. No caso de Santa Catarina não é uma realidade apenas da capital Catarinenses, mas de outras cidades localizadas no litoral do Estado (Pereira, 2011).

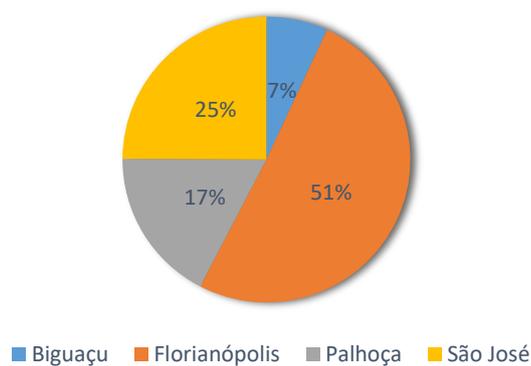
A expansão do número de habitantes da área conturbada, de 1970 até 2007, representa um dinamismo bastante acentuado, mais significativo do que a média do Estado de Santa Catarina, como constatou Lins (2011). Enquanto nesse período o Estado Catarinense duplicou a sua população, a área de conurbação de Florianópolis ampliou em 3,5 vezes o número de habitantes. Compilámos alguns dados estatísticos apresentados no Quadro 7 e na Figura 21 relativos à população residente, urbana e rural, e a respetiva densidade populacional, nos últimos vinte anos, considerando os Censos de 2000 e de 2010 e a estimativa de 2020, para o município de Florianópolis e para a área de conurbação.

Quadro 7 - População residente, urbana e rural, e densidade populacional de Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu

Município	Censo 2000				Censo 2010				IBGE (2020) População Estimada
	População Residente	Densidade Demográfica (Hab./km <sup>2</sup> )	Urbana	Rural	População Residente	Densidade Demográfica (Hab./km <sup>2</sup> )	Urbana	Rural	
Biguaçu	48 010	158,76	42 857	5 153	58 206	156,94	52 578 (90,33%)	5 448 (9,36%)	69 486
Florianópolis	341 781	784,26	331 671	10 110	421 240	623,68	405 286 (96,21%)	15 954 (3,79%)	508 826
Palhoça	102 671	318,67	97 840	4 831	137 334	347,56	135 311 (98,53%)	2 023 (1,47%)	175 272
São José	173 239	1 510,49	170 958	2 281	209 804	1376,78	207 312 (98,81%)	2 492 (1,19%)	250 181
<b>Total</b>	<b>665 701</b>		<b>643326</b>	<b>22 375</b>	<b>826 584</b>		<b>800 487</b>	<b>25 917</b>	<b>1 003 765</b>

Fonte: IBGE (Censos de 2000 e de 2010 e estimativa de 2020).

Figura 21 - População estimada em 2020 para a conurbação de Florianópolis



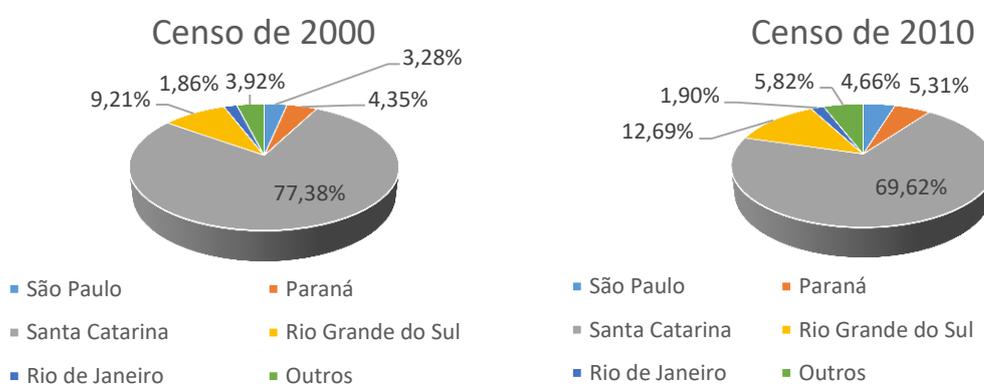
Fonte: IBGE, população estimada para 2020.

A partir da estimativa prevista pelo IBGE para 2020 (<https://cidades.ibge.gov.br>, consultado em 26.02.2021), percebemos que os quatro municípios somam 1 003 764 habitantes. Caso a estimativa populacional de 2020 se confirme, temos nas duas primeiras décadas do século XXI um

crescimento populacional de 50,78 % da área conurbada. Ainda de acordo com a referida estimativa, Florianópolis é dos quatro municípios o que possui mais residentes, com 508 826 habitantes (representando 50,69 % da população total da área conurbada), seguido de São José com 250 181 (24,92 %), Palhoça com 175 272 (17,46 %) e Biguaçu com 69 486 (6,92 %). Apesar de a capital de Santa Catarina possuir metade dos residentes da área de conurbação, de acordo com a população estimada para 2020 (IBGE, 2020) São José é o município com mais elevada densidade Populacional (1 376,78 hab./km<sup>2</sup>), um pouco mais do que o dobro da de Florianópolis que é de 623,68 hab./km<sup>2</sup>, a segunda mais elevada densidade dos quatro municípios.

A partir dos anos de 2000, ocorreu na Região Metropolitana de Florianópolis uma explosão imobiliária (Campos, 2009; Carvalho e Saboya, 2017). A cidade passou a ser um espaço de consumo para diversas classes sociais, uma vez que os atributos naturais, a tranquilidade e a segurança associados foram disseminados tanto no Brasil como internacionalmente, tendo o *marketing* turístico contribuído para a referida atratividade (Campos, 2009). De acordo com o Censo de 2010, há mais residentes em Florianópolis que não nasceram na cidade (51,71 %) do que os que aí nasceram. O maior predomínio é de nascidos na Região Sul (90,94 % - Censo de 2000 - e 87,62 % - Censo de 2010). Quanto aos Estados de origem, a Figura 22, apresenta a percentagem por Estado, havendo um predomínio dos residentes nascidos em Santa Catarina, precedido por Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro, tanto em 2000 quanto em 2010.

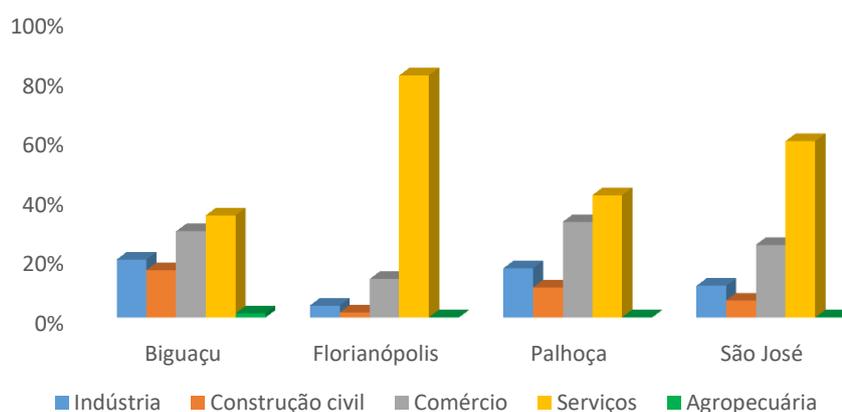
Figura 22 - Percentagem por Estado de nascimento da população residente em Florianópolis em 2000 e em 2010



Fonte: IBGE (Censo de 2000 e 2010).

A economia da cidade tem como base o setor de serviços impulsionado tanto pela atividade turística como pela administração pública (Miotto, 2011). Os dados relativos aos trabalhadores formais, nomeadamente os trabalhadores ocupados e com carteira assinada em 31.12.2019 (MTE, RAIS, 2019) estão representados na Figura 23.

Figura 23 - Pessoal ocupado com carteira assinada em 31/12/2019, por setor de atividade



Fonte: MTE, RAIS, 2019.

O setor dos serviços predomina em Florianópolis com 81 % (237.228 trabalhadores) das ocupações. Os serviços são também o setor que mais emprega nos municípios de São José (59 %), Palhoça (41 %) e Biguaçu (31 %). Quanto ao comércio o município da Palhoça tem 32 % das ocupações nesta área, seguido de Biguaçu com 29 %, São José com 24 % e Florianópolis com 13 %. A construção civil é o setor com o maior número de ocupados no mercado formal de Biguaçu (16 %), seguido da Palhoça (10 %), São José (6 %) e Florianópolis (2 %).

É importante ressaltar que no estudo feito por Souza e Sugai (2016) se constatou que, a partir dos dados do Censo de 2010 referentes à população economicamente ativa e dos dados de empregos nos municípios da área de conurbação de Florianópolis, a capital é o único dos quatro municípios que possui uma maior oferta de empregos do que o total de população economicamente ativa, o que resulta na deslocação de trabalhadores de outros municípios para ocupar os postos de trabalho na capital.

Outro aspeto relativo à economia na área de conurbação, são os dados do IBGE relativos ao Cadastro Central de Empresas (CEMPRE/2018), conforme exposto no Quadro 8.

Quadro 8 - Dados da população ocupada e do salário médio mensal (em salários mínimos) dos municípios de Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu, em 2018

<b>Municípios</b>	<b>Porcentagem da população com rendimento nominal mensal <i>per capita</i> até 1/2 salário mínimo</b>	<b>Pessoal ocupado (2018)</b>	<b>Porcentagem de população ocupada (2018)</b>	<b>Salário médio mensal (em salários mínimos)</b>	<b>Número de empresas e outras organizações</b>
Biguaçu	27 %	16 000	23,7 %	2,5	2300
Florianópolis	24,6 %	315 065	63,9 %	4,8	27 835
Palhoça	25,8 %	50 523	30 %	2,4	6 757
São José	23,8 %	111.716	46 %	2,4	10 490

Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

Florianópolis detém a maior porcentagem de população ocupada dos quatro municípios, com 63,9 %, sendo que 88,29 % destes trabalhadores são assalariados, com um salário médio (em salário mínimo) de 4,8. Nos outros municípios da área de conurbação, os indicadores apresentam valores diferentes.

Os municípios da área de conurbação apresentaram um salário médio mensal em torno de 2,4 salários mínimos havendo uma desigualdade salarial maior em Florianópolis, uma vez que a média salarial é quase o dobro da média dos restantes municípios da área de conurbação, mas a porcentagem de população com rendimento nominal mensal *per capita* até ½ salário mínimo equiparase aos demais municípios.

Considerando as investigações sobre a formação da área de conurbação, constata-se que a população migrante de baixos rendimentos, ocupou sobretudo o município da Palhoça, de São José e de Biguaçu, uma vez que, a ausência de investimento público e, conseqüentemente, a falta de infraestruturas as tornou regiões “acessíveis” monetariamente para este perfil populacional (Sugai, 2002; Lins, 2011). Tal aconteceu porque os valores que incidem sobre a valorização do solo estão diretamente relacionados com a disponibilidade de infraestruturas urbanas, com um sistema de transporte, com a integração noutros pontos da cidade, com a multiplicação do solo urbanizado e com a raridade do solo urbano (Carvalho e Saboya, 2017).

A formação da conurbação na passagem da década de 1960 para a de 1970 foi mencionada por Lohn (2011) como a criação do subúrbio para abrigar os trabalhadores da construção civil, transformando os municípios de São José, da Palhoça e de Biguaçu em cidades-dormitório dos

referidos trabalhadores envolvidos nas obras de modernização da capital. As obras que ocorreram no período Desenvolvimentista, serão destacadas no *item* 4.2.3. deste capítulo. Os trabalhadores não qualificados eram, na sua maioria, migrantes de municípios próximos e também da região de Lages que, devido à modernização agrícola, vinham à procura de emprego e encontravam na indústria da construção civil a única possibilidade de trabalho (Lohn, 2011). Trabalhadores estes que, com baixos salários e sem o acesso à política habitacional, construíram os edifícios que modernizaram a capital Catarinense. Não obstante, esta excluía a sua presença, dando-lhes a opção de ocupar as áreas da periferia, as favelas e os loteamentos frequentemente irregulares (Lohn, 2011). Por sua vez, a Ilha assumiu-se como um espaço dos estratos sociais de maior poder económico. Nela interviram fortemente o mercado imobiliário, que em conjunto com as ações do poder público, ao privilegiarem as áreas nobres para a instalação das infraestruturas e para a oferta de serviços urbanos, influenciaram na valorização das propriedades localizadas sobretudo nos setores norte e centro da capital (Sugai, 2002; Lins, 2011).

As informações aqui apresentadas referem-se a uma situação social privilegiada em Florianópolis quando comparada com a sua área de conurbação. Mas este privilégio é fruto de uma construção histórico-político-social, que desde meados do século XX vem a ser forjada pelas elites locais com uma atuação bastante presente do Estado, como retratado nas investigações concretizadas por Sugai (1992) e por Lenzi (2016) e que procuraremos descrever no próximo *item*.

### **4.2.3. Aspetos históricos e culturais de Florianópolis**

A ocupação humana na Ilha de Santa Catarina remonta a 5000 a .C. Os primeiros habitantes foram os *homens do sambaqui*, coletores de frutos do mar que, ao acumular as cascas de moluscos e restos de outros alimentos formavam os Sambaquis. Sambaqui é a denominação dada ao sítio arqueológico resultado da ação humana decorrente do acumular de cascas e moluscos e restos de outros alimentos. Os Sambaquis foram formados entre 7000 a 1000 anos AP (Antes do Presente), por povos pré-agrícolas e adaptados ao ambiente costeiro (Figuti, 1993).

Era sobre a estrutura desses Sambaquis que viviam, o que lhes permitia proteger-se de outros animais, e ter uma visão mais ampla da área do seu entorno, considerando a existência de Sambaquis de até 30 m (CECCA, 1996). Os Itacarés foram o segundo grupo humano a ocupar a Ilha, por volta do século X, seguido pelos Carijós que se instalaram na Ilha no século XIV, sendo estes últimos os primeiros a terem contacto com os colonizadores portugueses (CECCA, 1996).

As oficinas líticas, as artes rupestres e os Sambaquis são evidências da passagem de populações pretéritas por Florianópolis. Os Sambaquis do conjunto de sítios arqueológicos da Ilha, são os mais antigos e mais significativos (Bastos e Teixeira, 2004). Ainda de acordo com estes investigadores, por ordem de antiguidade estão o Sambaqui do Rio Vermelho (5020 AP), o Sambaqui do Pântano do Sul (4.500 AP) e o Sambaqui da Ponta das Almas (4230 AP).

Algumas das mais importantes inscrições rupestres do Brasil estão na capital de Santa Catarina, nomeadamente na Ilha do Campeche, que foi tombada em 1998, no âmbito nacional pelo IPHAN (<http://portal.iphan.gov.br/sc/pagina/detalhes/670>, consultado em 09.03.2021). Na Ilha do Campeche, ainda de acordo com a referida instituição, está localizada a maior concentração de oficinas líticas e gravuras rupestres do litoral de Santa Catarina. As oficinas líticas eram locais, geralmente em pedra mais firme como o diabásio, onde as populações pré-históricas preparavam os seus instrumentos e as suas ferramentas para caçar, pescar e recolher alimentos (Bastos e Teixeira, 2004). As imagens presentes na Figura 24 referem-se a fotografias de oficina lítica, a inscrição rupestre e a sambaquis existentes em Florianópolis.

Figura 24 - Oficina lítica, inscrições rupestres e sambaquis em Florianópolis

Oficina Lítica



Inscrição Rupestre



Sambaqui



Fonte: As fotografias da oficina lítica e da inscrição rupestre foram obtidas em março de 2012 por Liz Ribas. A fotografia de Sambaqui foi capturada pela ND Notícias/divulgação/Floripa Arqueologia (<https://ndmais.com.br/cultura/mapa-interativo-revela-sitios-arqueologicos-de-florianopolis>, consultado em 09.03.2021).

Os aspetos relativos aos sítios arqueológicos de Florianópolis não são revelados nas narrativas dos bloguistas de viagem analisados no capítulo 5 como núcleo do Atrativo Turístico. A visita

à Ilha do Campeche, referenciada em 6 dos 8 blogues, tem como aspeto central de atração a fama de ter praias caribenhas (BI 01, BI 04, BI 05, BI 07).

Abrimos um parêntesis para relacionar os nomes dos projetos de TBC vinculados à Comunidade Tekoá, nomeadamente os projetos Tekoá Pirá e Tekoá Taguá, como originários da família linguística tupi-guarani, sendo o guarani a língua que caracteriza o povo Carijó. O termo *tekoá* significa aldeia, vida em comunidade, enquanto *pirá* significa peixe na língua guarani, conforme informado por líderes da aldeia M`bya Guarani, que são habitantes do município de Biguaçu, após uma consulta feita pela Professora Claudia Hickenbick, uma das mentoras do projeto Tekoá. A escolha desse nome para o projeto foi proposta e teve a aprovação destes líderes. Outro nome que também é guarani é o Pirajubaé, que designa *peixe de cara amarela* fazendo alusão a um peixe bastante comum na região da RESEX do Pirajuba e que tem o mesmo nome (Registo do Caderno de Campo, 2020, tendo por base a narrativa do anfitrião Alcir).

Dando sequência a um breve histórico da ocupação da Ilha de Santa Catarina após a chegada dos europeus, utilizaremos a periodização proposta num dos capítulos do relatório do CECCA (1996) como linha condutora de alguns aspetos históricos e culturais de Florianópolis e que marcaram a ocupação da Ilha. Entendendo a periodização como uma maneira de identificar as mudanças estruturais e de conjuntura, o CECCA (1996) destacou três grandes períodos históricos para Florianópolis.

O primeiro período histórico foi denominado *Modo de Vida Ilhéu*, com características pré-modernas, iniciado com a chegada dos imigrantes europeus e estendendo-se até 1926, ano em que a Ponte Hercílio Luz foi inaugurada e associada a uma proposta de modernização da cidade. Mas cabe aqui destacar que a fundação da Póvoa de Nossa Senhora do Desterro, atual Florianópolis, aconteceu em 1673 pelo vicentista Francisco Dias Velho e é anterior à vinda dos imigrantes açorianos, que se efetivou entre 1748 e 1756, como parte da estratégia da Coroa Portuguesa de ocupação das terras descobertas. Nesse período, a Coroa Portuguesa incentivou a vinda de portugueses que viviam nos Açores para povoar o litoral Catarinense, que recebeu 6.000 imigrantes açorianos e mais 59 madeirenses (CECCA, 1996; Pereira, 2003).

Destaca-se que os imigrantes que aportaram na Vila do Desterro eram, na sua grande maioria, camponeses e pescadores pobres (Faccio, 1997). O “estatuto colonial” sob o qual os imigrantes tinham as suas vidas condicionadas, tinha como finalidade expandir o domínio português no Sul, razão pela qual havia o recrutamento para as atividades militares e também o embargo de mercadorias para

atender às necessidades de manutenção das tropas (Silva, 1978 citado por Faccio, 1997, p. 19). A ocupação do território inicialmente delimitado pelo Tratado de Tordesilhas, após muitas disputas, expandiu as áreas além das demarcadas, o que representou, como destaca Pereira (2003), o primeiro momento da colonização portuguesa. Uma colonização que, no contexto da Ilha de Santa Catarina, se diferenciou do *latifúndio-escravista-exportador*, que era o modelo colonial hegemónico (CECCA, 1996, p. 197).

A ocupação socioespacial ocorreu primeiro na Vila de Desterro e nos seus arredores, sendo atualmente o setor central de Florianópolis, expandindo-se posteriormente para o interior da Ilha. Durante todo o século XIX, a atividade em torno do porto caracterizou a economia local, por ser um ponto de rota que é estratégico entre o Rio de Janeiro e a cidade de Buenos Aires. Por sua vez, a ocupação do interior fez-se à custa do trabalho agrícola e da pesca. A policultura caracterizava a produção agrícola. Além da mandioca, que era o cultivo que mais se destacava, a cana-de-açúcar, o amendoim, o milho, o café, além de outros produtos também eram cultivados. Havia ainda os engenhos de farinha de mandioca, as moendas para a produção do açúcar, do melado de cana e o alambique para a cachaça. A farinha de mandioca produzida nos engenhos de farinha chegou a ser um produto de exportação, enquanto a pesca esteve mais associada à subsistência (CECCA, 1996).

No primeiro período da *dinâmica societária ilhoa*, perante a existência destas diferentes realidades, a da Vila do Desterro e a do interior da Ilha, havia um circuito económico, monetário, em torno de atividades urbanas e comerciais, e que aconteciam devido à existência do porto e do comércio dele decorrente. O circuito monetário e urbano era restrito a poucos, nomeadamente aos *poucos funcionários da Capitania, aos militares, alguns comerciantes e artífices*, localizados no centro urbano da capital (CECCA, 1996, p. 198). Já o circuito económico do interior da Ilha girava em função da policultura e da pesca, sendo um circuito caracterizado por uma *economia de subsistência* que acontecia de forma doméstica e comunitária e que retratava a vida da maioria dos *nativos ilhéus*, em especial dos que viviam nas freguesias do interior da Ilha. Este circuito também denunciava uma certa autonomia, decorrente do isolamento físico em que se encontravam as freguesias do interior (CECCA, 1996, p. 198).

Em ambos os sistemas económicos, o trabalho escravo esteve presente. Foi no final do século XVIII e nas duas primeiras décadas do século XIX que houve a vinda de escravos para a Ilha, associada à produção de alimentos, nomeadamente à comercialização da farinha de mandioca (Mamigonian e Vidal, 2013). Ainda de acordo com estes últimos autores, a farinha de mandioca era comercializada no Rio de Janeiro, o que permitiu aos comerciantes que ascendiam comercialmente a

aquisição de escravos. O mesmo aconteceu com a pesca da baleia, uma das poucas atividades associadas à produção mercantil cujo monopólio era da Coroa Portuguesa. A pesca acontecia apenas dois meses no ano, e durou até aos vinte primeiros anos do século XIX, quando entrou em declínio (Mamigonian e Vidal, 2013). A mão de obra escrava era empregada em parte dessa prática da captura, que ocorria com o objetivo da extração do óleo que era usado na construção civil, para a iluminação, para a conservação da madeira e também como lubrificante (Pereira, 2003). A aquisição de escravos por pescadores açorianos era possível através dos ganhos financeiros decorrentes do trabalho na atividade baleeira (Pereira, 2003).

Outro aspeto que identificava o *modo de vida Ilhéu* refere-se à sua cultura. Apesar de predominarem aspetos da cultura trazida pelo imigrante açoriano, nomeadamente no *traçado original das cidades*, na arquitetura das casas, nas técnicas de produção e benefício do produto cultivado, como também nas festas tradicionais, o património que caracteriza o *modo de vida Ilhéu* é fruto da miscigenação das culturas do branco, do negro africano e do nativo indígena (CECCA, 1997). A cultura imaterial associada aos ciclos das festas populares e religiosas, a maneira peculiar de falar, a cerâmica utilitária e decorativa, os teares, as rendas de bilro, os engenhos, as lendas e os mitos, definem o modo de vida Ilhéu e estiveram presentes durante todo o século XX, coexistindo com o processo de urbanização, em relação ao isolamento das freguesias do interior da Ilha.

A partir da independência do Brasil, em 1822, Desterro deixa de ser vila e passa a ser cidade, e a capital da recém-criada Província de Santa Catarina. Torna-se capital muito mais por aspetos históricos, uma vez que a sua *pequena produção mercantil não desembocou em relações capitalistas de produção*, facto que marcou o empobrecimento da capital no decorrer do século XIX (Pereira, 2003, p. 106).

Em 1894, já no contexto da República, proclamada em 1889, Nossa Senhora do Desterro teve o seu nome alterado para Florianópolis, uma polémica homenagem ao Marechal Floriano Peixoto. Um pouco antes da alteração do nome, a cidade foi sede do movimento de resistência ao governo deste presidente. Este movimento de contestação, que marcou tragicamente a história da cidade, foi derrotado de forma brutal com a morte de cerca de 200 pessoas, fuziladas na Ilha de Anhatomirim, por terem participado na revolta contra o referido ditador (CECCA, 1996). Em virtude deste acontecimento houve uma diminuição nos recursos financeiros decorrentes do distanciamento político entre a capital e a metrópole carioca, então sede da Presidência da República (Faccio, 1997). Dos efeitos da revolta, Conceição (2015) pontua não apenas a mudança do nome da cidade, mas

sobretudo a consolidação de uma sociedade mais conservadora, e uma tendência maior para o isolamento.

Nas primeiras décadas do século XX, Florianópolis apresentava relações comerciais em declínio se comparadas com outras capitais brasileiras. O processo de industrialização era lento e o comércio local estava estagnado (Machado, 2000). Era em função do setor público, pela produção agrícola e industrial, ambas de pequena escala, que Florianópolis se mantinha, tendo o comércio como a sua principal atividade econômica (CECCA, 1996). A inauguração da Ponte Hercílio Luz em 1926 representou o início do processo de modernização de Florianópolis, sendo o então presidente da província de Santa Catarina Hercílio Luz, no seu segundo mandato, responsável pelo início desta obra em 1922, dada a sua preocupação em efetivar a integração das regiões da Província (Conceição, 2015). Contudo, ainda de acordo com este autor, é somente a partir dos anos de 1960 que ganham velocidade as transformações urbanas e sociais que, até então, ocorriam a passos lentos e de pouca relevância para o desenvolvimento da cidade.

O segundo período da dinâmica societária de Florianópolis foi identificado como desenvolvimentista, alusivo ao *período nacional-desenvolvimentista* que aconteceu a partir da década de 1930, na Era Vargas (CECCA, 1996). Nesse período desenvolvimentista, a economia rural foi sendo substituída, aos poucos, pelo processo de industrialização que tinha como objetivo, num primeiro momento, a substituição de importações pela produção nacional. Para a criação das condições necessárias ao desenvolvimento, o papel do Estado passou a ser central. Nesse período, as indústrias de base, nacionais, foram criadas, como a Petrobras, a Companhia Vale do Rio Doce, e a Companhia Siderúrgica Nacional. O Estado tornou-se, portanto, na fonte de capital de investimento, intervindo em setores fundamentais. Para viabilizar tais funções, criou-se um complexo aparelho de Estado (Faccio, 1997). Há neste período uma transição em que o Brasil deixa de ser uma economia agroexportadora e passa para uma economia urbano-industrial e é nesse contexto que as iniciativas industriais que surgiram com a imigração de alemães e italianos que se instalaram em Santa Catarina, passaram a conquistar, aos poucos, espaço no mercado regional e nacional (Pereira, 2003).

Faccio (1997) constatou que diferentemente dos outros centros que estavam em processo de metropolização em meados do século XX, processo que foi precedido por uma etapa de produção agrícola para exportação, no território Catarinense não houve o desenvolvimento de produtos agrícolas em grande escala, não ocorrendo, portanto, como nos referidos centros brasileiros referenciados, a acumulação de riqueza. Face ao exposto, as cidades Catarinenses, até ao início da industrialização do Estado na década de 1950, apresentaram uma baixa expressão econômica, incluindo a capital (Faccio,

1997). Contudo, ainda que tardiamente, se comparada com outros Estados brasileiros, Santa Catarina acompanhou o cenário nacional de industrialização e teve a sua organização socioespacial significativamente alterada. O crescimento da população urbana foi indicador desta mudança, como já mencionámos neste capítulo.

É, assim, a partir da segunda metade do século XX, que há uma repercussão mais significativa no espaço urbano de Florianópolis decorrente da influência do crescimento da estrutura administrativa do governo Federal e Estadual, devido, entre outros aspetos, à criação das condições para o desenvolvimento da indústria no Estado de Santa Catarina. No estudo feito por Faccio (1997), são destacadas 92 entidades que foram criadas em apenas duas décadas, nomeadamente as décadas de 1960 e de 1970. Ainda de acordo com Faccio (1997), o Estado não se expandiu apenas em aspetos quantitativos, mas também alterou as suas funções tradicionais, criando órgãos públicos que funcionavam como empresas.

Para atender à expansão significativa de entidades públicas na cidade sede do governo de Santa Catarina, as obras de infraestruturas marcaram, a partir das décadas de 1960 e de 1970, a capital Catarinense. Destaca-se o aterro da baía Sul, que pôs fim ao porto que foi central para o desenvolvimento social e económico da cidade no século anterior. Além do aterro da baía Norte, importa recordar o asfaltamento da BR-101, a inauguração do segundo acesso do continente à Ilha, a ponte Colombo Sales, a pavimentação do acesso ao interior da Ilha (1973/1974), sobretudo a SC-401-Norte, incluindo os acessos às Praias de Canasvieiras, Jurerê e Ingleses e a SC-401, que dá acesso à Lagoa da Conceição, parte leste da Ilha (Faccio, 1997). Estas mudanças acarretaram uma significativa alteração na organização social e económica da cidade, permitindo também a dinamização do fluxo turístico na capital Catarinense.

Do conjunto de entidades criadas e sediadas em Florianópolis a partir da década de 1960 destaca-se a criação da Universidade Federal de Santa Catarina e a transferência das Centrais Elétricas do Sul do Brasil (ELETROSUL). A sua sede anterior tinha sido em Brasília e o escritório técnico no Rio de Janeiro, tendo ambos sido transferidos para Florianópolis (CECCA, 1996; Faccio, 1997; Machado, 2000; Pereira, 2011). A implantação dessas instituições no espaço urbano, impactaram de sobremaneira, com um crescimento populacional bastante significativo, decorrente da migração tanto de uma classe média necessária para ocupar os cargos públicos destas empresas, como da migração de população pobre, ligada ao êxodo rural, em busca dos possíveis empregos (CECCA, 1996; Machado, 2000). Deu-se o aumento de bairros residenciais, de empresas e de comércio para atender à classe média, como a ampliação das áreas da periferia urbana, e das favelas para atender à classe

mais pobre (CECCA, 1996). Com o crescimento significativo da população residente na capital, foi evidente um aumento da dinâmica económica de toda área de conurbação. Em Florianópolis expandiram-se a indústria da construção civil, o comércio e a prestação de serviços para atender às necessidades resultantes dessa mobilidade, sendo também ampliada a ocupação do interior da Ilha (Ferreira, 1992; Moretto Neto, 1993).

Destacámos no início deste capítulo a inauguração da BR-101 (início de 1970), que também é considerada como um marco tanto na ocupação como para o desenvolvimento de Florianópolis e da área de conurbação (Ferreira, 1992; Moretto Neto, 1993; CECCA, 1996; Lenzi e Gonçalves, 2011). A acessibilidade viabilizada pela redução do tempo de deslocação facilitou o processo de urbanização das áreas em torno da BR-101, circunvizinhas à capital Catarinense. No decurso da década de 1980, com o crescimento do fluxo turístico, a capital passou a receber turistas vindos do Rio Grande do Sul, de São Paulo, do Paraná, mas também do Uruguai e principalmente da Argentina, dada a facilidade de acesso que a referida BR 101 proporcionava, associada à construção do acesso Norte (SC-401).

É no período desenvolvimentista, sobretudo nas décadas de 1970 e de 1980 que também aconteceu a desestruturação da economia de subsistência que tirou o nativo da sua relação com a terra (produção agrícola) e do mar (pesca), para ser mão-de-obra marginalizada. Foi também expulso para lugares mais distantes, uma vez que a localização do seu lugar de pertença passou a ter valor mercadológico (Moretto Neto, 1993). A marginalização da pesca artesanal, com o fomento a partir de incentivos fiscais para o fortalecimento da pesca industrial, também contribuiu para a desestruturação do *modo de vida ilhéu*. Além da expropriação das terras comunais, que eram usadas de forma partilhada, contribuíram para o desmantelamento dos núcleos de colonização, construídos desde a vinda dos imigrantes açorianos no século XVIII (Moretto Neto, 1993; CECCA, 1996).

Apesar da periodização proposta pelo CECCA (1996) datar como término do *modo de vida ilhéu* a inauguração da Ponte Hercílio Luz, sabemos, pelos registos históricos e sobretudo pelo primoroso trabalho desenvolvido por Franklin Cascaes (1908-1983) que diferentes temporalidades marcavam o quotidiano da vida dos residentes da capital. O *modo de vida ilhéu* esteve presente durante praticamente todo o século XX. A busca pela preservação das temporalidades marca a obra de Cascaes, uma vez que tencionava, perante as ameaças decorrentes do processo de modernização, a consciencialização, a salvaguarda e a divulgação do património cultural da população local. Ao perceber que o quotidiano e o conhecimento popular dos habitantes do interior da Ilha, basicamente caracterizados pela oralidade, estavam ameaçados, trabalhou intensamente na representação das suas tradições. É, portanto, o responsável por passar a oralidade para a representação textual e pictórica de

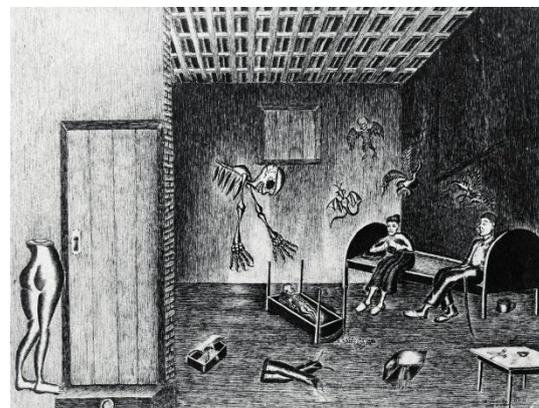
aspectos centrais da cultura ilhoa. Usando diferentes meios de transporte como canoas, carroças, cavalo e deslocando-se até mesmo a pé, convivia com as comunidades de pescadores e de agricultores do interior da Ilha, onde fez o registo das suas tradições, das suas crenças, do imaginário e dos costumes do nativo ilhéu (Souza, 2000; Kruger, 2011; Furlan, 2015).

Foram sete décadas de observação e registo dos traços culturais a partir da observação de pequenas comunidades dedicadas à pesca e à agricultura. No livro *O Fantástico na Ilha de Santa Catarina*, uma das suas principais obras, há 24 narrativas escritas por Cascaes que representam aspectos do inconsciente popular que compõem o imaginário fantástico das colónias de pescadores. Nesta obra referenciada, das 24 narrativas existentes, as bruxas estão presentes em todas elas. Na Figura 25, temos algumas das suas produções artísticas com desenhos figurativos das tradições e histórias narradas pelo nativo ilhéu.

Figura 25 - Produções artísticas de Francklin Cascaes



As bruxas roubam a lancha baleeira de um pescador da Ilha de Santa Catarina (sem data)  
Técnica: nanquim sobre papel  
Dimensões: 52,5 x 71cm



Armadilha para apanhar bruxas, e pais em vigília (1960)  
Técnica: nanquim sobre papel  
Dimensões: 48,8 x 65,3cm

Fonte: Cascaes (2015), pp. 96 e 178.

É a partir do trabalho desenvolvido por Cascaes que Florianópolis passou a ser conhecida como “Ilha da Magia”, pelas representações feitas do imaginário popular ilhéu, repleta sobretudo de histórias e bruxarias. Na investigação desenvolvida por Brognoli (2020) relativa à representação da identidade local nos *flyers* do turismo em Florianópolis é identificado o uso recorrente de adjetivações alusivas à magia ou misticismo para designar a cidade. Mas nem todos os contextos onde este adjetivo é utilizado deixam explícito ao que se refere. Contudo, há os que marcam essa referência, evidenciado pela investigadora em dois desses contextos

*The capital of the state of Santa Catarina gathers mysteries and legends for more than six thousand years, which left the rock arts, passed through indigenous marks and reached the witches and magic stories and legends with Franklin Cascaes, told by the old inhabitants of the region;*

*Conhecida como Ilha da Magia, devido às histórias de bruxas que aportaram aqui há três séculos, Florianópolis conserva os grandes encantos (Brognoli, 2020, p. 141).*

Voltando à periodização, o projeto *desenvolvimentista* permitiu a partir da intervenção do Estado viabilizar um dos seus principais objetivos, o da integração nacional. Os impactes deste período na capital Catarinense promoveram alterações significativas na sua organização socioespacial, como mencionado anteriormente. O fim deste período também foi marcado pelo fim da política nacional de desenvolvimento urbano, que culminou na sua descentralização ao passar para a esfera dos municípios a responsabilidade para o estabelecimento da política urbana, tendo o plano diretor como o seu instrumento base, conforme estabelecido na Constituição de 1988 (Rizzo, 2013).

O terceiro período proposto pelo CECCA (1996) denominado como *Pós-modernidade perversa*, é um período em que se reforça a ideia do turismo juntamente com o desenvolvimento tecnológico como “vocações” de Florianópolis, e desempenha um papel central para o projeto de inserção da cidade nos ideais do modelo de cidade competitiva e como promotor do desenvolvimento local (Rizzo, 2013; Lenzi e Cazetta, 2017). Neste sentido, o desenvolvimento da economia da capital de Santa Catarina, passou a ser orientada por aspetos exógenos ao lugar, que desconsideram os que vivem na cidade, contribuindo para a segregação socioespacial (Cecca, 1996; Rizzo, 2013). O paradigma internacional das cidades competitivas afirmou-se e tem por base a ideia de que a qualidade de vida da população local estaria condicionada à inserção competitiva da cidade no cenário global, caracterizando a cidade como um novo *agente de ação internacionalizada* (Rizzo, 2013, p. 13). Rizzo (2013), ao investigar o planeamento urbano no contexto da globalização, tendo a década de 1990 como recorte temporal e o plano diretor de Florianópolis como estudo de caso, identificou o paradigma do modelo de inserção competitiva da cidade nos fluxos da economia global. Uma das razões para a inserção deste paradigma global é o facto de, com a descentralização da política urbana referendada na Constituição de 1988, os municípios passarem a ser responsáveis pelo plano de urbanização da cidade e, conseqüentemente, por atrair capitais e investimento. Não foi, desta forma, assegurado financiamento aquando do processo de descentralização (Rizzo, 2013; Lenzi e Cazetta, 2017).

A partir da década de 1990, ocorre a projeção de Florianópolis num cenário turístico internacional, resultado da convergência de interesses tanto das elites locais quanto dos grupos económicos nacionais e estrangeiros (Ferreira, 1992). É neste contexto que empreendimentos turísticos de grande dimensão são planeados, reproduzindo o modelo do turismo como produto, associado aos empreendimentos turístico-imobiliários. Nesta proposta de turismo as comunidades locais e os aspetos da sustentabilidade ambiental não foram considerados. Predominou a produção dos espaços a partir dos *cenários artificiais* ditada pelo mercado global (Ferreira, 1992).

Por ser uma das atividades económicas de Florianópolis, o turismo depende da imagem associada a Florianópolis para formar seu “produto” turístico. A imagem atual da cidade, desde os primeiros anos do século XXI, tem vindo a ser construída pelo *marketing* turístico associada a uma ilha de exceção em relação a outras realidades brasileiras. Por um lado, por ter um dos mais elevados índices de desenvolvimento humano do país, por ser uma cidade segura, por ter como atividades económicas áreas de atuação não-poluentes, como o desenvolvimento tecnológico e o próprio turismo (Lenzi e Gonçalves, 2011; Lenzi, 2016).

A construção da imagem da cidade empregada pelo *marketing* turístico, é estratégica não apenas para a promoção do turismo, mas também para a inserção da imagem síntese de Florianópolis com vista a integrá-la nas redes de cidades internacionais (Rizzo, 2013). Neste processo, os espaços privilegiados da cidade passaram a ser utilizados estrategicamente para simbolizarem a cidade na sua totalidade (Lenzi e Gonçalves, 2011). Mas a construção da imagem síntese, que representa uma parcela da realidade vivida por uma parcela da sociedade, oculta muitas outras realidades e contradições. Florianópolis, como toda a cidade capitalista, reproduz as desigualdades socioeconómicas evidenciada na segregação socioespacial (Kronenberg, 2016), e neste sentido o turismo, da forma como foi e é proposto, contribui para reforçar a separação entre as diferentes realidades da cidade.

### **4.3. Principais indicadores de turismo da cidade de Florianópolis**

A ausência de dados estatísticos com séries históricas que permitam a análise entre a oferta e a procura do turismo é um problema para o turismo brasileiro. Uma das raras exceções é o caso da pesquisa de procura turística internacional realizada inicialmente pela EMBRATUR (1983) e pelo seu substituto, o Ministério do Turismo (2005) (SANTUR, 2020). Ainda assim, procuramos neste capítulo analisar indicadores que nos permitam caracterizar a oferta e a procura turística em Florianópolis, bem como informação que nos permita identificar a evolução do turismo da cidade. Faz parte também

desse *item*, a compilação de algumas das críticas realizadas ao modelo de desenvolvimento turístico praticado em Florianópolis.

Como foi exposto no *item* anterior, o turismo foi a estratégia encontrada para alavancar o desenvolvimento económico da capital de Santa Catarina e a sua consequente modernização a partir da década de 1970. Consolidou-se como uma das principais atividades económicas juntamente com o desenvolvimento tecnológico, inserindo a cidade no paradigma de competitividade internacional das cidades em rede (Rizzo, 2013). O turismo é a segunda maior atividade em geração de divisas em Florianópolis, sendo precedida pelo setor de tecnologia e inovação (SANTUR, 2020).

#### **4.3.1. O surgimento e a evolução do turismo na capital Catarinense**

As primeiras ideias relativas ao turismo na Ilha de Santa Catarina datam das duas primeiras décadas do século XX, e foram preconizadas pelo governo, estando associadas ao banho de mar. Naquela época o banho de mar era uma prática pouco habitual para os que residiam na Ilha, que só foi incorporada no hábito social e passou a ser praticada por um considerável número de pessoas a partir de 1930 (Ferreira, 1998). Muito antes de se tornar habitual, entre as décadas de 1910 e de 1920, Ferreira (1998) identifica manifestações do poder público em tornar a Ilha num centro balnear da região Sul, um ponto de encontro entre os apreciadores de banhos de mar, que estava associado a uma prática da elite. Foram necessários 60 anos para que a projeção feita pelo poder público de facto se concretizasse. Foi somente na década de 1970 com a pavimentação da BR 101, como já mencionado neste capítulo, e a construção e pavimentação das rodovias de acesso ao norte da Ilha, que o veraneio nas praias passou a acontecer. Até então, o acesso a estas praias era feito por *picadas para carro de boi* e era necessário praticamente um dia inteiro para a deslocação àquelas praias (Ferreira, 1998).

Para compreender melhor as temporalidades associadas ao turismo em Florianópolis, utilizaremos a proposta feita por outro investigador, também com o sobrenome Ferreira (1992), que identificou a existência de três etapas que caracterizaram a evolução do padrão urbano-turístico da cidade. Este pesquisador ressalta que considera estas etapas uma aproximação, pois não identificou instrumentos de observação junto dos órgãos municipais que pudessem ter captado melhor essa evolução.

A primeira etapa de evolução do turismo aconteceu na década de 1970, sendo marcada por um turismo de veraneio, que se foi desenvolvendo de forma mais lenta, com a ocupação do litoral, principalmente na parte norte da Ilha e na Lagoa da Conceição. É neste período que as comunidades

tradicionais sofreram a primeira pressão decorrente do processo de balnearização, em especial com a procura da segunda residência (Ferreira, 1992). Com a vinda dos veraneantes, os pescadores venderam a posse das suas propriedades, sobretudo as situadas junto à praia, mas sem a consciência de que ficariam impedidos de construir os ranchos de pesca na área de marinha, perdendo então as condições materiais para praticar a pesca artesanal e, conseqüentemente, conduzindo à desarticulação da pesca artesanal (Ferreira, 1992). O pescador passou a trabalhar como mão-de-obra não qualificada em ocupações vinculadas ao comércio, ao turismo e à administração pública (Ferreira, 1992). *A especulação imobiliária tirou o sossego, a morada, o lugar de recreio e de trabalho de pescador. Tirou-o da pesca e da roça e colocou-o como vigilante e chacareiro do “pessoal da cidade”. As suas embarcações deixaram de pescar para levar turistas a passeio (...)* (Ferreira, 1998, p. 112).

Por sua vez, a segunda etapa de crescimento do turismo, que abrange a década de 1980, assistiu ao aumento da procura turística e também da deficiente oferta de infraestruturas para a referida procura, tanto para atender os visitantes como para os próprios residentes (Ferreira, 1992). Rizzo (2013) ressalta, num estudo feito pelo IPUF, que houve o aumento de 7,6 % em 1976 para 30,8 % no que diz respeito à urbanização das áreas balneares, em apenas 18 anos. O referido investigador pondera ainda que o crescimento urbano nos balneários aconteceu de forma desordenada, sem infraestruturas e marcado por irregularidades nos loteamentos, reforçando a constatação já realizada por Ferreira (1992). Com o aumento do fluxo de turistas, e da referida urbanização nos balneários, os distritos que antes viviam da agricultura e da pesca e estavam em áreas rurais, passaram por um processo de transformação evidenciando ainda mais o conflito decorrente dessa rutura do *modo de vida Ilhéu* (Campos, 2002). Aconteceu um processo uma mudança de valores em relação ao uso do solo, uma vez que os valores de uso praticado pelos nativos ilhéus foram substituídos pelos valores de troca, um produto do mercado, tendo sido o turismo o principal indutor desse processo e conseqüentemente responsável pela mudança de vida das populações do litoral Catarinense e dos nativos que viviam sobretudo no interior da Ilha (Campos, 2002).

A terceira etapa de evolução do turismo foi caracterizada por Ferreira (1992) pela inserção de novos atores económicos que interferiram na oferta turística no sentido de a elevar a uma oferta de “elevado padrão”, através da qualificação da oferta materializada na construção de empreendimentos turísticos apelidados pelos seus proponentes de “padrão internacional”.

Na revisão bibliográfica que realizámos observámos que existe ainda uma quarta etapa da evolução do turismo em Florianópolis, já mencionada anteriormente, e que está relacionada com a inserção da cidade no paradigma internacional das cidades competitivas ao qual a cidade mercadoria

está associada (Rizzo, 2013; Silva, 2016). É a etapa em que as tradições e elementos da cultura Ilhoa como prática cultural estão em processo de desaparecimento, e a representação da cultura é incorporada à identidade florianopolitana (Silva, 2016).

#### **4.3.2. A oferta e a procura do turismo em Florianópolis**

##### **4.3.2.1. A gestão e a oferta turística em Florianópolis**

A oferta turística de Florianópolis está associada à promoção da cidade, com representação das suas paisagens, sobretudo dos aspetos naturais e urbanísticos privilegiados, deixando outros muitos aspetos da realidade socioambiental ocultos. Neste sentido, está em consonância com a lógica hegemónica do turismo global, cuja oferta é caracterizada pelo produto turístico, concebido, normalmente, para atender à procura, e sem a preocupação com os impactes socioambientais da oferta, restrita ao discurso da sustentabilidade.

No Brasil, o planeamento da oferta turística acontece de forma regionalizada. A regionalização do turismo está pautada na Lei Geral do Turismo, n.º 11771, de 2008, que se refere à Política Nacional de Turismo e objetiva estabelecer o planeamento e ordenamento do setor. Do conjunto de objetivos da Política Nacional do Turismo, está a proposta de promoção, descentralização e regionalização do turismo, através do estímulo aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios da realização do planeamento do turismo a partir dos seus territórios (Brasil - Lei 11771/2008). Cabe ressaltar, contudo, que a regionalização é um processo anterior à Lei Geral do Turismo. A gestão descentralizada teve início em 1994, com o foco na municipalização das ações do turismo, o que serviu de base para o Programa de Regionalização do Turismo, criado em 2004 (Rodrigues e Souza, 2015).

O Estado de Santa Catarina tem treze regiões turísticas:

- 1-Costa Verde e Mar;
- 2-Grande Florianópolis;
- 3-Encantos do Sul;
- 4-Caminhos dos *Canyons*;
- 5-Serra Catarinense;
- 6-Vale das Águas;
- 7-Caminhos da Fronteira;

- 8-Grande Oeste;
- 9-Vale dos Imigrantes;
- 10-Caminhos do Contestado;
- 11-Caminhos do Alto Vale;
- 12-Caminho dos Príncipes;
- 13-Valeu Europeu (<http://turismo.sc.gov.br/destinos/>. Consultado em 12/04/2021).

Os nomes das regiões estão relacionados com aspetos relativos à natureza que as identificam, exceto a região da Grande Florianópolis. Integram a região turística Grande Florianópolis, além da capital do Estado, treze outros municípios: Angelina, Anitápolis, Águas Mornas, Alfredo Wagner, Antônio Carlos, Biguaçu, Governador Celso Ramos, Rancho Queimado, Santo Amaro da Imperatriz, São Pedro de Alcântara, São José, São Bonifácio e Palhoça. No âmbito das regiões há a instância de governança que, no caso da Grande Florianópolis é composta por representantes dos 14 municípios, tendo o Fórum como forma de organização.

A gestão do turismo à escala municipal é feita pela Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico, que está vinculada à Prefeitura de Florianópolis. Por sua vez, há o Conselho Municipal de Turismo, que é um órgão colegial e que tem por atribuição formular, coordenar e dirigir a política municipal de turismo, conforme estabelece a Lei n.º3741/92, que criou o referido conselho e também instituiu a Política Municipal de Turismo. Quanto à política municipal de turismo identificamos que há a necessidade da sua revisão posto que é anterior à Política Nacional do Turismo e com a qual não há alinhamento. A limitação do texto da Política Municipal de Turismo de Florianópolis, que possui apenas um artigo, é por si só um problema. A referida política, de artigo único, considera o turismo como atividade cujas finalidades estão relacionadas com aspetos do desenvolvimento económico e a preservação das riquezas naturais, desconsiderando aspetos sociais e culturais relativos à atividade turística, previstos na Política Nacional do Turismo brasileira.

Pese a existência desta estrutura de gestão do turismo nas três esferas de governo, inclusive colegiais, não identificamos o inventário da oferta turística da cidade de Florianópolis. A inexistência de inventário da oferta turística em Florianópolis é uma constatação que nos surpreende e nos preocupa, uma vez que o referido inventário é um instrumento básico para o planeamento, a gestão e a promoção da atividade turística, e é um dos itens previsto na Política Nacional de Turismo (Lei n.º 11771/2008). O inventário é um levantamento de informação relativa aos atrativos turísticos, aos

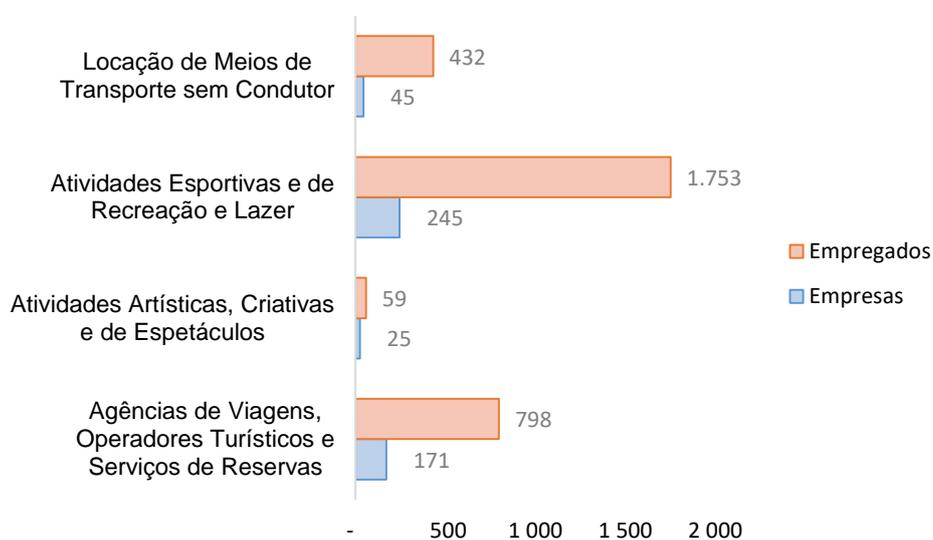
equipamentos, aos serviços turísticos e às infraestruturas dos municípios para a oferta do turismo (Brasil, MTUR, <http://www.inventario.turismo.gov.br/>, consultado em 18.03.2021) e, uma vez percebido como meio, não um fim em si próprio, deve ser proposto em benefício da melhoria de vida dos cidadãos (Pinto e Moesch, 2006). Isto porque a finalidade do turismo, de acordo com a Política Nacional de Turismo é servir de instrumento para o desenvolvimento económico e social, para a promoção e diversidade cultural e para a preservação da biodiversidade. O inventário não é percebido apenas como uma base de dados. É, principalmente, um instrumento que requer análises e interpretações que orientem a tomada de decisão para que o planeamento turístico possa ser desenvolvido em prol da sua finalidade (Fratucci e Moraes, 2020).

Apesar da falta de dados e análises por parte do órgão gestor municipal sobre o turismo que está a ser desenvolvido na capital de Santa Catarina e um efetivo alcance da sua finalidade mencionadas no parágrafo anterior, tencionamos apresentar alguns dados que permitem caracterizar a oferta turística. Florianópolis é considerado um destino turístico consolidado. Foi identificado como um dos 65 destinos indutores (possuem infraestruturas básicas e turísticas e atrativos qualificados, sendo núcleos recetores e/ou distribuidores de fluxos turísticos) ([http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/Indice\\_competitividade/2014/Brasilia\\_RelatorioAnalitico2014.pdf](http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2014/Brasilia_RelatorioAnalitico2014.pdf), consultado em 18.03.2021) do turismo nacional, sendo potenciador da indução turística para a região. Na categorização dos municípios das regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, é identificado como categoria A (<http://www.mapa.turismo.gov.br/>, consultado em 16.03.2021). A categorização leva em consideração estabelecimentos e empregos formais no setor de hospedagem e estimativa de fluxos turísticos domésticos e internacionais, sendo A o valor mais elevado. Se considerarmos os Estados da região Sul do Brasil, no ano de 2019, apenas 1,35% dos municípios possuem a referida categoria.

Utilizámos a Classificação Nacional de Atividades Económicas (CNAE 2.0), que é a classificação oficial adotada pelo Sistema Estatístico Nacional do Brasil e pelos órgãos Federais, Estaduais e Municipais, gestores de registos administrativos. Também utilizámos outras instituições do Brasil para apresentar os dados sobre a existência de empreendimentos que trabalham com atividades ligadas ao turismo ou atividades afins (Figuras 26, 28 e 29). No contexto da referida classificação, identificámos as empresas cujos serviços estão relacionados com a atividade turística. A Figura 26 faz a sistematização de dados relativos ao número de empresas e empregados de setores relacionados

com o aluguer de veículos, com agências/operadoras de viagens, com atividades de desporto, recreação e lazer e com as atividades relacionada com as artes.

Figura 26 - Número de empresas e empregados relacionados com o turismo em Florianópolis

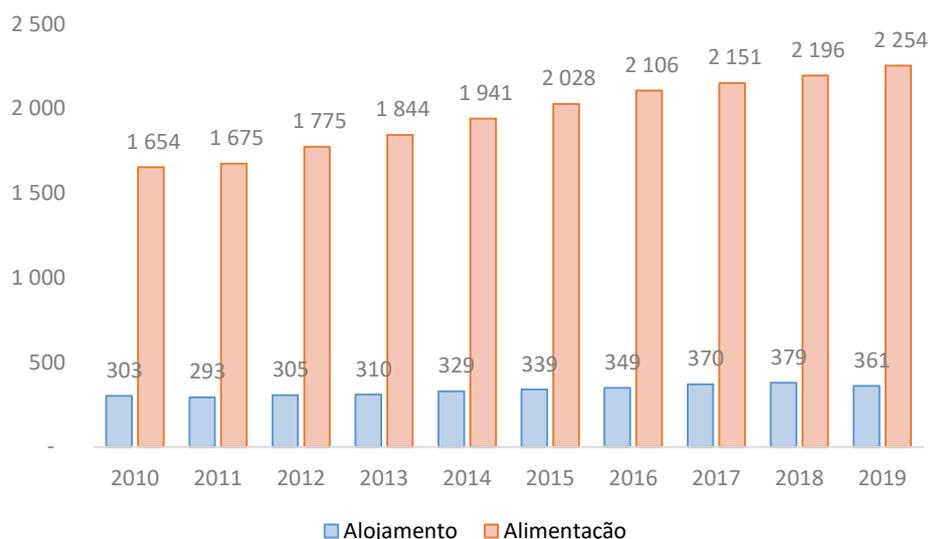


Fonte: MTE, RAIS. Quantidade de estabelecimentos em 31/12/2019 (representa a soma dos estabelecimentos). Grupo de Atividade Económica, segundo classificação CNAE 2.0 (disponível a partir da RAIS/2006).

Das quatro categorias de empreendimentos apresentadas na Figura 26, todas, inclusive as agências de viagens, os operadores turísticos e os serviços de reservas atendem tanto os residentes locais no contexto do turismo emissor, como os turistas, no âmbito do turismo receptor.

A oferta de serviços relacionados com o setor do turismo, em especial nas áreas de alimentação e alojamento, aponta para a existência de empresas em Florianópolis. Na Figura 27, temos a evolução histórica, de 2010 a 2019, do número de empresas e empregados dos referidos setores.

Figura 27 - Série histórica (2010 a 2019) do número de empresas, incluindo Microempreendedores Individuais (MEI), dos setores de alojamento e alimentação, em Florianópolis

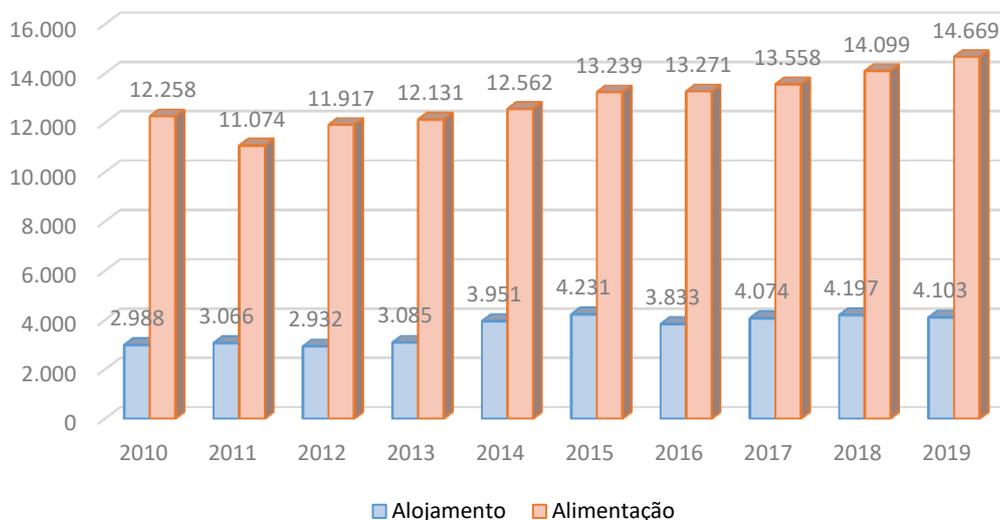


Fonte: MTE, RAIS. Quantidade de estabelecimentos em 31/12 (representa a soma dos estabelecimentos em cada ano). Grupo de Atividade Económica, segundo classificação CNAE 2.0 (disponível a partir da RAIS/2006).

Considerando os dados da Figura 27, observamos que houve uma evolução contínua no número de empreendimentos vinculados ao alojamento em Florianópolis, com uma variação ascendente em quase todos os anos, salvo em 2011 e em 2019. Contudo, como veremos no próximo *item*, o meio de alojamento mais procurado por turistas em Florianópolis refere-se ao aluguer de casas, dado que não está representado na figura anterior e que pode justificar a evolução nos últimos 10 anos, apesar do crescente número de turistas na cidade no período de veraneio. Por sua vez, o setor da alimentação teve um aumento ascendente entre 2010 e 2019, tendo sido o crescimento superior a 26 %. Como o setor de alimentos e de bebidas atende tanto os residentes locais como os turistas, a inexistência de pesquisas com séries históricas e relacionadas com o setor de alimentos e bebidas para o turismo impede-nos de correlacionar o referido crescimento do número de empreendimentos da alimentação em função do turismo.

O número de empregados do setor de alimentação e alojamento, constitui outro dado interessante para aferirmos a oferta turística da cidade. Na Figura 28, temos uma série histórica de 2010 a 2019 relativamente ao número de empregados no setor de alimentos e alojamento relacionados com as empresas anteriormente referenciadas.

Figura 28 - Série histórica (2010 a 2019) do número de empregados, incluindo os micro-empresendedores individuais dos setores de alojamento e alimentação em Florianópolis



Fonte: MTE, RAIS. Quantidade de estabelecimentos em 31/12 (representa a soma dos estabelecimentos em cada ano). Grupo de Atividade Económica, segundo classificação CNAE 2.0 (disponível a partir da RAIS/2006).

O número de empregados que trabalham nos setores de alimentação e de alojamento cresceu entre 2010 e 2019. O crescimento de empregos no setor da alimentação foi da ordem de 16%, inferior ao crescimento do número de empresas, conduzindo à possibilidade de incremento do número de empresas de menor dimensão. O alojamento, teve um acréscimo de empregados, superior ao número de empresas, o que pode ter relação com a dimensão dos empreendimentos de alojamento que exigem um maior número de trabalhadores.

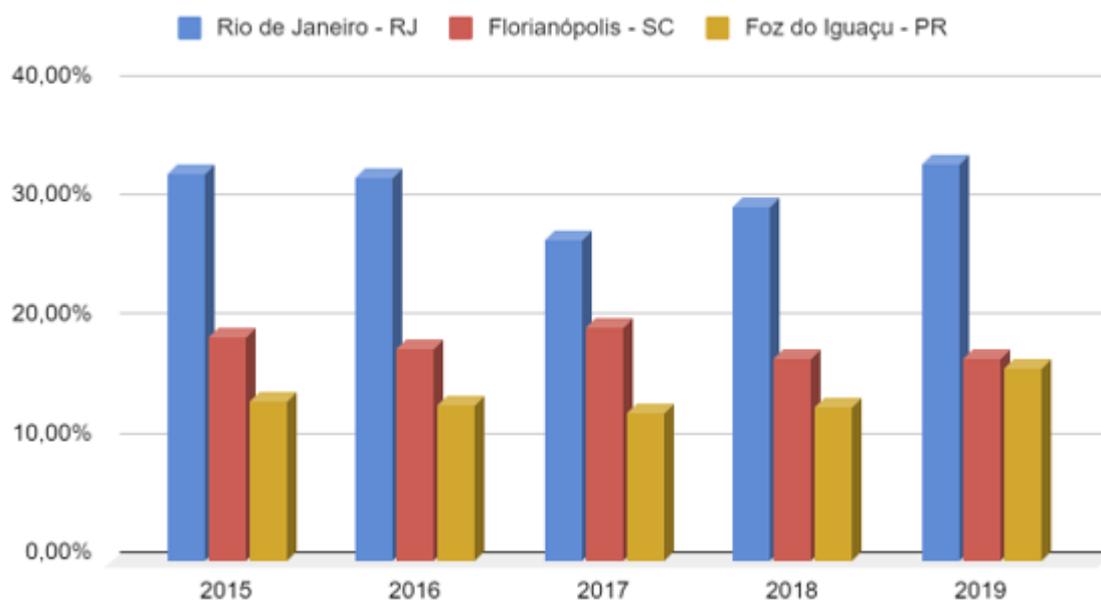
Quanto à remuneração paga aos trabalhadores, os estudos feitos por Ouriques (2005) apontam não apenas para o pagamento de salários aos trabalhadores de algumas áreas vinculadas ao turismo inferior aos salários mínimos pagos pela média da economia, salvo cargos de gestão, mas também para o facto de serem os mais baixos salários da pirâmide salarial brasileira. Desta forma, no contexto Florianopolitano, as atividades geradas com o desenvolvimento do turismo não permitiram aos trabalhadores, principalmente aos nativos que tiveram o seu meio de subsistência (agricultura e pesca) desestruturado pelo turismo, melhores condições materiais de existência (Ouriques, 2005).

Com os dados que apresentamos nas Figuras 26, 27 e 28, conclui-se pela existência de oferta de serviços disponíveis aos turistas e residentes em Florianópolis. Na abordagem de Ouriques (2005), trata-se de ocupações que não viabilizam as condições necessárias para a mobilidade social, com a criação de oportunidades. Outro aspecto que caracteriza o setor do turismo são os postos de trabalho informais e sazonais, que não são representados nas figuras anteriores, e que marcam a economia da cidade. Posto isto, urge a realização de pesquisas realizadas por instituições de grande credibilidade, com séries históricas, sobre os setores relacionados com o turismo. Somente com dados e análises qualitativas será possível aferir os ganhos reais com o turismo desenvolvido na cidade de Florianópolis e determinar o alcance da finalidade com o desenvolvimento do turismo, prevista na Política Nacional do Turismo.

#### **4.3.2.2. A procura turística em Florianópolis**

Considerando os dados anteriores à pandemia de COVID-19, o Brasil possui turismo receptivo internacional pouco expressivo quando comparado com o turismo doméstico. No que respeita à geração de receitas, o turismo doméstico é cerca de nove vezes mais importante do que o turismo receptivo internacional, caracterizando-se como a principal força motora do turismo brasileiro (Rabahy, 2019). De acordo com os dados estatísticos do Ministério do Turismo, nomeadamente em relação ao estudo da Demanda Turística Internacional no Brasil, feito pela Fundação Instituto de Pesquisas Económicas (FIPE), por solicitação do Ministério do Turismo do Brasil (MTUR/FIPE, 2021), Florianópolis é o segundo destino brasileiro mais procurado por turistas internacionais (a seguir ao Rio de Janeiro), considerando as cinco últimas pesquisas realizadas, relativas ao período de 2015 a 2019 (Figura 29).

Figura 29 - Destinos brasileiros mais visitados entre 2015 e 2019 por turistas internacionais

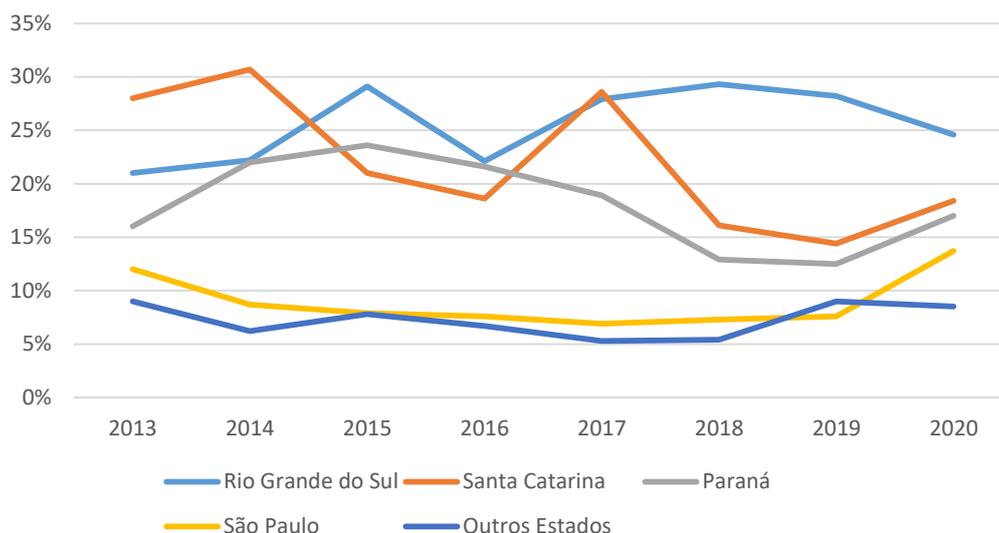


Fonte: Ministério do Turismo/FIPE (2021).

Ainda de acordo com esta pesquisa, o lazer foi o motivo responsável pelos turistas terem estas cidades como predileção (Rio de Janeiro, Florianópolis e Foz do Iguaçu), sendo o turismo de sol e praia a principal motivação para a escolha de Florianópolis, com 92,2 % desta opção apontada pelos turistas, seguida por “natureza, ecoturismo ou aventura”, com 5,1 %. Quanto ao meio de hospedagem, e usando dados relativos a Florianópolis, a casa alugada foi a opção para 41,9 % dos turistas, seguida pelo hotel, apartamento ou pousada com 41,5 %, mantendo esta ordem nas pesquisas realizadas entre 2015 e 2019. Quanto à composição do grupo turístico, 60,6 % são famílias, 17,6 % casais sem filhos, 11,8 % amigos e 9,4 % viajam sós.

À escala Estadual, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio/SC) possui uma série histórica de pesquisas realizada especificamente no litoral Catarinense, durante a temporada de verão e iniciada no ano de 2013. A pesquisa considera os municípios de Florianópolis, São Francisco do Sul, Balneário Camboriú, Imbituba e Laguna. De acordo com esta pesquisa, cerca de 81 % dos turistas que visitaram o litoral Catarinense são brasileiros. A Figura 30 patenteia a porcentagem de turistas e a sua variação nos últimos oito anos, por Estado de origem, tendo como referência os Estados da Região Sul do Brasil e São Paulo.

Figura 30 - Turistas por estado de origem (Temporada de Verão) entre 2013 e 2020



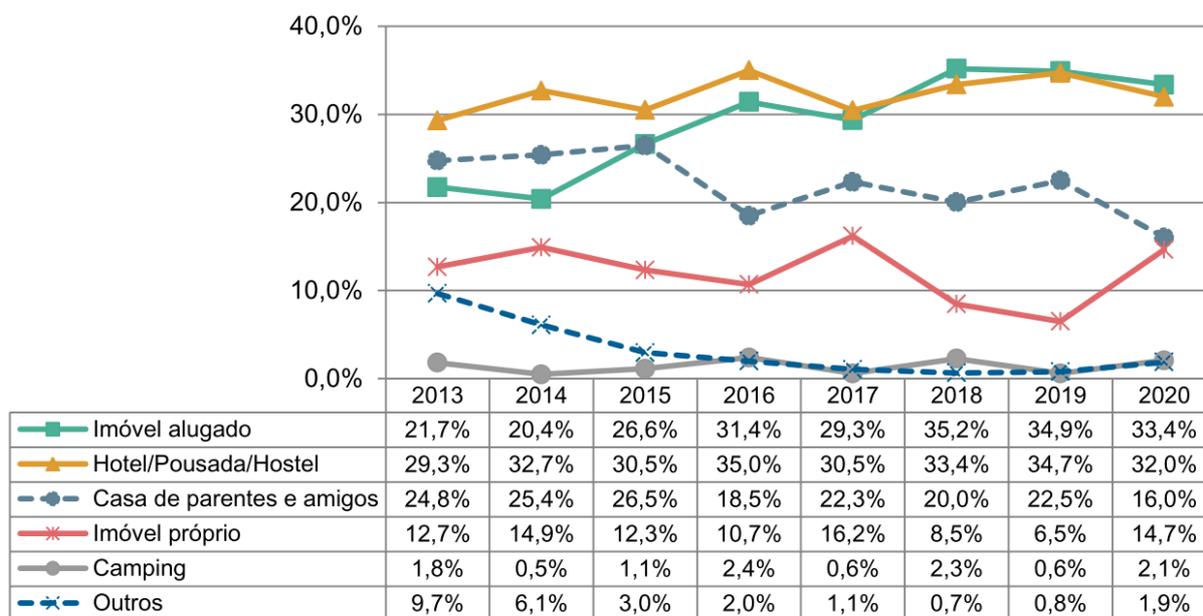
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa realizada pela Fecomércio/SC (2020).

Os turistas Catarinenses, que em 2013 e em 2014 eram os principais públicos turísticos no litoral do Estado, como representado na Figura 30, foram substituídos por turistas oriundos do Rio Grande do Sul que, desde 2017, tem sido o público mais recorrente na temporada de verão no litoral Catarinense. Mas infere-se com estes dados que são dos Estados vizinhos de Santa Catarina (o Paraná a norte e o Rio Grande do Sul a sul) que provêm os turistas em maior número.

Os estrangeiros que visitaram o litoral Catarinense nos últimos oito anos são, na sua maioria, oriundos dos países da América do Sul, particularmente da Argentina, Uruguai, Paraguai e Chile. A maior parcela de turistas estrangeiros refere-se aos Argentinos, tendo a maior percentagem de turistas no ano de 2018 (29 %) e o valor mais baixo em 2014 (7,4 %). A variação cambial ora a favor da moeda argentina, ora contrária, interfere no número de turistas deste país vizinho no litoral Catarinense. Quanto ao grupo de viagem, sobressaem as famílias, em toda a série histórica.

Nos últimos três anos, a hospedagem preferida dos turistas que visitam o litoral Catarinense, tem sido o imóvel alugado, que juntamente com os meios de hospedagem como hotel, pousada e *hostel* são os tipos de hospedagem mais procurados. A média de estadia do turista na temporada de 2020 foi de 12 dias, duração recorrente nos últimos anos (Fecomércio/SC, 2020). A Figura 31 faz uma comparação da evolução da distribuição de turistas por tipo de hospedagem.

Figura 31 - Evolução da distribuição de turistas por tipo de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio/SC (2020).

#### 4.4. Síntese

Neste capítulo, apresentámos uma diversidade de informação relativa à cidade de Florianópolis com o intuito de expor alguns aspetos da sua geografia, história, cultura e turismo. A partir da informação apresentada, e por ser decorrente sobretudo de diversas investigações académicas, de diversas áreas do conhecimento, acreditamos ser possível perceber as razões que justificam a nossa intenção em contribuir para o fortalecimento de propostas alternativas ao modelo de turismo existente. Um compromisso assente, sobretudo, no fortalecimento de redes de salvaguarda do património natural e cultural da cidade apresentados brevemente neste capítulo.

A intenção de caracterizar, ainda que brevemente, a paisagem natural da Ilha, a partir de fontes secundárias, foi a de evidenciar a sua diversidade e singularidade, que infelizmente constatamos não fazer parte das narrativas dos bloguistas sobre os atrativos turísticos da cidade, como veremos no Capítulo 5. Alguns dos aspetos do património natural de Florianópolis que foram brevemente referidos no *item* 4.2, tanto relativos à formação geológica quanto à vegetação da Ilha, são identificados como potenciais núcleos de atrações turísticas. A Floresta Ombrófila Densa, as Restingas e os Mangues estão presentes na paisagem do principal núcleo da atração turística “praia”, e também dos “trilhos” e “mirantes”, como veremos no próximo capítulo.

Adotada a perspectiva cognitiva da atração turística (Lew, 1987), aquela que considera a AT a partir do envolvimento do turista com o núcleo da atração, inferimos a existência de potencial cognitivo ímpar para o turista se as atividades em ambos contextos (praias, trilhos e mirantes), estivessem também associadas à promoção de vivências para o visitante vinculadas a aspetos educativos do património natural existente na Ilha.

Os aspetos referidos sobre o património arqueológico presentes em Florianópolis também compuseram a revisão, já que há evidências da ocupação humana na Ilha materializadas em oficinas líticas, sambaquis e inscrições rupestres estão distribuídas em várias partes do território. Infelizmente, nem sempre associadas a textos turísticos que auxiliem na interpretação do seu valor histórico, nem tampouco com sinalização e identificação da sua existência. O único lugar mencionado nas narrativas de seis dos oito bloguistas investigados, e significados por apenas dois deles, está associado ao património arqueológico existente na Ilha do Campeche, onde está localizada a maior concentração de oficinas líticas e gravuras rupestres do litoral de Santa Catarina.

Também vimos neste capítulo que a ocupação socioespacial da Ilha decorrente da colonização europeia, aconteceu com a chegada dos portugueses, que na relação com os caboclos, os africanos e afrodescendentes escravizados formaram uma amálgama cultural, que se evidencia na formação da identidade referenciada pelo CECA (1996) como *modo de vida Ilhéu* e presente até meados da segunda década do século XX. Foi uma colonização diferente do modelo colonial hegemónico, caracterizado como *latifúndios-escravista-exportador*. A persistência até há pouco tempo deste *modo de vida Ilhéu* aconteceu devido ao relativo isolamento das freguesias do interior, que somente passaram a ter o acesso facilitado com a construção das rodovias, a partir da década de 1970. Contrastava com esta identidade a vida na região central da Ilha que comportava características urbanas, decorrentes da génese da cidade ligada à atividade portuária, às atividades comerciais e às funções burocráticas como capital do Estado de Santa Catarina. Destacámos também o trabalho desenvolvido por Franklin Cascaes, que entre as décadas de 1940 e de 1970, no contacto direto com os nativos ilhéus que viviam no interior da Ilha, trabalhou intensamente para representar as suas tradições, sendo o responsável por trazer da oralidade para a representação textual e pictórica aspetos centrais da cultura decorrentes do *modo de vida Ilhéu*.

O turismo, como “vocação” da cidade, contribuiu para a alteração a partir da década de 1970, da formação socioespacial tanto da capital como da sua área de conurbação, inserido no contexto do período desenvolvimentista. Dos anos de 1970 até 2007, houve um crescimento significativo da população residente em Florianópolis e na área de conurbação.

O mercado imobiliário, associado aos interesses das elites locais e das intervenções do Estado a eles associados, contribuíram como agentes no processo de urbanização, que culminou na integração da área urbanizada de Florianópolis com a dos municípios de São José, Palhoça e Biguaçu, marcada por segregação espacial. Como parte desta segregação, inclui-se o nativo ilhéu, que vivia no interior da Ilha e que perante a valorização mercadológica da área por ele ocupada, teve desestruturada a sua economia de subsistência, que caracterizava até então o seu modo de vida, sendo “expulso” das suas terras e passando a ser mão de obra marginal. Por outro lado, a população migrante de baixo rendimento ocupou, sobretudo, os municípios da Palhoça, de São José e de Biguaçu, sendo a Ilha priorizada para estratos sociais mais elevados.

Por fim, a imagem construída da capital Catarinense, foca-se na apresentação da Ilha como um lugar de exceção, quando comparada com as demais realidades brasileiras, ocultando o processo da sua formação, brevemente descrita neste capítulo. É neste contexto que o modelo de turismo existente, reforça a construção da imagem síntese, que representa uma parcela da realidade vivida por um grupo privilegiado da sociedade, deixando a diversidade de *lugares de interioridade* (relação de interioridade de lugar) dos seus residentes de fora desta representação. Mas é também o modelo de turismo que tem sido privilegiado, focado no desenvolvimento económico e desassociado da finalidade de qualificar a vida dos residentes locais que tem sido responsável por contribuir e reforçar aspetos da cultura exógena da economia global próprios de uma relação de exterioridade (*outsideness*) de lugar.

## **Capítulo 5**

### **Os atrativos turísticos nos blogues de viagem sobre Florianópolis e no *site* oficial de turismo do órgão gestor municipal**

## **5.1. Nota introdutória**

Neste capítulo temos como propósito apresentar parte dos resultados da componente empírica da nossa investigação, nomeadamente os atrativos turísticos propostos nos blogues de viagem sobre Florianópolis e no *site* oficial da Secretaria de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento de Florianópolis. Analisámos os blogues de viagem sobre Florianópolis por entendermos que neles temos o turista a socializar a sua experiência turística relativamente à cidade. Por sua vez, os atrativos turísticos do *site* oficial de turismo proposto pelo órgão gestor municipal retratam a perspectiva do Estado. Acreditamos encontrar nas publicações dos blogues e no *site* do órgão gestor do turismo de Florianópolis representações que caracterizam a oferta turística do destino turístico, tanto na visão de quem o visita (procura/blogues) quanto na perspectiva de quem promove o turismo (oferta/gestão).

Primeiramente, apresentamos a análise dos blogues iniciando com a descrição dos narradores, para em seguida descrever os discursos dos bloguistas tendo como recorte os textos relativos aos atrativos turísticos propostos por eles na totalidade das publicações feitas sobre Florianópolis. Considerando os elementos que integram o Sistema da Atração Turística proposto por Leiper (1990), nomeadamente o núcleo e o marcador, agrupámos os atrativos turísticos considerando o núcleo da atração turística. Ao todo, foram identificados cinco núcleos de atração turística: praia, trilhos, dunas, históricos e miradouros (mirante é a designação no contexto brasileiro). Em seguida, realizámos a análise temática dos marcadores, que nos permitiu identificar a representação de Florianópolis presente nestes blogues. Por último, na análise dos atrativos turísticos do *site* do órgão gestor do turismo de Florianópolis, descrevemos o caminho percorrido para o acesso à informação pretendida, os núcleos e marcadores (textos) que compõem o atrativo turístico.

## **5.2. Os blogues e os seus narradores**

### **5.2.1. Pressupostos sobre a natureza dos blogues de viagem**

A escolha do uso de blogues como fonte de dados deriva da constatação de que a utilização da *internet* como fonte de informação para o planeamento de viagens por parte dos turistas é uma escolha previsível em tempos de cibercultura. Os blogues de viagem são uma fonte de disseminação da oferta turística, por meio de narrativas que retratam as experiências turísticas vivenciadas (Bing Pan e Crofts, 2007; Moraes, 2019). Acresce a este aspeto a proposta de Coleman e Crang (2012) de que o turismo não deve ser investigado, entendendo os lugares e as práticas turísticas como algo fixo, mas de

forma dinâmica, criada na *performance* dos turistas. Na nossa perspectiva, a análise das representações presentes nas narrativas dos bloguistas considera esta abordagem.

Importa recordar que os conteúdos propostos nos blogues são produzidos pelo público em geral e são gratuitos. São conteúdos caracterizados como Conteúdo Gerado pelo Utilizador (CGU), que em inglês se designa por *User Generated Content* (UGC), referindo-se aos conteúdos que decorrem da experiência de indivíduos e que socializam a sua opinião na internet (Günther, 2018). No contexto brasileiro, os blogues cresceram tanto em número de publicações quanto em número de utilizadores (Moraes, 2019). Foram identificados para o ano de 2018, 694 bloguistas que pertencem à Rede Brasileira de *Bloggers* de Viagem (RBBV) e 120 blogues que se inserem na Associação Brasileira de *Blogs* de Viagem (ABBV – Moraes, 2019). Não têm sido em grande número as investigações nacionais sobre os blogues, como veículo de comunicação turística e sobre o perfil dos seus autores, nomeadamente em termos das suas práticas, dos modelos de negócio e também em termos de influência junto do turista (Moraes, 2019).

Os blogues de viagem são identificados como um meio de comunicação que permite ao turista obter informações sobre o destino turístico a partir de informações produzidas *a priori*, por outro turista. Devem ser considerados como um meio de comunicação semelhante à comunicação do tipo “boca a boca”, ou seja, uma comunicação informal entre consumidores e em formato digital (Bing Pan e Crotts, 2007). Contudo, na nossa análise, inferimos que aparentemente nem todos os textos produzidos pelos bloguistas são fruto da experiência vivenciada. Ficam dúvidas em algumas publicações quanto a este aspeto, uma vez que para alguns atrativos turísticos prevalecem narrativas impessoais, generalistas, e sem menção a aspetos emotivos, como é próprio dos textos que marcam as experiências, como veremos com mais detalhe ainda neste capítulo.

Acredita-se que os blogues de viagem sejam escritos por turistas, por pessoas que não vivem no destino visitado, o que os torna *outsiders* em relação a estes lugares. Todavia, identificámos que dois dos oito bloguistas possuem um vínculo maior com a cidade, um porque nasceu e vive em Florianópolis, e o segundo por ter vivido em Florianópolis durante 25 anos. A constatação de que há dois residentes deu-nos um indicativo da possibilidade de encontrarmos narrativas que pudessem diferenciar-se das demais.

### 5.2.2. Caracterização dos bloguistas deste estudo de caso

Tal como enunciámos no capítulo 3, optou-se por fazer uma análise da representação de Florianópolis através das narrativas sobre os atrativos turísticos da cidade propostos pelos bloguistas. A base de dados do nosso estudo é composta por oito blogues, todos publicados por brasileiros e em português (rever Quadro 3 do capítulo). Quatro são de autoria de homens e quatro de mulheres. Quanto à caracterização dos autores dos textos, foram identificadas características a partir de dados disponíveis nos próprios blogues. No que diz respeito à formação, tal como já enunciámos no capítulo 3, cinco são licenciados em diversas áreas (Engenharia Civil, Letras, *Design*, Direito e Administração). Dois informaram possuir também pós-graduação. Há três bloguistas que não fazem alusão ao seu grau de instrução. Quanto à idade, é um dado que não foi possível aferir para todos, pois nem sempre fazem alusão à mesma, mas conseguimos identificar que dos oitos analisados, dois têm 40 anos e um tem 37 anos. Iniciaram os blogues com 29, 30, e 32 anos, respetivamente. Os restantes, além de não informarem a sua idade, não deixam explícito o ano de referência da escrita do texto onde a definem.

O que percebemos na narrativa da bloguista que viveu em Florianópolis durante 25 anos (BI 05) é que tem uma relação de *interioridade comportamental* em relação aos núcleos das atrações visitadas, dando mais ênfase ao mercado associado à gastronomia e diversão, sem se preocupar com aspetos relativos à tradição, ao património ou à história do lugar. Já a narrativa do BI (07) diferencia-se das restantes por possuir mais textos relativos a factos da história e da vida quotidiana relacionada com os núcleos das atrações propostas. Além disso, outro aspeto que o diferencia é a maior diversidade na proposta das atrações sugeridas e que não foram mencionadas pelos outros, tais como trilhos, bairros, miradouros e parques ao ar livre. Contudo, aspetos mais aprofundados quanto aos significados das atrações decorrentes de uma relação de interioridade de lugar existencial ou empática não caracterizam nenhum dos dois blogues.

Quanto ao ano de publicação dos textos sobre Florianópolis, esta informação nem sempre está disponível. Percebe-se que há publicações feitas em períodos diferentes num mesmo blogue. A falta de referência temporal da escrita do texto torna-se um problema para o leitor, já que o tempo da escrita difere do tempo da leitura. Tendo por base esta ausência, encontramos informação desatualizada como o custo dos transportes, indicação de restaurantes e bares que já não existem em 2021, e até mesmo de informação sobre os atrativos turísticos que sofreram alterações quanto à experiência proposta. Um caso emblemático é o da Ponte Hercílio Luz que, ao ser aberta ao público em 30.12.2019, após um longo período de reforma, permite ao visitante fazer a travessia da ilha para

o continente, ou do continente para a ilha, deixando de ser a observação externa a única possibilidade de relação com o núcleo do atrativo.

Além da publicação de textos na página específica da *internet*, todos os bloguistas utilizam outras formas de difusão da informação através do Facebook e do Instagram. Alguns possuem canal de vídeo no Youtube e também utilizam *o Pinterest e o Twiter*. Como os blogues não são em si o nosso objeto de análise e o nosso foco são os atrativos turísticos retratados nos mesmos, tentando aferir o retrato da oferta turística de Florianópolis, ficam dúvidas quanto às intenções que motivam as publicações feitas por estes narradores, sobretudo quanto à evidência de haver um negócio subjacente a estas publicações, posto que acreditamos que possa haver patrocínio, isto porque, na maioria dos blogues, há *links* com ofertas de produtos e serviços relacionados com a viagem.

Numa breve leitura da disposição do texto no ecrã, percebemos a publicidade relativa a produtos de anunciantes do próprio Google, disputando espaço com o texto e imagem da publicação. Também existem outros *hiperlinks* de acesso a tópicos da própria publicação sobre a cidade, sobressaindo os vídeos sobre a matéria em questão ou correlatos, além da comercialização de serviços propostos pelo próprio blogue. Em alguns deles (n=4), esta diversidade de informação marca a publicação, enquanto noutros o texto da publicação é mais central (n=4). Também foram identificadas formas indiretas de comercialização de serviços. Num dos casos, o bloguista insere *links* específicos, direcionando o internauta para o fornecedor do serviço, como a recomendação de seguro viagem, ou pela necessidade de aluguer de automóvel para conhecer o destino da forma proposta. Perante o exposto, constatamos que há um apelo publicitário na maioria dos blogues analisados.

### **5.3. Descrição das narrativas dos núcleos dos atrativos turísticos**

Tal como referimos no Capítulo 2, o núcleo é a componente central da atração turística, podendo referir-se a qualquer atributo de um lugar, a um objeto, a um monumento, a um evento ou a uma pessoa. A partir da análise de conteúdo das publicações dos blogues que compõem a nossa base de dados, agrupámos os textos a partir dos núcleos dos atrativos turísticos. Cabe aqui ressaltar que foram considerados como atrativos turísticos aqueles que possuíam núcleo e alguma informação associada. Desconsiderámos as indicações de atrativos turísticos centrados apenas nos núcleos sem marcador. Esta postura decorre do facto de as indicações de atrativos turísticos não terem associados textos que justificassem a referida “atratividade” na visão do bloguista e que nos permitisse analisar a narrativa.

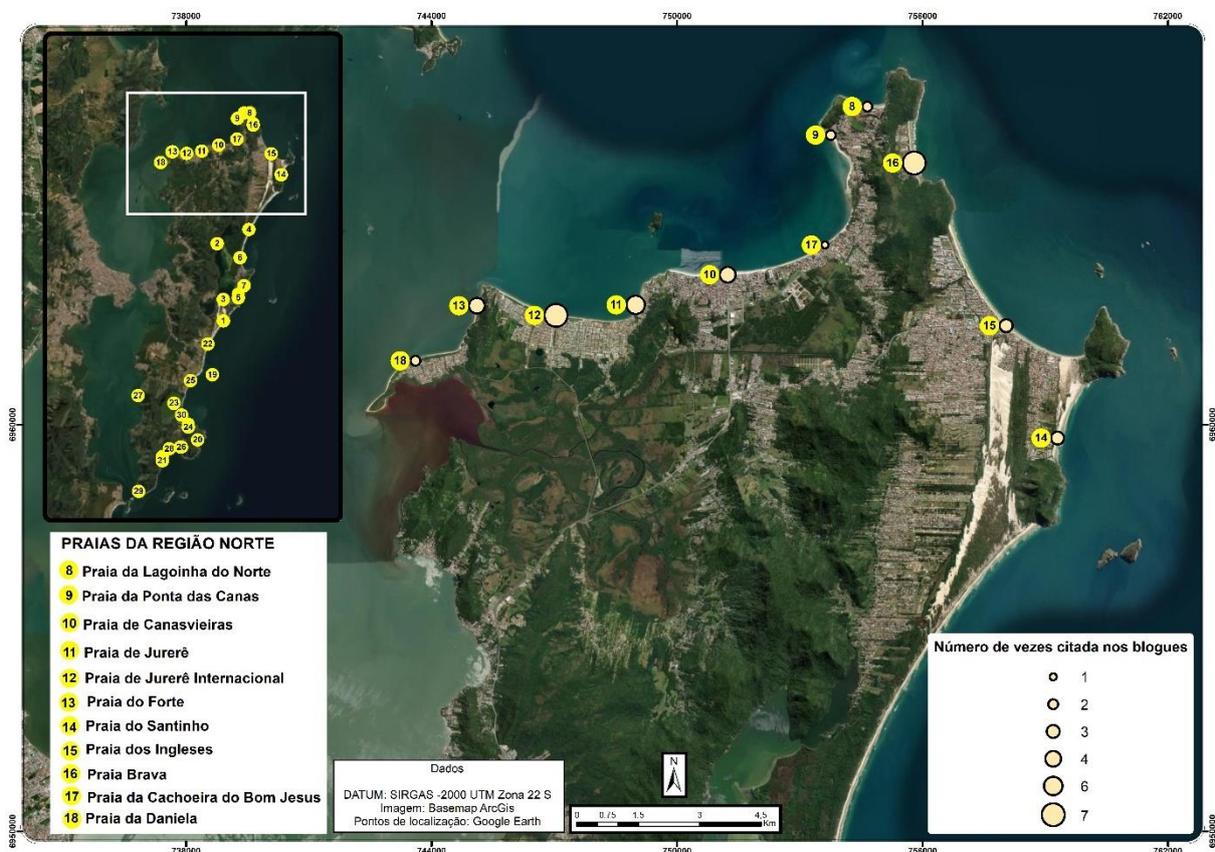


relação à atração é distinta, uma vez que decorre da combinação de vários textos que cercam a atração e que são acedidos ou não pelo turista (Edelheim, 2015). Contudo, interessa-nos identificar o que há em comum nestas narrativas, nas experiências vividas e propostas para os potenciais turistas.

### 5.3.1. Descrição da narrativa do núcleo praia

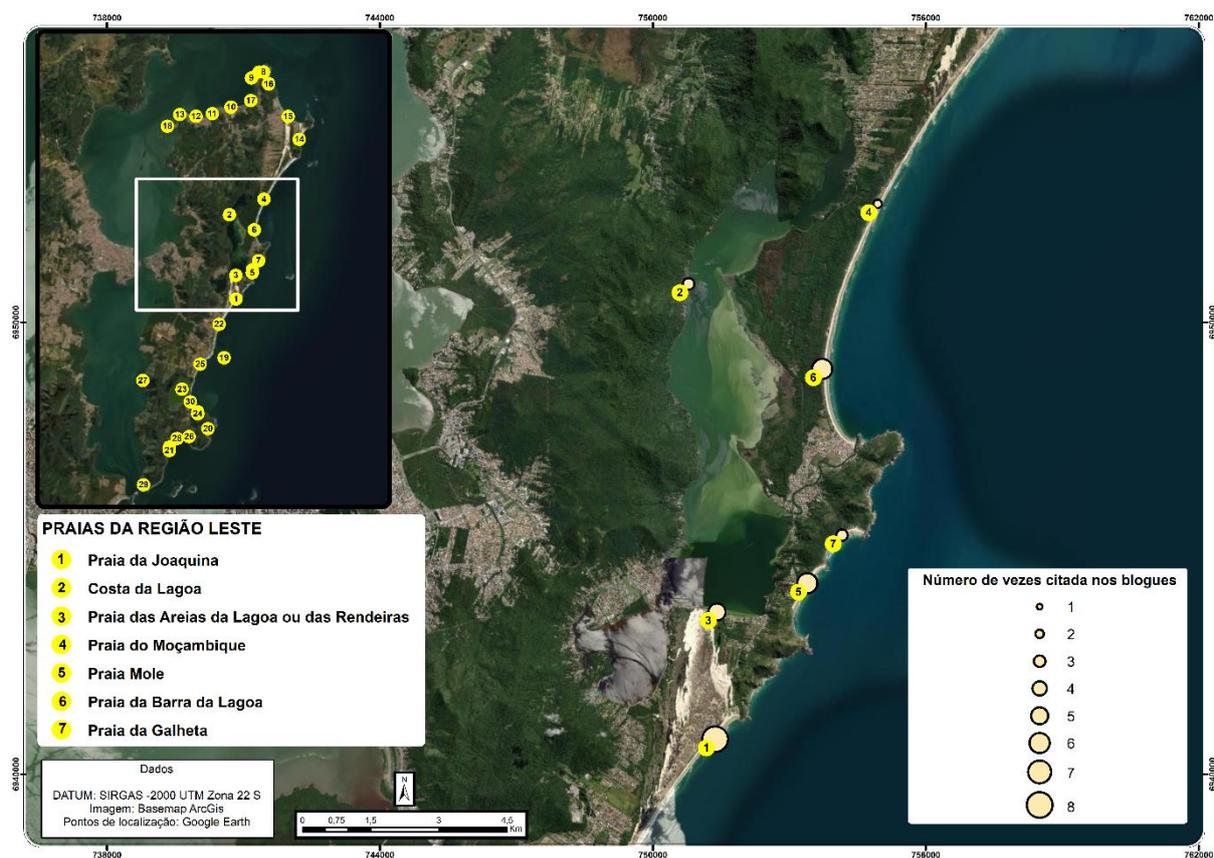
Consoante o indicativo do vocábulo mais frequente, as narrativas sobre as praias como núcleo da atração turística foram também as mais recorrentes. São narrativas alusivas às experiências em diversas praias da Ilha de Santa Catarina. A Figura 33 revela a lista das praias referidas como núcleo da atração turística em Florianópolis, a identificação dos bloguistas que as referem e a sua localização geográfica.

Figura 33 - A praia como núcleo do atrativo turístico e os bloguistas que a propõem



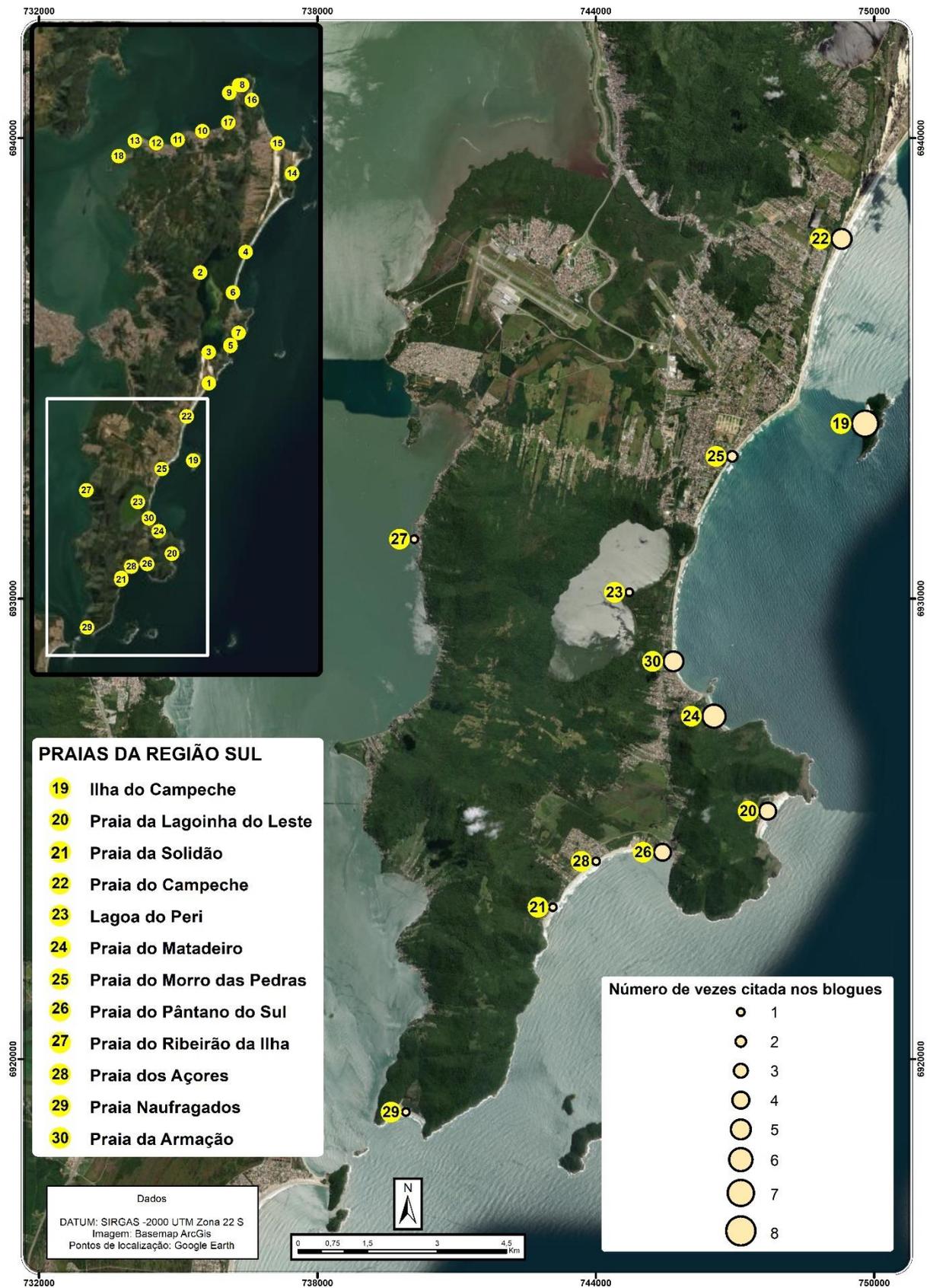
Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

Figura 33 - A praia como núcleo do atrativo turístico e os bloguistas que a propõem (continuação)



Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

Figura 33 - A praia como núcleo do atrativo turístico e os bloguistas que a propõem (conclusão)



Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

A partir do agrupamento dos índices temáticos, inferimos a existência de três categorias de temas associados às narrativas do núcleo *praia* expressas nos textos dos bloguistas: uma categoria com a descrição e caracterização do produto turístico *praia*, outra categoria com informações sobre o público deste produto e uma terceira categoria que denominamos *experiência turística*. Estruturámos um mapa mental (Figura 34) com as informações presentes nos blogues, a partir dos grupos de temas mencionados.

Figura 34 - Representação dos temas e índices das narrativas em torno do núcleo Praia



Fonte: elaboração própria.

No quadro da primeira categoria referente à descrição e caracterização da praia como produto turístico, como está representado na Figura 34, identificámos dois contextos nos quais o uso deste vocábulo é usado com maior frequência e por todos os bloguistas. O primeiro deles relaciona-se com a orla, nomeadamente a água e a areia. A água do mar é adjectivada como *calma* (n=7), *com ondas/agitada* (n=5), *cristalina/limpa* (n=4), *azulado/tom-Caribe* (n=4), *gelada* (n=4) e *poluída* (n=3). A faixa de areia, por sua vez, é caracterizada como *extensa* (n=6), *estreita* (n=5), *clara/branca* (n=4), *fofa/macia* (n=3), *firme* (n=1), *escura* (n=1), *grossa* (n=1) e *acesso controlado* (n=1). A orla da praia e as qualidades da água e da areia descritas pelos bloguistas naturalizam, numa abordagem sociológica de atribuição de sentido à praia, a ideia da praia como espaço de lazer. Associado ao lazer está o conceito de *praia lúdica*, que também considera a contemplação da paisagem natural (natureza marítima). Neste conceito, a leitura e a apreciação do espaço *praia* estão ligadas ao prazer associado ao mar, ao sol e à areia (Machado, 2000). Mas nem sempre foi assim. Esta ideia de lazer associada à praia surge no contexto europeu, nas primeiras décadas do século XX, precedido por um período entre o século XVIII e o XIX em que a praia era percebida como um espaço terapêutico (Machado, 2000).

O segundo contexto ao qual o vocábulo *praia* é associado refere-se à caracterização do seu entorno. Nele os narradores fazem uso de expressões como *praia mais urbanizada*, *balneário mais consolidado*, ao se referirem, na maioria dos casos, às praias localizadas na parte norte da Ilha. As praias do Sul são, regra geral, representadas mediante expressões que sugerem rusticidade: *ocupação mais rústica*, *sem grande exploração imobiliária*, *aspeto mais selvagem*, *predomina morro e o verde*, *jeitão de vila*, *áreas bem verdes*, *sem estrutura alguma*, *paisagem bucólica*, *a cidade parou e ficou no passado*. A diversidade de tipos de praia em relação à sua infraestrutura, que caracterizam uma percepção decorrente de uma relação corpórea com o espaço, trata-se, todavia, de uma leitura superficial da paisagem. A relação de exterioridade de lugar associada à ideia de turismo vinculado ao prazer, mantém o turista distante dos significados associados ao lugar visitado e de propostas de oferta turísticas como roteiros, circuitos, comprometidas com a referida significação (o TBC pode suprir esta lacuna).

São raras as informações sobre património cultural no núcleo praia, apesar de as praias estarem justamente em regiões ricas em aspetos históricos e culturais. O BI 01, que tenta relacionar o nome da praia da Armação do Pântano do Sul, faz menção ao nome “Armação” relacionado ao facto histórico de que *eram como se chamavam os vilarejos fundados por colonos açorianos que se dedicavam à pesca baleeira* (BI 01). Mas esta informação fica solta, descontextualizada, sendo difícil para o leitor do blogue perceber a sua relevância sem estar associada ao contexto histórico.

No BI 03, a escritora associa o nome de uma das principais ruas do Campeche, “Pequeno Príncipe”, à passagem de Antoine de Saint-Exupéry, que na década de 1920 fez visitas ao Campeche no seu trajeto entre Paris e Buenos Aires, como piloto da empresa francesa de correios Aeropostale.

No BI 07, em que há dados relativos a aspetos da tradição ilhoa, a informação não vai além da constatação *Algumas das praias mais belas de Florianópolis estão localizadas no Sul da Ilha, uma região onde a natureza predomina, com praias pouco urbanizadas, muitas delas antigas colónias de pescadores que ainda preservam a história e a cultura dos nativos manezinhos da ilha* (BI 07). Apesar de se constatar que são preservadas a história e a cultura dos nativos manezinhos da ilha, elas não são apresentadas ao leitor.

Aspetos relativos ao acesso, à localização e sugestões de percurso também caracterizam esta primeira categoria. A utilização das coordenadas geográficas é a mais recorrente na identificação da localização das praias, que são identificadas por todos os bloguistas como *praias do Norte, praias do Leste e praias do Sul*. Os distritos e bairros não são mencionados, salvo no Blogue 07, que tem uma narrativa que em vários aspetos se destriça das restantes narrativas, por possuir mais informações sobre o núcleo da atração, com aspetos que vão além da qualificação da paisagem para a fruição do visitante.

Informação relativa ao acesso também é mencionada com uma certa frequência (n=5), destacando-se a narrativa de que *muitas dessas praias podem ser facilmente acessadas de carro* (BI 07), mas também informação relacionada com o acesso limitado quando acontece por trilhos ou pelo mar; *é a praia mais selvagem da ilha, com acesso apenas por mar ou trilho* (BI 01). As questões relativas à mobilidade na Ilha são apontadas por quase todos os bloguistas como um fator limitador da experiência turística na cidade, sendo empregadas expressões como *trânsito complicado, intenso, insano, ilha intransitável, e trânsito insuportável* (n=5). Em algumas publicações há também sugestões de percursos, considerando a possibilidade de integrar a praia noutros atrativos turísticos numa outra vivência, regra geral, associada à proximidade entre as atrações turísticas.

Ainda relativamente à categoria produto *praia*, encontrámos nos oito blogues textos relativos à informação sobre os serviços de restaurantes, de bares e similares. As descrições variam desde informação mais abrangente sobre a existência ou não de infraestruturas de restauração, a informação com a localização do restaurante, bar e *dayclub* indicado ao leitor na sua visita a Florianópolis. A seguir, reproduzimos algumas narrativas recorrentes sobre a ausência ou existência de estabelecimentos de alimentação.

*A praia conta com estrutura razoável de quiosques e restaurantes (BI02).*

*Você encontra vários restaurantes e a maioria tem um cardápio parecido e preço uniforme (BI 03).*

*Fora alguns bares não existem locais para comprar comida ou bebidas. O ideal é levar de casa (BI 05).*

Há também descrições utilizadas com o intuito de identificação dos públicos que frequentam esses lugares, uma vez que o estatuto socioeconómico do turista é determinante no acesso à experiência turística que é disponibilizada. As seguintes narrativas expressam isso.

*Restaurantes rústicos, situados ao longo da ruelinha que leva à praia, servem peixes e frutos do mar frescos e fazem contraponto aos restaurantes pretensiosos de Jurerê (BI 01).*

*O bairro oferece uma estrutura adequada de restaurantes e quiosques sem frescura (BI 02).*

*O Bar do Arante é um tradicional restaurante, pé na areia, que fica na Praia do Pântano do Sul (BI 08).*

Há também descrições mais específicas quanto a especialidades dos restaurantes e bares, representando uma oferta gastronómica bastante variada.

*(...) servem peixes e frutos do mar frescos (BI 01).*

*(...) servem bebidas geladas, petiscos e refeições de frente para o mar (BI 02).*

*(...) provamos alguns doces portugueses como pastel de Belém e travesseiro de Sintra (BI 03).*

*(...) é um dos melhores do Brasil especializados em ostras (BI 04).*

*(...) serve pratos tailandeses (...) tem brunch e pão na chapa com requeijão (BI 05).*

*(...) comemos rodízio de camarões (BI 06).*

Apesar da diversidade gastronómica representada nas narrativas de boa parte dos bloguistas (n=6), pontuamos a inexistência de uma narrativa associada à cozinha tradicional que caracterizasse a gastronomia ilhoa. Em seis blogues é mencionado um mesmo restaurante considerado como atrativo turístico da cidade - o *Bar do Arante*. Foi descrito como *famoso* (n=3), *tradicional* (n=3), *pitoresco* (n=3). Um dos aspetos mencionados que lhe confere identidade própria está associado ao facto de ter nas suas paredes bilhetes escritos pelos clientes (n=5).

São as seguintes as narrativas.

*(...) teto forrado de bilhetinhos é uma das imagens-clichês de Floripa (BI 01).*

*(...) famoso por permitir que os visitantes colembilhetes nas paredes do local (BI 07).*

*O motivo da popularidade? Ele ficou conhecido pela sua decoração que tem como diferencial as paredes cobertas de papéis com mensagens escritas pelos clientes (BI 08).*

Quanto à menção ao cardápio (menu) há apenas duas referências, uma que faz menção aos *pratos à base de frutos do mar* (BI 06) e a outra que considera que *o restaurante em si é simples e a comida também, estilo comidinhas caseiras* (BI 08). Aqui percebemos que a menção como atração tradicional concede alguma diferenciação a este restaurante, apesar de aspetos da sua tradição relativa à oferta gastronómica ou até mesmo à história da família dos proprietários, que são nativos ilhéus, não ser mencionada. Inferimos que o atribuir adjetivos como *tradicional* e *famoso* funcionam como “atração” para o visitante, procurando o que é considerado como característico do lugar. Contudo, surpreende-nos o facto de o uso do adjetivo *tradicional* não estar associado a aspetos que informem e qualifiquem a referida tradição. Em que é tradicional? Porquê? Não foi feita nenhuma menção nem ao cardápio (menu) associado à cultura local, nem à história da família de nativos ilhéus. O Bar do Arante é tradicional, porque vem de uma família de proprietários que são autênticos *nativos ilhéus* (característica identitária identificada no Capítulo 4 desta tese) e com tradição culinária (Depoimento da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Silvana Muller concedido a 15/04/2021, especialista em Património Cultural Gastronómico).

No que diz respeito às ostras, dado o facto de Florianópolis ser um dos principais produtores de ostras do Brasil (n=2), houve menção ao serviço de ostras em restaurantes em três blogs.

Em nenhuma das publicações é feita menção sobre a existência de patrocínio na publicação das indicações sobre os estabelecimentos comerciais propostos. Inferimos aqui que propor lugares para comer, frequentar, hospedar-se faz parte da narrativa das vivências turísticas, patrocinadas ou não. Também concluímos que está oculto, nesta forma de comunicar, o mercado existente em torno do turismo, considerado uma das maiores indústrias do mundo. Oculta-se também que o foco da experiência turística é prescrito pela indicação dos atrativos turísticos que normalmente acontece numa relação superficial de vivência com estes núcleos, e em alguns casos as atividades estão associadas de forma direta ou indireta a lugares de consumo.

Na categoria público, identificamos o uso de substantivos como *família* (n=4), *crianças* (n=3), *desportistas* (n=1), *surfistas* (n=7), decorrente da percepção do bloguista das características da praia, expressas em narrativas como:

*Ótimo para levar crianças: a faixa de areia é larga e o mar é calmo* (BI 01).

*Costuma atrair dezenas de famílias* (BI 02).

*(...) águas calmas e rasas* (BI 03).

Mas há também a percepção do bloguista quanto ao perfil do público que frequenta a praia como *favorita da moçada* [dos jovens] / *dominada de turistas argentinos* / *bem frequentada pelos surfistas* / *bastante procurada por famílias* / *praia democrática atendendo vários tipos de públicos* / *frequentada por gays* / *na temporada é point da turma GLS*. Contudo, não sabemos se estas percepções são fruto da observação direta ou se são decorrentes de narrativas de outras pessoas sobre a praia.

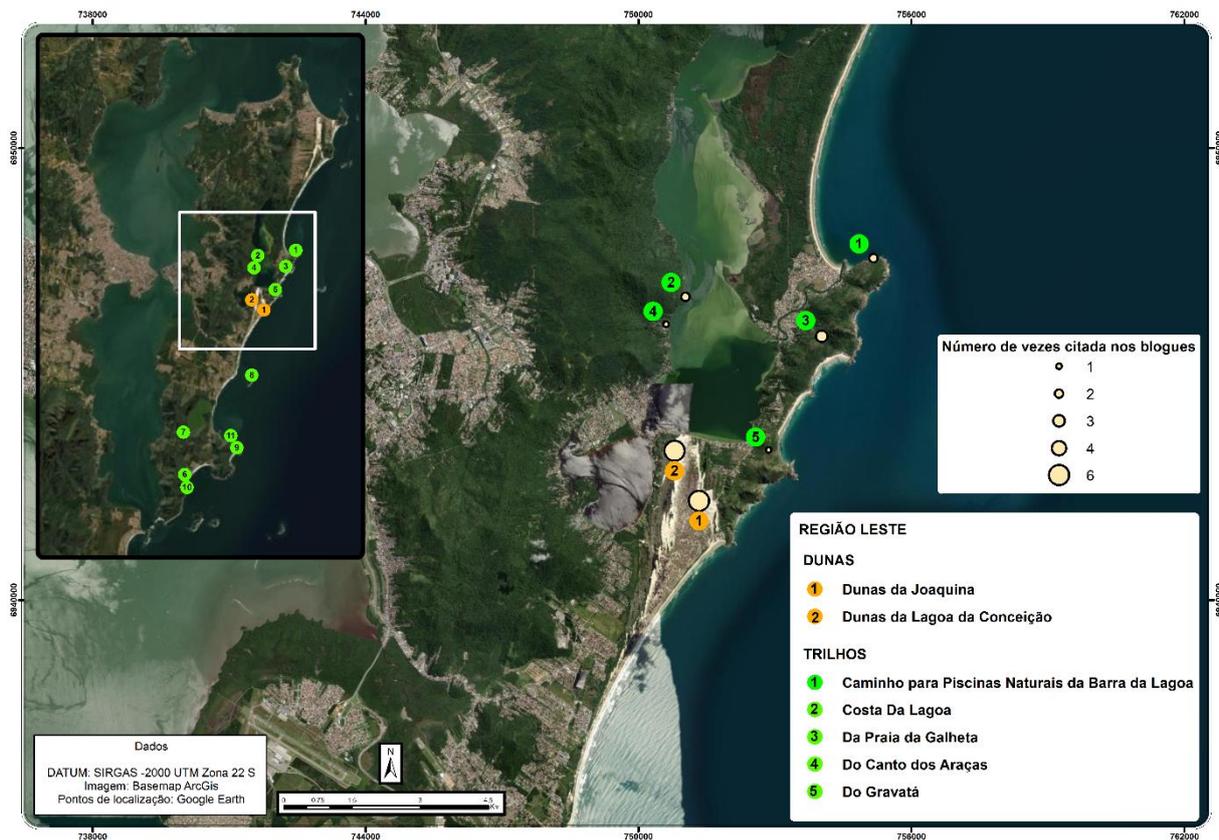
Outra informação presente nas narrativas que caracterizam o público refere-se ao dimensionamento da ocupação da praia. Em todos os blogues há menção quanto ao quantitativo de pessoas que frequentam a praia com informações como: *pouca gente na areia* / *uma das mais disputadas* / *pedaço de areia mais concorrido* / *reúne multidões* / *conseguir um espaço na areia é complicado*. O estatuto associado a algumas praias também é percebido nas opiniões e informações complementares a estes lugares.

Na categoria experiências turísticas, identificamos as propostas feitas pelos bloguistas em relação às atividades para o núcleo praia. Dentre as atividades propostas estão: *relaxar* (n=5), *caminhar* (n=4), *assistir ao pôr do Sol* (n=3), *aproveitar o mar* (n=2), *jogar frescobol* (n=2), *jogar voleibol* (n=1). Mas além destas são também propostas atividades aquáticas como *andar de caiaque* (n=4), *andar de stand up paddle* (n=3), *surf* (n=3), *nadar* (n=2), *mergulhar* (n=2), *fazer windsurf* (n=1). Nas dunas da Joaquina/Lagoa, em todas as publicações, há a proposta da prática de *sandboard*.

### **5.3.2. Descrição das narrativas dos núcleos trilhos e dunas**

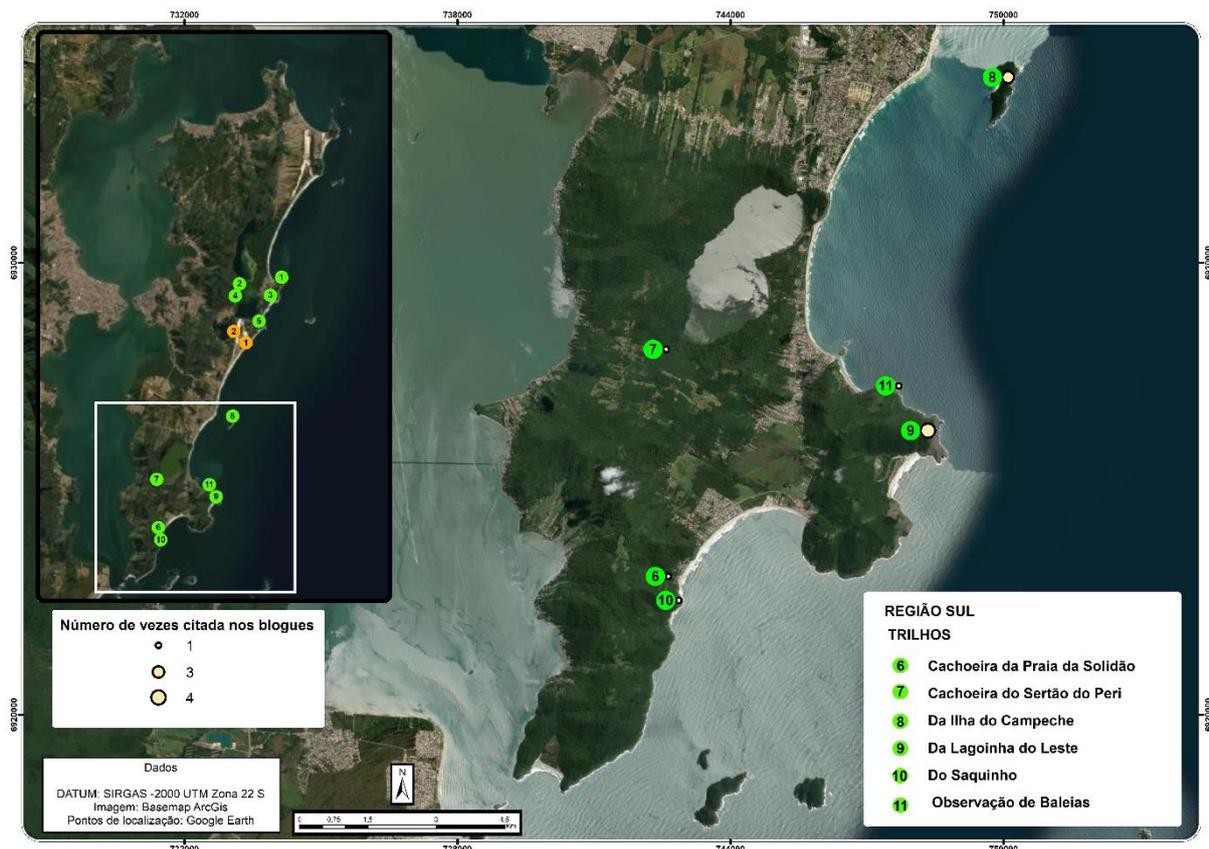
Os trilhos e as dunas são núcleos de atrativos turísticos propostos pelos bloguistas. A Figura 35 identifica estes núcleos e os bloguistas que os propõem.

Figura 35 - As dunas e os trilhos como núcleos de atração turística e a identificação dos bloguistas que os propõem



Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

Figura 35 - As dunas e os trilhos como núcleos de atração turística e a identificação dos bloguistas que os propõem (conclusão)



Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

As narrativas associadas aos trilhos giram em torno de três temáticas: a caracterização do percurso quanto ao grau de dificuldade e ao tempo necessário para o percorrer, a localização e o acesso ao trilho e o trilho como percurso que leva a algum lugar. Na Figura 36, procurámos representar através do mapa mental os temas e índices associados aos trilhos presentes nas narrativas dos bloguistas.

Figura 36 - Representação dos temas e índices das narrativas em torno ao núcleo Trilho



Fonte: elaboração própria.

A caracterização do percurso quanto ao grau de dificuldade é expressa pelos bloguistas que propõem os trilhos (n=4) com o uso de termos como *simples* (n= 1), *fácil* (n=3), *não tão difícil* (n=1), *exigente* (n=1), *íngreme* (n=2), *cansativo* (n=3). Quanto ao tempo para a realização do percurso, é expresso em minutos ou horas como nas expressões: *espera gastar entre trinta e quarenta minutos para chegar / o caminho até à praia leva pelo menos uma hora*.

Quanto à localização e acesso, são dadas informações desde o lugar para estacionar o carro, a aspetos relativos à sinalização: *você não encontrará lugar para estacionar o carro na rodovia, portanto, se programe para deixá-lo na Praia Mole ou na Lagoa da Conceição (Bl 02), no final da rodovia há um estacionamento e placas indicando o acesso aos trilhos (Bl 07)*. Os lugares aos quais os trilhos dão acesso são identificados pelo nome do lugar (*até à praia da Galheta*) ou pela sua atração (*até às piscinas naturais*). Alguns desses locais vêm associados a uma breve descrição *a Lagoinha do Leste oferece um ambiente selvagem e sem vestígios de urbanização (Bl 02) / é a praia mais selvagem da ilha (Bl 01)*. Somente nos trilhos existentes na Ilha do Campeche é referida pelos bloguistas a

existência da obrigatoriedade do acompanhamento de guias no percurso do trilho que levam aos sítios arqueológicos, o que nos permite inferir a existência de uma interpretação da paisagem.

Ao caracterizarmos os temas associados aos trilhos, surpreende-nos a ausência de referência aos aspetos relativos à fauna e à flora das regiões nas quais os trilhos estão inseridos. Lembremo-nos de que, como mencionado no capítulo 4, a Ilha de Santa Catarina possui 45 % do seu território em Áreas de Preservação Permanente (Ferretti, 2019). Sem a interpretação do trajeto, os visitantes não conseguem, ou teriam dificuldades em ter acesso a informação que poderiam usar para qualificar a experiência vivenciada. O caminho que é percebido como um percurso que *se espera gastar entre trinta e quarenta minutos para chegar* (BI 02), pode tornar-se, se qualificado para isso, o próprio núcleo da atração. Considerando as narrativas que identificam elementos que lhe dão identidade única, como os patrimónios ambientais e culturais associados a ele, estes podem auxiliar na qualificação deste núcleo. Neste sentido, percebemos que a ausência da interpretação do património, entendida como uma estratégia de comunicação que permite significar e valorar o ambiente percorrido, limita a vivência do visitante aos seus conhecimentos prévios.

Os textos associados às dunas são bastante restritos. No BI 01, há menção sobre as dunas, não como núcleo de uma atração, mas sim como parte da paisagem da praia do Costão do Santinho - *O lado esquerdo é dominado por dunas baixas* (BI 01). As dunas, para os que enfatizaram a sua centralidade como núcleo da atração (n=4), tem a principal informação no desenvolvimento da atividade proposta no seu ambiente. A atividade referida pelas narrativas é *fazer sandboard* (n=4). Há também menção a *diversão* (BI 03 e BI 04), *sair bem na foto* (BI 02), e *a necessidade de preparação física além de levar água e protetor solar para realizar a atividade* (BI 04).

### **5.3.3. Descrição das narrativas dos núcleos históricos**

O património histórico proposto nos blogues foi reunido em três grupos, todos relativos ao património material edificado. Referem-se às edificações do centro histórico, às fortalezas e aos “vilarejos açorianos”. Na Figura 37, é representado um mapa mental com os núcleos das atrações referentes ao património histórico identificado pelos bloguistas.

Figura 37 - Representação dos Patrimónios Históricos referidos nos blogues



Fonte: elaboração própria.

No centro histórico, são identificados como núcleos de atração o Mercado Público, o Palácio Cruz e Souza, a Ponte Hercílio Luz, a Praça XV de Novembro e a Catedral Metropolitana. A Figura 38 localiza os atrativos turísticos do Centro Histórico e identifica os blogues que referem este núcleo.

Figura 38 - Localização do património histórico associado ao Centro Histórico como núcleo do atrativo turístico e a identificação dos bloguistas que o propõem



Fonte: Elaboração conjunta entre a autora da tese e Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGIS, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGIS 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

O Mercado Público é o núcleo mais referido do conjunto de Patrimónios Históricos sugeridos pelos bloguistas ( $n=7$ ). A informação que sobressai e está presente em todas as narrativas dos bloguistas sobre o Mercado Público refere-se a uma das suas atuais funções, a de espaço de alimentação. Vejamos algumas das narrativas.

*(...) o pátio entre as duas alas ganhou ares de biergarten, com mesas atendidas pelos vários bares do entorno (BI 01).*

*(...) vale a pena reservar um tempinho para conhecer o Mercado Público e suas dezenas de restaurantes (BI 02).*

*(...) um ponto de encontro de moradores e turistas que reúne artistas, bons restaurantes, bares e um intenso comércio (BI 03).*

*(...) diversos restaurantes, como o tradicional Box 32 e o Vai Quem Quer (BI 04).*

*(...) siga para o Mercado Público e almoce num dos boxes - eu costumo ficar no 06, mas o mais famoso é o 32 (BI 05).*

*(...) e a ala sul, que contém diversas peixarias, bares, empórios, loja de artigos de pesca, entre outros estabelecimentos (BI 07).*

*(...) a área de alimentação é composta por um grande galpão recheado de mesas na parte central e bares e restaurantes em volta (BI 08).*

Há também, como informação complementar (n=3), a centralidade dada aos espaços de alimentação, a caracterização de uma das funções do mercado e que segue tendo esta função com a venda de produtos como os que estão expressos nas seguintes expressões.

*Mas nem só de bares, claro, vive o Mercado. Vale a pena passar em revista as peixarias (na Ala Sul), as quitandas e as lojas de artesanato (na ala Norte) (BI01).*

*(...) bons restaurantes, bares e um intenso comércio onde se encontra um pouco de tudo (BI03).*

*(...) bancas de peixes, frutas, artesanato regional (BI 04).*

A existência da comercialização dos produtos, estando entre eles o peixe, datam da gênese do mercado, e poderia ser uma maneira interessante de o turista interpretar o património. Mas os bloguistas citam somente os produtos sem justificar a sua existência ou correlacioná-la à produção local, como veremos no *item* 5.4.

Outro aspeto que também é mencionado por três bloguistas refere-se à alteração que o Mercado Público sofreu recentemente expressa nas seguintes afirmações.

*Na sua nova encarnação o Mercado ganhou mais bares e restaurantes (BI01).*

*(...) revitalizado recentemente (BI 03).*

*Em 2005, um grande incêndio destruiu completamente a ala norte, que foi totalmente reconstruído e modernizado (BI 07).*

Acreditamos que a intenção dos três bloguistas tenha sido a de associar a ideia de serviços de alimentação a um ambiente histórico e renovado, induzindo a visita ao consumo associado aos bares e restaurantes descritos. Trata-se de uma paisagem globalizada, associada a mercados públicos que passam a ter novas funcionalidades em relação às necessidades turísticas.

Por sua vez, a menção a aspetos históricos é feita por apenas dois bloguistas. Os que optaram por destacar esse aspeto, fazem-nos com textos insuficientes para apresentar os valores atribuídos ao Mercado Público como património da cidade de Florianópolis. O BI 03 informa que (...) *foi construído em 1899*, e o BI 07 acresce a esta informação a de que havia ali um outro mercado que *existiu por 45 anos, até ser demolido em 1896*. Surpreendeu-nos a ausência de textos que permitissem identificar a génese do mercado, as alterações que sofreu ao longo da sua história e, sobretudo, os significados sociais atribuídos ao longo da sua existência.

O Palácio Cruz e Souza é identificado como núcleo da atração turística por cinco blogues. Contudo, assim como os demais patrimónios históricos propostos, tem uma narrativa restrita, havendo três temas associados: o uso, os aspetos arquitetónicos e a informação de horários e valores relativos às visitas. O uso no passado como sede do governo de Santa Catarina (n=2) e a sua função atual ligada ao Museu Histórico de Santa Catarina (n=3) são as informações centrais sobre o referido atrativo. Aspetos da arquitetura da edificação são mencionados pelo BI 03, que diz referir-se a uma arquitetura eclética com estilo do barroco e neoclássico, incluindo também uma brevíssima descrição da parte interna da edificação.

A Ponte Hercílio Luz, apesar de ser reconhecida como cartão-postal de Florianópolis, foi mencionada como núcleo da atração turística em apenas três blogues. Os textos das narrativas revelam informações dispersas e restritas sem evidenciar aspetos relevantes para a caracterização da ponte como património histórico nacional (IPHAN), Estadual (FCC), municipal (Fundação Franklin Cascaes), ou mesmo a sua candidatura junto da UNESCO como património mundial (mencionada no Capítulo 4, *item 4.2.*). A data da construção da ponte (1926) é referida pelos BI 08 e 04, sendo esta informação completada pelo BI 04, como *a primeira ponte a ligar a Ilha de Florianópolis ao continente* e informando sobre o seu comprimento. Sobre as *interdições* (n=1) menciona-se este aspeto, mas não são apresentadas as causas que justificam a referida intervenção. A relevância dada à ponte pelos bloguistas que a propõem como núcleo da atração estão expressas nos vocábulos *famosa* (n=1), *símbolo* (n=1) e *principal ponto turístico/ cartão-postal* (n=2), mas com pouca referência a aspetos que justifiquem estas qualificações.

A Praça XV de Novembro como núcleo da atração turística é referida também por três bloguistas. O estatuto da atração é justificado com o uso das expressões *a mais tradicional* (BI 07) e *a mais importante* (BI 05) praça da cidade. Informação histórica, mais significativa do que nas restantes narrativas sobre o património histórico da cidade até aqui descritas, descreve esta Praça como o local de fundação da Vila de Nossa Senhora do Desterro, em 1662, pelo bandeirante Dias Velho (BI 07). Por

sua vez, o BI 03 faz menção ao ano de sua criação (1885) e inauguração (1891), além de destacar os diferentes tipos de espécies de árvores, dando centralidade à *famosa Figueira Centenária* que também é mencionada nos BI 05 e BI 07.

A Praça e Casa da Alfândega, assim como a Catedral de Florianópolis, são evidenciadas como AT em dois blogues. Sobre a Catedral, é concedida informação sobre a sua localização (n=2), tendo a Praça XV de Novembro como referência. O BI 07 destaca dados históricos, informando o ano e o contexto da sua fundação, associada à fundação da Vila, no ano de 1679, por Dias Velho. Também é referido que se trata de um património tombado à escala municipal. Por seu turno, o BI 03 menciona aspetos relativos ao acervo de arte sacra, fazendo menção à existência de um *órgão de tubo alemão, de 1924, e ao carrilhão de cinco sinos, de 1922*. Quanto à Praça e Casa da Alfândega, ambos blogues fazem menção a aspetos históricos. O BI 01 refere o ano da sua inauguração (1876) enquanto o BI 07 justifica a sua existência como alfândega associada ao porto de Florianópolis, que existiu até ao ano de 1964. O monumento em forma de bilro é referido pelo BI 07 para identificar a renda de bilros, como *um artesanato que faz parte da história da cidade*.

O património histórico do centro de Florianópolis, descrito anteriormente, é apresentado pelos bloguistas de forma individualizada, desassociado dos contextos históricos que justificaram a sua edificação, salvo em alguns aspetos pontuais da narrativa do BI 07.

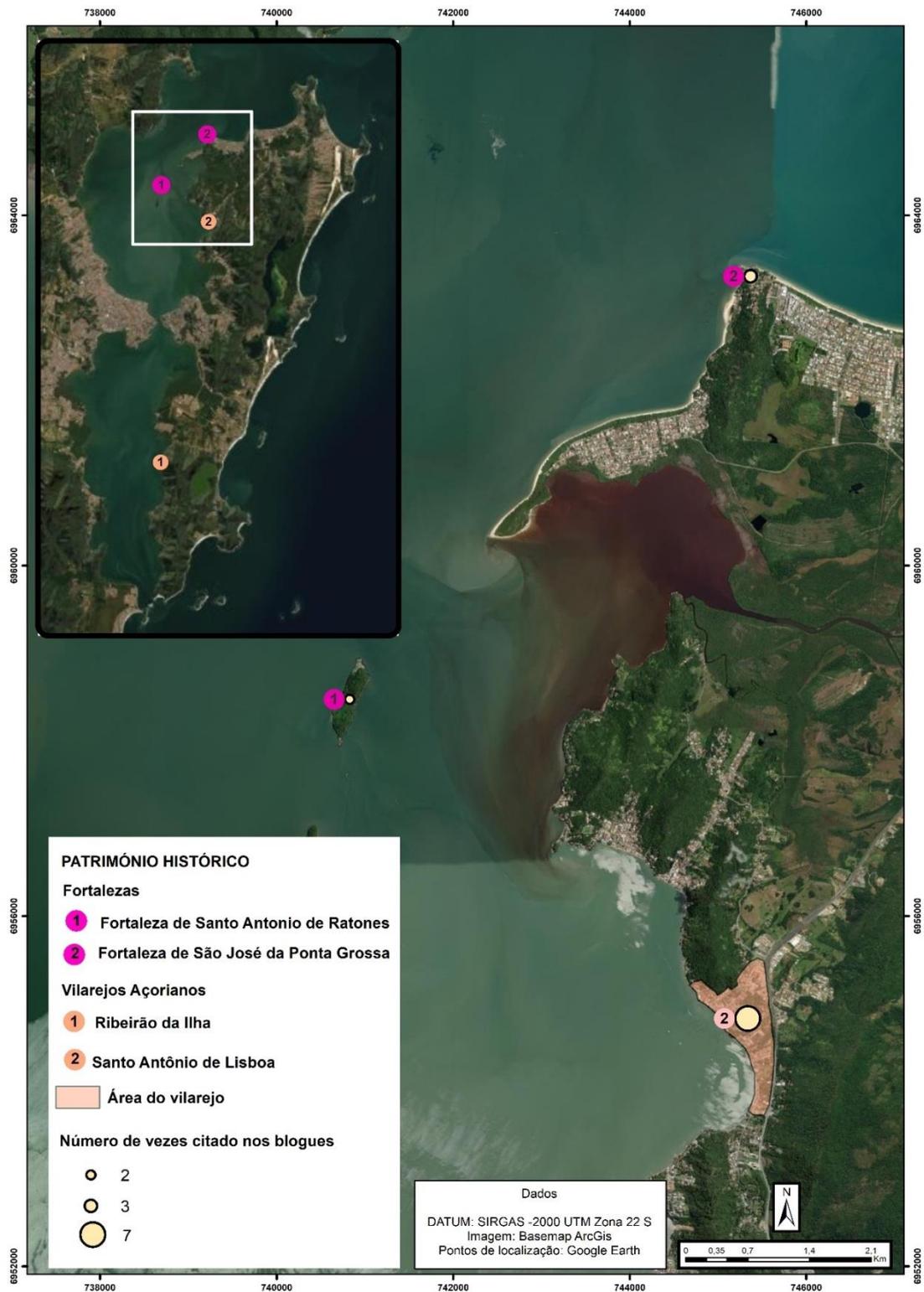
O segundo conjunto de património histórico proposto nos blogues corresponde às fortalezas de São José da Ponta Grossa e a de Santo Antônio de Ratonés. Foram destacados os aspetos históricos sobre a Fortaleza de São José da Ponta Grossa, além da localização e da informação sobre horários de funcionamento e valores referidos pelos três bloguistas. Como os próprios referem, foram utilizados os textos dos marcadores contíguos à atração, o que acreditamos ter sido importante para significar a edificação histórica e que não encontramos no restante património histórico até aqui descrito. Os marcadores contíguos são os marcadores encontrados junto ao núcleo de atrações turísticas (definição e caracterização identificadas no Capítulo 2 da presente tese) e tem várias funções. Sobressai a identificação do núcleo, a sua localização e o significado da referida atração para os seus proponentes. Os BI 04 e BI 07 transcrevem parte dos textos dos marcadores, o que acreditamos revelar a intenção de dar ao leitor a dimensão da importância histórica da referida edificação. Apesar de utilizarem o mesmo texto do marcador contíguo para contextualizar a Fortaleza da Ponta Grossa como para o sistema de defesa composto por outras duas fortalezas, outros aspetos transcritos dos marcadores selecionam textos diferentes, mas todos os marcadores existentes no local são usados como referência. Enquanto o BI 04 insiste em informação sobre o calabouço, os canhões, a casa do

comandante e a renda de bilro, sendo esta última justificada pela existência de um espaço para arte no interior da Fortaleza, o BI 07 refere aspetos relativos ao contexto histórico que justificou a construção das fortalezas mencionando também alguns dos ambientes destacados pelo BI 04.

A Fortaleza de Santo Antônio de Ratonos, é citada como núcleo de atração turística por apenas dois bloguistas. Diferentemente da Fortaleza de São José da Ponta Grossa, a narrativa fica restrita à informação sobre a localização e o acesso à Ilha do Ratonos onde está situada a referida fortaleza. A falta de informação sobre a experiência leva-nos a questionar se os bloguistas realizaram a visita.

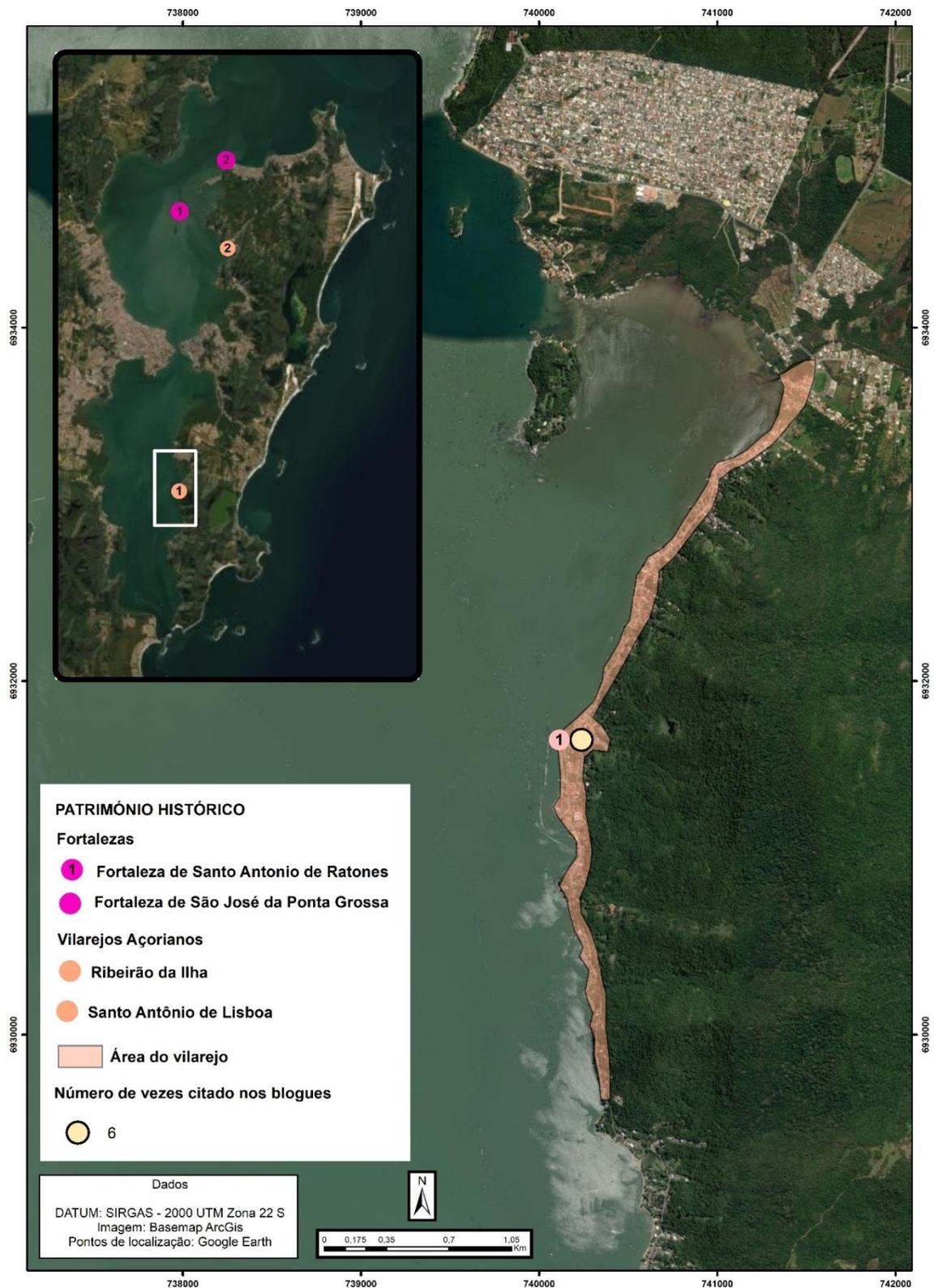
O terceiro e último aspeto do património histórico da cidade são nominados pelos blogues como *vilarejos açorianos*. Fazem alusão aos bairros de Santo Antônio de Lisboa e Ribeirão da Ilha. Os blogues que propõem estes núcleos como atrativos turísticos da cidade são identificados na Figura 39, assim como as fortalezas referidas anteriormente.

Figura 39 - Localização património histórico associado às fortalezas e aos “vilarejos açorianos” como núcleo do atrativo turístico e a identificação dos bloguistas que o propõem



Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

Figura 39 - Localização património histórico associado às fortalezas e aos "vilarejos açorianos" como núcleo do atrativo turístico e a identificação dos bloguistas que os propõem (conclusão)



Fonte: Elaboração conjunta da autora da presente tese e de Sinara Ristow, com imagem da Basemap ArcGis, pontos de localização do Google Earth e Programa ArcMap – ArcGis 10.2.2, a partir da análise temática das narrativas dos blogues de viagem que compõem a base de dados desta tese.

Santo Antônio de Lisboa é referido por 7 bloguistas como núcleo de um dos AT de Florianópolis. A informação mais recorrente nos textos refere-se às atividades propostas para o bairro, com destaque para os restaurantes como expressado nas seguintes afirmações.

*Escolha um dos restaurantes com vista para o mar (BI 01).*

*(...) integra a Rota Gastronômica do Sol Poente (BI 02).*

*O turismo da região se destaca pela gastronomia (BI 04).*

*(...) é conhecido pelos locais por seus ótimos restaurantes (BI 05).*

*(...) é um dos principais polos gastronômicos da cidade (BI 07).*

*A gastronomia local é outro destaque (...) os restaurantes têm como diferencial os decks que ficam de frente para o mar (BI 08).*

Outro aspecto de destaque refere-se à contemplação do pôr do Sol (n=6).

*Pôr-do-sol arrebatador por estas bandas (BI 02).*

*Um lugar ótimo para ver o pôr-do-sol (BI 03).*

*Vá curtir o pôr-do-sol na orla do bairro (BI 04).*

*Visão privilegiada do pôr-do-sol (BI 05).*

*Relaxar e curtir a bela paisagem (...) especialmente no final da tarde durante o espetáculo do pôr-do-sol (BI 07).*

*É um dos melhores lugares da Ilha para ver o entardecer (BI 08).*

Também é referido pelos bloguistas o comércio de arte e de artesanato local (n=3). Há informação alusiva a aspectos históricos que fazem menção ao bairro.

*Um dos primeiros povoados da Ilha (BI 01).*

*É a comunidade mais antiga da Ilha (BI 03).*

*Uma das primeiras freguesias de Santa Catarina (BI 05).*

*Era chamado de Freguesia de Nossa Senhora das Necessidades e foi uma das primeiras portas de entrada dos imigrantes na região, vindos principalmente da Ilha dos Açores, em Portugal (BI 07).*

O colorido das casas também é mencionado e expresso nas seguintes frases.

*(...) tem como principal atração o charme de uma vila colorida com estilo colonial (BI 08).*

*Uma das características mais marcantes de Santo Antônio de Lisboa são as casas coloridas com janelas e portas pintadas em cores fortes, uma herança da cultura açoriana (BI 07).*

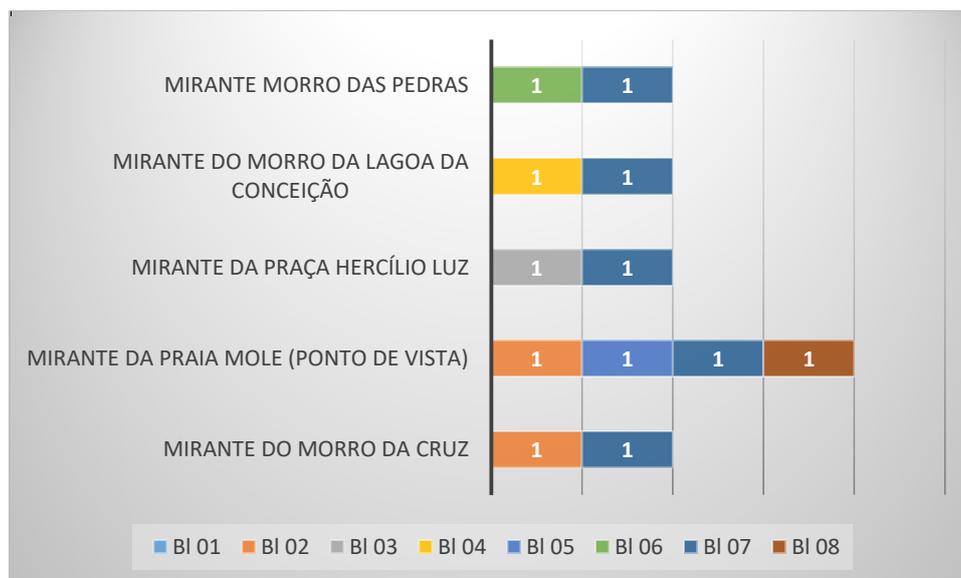
*(...) as casas com cores fortes são herança da cultura açoriana (BI 03).*

Apesar da existência de um marcador contíguo à atração referida no BI 07, que alude à riqueza cultural do bairro estar associada “a vida, trabalho e costumes dos carijós, portugueses, africanos e tantos outros mais...”, inferimos que o destaque nas edificações históricas que compõem o património arquitetónico do bairro materializa a centralidade da colonização açoriana que marcam os textos turísticos sobre a cidade de Florianópolis.

### 5.3.4. Descrição da narrativa do núcleo miradouro

Os miradouros são núcleos de atrações referidos com menor frequência e também com narrativas que revelam pouco da leitura e interpretação da paisagem possível de ser observada a partir destes lugares. A localização e o acesso são a informação mais recorrente das narrativas. Também há descrições como *ponto turístico famoso* (BI 02), *visão espetacular da ilha* (BI 05), *vista panorâmica da região* (BI 07), *a vista é linda, adorei curtir o visual* (BI 08).

Figura 40 - O miradouro como núcleo do atrativo turístico e a identificação do bloguista que o propõe



Fonte: Elaboração própria tendo por base a análise realizada a oito blogues.

#### 5.4. Análise dos textos dos blogues

Neste *item*, tentamos relacionar a análise que fizemos dos blogues com a literatura considerada na parte mais teórica da presente tese.

As relações dos bloguistas com os núcleos das atrações turísticas parecem resultar de um contacto efêmero e momentâneo. O tempo destinado ao turismo na cidade, quando referido no texto, restringe-se a um par de dias, significando que a circunstância na qual os bloguistas se encontram, em geral, é caracterizada pelo tempo limitado para estar em contato com os núcleos das atrações, como é característico do turista no modelo de turismo de massas. Numa das publicações, a bloguista sugere aos seus leitores um fim de semana em Florianópolis, semelhante à experiência vivida por ela. Esta bloguista relata que chegou numa sexta à noite e que retornou na segunda pela manhã, e na sua perspectiva teve *2 dias inteiros para aproveitar bastante!* (Bl. 06). Considerando as sugestões feitas pela escritora, identificamos a proposta de “conhecer” seis praias e fazer três trilhos em 2 dias.

Já no Bl 02, que teve 10 dias para visitar a cidade, contabilizamos a descrição de onze praias, três trilhos, duas dunas, além da sugestão de oito outros atrativos turísticos propostos para a cidade. Se considerarmos o total de atrativos turísticos sugeridos e o tempo destinado à viagem a Florianópolis, podemos inferir que nem todas as descrições decorreram da experiência direta com os núcleos das atrações, e na possibilidade de terem sido visitados realmente todos os núcleos referidos, tornam-se experiências que estão restritas a um tempo bastante limitado, o que pode contribuir para justificar a superficialidade das narrativas associadas aos núcleos das atrações.

A quantidade de lugares visitados no tempo exíguo para os vivenciar, faz-nos questionar as razões para esta busca frenética por “conhecer” os núcleos das atrações. Inferimos que o que está a ser proposto aqui é estar em contacto com mais lugares, ainda que se tenha pouco tempo para isso. O tempo destinado ao turismo é, regra geral, restrito, e a ideia de compensar esta restrição é conhecer mais em menos tempo. Mas que relação se estabelece com o núcleo desta atração? Que significados podem decorrer dessa experiência? Sobre este aspeto, Crang (2014) reconheceu haver o entendimento por parte de perfis específicos de turistas que consideram que um elemento-chave do turismo se refere ao estatuto social decorrente de “ter estado” num determinado lugar turístico.

A relação de exterioridade (*outsideness*) de lugar dos turistas marca, a partir do inferido pelas temáticas, uma relação de *incidental exterioridade* com o espaço físico, onde a atividade realizada acontece num lugar que é transitório. A relação de exterioridade marca um sentido de alienação e rutura com o lugar (Seamon, 2017), sendo o lugar, numa relação incidental de exterioridade, considerado como *background* para outras atividades (Relph, 1976; Marandola Jr., 2016).

Neste sentido, a atenção dada pelos bloguistas e que marcam as suas narrativas partem do pressuposto de interesses considerados próprios a um turista que viaja em busca de prazer. Este aspeto é percebido quando se torna central a informação sobre a existência ou não de infraestruturas de serviços que marcam em especial as narrativas na descrição das praias, nas adjetivações como praia urbana e selvagem, não apenas denotando aspetos relativos à paisagem, mas também quanto à existência ou não de serviços disponíveis para o bem-estar do turista.

Além do aspeto do tempo destinado ao turismo na cidade e o quantitativo de atrações turísticas propostas, há publicações em que inferimos que são feitas indicações e descrições do núcleo da atração de forma impessoal e tão restrita que não se identificam textos que retratam uma narrativa decorrente da experiência. Além disso, identificamos nos textos menções feitas pelos próprios autores sobre alguns atrativos, em que, apesar de realizarem a descrição do atrativo, incluindo adjetivações, informam que não o conheceram. Neste sentido, constatamos que, diferentemente do que se supunha ser uma característica comum aos blogues de viagem, ou seja, narrativas de experiências de viagens cujas opiniões são compartilhadas nos blogues de viagem (Bing Pan e Crotts, 2007) a partir da experiência vivida, não se confirma e tampouco refletem uma proposta diferenciada de experiência turística. Desta forma, corroboramos Moraes (2019) na necessidade de investigação para ampliar o conhecimento referente não somente aos blogues como veículo de comunicação turística, mas sobretudo aos aspetos relativos à sua produção. Encontramos na análise dos textos o uso dos blogues de viagem como instrumento de divulgação de oferta de serviços. O forte apelo comercial que marca alguma das narrativas são evidências deste aspeto, mas também são características que estão presentes na oferta turística hegemónica associada, normalmente, à oferta de produtos turísticos.

As narrativas dos blogues antecipam e direcionam, de certo modo, a experiência turística possível no destino turístico, assim como também o fazem revistas de viagem e os folhetos turísticos. O que inferimos é que, apesar da ideia implícita dos bloguistas em socializar as experiências vivenciadas por eles no lugar, revelando significados ou outros olhares possíveis a partir da relação corpórea no destino turístico, o que fazem na realidade é reafirmar as narrativas já existentes sobre esses mesmos lugares. Uma evidência deste aspeto é uma certa homogeneização dos núcleos das atrações turísticas e das narrativas a eles associadas descritas no *item* anterior.

Outro aspeto que marca as narrativas é a sua superficialidade decorrente da experiência vivenciada. Estão todos dentro da mesma lógica de uma experiência que não os faz conhecer o lugar, mas sim ter uma experiência fugaz, efémera, sem conseguir expressar nem mesmo nas suas narrativas, aspetos de entendimento sobre os lugares visitados. Nem mesmo nas narrativas dos

bloguistas que vivem na cidade é apresentada uma outra proposta de relação com o núcleo turístico. Apesar de terem ampliado o universo de núcleos a serem visitados, uma vez que o BI 07 apresenta nas suas publicações mais trilhos, mais miradouros, bairros e parques, mas na sua essência a experiência é a mesma, individual, focada em si, no seu prazer, numa relação superficial com os núcleos das atrações.

Os diferentes níveis de envolvimento com o lugar, os de interioridade e os de exterioridade, utilizados como referencial teórico na nossa análise, permitiram-nos perceber a relação de exterioridade de lugar dos turistas e a ausência dos significados decorrentes de uma relação de interioridade de lugar nas suas narrativas. Em decorrência disso, inferimos a falta de compreensão quanto ao que estava a ser vivenciado. O aspeto relativo à superficialidade das experiências dos turistas já havia sido constado por MacCannell (2017) na década de 1960 e 1970, ao perceber que as experiências turísticas não estavam associadas à compreensão do que está a ser visto. Quanto a este aspeto, Britton (1991) considera a superficialidade da experiência turística como uma consequência da incorporação da cultura na racionalidade da produção de mercadorias. Tal acontece porque, na sua perspectiva de análise, ao incorporarem as atividades turísticas no consumo, os produtos turísticos são consumidos, descartados e substituídos. As motivações para a realização da experiência turística estão associadas ao estatuto social, ao estilo de vida, à busca pela recuperação das energias (Britton, 1991). Neste sentido, este geógrafo reconhece que os turistas das sociedades capitalistas modernas não procuram compreender ou familiarizar-se com o lugar.

MacCannell (2017) constata ainda que os significados não se constituem como centro da proposta da estrutura da experiência turística. Em consonância com esta constatação, Jameson (1984, p. 56, citado por Britton, 1991) afirmou que a lógica que é incorporada às estruturas refere-se à da integração da produção estética na produção de mercadorias. Para Jameson, o pós-modernismo é uma fase do capitalismo em que há a incorporação da produção de mercadorias na produção cultural, entendendo a cultura como modo de vida. Este modo de vida que caracteriza a cultura pós-moderna é um modo de vida marcado pelo individualismo e pelo consumismo (Girelli, 2015), em que os *estilos de vida*, que são criações desse modo de vida, relacionados com o consumo, requerem a produção de mercadorias específicas (Cevasco, 2010, citada por Girelli, 2015). Por sua vez, no contexto pós-moderno, a estética *celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação das formas culturais* (Harvey, 1996, p. 148, citado por Girelli, 2015, p. 88). O consumo estético suplanta o valor de uso, onde toda uma indústria própria de criação de imagem passa a operar através de propaganda, do *marketing* e da publicidade. Perante este contexto, Jameson (1984, p. 60 citado por

Britton, 1991, p. 466) constata que há a substituição do significado, da compreensão, dos sentimentos mais profundos pela superficialidade, marcada pelo *glamour*, por uma alegria transitória, por uma “intensidade” de sentimentos que não cessa, em que o sujeito estará sempre em busca de intensidades novas e mais satisfatórias. Para Jamesson (1984, p. 56, citado por Britton, 1991, p. 465), *the frantic economic urgency of producing fresh waves of ever more novel- seeming goods, at ever greater rates of turnover, now assigns essential structural function and position to aesthetic innovation and experimentation*. Este aspeto conduz a modelos de turismo focados nos significados, como o TBC, uma utopia perante a lógica hegemónica de turismo.

Outro aspeto que vimos representado nos blogues, associado à ideia da mercantilização referida anteriormente, é a espetacularização da cultura, associado à “cultura açoriana” vinculada sobretudo ao núcleo da atração relativo aos bairros identificados pelos bloguistas como “vilarejos açorianos”. A espetacularização da cultura é entendida como a acentuação ou a criação de traços culturais que objetivam caracterizar a singularidade de um espaço urbano por um forte apelo visual e práticas sociais momentâneas, com vista à apreensão consumível da história e da cultura na forma de uma mercadoria (Leite, 2010, p. 72).

Os significados ligados ao que se quer associar à identidade açoriana não são aspetos centrais nas narrativas dos bloguistas. Refere-se a uma identidade sem sujeitos (Costa, 2002). É como se a “cultura açoriana” fosse um aspeto de ambientação dos espaços associados ao consumo, concedendo-lhe um aspeto diferenciador. No contexto de Santo António de Lisboa e Ribeirão da Ilha, a ênfase dada às vivências dos bloguistas nesses bairros está associada aos restaurantes, ao consumo, e não necessariamente a atividades que pudessem permitir ao visitante conhecer os aspetos da “tradicionalidade açoriana”, que porventura persiste naqueles lugares. Mas o que percebemos é que se trata de um consumo diferenciado, na medida em que a arquitetura das edificações que remontam ao seu passado histórico da época da colonização açoriana, compõe o cenário para a realização das atividades evidenciadas pelos bloguistas (*item 5.4.3.*).

Associada a esta prática do reforço simbólico a partir da espetacularização da cultura, Coleman e Crang (2012) constataram que este reforço do simbólico acontece pela necessidade de diferenciação que, por sua vez, acontece com a globalização do turismo e em função da variedade de destinos semelhantes. Outro aspeto também referido por estes autores, e que reconhecem ser uma das marcas do turismo hegemónico, é a homogeneização pela destruição das particularidades. A análise das narrativas permitiu-nos inferir que a priorização do uso comercial no processo de revitalização não apenas homogeneiza a experiência turística, direcionando-a para o consumo, como

também retira a particularidade local, associada aos diversos usos e apropriações que os antigos consumidores, agora expulsos ou com uso limitado à edificação, já não fazem. É possível evidenciar esse aspecto nos textos dos bloguistas sobre o Mercado Público e sobre os “vilarejos açorianos”. Aprofundaremos este aspecto na análise das narrativas sobre o Mercado Público.

Vincular o Mercado Público como espaço de alimentação em que há restaurantes e bares é a informação mais recorrente entre os bloguistas, considerando as narrativas analisadas. O segundo aspecto está relacionado com a mudança recente no Mercado que resultou na sua “revitalização” (BI 03) ou em “nova encarnação” (BI 01). A exploração do potencial turístico e imobiliário tem justificado ações de revitalização da área central e histórica de Florianópolis (Pertile e Vieira, 2015). Na última intervenção na estrutura do Mercado Público, de entre outras ações, deu-se a instalação da cobertura do vão central e a ocupação do espaço público para fins privados, a partir da sua quase total ocupação por mesas para servir os bares e restaurantes do entorno. O que era antes um pátio aberto e público transformou-se numa praça de alimentação similar à dos *shoppings* (Schmitt, 2018; Castells, 2018). A Figura 41 retrata diferentes usos do espaço ao longo da história do Mercado Público de Florianópolis.

Figura 41 – Diferentes usos para o vão central do Mercado Público de Florianópolis



Fotografia 01

Fonte: <https://ndmais.com.br/noticias/a-construcao-do-mercado-publico-de-florianopolis-em-1845-comeca-com-a-discordia-das-barraquinhas/>- consultado em 20/04/2021.



Fotografia 02

Fonte: Marcelo Fernandes

(<https://www.litoraldesantacatarina.com/foto/florianopolis/mercado-publico-de-florianopolis/921/> - consultado em 20/04/2021).



Fotografia 03

Fonte: Schmitt (2018, p. 128).

Ao reconfigurar o espaço físico para o novo uso (Figura 41 – fotografia 03), na última intervenção realizada em 2014, houve uma limitação do uso do espaço. O que antes se configurava como um espaço de passagem, de manifestações políticas e culturais, passou a ter o seu uso limitado, dada a configuração espacial mais rígida com a disposição das mesas e cadeiras. Para Schmitt (2018), caracteriza-se como um espaço orientado para o consumo ao induzir o caminhar dos seus utilizadores próximo aos restaurantes, reforçando a mudança da funcionalidade. O espaço que permitia diferentes

usos e a sociabilidade pública passou a direcionar a experiência turística naquele lugar ao mercado gastronómico.

A descaracterização da paisagem local acontece com a priorização do uso do espaço público para fins mercadológicos (Pintaudi, 2006; Castells, 2018), promovendo também a expulsão da *presença tradicional da diferença* (Castells, 2018, p. 45). Do conjunto dos públicos expulsos deste espaço, ou com a sua presença limitada e condicionada pelas regras estabelecidas pelos agentes privados que fazem a gestão do Mercado Público, está a do coletivo que pratica a roda de capoeira desde a década de 1980 (Meneghello, 2018). Para a referida investigadora, a revitalização proposta para o Mercado Público na sua última intervenção é produto da “fábrica de ilusões”, que ao dar vida nova, exclui a vida ali existente. A investigadora e capoeirista denuncia ainda que o *Mercado Público de Florianópolis (...) Não estava morto, estava sem restauro, sem cuidado, sem investimento público. É então revitalizado, e se torna espaço de exclusão de uma classe social. Já não admite o casual, o não formal.* (Meneghello, 2018, p. 85).

Mas esta prática, a de intervenções nos espaços de património histórico para “revitalização” das edificações, tem sido observada como uma prática contemporânea em todo o mundo (Leite, 2010). O termo gentrificação foi empregue pela primeira vez na década de 1960, por uma investigadora inglesa com o intuito de designar diferentes formas de intervenção urbana, que variam do *processo de regeneração, reabilitação ou revitalização de áreas ou sítios patrimoniais de alto valor histórico* (Leite, 2010, p. 72). Ainda de acordo com Leite (2010), há diferentes significados atribuídos ao processo de gentrificação, estando entre eles o proposto por Harvey (1992 citado por Leite, 2010, p. 72) como uma expressão pós-moderna do planeamento urbano, sendo o uso mercadológico uma das suas características estéticas e funcionais. O apelo visual, a limpeza, o ordenamento do espaço e a segurança são aspetos que caracterizam a gentrificação dos sítios históricos para “atrair” tanto a classe média como a classe alta (Leite, 2010) de residentes locais e turistas.

No caso particular do Mercado Público de Florianópolis, o processo de gentrificação ocorre sobretudo a partir da última intervenção na edificação, em 2014. Até então, como expõe Conceição (2018, p. 6), a frequência era marcadamente popular sendo a sua função como a de *um entreposto comercial, onde peixarias, açougues e hortifrutigranjeiros eram os locomotores e muitos bares e restaurantes baratos complementavam a oferta. Mascates a sua volta vendiam toda a sorte de produtos.* Os novos usuários, nomeadamente os visitantes e a classe média e alta local, e os novos usos associados ao Mercado Público, estabelecem uma relação de *exterioridade* de lugar caracterizada por aspetos da paisagem global, associada ao consumo e ao entretenimento.

## **5.5. Atrativos turísticos promovidos pelo órgão gestor de turismo de Florianópolis**

### **5.5.1. Atrativos turísticos informados nos Centros de Atendimento aos Turistas**

A análise do material promocional do turismo disponível nos Centros de Atendimento aos Turistas (CAT), assim como a realização de inquéritos por entrevista aos técnicos dos CAT, previstos no nosso trabalho de campo, tiveram por objetivo caracterizar os atrativos turísticos promovidos pelo órgão oficial municipal de turismo da cidade. Estivemos *in loco* em todos os CAT da cidade (consultar *item* 3.3.1.4 do capítulo 3). As tentativas de realização das entrevistas aconteceram no mês de novembro e de dezembro de 2020. Todas as vezes que nos dirigimos aos CAT (n=5), estes encontravam-se encerrados, o que nos impossibilitou realizar as entrevistas e a recolha de material de divulgação do turismo em Florianópolis previstos para esta etapa do trabalho.

No dia 7 de janeiro de 2021, entrámos em contacto por telefone com a Superintendência do Turismo de Florianópolis, parte integrante da estrutura administrativa da Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico. Fomos informados de que os CAT estariam fechados na temporada de verão de 2020/2021 (dezembro a fevereiro) devido à pandemia de COVID-19. A intenção de proteger os técnicos dos CAT e a decisão tomada em não realizar a promoção do turismo para a temporada em questão também justificou esta postura.

Propusemo-nos analisar o *site* do órgão gestor do turismo de Florianópolis por podermos encontrar os argumentos utilizados pela entidade gestora do turismo para motivar os turistas a conhecer a cidade, uma vez que os atrativos turísticos são considerados a força vital do turismo em todos os lugares, como já evidenciado no capítulo 2 desta tese. A análise do núcleo e dos marcadores dos atrativos turísticos proposto no *site* foi o nosso foco de estudo. Localizámos o *site* através da inserção das palavras *site + oficial + turismo + Florianópolis* no motor de busca do *google.com*, sendo o *site* [www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo](http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo), o primeiro da lista disponibilizada. Confirmámos tratar-se do *site* da Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico, da Prefeitura Municipal de Florianópolis (PMF). Constatámos que não se refere a um *website* específico com informação relativa à oferta turística da cidade, como é comum encontrar nos destinos turísticos consolidados. Apresenta textos para diferentes públicos, dificultando a identificação da informação apropriada para cada público, incluindo o turista.

Ocupando a maior parte da página, há *banners* com imagens (logótipos, fotografias) que são *links* para os temas previamente anunciados nos seus títulos. Os temas destas notícias são bastante

variados, o que dificulta o acesso à informação desejada pelo turista. A seguir, estão exemplos dos temas abordados nas referidas reportagens que caracterizam a diversidade de assuntos disponibilizados na página em análise (<http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/> - consultado em 26/08/2021):

- A criação de um portal de empregos para cadastrado de currículos, oferta de empregos e de cursos de formação (notícia publicada em 27/05/2021);

- Selo para *vans* e ônibus turísticos com o intuito de obter dados sobre fluxo turístico na cidade (notícia publicada em 25/02/2021);

- Inauguração da Casa do Empreendedor, um espaço para disponibilizar aos interessados orientações relativas a questões administrativas, legais e tributárias (notícia publicada em 11/02/2021).

Estas três publicações correspondem a informações desconexas apresentadas no *site*, que não têm relação com o público que necessita de informação turística. As datas das publicações evidenciam também que o *site* não é atualizado com frequência.

É no menu à esquerda que encontramos o *link O que Visitar*, onde estão as informações relativas aos atrativos turísticos. Este *link* é um de um conjunto de 31 *links*, numa lista sequencial e sem distribuição por temas. Os referidos *links*, os *banners* das notícias e os *links* de acesso a informação sobre a Prefeitura Municipal de Florianópolis dispostos na parte superior da tela tornam esta página poluída visualmente e pouco acessível devido ao excesso de informação. A Figura 42 identifica a informação referida anteriormente e o *layout* do *site*.

Figura 42 - Conteúdo e *layout* do *site* oficial de turismo da Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico, da Prefeitura Municipal de Florianópolis

The image shows a screenshot of the official website of the Municipality of Florianópolis, specifically the page for the Municipality of Tourism, Technology and Economic Development. The page features a dark blue header with navigation links, a main content area with a large banner for 'Parque Urbano e Marina Belmar' and 'UNESCO City of Gastronomy', and a 'MAIS NOTÍCIAS' section with three news items. A footer contains links for 'NOTÍCIAS', 'SERVIDOR', 'SOBRE A PMF', and 'SERVIÇOS'.

**Header:** INTRANET, CONTATOS, PORTAL DO SERVIDOR, DISPENSAS DE LICITAÇÃO NAS AÇÕES DE ENFRENTAMENTO AO CORONAVÍRUS, PREÇOS ELETRÔNICOS SIMPLIFICADOS - LEI Nº 13.979/2020, WEBMAIL, MAPA DE OBRAS, FLORIPA NO PONTO, SOMAR FLORIPA, SIGA A PREFEITURA.

**Navigation:** Carta de Serviços, Editais, Prefeitura, Secretarias, Transparência, Floripa Simples, Floripa Mais Emprego, PROCON ONLINE, AGENDAMENTO ONLINE.

**Main Content:**

- Parque Urbano e Marina Belmar:** A large banner image showing a waterfront development project.
- UNESCO City of Gastronomy:** A banner with the UNESCO logo and text: 'United Nations World Heritage Organization City of Gastronomy Designated UNESCO Creative City in 2014'.
- News Items:**
  - 27 MAIO 2021 DESENVOLVIMENTO:** Prefeitura de Florianópolis lança portal Floripa mais empregos.
  - 06 JAN 2021 DESENVOLVIMENTO:** Construção ao lado do Terminal de Santo Antônio será o novo Centro de...
  - 25 FEV 2021 TURISMO:** Prefeitura de Florianópolis lança o Selo Turismo Legal para vans e ôni...
  - 04 JAN 2021 DESENVOLVIMENTO:** Prefeitura de Florianópolis lança Plano de Retomada Econômica.
  - 11 FEV 2021 DESENVOLVIMENTO:** Prefeitura de Florianópolis inaugura Casa do Empreendedor.
  - 29 JAN 2021 TECNOLOGIA:** Endeavor aponta Floripa como a 2ª cidade mais empreendedora do Brasil.
  - 15 DEZ 2020 TURISMO:** Florianópolis divulga plano de ação para temporada de verão.

**MAIS NOTÍCIAS:**

- 10/08/2020:** Prefeitura de Florianópolis lança segunda edição do programa de aceleração para MEIs
- 24/07/2020:** Programa Juro Zero Especial ultrapassa R\$ 1 milhão em créditos concedidos
- 17/07/2020:** COVID-19|Sistema de check in ultrapassa um milhão de registros

**Footer:**

- NOTÍCIAS:** Diário oficial, Todas as notícias, Mídia, Rádio.
- SERVIDOR:** Portal do servidor, Intranet, Webmail.
- SOBRE A PMF:** Estrutura organizacional, Contatos, Pró-cidadão, Leis municipais, Transparência, Ouvidoria PMF, Editais, Mapa de Navegação.
- SERVIÇOS:** Todos os serviços, Geoprocessamento, Coleta de lixo, Horário de ônibus, Biblioteca SME, Calendário Oficial.
- SIGA-NOS:** Social media icons.

Fonte: <http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/> - consultado em 26/08/2021).

O link de acesso ao aplicativo “minha Floripa” (o quinto link dispostos na lateral esquerda do site), onde acreditamos haver uma ferramenta que pudesse disponibilizar informação sobre os atrativos turísticos da cidade, não estava acessível nas nossas várias tentativas de utilizá-lo entre os meses de novembro de 2020 a julho de 2021.

Superadas as primeiras barreiras, o link *O que Visitar* está ligado a outro link com os títulos: *atrativos culturais, atrativos naturais e parques municipais*. A seguir, analisamos cada um destes links.

### 5.5.1.1. Atrativos Culturais

Os atrativos culturais informados no site incluem uma lista de nomes de lugares sem uma indicação do núcleo da atração. Estão organizados visualmente em quatro grupos, separados entre si por um espaçamento maior, e sem a identificação da categorização de cada grupo. Analisando a referida lista, conseguimos identificar que os núcleos das atrações podem ser definidos como: *museus* (n=18), *património histórico* (n=11), *património arquitetónico relativo a Fortalezas* (n=5) e *património religioso* (n=7). O Quadro 9 destaca os atrativos referidos no site da Prefeitura Municipal de Florianópolis.

Quadro 9 - Atrativos turísticos culturais apresentados no site da Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Económico, da Prefeitura Municipal de Florianópolis

<b>1º Grupo</b>	Palácio Cruz e Sousa; Museu Victor Meirelles; Museu de Armas Major Lara Ribas; Museu do Homem do Sambaqui; Eco Museu do Ribeirão; Museu Universitário Oswaldo Rodrigues Cabral; Museu O mundo Ovo de Eli Heil; Museu Sacro Capela Menino Deus; Casa da Memória; Museu Arqueológico Ar Livre Costão do Santinho; Museu Contador Renato Gonçalves; Memorial do Centro Educacional Menino Jesus; Museu da Escola Catarinense; Museu da Imagem e do Som; Museu da Arte de Santa Catarina; Museu do Judiciário Catarinense; Museu do Presépio.
<b>2º Grupo</b>	Praça XV de Novembro e Figueira Centenária; Teatro Álvaro de Carvalho; Alfândega; Mercado Público; Ponte Hercílio Luz; Casario da Rua Menino Deus; Engenho Caminho dos Açores; Sobrados Oitocentistas; Antiga Câmara Municipal; Fernando Machado.
<b>3º Grupo</b>	São José Da Ponta Grossa; Santa Cruz – Anhatomirim; Santo Antônio de Ratoles; Santana; Santa Bárbara.
<b>4º Grupo</b>	Catedral; Igreja de São Francisco; Nossa Senhora do Rosário e São Benedito; Capela Sagrado Coração de Jesus; Igreja Nossa Senhora da Lapa; Capela Menino Deus; Igreja Nossa Senhora das Necessidades.

Fonte: elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site <https://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/index.php?cms=ingleses> - consultado em 27/08/2021.

Refere-se a uma lista bastante abrangente do património cultural material da cidade, mas limitada em dois aspetos: 1. desconsidera outro tipo de património da cidade; 2. a apresentação da informação é limitada e parcial.

Quanto ao primeiro aspeto, reconhecemos que mesmo sendo uma listagem de atrativos turísticos (ou seriam recursos turísticos?) com considerável quantitativo de património cultural material da cidade, é notória a ausência de outro tipo de património relativo a esta categoria, sendo evidenciada uma maior centralidade dada ao património cultural material.

Na referida lista, apesar de haver referência ao património arqueológico (n=2), sendo um deles tombado como património a nível Nacional e Estadual (Coleção Arqueológica João Alfredo Rohr), conforme referido no marcador associado ao atrativo turístico, não foi feita alusão à Ilha do Campeche (sítio arqueológico e paisagístico, tombado nacionalmente em 1998, cujos atributos já foram mencionados no capítulo 4 da presente tese). Considerando a existência de aproximadamente 250 sítios arqueológicos em Florianópolis (<https://floripaarqueologica.com.br/sitios-arqueologicos-em-floripa/>, consultado em 26.08.2021), a abordagem utilizada pela gestão turística da cidade fica aquém da potencialidade dos recursos patrimoniais arqueológicos existentes em Florianópolis.

O seu património cultural imaterial não foi referido como atrativo cultural de Florianópolis. Apesar de termos consciência da existência de património sem o devido reconhecimento público, consideramos que, pelo menos, o que foi registado deveria constar como atrativo turístico da cidade. A seguir, há uma lista de património cultural imaterial reconhecido à escala nacional (Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional - IPHAN), estadual (Fundação Catarinense de Cultura - FCC) ou municipal (Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes - FCFFC), e que não foi mencionado, destacando-se os seguintes:

- Festa do Divino Espírito Santo, a maior e mais antiga festividade religiosa da cidade de Florianópolis. Registada pelo IPHAN, FCC e FCFFC ([www.pmf.sc.gov.br/entidades/franklincascaes/?pagina=notpagina&menu=&noti=19985](http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/franklincascaes/?pagina=notpagina&menu=&noti=19985); consultado em 27.08.2021)

- Roda de Capoeira, também existente na cidade. Desde 2008, é inscrita no Livro de Registro das Formas de Expressão no IPHAN (<http://portal.iphan.gov.br/sc/pagina/detalhes/669>, consultado em 27/08/2021);

- A Procissão do Senhor Jesus dos Passos, realizada desde 1766, que corresponde a uma tradição católica que acontece 15 dias antes da Páscoa e registrada pelo IPHAN (2018);

- A Pesca Artesanal da Tainha na Praia do Campeche, registrada pela FCC em 2019. ([www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/patrimoniocultural/patrimonio-imaterial#bens-imateriais-registrados-pelo-estado](http://www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/patrimoniocultural/patrimonio-imaterial#bens-imateriais-registrados-pelo-estado) - consultado em 27/08/2021.)

O segundo aspecto que evidencia limitações dos atrativos turísticos culturais disponibilizados no *site* oficial de turismo da cidade está relacionado com a necessidade de aprimorar a forma de apresentar a narrativa oficial relativa aos núcleos das atrações. Considerando as tecnologias de comunicação como representações cartográficas, os recursos imagéticos como fotografias, vídeos, e todo o conhecimento associado à linguagem visual, estando entre eles o *design* gráfico, consideramos que a forma como o texto sobre os núcleos das atrações é apresentada está muito aquém dos recursos disponíveis. Tratando-se de uma entidade gestora que inclui na sua estrutura administrativa a Superintendência de Ciência, Tecnologia e Inovação, é um aspecto que evidencia a falta de articulação e convergência de ações entre as referidas estruturas. Ao referirmo-nos ao *site* do órgão gestor do turismo de um dos principais destinos turísticos do Brasil (conforme apresentado no capítulo 4), torna-se necessária uma abordagem mais atualizada e interessante para o marcador turístico, com recursos linguísticos que instiguem o leitor a desejar conhecer os núcleos das atrações propostas.

#### **5.5.1.2. Atrativos Naturais**

A informação disponibilizada a partir do *link atrativos naturais* informa-nos que o núcleo desta categoria de atração está restrito às praias. É disponibilizada uma lista com 22 nomes de praias, sobre as quais há uma breve e restrita descrição das suas características. Os textos transcritos comprovam esta afirmação:

*Canasvieiras - Praia de mar intermediário entre o mar oceânico e o de baía. Fica aberta para o Norte, e por isso, tem águas claras, areias e ondas suaves. Extensão: 2200 metros.*

*Galheta - Praia de águas límpidas e claras. Seu contorno em terra, é formado por um morro, que recebe o mesmo nome, com exuberante vegetação, tornando a localidade perfeita para um dia de passeio. Extensão: 800 metros.*

*Campeche - Praia de mar grosso, ondas forte e bravias, em oceano aberto e tendo a sua frente, quebrando em parte, a força das ondas uma pequena ilha também denominada Campeche.*

Fonte:

<http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/index.php?cms=atrativos+naturais+++praias&menu=7&submenuid=552>, consultado em 28.08.2021.

Apesar de ser disponibilizada uma lista de Parque Municipais da cidade, não haver textos associados aos parques impede-nos de os considerar atrativo turístico. Recordemos que para que seja um atrativo turístico é condição haver o marcador (texto/narrativa) associado ao núcleo, como referido no Capítulo 2 desta tese. Por não haver um marcador associado ao recurso turístico não há atração turística, pois é o texto que constrói o atrativo turístico (Edelheim, 2015). Identificamos, portanto, uma lacuna considerável quanto à potencialidade do património natural existente (brevemente apresentado no *item* 4.2. desta tese) em Florianópolis e a limitada narrativa a ele associada como atrativo turístico da cidade, no caso das praias e a inexistente narrativa sobre a diversa fauna e flora existente na cidade sobretudo nas áreas de preservação natural que ocupam 45 % do território da Ilha de Santa Catarina.

Por entendermos que, para ser atrativo turístico há a necessidade de conceção e implementação da gestão da visitação, ficamos em dúvida se os atrativos turísticos apresentados no *site* oficial de turismo do municipal de Florianópolis constituem atrativos ou são recursos turísticos. Em relação aos recursos existentes nas Unidades de Conservação, também fica o questionamento sobre as razões da ausência de marcadores na promoção realizada pelo órgão gestor municipal do turismo da cidade. Por não ser o objeto da nossa investigação averiguar tal questão, restringimo-nos a constatar que percebemos a omissão por parte da gestão do turismo da cidade quanto à promoção dos patrimónios de Florianópolis, tanto dos patrimónios naturais, quanto dos patrimónios culturais, sobretudo os patrimónios imateriais da cidade. Seria pertinente à gestão articular e potencializar a referida promoção da oferta do turismo, a partir dos recursos patrimoniais existentes.

A ausência de identificação de rotas, roteiros e de ofertas de serviços associados aos atrativos também fragiliza a atração turística reforçando o questionamento sobre se há realmente condições concretas para viabilizar a visita às atrações referidas no *site*. A carência de recursos comunicativos associada às narrativas apresentadas no *site* oficial vinculado à gestão municipal do turismo em Florianópolis que motivem aos visitantes o interesse em conhecer as atrações turísticas reforça dois

questionamentos. O primeiro, já mencionado, sobre a referida lista poder ser um rol de recursos e não necessariamente de atrativos turísticos. O segundo aspecto suscita questões sobre qual tem sido o foco de atuação do órgão responsável pelo turismo na capital catarinense? Quais os reais interesses com a oferta turística da cidade? Quais as causas das possíveis limitações enfrentadas na gestão do turismo da cidade que impedem à promoção da cidade associada à valorização de seus bens culturais e naturais?

## **5.6. Síntese**

Neste capítulo, a partir das técnicas de análise de conteúdo propostas por Bardin (2009), procurámos identificar as temáticas abordadas nas narrativas sobre os atrativos turísticos dos blogues de viagem a respeito de Florianópolis. O nosso *corpus* de análise considerou as publicações sobre o turismo em Florianópolis dos oito primeiros blogues de viagem, a partir da lista gerada no motor de busca da google.com, selecionados em outubro de 2020. Utilizando o modelo de atração turística proposto por Leiper (1990) e adaptado por Edelheim (2015), identificámos os núcleos das atrações e as suas narrativas. Inferimos que há uma recorrência entre os atrativos turísticos propostos, reafirmando as ofertas tradicionais do turismo na Ilha, com exceção de um bloguista que é natural e residente de Florianópolis e que apresenta atrativos turísticos que não estão no circuito do turismo “tradicional”. O núcleo mais recorrente foi o relacionado com as praias, com muito mais centralidade do que os restantes núcleos das atrações, seguido por núcleos de atrações como os trilhos, as dunas, o património histórico e os miradouros (mirantes). No nosso ver, nem os núcleos são suficientemente representativos das diversidades dos bens associados a Florianópolis, nem as suas narrativas conseguem capturar os valores a eles intrínsecos. Percebemos que as narrativas estão associadas ao tempo presente, a uma relação síncrona de interpretação dos núcleos, o que impede entender, sobretudo nos atrativos vinculados aos patrimónios históricos, os diferentes significados a eles associados, incluindo os argumentos utilizados no seu processo de patrimonialização. Apesar do termo “tradicional” estar presente nas narrativas associadas aos núcleos das atrações turísticas, este não vem acompanhado de informação que permita revelar o significado cultural. A superficialidade na relação com os núcleos das atrações demonstra a incapacidade de um entendimento além desta relação de externalidade com os lugares, e neste sentido, inferimos que cristaliza o modo de ser e ver do turista. Na totalidade das narrativas, a relação de externalidade com o lugar visitado marca os discursos, a partir de uma vivência de *incidental exterioridade*, caracterizada por intenções limitadas e parciais, sendo o lugar um cenário para a realização das atividades propostas.

A ideia de que os blogues são um tipo de comunicação semelhante ao “boca a boca”, ou seja, de consumidor para consumidor e fruto de experiência vivenciada como turista compartilhada como um diário de relatos pessoais decorrentes desta vivência, não pode ser aplicada à totalidade das publicações. Identificamos publicações em que o próprio redator descreve o núcleo da atração, mas informa não ter tido a oportunidade de conhecer. Em outros casos, as descrições são breves, generalistas e superficiais deixando-nos em dúvida quanto ao seu caráter vivencial. Também percebemos em alguns blogues um forte apelo publicitário, sobretudo de restaurantes, onde há uma centralidade maior da publicidade do que de informação sobre a experiência.

Considerando as narrativas dos bloguistas, inferimos a ausência de ações por parte dos agentes turísticos comprometidos com uma proposta de turismo além da relação de consumo, que permitisse a estes bloguistas uma vivência mais significativa com os lugares visitados. Pelo contrário, identificamos que as ações decorrentes do processo de revitalização, identificadas numa análise mais detalhada sobre o Mercado Público de Florianópolis, promovem a substituição da paisagem local por uma paisagem global, associada à gentrificação de edificações históricas, adaptada ao consumo gastronômico e ao entretenimento.

A impossibilidade já relatada no início do capítulo, perante a pandemia de COVID-19, restringiu a nossa análise dos atrativos turísticos propostos pelo órgão gestor e demais entidades que integram a governança turística da cidade, aos atrativos turísticos propostos no *site* oficial de turismo de Florianópolis. A depender da forma e conteúdo dos atrativos turísticos disponíveis no *site* do órgão municipal de gestão do turismo vinculada à Prefeitura de Florianópolis, fica a dúvida quanto à possibilidade de contribuir com a experiência turística dos que optaram por conhecer Florianópolis ou a motivar sua visita à capital catarinense. Apesar de nos surpreender positivamente com a lista de informações sobre os atrativos turísticos culturais materiais, surpreendeu-nos também a fragilidade na promoção da oferta. A fragilidade reside nas limitações dos recursos de comunicação utilizados para a promoção do núcleo. A ausência de núcleos das atrações associados aos patrimônios culturais imateriais e aos patrimônios naturais, sobretudo os aspetos que motivam a criação das Unidades de Conservação, do património geológico e dos demais patrimônios culturais, históricos e paisagísticos já chancelados, também foram identificados como limitadores no alcance de um maior público pela diversidade dos atrativos turísticos oferecidos. A limitação das narrativas associada aos núcleos é também um aspeto que restringe o entendimento do valor associado ao núcleo da atração.

No próximo capítulo, apresentamos a descrição e análise da segunda parte empírica da nossa tese, relativa aos projetos de TBC em Florianópolis, na expectativa de que sejam promotores de um modelo de turismo diferente tanto para a comunidade residente quanto para o visitante.

## **Capítulo 6**

### **Os Projetos de Turismo de Base Comunitária de Florianópolis e as percepções dos seus proponentes e dos representantes das instituições parceiras**

## **6.1. Nota Introdutória**

No último capítulo da tese, analisamos os projetos de TBC que integram a Rede TBC Floripa. Iniciamos com a descrição dos projetos de TBC decorrente sobretudo do trabalho de campo, para em seguida ser apresentada a análise relativamente à caracterização dos anfitriões proponentes dos referidos projetos. Posteriormente, apresentamos os projetos na perspetiva dos anfitriões proponentes, tendo o guião do inquérito por entrevista semiestruturada como referência na apresentação dos dados. Em seguida, sistematizamos os dados sobre os projetos de TBC na perceção dos representantes das instituições parceiras. Por fim, apresentamos a análise relativamente aos atrativos turísticos.

## **6.2. Projetos da Rede TBC Floripa**

### **6.2.1. Caracterização dos projetos da Rede TBC Floripa e dos anfitriões proponentes**

A apresentação dos projetos descritos a seguir foi elaborada a partir das nossas vivências nas atividades propostas pelos anfitriões proponentes e no contexto dos projetos de TBC. Foram também considerada parte de dados obtidos nos inquéritos por entrevista realizados aos anfitriões proponentes dos projetos de TBC, e através da consulta de informação nas fontes secundárias relativamente ao contexto em que os projetos estão inseridos. A narrativa a seguir é, portanto, uma interpretação possível associada aos núcleos e narrativas das atrações dos projetos da Rede TBC Floripa. Na perspetiva de Edelheim (2015) é uma narrativa que constrói o atrativo turístico, dentre muitas outras possíveis de se construir, e que depende substancialmente dos textos (marcadores) aos quais o visitante teve acesso. No meu caso em particular, trata-se de uma visitante diferenciada dos restantes, por estar a investigar os projetos em questão.

A ausência de representações associadas às vivências nos projetos por parte de visitantes/turistas impediu-nos de realizar a análise do atrativo turístico a partir de uma narrativa na terceira pessoa, como a que realizámos com os blogues de viagem. Utilizámos a nossa vivência no campo para procurar mais elementos para a caracterização dos projetos e a identificação do perfil dos anfitriões, tentando relacionar com o referencial teórico sobre o Turismo de Base Comunitária, o lugar e os atrativos turísticos.

### **6.2.1.1. Projeto de TBC de Condução Ambiental e Cultural com Mazinho**

Foi no percurso realizado pelos trilhos de Naufragados que executámos, no dia 12 de novembro de 2020, juntamente com outros seis visitantes, o roteiro de TBC proposto por Ademar Alarico do Espírito Santo, o Mazinho. Foi um percurso realizado a pé, no trajeto de ida, e de barco para retorno ao ponto de partida.

Naufragados é a parte insular do Parque Estadual da Serra do Tabuleiro, território protegido desde 1975. Por ser um parque estadual, o seu objetivo básico é a preservação de ecossistemas naturais, devido à sua relevância ecológica e belezas cénicas ([http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2009/14661\\_2009\\_lei.html](http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2009/14661_2009_lei.html), consultado em 29.08.2021). Apesar de ser uma unidade de proteção integral, o que impede a residência de pessoas naquele lugar, são as memórias da infância aí vividas (quando a área não era uma UC) que fazem diferença na interpretação realizada por Mazinho no percurso do trilho.

Formado como condutor ambiental da Ilha de Santa Catarina pelo Instituto Federal de Santa Catarina e conseqüentemente intérprete do ambiente natural e cultural, constrói a sua narrativa a partir de uma *relação existencial de interioridade consciente* com o lugar (conceito apresentado no Capítulo 2 desta tese). A interpretação que é feita enquanto caminhamos pelos trilhos evidencia o quotidiano vivido por algumas comunidades do sul da Ilha que guardam vínculos com a tradição do *modo de vida Ilhéu* (caracterizado no Capítulo 4 da presente tese) e tangenciam a narrativa de Mazinho na sua condução. Dentre os seus relatos está a memória do escambo das produções das diferentes comunidades vizinhas, Naufragados, Caieira e Ribeirão, numa época em que o valor da produção era dado pelo uso e troca de produtos, afigurando-se como uma das características da vida em comunidade. Também fazem parte da memória o engenho de farinha comprovado nas ruínas encontradas no caminho percorrido e o seu mecanismo de funcionamento. A infância vivida até aos 13 anos naquele lugar, as brincadeiras de menino com o seu irmão, enquanto acompanhavam a mãe nas lides domésticas, as novenas rezadas em latim e que fazem parte da tradição religiosa mantida até hoje compõem o seu relato. Uma narrativa poética, musicalizada, repleta de afetividade, lembranças, histórias e tradição, trazendo emoção à vivência dos visitantes.

Na sua condução são também evidenciados aspetos que caracterizam o ambiente natural. O reconhecimento da fauna e da flora endógena e das plantas invasoras é apresentado aos visitantes. São referidos alguns usos tradicionais de algumas das espécies da flora encontradas no caminho. Nos

seus relatos, percebemos que Mazinho não intervém apenas na proteção daquele ambiente através da educação patrimonial dos sujeitos que vivenciam o trilho, mas também por ser agente de proteção, ao encarregar-se do manejo das espécies da flora do lugar e como parceiro da FLORAM. É também na atuação política como líder comunitário e seu representante no Conselho Gestor da Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca que desenvolve o seu trabalho na salvaguarda do ambiente natural e cultural. A Figura 44 mostra algumas fotografias do percurso realizado na vivência deste projeto.

Figura 43 - Roteiro TBC em Naufragados



Fonte: Registo fotográfico feito pela autora da presente tese no dia 12 de novembro de 2020.

#### **6.2.1.2. Projeto de TBC da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé**

A Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé, criada pelo Decreto nº 533/1992 no âmbito Federal, é uma Unidade de Conservação gerida pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). Por sua vez, o ICMBio, como já referido no Capítulo 3, está vinculado ao Ministério do Meio Ambiente que, entre outras funções, é responsável pela preservação e conservação das biodiversidades nas Unidades de Conservação Nacional. É no âmbito desta Unidade de Conservação, na Baía Sul, entre o Aeroporto Internacional de Florianópolis Hercílio Luz e a região central da capital Catarinense que está localizada a Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé. Cabe ressaltar que as reservas extrativistas (RESEX) são espaços territoriais protegidos que estão direcionados para a salvaguarda dos meios de vida e da cultura das populações tradicionais e

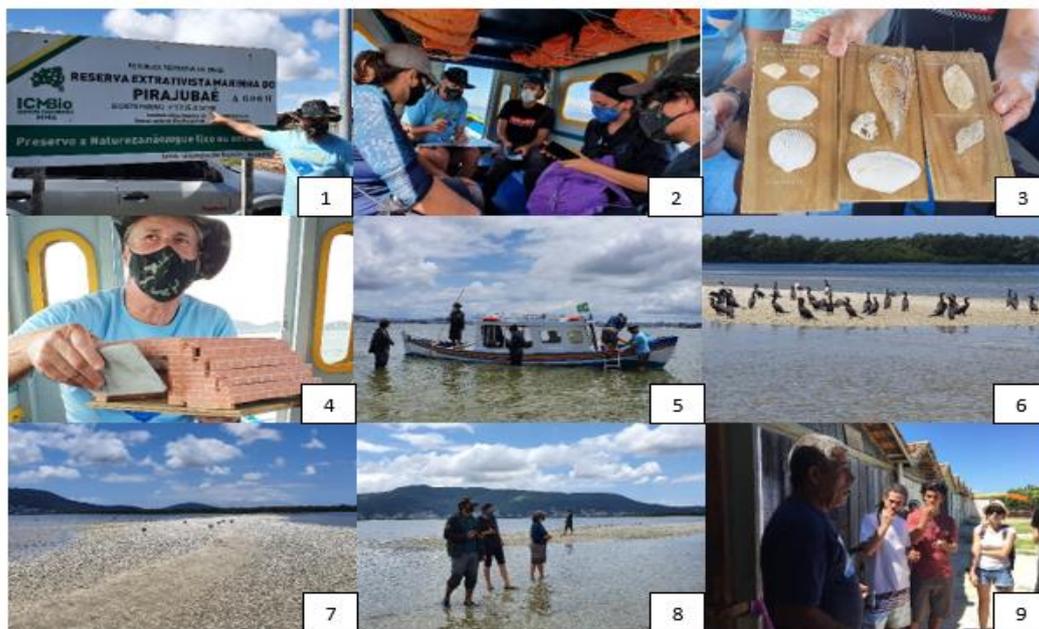
possibilitar o uso sustentável dos recursos naturais daquele território (<https://www.icmbio.gov.br/portal/populacaoestracionais>, consultado em 18.08.2021).

É neste contexto que surge o Projeto Piloto de Turismo de Base Comunitária RESEX Pirajubaé. É um projeto piloto, pois serve como referência para o estabelecimento das regras que compõe o Plano de Manejo (previsto na Lei Federal n.º 9.985/2000 que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação – SNUC, e que estabelece as normas de uso da área, entre outros aspetos), associadas ao turismo na referida UC. Por sua vez, o TBC é uma estratégia para manter o vínculo dos beneficiários ao seu território, que se encontra ameaçado. As ameaças decorrentes do processo de urbanização não apenas pressionam os recursos naturais locais existentes, mas também interferem na *relação de interioridade de lugar* dos filhos e netos dos beneficiários da reserva. Isto porque, apesar de os descendentes dos pescadores serem considerados beneficiários, ao não se assumirem como extrativistas e pescadores, colocam em xeque a continuidade da comunidade tradicional nesta área, e com isto a existência da própria Unidade de Conservação. O Turismo de Base Comunitária foi identificado como uma alternativa ao envolvimento dos comunitários na conservação do património natural e cultural e a consequente manutenção da comunidade tradicional naquela localidade.

No nosso trabalho de campo, experienciámos a Rota das Tipitingas, com outros quatro visitantes, sendo a condução e interpretação do ambiente feita por Alcir, beneficiário da RESEX, geógrafo, condutor ambiental formado pelo IFSC e proponente do projeto. A *relação de interioridade existencial com o lugar* é evidenciada na memória que constrói parte do seu relato sobre o lugar. O seu conhecimento do ambiente natural permite apresentar a diversidade de seres que habitam o lugar, dando ênfase à caracterização e diferenciação do mangue, tanto nos aspetos relativos à fauna e à flora, como nos relativos aos usos tradicionais daqueles recursos pelos pescadores daquela comunidade. A condução da embarcação, uma vez que boa parte do roteiro acontece nas águas da Baía Sul, foi feita pelo seu pai, o sr. Assis. O sr. Assis é pescador artesanal e beneficiário da RESEX. Em vários momentos, interagiu com os visitantes, auxiliando na significação da paisagem do entorno, tendo mencionado o impacte no ambiente natural e na prática da pesca e extração do berbigão pela comunidade tradicional, em consequência da drenagem dos bancos de areia ali existentes para a construção da Via Expressa Sul. A pressão da urbanização naquela área é visível na paisagem e evidenciada nos relatos dos anfitriões. A interpretação do ambiente natural tanto da fauna quanto da flora existente naquele lugar marcou a narrativa de Alcir. Para a interpretação, Alcir construiu alguns instrumentos que deram suporte à sua narrativa (Figura 42, imagens 3 e 4). Aspetos da tradição da

cultura da extração dos moluscos e da pesca artesanal marcam a sua narrativa. Na fotografia 4, por exemplo, apresenta uma maquete de um forno para a fabricação de cal a partir das conchas dos moluscos, como o berbigão, um dos recursos mais explorados pela população tradicional extrativista do Pirajubáé.

Figura 44 - Rota das Tipitingas proposto pelo Projeto Piloto de TBC da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubáé



Fonte: Fotografias de 1 a 8 captadas pela autora da presente tese, no trabalho de campo realizado no dia 20 de novembro de 2020. A fotografia 9 foi tirada no dia 03.03.2017 pela autora desta tese, durante uma visita técnica ao projeto piloto TBC da RESEX.

### 6.2.1.3. Projeto de TBC Tekoá Pirá

A consciência do iminente desaparecimento da pesca artesanal da tainha em Florianópolis e a constatação de que os turistas desconheciam as tradições relativas à cultura ilhoa, foram aspetos que motivaram a procura por proteção e visibilidade desta cultura por parte das proponentes do Projeto Tekoá Pirá, *i.e.*, Gisele Silva Ramos e Roberta de Paula Braz. A pesca artesanal da tainha, conforme evidenciam os registos históricos, tem as suas origens nos povos indígenas Guaranis. Relatos do viajante germânico Hans Staden, que esteve no Brasil no século XVI, revelam os primórdios desta prática cultural (1900, p. 42, citado por Hickenbick e Schemes, 2020, p. 100).

A ameaça da perda da cultura da pesca artesanal por comunidades de pesca da Ilha de Santa Catarina motivou as anfitriãs do TBC no Campeche a procurar alternativas de salvaguarda deste património cultural. O território da pesca artesanal da tainha no Campeche (representado na Figura 48) foi o escolhido para iniciar o trabalho de proteção da cultura do *nativo ilhéu*, dada a *relação de interioridade de lugar existencial*, de ambas, filhas e netas de pescadores. A praia do Campeche é o lugar da infância de Roberta, estabelecendo um vínculo de pertencimento na relação com o território da pesca e a sua comunidade, que inclui os seus avós, pais, tios, primos e vizinhos. O acelerado e intenso processo de urbanização e de especulação imobiliária, percebido pelas anfitriãs como responsáveis pelo desaparecimento dos modos de vida locais, levam-nas a agir e é no IFSC, no curso de formação em guia de turismo, que encontram os conceitos associados ao património cultural e ao Turismo de Base Comunitária.

Em 2016, surgiram as primeiras ideias do Projeto Tekoá Pirá, nome escolhido após consulta da comunidade indígena M'Biguaçú e em homenagem aos povos primitivos, como enfatizam as anfitriãs ao apresentar o projeto (Entrevista realizada a Gisele Silvia Ramos e Roberta de Paula Braz, no dia 16/04/2020). A proposta de roteiros de TBC foi a primeira ação identificada pelas anfitriãs como parte do plano de salvaguarda da cultura da pesca artesanal da tainha na praia do Campeche. Outra ação fundamental desenvolvida pelo Projeto Tekoá, em parceria com a Associação de Pescadores Artesanais do Campeche e com o IFSC, foi a elaboração do dossiê da pesca que resultou no Registro da Pesca Artesanal da Tainha no Campeche como Património Cultural do Estado de Santa Catarina, chancela concedida pela Fundação Catarinense de Cultura em 2019.

Acompanhámos a execução do Roteiro da Pesca Artesanal da Tainha no Campeche em três contextos. O primeiro, como convidada para avaliar o roteiro teste em conjunto com outras oito visitantes, que aconteceu no dia 05.07.2017, o segundo, como parte de uma capacitação a dezoito professores do Núcleo de Educação Básica do Campeche, e o terceiro com dezassete crianças e duas professoras do referido Núcleo. Considerando estas vivências, mantivemos a análise deste projeto na nossa tese, ainda que não tenhamos conseguido executar a vivência no nosso trabalho de campo. As anfitriãs procuraram viabilizar a execução do roteiro durante o período destinado ao trabalho de campo (novembro e dezembro de 2020), mas sem êxito, em função do receio da pandemia de COVID-19.

O Roteiro do Território da Pesca Artesanal da Tainha no Campeche tem por base a cultura alimentar do nativo ilhéu, tanto associada à agricultura quanto à pesca. Foi proposto pelas anfitriãs tendo como ponto de partida um antigo engenho de farinha, que já não está em funcionamento, e que

é propriedade da família de Roberta (Figura 42, fotografias 1 e 3). É no engenho que a memória afetiva do lugar é reavivada na narrativa das anfitriãs que procuram interpretar e trazer ao visitante o significado daquele lugar e das peças expostas do engenho e com um álbum produzido para ajudar na representação do passo a passo do processo. Informam sobre o processo da produção da farinha, desde o cultivo da mandioca, até chegar aos produtos feitos a partir da farinha como o cuscuz e o beijú, servido aos visitantes para degustação (Figura 42, fotografia 2). Apresentam a importância dos engenhos para as comunidades do interior da Ilha, dando ênfase aos aspectos culturais da vida comunitária e tradicional do nativo ilhéu.

No distrito do Campeche, havia na década de 1960, 46 engenhos de farinha, havendo atualmente somente 2 em funcionamento (<https://bit.ly/cartografiasocialdapescartesanaldatrainha>, consultado em 18.09.2021). No caminho do engenho para o Rancho de Pesca, as anfitriãs continuam a interpretar o ambiente, fazendo referência às “picadas” (nome dado pelos moradores locais aos diversos caminhos que levavam ao mar), o nome do rio, o problema da poluição e das plantas invasoras. Apresentam ainda algumas histórias do lugar, destacando-se a instalação da empresa de correios francesa e a passagem do piloto e escritor Antoine de Saint-Exupéry pela região (Figura 42, fotografias 5 e 6). Ao chegar ao rancho de pesca, alguns pescadores, anfitriões do roteiro, interagem com os visitantes, informando sobre a pesca da tainha, mostrando as embarcações, os petrechos para a prática da pesca, o período da safra, as diferentes funções dos pescadores no barco (patrão, proeiro, chumbeiro e remeiro). Contudo, nem sempre há a participação dos pescadores, dependendo da sua disponibilidade em receber os visitantes.

Apesar da sua recente trajetória, o Projeto Tekoá Pirá recebeu alguns prêmios. O primeiro deles foi o Prêmio Elisabete Anderle de Apoio à Cultura/Artes – Edição 2019, que resultou na publicação do dossiê de Registro da Pesca Artesanal da Tainha (<https://drive.google.com/file/d/1lv-dmQcCilRyQlaw10k-Q6JfSZzHyYzC/view>). O segundo foi o Prêmio de Reconhecimento por Trajetória Cultural Aldir Blanc, em 2020, sendo o Projeto Tekoá responsável pela submissão da candidatura realizada em nome da Associação de Pescadores Artesanais do Campeche, e cuja intervenção foi fundamental para o referido prêmio. Além destes dois, foi finalista na etapa estadual da 33.<sup>a</sup> Edição do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade, promovido pelo IPHAN, concorrendo com 515 ações e sendo um dos 121 finalistas.

Em 2020, as anfitriãs proponentes do Projeto Tekoá Pirá integraram a equipa técnica responsável pela elaboração da Cartografia Social do Campeche, identificada como ação de

salvaguarda da pesca artesanal da tainha no Campeche, após o processo de Registro do patrimônio cultural. Este trabalho, recentemente publicado, foi financiado com recursos do Governo do Estado de Santa Catarina, tendo como produto final a publicação de um livro, em que os sujeitos que vivem e significam o referido território protagonizam a representação da sua identidade através dos seus depoimentos, além de identificarem os conflitos devido à sua permanência (<https://bit.ly/cartografiasocialdapescaartesanaldatainha>, consultado em 02.09.2021). A cartografia social tem sido um instrumento de reconhecimento dos direitos dos grupos que são representados através dela (Instituto Campeche/Projeto TEkoá Pirá, 2021).

Figura 45 - Roteiro da Pesca Artesanal da Tainha no Campeche proposto pelo Projeto Tekoá Pirá



Fonte: Fotografias do acervo documental do Projeto Tekoá Pirá.

#### 6.2.1.4. Projeto de TBC Tekoá Taguá

Dar visibilidade aos diferentes lugares de um bairro periférico apesar de central na sua localização geográfica, é a razão que motiva o proponente Eduardo Souza do Projeto Tekoá Taguá. A *relação de interioridade* com a cerâmica, as religiões e cultura de matriz africanas, e o ensino da geografia são aspectos centrais na sua proposta de visita ao bairro José Mendes, localizado na Baía Sul, entre o bairro Centro e o bairro Saco dos Limões. Contudo, a relação de interioridade do anfitrião proponente do Tekoá Taguá diferencia-se da *relação de interioridade existencial* que caracteriza os

anfitriões dos projetos descritos até ao momento. Eduardo afirma que o interesse pelo bairro surgiu com o curso de geografia e a possibilidade de aplicar os conhecimentos geográficos no próprio bairro. Relph (2014, p. 24), ao conceituar *sentido de lugar* (a capacidade de apreciar o lugar e apreender suas qualidades), reconhece o papel da ciência geográfica em atrair pessoas que tenham esse tipo de sensibilidade, sendo também uma formação que permite a melhoria desse sentido.

O anfitrião do Tekoá Taguá relata que não havia uma relação topofílica com o bairro até frequentar a licenciatura em Geografia. Pelo contrário, outros lugares, como a praia dos Ingleses e o bairro Pantanal, onde viveu parte da sua infância, tinham aspetos que considerava mais interessantes do que o próprio bairro José Mendes. O olhar curioso que a formação em Geografia aguçou permitiu que Eduardo descobrisse fenómenos importantes para mostrar a visitantes, como o sambaqui e a oficina lítica, esta última descoberta por ele (Carrelas *et al.*, 2021, no prelo).

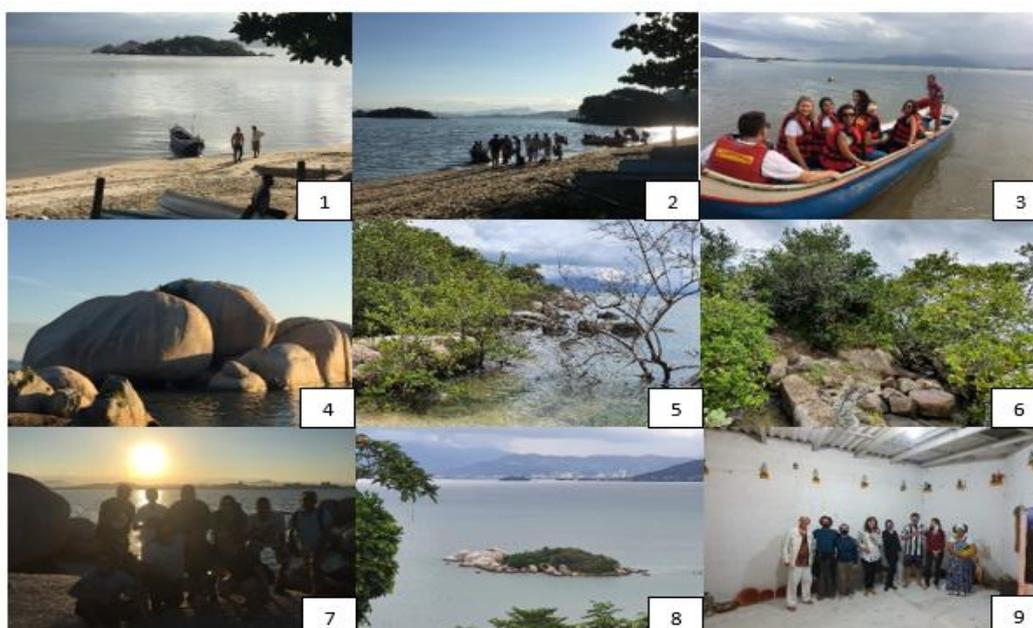
A cerâmica está presente no bairro desde o final da década de 1990, com a oficina e ateliês de produção de peças de referência cultural ilhoa, tanto na Oficina Vó Nila, tendo como artesão Raque e Eduardo (proponente do Projeto), como no Atelier de Osmarina e Paulo Villar. As religiões e culturas de matriz africana resultam da presença de uma considerável concentração de terreiros, pois são ao todo 15 terreiros no bairro José Mendes, identificado como o menor bairro da cidade com uma área de 0,554 km<sup>2</sup> ([geo.pmf.sc.gov.br/geopolis/printSearch.html](http://geo.pmf.sc.gov.br/geopolis/printSearch.html), consultado em 13/04/2021). Apesar destas particularidades é um bairro desconhecido pela grande maioria das pessoas, como relata o anfitrião e proponente do Projeto Tekoá Taguá.

O Roteiro Visita ao José Mendes foi uma estratégia encontrada por Eduardo para evidenciar as potencialidades daqueles lugares e com os quais mantém vínculo. A Ilha das Vinhas, uma pequena Ilha a poucos minutos de barco da praia, é um dos pontos do roteiro. É a partir dela que Eduardo revela aspetos da geografia do lugar, lendo a paisagem através dos conceitos geográficos. A identificação das estações do ano a partir da posição do Sol ao entardecer, aspetos da formação geológica da Ilha, a importância da Baía Sul como porto natural, a utilização dos limões, que deram nome ao bairro vizinho, como estratégia para conter o escorbuto nos barcos, as lendas do bairro, dentre outros muitos temas, compõem a sua interpretação daquele lugar. A travessia para a Ilha das Vinhas é feita sempre em parceria, sendo uma delas com um dos pescadores do bairro, numa *canoá de um pau só*, património histórico do litoral Catarinense, e um dos símbolos de Florianópolis. Na oficina de cerâmica, com orientação de Raquel (bióloga, artesã, ceramista e anfitriã do Projeto Tekoá), o visitante tem contacto com algumas técnicas de modelagem do barro e com aspetos do folclore da Ilha. A visita ao terreiro de religião de matriz africana também integra a proposta de visita ao bairro.

Na interação com o babalorixá (pai de santo), sacerdote do candomblé, uma das religiões afro-brasileiras, é permitido aos visitantes terem contacto com o universo simbólico desta religiosidade.

Acompanhámos a execução de roteiros de visitas ao bairro do José Mendes em três contextos diferentes. O primeiro deles em 24.03.2017, com alunos do curso técnico em Guia de Turismo e com a equipa integrante do projeto de extensão de Turismo de Base Comunitária, que totalizaram vinte e dois visitantes. O segundo, no dia 20.04.2018, com alunos do IFSC e com elementos da equipa de gestão do projeto Florianópolis Cidade Unesco da Gastronomia, somando vinte e oito visitantes. O terceiro e último roteiro aconteceu no âmbito desta tese, no trabalho de campo realizado no dia 21.11.2020, na Rota das Tipitingas, do Projeto Piloto de TBC do Pirajubaé, com um grupo de 5 visitantes.

Figura 46 - Roteiro TBC no bairro José Mendes



Fonte: Todas as fotografias são da autora da presente tese. As Fotografias 1, 3 e 4 foram tiradas no dia 24.03.2017. As fotografias 2 e 7 são do dia 20.04.2018 e as fotografias 5, 6, 8 e 9 foram registadas no dia 21.11.2021.

#### **6.2.1.5. Projeto de TBC do Sertão do Ribeirão: Sítio Florbela e Sítio e Café Hortêncio**

O Monumento Natural (MONA) é uma Categoria de Unidade de Conservação que tem por objetivo central a preservação integral de um elemento natural único, conforme estabelece a Lei nº 9985/2000 ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9985.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9985.htm), consultada em 08/07/2021). No

caso específico do MONA Lagoa do Peri (ver Figura 11) instituído pela Lei nº 10.530/2019, apresenta como um dos objetivos estabelecidos no art. 4.º a proteção do manancial hídrico da Bacia da Lagoa do Peri, com permissão para uso do seu potencial de forma sustentável e visando garantir água com qualidade para o abastecimento público. A Lagoa do Peri é a maior lagoa de água potável na Ilha de Santa Catarina, responsável pelo abastecimento de água de parte da população da Ilha. Há duas décadas, toda a área no seu entorno é considerada como Unidade de Conservação (<https://observa.ufsc.br/2018/05/08/parque-municipal-da-lagoa-do-peri/>, consultado em 27.05.2021). É nos arredores desta lagoa, inserida na Unidade de Conservação Monumento Natural Lagoa do Peri, que está o Sertão do Ribeirão, onde há duas iniciativas de TBC, integradas na Acolhida na Colônia: o Sítio Florbela e o Sítio e Café Hortêncio. Integrámos um grupo de sete visitantes que passou um fim de semana neste lugar, com programação proposta de forma integrada pelos gerentes das referidas propriedades em articulação com outras iniciativas locais.

Os proprietários do Sítio Florbela, manifestam uma *relação de interioridade* tanto relativa ao ambiente natural e aos processos de cultivo agroecológicos, como em relação às tradições ilhoas. Imbuídos da intenção de contribuir para a recuperação do ambiente natural, iniciaram o trabalho de recuperação com o Sistema Agroflorestal (SAF), com o intuito de produzir alimentos e regenerar o solo. Elaine relata que quando adquiriram a propriedade, em 2013, *apesar de estar numa área de conservação, estava degradada* (Entrevista, Elaine Vargas Guimarães, 17/11/2020). Os proprietários do Florbela fazem a produção de mudas orgânicas, umas das atividades propostas nas vivências com os visitantes, aplicação de técnicas de bioconstrução, criam abelhas, e intervêm no reflorestamento do Rio Peri e das nascentes.

Na visita às obras de montagem de um engenho de farinha na propriedade, soubemos que os antigos proprietários do Sítio tinham naquele mesmo local um engenho de farinha e de açúcar. Chamou-nos a atenção a informação de que o projeto arquitetônico para a construção do engenho foi feito a partir de consulta aos moradores mais antigos e que viveram a cultura dos Engenhos. A intenção é empregar na construção deste engenho as mesmas técnicas de construção utilizadas no passado pelos nativos ilhéus, como a construção de pau a pique. Esta ideia de manter a memória do local, enfatizando as técnicas de construção usadas pelos nativos ilhéus, e mantendo viva a produção da farinha de mandioca, a base da alimentação do nativo, utilizando as tecnologias desenvolvidas pelos seus ancestrais (o engenho de farinha), deixam transparecer nestes anfitriões a *relação de interioridade empática* com o lugar.

A colheita e preparação do alimento são também aspetos centrais nas vivências propostas aos visitantes. A ideia de envolver o visitante na preparação do alimento, ou em parte dela, no saborear das produções com produtos locais, na experimentação de novos sabores de uma culinária mais intuitiva, mas também servir produtos característicos da tradição do nativo ilhéu caracterizam a vivência proposta pelos anfitriões. A farinha de mandioca, produzida artesanalmente num engenho da região, a partir da mandioca cultivada na própria propriedade, foi um dos produtos que nos foram servidos enquanto visitantes da vivência proposta pelos anfitriões do Sítio.

Figura 47 - Execução do Roteiro TBC do Sertão do Ribeirão



Fonte: Fotografias disponibilizadas por Triskel Bike e referentes aos dias 07 e 08.11.2020.

O Sítio e Café Hortêncio é uma propriedade rural que está na quarta geração familiar. Os anfitriões desta propriedade são moradores locais que integram a comunidade tradicional do Sertão do Ribeirão. Criar condições para dar continuidade à existência da propriedade e da produção agropecuária com o intuito de sustentar a propriedade e consequentemente manter viva essa relação com a produção de alimentos é um dos propósitos expressos por Karlota, anfitriã proponente do projeto (Entrevista, Karlota Scotti, 03/09/2020). O seu projeto está em consonância com a Lei nº 10.530/2019 que, ao criar a Unidade de Conservação Monumento Natural Lagoa do Peri (MONA da Lagoa do Peri), prevê no art. 4.º, entre outras finalidades, a preservação do património cultural

tradicional representado pelas populações locais e a promoção e valorização da paisagem cultural, que é constituída pelos sítios, chácaras, em harmonia com a conservação da paisagem natural.

A relação afetiva decorrente de uma relação de *interioridade existencial consciente* com o lugar e o reconhecimento do valor da produção associada à cultura familiar agrícola, praticada pelos bisavós e avós de Karlota, é um aspeto central para ela. Tornar o alimento um atrativo do sítio também faz parte dos seus planos. Na nossa experiência, foi possível perceber a preocupação e esmero na produção e serviço do alimento, a partir de insumos presentes na região e de parceiros da própria Acolhida na Colônia.

Outra atividade que vivenciámos e que foi proposta pela anfitriã do Sítio e Café Hortêncio foi o trilho até às margens da Lagoa do Peri, com uma paragem para banho de cachoeira. A condução pelo trilho foi feita pelo sr. Devalde, anfitrião e pai de Karlota. No percurso, o nosso anfitrião foi evidenciando na paisagem as ruínas, hoje parcialmente encobertas pela mata em regeneração, como testemunho da existência de comunidade de nativos ilhéus naquela localidade. O sr. Devalde fez menção à existência de engenhos e de uma serralharria que, pelos indícios e narrativas de moradores locais, parece ter sido também uma olaria.

Figura 48 - Execução do Roteiro TBC do Sertão do Ribeirão



Fonte: Fotografia tirada pela autora da presente tese no dia 07.11.2020.

### **6.2.1.6. Projeto Chácara Clara Noite de Sol**

A Chácara Clara Noite de Sol é uma propriedade que nasceu com a proposta de ser autossustentável, com a utilização de biotecnologias de construção, com a intenção de cultivar a partir dos princípios agroecológicos e com o propósito de partilha das aprendizagens. Fiéis ao seu propósito para a Chácara, as anfitriãs, Leilen e Juliana, vêm testando uma variedade de atividades, envolvendo a plantação de alimentos, ervas medicinais, a reprodução de mudas, a comercialização na feira dos produtos que cultivavam na propriedade, a disponibilização do espaço da Chácara para cursos e oficinas, entre outras atividades. Mas foi com a pandemia de COVID-19 que um dos espaços destinados a hospedar inicialmente os participantes nas oficinas realizadas na Chácara e até hóspedes turistas por aplicativo de hospedagem se transformou num espaço para acomodar uma das etapas do processo do novo projeto, a criação de cogumelos.

Mas a atuação das anfitriãs da Chácara Clara Noite de Sol não se limita à produção de cogumelos. Ela extrapola os limites físicos da Chácara com ações que envolvem a comunidade local. É no comprometimento com a comunidade local, sobretudo a que reside no bairro Ratonos, onde a propriedade se encontra, que as anfitriãs intervêm junto de outros coletivos. Um dos espaços de atuação é a Associação de Moradores de Ratonos (AMORA) que, do conjunto de projetos para os quais as anfitriãs têm contribuído, está o Ratonarte, uma feira de artesanato e gastronomia de Ratonos. Outro projeto que une iniciativas em torno da proposta do turismo é o projeto Ratonos Rural que tem como finalidade resistir ao processo de urbanização de que Florianópolis tem vindo a sofrer desde a década de 1970.

*A ideia de fazer o turismo começou justamente para a gente tentar manter a ancestralidade do bairro. A nossa ideia é envolver o máximo de moradores para que o Ratonos não perca a característica de ruralidade. A nossa ideia é usar o turismo para manter o lugar com as características, para que os moradores não queiram vender os terrenos, para que as pessoas mantenham a sua cultura, os costumes (Entrevista, Leilen e Juliana, 09.09.2020).*

Apesar de termos procurado viabilizar a nossa participação numa das vivências propostas pelas anfitriãs, não foi possível executá-la devido à pandemia de COVID-19. O receio em receber grupos motivou o cancelamento da vivência, agendada no contexto do nosso trabalho de campo. Contudo, Leilen e Juliane aceitaram receber-nos para uma visita à propriedade e para nos explicar a proposta de realização de visitas, apresentando a infraestrutura da Chácara e todo o processo produtivo de cogumelos que, nas vivências propostas aos visitantes, inclui a degustação e dicas de receitas.

Figura 49 - Visita à Chácara Clara Noite de Sol



Fonte: Fotografias 1, 2, 5, 9 tiradas pela autora da presente tese no dia 28.11.2020. As restantes fotografias foram extraídas das redes sociais #chácaraclaranoidesol.

### 6.2.2. Os anfitriões proponentes e a relação de interioridade de lugar

Relativamente às características sociodemográficas dos anfitriões permitiram-nos traçar um perfil dos mesmos, com destaque para a idade, local de nascimento e escolarização. O perfil dos anfitriões é bastante diverso. Quanto a idade há 4 anfitriões nascido na década de 1970 (51, 49, 45 e 42 anos), 3 na década de 1980 (entre 33 e 35 anos), 1 na década de 1960 (56 anos), e outro em 1990 (30 anos). Quanto ao local de nascimento, a maioria dos anfitriões (n=5) nasceu no bairro onde os projetos são executados. Há três anfitriãs que não são de Florianópolis, tendo nascido no Rio de Janeiro, no Rio Grande do Sul e na Argentina. Apesar de nascida no Rio de Janeiro, a anfitriã do P6, durante o período de férias (de dezembro a março), ficava na casa dos avós. Mudou-se para Florianópolis em 1990, quando tinha 18 anos, para fazer um curso superior. O seu vínculo com o lugar que abrange a área do MONA Peri está associado aos seus laços familiares que, como declara a anfitriã:

*Eu nasci no Rio de Janeiro, mas meu pai é manezinho e o meu avô também. Eu vivi e cresci vendo meu avô plantando mandioca para dar para um compadre dele para fazer farinha e hoje eu estou fazendo a mesma coisa (Entrevista, A6, 17/11/2020).*

É interessante perceber nos depoimentos das anfitriãs do P7 a intenção em se envolverem com a comunidade local. Leilen nasceu na Argentina, mas vive no setor norte da Ilha desde os 7 anos de idade. Já a sua companheira é do Rio Grande do Sul e vive em Santa Catarina há 8 anos. Ambas, apesar de estarem em Ratonas há cerca de 6 anos, sentem-se “Ratonenses”, porque desde a sua chegada, decidiram envolver-se e contribuir para a comunidade local. Importa recordar a seguinte narrativa.

*Ao mesmo tempo que a gente se doou para a comunidade, essa doação de fazer a Ratonarte acontecer, eu acho que a comunidade também nos abraçou, nos acolheu (...) então a gente criou vínculo, amizade com nativos, que é muito bonito (...) eu sinto que eles nos acolheram. Mas é claro, a gente também se colocou nesse lugar, de se preocupar com o bairro (Entrevista, Leilen e Juliana, 09/09/2020).*

Foi identificado que no conjunto de anfitriões proponentes há um maior protagonismo feminino. O número de anfitriãs mulheres é o dobro do de anfitriões homens. Quanto à escolaridade, todos possuem o ensino secundário completo, havendo 6 licenciados e 3 técnicos. Os anfitriões que são técnicos têm formação específica na área do Turismo e dentre os licenciados um é bacharel em Turismo. Tratam-se de profissionais da área que possuem conhecimento sobre o turismo numa perspectiva académica, e que optam por intervir em formas alternativas ao modelo de turismo vigente.

Ao procurar aspetos que auxiliem na caracterização dos anfitriões do TBC de uma cidade como Florianópolis, confirmámos que, diferentemente do que supúnhamos inicialmente, a identidade decorrente de uma relação vinculada à comunidade tradicional é um dos elementos “reivindicados” pelos próprios anfitriões como algo que os caracteriza. Identificámos os anfitriões dos projetos que declaram pertencer a comunidades tradicionais nos P1, P2, P3 e P6, alicerçados na perspectiva referida por Brandão (2014), exposta no Capítulo 2. As narrativas dos anfitriões que têm uma relação de interioridade de lugar existencial consciente integram, na nossa perspectiva, o “recurso turístico” da oferta de TBC e têm na relação da experiência vivida e nas memórias do “lugar do passado” uma das suas bases de sustentação, referenciadas brevemente no *item* anterior.

Apesar desta constatação, o vínculo com comunidades tradicionais não representa a totalidade dos perfis dos anfitriões dos projetos analisados. O que identificámos no outro grupo de anfitriões é uma relação de interioridade empática com o lugar que também pressupõe consciência quanto à escolha do lugar de pertencimento. As relações de interioridade empática com o lugar aconteceram sobretudo pela escolha consciente em habitar aquele lugar e contribuir para a valorização dos aspetos culturais e naturais a ele associados. Identificámos esta relação de interioridade de lugar

nos anfitriões dos P5, P7 e em alguns aspetos também nos anfitriões do P4. Quanto aos anfitriões do P5 e P7, identificámos que ambos anfitriões escolheram os princípios da agroecologia para fundamentar os seus projetos de vida. Mas o que demonstraram ter em comum é a relação com o entorno, na procura de proteção da cultura da comunidade associada ao território e, sobretudo, tentar resistir ao processo de urbanização. E este vínculo de uma relação empática com a comunidade na qual se inserem é um aspeto que os caracteriza.

Reconhecemos a possibilidade da relação de interioridade com o lugar como pressuposto para ser anfitrião do TBC. Isto significa considerar a existência de uma relação quotidiana com esses lugares, que foi uma proposta inicial desta tese e que requer ser mais bem compreendida, o que nos faz reconhecer a necessidade de realização de novas investigações que aprofundem este tema.

Nas análises realizadas a partir dos dados primários produzidos na nossa pesquisa conseguimos inferir também que há uma relação consciente com os lugares de pertencimento, como já exposto anteriormente e no decorrer desta investigação, e as formações realizadas pelos anfitriões parecem ter contribuído para ampliar o entendimento sobre estes lugares. As formações, ao que tudo indica, parecem ter contribuído também para as estratégias dos anfitriões de utilizarem as propostas de partilha de experiência, através de oferta de atividades, vivências, roteiros, como mecanismos de disseminar o conhecimento e conseqüente valorização dos lugares de pertencimento. Outro aspeto que identificámos como comum entre os anfitriões é a sua intervenção no sentido contribuir para a valorização e o reconhecimento social mais amplo dos lugares, a partir da relação com pessoas externas ao lugar, a que apelidámos de visitante.

Consideramos que não é o facto de ter um vínculo direto com as comunidades tradicionais que identificam os anfitriões do TBC. Consideramos que é a relação de interioridade consciente, seja ela existencial ou empática, com esses lugares que traz elementos para o referido reconhecimento do papel de anfitrião. Face ao exposto, corroboramos a perspetiva de Ballesteros e Cáceres (2016) ao propor como necessária a revisão da ideia de comunidade associada ao TBC.

### **6.3. Projetos de Turismo de Base Comunitária na percepção dos seus proponentes**

As percepções dos proponentes dos projetos que compõem o nosso estudo de caso (Capítulo 3, Quadro, 3) são apresentadas a seguir, tendo por base o guião de entrevista que foi dividido em três partes. A primeira, composta por onze questões, refere-se às características do projeto e à identificação de elementos centrais que caracterizam a oferta de TBC. A segunda parte tem dez questões, que

dizem respeito aos recursos turísticos, à sua estruturação como AT, aos conflitos associados à sua existência e aos desafios e oportunidades relativos à execução do projeto. Por fim, são feitas quatro questões de caráter mais pessoal. Para facilitar a sistematização e apresentação da informação foram agrupadas algumas questões.

### 6.3.1. Início, objetivos e finalidades da criação dos projetos

Os projetos de TBC que compõem a Rede TBC Floripa são relativamente recentes. A primeira proposta é datada de 2012 e a última de 2017. A Figura 48 mostra a linha do tempo da criação dos referidos projetos. Ressaltamos que as iniciativas que acontecem associadas às propriedades privadas (P5, P7) têm o ano de aquisição da propriedade como referência, uma vez que as ideias de atividades vinculadas a visitas coincidem com a proposta de aquisição da propriedade, com exceção do P6.

Figura 50 - Ano de criação dos projetos de TBC em Florianópolis



Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos anfitriões proponentes que integram a Rede TBC Floripa realizado nos meses de abril a dezembro de 2020.

Quanto à finalidade e objetivos das propriedades e projetos surgiram nas narrativas dos proponentes temas relacionados com:

- a proteção e manutenção dos recursos naturais e culturais (n=4);
- a disseminação do conhecimento como estratégia de preservação dos recursos (n=7);

- o trabalho cooperativo, de mobilização da comunidade local, um desafio necessário, identificado por alguns anfitriões (n=3);

- a criação de rendimentos com as visitas (n=5);

- o caráter processual do projeto, que se vai construindo com a execução (n=3);

- o turismo associado à cultura local e ao ambiente natural (n=4), tanto como valor de troca em função das experiências, como em relação ao financeiro (n=1), e como uma estratégia de resistência (n=1).

No Quadro 10, apresentamos excertos das narrativas dos entrevistados que enfatizam cada uma destas temáticas.

Quadro 10 - Temáticas presentes nas narrativas dos anfitriões relativas às finalidades e objetivos do Projeto

<b>Temas/subtemas</b>	<b>Narrativas</b>
Proteção e manutenção dos recursos naturais e culturais	A1 – Dar o contributo como formador de opinião e por isso me atribuo a responsabilidade (...) eu só vou poder continuar a fazer condução ambiental enquanto houver meio ambiente adequado.
	A2 - Proteção dos recursos (...) necessários à subsistência daquele território (...) respeitando o conhecimento tradicional deles (os beneficiários da RESEX), valorizando esse conhecimento, essa cultura.
	A3 - Proteção e valorização (...) a visibilidade da cultural local em especial a pesca artesanal, o modo de vida da comunidade.
	A5 - voltar a plantar de uma maneira inteligente, mais aprimorada. (...) e a gente pensa também nesse resgate cultural (...) eu nunca me senti uma manezinha... eu nasci no Rio de Janeiro, mas meu pai é manezinho, meu vô é manezinho (...). Eu vivi e cresci vendo o meu avô plantando mandioca para dar para um compadre dele para fazer farinha e hoje eu estou fazendo a mesma coisa. Este resgate está acontecendo de dentro para fora e de fora para dentro [Valorização do modo de vida Ilhéu]. (...) a gente ama muito esse lugar e quer que ele continue como ele está (...) e para ficar como ele está têm que ficar os moradores daqui (...) porque tem uma referência, tem uma história (...).
Disseminação do conhecimento / compartilhamento de experiências	A1 - estar informado e poder informar.
	A2 - Promover em primeiro lugar a educação e a interpretação ambiental.
	A3 - A gente vivenciar e passar isso no nosso modo de vida, trabalhando através disso.
	A4 - Mostrar os potenciais que tinham aqui no bairro para se visitar (...) as oficinas de cerâmica.
	A5 – receber pessoas, ter um lugar para formar pessoas tanto na questão técnica da agricultura como educação ambiental (...) para que elas possam fazer em outros lugares (...) ser um lugar de referência (...).
	A6 - (...) mostrar tudo o que os meus antepassados fizeram e não foi visto e valorizado.
	A7 – agricultura como potencial (...) como foco e a gente abre para as pessoas virem conhecer, de uma outra forma de pensar, de uma outra forma de viver e também para conhecer o espaço. É como se fosse um compromisso com a educação, parece que a gente tem que compartilhar o que a gente faz aqui para que mais pessoas conheçam e para que outras pessoas vejam a possibilidade de elas poderem sair da caixinha de onde elas acham que estão presas.
Rendimento	A1 – estar informado e poder informar e ainda ganhar um dinheiro.
	A2 – Prover essa comunidade também de uma forma econômica (...) um complemento de renda para eles.
	A3 – Que a gente possa trabalhar e viver desse modo de vida como os pescadores viveram, antigamente, sobreviver, de um modelo de turismo. (...) Um novo jeito econômico de lidar com a tainha. Porque hoje a pesca da tainha não é suficiente para dar valores financeiros para manter uma família como era antigamente. (...) a pesca da tainha como atividade pode ser uma fonte de renda sendo um atrativo (...).
	A5 – A gente gosta muito de estar aqui, tudo que a gente faz é com muito amor, sabe! Porque se fosse só pelo

	<p>dinheiro (...) O dinheiro é importante, a gente sabe (...) temos que trabalhar e saber que a gente tem que cobrar por esse trabalho, mas a gente tem essa dificuldade muitas vezes. (...) Queremos ser acessíveis a todos, atender escolas públicas (...) hoje em dia a gente cobra um pouco mais muitas vezes não cobramos nada. Antes da pandemia estávamos realizando 2 a 3 eventos por mês, eventos mais caros, com almoço, oficina, e outros eventos mais para compartilhar, como o piquenique.</p> <p>A 7 – a gente tem que fazer alguma coisa que sustente esse lugar e nos sustente para a gente não precisar sair daqui</p>
Comunidade	<p>A5 – E hoje a gente percebe que se a gente puder oferecer a nossa experiência conciliada com as experiências dos outros moradores da comunidade com certeza vai ser melhor para todo o mundo, para o local, para a gente e para o visitante.</p> <p>(...) A gente percebe que essa questão comunitária é fundamental ... é tanto assim, troca tudo, troca semente, troca muda... fundamental para a gente se manter aqui.</p> <p>A6 – na propriedade ou na comunidade (...) em outras propriedades (...) antigas propriedades que não estavam mais ativas (...) engenhos antigos (...) A ideia era constituir uma cooperativa de turismo.</p> <p>A7 – E ao mesmo tempo que a gente se doou para a comunidade, essa doação de fazer o Ratonarte acontecer, eu acho que a comunidade também nos acolheu (...) mas, claro, a gente também se preocupa com o bairro.</p>
Caráter processual dos projetos e finalidades	<p>A2 – Esses objetivos foram-se aprimorando ao longo desse tempo. Naquela época (2015) não tínhamos bem nítido o que seria, mas aos poucos foram sendo incorporados esses objetivos.</p> <p>A5 – a gente foi aos pouquinhos construindo (...) ele foi surgindo de acordo com o que a gente foi percebendo (...) não tem fim. É um processo (...) o sítio vai estar sempre sendo refeito, feito.</p> <p>A7 – As pessoas quando vêm ficam encantadas com tudo que a gente faz, mas mais ainda com a ousadia que a gente teve de sair do contexto diário de muitas pessoas, e de acreditar e construir, porque foi uma construção, porque a gente começou fazendo feira, com uma renda que (a gente não paga aluguel) a gente conseguiu construir isso, e aos poucos a gente está melhorando.</p>
Turismo	<p>A2 - Oferecer recreação em contato com aquela natureza, com aquele território.</p> <p>A3 - Um novo jeito de turistar (...) um modelo de conexão mesmo, conexão com a cultura local.</p> <p>A4 - Transformar eles (os potenciais do bairro) em atrativos turísticos.</p> <p>A5 – O turismo é uma forma de agregar valor, tanto valor de troca, das experiências, quanto de dinheiro, para poder tocar o trabalho para frente.</p> <p>A6 - A finalidade é que a comunidade abra os olhos para a existência de um potencial para desenvolver um roteiro turístico em toda a Unidade de Conservação.</p> <p>A7 – A ideia de fazer turismo começou justamente para a gente tentar manter a ancestralidade do bairro. A nossa ideia é envolver o máximo de moradores para que o Ratonarte não perca a característica de ancestralidade.</p>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos anfitriões proponentes que integram a Rede TBC Floripa realizada nos meses de abril a dezembro de 2020.

Sobre aspetos relativos à formalização dos projetos, foi feita a seguinte pergunta aos entrevistados: *É uma instituição/projeto legalmente constituída(o)? Ou é um empreendimento informal?* As suas respostas demonstraram o facto de as atividades relacionadas com as visitas não serem iniciativas formalizadas. Com exceção de um projeto que possui MEI cadastrado como evento, os demais projetos são informais no que diz respeito às atividades com visitantes, sejam eles turistas ou residentes.

A informalidade económica nas ofertas de serviços associados ao turismo é uma realidade presente nos países do Sul Global (Pécot *et al.*, 2018). Como não é o foco da nossa investigação, ressaltamos que a informalidade associada aos projetos TBC tem especificidades e precisa de ser investigada. Um dos focos de investigação deve estar associado às discrepâncias entre as regras existentes e as condições concretas de formalização das atividades. Um exemplo da referida discrepância, considerando a ausência de marco regulatório nacional para o TBC, está relacionado

com a dificuldade ou até mesmo impedindo a formalização das iniciativas de TBC junto do Cadastro de Empreendimentos e Serviços Turísticos (CADASTUR).

As propostas das iniciativas tiveram início nos anos de 2012 (n=1), de 2015 (n=2), de 2016 (n=1), e de 2017 (n=3). São, portanto, na sua maioria, ofertas iniciadas na última década, sendo mais de metade nos últimos 5 anos, tendo sido também relatada a descontinuidade das atividades e serviços devido à pandemia de COVID-19. Em relação às atividades propostas (Quadro 11), estas são bastante diversificadas.

Quadro 11 - Atividades propostas nos projetos de TBC da Rede TBC Floripa

P1 – Condução ambiental e cultural com Mazinho	<i>Caminhadas em ambientes naturais (trilhos).</i>
P2 – Projeto Piloto de TBC na RESEX do Pirajubá	<i>Passeios aquáticos com visita a sítios históricos e naturais. Caminhadas por trilhos, praias, manguezal e bancos de areia na maré baixa. Observação de aves e cardumes de peixes. Contato com pescadores artesanais e extrativistas (quando possível). Banho de mar. Degustação de gastronomia ilhéu. Contar histórias.</i>
P3 – Projeto Tekoá Pirá	<i>Visita a Ranchos de Pesca e engenho de farinha para conhecer o território da pesca artesanal da tainha no Campeche (Patrimônio Cultural Imaterial do Estado de Santa Catarina). Degustação de produções com farinha de mandioca como o beiju e o cuscuz. Caminhada na Trilha do morro do Lampião e no Parque Cultural do Campeche, com visita à horta urbana e a compostagem e relação com a passagem de Saint Exupéry pelo Campeche.</i>
P4 – Projeto Tekoá Taguá	<i>Visita à Ilha das Vinhas, com observação da paisagem e aspetos da formação geológica da Ilha de Santa Catarina. Observação de pássaros. Visita a sítios arqueológicos sendo uma oficina lítica e um sambaqui. Visita aos ateliers de cerâmica do bairro e realização de oficina de modelagem em argila. Visita aos terreiros de religiões e cultura afrodescendentes e conversa com pai de santo sobre aspetos da religiosidade.</i>
P5 – Sítio Florbela	<i>Yoga. Caminhada. Visita técnica à propriedade. Oficinas de vivências. Culinária intuitiva. Farinhada (no engenho de farinha). Formações relacionadas com a agricultura orgânica e sistemas agroflorestais.</i>
P6 – Sítio e Café Hortêncio	<i>Oficina de queijo de cabra, queijo de vaca, ricota e coalhada. Oficina de doces e geleias. Trilha com condução do meu pai (nativo ilhéu). Visita na propriedade com a parte histórica e conto de história da comunidade. Degustação de café caipira, com produtos da propriedade e tradicionais da Ilha, como a bijajica.</i>
P7 – Chácara Clara Noite de Sol	<i>Visita à produção de cogumelos e à chácara agroecológica.</i>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos anfitriões proponentes que integram a Rede TBC Floripa realizado nos meses de abril a dezembro de 2020.

Outro aspeto que caracteriza as vivências propostas nos projetos refere-se à falta de regularidade na sua oferta. São ofertas relativamente recentes e na sua maioria são secundárias (n=6) às atividades desenvolvidas pelos seus anfitriões. Há algumas narrativas que colocam em evidência essa questão, razão que não os permite estar disponíveis durante todo o ano para receber visitantes, como expresso no depoimento a seguir.

*Aqui no sítio tem acontecido de aparecer outros tipos de turistas e acabam não dando o devido valor ou reclamando porque acham que tem que atender de porta aberta todo o dia, tem que estar ali disponível (...) eu não vivo só do turismo (...) eu trato o gado, eu limpo o jardim (...)* (Entrevista, Karlota Scotti, Sítio e Café Hortêncio, 03/09/2020).

A reserva das atividades é feita diretamente com os anfitriões proponentes e, em alguns casos, trata-se de eventos que são concebidos e divulgados nas redes sociais dos projetos ou das propriedades. Quanto ao material de promoção específico sobre as atividades de visitação apenas dois projetos possuem e disponibilizaram o referido material (P2 e P6). Os outros projetos ainda não o possuem. Apenas um dos projetos possui *sítio*, nomeadamente o Sítio Florbela (<https://sítioflorbela.com.br/>), no qual é apresentada a propriedade e as atividades desenvolvidas, incluindo os eventos de formação.

Quanto ao público das atividades, na maioria das propostas dos projetos existe uma expectativa em atender a todo o tipo de público. Um dos anfitriões (P6) declarou não ter as crianças como público estratégico, mas inclui as mesmas na sua programação, desde que estejam sob a responsabilidade dos seus pais. Já em outros dois projetos, há a intenção de ter ações específicas com crianças (P3 e P5). Os estudantes também foram citados como público em 4 projetos (P2, P3, P4 e P5). Os pesquisadores foram identificados como o público em apenas um dos projetos (P2).

Nenhum dos anfitriões mencionou ações específicas para a captação dos públicos para as atividades e vivências propostas. Cinco dos sete projetos divulgam os projetos nas redes sociais através do Facebook (n=5), do Instagram (n=4), do Whatsapp (n=3) e do Youtube (n=1). Dois dos anfitriões declararam não ter ações específicas de divulgação, sendo os seus públicos fruto de indicação.

Em cinco projetos, o trabalho de visitação é concebido de forma coletiva, envolvendo mais pessoas além do anfitrião proponente do projeto. Há dois projetos (P1 e P7) em que as propostas de visitação são feitas pelos próprios anfitriões sem o envolvimento de mais pessoas. No P5, a anfitriã afirma que os restantes anfitriões envolvidos *participam na conceção das propostas. Não são simplesmente empregados que vão lá e fazem (...) são pessoas que estão contruindo com a gente*

(Entrevista Elaine Vargas Guimarães, 17/10/2020). Em outros casos, inferimos a participação, mas não na totalidade do planejamento do roteiro, ou seja, apenas em parte da sua execução (P2, P3 e P4).

Quando inquiridos sobre a existência de apoio, seja de pessoa física ou jurídica, e qual a natureza deste apoio (10. *Há alguma instituição, ou pessoa física, ou jurídica que apoia de alguma forma esse projeto/iniciativa? Se sim, quem e qual é a sua função?* 11. *De que forma esse apoio acontece? Qual é a regularidade dos encontros com a(s) instituição(ões) que apoiam o projeto?*) constatámos que todos os projetos foram ou são apoiados de alguma forma. Na perspectiva dos anfitriões, o apoio mais recorrente foi na formação realizada por instituições formais tendo sido mencionados o IFSC (n=3) e a Acolhida na Colônia (n=2).

Especificamente, quanto às parcerias na execução dos projetos (10. *Há alguma instituição, ou pessoa física, ou jurídica que apoia de alguma forma esse projeto/iniciativa? Se sim, quem e qual é a sua função?*), o ICMBio é parceiro do P2 e o apoio ao projeto acontece mediante o contributo do Grupo de Trabalho do Turismo vinculado ao Conselho Gestor da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé. Em termos da natureza da sua intervenção como instituição apoiante, foram identificados pelo anfitrião proponente aspetos relativos ao estabelecimento de regras de desenvolvimento do turismo naquela área, à captação e execução de projetos para a mobilização da comunidade e ao fortalecimento e divulgação dos roteiros de TBC. Quanto ao apoio do IFSC aos P3 e P4, foi identificado apoio técnico aos projetos e além da articulação com outras áreas do conhecimento, da própria instituição, como a gastronomia e o *design*. A captação de público para os roteiros também foi identificada como uma das ações desenvolvidas pelo IFSC.

A Acolhida na Colônia foi estratégica na perspectiva dos anfitriões do P5 e do P6, pois *foi o pontapé inicial para que a comunidade entendesse que existia o turismo* (Entrevista, Karlota Scotti, P6, 17/10/2020). Além do trabalho decorrente da aplicação da metodologia da própria Acolhida na Colônia, que inclui a certificação participativa, com etapas de diagnóstico e de visita a outros projetos, a Acolhida é referida pelas anfitriãs devido às formações que são disponibilizadas aos associados. Elementos individuais também são identificados nos projetos (P2, P5 e P6) como parceiros na captação de públicos para as atividades. No caso específico dos projetos do Sertão do Peri foi identificado o auxílio na organização da oferta de forma coletiva por parte de uma pessoa externa à comunidade, e que contribuiu para a estruturação do roteiro de visitação ao Sertão do Ribeirão, no qual participamos. Lica, proprietária da Triskel Bike foi identificada pelas anfitriãs por auxiliar na organização das visitas de forma conjunta, e também por captar públicos para os eventos.

Em síntese, foi possível identificar que as finalidades e os objetivos dos projetos pautados pelos anfitriões proponentes estão em consonância com o debate acadêmico sobre o TBC, sendo central para os anfitriões proponentes dos projetos da Rede TBC Floripa a preservação dos recursos naturais e culturais. As visitas e os serviços propostos nas iniciativas foram identificados por eles como estratégias de disseminação dos referidos patrimônios. Neste sentido, de acordo com o entendimento da educação patrimonial proposta pelo IPHAN (<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/343>, consultado em 01.12.2021), é um aspecto que caracteriza os projetos TBC investigados. Isto porque, para a referida instituição, a educação patrimonial é entendida como *processos educativos formais e não formais que têm como foco o patrimônio cultural, apropriado socialmente como recurso para a compreensão sócio-histórica das referências culturais em todas as suas manifestações, a fim de colaborar para seu reconhecimento, sua valorização e preservação* (<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/343>, consultado em 01.12.2021).

Quanto às atividades propostas existe, na sua totalidade, uma relação corpórea com os lugares visitados. Há atividades que permitem ao visitante uma interação criativa com os patrimônios associados aos atrativos turísticos, como as oficinas de cerâmica, de culinária e de produção de queijo. Há também atividades com propostas de degustação dos produtos que são característicos da gastronomia ilhoa, como a farinha de mandioca, o beijú, o peixe, além da gastronomia associada aos produtos cultivados nas propriedades. Chamou-nos particular atenção o estímulo da percepção do ambiente através de outros sentidos, como nas vivências em que os visitantes são convidados a sentir através do olfato e do paladar características de algumas das espécies da flora presentes nos percursos de visitação, tratando-se de uma estratégia de interpretação do lugar incorporada por alguns anfitriões (A1, A2, A5). Outras atividades, caracterizam-se por ser o visitante um observador dos lugares visitados, que tem a narrativa do anfitrião (leitura da paisagem) e no diálogo com ele a característica central da atividade proposta. Quanto a este aspecto identificamos a necessidade de investigar as atividades presentes nos projetos de TBC com foco, sobretudo, na percepção do visitante para avaliar e qualificar as referências atividades.

Corroboramos da percepção dos anfitriões proponentes quanto à importância das instituições parceiras no alcançar do êxito dos projetos. São instituições que têm intervido na indução dos projetos de TBC através de metodologias de trabalho para organização da oferta, defesa dos territórios e qualificação dos anfitriões.

### **6.3.2. O núcleo do Atrativo Turístico das ofertas TBC em Florianópolis na percepção dos anfitriões proponentes**

Os recursos turísticos relacionados com os projetos são lugares com os quais o anfitrião mantém uma relação de interioridade. Dois dos anfitriões consideram a interpretação, ou seja, o “recurso humano” (expressão utilizada por um dos anfitriões), como diferenciador na oferta de TBC. No seu depoimento, este anfitrião afirmou que:

*O recurso humano é fundamental para que o recurso turístico tenha ênfase. Quando as pessoas por exemplo vão ao Naufragados, elas passam pelo caminho, elas veem a cachoeira, elas veem o passarinho, mas não enxergam nada disso. Quem é que faz enxergar um pouco aquilo dali? Quem vive ali, (...) esse é o que eu chamo recurso humano, a acolhida, a solidariedade. Esse é o recurso turístico para o Turismo de Base Comunitária (Entrevista com Mazinho, 24/11/2020).*

O Anfitrião 2 considerou que os recursos humanos se relacionam com a interpretação que é feita. Nas suas palavras, *eu acho que é diferenciado quando ele é de base comunitária, porque tem toda uma interpretação associada* (Entrevista, Alcir Martins, P2, 03/12/2020).

O Quadro 12 mostra uma lista de recursos associados a cada um dos projetos e na percepção dos seus proponentes.

Quadro 12 - Recursos associados aos projetos de TBC da Rede TBC Floripa na perspectiva dos anfitriões proponentes

P1	<i>Interpretação do ambiente natural e cultural feita pelo anfitrião.</i>
P2	<i>Unidade de Conservação RESEX do Pirajubaé (desperta interesse de estudantes, pesquisadores). Tradição extrativista do berbigão e a tradição da pesca artesanal. Ecossistema manguezal e o Rio Tavares. Ilha das Vinhas, sítio histórico e um mirante, para a observação daquela área. Eu acho que é diferenciado quando ele é de base comunitária (...) porque tem toda uma interpretação associada. Tem todo um contexto que a gente coloca dentro desse roteiro que a gente faz.</i>
P3	<i>Campo da aviação, o Morro do Lampião (ambos tombados como Patrimônio Municipal) e a passagem de Saint Exupéry como piloto da Aeropostale, da aviação francesa. O território da Pesca Artesanal da Tainha vinculado aos engenhos de farinha. Horta Comunitária e Pedagógica do Pacuca, vinculada à agricultura urbana, coletiva e que inclui compostagem.</i>
P4	<i>Orla preservada; Ilha das Vinhas e histórias; Fatos históricos como o da visita da princesa Isabel; as oficinas de cerâmica; as religiões e culturas de matriz africana; os sítios arqueológicos: sambaqui e oficina lítica; Observação de estrelas; Formação geológica da Ilha; Observação de pássaros; Vegetação de restinga e mangue, e fauna associada.</i>
P5	<i>A Unidade de Conservação, Monumento Natural da Lagoa do Peri. A agroecologia. A alimentação (gastronomia) associada à tradição da culinária Ilhéu e aos alimentos disponíveis na propriedade, incluindo PANCs.</i>
P6	<i>A Unidade de Conservação, Monumento Natural da Lagoa do Peri. Os animais criados na propriedade, sobretudo as cabras e aves. Atividades realizadas ao ar livre, em contacto com o ambiente natural. A história da comunidade tradicional que vive naquela localidade. Café caipira preparado a partir de produtos produzidos na própria propriedade e pela comunidade local, e com receitas tradicionais.</i>
P7	<i>Produção de cogumelos. Degustação de produções gastronômicas a partir de cogumelos produzidos na propriedade. Propriedade agroecológica construída através de técnicas de bioconstrução.</i>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos anfitriões proponentes que integram a Rede TBC Floripa realizada nos meses de abril a dezembro de 2020.

Na percepção dos anfitriões, a procura pela manutenção dos recursos por parte deles acontece de variadas formas, destacando-se a proposta de visita que é considerada como estratégia de preservação do recurso ao consciencializar o público que os visita sobre a importância do território (como mencionado no *item* 6.3.1). Na nossa perspectiva, a própria articulação do coletivo em torno da organização da oferta da visita, também os faz agir na preservação dos lugares aos quais os projetos estão associados. Esta consciência é compartilhada pelas anfitriãs do P3, ao afirmarem que:

*Antes da gente pensar em turismo, a gente pensava em preservar a tradição (...) para acontecer a gente viu que a comunidade não estava organizada (...) foi a gente que foi (...) organizar a comunidade (...) por isso que a gente ainda não conseguiu se debruçar nos roteiros de TBC (Entrevista, Roberta de Paula Brás e Gisele Silva Ramos, Projeto Tekoá Pirá, 02/12/2020).*

A atuação política, seja na organização do coletivo em torno das causas que os identificam (A3), seja na participação junto dos conselhos institucionais, como o Conselho Gestor da APA da Baleia Franca (A1), ou no Conselho Gestor do ICMBio (A2), são formas de preservação dos recursos. A ação como agente comunitário, ao facilitar o acesso ao conhecimento junto da comunidade local, é também um aspecto ressaltado por um dos anfitriões (A1), assim como o proporcionar rendimentos financeiros para manter os beneficiários da RESEX do Pirajubaé vinculados ao território é outro aspecto referido (A2).

Outra significativa ação política do anfitrião proponente do José Mendes (A4) foi a intervenção na venda por leilão de uma das áreas do seu bairro. Consciente da existência do sítio arqueológico, utilizado como argumento principal, não apenas conseguiu impedir a venda, mas também contribuiu para a mudança de uma *área verde de lazer* (AVL). As anfitriãs do P3 também interviram na formalização da pesca artesanal da tainha no Campeche, reconhecida pela Fundação Catarinense de Cultural (FCC) como Patrimônio Cultural de Santa Catarina.

Quanto à existência de outras pessoas e instituições envolvidas na manutenção dos recursos associados aos projetos (15. *Há outras pessoas e coletivos envolvidos na manutenção desse tipo de recurso?*), todos os anfitriões mencionaram instituições. Foram consideradas trezes instituições diretamente envolvidas nos recursos. Além da consciência da existência de outros atores, foram também reconhecidos os conflitos associados aos recursos. Na sua grande maioria, a natureza destes conflitos está associada ao processo de urbanização que continua em expansão na Ilha de Santa Catarina. Foi destacada a especulação imobiliária e o parcelamento do solo (n=4), aspectos relativos ao saneamento básico (n=3), com destaque para o projeto do uso do Rio Tavares como emissário para a estação de tratamento de esgoto da região (A2) e a falta de orientação da comunidade sobre o tratamento de esgoto adequado nas UC (A5 e A6). Foram também evidenciados os conflitos decorrentes do descompasso entre a aplicação da Lei nº 9985/2000 do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC) e o tratamento dado às comunidades tradicionais por parte de quem aplica a lei (A1).

### **6.3.3. Desafios e oportunidades dos projetos de TBC**

A última questão feita aos anfitriões disse respeito às perspetivas, desafios e oportunidades relativas ao projeto no contexto do TBC (21. *Qual é a perspetiva para curto prazo (nos próximos 2 anos) e a médio prazo (nos próximos 5 anos), e quais serão os principais desafios e oportunidades que a sua instituição poderá ter com o TBC?*). Quanto a estes três aspetos, nem todos manifestaram a sua perceção, mas os que o fizeram destacaram os seguintes aspetos:

- o envolvimento, assim como a consciencialização de mais membros da comunidade sobre os aspetos de valor associados ao lugar (n=2);
- a formação dos participante nos projetos (n=1);
- a ampliação e fortalecimento das parcerias (n=3)
- a consolidação da atividade turística (n=3);
- a gestão dos conflitos associados aos territórios (n=1);
- a ampliação da oferta dos roteiros para públicos de instituições de ensino (n=1);
- o investimento nas infraestruturas para dar condições à execução das atividades (n=3);
- o investimento na sinalização turística (n=1);
- a existência de uma procura crescente por um turismo em ambientes naturais e a procura por uma vida mais saudável (n=1);
- o estímulo de práticas de cultivo associadas à agricultura urbana (n=1).

Os aspetos revelados pelos anfitriões fazem-nos concluir que há como perspetiva para longo prazo a consolidação da oferta de Turismo de Base Comunitária nos territórios. Para isto foram identificados como desafios aspetos relativos à comunicação (sinalização), às infraestruturas, à valorização dos lugares de pertencimento por mais pessoas, para que a base comunitária do TBC possa ser fortalecida e as parcerias um caminho possível para a viabilização dos projetos de TBC.

### **6.4. Projetos de TBC na perceção dos representantes das instituições parceiras**

A perspetiva dos representes das instituições que são parceiras dos projetos é apresentada neste *item* e que dizem respeito aos projetos P2, P3, P4 e P5 e que têm parcerias. Começámos a entrevista perguntando aos três representantes se já tinham ouvido falar sobre o TBC e qual era o seu entendimento sobre este modelo de turismo. Os representantes das três instituições afirmaram

conhecer o TBC. No âmbito do ICMBio, o TBC passou a ser debatido a partir de 2009, e no IFSC desde 2010. A representante do IFSC esclareceu que o TBC aconteceu com a incubação da associação Uatapí, que congregava o trabalho de ingresso nos cursos de qualificação profissional de Condutor Ambiental na Ilha de Santa Catarina e de Condutor Cultural. No seu entendimento, o TBC é *uma atividade cujo centro é a proteção, a salvaguarda do património cultural e ambiental (...) é uma ferramenta, um caminho para a proteção do património natural e cultural* (Entrevista, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020).

No Quadro 13, transcrevemos alguns trechos das narrativas dos representantes sobre os aspetos que caracterizam o TBC. Contudo, apresentamos antes alguns dos aspetos referenciados pelos representantes das instituições parceiras como centrais para a caracterização deste tipo de oferta:

- a valorização dos territórios, a proteção da cultura, da sociobiodiversidade, dos ambientes naturais (n=3);
- a conceção e protagonismo comunitário (n=2);
- o turismo consciente, não envolve apenas o lazer, com benefício tanto para quem oferta, como para o turista (n=2);
- o desenvolvimento comunitário (n=1);
- o benefício económico através do complemento do rendimento (n=2);
- os benefícios coletivos além dos que estão envolvidos (n=1);
- o fortalecimento da economia local (n=1);
- a oferta focada no residente local (n=1).

Inferimos que a percepção dos representantes das instituições parceiras está em consonância com aspetos identificados na revisão da literatura sobre o TBC e com os quais dialogámos. É interessante destacar o consenso e a centralidade referidos pelos representantes das três instituições parceiras quanto à valorização da cultura dos sujeitos que vivem o território, associada ao ambiente natural.

Quadro 13 - Trechos das narrativas com a perspectiva dos representantes das instituições parceiras a respeito do TBC

ICMBio	<p><i>Idealizado e concretizado pela comunidade (...) tem que nascer da comunidade. (...) tem que ter o envolvimento da comunidade e não só a participação.</i></p> <p><i>O resultado não é só o lucro, mas o desenvolvimento daquela sociedade, daquela comunidade (...) gerar benefícios coletivos, não só para os que estão diretamente trabalhando na atividade turística. (...) para eles é o benefício econômico, o benefício de ter valorização cultural (...) expressa as suas crenças, a sua cultura.</i></p> <p><i>(...) valorização e conservação do espaço, mas também a valorização e conservação da cultura (...) valorizar a cultura e a história daquela comunidade local (...) promover a conservação da sociobiodiversidade, um complemento de renda.</i></p>
Acolhida	<p><i>Roteiros que envolvem a comunidade.</i></p> <p><i>Um turismo que possa fazer a diferença, tanto para as famílias que recebem quanto para quem vai visitar.</i></p> <p><i>Turismo consciente (...) que o turista passa a consciencializar-se. Ele não está só indo fazer uma atividade de lazer, ele está contribuindo com a sua permanência no campo, com a valorização da cultura, com a produção orgânica.</i></p> <p><i>(...) valoriza a cultura.</i></p> <p><i>Fortalecer a economia local</i></p> <p><i>Tem a questão ambiental, de escala. É um turismo consciente.</i></p>
IFSC	<p><i>Atividade cujo centro é a proteção, a salvaguarda do patrimônio cultural e ambiental (...) O TBC é uma ferramenta, um caminho para a proteção do patrimônio natural e cultural.</i></p> <p><i>(...) um turismo com foco no morador, porque o visitante de outra cidade, o turista, vem, é uma vivência bem interessante, pode até voltar para o seu lugar inspirado, mas ele não vai atuar no lugar, e o lugar precisa de gente para atuar.</i></p>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras (RIP) dos projetos que integram a Rede TBC Floripa, realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020.

Corroboramos a percepção dos representantes das instituições parceiras quanto às ideias associadas ao TBC. Destacam-se vários aspetos que são referidos pelos representantes das instituições parceiras na identificação da oferta TBC, como o protagonismo comunitário, a distribuição dos benefícios, para além dos envolvidos com a oferta, o fortalecimento da economia local e a valorização do património natural e cultural.

Uma das questões colocada aos representantes das instituições parceiras foi: *Quando iniciou e qual foi o principal motivo dessa parceria?*

As parcerias tiveram início juntamente com as propostas de turismo nos anos de 2015 (ICMBio), e de 2107 (IFSC e Acolhida na Colônia) tendo cada caso a sua particularidade. No contexto da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé, por ser um espaço natural protegido, o principal motivo da parceria foi o acompanhamento das atividades no âmbito da reserva, realizado pelo Conselho Gestor, que é deliberativo e tem a concessão da referida área (Entrevista, Grupo de Trabalho de

Turismo do Conselho da RESEX do Pirajubaé, RIP 1, Liz Ribas). O Conselho tem como mecanismo de atuação a *co-gestão entre o órgão público gestor daquele território e as comunidades tradicionais* (Entrevista, GT de Turismo do Conselho de Turismo da RESEX, RIP 4 Carolina). Cabe ressaltar que a reserva extrativista é uma categoria de UC que *mantém uma população tradicional vinculada, que depende de uma área (...) sendo a finalidade da RESEX manter aquela população na atividade tradicional* (Entrevista, Grupo de Trabalho de Turismo do Conselho da RESEX do Pirajubaé, RIP1, Liz Ribas).

O TBC foi proposto como modelo de turismo por *valorizar a cultura e a história daquelas comunidades locais (...) e por promover a conservação da sociobiodiversidade* (Entrevista, Grupo de Trabalho de Turismo do Conselho da RESEX do Pirajubaé, RIP 4, Carolina Alvite). Há alguns aspetos que preocupam o GT de Turismo da RESEX, o que Relph (1976) denominou como *relação de exterioridade existencial com o lugar*. Neste sentido, num dos depoimentos é referida a constatação de que os *laços que se tem [com o território] são de pessoas mais antigas (...) os novos não estão configurando laços* (Entrevista, Grupo de Trabalho de Turismo do Conselho de Turismo, RIP 1, Liz Ribas). Face a esta constatação, há a preocupação não apenas com o iminente desaparecimento da comunidade, e a cultura a ela associada, como também aumenta a dificuldade em manter a reserva sem o vínculo da comunidade tradicional que sustenta a sua existência.

O motivo da parceria da Acolhida na Colônia com os projetos localizados no Sertão do Ribeirão, aconteceu dada *a oportunidade percebida pelo Instituto ÇaraKura (...) em fortalecer as propriedades (...) e agregar valor* através do credenciamento da Acolhida na Colônia (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020). A Acolhida na Colônia foi fundada em 1999 e é uma associação de agricultores, que tem como atividade complementar o agroturismo ecológico como estratégia de valorização do modo de vida no campo (<https://acolhida.com.br/sobre/>, consultado em 25/06/2021). Para o credenciamento dos associados possui uma metodologia própria composta por várias etapas como explica a representante da Acolhida na Colônia.

*A apresentação do projeto é a primeira etapa, depois tem a visita técnica onde eles vão conhecer outros agricultores que já fazem parte, que já recebem, para conhecer o dia a dia. Depois da visita é o diagnóstico participativo. Depois do diagnóstico a gente trabalha a capacitação, principalmente sobre o Caderno de Normas (...) para verificar se a propriedade segue os princípios e se tem perfil para fazer parte da rede. O diagnóstico participativo funciona assim (...) vão todos para uma propriedade (...) como se fosse turista (...) a pessoa apresenta a propriedade e diz o que pensa desenvolver (...) se quer trabalhar com café, com hospedagem ou se ainda não tem ideia nenhuma (...) o grupo que participa faz sugestões (...) avalia os potenciais da propriedade (...) às vezes não*

*pensou em alguma atividade que ela poderia desenvolver e o grupo pode contribuir e avalia também o que pode ser melhorado (...) preenche numa cartolina, tem um modelinho, um formulário para as pessoas preencherem. Sintetiza tudo numa cartolina e apresenta. É mais para o pessoal se conhecer e estabelecer vínculos. Diagnóstico participativo é uma das fases mais legais da metodologia, onde o grupo se fortalece. Quanto ao Caderno de Normas, a gente fala um pouco do principal (...) passamos para eles lerem e no encontro seguinte a gente tira dúvidas (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020).*

Em 2017, foi aplicada a referida metodologia em seis propriedades do Sertão do Peri. Inicialmente, foi feita a apresentação junto da comunidade local, com a participação do Instituto ÇaraKura. Os participantes da comunidade fizeram uma visita técnica a uma das propriedades da Acolhida em São Bonifácio. Participaram aproximadamente 20 pessoas nessas duas primeiras etapas e nas seis propriedades. Como a participação é uma das regras para o credenciamento e nem todos estiveram presentes na etapa do diagnóstico participativo, apenas três propriedades receberam o direito de uso da marca, tornando-se associados da Acolhida na Colônia, o Sítio Bicho do Mato (que não está ainda a funcionar), o Sítio e Café Hortêncio e o Sítio Florbela (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020).

A parceria entre o IFSC e os projetos que hoje constituem a Comunidade Tekoá tem como motivo a definição de estratégias para proteção e visibilidade da cultura associada aos mesmos. A salvaguarda a partir do registo do património nos órgãos competentes foi um dos caminhos identificados como possibilidade, além da execução de roteiros de TBC também identificada como estratégia para dar visibilidade à cultura associada aos projetos da Comunidade (Entrevista, representante IFSC, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020).

O Registro da Pesca Artesanal da Tainha no Campeche como Património Cultural Imaterial de Santa Catarina foi consequência do trabalho desenvolvido em parceria entre o Projeto Tekoá Pirá, o IFSC e a Associação de Pescadores Artesanais do Campeche, sendo estas duas últimas instituições proponentes do Registro à Fundação Catarinense de Cultura do Estado de Santa Catarina (FCC). A concessão do registo foi concretizada no ano de 2019 pela FCC tendo validade por 10 anos, período em que a comunidade precisa de estar articulada em torno do plano de salvaguarda cultural para que a pesca artesanal da tainha não desapareça, o que tem justificado a intervenção do Projeto Tekoá Pirá. No contexto do Tekoá Taguá, foi dado início ao trabalho de identificação dos terreiros relacionados com as religiões e culturas de matriz africana localizadas no bairro José Mendes, com o intuito de estruturar o processo de Registro como património cultural imaterial, mas está ainda em processo de articulação

junto dos detentores da cultura. O fortalecimento da cerâmica no bairro é também um foco de intervenção do coletivo.

Tendo o guião da entrevista por base, colocámos a seguinte questão: *Que tipo de apoio dá a sua instituição? Como é concretizado esse tipo de apoio?* Identificámos que há em comum entre as três instituições parceiras dos projetos de TBC a estratégia da procura de apoio através da submissão dos projetos a editais de fomento. As narrativas transcritas no Quadro 14 destacam a participação nestes editais como forma de auxiliar os projetos.

Quadro 14 - Apoio aos projetos mediante participação em editais de fomento

ICMBio	<i>A gente conseguiu apoio de editais. Saíram dois editais do PNUD. Num deles a gente fez o primeiro levantamento da percepção dos beneficiários sobre o turismo, o que eles pensam sobre o turismo (...) uma amostragem de 30% dos beneficiários.</i>
Acolhida na Colônia	<i>A gente capta recursos para executar projetos (...) recentemente houve um projeto para formação em lideranças (...). Teve uma capacitação em fotografia e comunicação. O SC Rural foi um programa que a Acolhida conseguiu em parceria com a EPAGRI. O governo do Estado e o Banco Mundial (...) conseguiram apoiar muitos associados (...) recursos de 600.000.000 para investimento na propriedade.</i>
IFSC	<i>A procura de recursos. A gente estava caminhando pela busca de editais que era o que a gente conhecia, e mais recentemente com a busca de emendas parlamentares (...). Foram dois [editais de incentivo a aspetos culturais], um que resultou num livro, com a publicação do dossiê do registo da Pesca Artesanal da Tainha no Campeche, e outro que resultou na Cartografia Social do Campeche, isso tudo no Pirá. No Taguá, estamos buscando a emenda parlamentar, mas tem relação com o projeto que está acontecendo connosco. Eles captaram o Trajetórias (Prémio de Reconhecimento por Trajetória Cultural Aldir Blanc). O Pirá também captou o Trajetória e o dinheiro foi todo para a Associação dos Pescadores, e o Taguá os ceramistas receberam o prémio.</i>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras (RIP) dos projetos que integram a Rede TBC Floripa, realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020.

Relativamente ao Projeto Piloto de TBC na RESEX do Pirajubaé, a parceria com o ICMBio também acontece através da normalização do turismo na referida área, conforme exposto no seguinte depoimento. *Por ser uma unidade de conservação sob a nossa administração nós temos que normalizar (...) o plano de manejo onde vai ser possível o uso público (...) nós submetemos e o Conselho autorizou como um projeto piloto (...) e o GT foi formado para aprender junto como é que a gente vai desenvolver* (Entrevista, Grupo de Trabalho de Turismo do Conselho da RESEX do Pirajubaé, RIP 3, Laci Santin). A identificação de obstáculos e a procura de estratégias de superação destes obstáculos caracterizam o apoio, tendo sido identificados como problemas atuais a necessidade de consolidação da rede colaborativa, a divulgação e as infraestruturas.

Auxiliar os associados na divulgação dos projetos de turismo é um dos aspectos que caracterizam o apoio da Acolhida na Colônia, que na perspectiva da representante acontece pelo *direito, de quem é associado, a usar a marca, uma marca consolidada (...) fortalece os associados*. Outro aspecto é a orientação na organização da oferta turística que se materializa através do Caderno de Normas que na sua perspectiva *dá uma direção a eles e qual o caminho que vão seguir* (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020). Por fim, identifica ainda o apoio na venda dos produtos que são mediados pela Acolhida. *Agora a gente está com a campanha das cestas, querem vender produtos e a gente auxilia (...) a Elaine está conseguindo vender no programa do Orgânico Solidário. A gente faz uma mediação. A Karlota faz uma compra coletiva de produtos daqui e vende lá. (...) a questão da formação de preço, é um trabalho em conjunto com a Associação. (...) então a gente está conseguindo dar esse apoio técnico* (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020).

Por sua vez, o apoio concedido pelo IFSC durante os dois primeiros anos do projeto foi através da sua maneira de organizar a atividade docente, ou seja, através do ensino, da pesquisa e da extensão. No âmbito destas três linhas de atuação, a representante do IFSC informou que houve o cadastro de projeto de extensão, relativamente à elaboração de roteiros de TBC e que *foram a campo (...) foram buscar junto dos pescadores, os conhecimentos deles para elaborar esses roteiros* (Entrevista, representante IFSC, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020).

Já no âmbito da pesquisa, foi elaborado o dossiê que fundamentou o Registro da Pesca Artesanal da Tainha como Patrimônio Cultural de Santa Catarina, chancela concedida pela FCC, conforme já exposto anteriormente. Por fim, no âmbito do ensino, como narra a representante, *os projetos viraram material de sala de aula (...) eu trabalho com patrimônio cultural nos cursos de guia com história e memória local e em outros cursos do IFSC e acabou virando claro, material didático, discussão, aula de campo. (...) no Taguá nós fizemos muitas, muitas aulas de campo lá, eu levei muitas turmas do IFSC, praticamente de todos os cursos que eu trabalhei. Os alunos foram conhecer o trabalho dos ceramistas do José Mendes (...) o roteiro que foi elaborado pelo professor Eduardo que é um anfitrião lá* (Entrevista, representante IFSC, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020). Mas esta atuação, envolvendo ensino, pesquisa e extensão, foi substituída pela representação, uma vez que em 2019 a Comunidade Tekoá passou a vincular-se a uma associação sem fins lucrativos, sendo o IFSC parceiro no apoio concedido, por meio da representação institucional. Apesar da existência deste apoio

institucional, a representante considera que o apoio precisa de ser institucionalizado, posto que hoje ele se dá de forma pessoal.

*Eu considero que esse apoio tinha que ser institucionalizado, assim como num governo (...) sai um governo, mas a coisa tem que continuar. A mesma coisa teria que ser no IFSC. Saímos nós, mas alguém deveria continuar, especialmente no caso do turismo. A gente tem o turismo que causa essa série de impactes, ou seja, o turismo convencional, hegemónico hoje. Do meu ponto de vista, o nosso campus, que trabalha exclusivamente nesse eixo, atua muito pouco em outras possibilidades de ações turísticas, sendo que o TBC, o turismo rural, todas essas propostas que surgiram já a partir da crítica do turismo hegemónico, o campus tinha que se comprometer de forma mais efetiva, não de forma personificada, como é hoje (Entrevista, representante IFSC, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020).*

Feita a constatação da necessidade de institucionalizar a intervenção junto da comunidade para o fortalecimento de formas alternativas de turismo, a representante ainda informou que o apoio acontece através do acompanhamento sistemático e da organização do trabalho, reconhecendo a necessidade de parcerias com o setor produtivo, procurando viabilizar o que recentemente foi identificado como uma lacuna do projeto referente à sua inserção na economia da cultura.

Quando foram questionados se consideram o projeto em questão um bom exemplo de TBC os representantes do IFSC e do ICMBio informaram que sim. Por seu turno, a representante da Acolhida na Colônia acredita que está em processo. Variaram os critérios pautados para justificar as suas respostas. Os representantes do ICMBio destacaram na sua avaliação o autofinanciamento, o protagonismo de beneficiários da RESEX, o trabalho desenvolvido pelo condutor ambiental e proponente da oferta, que é de liderança e que faz com responsabilidade a condução da visitação naquele território. Contudo, reconhecem como desafio o envolvimento de um maior número de beneficiários, sendo percebido como um aspeto característico do TBC, por ser entendido como parte do processo de mobilização da comunidade inserida num contexto urbano. Por fim, reconheceram os resultados obtidos até ao momento como positivos, uma vez que o projeto tem salvaguardado o modo de vida daquela comunidade.

A representante da Acolhida na Colônia reafirmou o caráter processual de envolvimento da “comunidade” no TBC, tendo como parâmetro Santa Rosa de Lima, onde reconhece um modo de agir cooperativo, estruturado na agroecologia e na valorização dos produtos locais, o que ainda não vê refletido nas iniciativas do Sertão do Ribeirão. Acredita haver potencial no Sertão do Ribeirão, reconhecendo estarem no caminho para o envolvimento de mais pessoas e de forma colaborativa.

A representante do IFSC considerou os projetos Tekoá Pirá e Tekoá Taguá como bons exemplos de TBC, uma vez que o interesse principal na sua proposta está assente na proteção dos seus lugares e dos seus territórios (Quadro 15). A nossa perspectiva vai no sentido do entendimento da professora Claudia, nomeadamente na ênfase dada à ação coletiva dos sujeitos destes territórios na procura de caminhos que os auxiliem na valorização e proteção dos seus lugares de pertencimento, que é um dos pressupostos do TBC.

Quadro 15 - Os critérios de avaliação dos representantes quanto aos projetos e a sua relação com o TBC

Constituição do coletivo como parte do processo	ICMBio	<i>O exemplo da experiência da Resex como de diversas outras iniciativas é um processo que se constrói no fazer e na prática.</i>
	Acolhida na Colônia	<i>No projeto do Sertão falta ainda muita coisa para ser considerado TBC. A gente está no caminho.</i>
Desafio quanto à representatividade da comunidade local no TBC	ICMBio	<i>Os desafios de representatividade, de envolvimento (...), eles perpassam quase todas as iniciativas de TBC (...) tem a sua particularidade, quando a gente pensa numa iniciativa de TBC no coração da capital de Santa Catarina, Florianópolis (...) ter uma comunidade que embora ela não tenha todo o conjunto da comunidade representada nessa iniciativa, você envolve algumas famílias.</i>
	Acolhida na Colônia	<i>A gente não tem o envolvimento da comunidade, são poucas famílias (...) as propriedades fazem um trabalho lindo (...) está iniciando um TBC (...) mas precisa de mais envolvimento, entre essas comunidades e as pessoas do lugar.</i>
	IFSC	<i>Eu acho que a gente não tem a organização necessária ali porque a gente não tem pessoas.</i>
Resultados	ICMBio	<i>O TBC que vem sendo realizado na RESEX Pirajubaé tem contribuído muito no sentido da salvaguarda dos conhecimentos daquela comunidade, na forma de resgatar e de valorizar as práticas ancestrais realizadas por aquelas comunidades (...) tem conseguido mobilizar alguns moradores e sobretudo funcionado como ferramenta de salvaguarda do modo de vida dessa comunidade que vive no território tradicionalmente ocupado por esses extrativistas.</i>
	Acolhida na Colônia	<i>É diferente de Santa Rosa de Lima, onde o grupo faz compras coletivas, faz vendas coletivas, troca produtos (...) eu acho que é muito disso, fortalecer um ao outro (...) que a gente use mais os produtos da região em vez de estar comprando coisas de fora (...) e também estar fortalecendo a agroecologia.</i>
	IFSC	<i>Considero um bom exemplo de TBC porque tanto os anfitriões do Taguá quanto o do Pirá, afirmam e reafirmam que o interesse principal deles é a proteção do seu lugar. (...) Então esse seu olhar para o seu território, para o seu lugar, esse olhar de cuidado, de proteção, de amor mesmo, é na minha opinião o que fundamenta o turismo de base comunitária.</i>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras (RIP) dos projetos que integram a Rede TBC Floripa, realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020.

Também fez parte das perguntas aos representantes das instituições parceiras a sua perspectiva quanto aos principais desafios e oportunidades, internos e externos ao projeto (5. *Quais são, na sua perspectiva, os principais desafios e oportunidades, internos e externos ao projeto, que a sua instituição identifica a curto prazo (nos próximos 2 anos) e médio prazo (nos próximos 5 anos?).* Quanto aos desafios, os representantes das três instituições foram unânimes em afirmar a necessidade de envolvimento de mais pessoas no TBC. Os representantes do ICMBio ressaltaram a necessidade de divulgar internamente, criar confiança na comunidade, sobretudo através do fluxo constante de visitantes, mas sempre como oferta complementar, caso contrário, a representação da atividade substituiria a prática da cultura e descaracterizava, desta forma, o TBC. Por sua vez, para a representante da Acolhida na Colônia, há a necessidade de que a comunidade local reconheça a diferença entre o TBC e o turismo convencional, para que percebam as vantagens deste outro modelo de turismo, pressupondo, com isso, um maior envolvimento na oferta de TBC. A representante do IFSC reconheceu a fragilidade dos projetos por falta de mais agentes, evidenciou o altruísmo como um valor para este envolvimento no TBC. Por esta razão, sobressaiu a necessidade de subsídios para o envolvimento de pessoas de baixos rendimentos, preocupação que também foi mencionada pela representante do ICMBio, que considera central o proporcionar rendimentos para o envolvimento dos moradores e conseqüente aumento do fluxo de visitantes (Quadro 16).

Quadro 16 - Narrativas dos representantes quanto à necessidade de envolvimento de mais pessoas

ICMBio	<p>RIP 4 - <i>Ampliar o número de famílias envolvidas na iniciativa.</i></p> <p>RIPP 3 - <i>A gente tem que consolidar essa base interna, essa base comunitária interna para que não fique só nesse núcleo familiar. É um desafio. Então necessita difundir internamente, criar confiança neles de que sim. É uma atividade complementar que não substitui a pesca, isso é muito importante, atividade complementar apenas (...), porque senão a tendência de substituir a pesca aí vira folclore. E isso a gente não quer. (...) coisa que o Alcir sempre coloca muito bem, e é verdade, as pessoas não vão entrar nessa atividade só porque é bonito, para eles tem que ter um retorno econômico (...).</i></p> <p>RIP3 - <i>Então nós temos que chegar a um nível de divulgação interna e externa (...) que tenha um fluxo constante de visitantes (...) e que os moradores veem, que se acostumem mais com o turismo ali. Hoje eles já sabem que tem, mas ainda é pouco. Mas como o Alcir sempre coloca, eles veem o barco ali, e acham que o barco está sempre parado, quanto mais o barco do Alcir se mover, mais confiança vai ter. Então tem que ter esse fluxo contínuo.</i></p>
Acolhida na Colônia	<p><i>O principal desafio deles é envolver mais comunidade, mais famílias. Não é só deles, é nosso da Acolhida. O grupo da Acolhida precisa buscar mais famílias, e envolver mais a comunidade e a comunidade enxergar com bons olhos esse tipo de turismo. Saber a diferença do Turismo de Base Comunitária do turismo convencional, que é aquele que o pessoal vai lá só para consumir. Não tem nenhum interesse em valorizar o local, em valorizar as pessoas, em conhecer a cultura, só querem ir lá passar, e... Acho que esse é um desafio de curto prazo.</i></p>
IFSC	<p><i>Um desafio a curto prazo é esse, tirar a fragilidade do projeto em termos de participação mesmo (...) a gente não tem a organização necessária, porque a gente não tem pessoas. (...). Agora a gente não pode querer que a gente consiga assim (em um estalar de dedos) um bando de gente altruísta. De novo tem que buscar o equilíbrio. Uma possibilidade é trabalhar com pessoas que já estão com a vida ganha, aposentados (...) e tentar esse equilíbrio entre jovens, mas esses jovens precisam ter outra perspectiva ou subsídio, porque senão não vão. Quem vai fazer isso? O mundo não é assim, o mundo do voluntariado, do altruísmo. Então como é que a gente consegue gente para estar ali?</i></p>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras (RIP) dos projetos que integram a Rede TBC Floripa, realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020.

Outros aspetos apontados como desafiadores por parte dos representantes do ICMBio foram a divulgação e a comercialização, considerando como obstáculo a necessidade de identificar em *como fazer chegar essa informação de que existe esta iniciativa, de que existe a possibilidade de fazer um turismo diferenciado em Florianópolis* (Entrevista, Grupo de Trabalho de Turismo do Conselho de Turismo, RIP 4, Carolina Alvite). São considerados desafios a acessibilidade, além de aspetos relativos à legalização e adequação dos espaços nos ranchos para o serviço de alimentação, associados atualmente à degustação de produtos da gastronomia local. Isto porque há limitações legais, tanto por parte da vigilância sanitária, como por parte do uso dos Ranchos de Pesca, como espaço exclusivo para a guarda dos apetrechos da pesca artesanal. Há a expectativa de que a política de TBC para Santa Catarina, em fase de construção, acautele estes aspetos.

Para a representante do IFSC, um dos desafios que se refere ao próprio Instituto é a necessidade de institucionalização do apoio às iniciativas comunitárias. Constatou que a natureza dos apoios tem sido iniciativa de servidores e não uma política institucional. Destacou a necessidade, no âmbito do Campus Florianópolis Continente, *campus* especializado na área do turismo, de este ser indutor de iniciativas alternativas ao modelo de turismo constituído.

*A gente tem o turismo que causa essa série de impactes, o turismo convencional, hegemónico hoje, e do meu ponto de vista, o nosso campus, que trabalha exclusivamente nesse eixo, atua muito pouco em outras possibilidades de ações turísticas, sendo que o TBC, o turismo rural, todas essas propostas que surgiram já a partir da crítica do turismo hegemónico, o campus tinha que se comprometer de forma mais efetiva, não de forma personalizada, como é hoje* (Entrevista, representante IFSC, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020).

A longo prazo, são considerados como desafios o fortalecimento de coletivos ligados aos territórios, destacados pela representante do IFSC, e a manutenção da oferta turística vinculada ao modelo alternativo e não se desvirtuar, o que significa *continuar trabalhando à pequena escala, é continuar trabalhando com um turismo que valoriza o local, consciente, de baixos impactes* (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020).

Quanto à oportunidade, a existência de recursos associados à diversidade cultural foi um dos aspetos ressaltados pela representante da Acolhida na Colônia, ao constatar que *tem muita riqueza naquele lugar, muita cultura, muitos artesãos, muitos produtos que podem ser agregados aos roteiros* (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020).

Para a representante do IFSC, a existência de pessoas comprometidas com a proteção e cuidando dos seus lugares é por si só uma oportunidade. No entanto, ressalta a dificuldade em identificar oportunidades, uma vez que estas só surgem com muito trabalho, pois as bases do TBC relacionadas com a economia solidária e o trabalho coletivo divergem das bases do sistema e da estrutura social em que vivemos (Entrevista, representante IFSC, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020).

Por seu turno, um dos representantes do ICMBio identificou como oportunidade a possibilidade de pensar outro tipo de turismo tendo em conta as consequências da pandemia, reconhecendo como potencialidade o público do turismo doméstico e das proximidades. Quanto a este aspeto, com o qual concordamos, acreditamos que esteja em questão dentre outras particularidades, o menor consumo de recursos naturais necessários à deslocação. Soma-se a este aspeto também o gasto para a realização da viagem por parte do visitante que tende a ser menor, tanto em relação ao

tempo, como em relação ao custo financeiro da viagem, o que permite um maior fluxo de visitantes durante o ano.

As três últimas questões estiveram relacionadas com os recursos turísticos das ofertas TBC associadas aos projetos, as ações de proteção e salvaguarda desses recursos por parte dos anfitriões e a existência de conflitos associados aos recursos. Quanto aos recursos dos lugares como potenciais atrativos turísticos foram enfatizados aspectos relativos à prática cultural e não apenas à sua representação, como foi destacado por representantes do ICMBio (Quadro 18). Associado a este aspecto, a representante do IFSC identificou como recurso do atrativo proposto no âmbito do projeto Tekoá Taguá e do Tekoá Pirá a relação topofilica dos anfitriões com os lugares. O patrimônio natural é mencionado pelos representantes das três instituições, ressaltando a particularidade do Sertão do Ribeirão e da RESEX estarem em contextos de Unidades de Conservação, o que lhes garante um aspecto singular. O Quadro 17 mostra as narrativas dos representantes e as temáticas associadas aos recursos das ofertas TBC dos projetos.

Quadro 17 - Narrativas dos representantes sobre os recursos turísticos dos projetos

ICMBio	Patrimônio natural e patrimônio cultural	<p>RIP 2 - <i>A comunidade, os aspectos culturais da comunidade, os recursos naturais, a beleza cênica (...) tem aspectos imateriais que estão envolvidos quando a gente fala da cultura local, de um modo de vida, as pessoas em si e a forma de vida é algo interessante, fora a pesca, como atividade, outras formas de extrativismo, como se captura um caranguejo (...) a beleza cênica, já que é uma unidade de conservação do espaço natural.</i></p> <p>RIP3 - <i>resgate dessa população tradicional, urbana, que existe em Florianópolis, mas que está invisível, para os moradores inclusive, da cidade, menos ainda para o turista. As pessoas passam na Via Expressa, veem aqueles ranchinhos e não sabem o que tem ali (...) o turismo também busca isso, mostrar para o bairro onde existe ainda essa população tradicional, da pesca artesanal, que está viva em Florianópolis.</i></p>
	Prática cultural X representação	<p>RIP 3 - <i>A gente comentou várias vezes no grupo, no GT, Florianópolis se vende muito como uma cidade da população açoriana, do pescador artesanal, mas na prática só estão nos símbolos e nos desenhos da pesca (...) ela aparece como desenho, mas tem muito pouco incentivo. (...) um grande atrativo é o facto de que sim, existe uma população tradicional no meio desse bairro urbano, e o turismo não ajuda a dar voz e visibilidade.</i></p>
	Ambiente natural e urbanização	<p>RIP 3 - <i>O mangue do Rio Tavares, (...) o Rio Tavares é maravilhoso. Você está ali dentro e não parece que você está no meio de Florianópolis, então existe toda essa parte cênica, essa característica especial, o baixio, está no mar e está caminhando em cima de um banco de areia no meio do mar, vendo a cidade desde um outro ponto de vista. Isso é muito interessante, a gente está ali no baixio e você começa a enxergar a cidade literalmente desde um ponto de vista físico, mais também cultural.</i></p>
	Experiência diferente das outras ofertas turísticas	<p>RIP 4 - <i>O conjunto da oportunidade da experiência, de uma visita diferente daquela que a gente vê em todos os lugares, que agregue as belezas naturais. O contexto de uma UC, no coração de uma cidade, que agrega e abriga recursos naturais conservados como os manguezais, os próprios bancos de areia, o encontro das águas, como o Alcir gosta de falar, e a cultura e a história da comunidade.</i></p> <p>RIP 1 - <i>O mangue era inacessível para os netos dos pescadores e para os bisnetos. Os descendentes não ficaram em contato, inclusive para os moradores aqui do que é fantástico poder usufruir desse serviço, com tanta riqueza, porque se não tiver ... a gente não tem como acessar essa zona.</i></p>
Acolhida na Colônia	Ambiente natural e cultural	<p><i>A natureza daquele local, que é um local tranquilo, muito lindo. A energia muda quando tu estás no Sertão, quando tu estás lá em cima parece que estás em outro lugar. Uma das coisas do local, da comunidade toda, é isso, a natureza daquele local, que é um local muito tranquilo, lindo, lindo, muito bonito. Acho que é o principal atrativo que motiva as pessoas a irem.</i></p> <p><i>O Sítio Florbela tem um diferencial que é a agrofloresta e a capacitação que eles fazem. É deles. Aquilo ali é deles. Eles são conhecidos por aquilo. É o diferencial deles.</i></p> <p><i>O Café Hortêncio da Karlota é mais da questão cultural, da família, a comida, os produtos coloniais. Ele tem mais aquela questão da tradição. Conta a história do Sertão. Então envolve mais essa questão cultural e a comida mostra isso. Ela consegue colocar na comida a questão da cultura.</i></p>
IFSC	Relação topofílica dos anfitriões com o lugar	<p><i>O principal atrativo é a paixão de quem recebe. Fazemos uma aula de campo e fazemos um retorno, e daí ocorre uma entrevista, eu gravo isso, registro e fica muito claro que as pessoas se encantam com o encantamento de quem recebe. (...) Então eu acho que são as pessoas. Claro que tem beleza natural, é lindo e tem a questão dos pescadores, mas eu acho que é a relação. É a relação com o anfitrião que faz com que esse lugar, esse projeto, essa proposta possa atrair (...).</i></p>

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras (RIP) dos projetos que integram a Rede TBC Floripa, realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020.

Quanto aos aspetos de salvaguarda do património, foram colocadas as seguintes questões: *Na sua perspectiva, existem ações de proteção e de salvaguarda desses recursos? Se sim, quem as tem desenvolvido? Os anfitriões proponentes dos projetos estão envolvidos diretamente nessas ou em outras ações e coletivos de salvaguarda?*

Sobre a existência de ações de proteção e de salvaguarda dos recursos relacionados com os projetos, esta foi uma questão que não se ajustou ao grupo de trabalho vinculado ao Conselho Deliberativo de uma Reserva Extrativista. Isto porque o propósito de uma unidade de conservação é justamente *a proteção dos recursos e modo de vida das populações tradicionais vinculadas (...)*, uma vez que a reserva existe *justamente para a salvaguarda dos atributos ambientais e sociais e culturais que estão ligados àquele território. (...) essa proteção que foi dada desde a década de 1990 tem esse propósito* (Entrevista, Grupo de Trabalho de Turismo do Conselho da RESEX do Pirajubaé, RIP 1, Liz Ribas). Os representantes entendem tanto o projeto piloto, assim como as experiências propostas de TBC, como uma ação de salvaguarda de proteção daquele território. Reconhecem também o envolvimento da comunidade nas ações de salvaguarda, uma vez que fazem parte do Conselho Deliberativo da RESEX.

Os projetos ligados à Acolhida na Colônia em Florianópolis, estão inseridos num Monumento Natural (MONA), como foi mencionado neste capítulo e lembrado pela representante da Acolhida. A representante da Acolhida reconheceu que há envolvimento dos anfitriões dos dois projetos (P5 e P6) no sentido de manter o lugar preservado (Entrevista, representante Acolhida na Colônia, Lucilente Assing, 16/11/2020).

A representante do IFSC reafirmou a ideia de que a salvaguarda do património ambiental e cultural é que fundamenta a existência do Turismo de Base Comunitária. Neste sentido, reconheceu a ação dos anfitriões dos projetos Tekoá Pirá no processo de salvaguarda da pesca artesanal da tainha no Campeche e o modo de vida associado, com ações já concretizadas, como o reconhecimento pela Fundação Catarinense de Cultura da pesca como património cultural de Santa Catarina. Por sua vez, no âmbito do Tekoá Taguá, há a perspectiva de proteção da cerâmica e dos terreiros do povo de santo.

Quanto aos conflitos associados aos recursos turísticos (bens culturais e naturais) dos projetos, a representante do IFSC fez uma análise que consideramos ter conseguido sintetizar aspetos associados às causas dos conflitos no contexto da oferta de TBC. Considerou 4 aspetos: o sistema, as relações interpessoais, a estrutura social e o tempo. Quanto ao sistema, considera que numa

perspetiva macro, a lógica que prepondera é a da *verticalização das cidades, o turismo de massas, os grandes empreendimentos turísticos*, que não convergem com os valores associados à *economia solidária, nem ao TBC, nem património cultural*. O segundo aspeto são as relações pessoais, uma vez que o trabalho coletivo é uma condição para se desenvolver o TBC. Trabalhar coletivamente é saber aceitar a diversidade de ideias e conviver com elas em prol de uma causa comum, o que é percebida como desafiadora. O terceiro aspeto refe-se ao interesse maioritário pelo conforto e *as pessoas não querem abrir mão disso em prol da proteção ambiental. Podem até achar legal, mas não abrem mão do conforto*. Por fim, o último aspeto é o tempo, onde se escondem armadilhas, já que há uma tendência para a *aceleração dos processos, pela comunicação instantânea, imediata, que vai na contramão tanto do TBC quanto do património, já que requerem um tempo mais lento, tanto para organizar quanto para a própria vida da pessoa que se envolve com esses temas* (Entrevista, representante IFSC, Cláudia Hickenbick, 12/11/2020).

A representante da Acolhida na Colônia salientou como um dos principais conflitos que diz respeito ao Sertão do Ribeirão a existência de divergentes intenções quanto ao lugar. De um lado, há os que querem preservar, proteger o lugar, para manter as suas características atuais e, do outro lado, os que querem lucrar com a venda dos terrenos e defendem a ideia da urbanização daquela área.

Quanto ao perfil dos representantes das instituições parceiras, o Quadro 18 mostra uma síntese da informação relativa à idade, cargo/função e formação dos representantes das instituições parceiras.

Quadro 18 - Identificação dos representantes das instituições parceiras quanto à idade, cargo/função e formação

<b>Instituição</b>	<b>Representante</b>	<b>Idade</b>	<b>Cargo/Função</b>	<b>Formação</b>
ICMBio	Graciela Fernandez	60 anos	Representante da comunidade no Conselho da RESEX do Pirajubaé.	Educação básica.
	Liz Cristina Camargo Ribas	39 anos	Professora do ensino básico, técnico e tecnológico do IFSC.	Licenciada em Biologia e mestre em Biotecnologia.
	Laci Santin	62 anos	Analista ambiental.	Engenheira agrônoma, especialista em Desenvolvimento Rural e em Educação Ambiental e mestre em Agroecossistemas.
	Carolina Mattosinho de Carvalho Alvite	42 anos	Analista ambiental do ICMBio.	Licenciada em Biologia e mestre em Sustentabilidade de Ecossistemas.
Acolhida na Colônia	Lucilene Assing	35 anos	Assessora técnica.	Licenciada em Agronomia com especialização em Agroecologia.
IFSC	Cláudia Hickenbick	55 anos	Professora do ensino básico, técnico e tecnológico do IFSC	Graduada em História, mestre em Educação, doutoranda em Geografia.

Fonte: Elaboração própria com base no inquérito por entrevista aos representantes das instituições parceiras (RIP) dos projetos que integram a Rede TBC Floripa, realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020.

No que toca ao perfil dos representantes das instituições parceiras, temos um conjunto de pessoas habilitadas nas áreas que compõem os projetos de TBC. São pessoas que pelas suas competências e experiência contribuem significativamente para a implementação e fortalecimento das referidas ofertas.

### **6.5. Análise das perspetivas dos anfitriões proponentes e dos representantes das instituições parceiras**

Considerando o inquérito por entrevista semiestruturada aplicado aos anfitriões proponentes dos projetos foi possível identificar que os anfitriões proponentes entendem a proposta de visitação como estratégia de preservação e valorização dos bens naturais e culturais associados aos seus lugares de pertencimento. As atividades concebidas são diversas, mas em todas há a ideia de disseminar o conhecimento associado ao lugar. A geração de rendimentos com as atividades ligadas às visitas foi também referida pelos anfitriões como contributo financeiro e para alguns dos projetos,

mas como um rendimento financeiro complementar. O trabalho coletivo não foi um aspecto preponderante na narrativa dos anfitriões proponentes associados aos projetos.

A oferta de serviços e de atividades é, em quase todos os projetos, realizada informalmente. As atividades propostas nos projetos são diversificadas e caracterizadas pela falta de regularidade na sua oferta. As estratégias de promoção e de comercialização das vivências e serviços propostos no âmbito dos projetos parecem ter falhas, uma vez que há insuficiência de marcadores (textos), tanto associada à publicidade dos serviços proposta no âmbito da oferta de TBC, quanto a textos independentes (não promocionais), que permitam promover o aumento do interesse do público pela temática associada aos lugares. As redes sociais são o principal meio de divulgação das atividades e de serviços, no contexto dos projetos de TBC. Considerando o número de seguidores e o seu perfil, que não foi analisado neste estudo, esta pode ser uma estratégia limitada e insuficiente para promover as atividades e os serviços e para a captação do público desejado para as ofertas disponibilizadas. As atividades e os serviços relacionados com as visitas propostas pelos anfitriões têm subjacente uma expectativa de atender diversos públicos, mas não aparece nas ações específicas dos projetos para a captação dos públicos.

Dos sete projetos de TBC que compõem a Rede TBC Floripa, cinco são apoiados por instituições parceiras. As três instituições são percebidas pelos anfitriões dos projetos como instituições que orientam os projetos de TBC. No contexto do ICMBio, há regras que são estabelecidas para que o projeto TBC possa ser realizado naquele ambiente. No âmbito da Acolhida na Colônia as regras estão associadas à metodologia para a certificação participativa. A Acolhida na Colônia contribui também com formações para os associados. A parceria com o IFSC é percebida pelos anfitriões do P3 e do P4 na captação de público para a realização dos roteiros, na articulação com outras áreas. Tal tem permitido fortalecer os projetos, nomeadamente a gastronomia e o *design*, e o acompanhamento sistemático dos projetos, que tem servido para instruir conceitualmente e nortear as ações estabelecidas em parceria com os anfitriões. Por sua vez, o ICMBio tem trabalhado para o envolvimento de mais membros da comunidade tradicional na oferta de TBC e na divulgação dos roteiros. Indivíduos (pessoa física) e empresas (pessoa jurídica) também são identificadas como parceiros na promoção dos roteiros, especificamente no contexto das iniciativas do Sertão do Peri e no Projeto Piloto de TBC da RESEX do Pirajubaé.

Os recursos turísticos identificados pelos anfitriões têm relação com os lugares de pertencimento. Há uma significativa diversidade de recursos, parte deles vinculados à biodiversidade

dos ambientes naturais nos quais estão inseridos. Outra significativa parcela está associada a aspetos relativos ao património cultural de Florianópolis, sobretudo à cultura do nativo ilhéu (pautada brevemente no capítulo 4 desta tese) e com práticas das comunidades tradicionais, com aspetos relativos à ancestralidade, à autoctonia, e sobretudo à resistência à lógica da urbanização e da mercantilização da cultura desassociada dos seus sujeitos. Os anfitriões proponentes dos projetos desenvolvem ações em órgãos colegiados e na organização de comunidades associadas a propostas de proteção dos ambientes naturais e culturais e aos quais estão vinculados. Reconhecem também a existência de comunidades envolvidas na manutenção dos recursos associados aos projetos e demonstram ter consciência dos conflitos associados aos referidos recursos.

Na perspetiva dos representantes das instituições parceiras os aspetos que caracterizam o TBC referem-se à valorização dos territórios através da proteção da cultura e dos ambientes naturais, do protagonismo da comunidade local na conceção e na gestão da oferta, associada à ideia de um turismo consciente, com benefícios para o turista e para os organizadores, e não envolvendo apenas atividades de lazer. O apoio das instituições parceiras foi estabelecido envolvendo o modelo de Turismo de Base Comunitária na raiz das propostas dos projetos.

No contexto da Reserva Extrativista o projeto piloto de TBC é acompanhado pelo Conselho Gestor Deliberativo que tem a seu cargo a concessão do uso da área e, mediante um grupo de trabalho do turismo, acompanha e define estratégias para superar as limitações identificadas para a efetivação da oferta de TBC na reserva.

No âmbito da Acolhida na Colônia, o apoio iniciou-se com a acreditação dos empreendimentos, tendo o *agroturismo ecológico* como atividade complementar à agricultura familiar e como estratégia de valorização do modo de vida no campo.

No contexto do IFSC, o seu trabalho tem-se caracterizado pelo suporte à comunidade, como a iniciativa de docentes comprometidas com as causas comunitárias, através das atividades de ensino, pesquisa e extensão e, mais recentemente, através da representação institucional. Foi identificada como comum entre as instituições parceiras a estratégia de submissão dos projetos a editais de fomento, com o intuito de viabilizar a captação de recursos para fortalecer os projetos.

Os representantes do IFSC e do ICMBio reconheceram os projetos com os quais são parceiros, como o TBC. Por sua vez, a representante da Acolhida na Colônia considerou que as iniciativas do Sertão do Ribeirão caminham para se assumirem como TBC, mas ainda falta no domínio

da cooperação. Os representantes das instituições parceiras foram unânimes em considerar o baixo número de envolvidos como uma fragilidade dos projetos. Os representantes do ICMBio assumiram que o aumento do fluxo de visitantes na reserva pode configurar-se como uma estratégia do aumento da confiança no TBC e a incorporação de mais beneficiários na comunidade do TBC. Para a representante da Acolhida na Colônia, será através do aumento da consciência dos impactos gerados com o turismo convencional e a proposta de Turismo de Base Comunitária como um outro modelo de turismo, que será aumentada a participação da comunidade local do Sertão do Peri no coletivo de TBC daquela localidade. Tal pressupõe o entendimento de que há mais pessoas interessadas em manter o Sertão do Ribeirão como está em vez de observarem a sua urbanização. A representante do IFSC considerou que há a necessidade de haver um subsídio para o envolvimento de pessoas de baixos rendimentos, perfil que prevalece nas comunidades envolvidas nos projetos apoiados pelo IFSC. Apesar disso, também mencionou como sendo importante incrementar o envolvimento de pessoas que tenham relação de interioridade de lugar e com estabilidade financeira, e que possam contribuir para o fortalecimento dos projetos.

Do conjunto de desafios evidenciados pelos representantes, nomeadamente o ICMBio, está a divulgação e a comercialização dos roteiros de TBC da RESEX do Pirajubaé, a acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida, a adequação das regras sanitárias à realidade das iniciativas de TBC e a revisão das restrições associadas aos ranchos de pesca, incorporando o TBC como estratégia de salvaguarda do património cultural. Por sua vez, para a representante do IFSC os desafios referem-se à institucionalização do TBC no IFSC, em particular no Campus Florianópolis Continente que, por trabalhar na formação de profissionais do eixo tecnológico de turismo e hospitalidade, tem uma proposta frágil de ação noutros modelos de turismo, que não o modelo hegemónico.

No que concerne aos desafios a longo prazo, foi sobressaído o fortalecimento das comunidades, a manutenção das ofertas de TBC, com foco na ação local, com valorização do que é local, promovendo um turismo consciente e de baixos impactos. Em termos de oportunidades, estão a diversidade cultural e natural dos lugares, a existência de pessoas que têm uma relação de interioridade de lugar e predispostas a agir para a valorização destes lugares. Mas as oportunidades são percebidas como desafiadoras visto constituírem uma resistência aos valores predominantes.

Relativamente aos recursos associados aos atrativos turísticos, para os representantes do ICMBio e do IFSC, é central a dimensão dos sujeitos que praticam a cultura em contradição ao que é recorrente na representação cultural desassociada dos seus sujeitos. O anfitrião é antes de tudo um

sujeito que vivencia a cultura numa relação de interioridade e a relação com ele é o que se configura como núcleo do atrativo turístico. Os aspetos relativos ao ambiente natural e a beleza cénica dos lugares também são identificados como recursos pelos representantes das instituições parceiras.

Quanto à proteção e salvaguarda dos recursos e o envolvimento dos anfitriões, os representantes das instituições reafirmaram o entendimento do próprio TBC como estratégia de salvaguarda e a efetiva participação dos anfitriões nesse processo. Destacaram a ação nos conselhos associados às Unidades de Conservação, no caso dos projetos que acontecem em UC, e a participação ativa dos anfitriões proponentes dos projetos associados ao IFSC na formalização do registo da pesca artesanal da tainha no Campeche e na perspetiva de proteção da cerâmica e do terreiro do povo de santo.

No que diz respeito aos conflitos, é um aspeto que caracteriza a oferta TBC, por contrariar a lógica vigente. A representante do IFSC mencionou alguns aspetos que caracterizam os conflitos associados ao TBC. Estes sobressaem na estrutura mais macro, uma vez que predominam os projetos associados ao turismo de massas, a construção de enclaves turísticos e que são dissonantes com os valores associados ao TBC, à economia solidária e ao património natural e cultural. Mas os conflitos também estão associados às relações interpessoais, na dificuldade em encontrar consensos em prol da finalidade dos projetos, o que se agrava com o tempo acelerado e que dificultam tanto a organização das propostas quanto a sua apropriação pelos sujeitos que vivem os lugares e que requerem outro tempo para se apropriarem. Por fim, reconhecem o conforto de que sujeitos têm dificuldade em abdicar em prol da proteção dos bens culturais e naturais.

## **6.6. Os atrativos turísticos dos projetos de TBC da Rede TBC Floripa**

Do ponto de vista organizacional dos atrativos turísticos, considerando os elementos propostos por Lew (1987), nomeadamente o espaço, a capacidade, e o tempo (referidos no Capítulo 2), percebemos que os atrativos turísticos associados aos projetos de TBC analisados possuem algumas especificidades e estão em fase de estruturação. Quanto ao espaço, observámos que há atrativos que estão associados ao contexto de propriedades privadas (n=3), outros aos espaços públicos (n=2) e outros de forma mista, envolvendo atividades em espaços públicos e privados (n=3). O que há em comum entre eles é que não são espaços construídos ou geridos para o uso exclusivo do turismo. São espaços físicos que existem em função das práticas culturais associadas, como os ranchos de pesca, as oficinas de cerâmica do bairro José Mendes, os terreiros onde são realizados os

rituais religiosos de matriz africana, os ambientes onde se cultivam os cogumelos, onde são preparadas as mudas e cultivados os alimentos orgânicos, e onde se criam os animais. Há também os espaços naturais, como a praia, os bancos de areia, os mangues, as restingas, a floresta ombrófila densa, os rios, os mares, as cachoeiras, as dunas, as ilhas e as montanhas.

Um aspecto que diferencia as estruturas dos atrativos turísticos desses projetos é que no âmbito das propriedades privadas identificamos uma maior sinalização dos recursos associados, sendo uma lacuna nos projetos em espaço público e que precisa de ser suprida. A sinalização em ambientes públicos pode servir como um marcador contíguo à atração turística, e neste sentido informar a existência de atividades e serviços associados ao TBC naquele lugar, não apenas na expectativa de despertar interesse para a sua realização, mas para socializar a existência da atividade desta natureza naquele lugar e, conseqüentemente, sinalizando a existência de bens culturais e naturais a eles associados.

Quanto à capacidade, podemos correlacionar a ideia do Turismo de Base Comunitária com a de um turismo mais artesanal (que não está ligado à indústria do turismo), com crescimento lento e de pequena escala. No âmbito do turismo convencional, a reificação do atrativo turístico é uma estratégia para atrair o máximo possível de visitantes e com fluxo constante. Associado a esta ideia, o conceito de atrativo turístico proposto por Swarbooke (2002) incorpora a maximização do público, ao considerar a deslocação de muitas pessoas como um aspecto intrínseco ao atrativo turístico. No processo de reificação do atrativo está a sacralização da vista (núcleo, para Leiper, 1990) e o ritual turístico associado (MacCannel, 2017; Edelheim, 2015).

Por sua vez, no contexto do TBC, não há a proposta de reificar o atrativo, uma vez que a intenção da sua proposta não passa por atrair muitas pessoas. A intenção é promover as vivências, associadas aos bens e significados atribuídos, respeitando sobretudo a capacidade de carga do lugar e da própria oferta. A escala reduzida é um aspecto central na oferta de TBC, não apenas relacionada com as questões dos impactes ambientais, mas sobretudo para garantir as condições necessárias em que a interação entre anfitrião e visitante pode acontecer.

Outro aspecto que identificamos nas ofertas de TBC analisadas é que, no período de investigação, todas as atividades e serviços consistiam em ofertas complementares. Isto significa considerar que a sobrevivência do anfitrião proponente não está dependente exclusivamente do turismo. Contudo, inferimos que há uma expectativa por parte de anfitriões (n=2) e representantes de

instituições parceiras (n=1) quanto ao desejo da existência de um fluxo turístico constante. No primeiro caso, do desejo de viver do TBC como atividade primária, e, no segundo caso, que do desejo que o aumento do fluxo turístico permita o maior envolvimento de pessoas nos coletivos de TBC. Todavia, entendemos que a dependência do fluxo turístico para a sobrevivência pode interferir na autenticidade da oferta e na sua descaracterização, uma vez que pode haver pressão para a adaptação da oferta às exigências de mercado.

Quanto ao aspeto temporal da categoria organizacional do atrativo turístico, durante a nossa investigação, o fluxo dos visitantes foi flutuante em todos os projetos. Acreditamos que as razões que justificam este aspeto estão relacionadas com várias questões, destacando-se a disponibilidade dos anfitriões para promover as visitas, uma vez que as vivências com visitantes são complementares às atividades exercidas pelos anfitriões. A fase inicial das propostas de visitação é também uma razão que justifica o fluxo irregular dos visitantes, devido a aspetos relativos à captação de públicos (n=3) que pudessem torná-los mais frequentes. A dificuldade em comercializar a oferta turística (n=2) também foi um aspeto evidenciado nas entrevistas. Por fim, os impactes gerados pela pandemia de COVID-19 também foram mencionados como responsáveis pela interrupção, parcial ou total, das ofertas de atividades e serviços aos visitantes.

Quanto à frequência das visitas, se múltiplas ou únicas, há um potencial para que sejam múltiplas, uma vez que há propostas diversas de atividades. Como exemplo, no âmbito do Projeto Piloto da RESEX do Pirajubaé, realizámos o Roteiro das Tipitingas, mas estava programada para 2021 a inauguração de um roteiro que inclui navegação pelo Rio Tavares para conhecer o maior manguezal do sul do Brasil, e que foi implementado conforme previsto.

Analisando os núcleos dos atrativos dos sete projetos que integram o nosso estudo de caso, referimo-nos a uma significativa diversidade de lugares de pertencimento. O Quadro 19 propõe uma proposta de classificação dos núcleos identificados nos referidos projetos.

Quadro 19 – Núcleos dos atrativos turísticos dos projetos da Rede TBC Floripa

Património cultural	Cultura do nativo Ilhéu	Gastronomia (n=5). Engenhos de farinha (n=4). Território da pesca artesanal da tainha (n=1). Religiosidade (n=1). Cerâmica representativa e utilitária da cultura ilhoa (n=1). A pesca na Baía Sul e a extração do berbigão nos bancos de areia (n=1).
	Afrodescendentes	Religiões e culturas de matriz africana (n=1).
Património natural e sustentabilidade	Biodiversidade	Reconhecimento das espécies da fauna e da flora que estão presentes no bioma Mata Atlântica (n=5). O manguezal no estuário do Rio Tavares, a fauna e flora de todo este território (n=1).
	Agroecologia	A agricultura orgânica (n=2). Os sistemas agroflorestais (para recuperação do solo) e as roças consorciadas (prática dos antepassados) (n=1). Consumo de produtos disponíveis na natureza, usados no passado e que deixaram de ser consumidos (n=1). A produção de cogumelos no contexto de uma chácara agroecológica construída com bio construção (n=1). Compostagem e horta comunitária, pedagógica e urbana (n=1).
Património arqueológico		Oficinas líticas e sambaquis (n=2).
Património histórico		O campo de aviação e o morro do Lampião, associados à passagem de Saint-Exupéry pelo Campeche (n=1). Relatos históricos associados ao bairro José Mendes (n=1).
Outros		Formação geológica da ilha e a observação dos astros a partir de uma enseada no bairro José Mendes (n=1).

Fonte: dados obtidos nas entrevistas aos anfitriões e no trabalho de campo realizado nos meses de novembro e de dezembro de 2020.

Os núcleos destes atrativos deixam explícita a valorização das culturas associadas pelos anfitriões proponentes dos projetos de TBC. São núcleos de atrativos relativos às culturas dos povos primitivos, dos afrodescendentes e dos descendentes dos colonizadores açorianos. São culturas associadas à pesca, à agricultura, à religiosidade, entre outras. Trata-se de culturas marginalizadas socialmente, o que pode justificar a sua quase total ausência nas narrativas dos bloguistas analisados nesta tese.

Outro aspeto que caracteriza os atrativos turísticos dos projetos TBC é que eles estão associados à vida quotidiana dos sujeitos que os propõem. Quanto a este aspeto, reside aqui a diferença em relação ao atrativo turístico do turismo hegemónico, uma vez que neste, as narrativas dos lugares separam o mundo do turismo do mundo da vida quotidiana, já que certas áreas e lugares são sacralizados (Edelheim, 2015; Mac Cannell, 2017). O próprio processo de sacralização, sobretudo em destinos consolidados, com grande apelo turístico, passa pelo esvaziamento da vida quotidiana dos residentes, transformando-os em ambientes para atender às necessidades turísticas. Este aspeto é diferenciador no que diz respeito ao modelo de Turismo de Base Comunitária. O que fundamenta a proposta das visitas, como foi evidenciado no *item* 6.3.1., é a definição de estratégias de valorização destes lugares, que têm nas visitas e no aspeto educacional intrínseco uma estratégia de consciencialização e consequente valorização dos bens culturais e naturais (núcleos do atrativo) associados aos projetos.

Quanto aos marcadores, esta é sem dúvida uma das maiores lacunas dos projetos TBC da Rede TBC Floripa e um aspeto central para a consolidação das suas ofertas. Os marcadores de promoção turística para a oferta de TBC devem ser percebidos como estratégia para comunicar ao público a sua existência, selecionar o referido público e, numa visão mais utópica, “formar” o próprio público. Isto porque públicos com valores dissonantes dos valores associados às propostas de visita não o reconhecerão como uma vivência significativa e tampouco contribuirão para a finalidade dos projetos a que está associada a salvaguarda do património natural e cultural. Outro aspeto importante e que pode fortalecer os marcadores da oferta TBC é a associação das propostas de visita a outros projetos que tenham afinidade com a temática.

## **6.7. Síntese**

A apresentação e análise dos projetos de TBC que integram a Rede TBC Floripa e que compõem o nosso estudo de caso foram realizadas neste capítulo. Iniciámos com a caracterização dos projetos através de uma breve descrição do contexto da sua proposta, a apresentação do anfitrião e do núcleo do atrativo. Usámos fontes primárias e secundárias para a referida caracterização e a partir delas foram evidenciados alguns aspetos que identificam os anfitriões proponentes dos projetos e os atrativos turísticos das ofertas de TBC. Surpreendeu-nos positivamente a diversidade de lugares existentes na Ilha valorizados pelos que possuem uma relação de interioridade e que procuram dar visibilidade a estes lugares.

A perspectiva dos anfitriões proponentes dos projetos de TBC e dos representantes das instituições parceiras também foi analisada a partir da análise de conteúdo das informações obtidas mediante inquérito por entrevista semiestruturada. Esta análise permitiu-nos identificar que é recente a proposta das vivências e dos serviços associados ao Turismo de Base Comunitária e está a ser constituída ao mesmo tempo que se vai aprofundando o debate sobre o TBC. Neste sentido, as instituições parceiras têm um papel estratégico na disseminação destas reflexões junto dos anfitriões proponentes, tendo um papel indutor, sobretudo na promoção do trabalho coletivo das ofertas de TBC.

Concluimos o capítulo caracterizando os atrativos turísticos associados aos projetos de TBC, identificando a diversidade de lugares e a singularidade associada à interpretação dos lugares a partir da relação de interioridade dos anfitriões. Por fim, reconhecemos como premissa para o TBC a relação de interioridade de lugar dos anfitriões, seja ela existencial ou empática, aspeto que requer investigações futuras para que o TBC possa ser mais bem compreendido.

## **Capítulo 7**

### **Considerações Finais**

### **7.1. Principais ilações e respostas às questões de investigação e aos objetivos delineados**

O contributo desta pesquisa na produção de conhecimento sobre o Turismo de Base Comunitária resulta de uma análise fundamentada no campo teórico da Geografia, particularmente no âmbito da Geografia Humanista, associada ao lugar e numa abordagem fenomenológica a partir da experiência vivida. Esta proposta de análise permitiu-nos compreender com mais profundidade aspetos centrais na caracterização dos anfitriões proponentes do Turismo de Base Comunitária e dos projetos que integram a Rede TBC Floripa.

A partir dos estudos académicos sobre atrativos turísticos, procurámos contextualizar o turismo em Florianópolis através da análise dos núcleos e narrativas dos atrativos turísticos propostos nos blogues de viagem e no *site* oficial do órgão gestor municipal do turismo da cidade, diferenciando-os dos núcleos associados aos atrativos turísticos propostos nas iniciativas de TBC da Rede TBC Floripa. Partimos da premissa de que os turistas constroem os atrativos a partir do texto com o qual entram em contacto e que este texto reflete a sociedade que o produz (Edelheim, 2015). Neste sentido, corroboramos da premissa de Edelheim (2015) ao considerar que os atrativos podem potencializar uma mudança cultural quando estão associados a aspetos de cariz educativo, assim como podem ser bastiões da manutenção da cultura hegemónica.

Quanto à primeira questão norteadora da nossa investigação (1. *Em que é que se diferenciam os atrativos turísticos dos projetos de TBC em Florianópolis e as representações dos blogues e do site oficial de turismo em relação ao turismo na capital catarinense?*), especificamente no que diz respeito aos aspetos que diferenciam os atrativos turísticos dos projetos de TBC em Florianópolis e os atrativos turísticos propostos nos blogues de viagem e no *site* oficial de turismo da cidade, foi possível fazer algumas constatações. A partir da análise das narrativas associadas aos núcleos dos atrativos turísticos referidos nos oito blogues que compuseram a nossa base de dados, concluímos que a *vivência incidental de exterioridade com o lugar* marca a experiência turística dos visitantes. Os lugares são percebidos como cenários para a realização das atividades, com pouca diferenciação em termos dos significados atribuídos pelos sujeitos que possuem uma relação de interioridade.

A análise também permitiu reafirmar a constatação já feita por outros investigadores de que a natureza mercadológica das atividades turísticas impacta tanto os lugares quanto os seus significados

sociais. Um aspecto representativo desta ideia foi a análise feita sobre os marcadores que caracterizaram o núcleo, nomeadamente o Património Histórico, associado ao Mercado Público, evidenciando a existência das práticas de gentrificação. Em consequência desta prática, acontece o que Relph (1976) e Marandola Jr. (2016) denominam de *lugar sem lugaridade*, uma vez que há a erradicação de lugares distintos e a criação de paisagens padronizadas. Outra contradição evidenciada nesta análise em particular, é que a roda de capoeira, declarada pela UNESCO como património cultural imaterial da humanidade, e pelo IPHAN como património nacional, que deveria ter um espaço central numa proposta de turismo associada aos significados dos bens da cidade, é negligenciada, assim como uma parcela significativa do património cultural e do património natural de Florianópolis, que nem sequer é mencionado pelos bloguistas. A presença da roda no Mercado Público é também um marcador alusivo à presença dos afrodescentes em Florianópolis e que não estão visíveis na narrativa turística da cidade.

A forma e o conteúdo da proposta dos atrativos turísticos presentes no *site* oficial de turismo vinculado ao órgão gestor municipal, conforme exposto no Capítulo 5 desta tese, revelaram a possível omissão do referido órgão na promoção da oferta turística associada ao património cultural e natural da cidade. Além da dificuldade de acesso à informação, são limitados os textos associados aos núcleos dos atrativos propostos no *site*, assim como incompletos. Por seu turno, a sua forma de apresentação é deficitária na promoção da visitação, evidenciando as limitações e possível desinteresse pelo referido órgão gestor na promoção dos bens culturais e naturais da cidade.

Considerando as inovações tecnológicas e a importância dos marcadores (referidos no Capítulo 2 desta tese), particularmente quanto aos marcadores de trânsito e aos marcadores contíguos aos atrativos turísticos que podem tanto existir fisicamente no espaço, como associados a aplicações digitais, são inexistentes ou têm pouca expressão. Não identificámos no *site* a proposta de rotas e de circuitos como instrumento de gestão da oferta e da proposta de vivências do espaço turístico.

Por sua vez, identificámos que os núcleos dos atrativos turísticos associados às iniciativas de TBC da Rede TBC Floripa são diversos e ao mesmo tempo têm aspetos que os singularizam. A diversidade está na heterogeneidade de contextos sócio-históricos culturais que marcam a sua existência e no valor que lhes é atribuído pelos agentes sociais (anfitriões proponentes), que procuram dar-lhe visibilidade. Na diversidade destes núcleos há aspetos que os assemelham. São núcleos de atrativos significados pelos anfitriões que os propõem como motivadores de visitação dada a relação de interioridade estabelecida com os lugares e a procura da sua valorização. São núcleos de atrativos que

permitem caracterizar uma diversidade de lugares tal como eles se encontram, associados à vida cotidiana dos seus sujeitos. Neste sentido, há a necessidade de identificar quem são os visitantes que procuram compreender e familiarizar-se com o lugar visitado. Visitantes que se interessem em conhecer o quotidiano das pessoas que vivem nos lugares e ter um comportamento empático, com um esforço deliberado em perceber os significados associados. Os marcadores geradores de trânsito e contíguos aos atrativos dos projetos de TBC são incipientes e em alguns casos inexistentes, enfraquecendo a sua atratividade.

A segunda questão norteadora da nossa investigação (*2. Qual é a percepção dos anfitriões e dos representantes das instituições parceiras em relação aos projetos de TBC em que estão envolvidos?*) referiu-se à percepção dos anfitriões e dos representantes das instituições parceiras dos projetos de TBC que compõem a Rede TBC Floripa. Os nossos entrevistados convergiram quanto à finalidade do TBC, nomeadamente na valorização e preservação dos bens culturais e naturais associados aos lugares de interioridade dos anfitriões proponentes dos projetos de TBC. Quanto aos projetos de TBC da Rede TBC Floripa, são ofertas ainda não consolidadas, em processo de formatação, tendo mais de metade delas sido idealizadas nos últimos cinco anos.

A informalidade da oferta foi uma característica nos projetos de TBC. Os marcadores turísticos, sejam eles marcadores geradores, de trânsito ou contíguos, são insuficientes para promover a captação do público desejado para as atividades e serviços propostos pelos projetos. Estes aspetos apresentam, de certo modo, a fragilidade dos projetos quanto à promoção e comercialização das atividades e serviços. As instituições parceiras são reconhecidas como orientadoras quanto às “regras” (diretrizes) que fundamentam as atividades e serviços propostos nos projetos de TBC. Os mecanismos de acompanhamento e apoio aos projetos divergem em cada instituição, mas convergem na captação de recursos através de editais de fomento. A identificação da necessidade de mais pessoas da comunidade nos projetos, identificada pelos representantes das instituições parceiras como uma fraqueza associada aos projetos de TBC, não foi mencionada pelos anfitriões proponentes com a mesma importância.

A terceira questão da nossa investigação (*3. Qual é a relação entre os anfitriões proponentes dos projetos e os recursos dos atrativos turísticos propostos nos projetos?*) procurou compreender os anfitriões do Turismo de Base Comunitária. As categorias propostas por Relph (1976) permitiram evidenciar alguns aspetos. A partir das suas reflexões, identificámos que os sentidos e as identidades concedidos a um lugar não são fixos e variam conforme os diferentes graus de envolvimento dos

indivíduos ou coletivos em relação a esse lugar. O lugar pode ser compreendido numa relação de interioridade (*insiderness*), para quem se identifica com ele, ou num sentido de separação, de rutura, para quem tem uma relação de exterioridade (*outsiderness*) com o lugar (Relph, 1976; Marandola Jr., 2016; Seamon, 2017). O TBC, diferentemente do turismo convencional, tem na relação dos sujeitos que vivem o território o aspeto central para a proposta do atrativo turístico. Já no turismo convencional há o apagamento dos sujeitos que vivem nos destinos turísticos e dos diferentes significados atribuídos, sobressaindo narrativas homogeneizadas do destino turístico, associadas a propostas de mercantilização de produtos turísticos. Estas inferências conduziram à identificação de que a relação de interioridade de lugar pode servir como uma premissa para a identificação dos anfitriões do TBC. Os diferentes níveis de relação de interioridade com o lugar permitiram-nos reconhecer a existência de vínculos de pertencimento numa perspetiva existencial, mas também numa relação empática. O que ambos têm em comum é a existência de sujeitos que procuram na ação individual ou coletiva, agir na proteção destes lugares de pertencimento como ficou evidenciado na análise das narrativas das entrevistas aos anfitriões. A consciência sobre a importância dos lugares com os quais se mantém vínculo e o desejo de os valorizar é um aspeto que caracteriza o anfitrião proponente dos projetos.

A quarta e última questão norteadora da tese sobre *Que orientações podem ser propostas que permita aos anfitriões potencializar a atratividade turística dos projetos consoante as premissas do TBC?* é respondida no próximo item (7.2.).

Relativamente aos objetivos traçados a partir das questões norteadoras reconhecemos que foram alcançados. No Capítulo 1 e 2 caracterizámos os conceitos de Turismo de Base Comunitária, de lugar como fenómeno da experiência vivida e de atrativos turísticos. No Capítulo 5 procurámos caracterizar o turismo em Florianópolis a partir da análise dos atrativos turísticos propostos para a cidade pelos blogues de viagem e pelo *site* oficial de turismo da cidade. Por sua vez, no Capítulo 6, foi caracterizada a relação de interioridade de lugar dos anfitriões, tendo a relação de lugar fenomenológico como referencial, e foram analisados os atrativos turísticos dos projetos de TBC e correlacionados com a teoria do TBC e dos Sistemas de Atrativos Turísticos.

## **7.2. Contributos do estudo e orientações para os proponentes**

A pesquisa desenvolvida permitiu trazer para o debate académico do TBC e para os proponentes e parceiros deste tipo de oferta de turismo, a importância do entendimento dos elementos que compõem os atrativos turísticos, em especial, os marcadores turísticos. A evidência do caráter

central dos marcadores (narrativas) como os responsáveis pela representação dos atrativos turísticos só foi possível com a desnaturalização da atratividade (*item 2.4.3.*), que é recorrentemente referida no âmbito académico como uma característica intrínseca ao núcleo do atrativo.

Utilizando o Sistema de Atrativos Turísticos (Leiper, 1990), foi possível identificar aspetos que diferenciam os atrativos turísticos do turismo convencional e do Turismo de Base Comunitária e, neste sentido, a possibilidade de haver um menor interesse pelos atrativos turísticos do TBC, já que não estão associados à proposta hegemónica de turismo. Neste modelo de turismo, os valores atribuídos aos atrativos estão mais direcionados para a procura, associada ao estatuto social, ao estilo de vida e à restauração das energias (Britton, 1991). Por sua vez, os atrativos turísticos do TBC são propostos a partir dos valores associados aos sujeitos que os identificam como um bem, como um património e valorizados por estarem associados aos seus lugares de pertencimento. Coaduna-se, portanto, com a proposta de associar as ofertas de TBC ao processo de valorização do património pelos próprios residentes. Neste sentido, no campo da educação patrimonial, o envolvimento de instituições de ensino na perspetiva dos discentes como público cativo deste tipo de oferta, pode ser uma estratégia para a consolidação da oferta e alcance do seu propósito.

A curto prazo, identificamos a necessidade de fortalecer o nível de conhecimento dos anfitriões envolvidos nas iniciativas no que diz respeito aos aspetos que conferem valor aos projetos e direcionar este conhecimento para a qualificação das atividades e serviços associados à oferta de TBC. Reconhecemos que a formação associada ao aprofundamento do conhecimento sobre os lugares de pertencimento como estratégia para o aumento do nível de consciência da importância do lugar pode potencializar a oferta de TBC, no sentido de procurar a sua maior efetividade quanto à finalidade dos projetos. Relacionada com esta ideia está a necessidade de produção de marcadores (textos independentes) sobre os projetos e os aspetos que lhe conferem valor. É a partir deste trabalho que deve ser elaborado o material para a promoção das visitas e serviços oferecidos pelos projetos. O material de divulgação das visitas deve ter caráter educativo e comunicar as especificidades que caracterizam cada projeto. Acreditamos que a produção de textos publicitários, vídeos, documentários, reportagens, que comuniquem os significados atribuídos aos núcleos dos atrativos contribuirá para a efetividade do projeto relativamente às intenções com as visitas.

A interação entre as instituições parceiras dos projetos, dado o papel estratégico no apoio concedido aos projetos, também é um aspeto que identificamos como necessário para o fortalecimento das ofertas de TBC. Entendemos que os debates e reflexões sobre os princípios, e estratégias adotadas

para orientar as ofertas de TBC permitirão identificar os caminhos mais adequados para o alcance das finalidades.

A ampliação dos canais de divulgação, além da rede social de cada um dos projetos, é também um aspeto que pode ser mais efetivo no alcance de públicos para as ofertas de TBC. Propomos que a curto e a médio prazo seja criada e alimentada a rede de apoio com parceiros que têm relação com os aspetos relativos aos projetos, para que auxiliem no processo de divulgação das atividades promovidas, a nível local, regional, estadual, nacional e internacional.

Identificamos também a necessidade de integração das ofertas de TBC através da proposta de rotas temáticas como ferramenta intencional e interpretativa dos lugares (MacLeod, 2016). A proposta de narrativas que integrem os lugares pode ser proposta em rotas temáticas, permitindo, desta forma, ampliar a compreensão sobre os lugares e diversificar as experiências dos visitantes.

A médio prazo, reconhecemos a importância da formalização da Rede TBC Floripa, mediante a estruturação e legalização da associação, que permita, no trabalho conjunto, otimizar as energias e unir forças para a promoção das ofertas de TBC. Reafirmamos o nosso entendimento de que o TBC não se assume apenas pelas ações relacionadas com a gestão da oferta turística, mas sobretudo pelas ações coletivas de proteção dos bens naturais e culturais vinculados aos lugares de pertencimento. Neste sentido, um dos aspetos que precisa de ser perseguido pelas comunidades de TBC em Florianópolis, com total apoio das instituições parceiras, é a ocupação dos espaços de governança do turismo de Florianópolis, nomeadamente o Conselho de Turismo da cidade.

### **7.3. Limites do estudo e investigações futuras**

A limitação gerada pelas restrições da pandemia de COVID-19 impediu-nos de ter acesso ao material publicitário disponibilizado nos CAT e de realizar o inquérito aos técnicos dos referidos centros. Limitou-nos também o conhecimento de um dos projetos da Rede TBC Floripa, e de realizar três vivências dos projetos, conforme havíamos planeado inicialmente.

Para pesquisas futuras, reconhecemos ser necessário investigar os projetos a longo prazo, procurando identificar as limitações e os desafios no desenvolvimento das iniciativas. Desenvolver investigações que avaliem o resultado das ofertas de TBC no alcance das finalidades de salvaguarda dos bens naturais e culturais. Investigar as ofertas de TBC desenvolvidas no contexto brasileiro no que se refere ao protagonismo comunitário, em particular a constituição das comunidades de TBC e o perfil dos públicos alcançados.

## BIBLIOGRAFIA

### Livros, artigos, dissertações, teses & relatórios

- Almeida, ES 2010, 'Geologia da Ilha-SC', in IPUF, *Atlas do Município de Florianópolis*, IPUF, Florianópolis, pp. 19-23.
- Antonsich, M 2010, 'Searching for belonging: an analytical framework', *Geography Compass*, vol. 4, no. 6, pp. 644-659.
- Araújo, M 2011, 'O início do pensamento em torno do Turismo de Base Comunitária: estudo de caso na comunidade de Galiléia, município de Caparaó, Minas', *Turismo em Análise*, vol. 22, no. 2, pp. 238-276.
- Assis, GC & Peixoto, RCD 2019 *Is tourism a gift? 'An "ethnography of exchange" and the offer of so-called "community-based tourism" experience in Anã/Santarém/Pará'*, *Brazilian Journal of Tourism Research*, vol. 13, no. 2, pp. 144-160.
- Assis, LP 2000, *Planos, ações & experiências na transformação da "pacata" Florianópolis em capital turística*, dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Augé, M 1994, *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Papirus, Campinas.
- Azereido, VG 2016, 'Bairro como lugar do vivido', *Geosaberes*, vol. 7, no. 13, pp. 40-50.
- Azevedo, A, Mattos, F & Bartholo, R 2015, 'Entre o espaço e o lugar: considerações sobre o Campo de Santana e a Casa de Deodoro na dinâmica cultural e turística da cidade do Rio de Janeiro', *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 15, no. 3, pp. 251-262.
- Azevedo, AF de 2008, *A ideia da paisagem*, Figueirinhas, Porto.
- Azevedo, AF de 2012, *A experiência de paisagem*, Figueirinhas, Porto.
- Bahl, M 2012, 'Roteiros e eventos como elementos dinâmicos no desenvolvimento regional do turismo', in Bahl M & Nitsche LB (eds), *Planejamento de roteiros turísticos*, Asterisco, Porto Alegre, pp. 37-54.
- Bardin, L 2009, *Análise de conteúdo*, 5th edn, Edições 70, Lisboa.
- Barre, S & Brouder, P 2015, 'Culinary tourism', in Jafari F & Xiao H (eds), *Encyclopedia of Tourism*, Springer International Publishing, Switzerland, n. p.
- Bartholo, R 2009, 'Sobre o sentido da proximidade: implicações para um turismo situado de base comunitária', in Bartholo R, Sansolo DG & Bursztyn I (eds), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares & experiências brasileiras*, Letra & Imagem, Rio de Janeiro, pp. 45-54.
- Bartholo, R, Campos, A, Bursztyn, I, Egrejas, M & Lima, RP de 2011, *Marco referencial teórico para o Turismo de Base Comunitária*, viewed 23 August 2019, <<https://www.yumpu.com/pt/document/read/12868402/marco-referencial-teorico-para-o-turismo-de-base-comunitaria>>.
- Bartoly, F 2011, 'Debates e perspectivas do lugar na geografia', *Geographia*, vol. 13, no. 26, pp. 66-91.
- Bastos, RL & Teixeira, A 2004, 'A arqueologia de Florianópolis', in IPUF, *Atlas do Município de Florianópolis*, IPUF, Florianópolis, pp. 61-67.

Beck, L & Cable, TT 2011, *The Gifts of Interpretation: fifteen guiding principles for interpreting nature and culture*, 3<sup>rd</sup> ed., Sagamore Publishing, Urbana (IL).

Bell, C & Lyall, J 2002, 'The accelerated sublime: thrill-seeking adventure heroes in the commodified landscape', in Coleman S & Crang M (eds), *Tourism: between place and performance*, Berghahn, New York/Oxford, p. 21-34.

Benckendorff, P 2015, 'Attraction, tourism', in Jafari F & Xiao H (eds), *Encyclopedia of Tourism*, Springer International Publishing, Switzerland, n. p.

Bernier, ET 2006, 'Rutas culturales: recurso, destino y producto turístico', *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, no. 60, pp. 84-97.

Betti, P & Denardin, VF 2019, 'Turismo de base comunitária e desenvolvimento local em Unidades de Conservação: estudo de caso no Restaurante Ilha das Peças, Guaraqueçaba – PR', *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 19, no. 1, n.p, acesso em 5 setembro 2020, <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1534/606>>.

Bhati, A & Pearce, P. 2017, 'Tourist attractions in Bangkok and Singapore: linking vandalism and setting characteristics', *Tourism Management*, vol. 63, pp. 15-30.

Bing Pan, TM & Crotts, JC 2007, 'Travel blogs and the implications for destination marketing', *Journal of Travel Research*, vol. 46, no. 1, pp. 35-45.

Boonratana, R 2010, 'Community-based tourism in Thailand: the need and justification for an operational definition', *Kasetsart Journal: Social Sciences*, vol. 31, no. 2, pp. 280-289.

Brandão, CR & Borges, MC 2014, 'O lugar da vida: comunidade e comunidade tradicional', *Campo – Território: Revista de Geografia Agrária*, vol. 9, n. 18, pp. 1-23.

Brasil, Ministério do Turismo 2007, *Roteiros do Brasil: Programa de Regionalização do Turismo: Introdução à Regionalização do Turismo*, Ministério do Turismo, Brasília.

Brito, F 2006, 'O deslocamento da população brasileira para as metrópoles', *Estudos Avançados*, vol. 20, n. 57, pp. 221-236.

Britton, S 1991, 'Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism', *Environment & Planning D: Society & Space*, vol. 9, no. 4, pp. 451-478.

Britton, SG 1982, 'The Political Economy of Tourism in the Third World', *Annals of Tourism Research*, vol. 9, no. 3, pp. 331-358.

Broglioli, AF 2020, *Representação da identidade local na folheteria bilingue do turismo em Florianópolis: uma análise crítica*, tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Brum, JLS 2015, 'Entre lugares e deslugares: um olhar teórico a partir de Relph & Augé', *Anais do XVI ENANPUR - Espaço, planejamento e insurgências*, Belo Horizonte, 18-21 May 2015, vol. 16, no. 1, pp. 1-13.

Burgos, A & Mertens, F 2016, 'As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa', *Tourism & Management Studies*, vol. 12, no. 2, pp. 18-27.

- Bursztyn, I & Bartholo, R 2012, 'O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas', *Revista Sustentabilidade em Debate*, vol. 3, no. 1, pp. 97-116.
- Bursztyn, I, Bartholo, R & Delamaro, M 2009 'Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil', in Bartholo R, Sansolo DG & Bursztyn I (eds), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares & experiências brasileiras*, Letra & Imagem, Rio de Janeiro, pp. 76-91.
- Butler, R 1992, 'Alternative tourism: the thin end of the wedge', in Smith V & Eadington W (eds), *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 31-46.
- Campos Filho, AV, Silva, FPS, Chaves, IMF, Araújo, MC & Cazenave-Tapie, R 2012, *Cartilha (in)formativa sobre Turismo de Base Comunitária: "O ABC do TBC"*, EDUNEB, Salvador.
- Campos, NJ de 2002, 'Usos e formas de apropriação da terra na Ilha de Santa Catarina', *Geosul*, vol. 17, n. 34, pp. 113-136.
- Campos, NJ de 2009 'Açorianos do litoral catarinense', *Arquipélago: História*, 2ª Série, XIII, pp. 177-201.
- Cañada, E 2015, 'La comercialización del turismo comunitario en América Latina', *Anuario de Estudios Centroamericanos*, vol. 41, no. 1, p. 159.
- Carlos, AFA 1996, 'O turismo e a produção do não-lugar', in Yázigi E, Carlos AFA & Cruz RCA da (eds), *Turismo: espaço, paisagem e cultura*, Hucitec, São Paulo, pp. 25-37.
- Carrelas, DC, Brognoli, A, Hickenbick, C 2021, 'Place Insideness, the Host and Community-Based Tourismária', no prelo.
- Carvalho, A & Saboya, RT 2017, 'A localização residencial em uma cidade vertical: um estudo sintático em Florianópolis', *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, vol. 9, no. 3, pp. 414-429.
- Casson, L 1974, *Travel in the ancient world*, Kakkert, Toronto.
- Castells, ANG de 2018, 'O Paradoxo dos centros históricos: o caso de Florianópolis', *Ilha: Revista de Antropologia*, vol. 20, no. 2, pp. 027-052.
- CECCA/FNMA 1996, *Uma cidade numa ilha: relatório sobre os problemas sócio-ambientais da Ilha de Santa Catarina*, Insular, Florianópolis.
- Cevasco, ME 2003, *Dez lições sobre estudos culturais*, Boitempo, São Paulo.
- Cisne, R 2011, 'Por um pensar complexo do turismo: o roteiro turístico sob a lógica dos fluxos', *Rosa dos Ventos*, vol. 3, no. 3, pp. 359-367.
- Cisne, RNC & Gastal, S 2009, 'A produção acadêmica sobre Roteiro Turístico: um debate pela superação. Anais do VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 10-11 setembro 2009, São Paulo, vol. 10, pp. 1-12.
- Claval, P 2011, 'Geografia Cultural: um balanço', *Geografia*, vol. 20, no. 3, pp. 5-24.
- Cohen, E 2005, 'Principales tendencias en el turismo contemporáneo', *Política y Sociedad*, vol. 42, no.

1, pp. 11-24.

Cole, S 2005, 'Cultural Tourism, community participation and empowerment', in Smith M & Robinson M (eds), *Cultural tourism in a changing world: politics, participation and (re)presentation*, Channel View Publications, Clevedon/Buffalo/Toronto, Capítulo 6, pp. 89-103.

Cole, S 2007, 'Beyond authenticity and commodification', *Annals of Tourism Research*, vol. 34, no. 4, pp. 943-960.

Coleman, S & Crang, M 2012, 'Grounded tourists, travelling theory, in Coleman S & Crang M (eds), *Tourism: between place and performance*, Berghahn, New York/Oxford, n.p.

Commission of the European Communities, World Tourism Organization, United Nations Statistics Division 2001, *Tourism satellite account: recommended methodological framework*, United Nations, Luxembourg/Madrid/New York/Paris.

Conceição, ML da 2015, 'O topocídio da Ponte Hercílio Luz', *Resgate: revista interdisciplinar de cultura*, vol. 23, no. 30, pp. 119-130.

Conceição, ML da 2018, 'Mercado Público: chave para conhecer Florianópolis', *VIRUS*, vol. 16, n. p., acesso em 12 setembro 2020, <<http://www.nomads.usp.br/virus/virus16/?sec=4&item=4&lang=en>>.

Cooper, C Hall, M & Trigo, LGG 2011, *Turismo contemporâneo*, Elsevier, Rio de Janeiro.

Coriolano, LNMT 2008, 'O turismo comunitário no nordeste brasileiro. *Anais do V Seminário Da ANPTUR*, 25-26 August 2008, Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, n. p., acesso em 19 outubro 2019, <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/32.pdf>>.

Corrêa, RL 2011, 'Denis Cosgrove: a paisagem e as imagens', *Espaço & Cultura*, vol. 29, pp. 7-21.

Cosgrove, D 1989, 'A Geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas', in Corrêa RL & Rosendahl Z (eds), *Paisagem, Tempo e Cultura*, EDUERJ, Rio de Janeiro, pp. 93-122.

Costa, AF da 2002, 'Identidades culturais urbanas em época de globalização', *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 17, no. 48, pp. 16-30.

Coutinho, CP 2018, *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: teoria e prática*, Almedina, Coimbra.

Covello, C 2018, *O patrimônio geológico e sítios de geodiversidade do município de Florianópolis/SC: estratégias de geoconservação*, tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Crang, M 2014, 'Cultural Geographies of Tourism', in Lew AA, Hall CM & Williams AM (eds), *The Willey Blackwell Companion to Tourism*, Willey-Blackwell, Oxford, pp. 74-84.

Crouch, D 2002, 'Surrounded by place: embodied encounters', in Coleman S & Crang M (eds), *Tourism: between place and performance*, Berghahn, New York/Oxford, p. 207-218.

Dangi, TB & Jamal, T 2016, 'An integrated approach to "sustainable community-based tourism"', *Sustainability*, vol. 8, no.5, pp. 1-32.

De Kadt, E 1979, *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.

- De Kadt, E 1992, 'Making the alternative sustainable: Lessons from development for tourism, in Smith V & Eadington W (eds), *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 47-75.
- De Stefani, C 2014, *Elaboração de roteiros turísticos: Do planejamento à precificação de viagens*, Curitiba, IntersAberes.
- Dernoi, LA 1981, 'Alternative tourism: Towards a new style in North-South relations, *International Journal of Tourism Management*, vol. 2, no. 4, pp. 253-264.
- Dodds, R, Ali, A & Galaski, K 2018, 'Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism, *Current Issues in Tourism*, v. 21, no. 13, pp. 1547-1568.
- Dolezal, C 2011, 'Community-Based Tourism in Thailand: (Dis-)Illusions of Authenticity and the Necessity for Dynamic Concepts of Culture and Power, *ASEAS: Austrian journal of South-East Asian studies*, vol. 4, no. 1, pp. 129-138.
- Dolezal, C 2014, 'Understanding the meaning and possibilities of empowerment in community-based tourism in Bali, in Egger R & Maurer C (eds), *ISCONTOUR 2014 – Tourism Research Perspectives*, 5 Maio 2014, IMC FH Krems, Austria, Books on Demand, Auflage, pp. 117-127.
- Dolezal, C 2015, *Questioning empowerment in community-based tourism in rural Bali*, tese de doutoramento, University of Brighton, Brighton.
- Dorigon, C & Renk, A 2018, 'Os sítios simbólicos de pertencimento dos colonos e dos caboclos do oeste de Santa Catarina', *Revista Grifos*, vol. 27, no. 45, pp. 140-158.
- Easthope, H 2016, 'Losing control at home?', in Freestone R & Liu E (eds), *Place and Placelessness Revisited*, Routledge, New York, London, pp. 108-119.
- Edelheim, JR 2015, *Tourist Attractions: from object to narrative*, Channel View Publications, Bristol/Buffalo/Toronto.
- Egrejas de Melo, M 2014, *Roteirização dialogal: a construção de roteiros turísticos com a participação da comunidade local*, tese de doutoramento, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Egrejas, M, Bursztyn, I & Bartholo, R 2013, 'La valoración del diálogo en la construcción e implementación de rutas turísticas: Proyectos Palacios de Rio y Central de Turismo Comunitario de la Amazonia – Brasil, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 22, pp. 1160-1181.
- Elliott, A & Urry, J 2010, *Mobile lives*, Routledge, London/New York.
- Eom, T & Han, H 2019, 'Community-based tourism (TourDure) experience program: a theoretical approach, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol. 36, no. 8, pp. 956-968.
- Ernawati, NM, Sanders, D & Dowling, R 2017, 'Host-Guest orientations of community-based tourism products: A case study in Bali, Indonesia', *International Journal of Tourism Research*, vol. 19, no. 3, pp. 367-382.
- Faccio, MGA 1997, *O Estado e a transformação do espaço urbano: A expansão do Estado nas décadas de 60 e 70 e os impactos no espaço urbano de Florianópolis*, dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Fairclough, N 2001, *Language and Power*, 2<sup>nd</sup> edn, Routledge, London/New York.

Fairclough, N 2003, *Analyzing discourse: textual analysis for social research*, Routledge, London/New York.

Fairclough, N 2008, 'El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades', *Discurso & Sociedad*, vol. 2, no. 1, pp. 170-185.

Fairclough, N 2013, 'Critical discourse analysis and critical policy studies', *Critical Policy Studies*, vol. 7, no. 2, pp. 177-197.

Felix, A 2020, *Ambientes de sedimentação e sistemas deposicionais do Holoceno costeiro na Ilha de Santa Catarina - SC/Brasil*, tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Fernandes, A, Pais, C & Pereira, E 2009, 'A importância das atrações turísticas no fomento do Turismo', *Actas do 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde e 2º Congresso Lusófono de Ciência Regional*, 6-11 julho 2009, Cidade da Praia, Cabo Verde, pp. 1440-1462, acesso em 13 março 2019, <<http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2014/112A.pdf>>

Ferreira, FAC 1992, *Avaliação do impacto sócio-ambiental da atividade turística na ilha de Santa Catarina: Estudo de caso do Projeto Jurerê Internacional*, Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Ferreira, SL 1998, *O Banho de Mar na Ilha de Santa Catarina*, Editora das Águas, Florianópolis.

Ferreti, OE 2013, *Os espaços de natureza protegida na Ilha de Santa Catarina, Brasil*, tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Ferretti, OE 2019, 'Áreas protegidas na Ilha de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil', *ACTA Geográfica*, vol. 13, no. 31, pp. 66-89.

Figueira, LM 2013, *Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural*, Centro de Estudos Politécnicos da Golegã, Tomar.

Figuti, L 1993, 'O homem pré-histórico, o molusco e o sambaqui: considerações sobre a subsistência dos povos sambaquieiros', *Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia*, vol. 3, pp. 67-80.

Forgiarini, L 2008, 'Por uma afirmação da categoria de lugar na geografia do turismo', in *Anais do V seminário da associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 25-26 agosto 2008, Belo Horizonte, n. p., acesso em 14 maio 2020, <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/140.pdf>>

Fratucci, AC & Moares, CCA 2020, 'Inventário da oferta turística: reflexões teóricas para o planejamento e ordenamento do espaço turístico', *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 20, no. 1, n. p.

Freestone, R & Liu, E 2016, 'Revisiting Place and Placelessness', in Freestone R & Liu E (eds), *Place and Placelessness Revisited*, Routledge, New York/London, pp. 20-34.

Fundação SOS Mata Atlântica & Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais 2020, *Atlas dos remanescentes florestais da Mata Atlântica: Relatório Técnico: Período 2018-2019*, Fundação SOS Mata Atlântica/Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, São Paulo.

Furlan, OA 2015, 'O texto, sua linguagem e o glossário', in Cascaes F, *O fantástico na Ilha de Santa*

Catarina, 1ª ed., 2ª reimpr., Editora da UFSC, Florianópolis, pp. 7-18.

García, JR & Ruiz, RP 2020, '¿Hacia un turismo más sostenible tras el COVID-19?: Percepción de las agencias de viajes españolas', *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, no. 21, pp. 206-229.

Gehrke, BM, Barbosa Júnior, JD & Milito, MC 2015, 'Photovoice e identificação de recursos turísticos endógenos no litoral do Rio Grande do Norte-Brasil', *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 13, no. 5, pp. 1003-1017.

Giampiccoli, A & Saayman, M 2018, 'South African community-based tourism operational guidelines: Analysis and critical review', *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, vol. 10, no. 6, pp. 759-770.

Giampiccoli, A 2020, 'A conceptual justification and a strategy to advance community-based tourism development', *European Journal of Tourism Research*, vol. 25, pp. 1-19.

Girelli, LS 2015, 'A lógica cultural do capitalismo contemporâneo a partir da obra de Fredric Jameson', *Revista café com sociologia*, vol. 4, n. 1, pp. 84-99.

Gomes, CSCD 2019, *Potencial turístico de destinos: proposição de um modelo de avaliação com base nos recursos endógenos*, tese de doutoramento, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

Gómez, CRP, Falcão, MC, Castillo, LAG, Correia, SN & Oliveira, VM 2015, 'Turismo de base comunitária como inovação social: Congruência entre os constructos', *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 13, no. 5, pp. 1213-1227.

Gómez, CRP, Falcão, MC, Cherem, L & Silva, TN 2016, 'A participação da comunidade no turismo de base comunitária: um estudo de múltiplos casos', *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 16, no. 2, pp. 263-279.

Goodwin, H & Santilli, R 2009, *Community-based tourism: a success?* SAGE, Bonn.

Gössling, S, Scott, D & Hall, M 2021, 'Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19', *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 29, no. 1, n. p.

Goularti, JG 2015, 'Migrações e urbanização em Santa Catarina', *Revista Desenvolvimento Socioeconômico em Debate*, vol. 1, no. 2, pp. 85-105.

Govender, IG & Giampiccoli, A 2018, 'Imperatives for monitoring and evaluation of community-based tourism: A higher education institutions perspective', *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, vol. 7, no. 2, pp. 1-16.

Gregory, D, Johnston, R, Pratt, G, Watts, M & Whatmore, S (eds) 2009, *The dictionary of human geography*, 5<sup>th</sup> edn, Blackwell, Sussex.

Gunn, CA 1997, *Vacationscape: Developing Tourist Areas*, 3<sup>rd</sup> ed., Routledge, New York/London.

Günther, RVF 2018, 'Marcas da conversação em um *blog* de viagem', *SETA*, vol. 8, pp. 232-246.

Gurria Di-Bella, M 1991, *Introducción al turismo*, Trillas, México

Gutierrez, EL 2019, 'Participation in tourism: cases on community-based tourism (CBT) in the Philippines', *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies*, vol. 37, pp. 23-36.

- Guzzatti, TC 2019, *Acolhida a Colônia: um espaço de vida e encontros*, UNESCO, Criciúma.
- Ham, SH 1992, *Interpretación ambiental: Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*, North American Press, Golden, CO.
- Harvey, D 2008, *A condição pós-moderna*, Loyola, São Paulo.
- Heitmann, S 2011, 'Authenticity in tourism', in Robinson P, Heitmann S & Dieke P (eds), *Research Themes for Tourism*, Wallingford, CABI, pp. 45-58.
- Hickenbick, C & Carrelas, DC 2019, 'O turismo de base comunitária na praia do Campeche e no bairro José Mendes (Florianópolis, Brasil) Ligado ao Projeto Tekoá', in Remoaldo PC, Caldeira MJ, Teles V, Scalabrini EB & Fernandes JAR (eds), *XII Congresso da Geografia Portuguesa – Geografias de Transição para a Sustentabilidade: Livro de Actas*, 13-15 novembro 2019, Guimarães, pp. 234-239.
- Hickenbick, C & Schemes, EF (eds) 2020, *Registro da pesca artesanal da tainha no campeche como patrimônio cultural de Santa Catarina*, Fundação Catarinense de Cultura, Florianópolis.
- Holzer, W 1998, *Um estudo fenomenológico da paisagem e do lugar: A crônica dos viajantes no Brasil do século XVI*, tese de doutoramento, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Holzer, W 2013, 'Sobre territórios e lugaridades', *Cidades*, vol. 10, no. 17, pp. 18-29.
- Holzer, W 2016, *A geografia humanista: sua trajetória: 1950-1990*, livro eletrônico, Eduel, Londrina.
- Hu, W & Wall, G 2005, 'Environmental Management, Environmental Image and the Competitive Tourist Attraction', *Journal of Sustainable Tourism*, vol 13, no. 6, pp. 617-635.
- IBGE 2019, 'Biomass e sistema costeiro-marinho do Brasil: Compatível com a escala 1:250 000', Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Rio de Janeiro.
- ICMBio 2018, *Turismo de Base Comunitária: Princípios e diretrizes*, Ministério do Meio Ambiente, Brasília.
- Imbaya, BO, Nthiga, RW, Sitati, NW & Lenaiyasa, P 2019, 'Capacity building for inclusive growth in community-based tourism initiatives in Kenya', *Tourism Management Perspectives*, vol. 30, pp. 11-18.
- Irving, MA 2009, 'Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível?' in Bartholo R, Sansolo DG & Bursztyn I (eds), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*, Letra & Imagem, Rio de Janeiro, pp. 108-121.
- Irving, MA, Calabre, L, Bartholo, R, Lima, MAG, Moraes, EA, Egrejas, M & Lima, D 2016, *Turismo, natureza e cultura: Interdisciplinaridade e políticas públicas*. Fundação Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro.
- Jafari, J, Xiao, H (eds) 2015, *Encyclopedia of tourism*, 1<sup>st</sup> edn, Springer International Publishing, Switzerland.
- Jamal, T & Dredge, D 2015, 'Tourism and community development issues', in Telfer D & Sharpley R (eds), *Tourism and development in the developing world*, Routledge, London, pp. 178-204.
- Killion, L & Fisher, R 2018, 'Ontology, epistemology: Paradigms and parameters for qualitative approaches to tourism research', in Hillman W & Radell K (eds), *Qualitative methods in tourism research: Theory and practice*, Channel View Publications, Bristol, pp. 1-24.

- Kronenberger, BC 2016, *Entre a servidão e a Beira-Mar: um estudo configuracional da segregação socioespacial na área conurbada de Florianópolis*, dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Krüger, AC 2011. 'Mito de artista: Franklin Joaquim Cascaes', *OuvirOUver*, vol. 7, no. 1, pp. 118-127.
- Le Bossé, M. (2004). As questões de identidade em Geografia Cultural: algumas concepções contemporâneas', in Corrêa RL & Rosendahl Z (eds), *Paisagens, textos e identidade*, UERJ, Rio de Janeiro, pp. 157-179.
- Leask, A 2010, 'Progress in visitor attraction research: Towards more effective management', *Tourism Management*, vol. 31, no. 2, pp. 155-166.
- Leiper, N 1990, 'Tourist attraction systems', *Annals of Tourism Research*, vol. 17, no. 3, pp. 367-384.
- Leite, RP 2010, 'A Exaustão das cidades: Antienobrecimento e intervenções urbanas em cidades brasileiras e portuguesas', *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 25, no. 72, pp. 73-88.
- Lenzi, MH & Cazetta, V 2017, 'Micropolíticas no Campeche: Entre diagramas cristalizados, planejamento urbano e produção de desejos', *GEOUSP: Espaço & Tempo*, vol. 21, no. 2, pp. 601-618.
- Lenzi, MH & Gonçalves, C 2011, 'Florianópolis: As imagens da cidade e a urbanização turística do "Paraíso"', *Revista Geográfica de América Central*, vol. 2, pp. 1-18.
- Lenzi, MH & Gonçalves, TC 2020, 'Urbanização, discursos e relações de poder: Turismo e planejamento urbano em Florianópolis: 1950-1980', *GeoUSP espaço e tempo*, vol. 24, no. 3, pp. 425-443.
- Lenzi, MH 2016, *A invenção de Florianópolis como cidade turística: discursos, paisagens e relações de poder*, tese de doutoramento, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Lew, AA 1987, 'A framework of tourist attraction research', *Annals of Tourism Research*, vol. 14, no. 4, pp. 553-575.
- Lins, HN 2011, 'Cidades fractais: A Ilha da Magia e seus alquimistas', *Pesquisa & Debate*, vol. 22, no. 1, pp. 95-117.
- Lisboa, AM 2005, 'Economia solidária e autogestão: Imprecisões e limites', *RAE – Revista de Administração de Empresas*, vol. 45, n. 3, pp. 109–115.
- Liu, E & Freestone, R 2016, 'Revisiting place and placelessness', in Freestone R & Liu, E (eds), *Place and placelessness revisited*, Routledge, New York/London, pp. 20-34.
- Lohn, RL 2011, 'Espaço urbano brasileiro: entre a ditadura e a democracia – o caso de Florianópolis, SC: 1964-1990', *Estudos Históricos*, vol. 24, no. 47, pp. 162-181.
- Lopes, GBDB 2015, *Origem, desenvolvimento e impactos dos grandes empreendimentos turísticos em Florianópolis*, tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Lune, H, Berg, BL 2017, *Qualitative research methods for the social sciences*, 9<sup>th</sup> edn, Pearson Education, Harlow, England.
- MacCannell, D 2017, *El turista una nueva teoría de la clase ociosa*, Melusina, Santa Cruz de Tenerife.

Machado, EV 2000, *Florianópolis: um lugar em tempo de globalização*, tese de doutoramento, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Machado, EV 2012, 'Florianópolis – SC (Brasil): território e cultura luso-açoriana sob trajetória de (uma) identidade local/regional através da urbanização e turistificação', in Observatorio Geográfico de América Latina (ed.), *XIV EGAL - Encontro de Geógrafos da América Latina*, 2013, Lima, Peru, acesso em 21 julho 2020, <<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal14/Geografiasocioeconomica/Geografiacultural/01.pdf>>

Mair, H & Reid, DG 2007, 'Tourism and community development vs tourism for community development: Conceptualizing planning as power, knowledge, and control', *Leisure/Loisir*, vol. 31, no. 2, pp. 403-425.

Maldonado, C 2009, 'O turismo rural comunitário na América Latina: Gênese, características e políticas', in Bartholo R, Sansolo DG & Bursztyn I (eds), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*, Letra & Imagem, Rio de Janeiro, pp. 25-44.

Malpas, J 2019, 'Foreword: The place of phenomenology and the phenomenology of place', in Champion, E (ed.), *The phenomenology of real and virtual places*, Routledge, New York/London, pp. 7-11.

Mamigonian, BG & Vidal, JZ 2013, 'Uma história diversa de Florianópolis', in Mamigonian BG & Vidal JZ (eds), *História diversa africanos e afrodescendentes na Ilha de Santa Catarina Florianópolis*, Editora da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, pp. 9-16.

Marandola Jr, E 2016, 'Identidade e autenticidade dos lugares: o pensamento de Heidegger em *Place and Placelessness*, de Edward Relph', *Geografia*, vol. 41, no. 1, pp. 5-15.

Marandola Jr, E 2017a, 'Morte e vida do lugar: Experiência política da paisagem', *Pensando – Revista de Filosofia*, vol. 8, n. 16, pp. 33-50.

Marandola Jr, E 2017b, 'Natureza e sociedade: Em busca de uma geografia romântica', *Revista Terceiro Incluído*, vol. 7, no. 1, pp. 7-17.

Marandola Jr, E, Holzer, W & Oliveira, L (eds) 2014, *Qual o espaço do lugar? Geografia, epistemologia, fenomenologia*, Perspectiva, São Paulo.

Massey, D 2000, 'Um sentido global de lugar', in Arantes, A (ed.) *O espaço da diferença*, Papirus, Campinas, pp. 177-185.

Massey, D 2002, 'Globalisation: What does it mean for geography?', *Geography*, vol. 87, no. 4, pp. 293-296.

Massey, D 2004, 'The responsibilities of place', *Local Economy*, vol. 19, no. 2, pp. 97-101.

Mayaka, M, Croy, WG & Cox, JW 2018, 'Participation as motif in community-based tourism: A practice perspective', *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 26, no. 3, pp. 416-432.

Mee, KJ & Wright, S 2009, 'Geographies of belonging: Why belonging? Why geography?', *Environment and Planning A*, vol. 41, pp. 772-779.

Mello, JC de, Silva, EPS & Faxina, F 2018, 'A cultura no palco da economia: história, conceitos e aplicações no setor turístico da Ilha Mém de Sá (SE)', *Turismo, Visão e Ação*, vol. 20, no. 2, pp. 279-

293.

Mendonça, TCDM, Moraes, EA & Catarcione, FLC 2016, 'Turismo de base comunitária na região da Costa Verde (Rio de Janeiro): Refletindo sobre um turismo que se tem e um turismo que se quer', *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 16, no. 2, pp. 1-14.

Meneghello, D 2018, *Na roda de rua de capoeira: o Mercado Público de Florianópolis e a resistência política*, dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

Merriam, SB 1998, *Qualitative research and case study applications in education*, 2<sup>nd</sup> edn, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.

Ministério do Turismo & Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) 2021, 'Fichas sínteses da pesquisa de demanda do mercado de turismo receptivo internacional no Brasil', in MTUR/FIPE, *Dados & Informações do Turismo no Brasil*, pp. 18-103,

Ministério do Turismo 2007, *Introdução à regionalização do turismo: Roteiros do Brasil: Programa de regionalização do turismo*, Ministério do Turismo, Brasília.

Ministério do Turismo 2010, *Segmentação do turismo e o mercado*, 1<sup>a</sup> ed., Ministério do Turismo, Brasília.

Mioto, BT 2011, *Integração econômica e rede urbana em Santa Catarina: transformações no período da desconcentração produtiva regional (1970-2005)*, dissertação de mestrado, Universidade de Campinas, Campinas.

Moraes, EA, Irving, MDA, Castro, S, Quintanilha, H, Santos, S & Pinto, MC 2017, 'Redes de turismo de base comunitária: reflexões no contexto latino-americano', *Revista Brasileira de Ecoturismo*, vol. 9, no. 6, pp. 612-623.

Moraes, LA 2019, 'Cyberculture and tourism: Searching through ethos and profile of travel blogs in Brazil', *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, vol. 11, no. 4, pp. 893-907.

Moretto Neto, L 1993, *A atividade turística e o desenvolvimento sustentado: Estudo de caso: O balneário de Ingleses e o Projeto Costa Norte - Ilha de Santa Catarina, no período de 1960-1990*, dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Mtapuri, O & Giampiccoli, A 2016, 'Towards a comprehensive model of community-based tourism development', *South African Geographical Journal*, vol. 98, no. 1, pp. 154-168.

Mukherjee, J & Banerjee, S 2019, 'Unique promotional strategy for sustainability of community based tourism (CBT)', *International Journal of Technology for Business*, vol.1, no. 2, pp. 16-23.

Murphy, PE 1983, 'Tourism as a community industry: an ecological model of tourism development', *Tourism Management*, vol. 4, no. 3, pp. 180-193.

Murphy, PE 1988, 'Community driven tourism planning', *Tourism Management*, vol. 9, no. 2, pp. 96-104.

Nash, D 1989, 'El turismo considerado como una forma de imperialismo', in Smith VL (ed.), *Anfitriones e invitados: Antropología del turismo*, Endymion, Madrid, pp. 69-91.

Naspolini, V 2017, 'A evolução fragmentária da grande Florianópolis', *XVI Encuentro de Geógrafos de*

*América Latina Bolívia*, 26-29 abril 2017, La Paz, Bolívia, acesso em 22 abril 2021, <<http://observatoriogeograficoamericalatinaorgmx/egal16/Teoriaymetodo/Investigacion/04.pdf>>.

Naspolini, V 2019, *Fragmentação espacial em Florianópolis: Urbanização, planejamento e ideologia*, tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Navarro, D 2015, 'Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración', *Cuadernos de Turismo*, vol. 35, pp. 335-357.

Neumann, M 2012, 'Making the Scene: The poetics and performances of displacement at the Grand Canyon', in Coleman, S & Crang M (eds), *Tourism: Between place and performance* Berghahn, New York/Oxford, p. 38-53.

Ngo, T, Hales, R & Lohmann, G 2019, 'Collaborative marketing for the sustainable development of community-based tourism enterprises: a reconciliation of diverse perspectives', *Current Issues in Tourism*, vol. 22, no. 18, pp. 2266-2283.

Nunes, MB & Menezes, MM 2018, 'Turismo de base comunitária: a reconstrução de identidades desde a experiência do encontro', *Revista Cenário*, vol. 5, no. 9, pp. 96-108.

Ooi, C-S 2003, 'Crafting tourism experiences: Managing the attention product', artigo apresentado em *12th Nordic Symposium on Tourism and Hospitality Research*, 2-5 outubro 2003, Stavanger, acesso em 12 maio 2021, <[https://www.researchgate.net/publication/265987312\\_Crafting\\_Tourism\\_Experiences\\_Managing\\_the\\_Attention\\_Product](https://www.researchgate.net/publication/265987312_Crafting_Tourism_Experiences_Managing_the_Attention_Product)>.

Ouriques, HR 2005, *A produção do turismo: fetichismo e dependência*, Alínea, Campinas.

Pan, B, MacLaurin, T & Crofts, JC 2007, 'Travel blogs and the implications for destination marketing', *Journal of Travel Research*, vol. 46, no. 1, pp. 35-45.

Pearce, DG 1992, 'Alternative tourism: Concepts, classifications, and questions, in Smith V & Eadington WR (eds), *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 15-30.

Pearce, DG 1998, 'Tourist districts in Paris: structure and functions', *Tourism Management*, vol. 19, no. 1, pp. 49-65.

Pécot, M, Gavilanes, J & Sáenz de Viteri, A 2018, 'Tales of informality: Tourism development in four Ecuadorian beaches', *Tourism Planning and Development*, vol. 15, no. 5, pp. 584-599.

Peluso Júnior, V 1986, 'O relevo do território catarinense', *Geosul*, vol. 1, no. 2, pp. 7-69.

Pereira, RMF A 2003, 'Formação sócio-espacial do litoral de Santa Catarina (Brasil): Gênese e transformações recentes', *Geosul*, vol. 18, no. 35, pp. 99-129.

Pereira, RMF A 2011, 'Expansão urbana e turismo no litoral de Santa Catarina: O caso das microrregiões de Itajaí e Florianópolis', *Interações*, vol. 12, no. 11, pp. 101-111.

Pertile, K & Vieira, S 2015, 'Espaço Público em Florianópolis: Vitalização ou especulação urbana?', artigo apresentado no *1º Congresso internacional: Espaços públicos*, 19 a 22 outubro 2015, acesso em 21 agosto 2020, <[https://www.academia.edu/19469402/Espa%C3%A7o\\_P%C3%BAblico\\_em\\_Florian%C3%B3polis\\_vita](https://www.academia.edu/19469402/Espa%C3%A7o_P%C3%BAblico_em_Florian%C3%B3polis_vita)>

liza%C3%A7%C3%A3o\_ou\_especula%C3%A7%C3%A3o\_urbana\_Public\_Space\_in\_Florian%C3%B3polis\_vitalization\_or\_urban\_speculation>.

Pintaudi, SM 2006, 'Os mercados públicos: metamorfose de um espaço na história urbana', *Cidades*, vol. 3, no. 5, pp. 81-100.

Pinto, DB & Moesch, MM 2006, 'Inventariação turística: por um modelo de superação mercadológica', *Anais do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*, 7-8 julho 2006, Caxias do Sul, acesso em 12 setembro 2019, <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/3/154.pdf>>.

Pollini, G 2005, 'Elements of a theory of place attachment and socio-territorial belonging', *International Review of Sociology*, vol. 15, no. 3, pp. 497-515.

Prefeitura Municipal de Florianópolis 2010, *Plano municipal integrado de saneamento básico – PMISB: Produto 2 – Diagnóstico da caracterização física*, Prefeitura Municipal de Florianópolis, Florianópolis.

Rabahy, WA 2019, 'Análise e perspectivas do turismo no Brasil', *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, vol. 14, no. 1, pp. 1-13.

Reid, DG 2003, *Tourism, globalization and development: Responsible tourism planning*, Pluto Press, London.

Relph, E 1976, *Place and placelessness*, Pion, London.

Relph, E 2016a, 'Afterword', in Freestone R & Liu E (eds), *Place and Placelessness Revisited*, Routledge, New York/London, pp. 269-271.

Relph, E 2016b, 'The paradox of place and the evolution of placelessness', in Freestone R & Liu E (eds), *Place and Placelessness Revisited*, Routledge, New York/London, pp. 20-34.

Relph, E 2014, 'Reflexões sobre a emergência, aspectos e essências de lugar', in Marandola Jr E, Holzer W & Oliveira L (eds), *Qual o espaço do lugar?* Perspectiva, São Paulo, pp. 17-32.

Remoaldo, PC 2007, 'Normas para a redacção de trabalhos práticos em Geografia Humana Universidade do Minho, Centro de Ciências Sociais, Departamento de Geografia, Guimarães.

Richards, G (ed) 2001, *Cultural attractions and European tourism*, CABI, Oxon/New York.

Richards, G 2002, 'Exploring cultural behavior', *Annals of Tourism Research*, vol. 29, no. 4, pp. 1048-1064.

Rios, HM 2015, 'Ponte Hercílio Luz: monumento "implicitamente tombado"', in Anais de XXVIII Simpósio Nacional de História Florianópolis, 27-31 julho 2015, Florianópolis, acesso em 15 dezembro 2020, < [http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1434422519\\_ARQUIVO\\_HellenRios-PonteHercilioLuz.pdf](http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1434422519_ARQUIVO_HellenRios-PonteHercilioLuz.pdf)>

Rizzo, PMB 2013, *'O planejamento urbano no contexto da globalização: Caso do Plano Diretor do Campeche em Florianópolis, SC*, tese de doutoramento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Roberts, S 2011, 'An exploratory analysis of factors mediating community participation outcomes in tourism', *Community Development*, vol 42, no. 3, pp. 377-391.

Rodrigues, S & Souza, M 2015, 'O papel da governança na regionalização do turismo', *Revista Brasileira de Ecoturismo*, vol. 8, no. 2, pp. 234-250.

- Ruiz-Ballesteros, E & Cáceres-Feria, R 2016, 'Community-building and amenity migration in community-based tourism development: An approach from southwest Spain, *Tourism Management*, vol. 54, pp. 513-523.
- Ruiz-Ballesteros, E 2017, 'Claves del turismo de base local', *Gazeta de Antropología*, vol. 33, no. 1, n. p., acesso em 12 abril 2020, < <http://www.gazeta-antropologia.es/wp-content/uploads/GA-33-1-00-Esteban-Ruiz.pdf>>.
- Sá, T 2014, 'Lugares e não lugares em Marc Augé', *Tempo Social*, vol. 26, no. 2, pp. 209-229.
- Sampaio, CAC, Coutinho, GCTP & Rodrigues, LP 2012, 'Fatores motivacionais do turista comunitário: O caso do Projeto Bagagem, *Anais do IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 30 agosto e 1 setembro 2012, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, n. p., acesso em 22 novembro 2020, < <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/9/52.pdf>>.
- Sansolo, D G, Bursztyn, I 2009, 'Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro, in Bartholo R, Sansolo DG & Bursztyn I (eds), *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares & experiências brasileiras*, Letra & Imagem, Rio de Janeiro, pp. 142-161.
- Santos, JR 2018, 'Pleito contra um turismo (tendencialmente) insustentável: A disneyficação de Óbidos', *Anuário do Patrimônio*, vol. 3, pp. 276-281.
- Santos, M 2008, *Metamorfose do espaço: Fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia*, Edusp, São Paulo.
- SANTUR 2020, *Diagnóstico econômico e plano de retomada do turismo catarinense*, SANTUR, Florianópolis.
- Savage, M, Bagnall, G & Longhurst, B 2005, *Globalization & belonging*, SAGE Publications, London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Scheibe, LF 2002, 'Aspectos geológicos e geomorfológicos, in Pereira NV (ed.), *A Ilha de Santa Catarina: espaço, tempo e gente*, Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina, Florianópolis, n. p.
- Scheyvens, R 2002, *Tourism for development: empowering communities*, Pearson Education, Harlow.
- Scheyvens, R 2007, 'Exploring the tourism-poverty nexus', *Current Issues in Tourism*, vol. 10, no. 3, pp. 231-254.
- Schmitt, I 2018, *Do lugar ao não lugar: reflexos da cidade contemporânea no Mercado Público*, trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Schons, AR 2019, *Contradições e conflitos na ocupação e urbanização em áreas de APP: O caso das dunas de Ingleses*, dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Seamon, D 2008, 'Place, placelessness, insiderness, and outsidersness in John Sayles' *Sunshine State*', *Aether: The Journal of Media Geography*, vol. 19, pp. 1-19.
- Seamon, D 2014, 'Place attachment and phenomenology: the synergistic dynamism of place', in Manzo LC & Devine-Wright P (eds), *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*, Routledge, London/New York, pp. 11-22.
- Seamon, D 2017, 'Lugarização vivida e a localidade do ser: um retorno à geografia humanística?' *Revista do Nufen*, vol. 9, no. 2, pp. 147-168.

- Seamon, D 2021, 'Place attachment and phenomenology: The dynamic complexity of place, in Manzo LC & Devine-Wright P (eds), *Place attachment: Advances in theory, methods and applications*, Routledge, London/New York, pp. 29-44.
- Seamon, D; Sowers, J 2008, '*Place and Placelessness*, Edward Relph', in Hubbard P, Kitchen R & Vallentine G (eds), *Key texts in Human Geography*, Sage, London, pp. 43-51.
- SEBRAE & Prefeitura Municipal de Florianópolis 2014, *Plano de Marketing Turístico de Florianópolis - 2015/2021*, SEBRAE/PMF, Florianópolis.
- Silva, FPS, Matta, AER & Sá, NSC 2016, 'Turismo de base comunitária no antigo Quilombo Cabula', *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 16, no. 2, pp. 79-92.
- Silva, MAS 2016, 'Cultura açoriana no contexto da cidade-mercadoria: da invisibilidade à mercantilização em Florianópolis-SC', *Caminhos de Geografia*, vol. 17, no. 59, pp. 144-161.
- Silveira, MAT & Rodrigues, AB 2015, 'Urbanização turística no Brasil: um foco em Florianópolis – Santa Catarina', *Via Tourism Review*, vol. 7, pp. 1-13.
- Sjöholm, C 2013, 'Murder walks in Ystad', in Knudsen BT & Waade AM (eds), *Re-investing authenticity: Tourism, place and emotions*, Channel View Publications, Bristol/Buffalo/Toronto, pp. 1689-1699.
- Smith, VL & Eadington, WR (eds) 1992, *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Souza, EA de 2000, *Franklin Cascaes: uma cultura em transe*, dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Souza, EL & Sugai, MI 2016, 'A (i)mobilidade como reflexo das desigualdades no espaço urbano', in Vivanco MFL, León AO, Pessoa M, Sabaté J (eds), *Libro de Actas del VIII Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo*, DUOT, Barcelona, n. p.
- Souza, EL & Sugai, MI 2018, 'Minha Casa Minha Vida: periferização, segregação e mobilidade intraurbana na área conurbada de Florianópolis', *Cadernos Metrópole*, vol. 20, no. 41, pp. 75-98.
- Stake, R 2003, 'Case studies', in Denzin NK & Lincoln YS (eds), *Strategies of qualitative inquiry*, 2<sup>nd</sup> edn, Sage, Thousand Oaks, pp. 134-164.
- Stratford, E 2009, 'Belonging as a resource: The case of Ralphs Bay, Tasmania, and the local politics of place', *Environment and Planning A: Economy and Space*, vol. 41, no. 4, pp. 796-810.
- Sugai, MI 2002, 'Segregação silenciosa: Investimentos públicos e distribuição sócio-espacial na área conurbada de Florianópolis, tese de doutoramento, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Sugai, MI 2009, 'Há favelas e pobreza na "Ilha da Magia"?', in Abramo P (ed.), *Favela e mercado informal: a nova porta de entrada dos pobres nas cidades brasileiras*, ANTAC, Porto Alegre, pp. 162-199.
- Swarbrooke, J 2002, *The development and management of visitor attractions*, 2<sup>nd</sup> edn, Butterworth Heinemann, Oxford/Auckland/Boston/Johannesburg/Melbourne/New Delhi.
- Tavares, AM 2002, *CityTour*, Aleph, São Paulo.

- Taylor, K 2008, 'Landscape and memory: cultural landscapes, intangible values and some thoughts on Asia, artigo apresentado em *16th ICOMOS General Assembly and International Symposium: 'Finding the spirit of place – between the tangible and the intangible'*, 29 setembro a 4 outubro 2008, Quebec, acesso em 16 março 2021, <<http://openarchive.icomos.org/id/eprint/139/1/77-wrVW-272.pdf>>.
- Teixeira, FR, Vieira, FD & Mayr, LR 2019, 'Turismo de base comunitária: Uma abordagem na perspectiva da análise de clusters', *Turismo – Visão e Ação*, vol. 21, no. 2, pp. 02-21.
- Telfer, D & Sharpley, R 2008, *Tourism and development in the developing world*, Routledge, London.
- Thiollent, M 2003, 'Apresentação', in Zaoual H (ed.), *Globalização e diversidade cultural*, Cortez, São Paulo, pp. 07-11.
- Tilden, F 1977, *Interpreting our heritage*. 3<sup>rd</sup> ed., The University of North Carolina, North Carolina.
- Tomaney, J 2016, 'Insideness in an age of mobilities', in Freestone R & Liu E (eds), *Place and Placelessness Revisited*, Routledge, New York/London, pp. 95-107.
- Tosun, C 2000, 'Limits to community participation in the tourism development process in developing countries', *Tourism Management*, vol. 21, pp. 613-633.
- Tosun, C 2006, 'Expected nature of community participation in tourism development', *Tourism Management*, vol. 27, no. 3, pp. 493-504.
- Tuan, Y-F 1980, *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes & valores do meio ambiente*, EdueL, Londrina.
- Tuan, Y-F 1983, *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*, DIFEL, São Paulo.
- Turk, E, Uysal, MS, Hammitt, WE, Vaske, JJ (eds) 2017), *Research methods for leisure, recreation and tourism*, 2<sup>nd</sup> edn, Oxfordshire/Boston, CAB International.
- Twining, P, Heller, RS, Nussbaum, M & Tsai, C-C 2017, 'Some guidance on conducting and reporting qualitative studies', *Computers and Education*, vol. 106, pp. A1-A9.
- United National Environment Programme and World Tourism Organization 2005, *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*, United Nations, Paris/Madrid.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division 2018, 'The speed of urbanization around the world', *Population facts*, vol. 2018/1, n. p., acesso em 10 março 2020, <[https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2018-PopFacts\\_2018-1.pdf](https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2018-PopFacts_2018-1.pdf)>.
- UNWTO – World Tourism Organization 2010, *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*, United Nations, Madrid/New York.
- UNWTO – World Tourism Organization 2018, *UNWTO Annual Report 2017*, United Nations, Madrid.
- Veado, RW 2010, 'Os sistemas naturais do município de Florianópolis', in *Bastos MDA (ed.), Atlas do município de Florianópolis*, Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis, Florianópolis.
- Vibrans, AC, Sevegnani, L, Gasper, AL & Lingner, DV 2013, *Inventário florístico florestal de Santa Catarina*, vol. IV (Floresta ombrófila densa), Edifurb, Blumenau.
- Walsh-Heron, J & Stevens, T 1990, *The management of visitor attractions and events*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Nova Jersey.

- Weaver, D & Lawton, L 2014, *Tourism Management*, 5<sup>th</sup> edn, Wiley, Milton, QLD.
- Williams, S 1998, *Tourism geography*, Routledge, London/New York.
- Wrege, MS, Steinmetz, S, Reisser Jr, C & Almeida, IR 2012, *Atlas Climático da Região Sul do Brasil: Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul*, EMBRAPA, Brasília.
- WWF – International 2001, *Guidelines for community-based ecotourism*, acesso em 27 agosto 2019, <<https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/guidelinesen.pdf>>.
- Yazan, B & Vasconcelos, ICO 2016, 'Três abordagens do método de estudo de caso em educação: Yin, Merriam e Stake', *Meta: Avaliação*, vol. 8, no. 22, pp. 149-182.
- Yin, RK 2001, *Estudo de caso: Planejamento e métodos*, 2<sup>a</sup> ed., Bookman, Porto Alegre.
- Zaoual, H 2003, *Globalização e diversidade cultural*, Cortez, São Paulo.
- Zaoual, H 2006, *Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global*, DP&A/COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro.
- Zaoual, H 2008, 'Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições?', *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 8, no. 2, pp. 1-14.
- Zaoual, H 2010, 'O *homo situs* e suas perspectivas paradigmáticas', *Oikos*, vol. 9, no. 1, pp. 13-39.
- Zapatta, MJ, Hall, CM, Lindo, P & Vanderschaeghe, M 2011, 'Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua', *Current Issues in Tourism*, vol. 14, no. 8, pp. 725-749.
- Zielinski, S, Kim, S, Botero, C & Yanes, A 2020, 'Factors that facilitate and inhibit community-based tourism initiatives in developing countries', *Current Issues in Tourism*, vol. 23, no. 6, pp. 723-739.

## **Publicações estatísticas**

- Brasil. Ministério da Economia 2020, *Relação Anual de Informações Sociais – RAIS*, acesso em 22 março 2021, <<https://bi.mte.gov.br/scripts10/dardoweb.cgi>>. Consultado em 22 de março de 2021.
- Federação do Comércio de Bens e Serviços e Turismo de Santa Catarina – Fecomércio SC 2019, *Pesquisa Fecomércio SC: Turismo de verão no litoral catarinense 2019*, Núcleo de Pesquisas Fecomércio, Florianópolis.
- Federação do Comércio de Bens e Serviços e Turismo de Santa Catarina – Fecomércio SC 2020, *Pesquisa Fecomércio SC: Turismo de verão no litoral catarinense 2020*, Núcleo de Pesquisas Fecomércio, Florianópolis.
- IBGE 2000, *Censo Demográfico 2000*, acesso em 11 fevereiro 2021, <<https://www.ibge.gov.br/censo/>>.
- IBGE 2010, *Censo Demográfico 2010*, acesso em 11 fevereiro 2021, <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>.

IBGE 2010, *Evolução da divisão territorial do Brasil / 2010*, acesso em 18 fevereiro 2021, <<https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/estrutura-territorial/15771-evolucao-da-divisao-territorial-do-brasil.html?=&t=downloads>>.

IBGE 2010, *Sinopse do censo demográfico 2010: Populações nos censos demográficos, segundo os municípios das capitais - 1872/2010*, acesso em 11 fevereiro 2021, <<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6>>.

IBGE 2015, *Biblioteca: Catálogo*, acesso em 18 janeiro 2021, <<https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html?id=441112&view=detalhes>>.

IBGE 2018, *Cadastro Central de Empresas (CEMPRE) 2018*, (Data de Referência: 31/12/2018).

IBGE 2018, *Estimativa da população 2018* (Data de referência, 1/07/2018).

IBGE 2020, *Conheça cidades e estados do Brasil*, acesso em 19 fevereiro 2021, <<https://cidades.ibge.gov.br>>.

## **Cartografia**

PMF 2021, *Sem título*, geoprocessamento, acesso em 13 abril 2021, <<http://geo.pmf.sc.gov.br>>.

IBGE 2003, Mapoteca Topográfica Digital de Santa Catarina, acesso em 19 julho 2021, <<https://ciram.epagri.sc.gov.br/mapoteca/>>.

UFSC 2021, Unidades de Conservação na Ilha de Santa Catarina, acesso em 27 setembro 2021, <https://observa.ufsc.br/observat%C3%B3rio/unidades-de-conservacao-estaduais/>. Consultado a 27/09/2021.

IPIUF (2003). Limites de bairros e distritos (2003). Disponível em: <<https://www.pmf.sc.gov.br/entidades/geo/index.phpcms=mapas+para+download&menu=0/>>

Instituto Campeche 2021, Cartografia Social do Território Tradicional da Pesca Artesanal da Tainha no Distrito do Campeche - Florianópolis/SC, acesso em 13 outubro 2021, <<https://cartografia-social.github.io/pesca.campeche/>>.

## **World Wide Web**

Acolhida na Colônia s.d., *Acolhida na Colônia: Quem somos*, acesso em 25 junho 2021, <<https://acolhida.com.br/sobre/>>.

BRASIL 2020, *Lei nº 9985, de 18 de julho de 2020*, acesso em 8 julho 2021, <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19985.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19985.htm)>.

Brasil, MTUR 2014, *Índice de competitividade do turismo nacional: Destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*, acesso em 16 março 2021, <[http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/Indice\\_competitividade/2014/Brasilia\\_RelatorioAnalitico2014.pdf](http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2014/Brasilia_RelatorioAnalitico2014.pdf)>.

Brasil, MTUR 2021, *Mapa do Turismo 2019-2021*, acesso em 16 março 2021, <<http://www.mapa.turismo.gov.br/>>.

Brasil, MTUR s.d, acesso em 18 março 2021, <<http://www.inventario.turismo.gov.br/>>.

Floripa Arqueológica s. d., acesso em 26 agosto 2021, *Sítios arqueológicos*, <<https://floripaarqueologica.com.br/sitios-arqueologicos-em-floripa/>>.

Fundação Catarinense de Cultura 2010, *Patrimônio Imaterial*, acesso em 27 agosto 2021, <<http://www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/patrimoniocultural/patrimonio-imaterial#bens-imateriais-registrados-pelo-estado>>.

G1 Santa Catarina 2015, *FOTOS: Florianópolis comemora 289 anos*, slideshow, acesso em 1 março 2021, <<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/fotos/2015/03/fotos-florianopolis-comemora-289-anos.html#F1573474>>.

G1 Santa Catarina 2019, *Conheça a história da Ponte Hercílio Luz, em Florianópolis*, acesso em 9 março 2021, <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2019/12/30/conheca-a-historia-da-ponte-hercilio-luz-em-florianopolis.ghtml>>.

IBGE 2017, *Brasil / Santa Catarina / Florianópolis*, acesso em 26 fevereiro 2021, <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/florianopolis/panorama>>.

ICMBio 2021, *Populações Tradicionais*, acesso em 18 agosto 2021, <<https://www.icmbio.gov.br/portal/populacoestradicionais>>.

IPHAN 2014, *Patrimônio Arqueológico - SC*, acesso em 9 março 2021, <<http://portal.iphan.gov.br/sc/pagina/detalhes/670>>.

IPHAN Santa Catarina 2014, *Patrimônio Imaterial - SC*, acesso em 27 agosto 2021, <<http://portal.iphan.gov.br/sc/pagina/detalhes/669>>.

ND+ 2019, *Ponte Hercílio Luz pode virar Patrimônio da Humanidade*, acesso em 8 março 2021, <<https://ndmais.com.br/noticias/ponte-hercilio-luz-pode- virar-patrimonio-da-humanidade/>>.

ND+ 2020, *Mapa interativo revela sítios arqueológicos de Florianópolis*, acesso em 9 março 2021, <<https://ndmais.com.br/cultura/mapa-interativo-revela-sitios-arqueologicos-de-florianopolis>>.

OECD s. d, *Glossary of statistical terms*, acesso em 3 junho 2019, <<https://stats.oecd.org/glossary>>.

PMF, Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes 2018, *Procissão Senhor dos Passos é considerada patrimônio Cultural do Brasil*, acesso em 27 agosto 2021, <<https://www.pmf.sc.gov.br/entidades/franklincascaes/?pagina=notpagina&menu=&noti=19985>>.

PMF, Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico, s. d., acesso em 26 agosto 2021, <<http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/>>.

PMF, Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico s. d., *Atrativos turísticos culturais*, acesso em 27 agosto 2021, <<https://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/index.php?cms=atrativos+turisticos+culturais&menu=7&submenuid=552>>.

PMF, Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico s. d., *Atrativos naturais – Praias*, acesso em 28 agosto 2021, <<http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/index.php?cms=atrativos+naturais+++praias&menu=7&submenuid=552>>.

Rede Catarinense de Notícias 2017, *População de Florianópolis quase triplicou no Réveillon, aponta Casan*, acesso em 01 abril 2021, <<http://rcnonline.com.br/popula%C3%A7%C3%A3o-de-florian%C3%B3polis-quase-triplicou-no-r%C3%A9veillon-aponta-casan-1.1955463>>.

Santa Catarina 2009, *Lei nº 14.661, de 26 de março de 2009*, acesso em 29 agosto 2021, <[http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2009/14661\\_2009\\_lei.html](http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2009/14661_2009_lei.html)>.

Santur s.d, *Destinos*, acesso em 12 abril 2021, <<http://turismo.sc.gov.br/destinos/>>.

Sítio Florbela 2021, *Sítio Florbela: Conheça nossas iniciativas agroecológicas e agroflorestais*, acesso em 26 maio 2021, <<https://sítioflorbela.com.br/>>.

UFSC, Observatório de Áreas Protegidas – OBSERVA 2018, *Monumento Natural Municipal da Lagoa do Peri*, acesso em 27 agosto 2021, <<https://observa.ufsc.br/2018/05/08/parque-municipal-da-lagoa-do-peri/>>.

## **Anexos**

**Anexo 1 – Inquérito por questionário aos anfitriões proponentes dos projetos  
de TBC em Florianópolis, Santa Catarina, Brasil**



## **INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO AOS ANFITRIÕES PROPONENTES DOS PROJETOS DE TBC EM FLORIANÓPOLIS, SANTA CATARINA, BRASIL**

**Notas prévias:** a entrevista deverá ser gravada com a devida autorização formalizada pelo entrevistado através da qual também autoriza a publicação dos seus dados. A entrevista tem duração de aproximadamente 1h.

*Obrigada pela sua participação na nossa investigação.*

A presente entrevista é parte integrante da tese de doutoramento intitulada *Orientações para a proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*. Esta tese está sendo desenvolvida por mim, Daniela de Carvalho Carrelas, no Departamento de Geografia da Universidade do Minho, em Portugal.

O seu empreendimento (associação, instituição, coletivo) foi identificado como proponente de projetos de Turismo de Base Comunitária ou de iniciativas que se coadunam com o TBC. Neste sentido a sua participação nesta investigação é fundamental para que possamos caracterizar o perfil dos proponentes de projetos de ofertas de TBC. Também nos auxiliará na construção de orientações relativas aos atrativos turísticos do Turismo de Base Comunitária. Essas orientações servirão tanto para aprimorar as ofertas já existentes como para orientar a proposição de outras iniciativas de TBC. Comprometemo-nos em apresentar os resultados deste estudo.

*Vou começar por lhe fazer questões relativas ao contexto de proposição das iniciativas e projetos de turismo de base comunitária (TBC).*

1. Quando foi criada (nome da instituição) e quais foram os objetivos e finalidades de sua criação?
2. É uma instituição legalmente constituída? Ou é um empreendimento informal?
3. Quando iniciaram as propostas de vivências/visitas turísticas? E quais são essas propostas?
4. As propostas de vivência/visitas seguem uma oferta regular? Se sim, qual é a periodicidade dessa oferta?
5. Quais são os públicos (homens/mulheres, idades, nível de instrução, motivações) a que se destinam às ações relacionadas ao turismo e como é feita a captação desse público?
6. Onde a Instituição divulga as propostas de atividades de turismo? Há um site específico? Há divulgação pelas redes sociais?
7. Há algum material publicitário (flyer, panfletos, sites) que tenha sido produzido sobre a (nome da instituição) e sobre a oferta de turismo proposta? É possível disponibilizar os materiais publicitários produzidos pela (nome da Instituição)?
8. Há outras pessoas que trabalham diretamente na organização e execução das vivências/visitas? Se sim, quem é (são) e qual é (são) a(s) sua(s) função(ões)?
9. Essa(s) pessoa(s) participa(m) na conceção do planeamento, das ideias relativas às vivências/visitas ?
10. Há alguma instituição, ou pessoa física, ou jurídica que apoia de alguma forma esse projeto/iniciativa? Se sim, quem e qual é a sua função?
11. De que forma esse apoio acontece? Qual é a regularidade dos encontros com a(s) instituição(ões) que apoiam o projeto?

*As questões a seguir têm relação com a identificação do(s) recurso(s) turísticos existentes na sua instituição e que pode(m) caracterizar-se ou transformar-se em Atrativo Turístico (AT). É considerado um AT quando os recursos turísticos são organizados para a receção dos visitantes e são capazes de motivar a realização de visitas por turistas e ou residentes locais. Farei algumas perguntas relativas aos elementos centrais dos recursos turísticos.*

12. Quais são os principais recursos turísticos que na sua perspetiva podem ser responsáveis em motivar o interesse em vir à (nome da Instituição)?
13. Qual a relação do recurso turístico consigo e por que o considera um possível motivador de visitas?
14. De que forma o senhor(senhora) contribui diretamente para a manutenção desse recurso?
15. Há outras pessoas e coletivos envolvidos na manutenção desse tipo de recurso?
16. Existem conflitos associados aos recursos turísticos existentes? Se sim, quais?
17. Que atividades são propostas aos visitantes envolvendo o(s) recurso(s)?
18. Como são captados os públicos para as visitas/atividades/vivências propostas pela vossa instituição?
19. Como fazem as reservas nas atividades?
20. Que tipo de problemas têm na realização das visitas/atividades/vivências propostas?
21. Qual é a perspetiva para curto prazo (nos próximos 2 anos) e a médio prazo (nos próximos 5 anos), e quais serão os principais desafios e oportunidades que a sua instituição poderá ter com o TBC.

*Estamos finalizando esta entrevista e por último gostaria de fazer algumas perguntas de caráter mais pessoal.*

22. Qual é a sua data de nascimento?

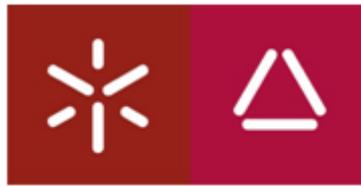
23. Qual é o bairro e cidade onde nasceu? E onde vive agora?

24. Qual é a sua relação com o bairro onde as visitas, experiências, vivências são propostas? Há quanto tempo mantém esse vínculo com o bairro?

25. Que estudos têm?

*Muito obrigada pela sua participação nesta investigação*

**Anexo 2 – Inquérito por questionário aos anfitriões proponentes dos projetos  
de TBC em Florianópolis, Santa Catarina, Brasil**



Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

## **INQUÉRITO POR ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA AOS REPRESENTANTES DAS INSTITUIÇÕES PARCEIRAS NOS PROJETOS DE TBC EM FLORIANÓPOLIS, SANTA CATARINA, BRASIL**

**Notas prévias:** a entrevista deverá ser gravada com a devida autorização formalizada pelo entrevistado através da qual também autoriza a publicação de seus dados. A entrevista tem a duração de aproximadamente 30 minutos.

*Obrigada pela sua participação na nossa investigação.*

A presente entrevista é parte integrante da metodologia de investigação da tese de doutoramento intitulada *Orientações para a proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*. Esta tese está sendo desenvolvida por mim, Daniela de Carvalho Carrelas, no Instituto de Ciências Sociais, no Departamento de Geografia da Universidade do Minho, em Portugal.

A instituição que representa foi identificada como parceira de projetos de TBC em Florianópolis. Neste sentido a sua participação nesta investigação é fundamental para que possamos caracterizar as razões que motivaram a instituição a dar esse apoio aos projetos e conhecer com mais detalhe a natureza desse apoio.

A sua participação também nos auxiliará na construção de orientações relativas aos atrativos turísticos do Turismo de Base Comunitária, que servirão tanto para aprimorar as ofertas já existentes como para orientar a proposta de outras iniciativas de TBC. Comprometemo-nos a apresentar os resultados deste estudo.

---

*Vou começar por lhe fazer questões relativas ao Turismo de Base Comunitária (TBC), e em seguida farei perguntas relativas ao apoio aos projetos de TBC.*

1. Já ouviu falar de Turismo de Base Comunitária (TBC)? Se sim, por favor, refira, sucintamente, o que entende por este tipo de turismo.
2. Quando iniciou e qual o principal motivo dessa parceria?
3. Que tipo de apoio dá a sua instituição? Como é concretizado esse tipo de apoio?

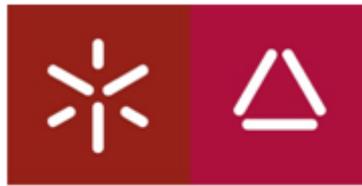
4. Considera que o projeto é um bom exemplo de TBC? Porquê?
5. Quais são, na sua perspetiva, os principais desafios e oportunidades, internos e externos ao projeto, que a sua instituição identifica a curto prazo (nos próximos 2 anos) e médio prazo (nos próximos 5 anos)?
6. Quais são os recursos turísticos centrais na oferta de TBC proposta pelo projeto?
7. Na sua perspetiva, existem ações de proteção e salvaguarda desses recursos? Se sim, quem as tem desenvolvido? Os anfitriões proponentes dos projetos estão envolvidos diretamente nessas ou em outras ações e coletivos de salvaguarda?
8. Há conflitos associados aos recursos turísticos vinculados ao projeto? Se sim, que conflitos são esses?

*Vou, por último, fazer algumas perguntas de caráter mais pessoal.*

9. Qual é o seu nome e idade?
10. Qual é a instituição que representa?
11. Qual é o cargo/função que desempenha na instituição?
12. Que estudos tem?

*Muito obrigada pela sua participação nesta investigação.*

**Anexo 3 – Inquérito por entrevista semiestruturada aos técnicos dos centros de atendimento ao turista, em Florianópolis, Santa Catarina, Brasil**



Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

## **INQUÉRITO POR ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA AOS TÉCNICOS DOS CENTROS DE ATENDIMENTO AO TURISTA, EM FLORIANÓPOLIS**

**Notas prévias:** a entrevista deverá ser gravada com a devida autorização formalizada pelo entrevistado através da qual também autoriza a publicação dos seus dados. A entrevista tem a duração de aproximadamente 20 minutos.

*Obrigada pela sua participação na nossa investigação.*

A presente entrevista é parte integrante da investigação do doutoramento sobre turismo, intitulada *Orientações para a proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*. Esta tese está sendo desenvolvida por mim, Daniela de Carvalho Carrelas, no Instituto de Ciências Sociais, no Departamento de Geografia da Universidade do Minho, em Portugal.

Estamos a realizar visitas aos Centros de Atendimento aos Turistas em Florianópolis para identificar o perfil da oferta turística proposta aos visitantes. A sua participação é importante, uma vez que tem informações que são muito específicas sobre as questões apresentadas pelos turistas quando visitam o CAT e a informação prestada aos mesmos. Obrigada pelo seu contributo. O resultado do nosso estudo ficará acessível através da publicação da tese e de artigos científicos que vão ser publicados.

---

*Começamos por lhe fazer algumas perguntas sobre a informação solicitada e fornecida aos públicos que visitam os CAT.*

1. Que tipo de informação é solicitada pelos turistas que visitam o Centro de Atendimento ao Turista (CAT)? Quais são os atrativos turísticos sobre os quais os turistas solicitam mais informação?
2. Que tipo de respostas costumam fornecer quando as perguntas estão relacionadas com os atrativos turísticos da cidade de Florianópolis? Quais são os atrativos turísticos que destacam quando são questionados sobre os principais atrativos existentes em Florianópolis?
3. Costuma dar indicação sobre AT que envolva a comunidade local?

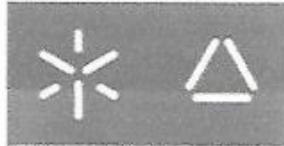
4. Dentre as AT existentes em Florianópolis há alguma que se destaque por aspetos relativos à responsabilidade social e ambiental? Se sim, qual (ais)?
5. Que tipo de documentos ou indicação de *sites* ou de redes sociais são disponibilizados/indicados? Em que línguas são disponibilizados?
6. Que tipo de documentos/*flyers* considera que a prefeitura deveria elaborar para melhorar a difusão do turismo em Florianópolis?
7. Há registo sobre o número de atendimentos realizados pelo CAT? Se sim, é realizado de forma sistemática? E para que anos? Se não, porque não é feito o registo?
8. Foi realizado até ao momento algum estudo sobre o perfil, motivações e principais atrativos turísticos visitados em Florianópolis? Se sim, que resultados obtiveram?
9. Que tipo de dados são registados (nacionalidade, estado, cidade)?
10. Qual é a identificação deste CAT?

*As próximas perguntas são de caráter mais pessoal.*

11. Qual é o seu nome?
12. Que idade tem?
13. Que estudos tem?

*Muito obrigada pela sua contribuição.*

**Anexo 4 – Declarações de autorização de entrevistas, e declarações de registros fotográficos e de vídeo dos anfitriões proponentes dos projetos de TBC em Florianópolis**



Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Ademar Alarcio do Espírito Santo, abaixo assinado, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 24 de novembro de 2020.

---

Ademar Alarcio do Espírito Santo  
(Mazinho)

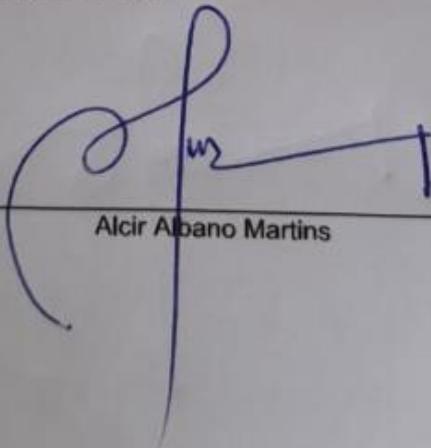


Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Alcir Albano Martins abaixo assinado, autorizo Daniela de Carvalho Carreias, estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 03 de dezembro de 2020.



---

Alcir Albano Martins



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Eduardo de Souza abaixo assinado, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 11 de novembro de 2020.

---

Eduardo de Souza



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

#### DECLARAÇÃO

Eu, Gisele Sílvia Ramos abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 19 de novembro de 2020.

---

Gisele Sílvia Ramos



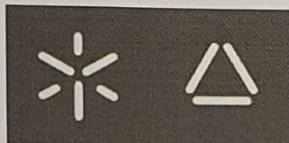
**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Roberta de Paula Braz abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 19 de novembro de 2020.

Roberta de Paula Braz  
Roberta de Paula Braz



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

#### DECLARAÇÃO

Eu, Elaine Vargas Guimarães abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 17 de novembro de 2020.

---

Elaine Vargas Guimarães

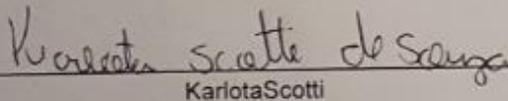


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, KarlotaScotti, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 17 de novembro de 2020.



KarlotaScotti



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

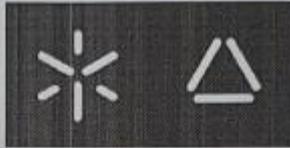
#### DECLARAÇÃO

Eu, Juliana Justo Conceição, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 28 de novembro de 2020.

---

Juliana Justo Conceição  
Chácara Clara Noite de Sol



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

#### DECLARAÇÃO

Eu, LeilenMonti, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 28 de novembro de 2020.

---

LeilenMonti  
Chácara Clara Noite de Sol



Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Ademar Alarício do Espírito Santo, abaixo assinado, autorizo Daniela de Carvalho Carreias, estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a realizar o registo fotográfico e de vídeo das atividades desenvolvidas por mim durante o guiamento como condutor ambiental da Ilha de Santa Catarina, na trilha de Naufragados, para a elaboração da sua tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 13 de novembro de 2020.

---

Ademar Alarício do Espírito Santo  
(Mazinho)

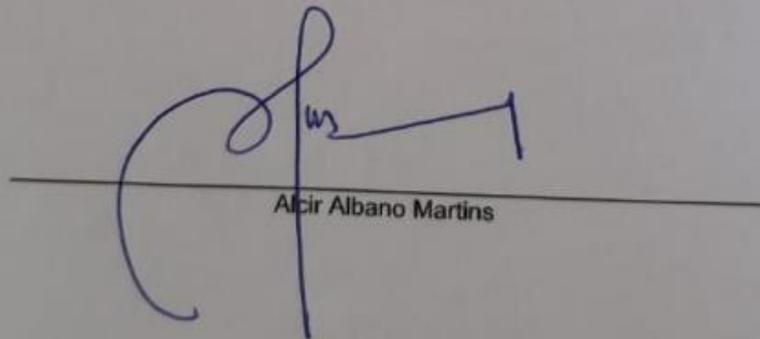


Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

## DECLARAÇÃO

Eu, Alcir Albano Martins, abaixo assinado, autorizo Daniela de Carvalho Carreias estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho a realizar o registo fotográfico e de vídeo das atividades desenvolvidas durante a execução do roteiro turístico do projeto piloto de Turismo de Base Comunitária da Reserva Extrativista do Pirajubaé, para a elaboração da sua tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 21 de novembro de 2020.



---

Alcir Albano Martins

Abrir com ▾



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

## DECLARAÇÃO

Nós, Raquel da Silva de Souza e Eduardo de Souza, abaixo assinados, autorizamos Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a realizar o registo fotográfico e de vídeo das atividades desenvolvidas no roteiro turístico do projeto Tekoá Taguá, para a elaboração da sua tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 21 de novembro de 2020.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Raquel da Silva'.

Raquel da Silva de Souza

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Eduardo de Souza'.

Eduardo de Souza





**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

#### DECLARAÇÃO

Nós, Gisele Silvia Ramos e Roberta de Paula Braz abaixo assinadas, autorizamos Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a realizar o registo fotográfico e de vídeo das atividades desenvolvidas no roteiro turístico executado pelo projeto TekoáPirá, para a elaboração da sua tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, novembro de 2020.

---

Gisele Silvia Ramos

---

Roberta de Paula Braz



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Nós, LeilenMonti e Juliana Justo Conceição, abaixo assinadas, autorizamos Daniela de Carvalho Carrelas estudante de doutoramento em Geografia do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho a realizar o registo fotográfico na visita à Chácara Clara Noite de Sol para a elaboração da sua tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 28 de novembro de 2020.

LeilenMonti - Chácara Clara Noite de Sol

Juliana Justo Conceição - Chácara Clara Noite de Sol

**Anexo 5 – Declarações de autorização de entrevista dos representantes das instituições parceiras dos projetos de TBC em Florianópolis que possuem apoio institucional.**



Fundação Municipal do Meio Ambiente de Florianópolis  
Departamento de Unidades de Conservação - DEPUC  
Rod Francisco Thomaz dos Santos, SC 406, nº 3150  
CEP 88.066-260 - Armação do Pântano do Sul - Florianópolis/SC  
Fone: (48) 32375660 / (48) 3236 4107 CNPJ 00.909.972/0001-01

PROCESSO Nº	I 003628/2020	Data: 08/12/20
AUTORIZAÇÃO Nº	030	
REQUERENTE	Daniela de Carvalho Carreias	
ASSUNTO	Pesquisa sobre Turismo de Base Comunitária no Mona Peri	
VALIDADE	4 anos	

A Fundação Municipal do Meio Ambiente de Florianópolis - FLORAM, com base no Art. 4º, inciso II da Lei nº 4.645/95, e no Parecer Técnico nº 069/2020 - DEPUC, autoriza a requerente Daniela de Carvalho Carreias a realizar pesquisa de doutorado no interior do Monumento Natural Municipal da Lagoa do Peri.

As Unidades de Conservação municipais constituem-se em espaços especialmente protegidos, cujas áreas são de preservação permanente e só podem ser utilizadas quando não houver comprometimento de sua integridade. Portanto, devem ser observadas e obedecidas às recomendações e disposições contidas na legislação supracitada, bem como as seguintes:

- Quaisquer tipos de instalações e/ou equipamentos utilizados durante a pesquisa deverão ser retirados após a realização da mesma;
- A requerente deverá encaminhar ao DEPUC dados periódicos das atividades desenvolvidas;
- Os resultados da pesquisa deverão ser apresentados para os gestores, funcionários e convidados interessados na gestão do parque, quando de sua conclusão, além da entrega, em meio impresso e digital (formato PDF), de cópia do trabalho final;
- Encaminhamento de cópias de artigos publicados em decorrência dos trabalhos realizados;
- **É de responsabilidade da requerente zelar pela segurança e integridade física dos participantes da pesquisa.**

Para quaisquer esclarecimentos entrar em contato com o Departamento das Unidades de Conservação.

Rafael Poletto dos Santos	Diogo Altino dos Santos
Superintendente	Diretor de Gestão Ambiental



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

## DECLARAÇÃO

Eu, Graciela Fernández, membro do Conselho Deliberativo da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

|

Florianópolis, 24 de novembro de 2020.

---

Graciela Fernández  
Representante da Associação de Moradores do Loteamento Santos Dumont  
(AMOSAD)

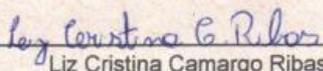


Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Liz Cristina Camargo Ribas, membro do Conselho Deliberativo da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 24 de novembro de 2020.



\_\_\_\_\_  
Liz Cristina Camargo Ribas  
Representante do IFSC no Conselho Deliberativo da RESEX Pirajubaé



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Laci Santin, membro do Conselho Deliberativo da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 24 de novembro de 2020.

---

Laci Santin  
Conselho Deliberativo da RESEX do Pirajubaé



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Carolina M. C. Alvite, analista ambiental do CNPT/ICMBio e integrante do Grupo de Trabalho Turismo da Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 24 de novembro de 2020.

---

Carolina M. C. Alvite  
Analista ambiental do CNPT / ICMBio

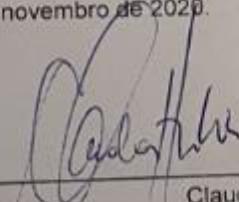


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, ClaudiaHickenbick, representante do Instituto Federal de Santa Catarina na Comunidade Tekoá, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carreias, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 12 de novembro de 2020.

  
\_\_\_\_\_  
ClaudiaHickenbick  
Representante do IFSC na Comunidade Tekoá

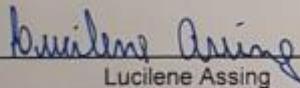


Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

### DECLARAÇÃO

Eu, Lucilene Assing, representante técnica da Acolhida na Colônia, abaixo assinada, autorizo Daniela de Carvalho Carrelas, estudante de doutoramento em Geografia, do Instituto das Ciências Sociais da Universidade do Minho, a utilizar as informações por mim facultadas durante a entrevista, para a elaboração da tese de doutoramento intitulada "*Orientações para proposição de atrativos turísticos para o Turismo de Base Comunitária a partir do lugar: estudo de caso em Florianópolis (Brasil)*" e está sendo orientado pela Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo, Professora Catedrática do Departamento de Geografia da Universidade do Minho.

Florianópolis, 16 de novembro de 2020.



Lucilene Assing

Representante Técnica da Acolhida na Colônia