



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO

ANNA KARENINA CHAVES DELGADO

**MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS* NAS ÁREAS CONEXAS DE
TURISMO E MEIO AMBIENTE: UM ESTUDO EM JOÃO PESSOA/PB**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Natal

2011

ANNA KARENINA CHAVES DELGADO

**MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS* NAS ÁREAS CONEXAS DE
TURISMO E MEIO AMBIENTE: UM ESTUDO EM JOÃO PESSOA/PB**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, na área de Gestão do Turismo.

Orientador: Mauro L. Alexandre, D.Sc.

Natal

2011

ANNA KARENINA CHAVES DELGADO

**MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS* NAS ÁREAS CONEXAS DE
TURISMO E MEIO AMBIENTE: UM ESTUDO EM JOÃO PESSOA/PB**

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Turismo
da Universidade Federal do Rio Grande
do Norte (UFRN), como requisito parcial
para a obtenção do título de Mestre em
Turismo, na área de Gestão em Turismo.

Natal, de outubro de 2011.

Prof. Mauro L. Alexandre, D.Sc
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Profa. Maria Valéria Pereira de Araújo, Dra.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Benny Kramer Costa, Dr.
Universidade de São Paulo

Natal
2011

Dedico esta dissertação de mestrado à minha mãe pelo apoio que sempre me foi dado ao longo de toda vida acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Dr. Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre pela a orientação neste trabalho;

À todos os professores do PPGTUR/ UFRN pelo aprendizado em sala de aula;

À Juliane Medeiros secretária do PPGTUR/ UFRN;

À CAPES por disponibilizar apoio financeiro;

À Andréia Braz pela revisão deste trabalho;

À todos os colegas do Mestrado em Turismo da turma 2009, em especial a Darlyne, Josemery, Raquel e Juliana pelo apoio;

À minha família em especialmente à minha mãe (Maria Célia de Oliveira Chaves), meu irmão (Vladimir Chaves Delgado), minha irmã (Anna Karina Chaves Delgado) e minhas tias (Maria José Chaves e Maria Djanira de Oliveira Chaves);

Aos representantes dos órgãos de turismo (ABAV/ PB, ABIH/ PB, ABRASEL/ PB, JPA&CV, SETDE, SETUR/ JP e PBTUR) e meio ambiente (APAN, IBAMA/ PB, ONG Guajirú, SEMAM/ JP e SUDEMA) de João Pessoa que forneceram os dados e as entrevistas que tornaram possível a realização desta pesquisa;

Às amigas Danielle, Luciana e Amanda;

Aos ex-colegas de graduação em turismo da UFPB e de Especialização em Turismo e Desenvolvimento Econômico da UnB.

*Quanto mais aprendemos sobre o mundo,
quanto mais profundo o nosso conhecimento,
mais específico, consistente e articulado será o
nosso conhecimento do que ignoramos - o
conhecimento da nossa ignorância. Essa, com
efeito, é a principal fonte da nossa ignorância:
o fato de que o nosso conhecimento é
necessariamente finito, enquanto nossa
ignorância é necessariamente infinita. (...)
Vale a pena lembrar que, embora haja uma
vasta diferença entre nós no que diz respeito
aos fragmentos que conhecemos, somos todos
iguais no infinito da nossa ignorância.*

Karl Popper (1983)

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo entender como ocorre a relação entre turismo e meio ambiente numa perspectiva gerencial na visão de seus *stakeholders* em João Pessoa (PB). Trata-se de uma pesquisa qualitativa, transversal, do tipo exploratória e descritiva, realizada com os principais *stakeholders* de turismo e meio ambiente da capital paraibana por meio de entrevistas semi-estruturadas e da análise das atas do Conselho Municipal de Turismo. Por meio das entrevistas e da análise das atas mostrou-se que os *stakeholders* de meio ambiente apresentam uma formação acadêmica maior que os de turismo, enquanto estes últimos possuem maior tempo de atuação profissional. A utilização dos recursos ambientais pelo turismo é vista de forma positiva pelos grupos de interesse de turismo em decorrência de conseguir equilibrar o desenvolvimento do turismo com a preservação ambiental, enquanto para os *stakeholders* de meio ambiente é vista de forma intermediária já que não utilizam os recursos ambientes relacionados aos resquícios de Mata Atlântica ou as Unidades de Conservação do Estado. Os principais impactos ambientais destacados pelos *stakeholders* (de turismo e de meio ambiente) foram a degradação dos ambientais recifais, a poluição das praias e a construção de equipamentos de turismo em áreas que deveriam ser protegidas, no entanto, houve *stakeholder* de turismo que acredita que o desenvolvimento do turismo no estado é tão incipiente que não é capaz de causar impactos no núcleo receptor. Também foram considerados omissos ou inconsistentes as atuações da SETDE, PBTUR e SUDEMA por alguns dos grupos de interesse entrevistados. Os representantes das ONGs destacaram que a relação entre turismo e meio ambiente só poderá ocorrer de forma harmoniosa na cidade se houver uma mudança de paradigma por parte do empresariado e da população local. Apesar da aparente relação harmoniosa estabelecida entre turismo e meio ambiente em João Pessoa, algumas ações dos órgãos de turismo e do Governo do Estado vêm deixando descontentes alguns *stakeholders* importantes de meio ambiente indicando que a relação entre turismo e meio ambiente na cidade está se tornando mais tensa.

Palavras-chave: *Stakeholders*. Interesses. Turismo. Meio ambiente.

ABSTRACT

The present study aims to understand the perception in a manager perspective of the relationship between the stakeholders of tourism and environmental management in João Pessoa (PB). It is a qualitative, transversal, descriptive and exploratory research, held with keys stakeholders of tourism and environment in the capital of Paraíba. The data were collected through structured interviews and the analysis of the minutes of the municipal council of tourism, called COMTUR/ JP. The data research allowed us to affirm that the environmental stakeholders have a higher academic background than those of tourism, on the other hand the tourism stakeholders' have longer experience time than the environmental stakeholders'. In general, the use of environmental resources for tourism is noticed as positively by the tourism stakeholders' and as intermediate for the environmental stakeholders', the tourism development is consider to be a non predatory active in João Pessoa, but it is very concentrate in the coastal area, the remnants of Atlantic Forest or protected areas are not used for tourism. The main environmental impacts cause by tourism according to the stakeholders interviewed (tourism and environment) were the environmental degradation of reef, beach pollution and the construction of tourism facilities in areas that should be protected, however, there was a stakeholder who believes that the tourism development in Paraíba is so nascent that it is unable to impact the environment. The performance of SETDE, PBTUR and SUDEMA was consider inconsistent by some of the interviewed stakeholders'. The NGO representatives believe that the most important thing is a paradigm shift from the entrepreneurs and the local population. Despite the apparently close relationship between tourism and environment management in João Pessoa (PB), some actions of tourism agencies and the state government has left some unhappy important environmental stakeholders indicating that the relationship between tourism and environment in the city is becoming tenser each year.

Key-words: Stakeholders. Interest. Environment. Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Os três aspectos da teoria dos <i>stakeholders</i>	25
Figura 2 - Representação da dimensão estratégica e normativa da definição dos <i>stakeholders</i>	27
Figura 3 - Mapa das duas dimensões dos <i>stakeholders</i>	29
Figura 4 - Modelo de saliência dos <i>stakeholders</i>	31
Figura 5 - Nível de prioridade dos <i>stakeholders</i>	32
Figura 6 - Relações de influência dos diferentes tipos de <i>stakeholders</i> com a organização	33
Figura 7 - O sistema de <i>stakeholders</i> de Ulrich	34
Figura 8 - Mapa dos <i>stakeholders</i> para o planejamento do turismo	37
Figura 9 - A visão dos <i>stakeholders</i> sobre a DMO	38
Figura 10 - Variáveis de Byrd, Bosley e Dronberger	42
Figura 11 - Dimensões do meio ambiente	43
Figura 12 - Fases do planejamento ambiental	51
Figura 13 - Mapa genérico hipotético dos <i>stakeholders</i>	57
Figura 14 - Principais <i>stakeholders</i> de turismo na visão dos gestores de turismo	67
Figura 15 - <i>Stakeholders</i> de turismo na visão do <i>trade</i> turístico	70
Figura 16 - Principais <i>stakeholders</i> de turismo na visão dos gestores de meio ambiente	72
Foto 1 - Edificações do Centro Histórico de João Pessoa (PB)	78
Foto 2 - Desmatamento de Mata Atlântica para construção do Centro de Convenções ...	82
Figura 17 - Mapa dos <i>stakeholders</i> para o planejamento do turismo – traduzido	113
Figura 18 - A visão dos <i>stakeholders</i> sobre a DMO – traduzido	113
Foto 3 - Placa com o projeto do Centro de Convenções	116
Foto 4 - Estágio das obras do Centro de Convenções em agosto de 2011	116

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dissertações/ teses sobre <i>stakeholders</i> e turismo ou meio ambiente	20
Quadro 2 - Quantidade de artigos sobre <i>stakeholders</i> em periódicos de turismo	21
Quadro 3 - Matriz de poder	35
Quadro 4 - Síntese das principais correntes de pensamento ecológico	45
Quadro 5 - Tendências de pensamento e valores sociais	46
Quadro 6 - Impactos negativos e positivos do turismo no ambiente natural	52
Quadro 7 - Síntese do referencial teórico	54
Quadro 8 - Síntese dos procedimentos de pesquisa	61

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero dos entrevistados	115
Gráfico 2 - Faixa etária dos entrevistados	115
Gráfico 3 - Tempo de atuação	115
Gráfico 4 - Escolaridade dos entrevistados	115

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAV/ PB – Associação Brasileira de Agentes de Viagem Seccional Paraíba
ABBTUR/ PB – Associação Brasileira dos Bacharéis em Turismo Seccional Paraíba
ABIH/ PB – Associação Brasileira das Indústrias Hoteleiras Seccional Paraíba
ABPB – Associação dos Bugueiros da Paraíba
ABRAJET/ PB – Associação Brasileira de Jornalistas Especializados em Turismo Seccional Paraíba
ABRASEL/ PB – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes Seccional Paraíba
AC – Análise de Conteúdo
AD – Análise do Discurso
APAN – Associação Paraibana dos Amigos da Natureza
APETP – Associação dos Proprietários de Embarcações Turísticas da Paraíba
ATCC – Associação de Turismo Costa do Conde
C&VB – *Convention and Visitor Bureau*
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEA – Centro de Estudos Ambientais
CEO – *Chief Executive Officer*
COMTUR/ JP – Conselho Municipal de Turismo de João Pessoa
CONDETUR/ PB – Conselho Estadual de Desenvolvimento Turístico da Paraíba
DMO – *Destination Management Organization*
EMLUR – Empresa Municipal de Limpeza Urbana
EVOT – Escola Viva Olho do Tempo
FUCAPE – Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade, Economia e Finanças
FUMEC – Fundação Mineira de Educação e Cultura
IACVB – *Association of Convention and Visitors Bureaux*
IBAMA/ PB – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Renováveis Paraíba
IES – Institutos de Ensino Superior
IESP – Instituto de Ensino da Paraíba
IFEP – Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba
IFPB – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
INVTUR – Inventário da Oferta Turística
JPA&CV – *Convention & Visitors Bureau* de João Pessoa
MMA – Ministério do Meio Ambiente

MTur - Ministério do Turismo
OMT – Organização Mundial do Turismo
ONG - Organização não-governamental
ONU - Organização das Nações Unidas
PARLATUR – Frente Parlamentar de Turismo
PBTUR – Empresa Paraibana de Turismo
PDT/ PB – Partido Democrático Trabalhista da Paraíba
PNT – Plano Nacional de Turismo
PRODETUR/ PB – Programa de Regional de Desenvolvimento do Turismo da Paraíba
PRT – Programa de Regionalização do Turismo
RMJP – Região Metropolitana de João Pessoa
SEBRAE/ PB – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba
SEMAM/ JP – Secretaria de Meio Ambiente do Município de João Pessoa
SEMARH/ PB – Secretaria Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos da Paraíba
SENAC/ PB – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial da Paraíba
SESC/ PB – Serviço Social do Comércio da Paraíba
SETDE – Secretaria Estadual de Turismo e Desenvolvimento Econômico
SETUR/ JP – Secretaria Municipal de Turismo de João Pessoa
SHRS/ PB – Sindicato dos Hotéis, Restaurantes e Similares Seccional Paraíba
SINDHOTEL/ PB - Sindicato dos Empregados no Comércio Hoteleiro e Similares Seccional Paraíba
SINGTUR/ PB – Sindicato dos Guias de Turismo Seccional Paraíba
STF – Supremo Tribunal Federal
SUDEMA – Superintendência de Administração do Meio Ambiente
TTCA – *Tsimshian Tribal Council Administration*
UC – Unidade de Conservação
UCS – Universidade de Caxias do Sul
UFF – Universidade Federal Fluminense
UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais
UFPB – Universidade Federal da Paraíba
UFPE – Universidade Federal de Pernambuco
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UNIVALI - Universidade do Vale do Itajaí

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1 PROBLEMATIZAÇÃO	16
1.2 RELEVÂNCIA DO ESTUDO	19
1.3 OBJETIVOS	23
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	24
2.1 TEORIA DOS <i>STAKEHOLDERS</i>	24
2.1.1 Tipologia e reconhecimento dos <i>stakeholders</i>	29
2.1.3 Aplicações da teoria dos <i>stakeholders</i> no turismo	37
2.2 TURISMO E MEIO AMBIENTE	43
3. METODOLOGIA	56
3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO	56
3.2 UNIVERSO DA PESQUISA	57
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	59
3.4 ANÁLISE DOS DADOS	60
4. RESULTADOS DA PESQUISA	63
4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> ENTREVISTADOS	63
4.2 IDENTIFICAÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> DE TURISMO	67
4.3 IDENTIFICAÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> DE MEIO AMBIENTE	72
4.4 VISÃO DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	75
4.5 VISÃO E USO DO MEIO AMBIENTE PELO TURISMO	80
4.6 PARTICIPAÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> DE TURISMO E MEIO AMBIENTE	84
4.7 ESPAÇOS DE DISCUSSÃO E PROJETOS INTEGRADOS DE TURISMO E MEIO AMBIENTE	87
5. ANÁLISE DO CONTEÚDO DAS ENTREVISTAS	92
5.1 ANÁLISE DO CONTEÚDO NA CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS	93
5.2 ANÁLISE DO CONTEÚDO DA IDENTIFICAÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> DE TURISMO E MEIO AMBIENTE	93
5.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO DA VISÃO DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM JOÃO PESSOA	94
5.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO DA OPINIÃO SOBRE A UTILIZAÇÃO DO MEIO AMBIENTE PELO TURISMO	95

5.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO DA PARTICIPAÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> DE TURISMO E MEIO AMBIENTE	96
5.6 ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS ESPAÇOS DE DISCUSSÕES E PROJETOS INTEGRADOS DE TURISMO E MEIO AMBIENTE EM JOÃO PESSOA/PB	97
6. ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS ATAS DO COMTUR/JP	98
6.1 PRÉ-ANÁLISE	98
6.2 ANÁLISE DO MATERIAL	98
6.3 TRATAMENTO DOS RESULTADOS	99
7. CONCLUSÃO	101
REFERÊNCIAS	103
OBRAS CONSULTADAS	109
APÊNDICES.....	112
ANEXO	118

1 INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Este trabalho tem como base os estudos que abordam a relação de dependência entre turismo e meio ambiente, esta relação é enfatizada em diversos estudos, a exemplo de Cooper et al. (2001 p. 210): “Assim que a atividade turística ocorre, o ambiente é inevitavelmente modificado, seja para facilitar o turismo, seja através do processo de produção do turismo.”

É nessa perspectiva que se concebe e se desenvolve o presente estudo, num contexto onde é cada vez maior e mais necessária uma saudável aproximação entre turismo e meio ambiente que, apesar de possuir distintas concepções, são desenvolvidas de forma interligada. Não se pode, portanto, fugir dessa condição básica.

A isso intercala-se a questão dos *stakeholders*, uma abordagem que utiliza mecanismos da teoria sistêmica, considerando a interdependência e integração dos agentes que compõem o sistema. Trata-se de um sistema aberto com intrincadas e complexas relações de influências no qual os elementos, mesmo com certa autonomia, são dependentes uns dos outros e condicionados à recepção e absorção de recursos.

A atividade turística é popularmente observada como um instrumento que traz desenvolvimento aos núcleos receptores, devido ao crescimento de receita que pode gerar.

Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) no ano de 2008 o turismo apresentou um crescimento de 2,1%, totalizando um fluxo de 924 milhões de turistas em viagens internacionais. Apesar de apresentar um percentual de crescimento reduzido, principalmente se comparado aos quatro anos anteriores¹, o turismo ainda apresenta dados significativos no que se refere à geração de renda. Mesmo em 2009, sofrendo uma retração de 4 %, o setor turístico mundial foi responsável por gerar uma receita de US\$ 852 bilhões. Em 2010, a atividade começou novamente a crescer no mundo, apresentando um percentual de 6,7 % de crescimento. A previsão para 2011 é de um crescimento um pouco mais moderado de aproximadamente 4,5%. Destaca-se o crescimento que o turismo teve na América do Sul. Nos quatro primeiros meses de 2011 o turismo cresceu 17% nesta região em comparação com o mesmo período no ano passado. (OMT, 2011a, 2011b).

¹ Em 2004, 2005, 2006 e 2007 a atividade turística cresceu em média, aproximadamente, 6,85%, de acordo com a OMT (2009).

O vulto que a atividade turística vem tomando faz crescer a preocupação com os possíveis impactos ambientais causados aos destinos. Diante da emergência da questão ambiental, os impactos sobre o meio ambiente passam a ser enfatizados com maior veemência em especial nas cidades que possuem mais recursos naturais.

O município de João Pessoa ostentou durante 18 anos o título de cidade mais arborizada do Brasil e segunda cidade mais arborizada do mundo, concedido pela Organização das Nações Unidas (ONU) durante a Eco-92.

A capital paraibana possui uma grande quantidade de área verde, com destaque para os resquícios de Mata Atlântica nativa existentes em perímetro urbano. Devido aos recursos naturais que a cidade possui, o turismo pode ser observado por alguns como um possível agente degradador.

Mesmo não sendo considerado um destino turístico de destaque, apresentando um fluxo turístico pouco expressivo, sobretudo se comparado aos fluxos das demais capitais nordestinas como Salvador, Recife, Natal e Fortaleza, a preocupação com os impactos ambientais causados pela atividade turística já é visível em João Pessoa. A proibição da circulação de veículos no Farol do Cabo Branco, um dos principais atrativos turísticos do município, pode ilustrar essa preocupação com o meio ambiente.

Assim, devido à extensa quantidade de setores (ambiental, social, econômico etc.) e atores com os quais o turismo se relaciona, o modelo de gestão mais eficiente para a atividade seria aquele que compreendesse sua complexidade. Dentre os modelos de gestão que trabalham com a integração de diversos atores tem-se a gestão voltada para os *stakeholders*.

Com o intuito de esclarecer os principais termos utilizados no decorrer do estudo. *Stakeholder* é uma palavra inglesa formada pela composição dos substantivos *stake*, que em sua tradução popular pode ser entendido como bastão, estaca ou poste e *holder*, como aquele que segura ou possui algo. A utilização do termo *stake* pode ser observada de forma figurativa como uma alusão à idéia de interesse ou reivindicação, assim, a expressão *stakeholders* se refere àquele grupo que detém interesse numa determinada atividade e, aos quais, podem influenciar/afetar e ser influenciados/ afetados por ela.

A palavra turismo, comumente é vista como sinônimo de viagem. Uma ação de deslocamento motivada exclusivamente pelo prazer de conhecer lugares que despertam a curiosidade do visitante. E, por fim, percebe-se que meio indica um determinado local de convívio; quando se adiciona a palavra ambiente, entende-se como um conjunto de condições

naturais e de influências que incidem sobre todos os organismos vivos (inclusive os seres humanos).

A teoria dos *stakeholders* foi criada por Edward Freeman, em 1984, com o objetivo principal de ampliar o alvo das empresas, dos acionistas para os grupos de interesse. Seguindo as pesquisas de Freeman (1984), diversos estudiosos trabalharam com essa temática. Foram tantos e tão variados os estudos e conceitos sobre *stakeholders* que surgiram modelos teóricos que passaram a estudar as distintas abordagens dadas aos grupos de interesse, dentre eles temos os modelos apresentados por Donaldson e Preston (1995), Mitchell, Agle e Wood (1997), Greenwold (2001), Gibson (2000), Friedman e Miles (2006).

A *Managing for Stakeholders* tem como fundamento a identificação dos grupos-chave e a gestão de seus interesses de forma conjunta, acreditando-se que a partir desse foco a empresa possa ser considerada cidadã, ao mesmo tempo em que, atinge seus objetivos de criação de valor para todos os envolvidos e lucro.

Geralmente, os principais *stakeholders* das empresas são os fornecedores, funcionários, consumidores, comunidade e investidores. Além de, num segundo nível também serem considerados o Governo, as Organizações Não Governamentais (ONGs), os competidores, a imprensa e os grupos de direitos do consumidor. No entanto, esses são os grupos de interesse genéricos das empresas, com exceção da comunidade e dos consumidores que são sempre considerados *stakeholders* primários, ao trabalhar com a teoria dos *stakeholders* aplicada a outras áreas, esses grupos merecem ser reorganizados e identificados.

No caso do turismo e da gestão dos recursos ambientais, os órgãos públicos apresentam um papel de maior destaque do que as empresas, tendo em vista que, as diferentes secretarias, ao se referir a atividade turística, têm a obrigação de formatar o destino como um produto turístico, divulgá-lo e dotá-lo de condições de consumo através da infraestrutura. Com relação aos recursos ambientais o papel dos órgãos públicos também é fundamental, pois são os órgãos públicos que criam as diretrizes para a utilização dos recursos naturais, restringindo ou ampliando sua utilização para fins turísticos ou não.

A relação entre os grupos de interesse de turismo e meio ambiente nem sempre ocorre de forma harmoniosa. Em João Pessoa já foram percebidos vários casos de relação conflituosa. Como exemplo, podemos citar os conflitos observados durante a construção do

hotel Marina's Ocean na praia do Cabo Branco², ou mesmo, na construção da Estação Ciência, próxima à Ponta do Seixas. No primeiro caso, os grupos ambientalistas afirmavam que a obra iria descaracterizar a faixa litorânea (e causar impactos na falésia do Cabo Branco) e, no segundo, imaginava-se que a área onde a obra foi construída é muito frágil para abarcar um projeto de tamanho vulto.

Assim, acredita-se que o estudo dos *stakeholders*, de meio ambiente e turismo, possibilita o entendimento dos pontos de vista (algumas vezes contraditórios) dos representantes dessas duas áreas que são de suma importância para a qualidade de vida da população da capital paraibana.

O estudo é de natureza exploratória e transversal, já que se detém a estudar um fenômeno pouco explorado em um período específico (primeiro semestre de 2011). O recorte da pesquisa é o município de João Pessoa, com ênfase nas temáticas de meio ambiente e turismo a partir de uma abordagem funcional.

Dessa forma, o estudo propõe-se a abordar a seguinte questão central: **Como os *stakeholders* das áreas conexas e interdependentes de turismo e meio ambiente observam a relação entre o meio ambiente e o turismo?**

1.2 RELEVÂNCIA DO ESTUDO

A provocação para a escolha do tema se deu em decorrência do interesse em trabalhar com a temática da “participação” de outros atores no planejamento do produto turístico, uma vez que as mudanças no cenário político têm levado a incorporação de novos agentes no processo de planejamento e gestão dos destinos turísticos. Levando em consideração que a comunidade é quem melhor identifica suas próprias necessidades, tem-se enfatizado crescentemente a importância da incorporação da comunidade no processo de planejamento territorial, político e até mesmo econômico dos municípios. Em muitos setores, o Governo já criou estruturas que possibilitam essa participação, a exemplo do “orçamento participativo”. Assim, pensar nesses novos agentes ao planejar determinada atividade, corresponde a uma forma de adaptar os processos de gestão às novas demandas da sociedade.

O próprio Ministério do Turismo (MTur) no Plano Nacional de Turismo 2007 – 2010 (PNT 2007 – 2010), em seu principal macroprograma (Programa de Regionalização do

² O hotel acabou tendo sua obra suspensa pelo Supremo Tribunal Federal (STF), devido a irregularidades presentes nos licenciamentos ambientais da obra, enquanto aguarda o julgamento final do mérito da questão.

Turismo – PRT), tem como um de seus princípios a participação de todos os envolvidos com o turismo, entendendo esse processo como um instrumento voltado para a construção da cidadania e resgate dos valores sociais.

A gestão voltada aos *stakeholders* não incorpora sempre a participação direta dos grupos de interesse, mas possui como alicerce para a construção de suas estratégias e ações a identificação e gestão eficiente das necessidades desses grupos, possibilitando um melhor relacionamento da empresa com os *stakeholders* que se tornam o foco da criação de valor da organização (pública ou privada).

Quando se trata da atividade turística, a atuação de inúmeros agentes é necessária para a gestão eficiente da destinação. Esta ação integrada não diz respeito somente aos diferentes setores que compõem o turismo (a exemplo das agências de viagem, hotéis, equipamentos de lazer etc.), mas também a outros setores aos quais o turismo está relacionado, como o meio ambiente.

A importância do meio ambiente para o turismo deve ser sempre enfatizada, já que na maioria dos destinos turísticos brasileiros, em especial os nordestinos, a atividade turística é baseado nos recursos naturais (nas praias). No entanto, o relacionamento entre os órgãos ligados à gestão ambiental e turística nem sempre é harmonioso. Assim, analisar a relação entre o turismo e o meio ambiente em João Pessoa na visão de seus *stakeholders* torna-se relevante por permitir uma maior reflexão sobre a necessidade de integração/cooperação entre esses dois setores.

Apesar da importância da incorporação desses novos agentes ao planejamento e gestão das atividades e da teoria dos *stakeholders* ter sido criada há mais de vinte anos, ainda são escassas as publicações sobre o tema no Brasil, principalmente de livros. No entanto, é possível notar alguns estudos (teses, dissertações e artigos) sobre o tema.

Ao realizar uma busca no Banco de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), em agosto de 2011, da expressão *stakeholders* foram encontrados quatrocentos e trinta e dois registros. Limitando a pesquisa aos trabalhos acadêmicos (teses e dissertações) que apresentassem a palavra *stakeholders* ou grupos de interesse em seu título ou como palavra-chave (de seu resumo) foram encontrados noventa e seis trabalhos.

Nesses estudos, os temas mais frequentes foram a responsabilidade social/ adoção de princípios éticos (em 23 trabalhos) e o planejamento estratégico (14 trabalhos), com destaque também para os temas: governança corporativa, controle/avaliação, economia e

comunicação/promoção/imagem. Foram encontrados apenas seis trabalhos (dissertações) abordando a área de pesquisa turismo ou hotelaria. Tratando, de alguma forma, da temática de meio ambiente foram encontrados dez trabalhos (1 tese e 9 dissertações).

Quadro 1 - Dissertações/teses sobre *stakeholders* e turismo ou meio ambiente no Brasil

Autor	Título	Instituição/ Área	Ano
Manenti	Identificação dos principais <i>stakeholders</i> e análise dos relacionamentos existentes no contexto do roteiro turístico da localidade de Ana Rech em Caxias do Sul	Universidade Caxias do Sul (UCS) Administração	2007
Vieira	Avaliação de competitividade em Destinos Turísticos sob a ótica dos <i>stakeholders</i> : aplicação do modelo de Dwyer e Kim (2001, 2003)	Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) Turismo e Hotelaria	2007
Saldanha	Políticas públicas, agroecoturismo e desenvolvimento sustentável no município do Moreno: uma visão dos seus <i>stakeholders</i> do processo de implantação.	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) Gestão pública para o desenvolvimento do NE	2003
Botelho	As percepções de funcionalidade do cluster turístico de Manaus: uma avaliação entre <i>stakeholders</i> governamentais e empresariais	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) Administração	2004
Moratelli	Estudo sobre a responsabilidade social do setor hoteleiro de Santa Catarina	UNIVALI Turismo e Hotelaria	2005
Soares	As relações públicas em organizações do setor turístico: uma visão de gestores da cidade de Londrina-PR	UNIVALI Turismo e Hotelaria	2005
Hoff	A construção do desenvolvimento sustentável através das relações entre as organizações e seus <i>stakeholders</i> : a proposição de uma estrutura analítica	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) Agronegócios	2008
Gomes	Proposta de modelo de maturidade em responsabilidade sócio-ambiental corporativa setorial: estudo empírico aplicado no setor da construção civil de Minas Gerais.	Universidade da Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC) Administração	2009
Garbelini	Contribuição da governança de redes de <i>stakeholders</i> para o desenvolvimento regional sustentável: estudo de caso sobre o CEAP- Amazônia	Universidade Federal Fluminense (UFF) Sistemas de Gestão	2003
Nunes	Análise das variáveis que influenciam a adesão das empresas ao índice Bovespa de sustentabilidade	Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Cont. Econ. e Finanças (FUCAPE) Ciências Contábeis	2008
Medeiros	Meio ambiente e a empresa: o mapeamento dos <i>stakeholders</i> relevantes na gestão ambiental das indústrias fluminenses.	Fundação Getúlio Vargas – Rio de Janeiro (FGV/ RJ) Administração	2003
Camargos	Governança de recursos hídricos: um estudo das percepções dos <i>stakeholders</i> sobre a gestão das águas no estado de Minas Gerais.	Universidade FUMEC Administração	2000
Brandão	Análise da interação dos <i>stakeholders</i> na adoção de estratégias de <i>marketing</i> verde: um estudo em empresa moveleira.	UFRN Engenharia de Produção	2009
Meinert	Estudo sobre a confiança dos <i>stakeholders</i> nas informações não-financeiras dos relatórios de sustentabilidade	FGV de São Paulo (FGV/ SP) Administração	2008
Elias	Relações entre uma organização agroindustrial da cadeia de celulose e seus <i>stakeholders</i>	UFRGS Agronegócios	2008
Martins	O licenciamento ambiental e seus conflitos	Universidade Católica de Santos/ SP - Direito	2006

Fonte: Dados da pesquisa, 2011. Compilação através do Banco de teses e dissertações da CAPES.

Os artigos científicos versando sobre a temática dos *stakeholders* no turismo são mais comuns do que as teses e dissertações.

Ao digitar o termo *tourism* na aba de busca do portal de periódicos da CAPES, em março de 2011, foram exibidos os títulos de vinte periódicos com a expressão *tourism* destes foram escolhidos aleatoriamente quatro periódicos para análise, a saber: *Tourism Management*; *Annals of Tourism Research*; *Internacional Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*; e *Journal of Sustainable Tourism*.

Em julho de 2011, foi realizada uma busca da palavra *stakeholders* nos critérios título, resumo ou palavras-chave dos quatro periódicos selecionados; foram encontrados cento e trinta e sete artigos publicados entre 1996 a 2011.

Quadro 2 - Quantidade de artigos sobre *stakeholders* em periódicos de turismo

Título do Periódico	Nº de Artigos
<i>Tourism management</i>	64
<i>Annals of tourism research</i>	21
<i>Internacional journal of culture, tourism and hospitality research</i>	10
<i>Journal of sustainable tourism</i>	42
Total	137

Fonte: Dados da Pesquisa, 2011. Compilação através dos Periódicos da CAPES.

Cabe destacar, no entanto, que nem todos os trabalhos citados (dissertações, teses e artigos científicos) utilizam a *stakeholders theory*. Em muitos casos o termo (*stakeholders*) é apenas mencionado ou conceituado, não sendo explicitada a sua teoria.

A teoria dos *stakeholders* quando aplicada ao turismo é estudada prioritariamente sob a perspectiva da gestão estratégica/competitiva ou responsabilidade social (ética), poucos foram os estudos que aplicaram a teoria dos *stakeholders* ao turismo e meio ambiente simultaneamente (estes só foram percebidos em artigos científicos).

Desta forma, este estudo se propõe a analisar um tema ainda pouco explorado, apesar de serem muitos os estudos que relacionam o meio ambiente ao turismo, não há uma ênfase na percepção e gestão de seus *stakeholders* primários, sob a ótica da teoria dos *stakeholders* elaborada por Freeman (1984).

1.3 OBJETIVOS

O estudo tem como objetivo geral: Analisar o entendimento dos *stakeholders* atuantes no turismo e meio ambiente, numa perspectiva gerencial, sobre como ocorre a relação da atividade turística com o meio ambiente na cidade de João Pessoa, Paraíba.

Para tanto, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Caracterizar e identificar os grupos de interesse entrevistados de turismo e meio ambiente da cidade de João Pessoa;
- b) Verificar a forma como os *stakeholders* de turismo e meio ambiente de João Pessoa entendem a atividade turística no município;
- c) Verificar de que forma se dá o uso do meio ambiente pelo turismo segundo a visão dos *stakeholders* entrevistados
- d) Analisar de que forma ocorre a participação dos *stakeholders* de turismo e meio ambiente na capital paraibana, sob uma perspectiva gerencial.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico encontra-se dividido em duas seções principais. A primeira discorre sobre os fundamentos da teoria dos *stakeholders*, enfatizando sua origem, os diferentes conceitos de *stakeholders*, assim como, suas correntes conceituais. A primeira seção é subdividida em três subseções que tratam sobre a classificação e as formas de identificação dos *stakeholders*, seguida pela relação existente entre a teoria dos grupos de interesse e a adoção de um planejamento estratégico, sendo a seção finalizada por estudos que relacionam a teoria dos *stakeholders* com o turismo.

A segunda seção encontra-se subdividida em duas subseções, a primeira subseção tece considerações sobre a gestão do turismo enfatizando sua complexidade e interdependência com outros setores (o turismo como um sistema), por fim, a segunda subseção discute temáticas relacionadas ao meio ambiente como conceitos, paradigmas, correntes teóricas, sustentabilidade e sua vinculação com o turismo.

2.1 TEORIA DOS *STAKEHOLDERS*

Mudanças são requeridas nos modelos de gestão para que estes se adéquem às novas demandas da sociedade. Dentre as transformações ocasionadas pela globalização que mais influenciaram na gestão, Freeman et al. (2007, p.26) destacam a explosão das inovações tecnológicas; o processo de liberalização, tanto dos mercados como da política (quebra de barreiras econômicas); a emergência de questões ambientais e sociais.

Todas essas modificações passam a exigir dos gestores uma mudança de foco na gestão. Uma dessas novas abordagens, que se propõe a responder as inquietações do novo cenário mundial é a gestão voltada aos *stakeholders*.

O conceito de *stakeholders* passa a ser difundido de forma mais ampla a partir da década de 1980, com a publicação da obra intitulada *Strategic management: a stakeholders approach*, por Freeman em 1984. A ideia da gestão voltada para os grupos de interesse surge como uma forma de oposição ao modelo vigente naquela época que direciona as ferramentas de gestão exclusivamente a aquisição de lucro por parte dos *shareholders* (acionistas). Assim, o foco da gestão torna-se mais amplo, deixa de estar voltado unicamente aos acionistas (teoria dos *shareholders*) e passa a incorporar outros agentes como os funcionários, a comunidade local, os fornecedores, o Governo, os investidores, entre outros.

A implantação da gestão voltada para os *stakeholders* contribui para a adoção de princípios éticos nos negócios, já que considera como *target* das empresas a criação de valor e não o lucro. A criação de valor passa necessariamente pela construção de princípios éticos voltados não só para o consumidor, mas para todos os grupos de interesse da empresa. O viés ético presente na teoria dos *stakeholders* é enfatizado por Donaldson e Preston (1995), Gibson (2000) e Carroll (2004).

Normalmente, entende-se como *stakeholders* aquele grupo que possui interesse em uma determinada área ou empresa, e que deve ser sempre considerado no processo de planejamento e gestão. O próprio significado da palavra inglesa já remete ao seu conceito mais difundido, *stake* pode ser traduzido como interesse e *holders* significa aquele(s) que tem a posse, que são donos de alguma coisa; dessa forma, juntando os dois termos, a palavra *stakeholders* pode ser traduzida como aqueles que têm interesse em algo.

Na visão de Freeman (1984), os *stakeholders* são conceituados como o conjunto de grupos (sejam entes públicos ou privados) que, ao mesmo tempo em que, afetam uma determinada organização também são afetadas por ela.

De forma análoga a Freeman (1984), Carroll (2004) entende *stakeholders* como aqueles grupos ou indivíduos com os quais a organização interage ou onde existe dependência mútua, qualquer indivíduo que afeta ou é afetado pelas ações, decisões, políticas, práticas ou objetivos de uma organização são considerados seus *stakeholders*.

Para Donaldson e Preston (1995), o conceito mais adequado para *stakeholders* é de um conjunto de grupos que possuem interesses legítimos nas ações de uma determinada organização, podendo essa relação de interesses ser transitória ou permanente. No segundo caso, a relação entre os *stakeholders* e a empresa está baseada em algum aspecto contínuo ou de longo prazo, a exemplo de sua filosofia de gestão ou de padrões éticos adotados.

Apesar dos conceitos apresentados anteriormente serem semelhantes, nem todos os estudiosos observam *stakeholders* da mesma forma. Para Starik (1994, apud FRIEDMAN e MILES, 2006), por exemplo, os *stakeholders* incorporam além das pessoas, outros seres vivos, como animais e plantas, seres não vivos (como pessoas que já morreram e que ainda não nasceram) e até mesmo elementos que não possuem forma física, a exemplo de sentimentos e valores pessoais.

Starik proposes non-living entities that can be considered as stakeholders such as people who have died and those not yet born. [...] stakeholders may refer to entities that may have no physical form at all. Mental images or archetypes can affect and be affected by our perception of the world. He pushes this further to suggest that concepts such as love, honesty, and community could be considered stakeholders in

that they can be embodied in physical and can affect organizations and people beyond physical form 'as mental emotional constructs'. (FRIEDMAN; MILES, p.19, 2006). Tradução ver Apêndice A.

Diante da diversidade de conceitos empregados aos *stakeholders*, alguns autores se preocuparam em estudar as diferentes correntes conceituais da teoria. A seguir observam-se as análises teóricas de Donaldson e Preston (1995), Greenwold (2001), Gibson (2000), Friedman e Miles (2006).

Donaldson e Preston (1995) observam as distintas formas de conceituação dos *stakeholders* e concluem que os conceitos relacionados à teoria podem ser entendidos a partir de sua divisão em três grupos inter-relacionados, conforme a Figura 1.

Figura 1 - Os três aspectos da teoria dos *stakeholders*



Fonte: Traduzido a partir de DONALDSON e PRESTON, 1995, p. 74.

- Descritivo/ Empírico: a teoria é usada para descrever e algumas vezes para explicar características próprias das corporações onde estão os interesses dos *stakeholders*, dentro dessa perspectiva, a teoria é aplicada para: (a) elucidar a natureza da firma; (b) a forma como os administradores entendem o processo de gestão; (c) como os membros observam os interesses constitucionais da corporação; e (d) como as corporações são realmente geridas. A empresa pode ser entendida como um conjunto de relações com os grupos de interesse;

- Instrumental: nesta abordagem procura-se encontrar a conexão, ou a ausência de conexão, entre o processo de gestão dos *stakeholders* e o alcance dos objetivos tradicionais da corporação, criando modelos para explicar essas relações, enfatizando a observação dos

impactos relacionados ao incremento da *performance* das empresas, ou seja, trata-se do estudo de casos concretos a partir da adoção de diferentes estratégias ou políticas;

- Normativo: a teoria é usada para interpretar o funcionamento da corporação, incluindo a adoção de preceitos éticos e a filosofia da empresa que guia os processos de planejamento e gestão, explicitando as razões para considerar os interesses dos *stakeholders*, mesmo quando aparentemente a adoção desses princípios não traz nenhum benefício para as empresas. Nesse grupo se encontram as discussões acerca do desdobramento ético da teoria dos *stakeholders*.

Na avaliação dos autores, a perspectiva normativa, relacionada aos preceitos filosóficos e morais, consiste no verdadeiro centro para explicar a incorporação da teoria dos *stakeholders*, no entanto, os três aspectos da teoria estão inter-relacionados. A partir da construção dos aspectos éticos da empresa (nível normativo) é possível definir a importância dos grupos de interesse e estabelecer as dimensões descritiva e instrumental.

Greenwold (2001) observa os estudos acerca da teoria dos *stakeholders* em duas vertentes. Aqueles que se atêm à identificação e à conceituação dos grupos de interesse e os que buscam analisar a natureza da relação entre a empresa e os *stakeholders*. Na visão do autor, existem duas abordagens conceituais de *stakeholders*, a ampla e a estreita. A definição mais ampla considera qualquer indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela empresa e a visão estreita apenas associa grupos vitais à sobrevivência e ao funcionamento da empresa.

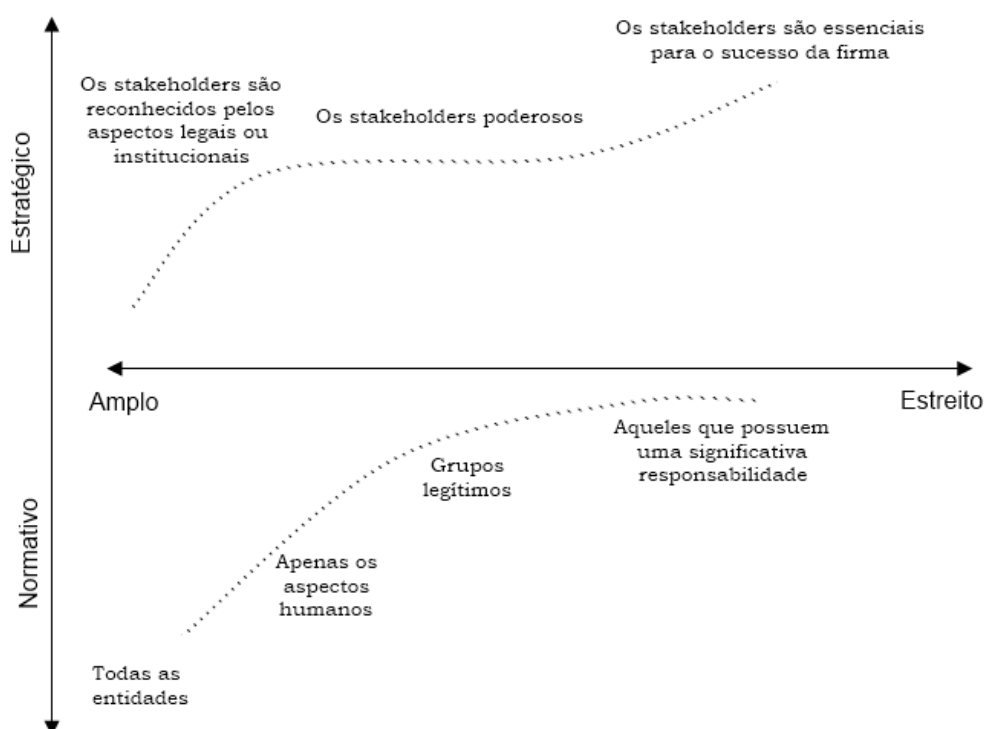
Gibson (2000) também propõe uma análise baseada em três abordagens que ligam a teoria dos *stakeholders* à adoção de princípios éticos por parte das empresas. Essas três abordagens são denominadas de *prudence*, *agency* e *deontological views*.

A *prudence view* entende que existe uma relação entre ações que são moralmente corretas e ações benéficas para a empresa, assim, a adoção de ações éticas visando aos *stakeholders*, tomadas com prudência e racionalidade, contribuem para alcançar os objetivos organizacionais. A *agency view* afirma que a empresa possui diferentes tipos de dívidas com os *stakeholders*, sendo assim, ao adotar princípios éticos, que são entendidos como a junção de quatro ações: (a) evitar prejudicar os outros, (b) respeitar sua autonomia, (c) evitar mentir e (d) honrar as promessas que faz; a empresa contribui para saldar essa dívida.

Na *deontological view*, Gibson (2000) defende a percepção de que as pessoas, independente de serem consumidores, fornecedores ou funcionários são muito mais do que simples instrumentos para atingir os objetivos de lucro organizacional.

Gibson (2000), dentro da *agency view*, entende a adoção de princípios éticos pelas empresas como sendo um processo composto por quatro esferas de responsabilidade: a) responsabilidade econômica (fazer o que é necessário para a manutenção do capitalismo global); b) responsabilidade legal (fazer o que é requerido pelos *stakeholders* globais); c) responsabilidade ética (fazer o que é esperado pelos *stakeholders* globais); d) responsabilidade filantrópica (fazer o desejo dos *stakeholders* globais). Ou seja, para Gibson (2000) o próprio conceito de ética empresarial está relacionado aos grupos de interesse.

Figura 2 - Representação da dimensão estratégica e normativa da definição dos *stakeholders*



Fonte: Traduzido a partir de FRIEDMAN e MILES, 2006, p.11.

Friedman e Miles (2006) ao estudarem os diferentes conceitos de *stakeholders*, fazem uma análise semelhante à de Greenwold (2001), em um extremo os autores colocam aqueles conceitos que relacionam a gestão dos *stakeholders* a uma ação estratégica, considerando esses agentes como elementos críticos, imprescindíveis, para a sobrevivência da empresa; no extremo oposto estão aqueles conceitos que enfatizam os aspectos legais ou institucionais que obrigam as empresas a lidar com os *stakeholders*. No meio dessas duas abordagens, está a corrente que define os *stakeholders* em função do seu poder, influência e habilidade de afetar uma organização.

Freeman (1984) entende que o modelo de gestão voltada para os grupos de interesse é constituído por três níveis de análise, quais sejam:

1^o) O nível racional – mapeamento dos *stakeholders*: identificar quem são os *stakeholders* da organização, construir um “mapa” deles e de seus interesses, levando em consideração problemas como a participação de um *stakeholder* em mais de um grupo de interesse e a evolução/fortalecimento das redes dos grupos de *stakeholders* com um determinado propósito, que pode ser benéfico ou não para a organização;

2^o) O nível do processo – entendendo o ambiente: observar os procedimentos operacionais padrões da empresa e analisar se eles atendem ou, através de pequenas modificações, podem vir a atender os interesses detectados pelo mapa dos *stakeholders*;

3^o) O nível transacional - interagindo com os *stakeholders*: entender de que forma a organização negocia/ barganha com seus grupos de interesses, quais são os canais de comunicação usados pela empresa e perceber se estão de acordo com o mapa dos grupos de interesse (nível racional) e os procedimentos da empresa (nível do processo).

Zoller (1999, apud MUNRO, KING e POLONSKY, 2006) acredita que um processo eficiente de gestão estratégica dos *stakeholders* deve estar embasado nos seguintes preceitos: a) envolver *stakeholders* que estejam ansiosos para aprender uns com os outros; b) grupos que sejam caracterizados pelo interesse comum; c) envolva a alocação de recursos adequados para facilitar o processo de comunicação; d) assegure que as informações sejam suficientes e compreensíveis por todos; e) seja flexível com relação ao processo possibilitando modificações num planejamento inicial conforme a necessidade; f) discutir as questões desde o início para que nenhuma opinião seja preconcebida; g) que todas as partes sejam neutras e que todos os *stakeholders* sejam envolvidos desde o início.

Para Zoller (1999, apud MUNRO, KING e POLONSKY, 2006) o próprio conceito de *stakeholders* está relacionado à vontade de se relacionar/cooperar e aprender com os outros grupos de interesse.

2.1.1 Tipologia e reconhecimento dos *stakeholders*

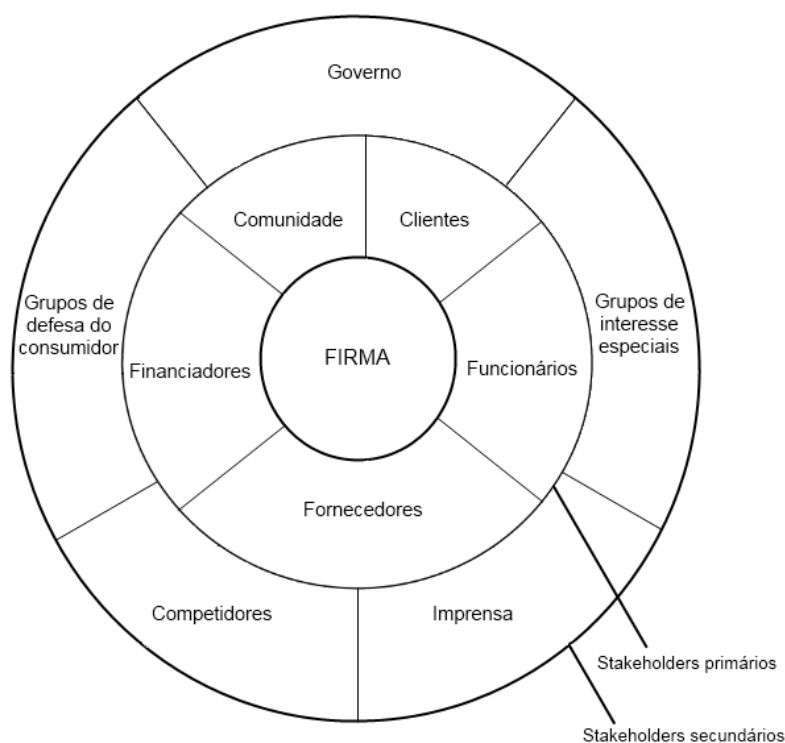
Os *stakeholders* são separados em primários ou secundários, por Freeman et al. (2007) e Clarkson (1995). Na visão de Frederick, Post e Davis (1992, apud FRIEDMAN e MILES, 2006) os grupos de interesse podem ser divididos em voluntários e involuntários; para Hill e Jones (apud GIBSON, 2000) os *stakeholders* podem ser internos ou externos,

Mitchell, Agle e Woods (1997) criam o *stakeholder's salience model* ao qual classifica os grupos de interesse em sete tipos, e ainda há quem os classifiquem, Svendsen e Wheeler (2002 apud FRIEDMAN e MILES, 2006), em diretos ou indiretos.

Para Freeman et al. (2007) e Clarkson (1995) os *stakeholders* primários são aqueles grupos fundamentais para a sustentabilidade da empresa, sem os quais a empresa não sobreviveria, para Clarkson (1995) eles são formados pelos *shareholders*, consumidores, empregados e fornecedores; e os secundários são o Governo, a comunidade, entre outros. Freeman et al. (2007, p.50), por outro lado, classifica como primários os “financiadores”, a comunidade, os fornecedores, consumidores e os empregados; e entende como secundários a imprensa, o Governo, os grupos de defesa dos direitos do consumidor, grupos de interesse especial (a exemplo de grupos de defesa do meio ambiente) e os concorrentes.

*First, there are stakeholders that we might call **primary or definitional** stakeholders to signify that they are vital to the continued growth and survival of any business. Specifically, these are customers, employees, supplies, communities, and financiers. Take away the support of any one of these groups, and the resulting business is not sustainable. Second, we need to look at the broader business environment on a routine basis, and in particular we have to be concerned with those groups that can affect our primary relationships. We'll call these groups secondary stakeholders. So, activists, governments, competitors, media, environmentalists, corporate critics, and special-interest groups are all stakeholders, at least instrumentally, in so far as they can affect the primary business relationships. (FREEMAN et al, 2007, p.51). Tradução ver Apêndice A.*

Figura 3 - Mapa das duas dimensões dos stakeholders



Fonte: Traduzido a partir de FREEMAN et al., 2007.

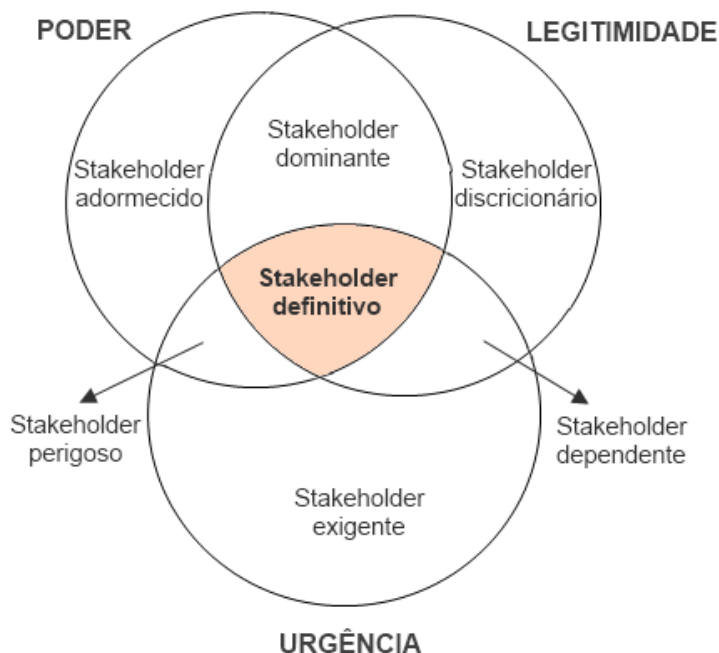
A princípio, Freeman (1984) diferenciava os *stakeholders* primários dos secundários por meio de vínculos contratuais, ou seja, seriam *stakeholders* primários aqueles grupos de interesse que tivessem contratos formais firmados com a empresa, e os demais que afetassem ou fossem afetados pela empresa e não tivessem contratos formais firmados com ela, seriam secundários. No entanto, posteriormente Freeman et al. (2007) afirmam que em qualquer atividade a comunidade deve sempre ser considerada um *stakeholder* primário, apesar de não existir um contrato formal, já que se os interesses da comunidade não são satisfeitos os grupos ativistas procuram os seus direitos nos órgãos competentes ou podem criar ações de boicote à empresa, ou seja, de acordo com uma visão mais holística, a empresa ao se instalar numa localidade “assume” um contrato social informal com a comunidade. Classificar os *stakeholders* a partir de vinculações contratuais formais deixa de ser uma forma eficiente de identificação, devido à complexidade da sociedade e das novas formas de relações/ interações entre empresas e sociedade.

A divisão dos *stakeholders*, em voluntários e involuntários está relacionada ao entendimento de que o relacionamento de empresas com determinados grupos de interesse pode implicar numa perda ou em algum risco associado para estes últimos. Sendo assim, aqueles que se arriscam a perder tendo investido algum recurso na empresa são considerados *stakeholders* voluntários, já os *stakeholders* involuntários são os que, mesmo sem ter investido nenhum recurso na empresa, estão sujeitos a riscos decorrentes de sua atuação.

Svendsen e Wheeler (2002) conceituam os *stakeholders* diretos como aqueles que têm a possibilidade de afetar ou serem afetados pelo lucro financeiro da empresa, já os demais estão expostos aos impactos da ação da empresa.

Os *stakeholders* internos são os grupos de interesse mais próximos à organização que atuam no processo produtivo da empresa, enquanto que os externos, apesar de terem interesse no processo produtivo, não atuam diretamente nele.

Mitchell, Agle e Woods (1997) classificam os *stakeholders* quanto aos critérios de poder, legitimidade e urgência, analisando esses três atributos é possível identificar o grau de importância de cada grupo de interesse. A princípio, os gestores identificam os grupos de interesse, depois eles priorizam aqueles nos quais acreditam que as exigências são legítimas, e as quais demandam ações urgentes (imediatas) e que detêm o poder de influenciar as atividades da organização, estes são os chamados *stakeholders* definitivos, aos quais a empresa necessita dar maior atenção, conforme a variedade de combinações dos três atributos são criadas as demais classificações.

Figura 4 - Modelo de saliência dos *stakeholders*

Fonte: Traduzido a partir de MITCHELL, AGLE e WOODS, 1997, p. 872.

Além dos *stakeholders* definitivos, que possuem todos os três atributos, há os grupos de interesse que possuem apenas um ou dois atributos, a saber:

- *Stakeholder* adormecido: aquele que detém apenas o poder, esse atributo por si só não chama atenção dos gestores, pois mesmo que um grupo de interesse possua poder de influência, seja a nível coercitivo, utilitarista (financeiro) ou simbólico, ele só agirá se tiver ciência de seu poder e se tiver vontade de executá-lo, no entanto, deve-se voltar a atenção para o caso dos *stakeholders* adormecidos adquirirem outro atributo;

- *Stakeholder* discricionário: possui a legitimidade, por outro lado, esta sem estar associada ao poder ou à urgência, pouco influencia a empresa, Mitchell, Agle e Woods (1997) chamam atenção para o fato de que este grupo poder ser alvo da filantropia corporativa;

- *Stakeholder* exigente: o critério da urgência pode ser observado como a urgência de tempo (o grupo de interesse exige que um determinado processo seja executado de forma mais ágil ou lenta) e a urgência crítica (a importância de uma reivindicação ou o relacionamento entre o grupo de interesse e a empresa), apesar desse grupo ter a possibilidade de se tornar extremamente irritante, não oferece perigo direto à empresa;

- *Stakeholder* dominante: possui ao mesmo tempo a legitimidade e o poder para agir, mas não tem a urgência; nesses casos, apesar de ter capacidade para agir, o grupo pode não se sentir estimulado à ação por valorizar o bom relacionamento que tem com a firma;

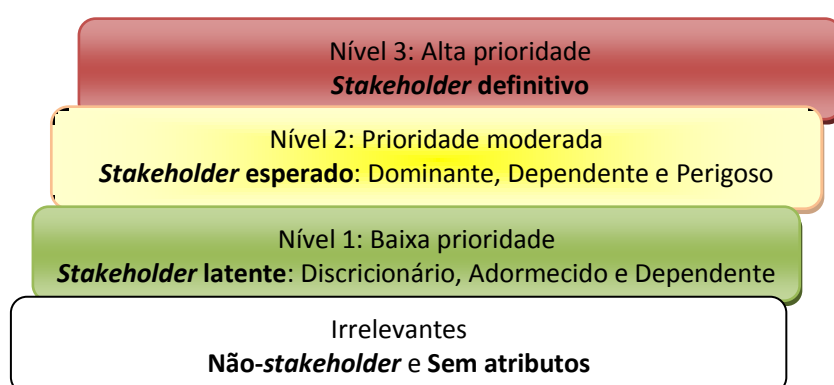
- *Stakeholder* dependente: ele depende de outros *stakeholders* para levar adiante sua vontade, já que não detém o poder necessário para efetivar ação alguma;

- *Stakeholder* perigoso: detém poder e urgência, na visão dos autores “*that stakeholder will be coercive and possibly violent*” (MITCHELL, AGLE, WOODS, 1997, p.877), como exemplo de práticas coercitivas/violentas pode-se citar a atuação de alguns grupos religiosos ou terroristas que usam bombas em protesto para se fazerem ouvir.

Os grupos que possuem um atributo são conhecidos como *stakeholders* latentes e os que possuem dois são considerados os *stakeholders* esperados.

Dentro da classificação de Mitchell, Agle e Woods (1997), Friedman e Miles (2006) afirmam que determinados tipos de *stakeholders* têm a possibilidade de causar mais impactos às organizações do que outros, os *stakeholders* que possuem os três atributos (*stakeholders* definitivos) são os mais importantes, seguidos pelos que possuem a combinação de dois atributos (*stakeholder* esperado) e por fim, os que possuem apenas um atributo (*stakeholder* latente).

Figura 5 - Nível de prioridade dos *stakeholders*



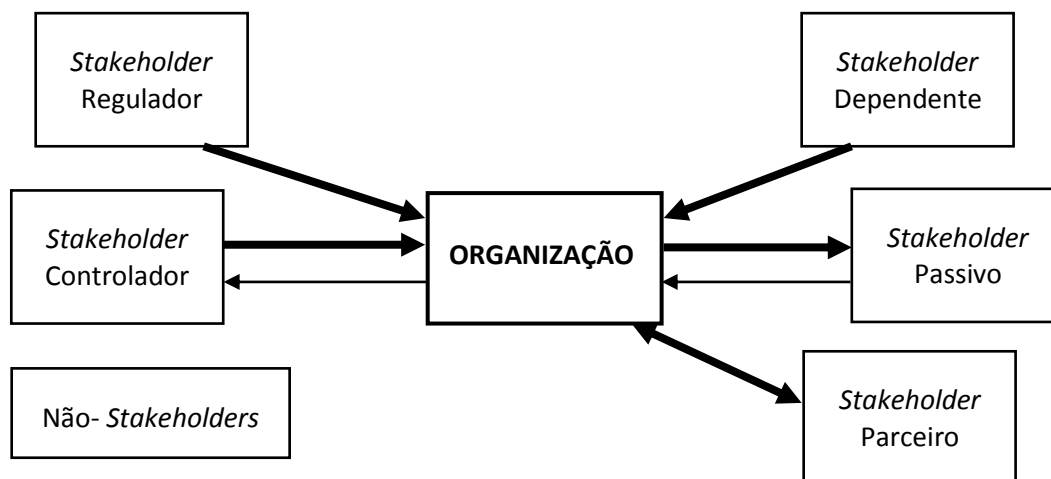
Fonte: Baseado em FRIEDMAN e MILES, 2006.

Mainardes et al. (2011) propõem um novo modelo de classificação dos grupos de interesse organizacionais baseado no modelo de desenvolvimento teórico de Whetten (1989), segundo esse novo modelo os *stakeholders* podem ser classificados em seis grupos de acordo com a influência mútua que estabelecem com a organização.

Os *stakeholders* podem ser classificados em cinco tipos, a saber: regulador, controlador, dependente, passivo e parceiro. Os *stakeholders* reguladores são aqueles que têm grande influência na organização, levando a determinar suas ações. Os *stakeholders* controladores são aqueles que influenciam e sofrem influência da organização, no entanto, o *stakeholder* é o responsável por comandar essa relação. Como uma variação dos *stakeholders*

controladores, tem-se o *stakeholder* passivo, onde, apesar de haver uma relação mútua entre os agentes, é a organização que comanda a relação, tendo maior influência. O *stakeholder* parceiro influencia e é influenciado da mesma forma pela organização. Por fim, tem-se o *stakeholder* dependente, aquele que não tem praticamente nenhuma influência sobre a organização, mas sofre grande influência dela. (MAIRNARDES et al., 2011).

Figura 6 - Relações de influência dos diferentes tipos de *stakeholders* com a organização

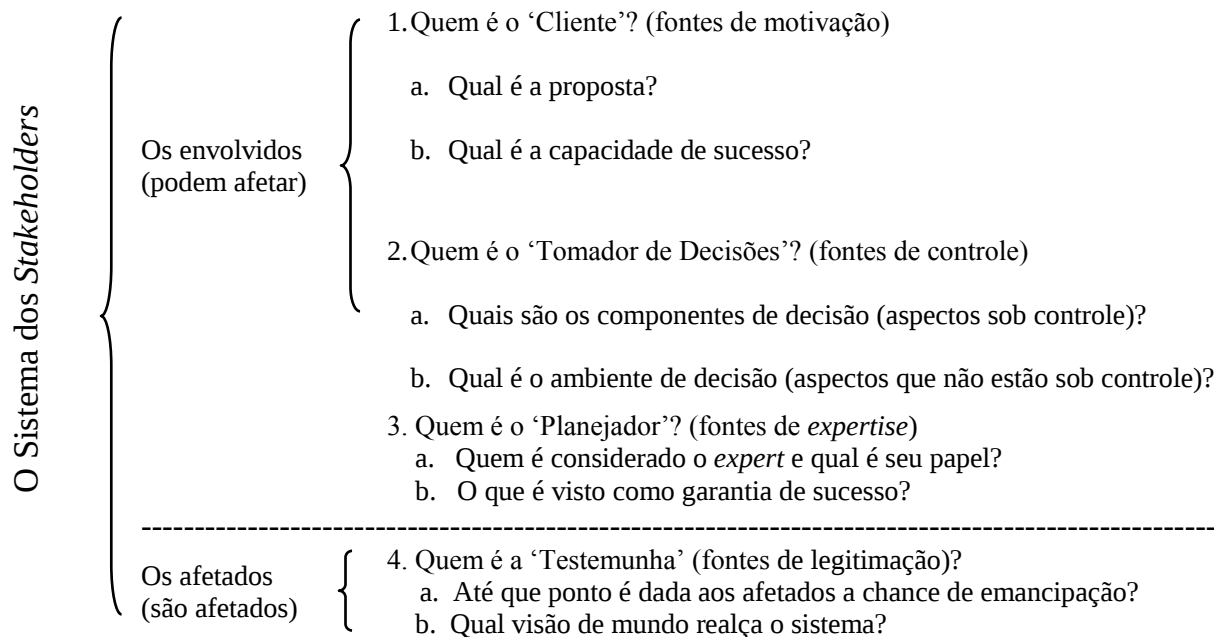


Fonte: MAINARDES et al., 2011, p.9.

A identificação empírica dos *stakeholders* é considerada por Hillman (2001, apud VOS, 2002) como um processo de fácil execução, basta estar ciente do funcionamento da empresa e de seu entorno para identificar e classificar os *stakeholders*. No entanto, a maioria dos autores considera que há muitas divergências sobre os tipos de agentes que podem ser considerados *stakeholders*, não há um modelo padrão a ser seguido para sua identificação, alguns entendem que o fato de não existir esse modelo é um ponto falho da teoria dos *stakeholders*. Por outro lado, são propostos alguns modelos ou ações para identificar os grupos de interesse.

Ulrich (1988, apud VOS, 2002) acredita que os *stakeholders* podem ser divididos em dois grupos, aqueles que podem afetar a organização (os envolvidos) e aqueles que sofrem ações da organização (os afetados), a identificação dos *stakeholders* pode ser realizada a partir da resposta por parte dos gestores/gerentes/coordenadores dos diferentes setores que compõem a empresa das indagações referentes a esses dois grupos (envolvidos e afetados) conforme ilustra a Figura a seguir.

Figura 7 - O sistema de *stakeholders* de Ulrich (1988)



Fonte: Traduzido a partir de ULRICH, 1988 (apud VOS, 2002, p. 16).

Freeman et al. (2007, p.161) também afirmam que a melhor forma de identificar os *stakeholders* é indagando a um grupo diverso de gestores (altos executivos) das empresas sobre quem, na concepção deles, afetam e são afetados pela empresa.

Para Frooman (1999, apud FROOMAN e MURRELL, 2005) existem três questões gerais a serem respondidas para que os *stakeholders* possam ser identificados: quem eles são (esta questão visa identificar os seus atributos); o que eles desejam (trata das expectativas, interesses e preocupações dos *stakeholders*); e como eles estão tentando atingir os objetivos (a questão trata da influência exercida pelos *stakeholders* na organização).

Almeida, Fontes Filho e Martins (2000) desenvolvem um modelo para a identificação e avaliação dos *stakeholders*, este compreende três etapas, a saber:

1ª) Identificação prévia dos *stakeholders*: são quatro os subgrupos elencados por Almeida et al. (2000) aqueles que são influenciados, ou influenciam, a ação da empresa através dos *inputs*, dos *outputs*, das *operações* e por meio do *macroambiente*. Através de *brainstorming* os gestores (ou empresários) listam quais são os atores que podem direta ou indiretamente influenciar a formulação de objetivos da empresa;

2ª) Categorização dos grupos de interesse através do modelo de Mitchell, Agle e Woods (1997), Almeida, Fontes Filho e Martins (2000) criam critérios quantificáveis para mensurar os três atributos desenvolvidos no *salience model*, através de três matrizes, a

primeira referente a poder vai desde a escala de força física (meios coercitivos) até reconhecimento e estima (meios simbólicos), o critério legitimidade é mensurado pela matriz de desejabilidade, onde os *stakeholders* devem atribuir valores de um (ações percebidas como indesejáveis) a cinco (altamente desejáveis) e o critério de urgência é definido de forma semelhante ao anterior, a escala de mensuração vai de um (naqueles casos onde o atraso é totalmente aceitável) até cinco (atraso totalmente inaceitável);

3ª) Priorização: por meio da avaliação feita na fase anterior são contabilizados os pontos e chega-se ao resultado de quais atores serão priorizados.

De forma diferente a Mitchell, Agle e Woods (1997), percebe-se que o modelo de Almeida, Fontes Filho e Martins (2000), apesar de utilizar as categorias de poder, legitimidade e urgência desenvolvidos pelos primeiros, criam uma escala com os respectivos pesos para cada grau de atributo com o intuito de mensurar seus impactos, diferente dos criadores do *saliency model* que se preocupam apenas em entender se o *stakeholder* possui poder, legitimidade e urgência sem analisar o grau dos atributos.

O Quadro 3 mostra a matriz do poder, na qual cada variável de poder possui um peso específico que, somados, formam a intensidade de poder que cada *stakeholder* possui; cada um dos instrumentos de poder é analisado de acordo com uma pergunta que é mensurada por uma escala de Likert (que corresponde ao grau de sensibilidade que vai de 1 considerado muito baixo até 5 que corresponde a muito alto), no quesito força física, por exemplo, a pergunta feita é qual é a capacidade que o *stakeholder* tem de gerar ou agir com violência para reter ou constranger.

Quadro 3 - Matriz de Poder

	RECURSOS DE PODER							
	Meios coercitivos		Meios utilitários (recursos)				Meios simbólicos	
GRAUS DE PODER	Força Física X1	Armas X2	Material e físico X3	Financeiro X4	Logístico X5	Tecnológico e intelectual X6	Reconhecimento e estima X7	Grau de Poder
PESO ATRIBUIDO Grau de Sensibilidade 1, 2, 3, 4 ou 5	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
<i>Stakeholder 1</i>								
<i>Stakeholder 2</i>								
<i>Stakeholder n</i>								

Força física - a capacidade do <i>stakeholder</i> de gerar ou agir com violência para constranger ou reter é:				
Muito baixa 1	Baixa 2	Regular 3	Alta 4	Muito alta 5
Armas - a capacidade do <i>stakeholder</i> de gerar destruição física é:				
Muito baixa 1	Baixa 2	Regular 3	Alta 4	Muito alta 5
Meios materiais e físicos - o poder de barganha por meio de matéria-prima, equipamentos e instalações é:				
Muito baixa 1	Baixa 2	Regular 3	Alta 4	Muito alta 5
Financeiros - o poder do <i>stakeholder</i> em termos de disponibilidade de crédito e valorização de ativos é:				
Muito baixa 1	Baixa 2	Regular 3	Alta 4	Muito alta 5
Logísticos - o poder em termos de localização, distribuição, fluxo de produtos e insumos é:				
Muito baixa 1	Baixa 2	Regular 3	Alta 4	Muito alta 5
Tecnológicos/ intelectuais - o poder em termos de utilização de recursos de conhecimento, marcas, patentes é:				
Muito baixa 1	Baixa 2	Regular 3	Alta 4	Muito alta 5

Força física = capacidade de gerar ou agir com violência para constranger ou reter;
 Armas = capacidade de gerar destruição física
 Meios materiais e físicos = matéria-prima, equipamentos e instalações
 Financeiros = crédito, valorização de ativos
 Logísticos = localização, distribuição, fluxo de produtos e insumos
 Tecnológicos & intelectuais = conhecimento, marcas, patentes.

Fonte: ALMEIDA, FONTES FILHO e MARTINS, 2000.

2.1.3 Aplicações da teoria dos *stakeholders* no turismo

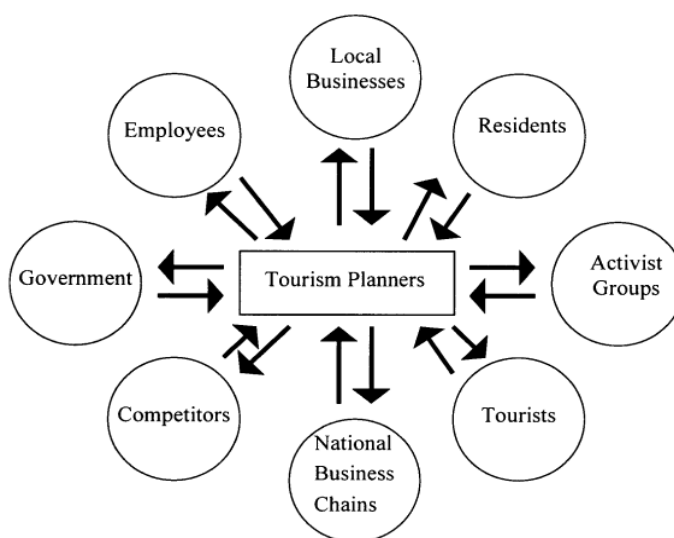
Sautter e Leisen (1999) afirmam que um processo de planejamento turístico deve ser iniciado com a identificação dos grupos de interesse relacionados à determinada empresa. Os autores colocam que um ponto de partida é levar em consideração os principais atores do turismo (conforme Figura 10), enfatizando a importância da colaboração entre os agentes.

Currie, Seaton e Wesley (2009) acreditam que as técnicas de identificação e classificação dos *stakeholders* são de difícil aplicabilidade, dessa forma, os autores propõem uma abordagem diferenciada dentro do turismo, onde a análise dos *stakeholders* componha uma das fases de pré-implantação de um projeto de desenvolvimento.

As dificuldades de aplicabilidade das técnicas de identificação e classificação dos *stakeholders*, a exemplo da teoria de Freeman (1984 e 2007) e Mitchell, Agle e Woods (1997), dizem respeito principalmente a sua extensão e ao viés gerencial. A identificação e a classificação dos *stakeholders* nas empresas é feita pelos *chief executive officer* (CEOs) ou

gestores, assim, o processo de classificação e identificação dos *stakeholders* reflete unicamente a perspectiva desses agentes, ou seja, é uma perspectiva exclusivamente gerencial, que sob o ponto de vista da responsabilidade social e ambiental pode ser problemática.

Figura 8 - Mapa dos *stakeholders* para o planejamento do turismo



Fonte: SAUTTER e LEISEN, 1999. Tradução ver Apêndice A.

A análise dos *stakeholders* relacionados à gestão dos recursos ambientais, segundo o conceito de Freeman (1984), pode apresentar problemas devido à amplitude. Percebe-se que os grupos de interesse relacionados à preservação dos recursos naturais (num determinado local) podem incluir além da população da localidade atual e futura, toda a população mundial atual e futura (dependendo da representatividade dos recursos ambientais).

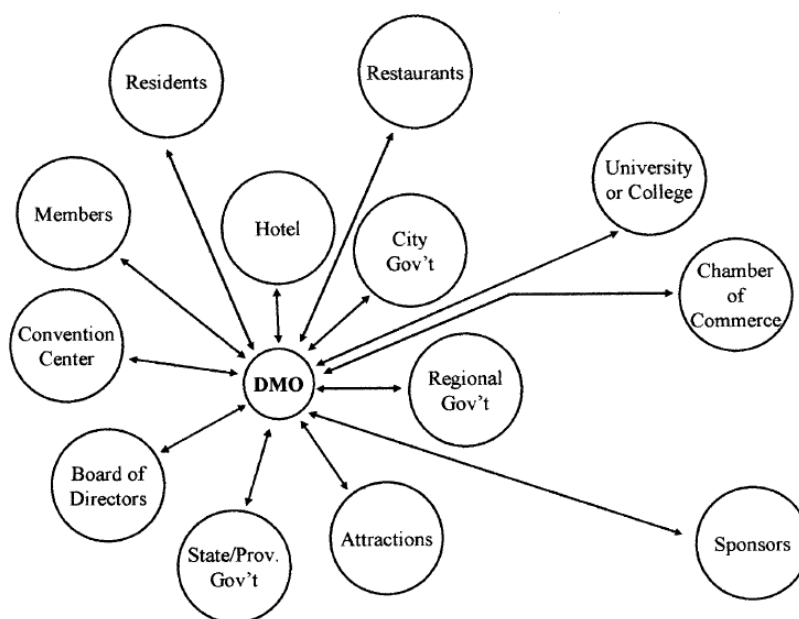
A pesquisa de Currie, Seaton e Wesley (2009) compreende a análise dos *stakeholders* na perspectiva da implementação de um projeto turístico em Tsimshian Nation. De acordo com os autores, o primeiro passo foi a identificação dos responsáveis pela fase de análise do projeto e seus objetivos (*Tsimshian Tribal Council Administration* - TTCA foi identificada como a responsável). Prosseguindo essa fase, se deu a identificação dos potenciais *stakeholders* através de uma extensa lista elaborada pelos que compõem a TTCA, além de indicar quais eram os grupos de interesse, os entrevistados da TTCA também indicavam seu grau de influência de acordo com o modelo de Mitchell, Agle e Woods (1997).

A identificação dos *stakeholders* se deu por meio de perguntas abertas, onde os entrevistados devem citar quais são os grupos que, na opinião deles podem ser considerados *stakeholders*, ou seja, podem influenciar ou ser influenciados.

Sheehan e Ritchie (2004) estudam a visão que os CEOs, os diretores executivos/diretores gerais dos órgãos públicos de turismo, têm sobre os *stakeholders*. Com essa finalidade foram selecionados, com base na lista dos membros da *Association of Convention and Visitor Bureaux* (IACVB) da América do Norte os *stakeholders* primários/secundários do turismo, quais são os mais importantes e por que, assim como, o grau de concordância entre as posições adotadas pelos órgãos entrevistados e demais *stakeholders*. A pesquisa foi realizada através de questionários (com a escala de Likert e com perguntas abertas).

A Figura 9 ilustra os *stakeholders* mais citados e a proximidade com os *Destination Management Organizations* (DMO) demonstra quais foram os *stakeholders* considerados mais importantes para o turismo pelos CEOs.

Figura 9 - A visão dos *stakeholders* sobre a DMO



Fonte: SHEEHAN e RITCHIE, 2004. Tradução ver Apêndice A.

É importante notar que alguns dos *stakeholders* mais importantes, a exemplo dos hotéis, não estabelece nenhum contrato formal com as DMOs, mesmo assim, foi classificada pelos CEOs das DMOs como o principal *stakeholder* de turismo. Logo, a visão de que é possível classificar os grupos de interesse (entre primários e secundários) através dos contratos firmados não é adequada ao menos quando se trata da atividade turística.

Aas, Ladkin e Fletcher (2005) analisam o processo colaborativo dos *stakeholders* de turismo e patrimônio histórico dentro de um projeto desenvolvido pela *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) em Luang Prabang, Laos. As

práticas de colaboração foram examinadas por meio de cinco aspectos, a saber: canais de comunicação entre os *stakeholders* de turismo e patrimônio, renda gerada pela conservação e gestão do patrimônio cultural, o envolvimento da população local nas decisões, envolvimento da população local nas ações/atividades do turismo e avaliação da extensão e sucesso da cooperação entre os *stakeholders*.

A relação entre a atividade turística e o patrimônio histórico estudado por Aas, Ladkin e Fletcher (2005) não foi considerada efetiva devido a indicadores como a ausência da participação da população local nas ações de turismo³ e a falta de ações (projetos) conjuntas entre a “indústria” do turismo e os órgãos de patrimônio cultural de Luang Prabang (Laos).

Lester e Weeden (2004) analisam o turismo de cruzeiros no Caribe sob a perspectiva da colaboração de seus *stakeholders* para o desenvolvimento da atividade de forma sustentável. Os principais entraves para essa gestão sustentável voltada para os grupos de interesse são a natureza heterogênea das ilhas que compõem o Caribe, os diferentes problemas encontrados pelos destinos de cruzeiros no Caribe e os muitos interesses diferenciados dos *stakeholders*.

An assessment of both the power and interest of different stakeholder groups is central to understanding the extent to which they are interested in and are able to influence outcomes (Johnson and Scholes, 1997). Indeed, the theory of stakeholder analysis in the planning and development of tourism states that all stakeholders should be consulted and that equity is applied to all parties in terms of agreed objectives and goals. This is an approach advocated by Burns (2004, forthcoming) in which he states, ‘the [tourism] system should be thought through and planned for so that the arrangements that bring together suppliers and buyers are not weighted in favour of foreign or elite interests only’. (LESTER; WEEDEN, 2004, p.45).
Tradução ver Apêndice A.

O planejamento integrado do turismo, sob a perspectiva de seus *stakeholders*, envolve questões relativas às relações de poder, no caso específico dos cruzeiros no Caribe, Lester e Weeden (2004) afirmam que é notória a disparidade de poder entre os países mais desenvolvidos e menos desenvolvidos, assim como a pressão exercida por grandes companhias de cruzeiros nas ilhas menores.

Em muitos casos, percebe-se que determinados *stakeholders* (como o *trade* turístico) podem exercer mais influência nos rumos de um planejamento turístico do que outros grupos de interesse, a exemplo da população local. Mas é importante enfatizar que a participação dos *stakeholders* no processo de planejamento envolve a disposição dos grupos

³ De acordo com Aas, Ladkin e Fletcher (2005, p.44) há um interesse da população local em participar da gestão do patrimônio cultural e do turismo, no entanto, muitos (órgão públicos de turismo e patrimônio cultural) não acreditam na capacidade da população de participar.

de interesse em participar, assim como a criação, por parte sobretudo dos órgãos públicos, de espaços para a participação da população local e outras entidades com interesse em questões relativas ao turismo, criando canais de comunicação que permitam que todos os *stakeholders* tenham ciência da existência desses espaços colaborativos.

Bertelli e Laesser (2011) analisam a constituição da rede (*network* de relacionamento) de *stakeholders* de uma região dos Alpes (Longvalley) a partir da percepção que determinados atores têm sobre o grau de poder dos grupos que participam do turismo.

A princípio, os autores selecionaram trinta *stakeholders* (entre órgãos públicos e privados) e pediram que cada um deles citasse mais cinco grupos que fossem importantes para o desenvolvimento futuro da atividade turística na região. A avaliação dos fatores que levaram aos *stakeholders* da primeira fase da pesquisa a citar outros atores era analisada a partir do poder de influência desses novos atores. Assim, era pedido aos entrevistados para justificar porque haviam escolhido esses atores, se era pelo nível hierárquico que o ator ocupa, pelo grande conhecimento que possui, pelo poder de controle dos processos ou pelos ativos.

Ao analisar a constituição da rede de *stakeholders* de Longvalley, enfatizando o poder de influência dos que o constituem, Bertelli e Laesser (2011) chegaram à conclusão que a variável para justificar um determinado grupo como *stakeholder* mais citada foi o conhecimento, no entanto, para os hotéis/áreas de *ski*, a justificativa mais utilizada foi a posição hierárquica e para o setor público o poder sobre os mecanismos e os processos.

A *network* de *stakeholders* da região foi considerada pequena pelos autores, apenas quarenta e dois atores compõem essa rede e os *stakeholders* pertencentes a um mesmo grupo, por exemplo, um representante de órgãos públicos ao analisar os outros órgãos públicos, tinha uma tendência a avaliá-los de forma positiva, as respostas dentro de um mesmo grupo de interesses também foram semelhantes.

Manenti (2007) também identifica uma *network* reduzida de *stakeholders* em sua pesquisa, apenas quatro grupos de interesse principais. No entanto, sua análise se dá no contexto de um roteiro turístico (Ana Reach no Rio Grande do Sul - RS) e não de um destino turístico. O autor estuda o nível de interação (os vínculos de cooperação/relacionamento) entre os principais *stakeholders* utilizando como uma das variáveis os projetos em comum.

A identificação que o autor faz dos *stakeholders* principais do roteiro se dá por meio de uma observação participante e de uma análise documental. Seguindo-se a esta, é realizada uma entrevista com representantes desses grupos de interesse para que identifiquem outros grupos atuantes no roteiro turístico, assim, a partir dessa identificação, o autor cita sete

grupos de interesse principais do roteiro turístico de Ana Reach (RS).

Yilmaz e Gunel (2009) colocam a importância da gestão voltada para os grupos de interesse dentro do planejamento turístico como um instrumento estratégico, estudando de que forma os meios de hospedagem e os agentes de viagem em Izmir avaliam a gestão voltada para os *stakeholders*. A pesquisa de Yilmaz e Gunel (2009) mostra que poucos hoteleiros e agentes de viagem têm conhecimento sobre o que vem a ser a gestão voltada para os *stakeholders*, mesmo aqueles que já tinham ouvido falar sobre o assunto, não sabiam como implementá-la ou acreditavam que era algo confuso. Entretanto, os hoteleiros, principalmente, enfatizam a importância da adoção de práticas colaborativas dentro (com funcionários e fornecedores) e fora (com ONGs, grupos de defesa do consumidor, clientes etc.) da empresa como um instrumento fundamental de sucesso das firmas.

A falta de informação sobre a *manager for stakeholders* apontada por Yilmaz e Gunel (2009) consiste num entrave quase que intransponível para a adoção desse modelo. Por outro lado, a conscientização crescente das empresas turísticas (em especial dos hotéis) para a necessidade da cooperação, aponta para a construção de uma gestão baseada numa sinergia de ações entre os diversos agentes (grupos de interesse).

Byrd, Bosley e Dronberger (2009) pesquisam, à luz da teoria social, a percepção dos *stakeholders* sobre os impactos causados pelo turismo na zona rural oriental do Estado da Carolina do Norte, nos Estados Unidos.

Os autores escolheram quatro grupos de *stakeholders* para participar da pesquisa: a população local, os turistas, o *trade* turístico e representantes de órgãos públicos de turismo. Apesar de os grupos apresentarem percepções diferentes sobre os impactos que o turismo trouxe para o local, Byrd, Bosley e Dronberger (2009), chamam atenção para a grande disparidade apresentada pela percepção dos órgãos públicos; em três dos nove itens analisados, os órgãos públicos apresentaram visão diferenciada do *trade* turístico e da população local, os órgãos oficiais de turismo são os *stakeholders* que apresentaram uma imagem mais positiva.

Os autores aplicaram apenas um questionário fechado (estruturado) contendo três grupos de perguntas avaliadas através de uma escala Likert (com um total de cinco parâmetros de avaliação diferentes) e dezessete perguntas fechadas. As variáveis de análise utilizadas pela pesquisa nos questionários foram nove, estas podem ser observadas por meio da Figura 10.

Figura 10 - Variáveis de Byrd, Bosley e Dronberger (2009)

Variáveis
O turismo produz efeitos a longo prazo no meio ambiente
O desenvolvimento do turismo aumenta a qualidade de vida da comunidade
O desenvolvimento do turismo melhora a aparência da comunidade
O desenvolvimento do turismo aumenta a quantidade de equipamentos recreativos para população residente
O aumento do turismo incrementa a economia local
O turismo reduz a qualidade das oportunidades de recreação ao ar livre
O desenvolvimento do turismo aumenta a criminalidade
O desenvolvimento do turismo aumenta os impostos dos imóveis
O desenvolvimento do turismo aumenta os problemas de tráfego

Fonte: Traduzido a partir de BYRD, BOSLEY e DRONBERGER, 2009, p. 696.

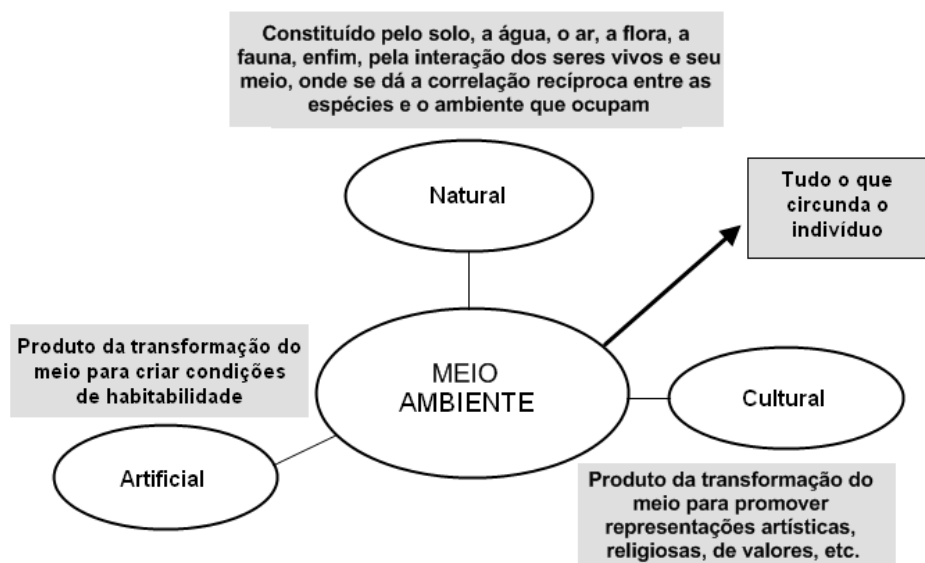
2.2 TURISMO E MEIO AMBIENTE

A discussão sobre a temática ambiental constitui questão bastante complexa. Ainda há grandes divergências a respeito da forma como o ser humano deve se relacionar com a natureza, o conceito da sustentabilidade associada ao uso de recursos naturais escassos e até mesmo o entendimento do que vem a ser natureza e meio ambiente.

Com relação ao conceito de meio ambiente, a lei nº 6.938 de 1981 que trata da Política Nacional de Meio Ambiente, em seu artigo 3º inciso I conceitua-o como sendo: “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”.

Freitas (2001) entende o meio ambiente como um espaço que apresenta equilíbrio dinâmico entre as forças concorrentes dos meios físico, biótico e antrópico, as quais se organizam em um sistema de relações extremamente complexas e sensíveis às modificações de seus elementos constituintes.

Na Figura 11 são apresentadas, de forma resumida, as dimensões que constituem o meio ambiente, de acordo com Dias (2009). Apesar da denominação dada às dimensões serem distintas dos conceitos apresentados por Freitas (2001), representam os mesmos elementos mencionados. O meio físico e biótico pode ser entendido como o meio natural, já o meio antrópico, está relacionado aos meios artificial e cultural, ambos resultado da criação do ser humano.

Figura 11 - Dimensões do meio ambiente

Fonte: Baseado em DIAS, 2009.

Por outro lado, Vesentini (1993) e Branco (1990) propõem um conceito de meio ambiente onde não é necessária a presença do ser humano, ou seja, na visão desses autores o meio ambiente não compreende necessariamente a presença humana. Vesentini (1993) utiliza a expressão meio ambiente como sinônimo de paisagem geográfica, e afirma que este é composto pelo espaço onde o homem vive⁴.

De forma análoga ao conceito de meio ambiente, o conceito de natureza também é visto por alguns como desassociado do ser humano, ou seja, sua presença e tudo que é produzido por ele são considerados como elementos não naturais.

Para fins de estudo, consideram-se ambos os conceitos, meio ambiente e natureza, como compreendendo o ser humano e sua ação sobre ele. O conceito de natureza utilizado é aquele colocado por Dias (2009, p.139):

A natureza inclui o homem, seus atos, objetivos, conhecimentos, crenças, potencialidades e limites. Mutável e instável, sempre se transformou por forças das mesmas leis que regem a evolução da sociedade e de seu processo de produção e, com o passar do tempo incorporou a essa transformação a dimensão técnica, traduzida em um modelo mundial e único que se sobrepõe a toda e qualquer diversidade cultural, econômica ou política, unificando a natureza como um conjunto de atos, juízos e intervenções.

As disciplinas que se atêm a estudar questões relativas ao meio ambiente/natureza são diversas. Não apenas as ciências biológicas, ecologia ou geografia física tratam questões

⁴ Santos (2006, p.103) realiza uma distinção elucidativa da diferença entre paisagem e espaço. “Cada paisagem se caracteriza por uma dada distribuição de formas-objetos, providas de um conteúdo técnico específico. Já o espaço resulta da intrusão da sociedade nessas formas-objetos”.

relativas à natureza, mas também a administração, o turismo, a sociologia, a economia, a psicologia, entre outras, que já incluíram em seu escopo a discussão do meio ambiente.

No campo da psicologia, uma disciplina que vem se destacando é a psicologia ambiental que procura entender a forma como o ser humano se relaciona com a natureza. Segundo Pinheiro, Günther e Guzzo (2004, p.9):

A Psicologia Ambiental estuda o homem em seu contexto físico e social. Busca suas inter-relações com o ambiente, atribuindo importância às percepções, atitudes, avaliações ou representações ambientais, ao mesmo tempo considerando os comportamentos associados a elas. A Psicologia Ambiental se interessa pelos efeitos das condições do ambiente sobre os comportamentos individuais tanto quanto como o indivíduo percebe e atua em seu entorno. Os efeitos destes fatores, físicos e sociais, estão associados à percepção que se tem deles, e, neste sentido, estudam-se as interações. Ainda existe controvérsia sobre sua melhor definição, pode-se dizer que a Psicologia Ambiental se dedica ao estudo das inter-relações entre seres humanos e o ambiente sócio-físico que os cerca, considerando aspectos individuais e coletivos dessas inter-relações.

Pinheiro, Günther e Guzzo (2004, p.25) afirmam que os objetos de estudo da psicologia ambiental vão desde a percepção e cognição do ambiente; efeito do ambiente no comportamento; ambientes diferenciados (de crianças, adolescentes, trabalhadores diversos, entre outros); ambientes específicos; construção de determinados ambientes para obter determinados efeitos sobre o comportamento; mudanças de atitudes, percepções e comportamento frente ao ambiente; até mudanças e planejamento do ambiente e preservação do meio ambiente.

Outro campo de estudo que trata da relação entre o meio ambiente e o ser humano é a topofilia, subárea da geografia, esta tem por intuito estudar a relação afetiva entre o ser humano e o lugar (meio ambiente físico).

A palavra ‘topofilia’ é um neologismo, útil quando pode ser definida em sentido amplo, incluindo todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material. Estes diferem profundamente em intensidade, sutileza e modo de expressão. A resposta ao meio ambiente pode ser basicamente estética: em seguida, pode variar do efêmero prazer que se tem de uma vista, até a sensação de beleza, igualmente fugaz, mas muito mais intensa, que é subitamente revelada. A resposta pode ser tátil: o deleite ao sentir o ar, água, terra. Mais permanentes e mais difíceis de expressar, são os sentimentos que temos para com um lugar, por ser o lar, o *locus* de reminiscências e o meio de se ganhar a vida. (TUAN, 1980, p.107).

A forma como o ser humano se relaciona com o seu meio é estudada a partir de diferentes perspectivas, o Quadro 4 apresenta uma síntese das principais correntes com suas respectivas percepções associados aos autores que explicam estas ideias.

Quadro 4 - Síntese das principais correntes de pensamento ecológico

Autores	Correntes de pensamento	Principais idéias
Carvalho (2003)	Biocentrismo	A natureza como reserva do bom e do belo
Trevizan (2004)	Ecologismo biológico	A presença do ser humano só causa perturbação ao equilíbrio natural (mito da natureza intocada)
Carvalho (2003)	Antropocentrismo	A natureza é considerada ameaçadora, selvagem e esteticamente desagradável, deve ser domada
Trevizan (2004)	Ecologia humana	A natureza é um recurso que deve ser submetido às necessidades humanas, a natureza só existe para servir ao ser humano
Diegues (1994) Capra (2004)	Ecologia profunda	Todos os seres vivos devem ter o mesmo direito à vida, já que todos são importantes para o equilíbrio ecológico
Diegues (1994)	Ecologia social	A problemática ambiental (degradação) é causada pelos problemas sociais existentes
Diegues (1994)	Eco-socialismo	Os recursos ambientais estão concentrados nas mãos da elite, que os utiliza de forma arbitrária, sendo considerada uma mercadoria.
Sánchez (2004)	Paradigma medieval	As forças da natureza são observadas como a ação de seres divinos
Sánchez (2004)	Paradigma moderno	Surge com a ciência moderna, ênfase no racionalismo e determinismo. A máquina do mundo funciona conforme a relação de causa e efeito de Newton.
Sánchez (2004)	Paradigma quântico-relativo	Questiona a racionalidade, esta já não é suficiente para responder a complexidade da natureza

Fonte: Baseado em CARVALHO, 2003; TREVIZAN, 2004; DIEGUES, 1994 e CAPRA, 2004.

O intuito precípua da ciência moderna é através do conhecimento científico, do controle da natureza, facilitar a vida do ser humano, no entanto, muitos dos principais avanços alcançados pela ciência e os ganhos materiais vindos com esta têm se concentrado nas mãos de poucos países, ou grupos. Dessa forma, a ciência e a tecnologia têm atuado como mais um instrumento que reforça o grande abismo que existe entre países periféricos e centrais, na visão de Foucault um saber-poder⁵.

Segundo Capra (1982 e 2004), apesar das benesses trazidas pela ciência moderna nos campos da saúde e tecnologia, o racionalismo nos trouxe uma “crise de percepção” que construiu um modo de vida equivocado, a forma como se estabeleceu a relação de dominação sobre a natureza, sem respeitar seus limites. As nossas percepções, pensamentos e valores estão incorretos, a ênfase no *yang* (lado racional/masculino) em detrimento do *yin* (lado intuitivo/feminino), o consumismo e competitividade exacerbados em detrimento da cooperação têm ameaçado o ecossistema global.

⁵ Foucault (1999) em seu livro ‘Microfísica do poder’ discutiu a constituição do saber enquanto instrumento do poder, aqueles que detêm conhecimento/ tecnologia possuem um enorme poder.

Na visão desse autor, deve-se promover uma mudança de paradigma, onde o mundo passe a ser observado de forma holística, sendo o ser humano apenas um dos fios que compõe a imensa Teia da Vida (ecologia profunda).

A construção das tendências de pensamento e de valores por parte da sociedade é resumida por Capra no Quadro 5. Em sua análise, são utilizados pela sociedade capitalista atual apenas os autoafirmativos.

O desequilíbrio entre pensamentos e valores autoafirmativos e integrativos resulta nos desequilíbrios ambientais. De acordo com Capra (2004), as duas tendências são essenciais aos sistemas vivos, não existindo uma que seja melhor do que a outra, no entanto, “o que é bom, ou saudável, é um equilíbrio dinâmico entre elas; o que é mau, ou insalubre é a ênfase excessiva em uma delas em detrimento da outra” (CAPRA, 2004, p.27).

Quadro 5 - Tendências de pensamento e valores sociais

PENSAMENTO		VALORES	
Auto-afirmativo	Integrativo	Auto-afirmativo	Integrativo
Racional	Intuitivo	Expansão	Conservação
Análise	Síntese	Competição	Cooperação
Reducionista	Holístico	Quantidade	Qualidade
Linear	Não-linear	Dominação	Parceria

Fonte: Adaptado de CAPRA, 2004.

Os estudos de Capra (1982 e 2004) são destacados, principalmente, em decorrência de o autor entender que há uma conexão entre as problemáticas (ambiental – social), ou seja, não é possível observar a degradação ambiental como um problema isolado, tendo em vista que os problemas vivenciados pela sociedade moderna estão conectados. Essa visão resultou no desenvolvimento de seu conceito de complexidade.

Como forma de frear a degradação ambiental, Sánchez (2004) propõe um novo paradigma denominado quântico-relativo, conforme Quadro 4, o qual busca questionar a racionalidade (a ciência moderna) como princípio único de conhecimento, já que esta não apresenta solução para todos os questionamentos.

Morin (2001) analisa a desordem criadora, cuja percepção se baseia na criação da ordem a partir de um estado de desordem, em que a desigualdade de condições é fator indispensável para ao aparecimento das diversidades. “[...] a transformação, a inovação, na ordem do ser vivo, só se podem conceber como o produto de uma desordem enriquecedora, porque passa a ser a fonte de complexidade”. (MORIN, 2001, p.114).

Como exemplo dessa desordem, que leva a uma ordem futura, uma evolução, Morin (2001) cita a mutação, Trevizan (2004) ao discutir a desordem/o desequilíbrio afirma que é um engano achar que a natureza apresenta um eterno estado de equilíbrio.

Não é difícil reconhecer nos fenômenos da natureza casos concretos onde os conflitos ou a luta de forças opostas estão presentes na dinâmica da natureza: o vulcão, trovão, luz, a competição entre plantas e, assim por diante, mostram que o estado de equilíbrio na natureza não passa de um antropomorfismo para expressar um desejo humano. (TREVIZAN, 2004, p.81).

Dessa forma, as relações estabelecidas dentro do meio ambiente têm ocorrido sob uma perspectiva de dominação. O meio ambiente é visto como um recurso a ser amplamente explorado pelo homem, isso ocorre devido, principalmente, à chamada “crise de percepção” enfatizada por Capra (2004), que é decorrência não só do sistema de valores que está por trás da economia global, mas também do paradigma de conhecimento dominante, o cartesiano/determinista.

A problemática ambiental, mais que uma crise ecológica, é um questionamento do pensamento e do entendimento, da ontologia e da epistemologia com as quais a civilização ocidental compreendeu o ser, os entes e as coisas: da ciência e da razão tecnológica com as quais a natureza foi dominada e o mundo moderno economizado. (LEFF, 2003, p.19).

Sendo assim, deve-se buscar uma nova forma de construção do conhecimento para entender o mundo. Enfatizando esse novo paradigma de construção do conhecimento, o caminho ontológico indicado por muitos autores, a exemplo de Capra (2004), Leff (2003), Morin (2001), Maturana (2006) dentre outros, é a adoção da complexidade, ou seja, entender que tudo está, de alguma forma, interligado. A complexidade ambiental contribui para um reposicionamento do ser através do saber. Assim, através de uma nova forma de construção do conhecimento, é possível estabelecer uma nova forma de relacionamento com o meio ambiente.

A urgência de construção desse novo modelo de valores, pensamentos e conhecimento se torna cada vez mais evidente, a capacidade de suporte/carga do meio ambiente tem mostrado seus limites por meio das muitas catástrofes naturais e do aquecimento global que ameaça a habitabilidade de diversas regiões no planeta, a exemplo das Ilhas Maldivas, Ilhas Carteret, Ilhas Cook, Ilhas Kiribati, entre outras.

Lovelock (2006) afirma que o modo de vida do ser humano faz com que este seja percebido por Gaia (nome dado ao ser vivo planeta Terra⁶) como uma espécie de parasita que

⁶ James Lovelock e Lynn Margulis criaram uma hipótese denominada de Gaia, a qual acredita que o planeta Terra é um organismo vivo, ao estudar a forma como a biosfera regula a composição química do ar, sua

adoece a Terra, como consequência de sua doença as condições de vida em Gaia serão comprometidas, segundo as apocalípticas previsões de Lovelock (2006), até o final do século cerca de 80% da população humana desaparecerá.

Como resposta aos impactos negativos trazidos pela vasta exploração dos recursos naturais de forma predatória/irracional, fala-se na adoção dos preceitos de sustentabilidade ao utilizar algum recurso ambiental.

O conceito de sustentabilidade ambiental se propõe a conciliar a utilização dos recursos ambientais da forma mais racional possível, de modo que haja uma capacidade de renovação desses recursos (sem sua exaustão), permitindo que as gerações vindouras ainda possam utilizá-los.

Atualmente o conceito de desenvolvimento sustentável tem sofrido algumas críticas, Leff (2001) entende que dentro do modelo de produção capitalista, o termo desenvolvimento sustentável surgiu como um argumento que possibilita continuar explorando e degradando a natureza da mesma maneira. Segundo o autor, o modelo capitalista deve ser reformulado para que ocorra, de fato, uma preservação do meio ambiente.

A construção do conceito de desenvolvimento sustentável, ao incorporar o desenvolvimento econômico, e como consequência o crescimento econômico também vai contra a proposta de crescimento zero, já que implica num processo constante de consumo e produção que leva a utilização dos recursos não renováveis.

Coloco-me entre os que não acreditam no desenvolvimento sustentável tal como é entendido em suas diferentes definições, as quais enfatizam apenas a dimensão econômica. Penso que os próprios termos desenvolvimento e sustentabilidade são contraditórios entre si. Uma atividade econômica não pode ser portadora de sustentabilidade. (RODRIGUES, 2000, p.175).

Ao enfatizar a dimensão econômica, como indicativo de sucesso, os projetos de qualquer área que tentam aplicar a abordagem do desenvolvimento sustentável podem facilmente acabar por não lograr êxito.

Rodrigues (2000, p.172) analisa a “sustentabilidade” da atividade turística, afirmando que esta é, em sua essência, sempre insustentável, isso porque consiste não apenas num consumo de lugares, mas também num processo de produção de lugares. Nesse sentido, toda a produção de lugares (turísticos ou não) é insustentável em sua substância, e causando impactos e degradação ambiental.

temperatura e outros processos naturais, afirmaram que a Terra como um todo só poderia ser um único organismo vivo. “O planeta está não só palpitante de vida, mas parece ser ele próprio um ser vivo e independente. Toda a matéria viva da Terra, juntamente com a atmosfera, os oceanos e o solo, formam um sistema complexo com todas as características de auto-organização.” (CAPRA, 2004, p.278).

Com relação à produção de lugares pela atividade turística, Cruz (2007, p.21) afirma que “[...] é notório reconhecer que a atividade do turismo tem uma inquestionável capacidade de transformar os lugares em função de seus interesses, não raras vezes escusos e estranhos aos locais dos quais se apropria”.

A dinâmica do turismo funciona a partir da descoberta de novos locais exóticos ou de belezas naturais que são transformados a partir da implantação de uma infraestrutura (saneamento, construção de hotéis, aeroportos, estradas, comércio etc.), para que possam receber com qualidade os turistas. No entanto, lembra-se que a própria lógica capitalista é contrária ao conceito de sustentabilidade. A primeira apregoa uma produção e consumo constantes, sendo assim, o turismo apenas funciona como uma das formas de apropriação e consumo de recursos tão comuns ao sistema capitalista.

Dentro dessa discussão, sobre o consumo de lugares, Sandeville Júnior (2002, p.158) e Ouriques (2005), afirmam que o turismo acaba por mercantilizar e se apropriar dos núcleos receptores, em decorrência da própria lógica capitalista.

Na visão de Swarbrooke (2002), a aceitação dos conceitos referentes à sustentabilidade no campo do turismo trouxe três concepções equivocadas. A primeira, denominada pelo autor como “vacas sagradas”, apregoa que a sustentabilidade é algo inviolável que não cabe questionamento algum, apenas sua incorporação. A segunda, chamada “vacas à venda”, utiliza o termo sustentabilidade apenas como um argumento fantasioso que possibilita incrementar os lucros, já a terceira, “vacas loucas”, representa “ideias que parecem ser irreais ou que trariam problemas com sua implementação, a qual seria pior que a situação que se pretende melhorar”. (SWARBROOKE, 2002, p.33).

A segunda concepção citada por Swarbrooke (2002), também é colocada por Cooper et al. (2001), eles afirmam que o termo ecoturismo (ao qual incorpora em seu escopo a “filosofia” do desenvolvimento sustentável) vem sendo usado de forma indiscriminada dentro das empresas turísticas (especialmente agências/operadoras de turismo e transportadoras) como engodo para atrair os chamados “novos turistas”⁷.

Apesar das discordâncias a respeito da forma como se dá a incorporação do desenvolvimento sustentável dentro do turismo, a ligação entre a atividade turística e o meio ambiente é inegável. A atividade turística tem sua origem no meio ambiente. Ele é o *locus* da

⁷ O termo ‘novos turistas’ se refere àqueles visitantes que buscam um contato mais próximo com a natureza, sem degradá-la, ou seja, são aqueles que se preocupam com os impactos negativos que a sua integração com a natureza pode gerar.

formação do produto turístico, é a partir de sua transformação através da infraestrutura e da supra-estrutura que se forma o produto final consumido pelo turista.

A inter-relação entre o turismo e o meio ambiente é incontestável, uma vez que este último constitui a ‘matéria-prima’ da atividade. A deterioração das condições de vida nos grandes conglomerados urbanos faz com que um número cada vez maior de pessoas procure, nas férias e nos finais de semana, as regiões com belezas naturais. (RUSCHMANN, 2005, p.19).

O ambiente degradado dos centros urbanos mundiais leva as populações dessas localidades a procurarem cada vez mais contato com a natureza preservada, como mecanismo para recuperar o equilíbrio e a harmonia em seu tempo de lazer (“busca pelo verde”). No entanto, de acordo com Ruschmann (2005), o desequilíbrio da vida nas grandes cidades acaba por ser repetido nos ambientes naturais preservados visitados pelo turista, já que este acaba por reproduzir o seu comportamento quando viaja de férias. Assim, o homem urbano agredido em seu local de moradia acaba por reproduzir essa agressividade nos ambientes que visita, formando um círculo vicioso que culmina numa constante degradação.

A percepção que o turista tem com relação à natureza preservada (ou beleza natural intocada) é observada por Urry (1996) a partir de dois enfoques: o olhar coletivo e o olhar romântico. No primeiro caso, “a presença de outros turistas, pessoas como *nós*, é necessária para o sucesso dos lugares”. (URRY, 1996, p.70). Já no segundo caso, existe a procura por uma contemplação solitária da natureza, os turistas que adotam essa prática tendem a tentar “converter” os demais a adotarem a mesma posição. A perspectiva romântica é realizada principalmente por turistas economicamente privilegiados, enquanto a perspectiva coletiva está associada ao desejo de sociabilidade e é praticada pela classe média.

O olhar romântico pode estar associado à procura pelo “paraíso”. A imagem de paraíso é utilizada, de forma persuasiva, dentro da propaganda turística. No entanto, o paraíso proposto pelo turismo não é aquele onde o contato com a natureza proporciona uma construção de princípios éticos, mas aquele permeado por “deleites terrenos”.

É o turismo vendendo o paraíso aqui na Terra, apoiado numa clara referência ao consagrado relato bíblico do Jardim do Éden e com toda a carga simbólica que ele representa para o Ocidente. [...] O paraíso aqui oferecido não é o do estado perfeito e harmonioso, mas sim o jardim das delícias, rico em prazeres, em deleites, em situações idílicas, feitos na medida e ao gosto de qualquer pessoa disposta a aventurar-se. (AOUN, 2003, p.117).

De acordo com Ruschmann (2005), o relacionamento entre turismo e meio ambiente pode ser entendido através de quatro fases. A fase pioneira ocorreu no século XVIII e foi caracterizada pela descoberta da natureza e das comunidades receptoras, sua principal motivação era “a busca dos ambientes onde a industrialização ainda não havia chegado ou de

centros turísticos desenvolvidos à beira-mar para bronzear-se e banharem-se” (RUSCHMANN, 2005, p.20).

A fase seguinte se deu no final do século XIX e início do século XX, sua característica mais marcante foi a exclusão social, ou seja, o turismo era dirigido a elite, neste período a natureza foi domada possibilitando assim a construção e utilização de equipamentos turísticos luxuosos, a exemplo de cruzeiros marítimos (transatlânticos) e trens sofisticados.

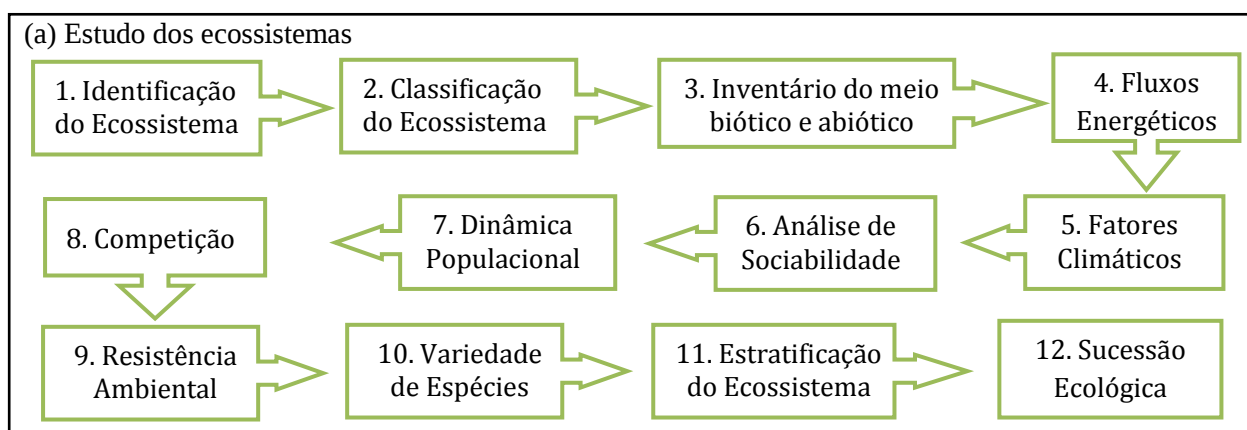
A terceira fase tem início nos anos 1950, a partir das inovações tecnológicas que possibilitaram a expansão do turismo (turismo de massa). “Esse período é o mais devastador e se caracteriza pelo domínio brutal do turismo sobre a natureza e as comunidades receptoras. Trata-se de uma fase de excessos.” (RUSCHMANN, 2005, p.21).

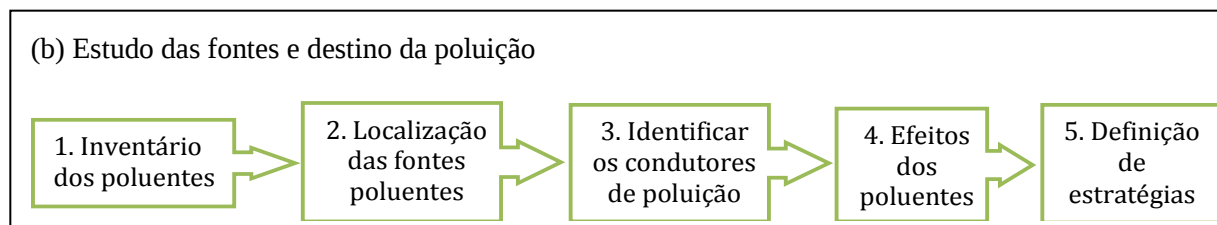
Na metade dos anos 1980 tem início o período que tem se mostrado a tendência atual do turismo mundial. A atividade turística (os gestores e *trade*) passa a perceber o nível de degradação ambiental que vem trazendo e adota uma postura de maior consciência, incorporando a comunidade local/residente como gestora do turismo e busca aplicar a educação ambiental à prática da atividade turística, um dos grandes responsáveis por essa nova fase é o chamado ecoturismo.

O ecoturismo possui em seu escopo a integração da população local como gestora e como participante do turismo, aliado a um programa de educação ambiental para o turismo e a um consumo mais responsável.

Molina (2001) acredita que a solução para frear a degradação dos recursos ambientais é um planejamento ambiental eficiente, realizado, primeiramente, a partir primeiro do estudo dos ecossistemas, dos quais a atividade turística se utiliza e das possíveis fontes poluidoras desses ecossistemas. A seguir, na Figura 12, pode-se observar a metodologia do planejamento ambiental apresentada por Molina (2001).

Figura 12 - Fases do planejamento ambiental





Fonte: Baseado em MOLINA, 2001.

Na visão de Ruschmann (2005, p.65-68) existem alguns princípios gerais que devem ser observados para promover uma relação equilibrada entre a atividade turística e a gestão do meio ambiente. São eles:

- (a) Garantir o equilíbrio entre a proteção ambiental e a programação de equipamentos turísticos;
- (b) ter em mente que não há um turismo ‘bom’ ou ‘mau’;
- (c) tomar cuidado com afirmações generalistas;
- (d) evitar as perigosas políticas de tudo ou nada;
- (e) a consideração da qualidade do meio ambiente passa a constituir critério essencial para a definição de um turismo qualitativo que, entretanto, apresenta certos custos;
- (f) apesar de os turistas dos países mais ricos começarem a ser sensibilizados para a proteção da natureza, continua-se, em nome dela, a devastar as localidades turísticas das nações mais pobres.

Ao analisar as implicações do desenvolvimento turístico na gestão ambiental, não se pode deixar de enfatizar as modificações que o turismo causa aos núcleos receptores. Estas “modificações” são comumente denominadas de impactos do turismo, e estes são geralmente estudados a partir de quatro dimensões: social, cultural, econômica e ambiental.

A classificação dos impactos de cada uma das dimensões é dividida entre impactos positivos e negativos. O primeiro se refere aqueles que modificam o núcleo receptor de uma forma benéfica para a população local e para o próprio destino, já os negativos trazem algum tipo de prejuízo para a população local e para o destino.

No Quadro 6 observam-se os impactos que o turismo pode trazer ao meio ambiente natural dos núcleos receptores na visão da OMT (2001, p. 231-233) e de Cooper et al. (2001, p. 185-186).

Quadro 6 - Impactos negativos e positivos do turismo no ambiente natural

Autor	Negativo	Positivo
OMT (2001)	(a) Arquitetura não integrada a paisagem; (b) Segregação dos moradores locais; (c) Tratamento de lixo; (d) Poluição; (e) Erosão da região; (f) Rivalização dos recursos naturais.	(a) Revalorização do entorno natural; (b) Adoção de medidas para preservar os tesouros da região; (c) Modelos de qualidade; (d) Maior envolvimento da administração.

Cooper et al. (2001)	(a) Qualidade da água e do ar; (b) Volume de ruído elevado; (c) Caça e pesca, em locais inadequados; (d) Danificação das dunas de areia, causando erosão pelo uso intenso; (e) Vegetação destruída por caminhadas; (f) Fogueiras destruindo florestas; (g) Monumentos antigos podem ser desfigurados e danificados por pichações, sofrer erosão ou ser levados por turistas; (h) Construção de uma superestrutura turística que utilize imóveis que podem prejudicar a estética; (i) lixo em locais inapropriados.	(a) Preservação e restauração de monumentos antigos, locais e prédios históricos; (b) Criação de parques nacionais e parques de vida selvagem; (c) Proteção de recifes e praias; (d) Manutenção de florestas.
-----------------------------	--	--

Fonte: Baseado em COOPER et al., 2001 e OMT , 2001.

Dias (2003, p. 32) também enfatiza os “problemas” (impactos negativos) ambientais que o turismo pode gerar nas localidades turísticas, a saber:

(a) Poluição das águas: devido à decomposição de lixo e à deposição de esgotos em rios, lagos e praias que podem prejudicar a saúde da população e levar ao afastamento dos próprios turistas;

(b) Uso da terra: sofre ameaças pela demanda de espaço para a construção de infraestrutura e equipamentos para os turistas, também há uma intensa utilização de recursos naturais, como madeira, pedras e areia, além do loteamento de espaços naturais para atender a demanda de turistas;

(c) Derrubada de florestas e matas: para a construção de hotéis, pousadas, *resorts*, restaurantes etc., também há o desmatamento para a construção de loteamentos. De acordo com Dias (2003, p.33) este “é um fenômeno que no Brasil tem afetado, particularmente, o restante da Mata Atlântica, por sua proximidade com os grandes centros urbanos”;

(d) Animais silvestres: o ciclo de vida dos animais pode ser prejudicado com a diminuição (ou aumento exacerbado) da taxa de natalidade, a escassez de alimento (ou a alimentação em excesso e de forma inadequada, quando os turistas alimentam os animais silvestres); os horários de alimentação e de repouso podem sofrer influência dos visitantes, alterando seus hábitos e causando estresse aos animais;

(e) Paisagens: podem sofrer grandes alterações em decorrência da construção de equipamentos e instalações para os turistas.

A partir do que foi discutido ao longo deste capítulo, tem-se abaixo um Quadro que sintetiza as principais abordagens tratadas relacionadas aos seus respectivos autores e temáticas trabalhadas.

Quadro 7 - Síntese do referencial teórico

	PRINCIPAIS AUTORES CITADOS	PRINCIPAIS TEMÁTICAS ENFOCADAS
TEORIA DOS STAKEHOLDERS	Freeman et al. (2007)	Definem, identificam e classificam os <i>stakeholders</i> .
	Freeman (1984)	Cria a teoria dos <i>stakeholders</i> , explica os níveis de análise, identifica os grupos de interesse pelos vínculos contratuais.
	Carroll (2004)	Conceitua <i>stakeholders</i> .
	Donaldson e Preston (1995)	Analisa e classificam os estudos de <i>stakeholders</i> .
	Friedman e Miles (2006)	Apresentam conceitos e tipologias de <i>stakeholders</i> . Definem a prioridade dos <i>stakeholders</i> .
	Greenwold (2001)	Estuda os diferentes conceitos de <i>stakeholders</i>
	Mitchell, Agle e Woods (1997)	Criam o <i>salience model</i> que classifica os <i>stakeholders</i> .
	Almeida, Fontes Filho e Martins (2000)	Desenvolvem uma metodologia para classificar empiricamente os <i>stakeholders</i> dentro do <i>salience model</i> .
	Vos (2002), Frooman e Murrell (2005)	Apresentam formas de identificação dos <i>stakeholders</i>
	Mairnandes et al. (2011)	Criam um novo modelo de classificação dos <i>stakeholders</i> .
	Sautter e Leisen (1999)	Apresenta um mapa genérico dos <i>stakeholders</i> de turismo.
	Currie, Seaton e Wesley (2009), Sheehan e Ritchie (2004), Bertilli e Laesser (2011), Manenti (2009)	Estudam a constituição dos grupos de interesse em diferentes localidades do mundo
	Aas, Ladkin e Fletcher (2005), Lester e Weeden (2004)	Estudam as relações de colaboração entre <i>stakeholders</i> de diferentes áreas, planejamento integrado.
	Byrd, Bosley e Dronberger (2009)	Impactos do turismo na zona rural na visão dos <i>stakeholders</i> .
TURISMO E MEIO AMBIENTE	Dias (2009) e Freitas (2001)	Conceitos de meio ambiente
	Carvalho (2003), Diegues (1994), Sánchez (2004), Capra (2004), Trevizan (2004).	Correntes que estudam as diferentes formas de relação do ser humano com a natureza.
	Capra (1982 e 2004), Leff (2003) e Morin (2001).	Crise de percepção, complexidade e necessidade da criação de um novo paradigma
	Leff (2001), Rodrigues (2000)	Crítica ao desenvolvimento sustentável
	Rodrigues (2000), Cruz (2007), Ouriques (2005) e Swarbrooke (2002)	Crítica ao desenvolvimento sustentável dentro do turismo
	Urry (1996) e Ruschmann (2005)	Relação do turista com o meio ambiente
	Ruschmann (2005)	Fases do relacionamento do turismo com o meio ambiente
	Molina (2001), Ruschmann (2005)	Planejamento ambiental dentro do turismo
	Cooper et al. (2001) e OMT (2001)	Impactos ambientais do turismo
	Dias (2003)	Impactos ambientais negativos do turismo

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

A perspectiva do estudo dos *stakeholders* de turismo e meio ambiente em João Pessoa sugere a utilização de procedimentos qualitativos, caracterizando-se como um estudo qualitativo, devido à multiplicidade de atores que compõem os grupos de interesse de turismo e meio ambiente, a exemplo dos órgãos públicos, representantes da sociedade civil organizada (ONG's) e representantes do *trade* turístico (associações de classe).

Na visão de Richardson (2008), a pesquisa quantitativa tem como objetivo a garantia precisa de resultados, evitando distorções de análise e interpretação. Esse tipo de pesquisa é usada principalmente em estudos descritivos. Assim, além de quantitativo, o estudo pode ser caracterizado como exploratório e descritivo. Exploratório devido à escassez de estudos que tratem sobre a temática enfatizada e descritivo porque procura descrever e caracterizar o fenômeno estudado, buscando as relações estabelecidas entre as variáveis de análise.

Os métodos científicos se dividem em métodos de abordagem – são perspectivas mais gerais que norteiam o raciocínio do pesquisador nas etapas fundamentais da pesquisa científica – e métodos de procedimento, que dizem respeito somente às etapas da pesquisa, estando mais relacionada às fases da pesquisa e não ao seu raciocínio geral.

Quanto ao tipo de procedimento, o estudo caracteriza-se como funcionalista, enfatizando a multiplicidade de atores que compõem os sistemas de turismo, meio ambiente e os grupos de interesse, assim como as suas inter-relações, objetivando entender como esses agentes observam a relação entre o meio ambiente e a atividade turística num determinado local (João Pessoa). Com relação ao método de procedimento, Marconi e Lakatos (2009, p.110) colocam que o método funcionalista:

Considera, de um lado, a sociedade como uma estrutura complexa de grupos ou indivíduos, reunidos numa trama de ações e reações sociais; de outro, como um sistema de instituições correlacionadas entre si, agindo e reagindo umas em relação às outras. Qualquer que seja o enfoque, fica claro que o conceito de sociedade é visto como um todo em funcionamento, um sistema em operação. E o papel das partes nesse todo é compreendido como funções no complexo de estrutura e organização.

A própria teoria dos *stakeholders* é concebida como uma proposta funcionalista de melhorar o processo de gestão empresarial conforme as novas demandas da sociedade

global-informacional, sendo assim, a pesquisa, de forma análoga à própria teoria, utiliza o funcionalismo como método de procedimento.

Tem-se ainda como método de abordagem a perspectiva sistêmica, ou seja, a discussão de questões se valendo do entendimento de que existe uma complexa relação estabelecida entre turismo, meio ambiente e os demais elementos que se relacionam com estes, deve-se, no entanto, enfatizar que o estudo em questão constitui um esforço inicial em observar a teoria dos *stakeholders* conectada a outros campos de estudo além da administração, como o meio ambiente, o turismo, a geografia, a economia etc., não há uma pretensão de estudar todo o fenômeno turístico relacionado ao meio ambiente.

3.2 UNIVERSO DA PESQUISA

A amostra utilizada é do tipo intencional, onde os entrevistados são selecionados conforme as características estabelecidas dentro do plano de pesquisa. Entende-se que os membros das diretorias das associações representantes do *trade* turístico (ou os secretários executivos das mesmas), secretários (ou superintendentes) dos órgãos públicos de turismo/meio ambiente e presidentes de ONGs de meio ambiente correspondem aos sujeitos-tipo desses grupos, podendo representar a opinião dos respectivos grupos, sem que seja necessário estabelecer uma amostra quantitativa de todos os hotéis, agências, restaurantes, funcionários de órgãos públicos de turismo e meio ambiente, basta entrevistar os seus representantes legalmente constituídos.

O recorte geográfico da pesquisa é o município de João Pessoa, compreendendo os órgãos gestores do turismo e meio ambiente, assim como os demais *stakeholders* que sejam identificados pelos órgãos gestores.

A partir da teoria dos *stakeholders* de Freeman (1984) e Freeman et al. (2007), percebe-se que os principais *stakeholders* de turismo e meio ambiente são os órgãos públicos. Assim, a primeira etapa da pesquisa é identificar se, na concepção desses grupos de interesse, existem outros *stakeholders* primários (a exemplo de ONGs, associações de classe, institutos de educação, sindicatos de trabalhadores de turismo etc.) e quais são eles.

Os órgãos gestores de turismo do município de João Pessoa e do Estado da Paraíba participaram da pesquisa. Assim, os órgãos entrevistados foram: Secretaria Municipal de Turismo de João Pessoa (SETUR/JP), Secretaria Estadual de Turismo e Desenvolvimento Econômico (SETDE) e a Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR).

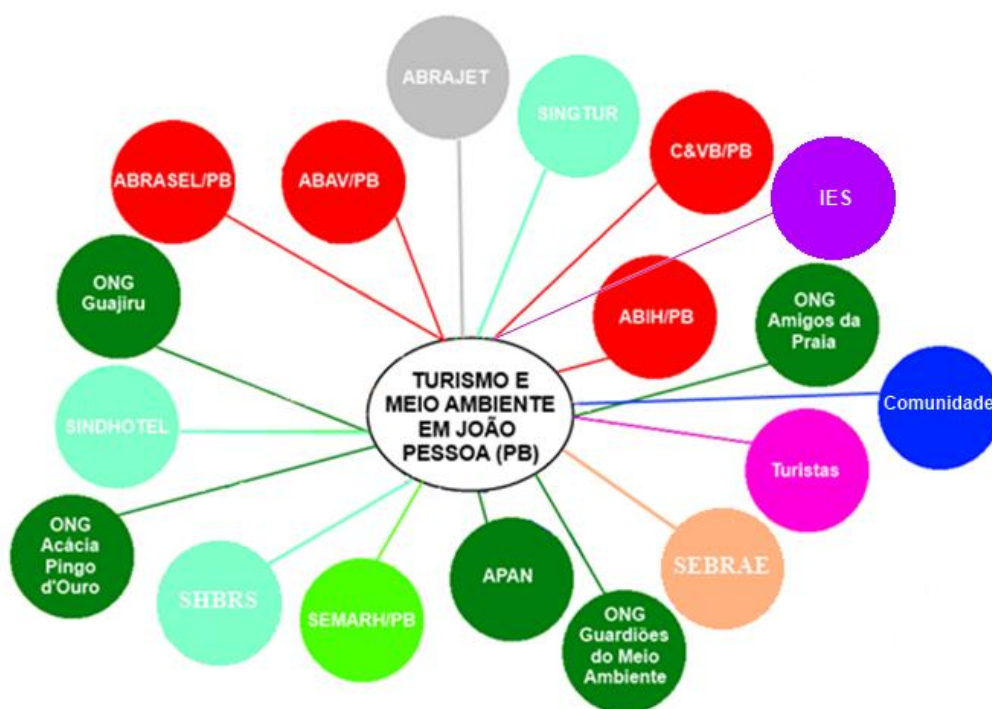
Apesar de a gestão do turismo no município ser de responsabilidade da SETUR/JP, entende-se que os órgãos públicos de turismo que participam da administração da atividade no Estado também desempenham ações junto ao turismo nos municípios. Por essa razão, a SETDE e a PBTUR foram incluídas na primeira fase da pesquisa.

Os órgãos gestores de meio ambiente que participaram da primeira etapa da pesquisa⁸ foram: Secretaria Municipal de Meio Ambiente de João Pessoa (SEMAM/JP), Superintendência de Administração do Meio Ambiente (SUDEMA) e Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – Sede Paraíba (IBAMA/PB).

Os órgãos de gestão ambiental do Estado foram incluídos na pesquisa porque também participam da gestão ambiental do município, principalmente no que se refere às atividades de licenciamento ambiental e fiscalização.

De forma semelhante a Manenti (2007), por meio de uma pesquisa documental e de observação participante, foi criado um mapa genérico hipotético dos *stakeholders* primários que poderiam compor os grupos de interesse de turismo e meio ambiente.

Figura 13 - Mapa genérico hipotético dos *stakeholders* de turismo e meio ambiente de João Pessoa



Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

⁸ Na Paraíba existe outro órgão gestor do meio ambiente, a Secretaria de Meio Ambiente e Recursos Hídricos da Paraíba (SEMARH/ PB). Ao realizar a primeira etapa da pesquisa, e entrar em contato com esse órgão, foi informado que sua atuação está mais centrada nos recursos hídricos, ficando principalmente por conta da SUDEMA a gestão do meio ambiente como um todo no Estado. Dessa forma, a SEMARH/ PB foi excluída da amostra inicial da pesquisa.

Participaram da segunda etapa da pesquisa somente aqueles *stakeholders* que foram citados por todos os órgãos gestores de turismo ou de meio ambiente. Se cada um dos agentes indicados por cada órgão gestor fossem entrevistados e considerados *stakeholders*, os dados da pesquisa refletiriam a opinião de cada órgão em separado (somando-se suas partes) e o objetivo da pesquisa é demonstrar a opinião dos órgãos de turismo e meio ambiente de forma conjunta, e não dos agentes em separado. Além de que, a pesquisa poderia se tornar muito extensa e inviável, caso fosse escolhido entrevistar todos os atores citados por cada um dos *stakeholders* entrevistados na primeira fase.

3.3 – PLANO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados da presente pesquisa pode ser estruturada em quatro fases:

1ª) Etapa: Identificação dos demais *stakeholders* de turismo e meio ambiente considerados chave junto aos órgãos públicos de turismo e meio ambiente de João Pessoa e do Estado da Paraíba (SETUR/JP, PBTUR, SETDE, SEMAM/JP, IBAMA/PB e SUDEMA);

2ª) Etapa: Levantamento da opinião que os seis órgãos públicos têm sobre a relação entre turismo e meio ambiente na capital paraibana, assim como, dos *stakeholders* identificados em comum pelos órgãos públicos de turismo e meio ambiente;

3ª) Etapa: Coleta das atas dos principais do Conselho Municipal de Turismo de João Pessoa (COMTUR/JP). A escolha do COMTUR/JP se deu devido a este ser o único espaço ativo de diálogo dentro do município que inclui órgãos de turismo e meio ambiente.

O principal instrumento utilizado para a coleta de dados foi a entrevista semi-estruturada (roteiro de entrevista ver Apêndice B), por meio dela foi possível entender a opinião dos órgãos de turismo e meio ambiente. Todavia, também foram utilizadas a observação participante e a pesquisa documental.

As entrevistas semi-estruturadas são aquelas baseadas em um roteiro já previamente estabelecido, que permite, no entanto, a inclusão ou exclusão de perguntas no momento da entrevista, que nesse caso foi criado com base nos objetivos da pesquisa e no referencial teórico (ver Quadro 8).

Enquanto técnica de coleta de dados, a observação não consiste apenas em ver ou ouvir aspectos de um determinado objeto de estudo, mas também engloba a análise dos fatos ou fenômenos relacionados ao objeto de estudo. De acordo com Marconi e Lakatos (2007), a técnica de observação pode ser classificada em assistemática, sistemática, não participante, participante, individual, em equipe ou em laboratório.

O tipo de observação utilizada neste trabalho foi a assistemática, participante e individual. Na observação assistemática, o pesquisador detém especial atenção a alguns aspectos do campo de estudo, sem, no entanto, estabelecer procedimentos padronizados para a sua avaliação. Já a observação participante “implica a interação entre investigador e grupos sociais, visando coletar modos de vida sistemáticos, diretamente do contexto ou situação específica do grupo” (MARCONNI e LAKATOS, 2007, p.277). A observação individual é aquela onde apenas um pesquisador atua.

A princípio, foi desenvolvido um único instrumento para coleta de dados comum aos órgãos gestores de meio ambiente e de turismo, no entanto, notou-se na fase do pré-teste que alguns questionamentos direcionados aos órgãos de meio ambiente estavam fora de contexto (os entrevistados não sabiam responder), a exemplo da quarta pergunta do roteiro direcionado aos órgãos de turismo: “o que poderia ser modificado para melhorar a oferta turística do município de João Pessoa?” Dessa forma, o roteiro da entrevista sofreu pequenas alterações, tendo em vista a adaptação aos órgãos de meio ambiente.

A pesquisa documental foi realizada nas atas do COMTUR/JP (fonte secundária), estas foram solicitadas à SETUR/JP (órgão que preside o COMTUR/JP), com o objetivo de entender quais são as principais discussões dos órgãos de turismo e de meio ambiente de João Pessoa, em conjunto. Apesar da existência de outros espaços de discussão tanto de turismo como de meio ambiente, o COMTUR/JP compreende o único espaço que congrega representantes de turismo e de meio ambiente para discutir questões exclusivamente relacionadas a João Pessoa/PB.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados qualitativos presentes nas entrevistas se deu através de algumas técnicas utilizadas dentro da análise de conteúdo. De acordo com Richardson (2008, p.176) a análise de conteúdo consiste num:

Conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferir conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

A análise de conteúdo envolve a pré-análise (elaboração de um esquema preciso de desenvolvimento do trabalho – a partir da leitura flutuante, escolha de documentos, a formulação de hipóteses / objetivos, elaboração de indicadores para a interpretação dos

resultados e preparação do material); a análise do material (codificação, categorização e quantificação da informação); e o tratamento dos resultados (procura-se atribuir aspectos mensuráveis – quantitativamente as diversas unidades de registro com base gramatical identificadas). (BARDIN, 1977).

Na pré-análise, em especial na fase de escolha de documentos, Bardin (1977) estabelece uma série de regras para que a constituição do *corpus* (conjunto de documentos submetidos a serem analisados) seja válida. Assim, é importante que haja uma leitura exhaustiva de todos os documentos sem que seja excluído nenhum (regra da exaustividade), o material selecionado deve ser representativo para a população selecionada (regra da representatividade), os documentos devem seguir uma determinada forma sem fugir muito dela (regra da homogeneidade) e devem ser uma fonte de informação adequada (regra de pertinência).

Na fase de análise são escolhidas a unidade de registro e a unidade de contexto. De acordo com Bardin (1977, p.104), a unidade de registro é “a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando à categorização e à contagem frequencial”. A unidade de contexto, por outro lado, consiste num item que serve para a compreensão da unidade de registro, ou seja, são os segmentos da mensagem que permitem entender a significação da unidade de registro.

O tipo de unidade de registro utilizada nesta pesquisa foi a [unidade] objeto/referente, onde a partir da percepção do tema eixo (turismo e meio ambiente) foram feitas as análises nas atas do COMTUR/JP.

A técnica da análise de conteúdo também está relacionada a procedimentos simples como a ordem em que a unidade de registro aparece, quantificação da presença ou ausência de um determinado elemento na mensagem. Deve-se lembrar que até mesmo a ausência de um elemento numa mensagem (neste caso a não discussão de uma determinada temática nas reuniões do COMTUR/JP) pode ter implicações relevantes para inferir o real conteúdo de uma informação. Ao fazer uma análise comparativa entre as técnicas de análise de conteúdo e de discurso, Silva (2002, p.35) afirma que:

A maior diferença entre as duas formas de análises é que a AD [análise de discurso] trabalha com o sentido e não com o conteúdo; já a AC [análise de conteúdo] trabalha com o conteúdo, ou seja, com a materialidade linguística através das condições empíricas do texto, estabelecendo categorias para sua interpretação. Enquanto a AD busca os efeitos de sentido relacionados ao discurso, a AC fixa-se apenas no conteúdo do texto, sem fazer relações além deste. A AD preocupa-se em compreender os sentidos que o sujeito manifesta através do seu discurso; já a AC espera compreender o pensamento do sujeito através do conteúdo expresso no texto, numa concepção transparente de linguagem. Na AD, a linguagem não é

transparente, mas opaca, por isso, o analista de discurso se põe diante da opacidade da linguagem.

Tendo em vista que o meio de acesso às discussões realizadas no COMTUR/JP são documentos escritos, não permitindo uma descrição completa das colocações de todos os presentes nas reuniões do Conselho, decidiu-se aplicar a técnica da análise de conteúdo, para analisar as temáticas discutidas dentro do Conselho. Nas entrevistas também foi aplicada a técnica da análise de conteúdo, que permite compreender de forma mais eficiente as respostas dos entrevistados.

Quadro 8 - Síntese dos Procedimentos de Pesquisa

TEORIA				
Objetivo-fim: Analisar o entendimento dos <i>stakeholders</i> atuantes no turismo e meio ambiente, numa perspectiva gerencial, sobre como ocorre a relação da atividade turística com o meio ambiente na cidade de João Pessoa.	Objetivos-meio	Categorias de Análise	Coleta de Dados	Análise de Dados
	a) Caracterizar e identificar os grupos de interesse entrevistados de turismo e meio ambiente da cidade de João Pessoa	1. Caracterização: Nome, Idade (Faixa etária) Tempo de atuação, Grau de instrução, Ramo da atividade, Dimensão do negócio. 2. Missão/ objetivos	Entrevista, semi-estruturada, com representantes dos órgãos públicos de turismo e meio ambiente, ONGs e o <i>trade</i> turístico	Análise do conteúdo
	b) Verificar a forma como os <i>stakeholders</i> de turismo e meio ambiente entendem a atividade turística no município	3 Avaliação da atividade turística: Positiva, Negativa, Intermediária 4 Modificações que o turismo trouxe a cidade 5. Avaliação da oferta turística 6. Presença de atrativos turísticos/ equipamentos de lazer para a comunidade e os turistas 7. Avaliação do processo de gestão do turismo em João Pessoa	Entrevista, semi-estruturada, com representantes dos órgãos públicos de turismo e meio ambiente, ONGs e o <i>trade</i> turístico	Análise do conteúdo
	c) Verificar de que forma se dá o uso do meio ambiente pelo turismo segundo a visão dos <i>stakeholders</i> entrevistados	8. Entropia do turismo Ambiental: Sonora; Poluição do ar; Engarrafamentos; Poluição visual; Desmatamento; Degradação de paisagens; Produção e consumo insustentáveis. 9. Formação de bolhas turísticas 10. Participação da população local nas decisões relacionadas ao turismo e ao meio ambiente 11. Utilização dos recursos ambientais pelo turismo em João Pessoa 12. Construções irregulares ou inadequadas	Entrevista, semi-estruturada, com representantes dos órgãos públicos de turismo e meio ambiente, ONGs e o <i>trade</i> turístico	Análise do conteúdo
	d) Analisar de que forma ocorre a participação dos <i>stakeholders</i> de turismo e meio ambiente na capital paraibana, sob uma perspectiva gerencial	13. Avaliação do interesse no planejamento integrado (turismo – meio ambiente) 14. Avaliação acerca do interesse de outros atores em participar da gestão do turismo. 15. Projetos entre órgãos de turismo e de meio ambiente 16. Participação em espaços de discussão	Entrevista, semi-estruturada, com representantes dos órgãos públicos de turismo e meio ambiente, ONGs e o <i>trade</i> turístico. Análise das atas do COMTUR/JP	Análise do conteúdo
ENTREVISTAS/ DOCUMENTOS				

Fonte: Dados da pesquisa, 2010.

4 MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS* DE TURISMO E MEIO AMBIENTE

Tem-se aqui o delineamento empírico da pesquisa, com base no processo perceptivo dos agentes, recurso imprescindível à pesquisa social, e relevante no desafio de compreender os fenômenos cada vez mais complexos. O empírico como revelador de determinadas dimensões de uma realidade específica recortada para efeito deste estudo, a partir de pressupostos teóricos como lentes para tornar possível a visão de fatos e relações.

Esse processo de análise e interpretação ou significação dos dados compreende primeiramente uma apresentação do perfil dos entrevistados, enfatizando também a missão e objetivos do órgão representado por cada um dos entrevistados, seguindo-se a identificação e caracterização dos grupos de interesse tanto do turismo como do meio ambiente (a partir da delimitação espacial de João Pessoa/PB), além da discussão do modo como é notado o desenvolvimento do turismo na cidade, articulado ao meio ambiente, assim como, os principais impactos ambientais no âmbito do município, para se chegar à análise da relação entre os *stakeholders* de turismo e meio ambiente.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* ENTREVISTADOS

Em termos básicos de identificação, tem-se que os *stakeholders* entrevistados, como mostra o Gráfico 1 no Apêndice C são do sexo masculino. Em um primeiro momento, o grupo de entrevistados (amostra) estipulado era composto por sete mulheres e cinco homens, no entanto, teve algumas alterações, como a substituição da presidente do JPA&CV pelo seu secretário executivo, um diretor financeiro (ABIH/ PB) em lugar da presidente, além de uma superintendente (SUDEMA) substituída por um coordenador (CEA da SUDEMA); assim, o gênero da amostra estipulado anteriormente acabou por sofrer alterações.

Quanto à faixa etária, a mais frequente é de 40 a 49 anos (Gráfico 2 do Apêndice C), mas também houve um percentual representativo na faixa de 30 a 39 anos e de 50 a 59 anos, e nenhum com idade igual ou superior a 60 anos, o que chega percentualmente a 83% dos entrevistados com idade de 30 a 59 anos.

Sobre a atuação profissional (Gráfico 3 do Apêndice C), a maioria possui bastante tempo na área, mais de quinze anos de experiência profissional em suas respectivas áreas,

conforme dados; apenas um dos entrevistados sem experiência anterior na área, os demais atuam há pelo menos seis anos em temáticas relacionadas a turismo ou meio ambiente.

Em escolaridade, é predominante o ensino superior completo, além de representantes com mestrado ou doutorado (Gráfico 4, Apêndice C); sendo mais presente nos entrevistados da área de meio ambiente, identificando ainda uma com pós-doutorado.

O perfil dos entrevistados demonstra ênfase nos profissionais de meio ambiente com formação acadêmica, enquanto no turismo há uma maior presença no tempo de atuação profissional ou experiência.

Buscando uma compreensão mais apropriada na perspectiva da temática em discussão, verifica-se o aspecto da missão e objetivos dos órgãos que constituem os grupos de interesse, na visão dos próprios representantes entrevistados, como se estabelece inclusive teoricamente em pesquisa nessa área. Destaca-se assim:

- o SETUR/ JP: cuja missão é a responsabilidade pela gestão municipal do turismo, promovendo um desenvolvimento realizado de forma planejada e sustentável. Foi destacado que o turismo não deve ser uma atividade predatória nem apenas econômica, mas sim uma atividade humana; sendo também função da referida secretaria preparar a população para entender a importância socioeconômica e ambiental do turismo, assim como ajudar a tornar a cidade boa para a população local e, como consequência para o turista.

- o SETDE: de acordo com o secretário estadual os objetivos (ou a missão) da SETDE é fortalecer o turismo como atividade econômica, gerando emprego e renda, enfatizando também a importância da sustentabilidade. A geração de divisas é de suma importância, no entanto, é necessário observar as pessoas envolvidas com a atividade, assim, os impactos socioambientais também devem ser considerados no planejamento da atividade.

- a PBTUR: de acordo com a presidente da PBTUR, o órgão tem por objetivo divulgar o destino Paraíba em todo o território nacional e no exterior. Cabe a ela também definir estratégias de *marketing* e divulgação junto aos principais meios de comunicação do país e do exterior.

- o SEMAM/ JP: a gerente de projetos da SEMAM/ JP acredita que o objetivo principal da instituição é preservar as áreas verdes que ainda restam no município de João Pessoa e recuperar as áreas que encontram-se degradadas, ou seja, aumentar a quantidade de áreas verdes na capital paraibana.

- o IBAMA/ PB: segundo o superintendente do IBAMA/PB, a missão do órgão seria cumprida por meio da fiscalização e do licenciamento ambiental, conciliando o meio ambiente com o desenvolvimento, a partir de uma gestão sustentável, onde os recursos

naturais renováveis não sejam esgotados e os não renováveis se esgotem lentamente, de modo que a maioria da população consiga usufruí-los.

- a SUDEMA: na percepção do coordenador do CEA da SUDEMA, o seu objetivo central é a conservação ambiental através do estabelecimento de diretrizes para o uso sustentável dos recursos naturais no Estado da Paraíba com o controle ambiental (que pode ser dividido em fiscalização e licenciamento ambiental) e a manutenção/gestão das dezesseis Unidades de Conservação do Estado.

- a Associação Brasileira de Agentes de Viagem – Seccional Paraíba (ABAV/PB): o principal objetivo da ABAV/PB, na visão de seu presidente, é alertar o consumidor final sobre a importância de comprar um pacote/roteiro turístico em uma agência de viagem. Mostrando ao cliente que o agente de viagens não apenas vende o pacote, mas também realiza um serviço de “acompanhamento” do turista em todos os momentos da viagem. Além da conscientização do consumidor, a ABAV/PB também possui como objetivo capacitar o empresariado e os trabalhadores de turismo para a copa 2014, especialmente em línguas (inglês e espanhol), qualidade no atendimento, qualidade na prestação dos serviços, empreendedorismo, entre outros.

- a ABRASEL/ PB: a missão da ABRASEL/ PB, de acordo com seu presidente é representar e desenvolver o setor de alimentação fora do lar, promovendo ações que contribuam para o crescimento sustentável do Brasil. O seu objetivo é mobilizar as políticas públicas de promoção do desenvolvimento do setor e realizar projetos de qualificação de serviços e promoção da gastronomia brasileira como um diferencial competitivo para o turismo brasileiro e buscar a formação de parcerias para realização de eventos diversos.

- o JPA&CV: sua missão do órgão é contribuir decisivamente para o desenvolvimento econômico, social e turístico de João Pessoa, tornando-a um destino turístico preferencial para sediar eventos e visitantes, proporcionando maiores e melhores oportunidades de negócios aos seus associados e colaboradores. O objetivo principal é fornecer apoio técnico, logístico e institucional para que as entidades representativas de categorias profissionais possam captar e realizar os seus eventos com uma melhor estruturação e qualidade em João Pessoa.

- a ABIH/ PB: os principais objetivos que justificam a criação da associação são o apoio jurídico e logístico que a ABIH/PB concede aos seus associados. Esse apoio jurídico é concedido especialmente no que se refere ao fato de tornar os associados cientes de algum novo instrumento legal que reverbere sobre a forma de atuação dos meios de hospedagem, ou

mesmo, auxiliá-los na adequação a essa nova norma. E logístico, no sentido de promover um melhor desempenho no mercado de seus associados. A ABIH/PB, também acaba por atuar na promoção do destino Paraíba em eventos diversos relacionados ao turismo.

- a APAN: a principal missão da APAN, na percepção de sua presidente, é a defesa do meio ambiente como um todo. A associação também tem como proposta evidenciar os aspectos culturais da Paraíba e apoiar publicações (revistas, jornais etc.) com temáticas relacionadas ao meio ambiente, no entanto, a principal razão de existir da APAN é a luta pela preservação/conservação da qualidade ambiental da Paraíba e do Brasil, já que desta depende também nossa qualidade de vida.

- a ONG Guajirú: sua missão divide-se em três vertentes: conservação, educação e meio ambiente. Por meio dos projetos realizados pela ONG, pretende-se auxiliar na construção de um novo paradigma ambiental, com a inclusão da população local em seus projetos sociais e apoiar a disseminação de conhecimento através das pesquisas científicas. O projeto de maior destaque da ONG é o “Tartarugas Urbanas”, cujo foco é a proteção das tartarugas marinhas que desovam nas praias do Bessa, em João Pessoa, e Intermares, em Cabedelo.

A importância de enfatizar a missão e objetivos dos grupos de interesse se deve ao fato de suas ações, geralmente, serem tomadas visando a atingir seus objetivos. Como destacam os estudos de *stakeholders* sobre o viés instrumental de Donaldson e Preston (1995), a constituição dos objetivos e missão organizacionais pode permitir entender as suas próprias ações. Os objetivos e missão dos *stakeholders* estudados podem ser divididos em três tipos: o primeiro como os representantes do *trade* turístico e da PBTUR, cuja missão ou objetivo principal é a expansão mercadológica das empresas que representam ou do destino turístico, no caso da PBTUR. Como o aumento dos negócios do *trade* também depende do crescimento do turismo, objetivam o incremento do turismo, por não estarem diretamente associados à temática ambiental não demonstrar preocupação com a preservação ou conservação ambiental. O segundo tipo constitui os demais órgãos gestores de turismo (SETUR/JP e SETDE) que visam promover uma conciliação entre o desenvolvimento de uma atividade econômica (turismo) e o desenvolvimento sustentável, ressaltando os benefícios do turismo para a população local e a preservação do meio ambiente. O terceiro tipo, por sua vez, exalta a necessidade da proteção e conservação ambiental, seja através do cumprimento da lei (SEMAM/JP, SUDEMA e IBAMA/PB), seja por meio de ações educativas e mobilizações da sociedade civil (APAN e ONG Guajirú).

4.2 IDENTIFICAÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* DE TURISMO DE JOÃO PESSOA

Na pesquisa com os órgãos públicos de turismo (SETUR/JP, SETDE e PBTUR) vê-se que os principais *stakeholders* são os empresários de turismo de João Pessoa, o chamado *trade* turístico, sendo os mais citados: ABAV/PB, ABRASEL/PB, ABIH/PB e JPA&CV, mudando apenas a ordem de importância dos quatro agentes.

Para o secretário municipal de turismo, não foi definida uma ordem de importância. Foram citados a princípio os seguintes *stakeholders*: ABIH/PB, ABAV/PB, ABRASEL/PB, JPA&CV, embarcações de turismo (a Associação dos Proprietários de Embarcações Turísticas da Paraíba – APETP), população autóctone, diversos artistas plásticos, barraqueiros, microempresários de locação de cadeiras na orla, polícia militar, guarda municipal, jovens restauradores e taxistas.

Já o secretário estadual de turismo e desenvolvimento econômico destacou a ABRASEL/PB seguido pela ABIH/PB, ABAV/PB e JPA&CV, adicionando também os guias de turismo e os artesãos. Quando questionado sobre o fato de haver algum outro órgão de destaque, ele afirmou que não há um interesse muito grande de outros órgãos no turismo.

A presidente da PBTUR indicou, por ordem de importância, os seguintes grupos de interesse: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba (SEBRAE/PB), ABIH/PB, ABRASEL/PB, Federação do Comércio da Paraíba (FECOMERCIO/PB), *Convention & Visitors Bureaux* da Paraíba (C&VB/PB)⁹, ABAV/PB, UFPB, Instituto de Ensino Superior da Paraíba (IESP), SUDEMA, Fórum de Turismo do Brejo Paraibano, Sindicato dos Guias de Turismo da Paraíba (SINGTUR/PB), Associação de Turismo Costa do Conde (ATCC), SindCampina e Empresa Municipal de Limpeza Urbana (EMLUR).

Chamou atenção o fato dos entrevistados não terem mencionado alguns órgãos que frequentemente também compõem os grupos de interesse de turismo. Desta forma, após a realização das entrevistas foi aplicado um método semelhante ao utilizado por Sheehan e Ritchie (2004), onde com base na lista das empresas associadas ao JPA&CV foi realizada também uma identificação estimulada. Os entrevistados foram questionados a respeito do interesse de participar da gestão do turismo do ramo de atividade das empresas associadas ao JPA&CV, além de outros órgãos que através da observação direta participante foram considerados possíveis *stakeholders*, assim, a lista utilizada para a identificação estimulada é

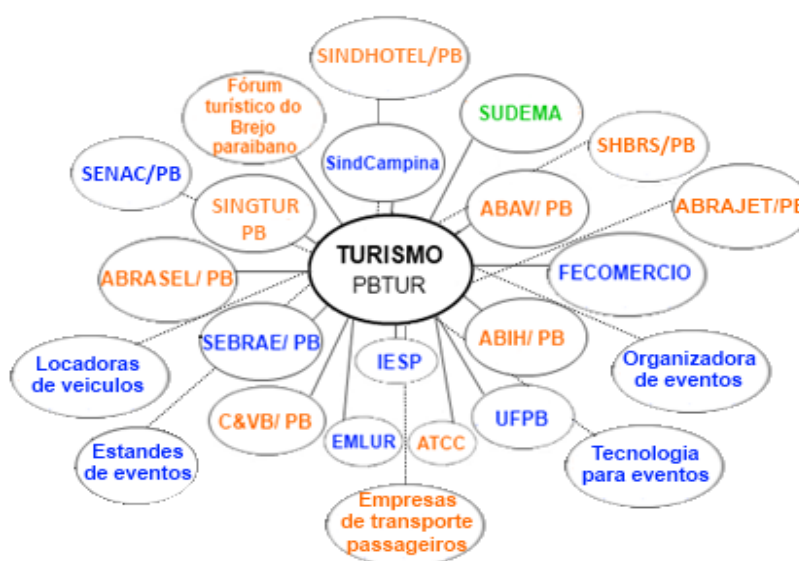
⁹ Corresponde aos C&VB de João Pessoa (JPA&VB) e de Campina Grande (Parahyba C&VB).

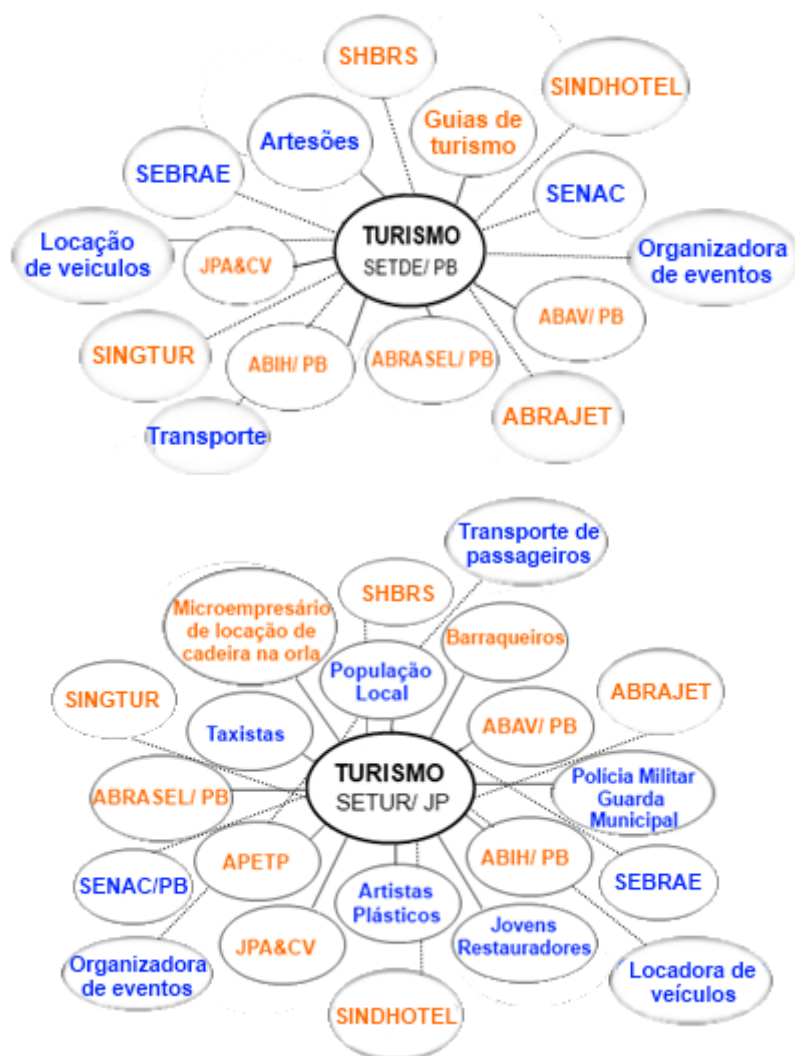
composta por: agências de comunicação/ *marketing*, agências de turismo receptivo, agências de viagem/ turismo, bares/ restaurantes/ lanchonetes, empresa de transporte de passageiros, empresas de locação de equipamentos de tecnologia para eventos, empresa montadora de estandes para eventos, empresas organizadoras de eventos, meios de hospedagem (hotéis, *resorts*, pousadas e *flats*), locadora de transportes/ veículos de turismo, serviços gráficos, SEBRAE/PB, SESC/PB, SENAC/PB, SENAI/PB, SINDHOTEL/PB, SHBRS/PB, SINGTUR/PB e ABRAJET/PB. Também foi solicitada uma justificativa aos entrevistados para a classificação de determinados grupos como sendo de interesse e outros não.

Após a identificação estimulada, a quantidade de *stakeholders* de turismo identificados pelos órgãos públicos de turismo aumentou consideravelmente, o SEBRAE/PB, SENAC/PB, SINDHOTEL/PB, SHBRS/PB, SINGTUR/PB, ABRAJET/PB, as empresas de transporte de passageiros, as empresas de locação de transportes/ veículos de turismo e as empresas organizadoras de eventos foram citadas pelos três órgãos públicos entrevistados. Sendo sempre enfatizado o trabalho do SEBRAE/PB no fomento ao turismo na Paraíba, em especial, no interior do estado que ainda é pouco explorado turisticamente.

A presidente da PBTUR também mencionou as empresas que locam equipamentos de tecnologia e estandes para eventos. Afirmando que a construção do Centro de Convenções em João Pessoa irá expandir a atuação de empresas relacionadas a eventos na cidade, tornando-as ainda mais importantes para o desenvolvimento do turismo.

Figura 14 - Principais *stakeholders* de turismo na visão dos gestores públicos de turismo





Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

As agências de comunicação/ *marketing* e empresas de serviços gráficos não foram citadas por nenhum dos entrevistados, a razão apontada pelos entrevistados é que estes setores apesar de terem a possibilidade de serem influenciados pelo turismo de forma indireta (devido ao efeito multiplicador da atividade) pouco influenciam o turismo e não estão diretamente relacionadas ao turismo.

Com relação a influência exercida pelos *stakeholders* na atividade turística, apenas o representante da SETUR/JP não havia indicado uma ordem de importância, assim, este foi questionado sobre quais dos *stakeholders* eram os mais importantes e influentes dentro da gestão do turismo em João Pessoa, sem indicar qual viria em primeiro lugar, mas apenas os mais influentes. O representante da SETUR/JP citou o SEBRAE/PB, ABAV/PB, ABIH/PB, ABRASEL/PB e JPA&CV, devido a influência que exercem no Conselho de

Turismo do Litoral Paraibano e no Projeto Orla, além de outros projetos e iniciativas no Estado, assim, os agentes supracitados são influentes pela sua atuação em âmbito estadual e não necessariamente no município. A análise das atas do COMTUR/JP deixa claro, que estes órgãos têm pouca ou nenhuma participação no COMTUR/JP, no entanto, o fato de não participarem do conselho municipal não significa que os *stakeholders* não possam participar de outras formas.

A classificação dos principais *stakeholders* de turismo mostra que a opinião dos três entrevistados é semelhante, a classificação dos principais grupos de interesse não se deu exclusivamente devido a atuação destes agentes, mas também ao grau de importância que os ramos de atividade que representam exerce sobre o turismo. O secretário estadual justificou a classificação destes atores pelo interesse em realizar projetos conjuntos e por não ser possível pensar no turismo sem hotéis, restaurantes, agências e empresas associadas a eventos. A presidente da PBTUR usou como critério de classificação a atuação dos órgãos em projetos voltados ao turismo, não só em conjunto com a PBTUR, mas de forma geral.

Além dos órgãos públicos de turismo, os *stakeholders* também foram identificados (através apenas de identificação espontânea) pela ABRASEL/PB, JPA&CV, ABAV/PB e ABIH/PB, que foram os quatro órgãos citados por todos os três órgãos públicos de turismo na fase de identificação espontânea.

De acordo com o presidente da ABRASEL/PB os principais *stakeholders* de turismo por ordem de importância são: SEBRAE/PB, PBTUR, SETUR, SETDE, C&VB/PB, ABRASEL/PB, ABIH/PB, ABAV/PB, grupo gestor do projeto orla, grupo gestor dos 65 destinos indutores, equipe gestora do Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo na Paraíba (PRODETUR/PB)¹⁰, SINGTUR/PB e Sindicato dos Empregados no Comércio Hoteleiro da Paraíba (SINDHOTEL/PB).

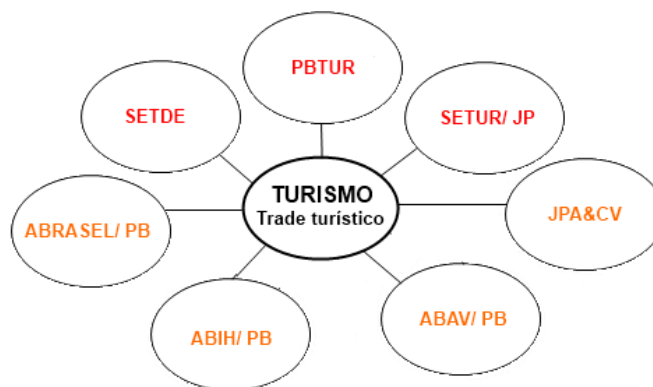
Já o gerente executivo do JPA&CV citou apenas as quatro entidades do *trade* turístico (ABIH/PB, ABAV/PB, ABRASEL/PB e JPA&CV) e os órgãos públicos de turismo. Ao ser indagado sobre a existência de algum outro grupo de interesse, ele afirmou que não percebia a participação/interesse de nenhum outro órgão no setor turístico.

O presidente da ABAV/PB citou como *stakeholders* de turismo os órgãos públicos de turismo, alguns políticos paraibanos e as entidades do próprio *trade* turístico,

¹⁰ Segundo a visão do presidente da ABRASEL/PB a atuação do PRODETUR/PB merece ser revista, no entanto, a equipe gestora do PRODETUR/ PB continua sendo um *stakeholder* de turismo importante.

incluindo nesta lista o SINGTUR/PB. O diretor da ABIH/PB, além dos órgãos públicos mencionou a própria ABIH/PB, ABAV/PB, o JPA&CV, ABRASEL/PB e o SEBRAE/PB.

Figura 15 - *Stakeholders* de turismo na visão do *trade* turístico



Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

A atuação de órgãos como a ABAV, ABIH, ABRASEL e C&VB está mais relacionada ao incremento do fluxo e melhoria da qualidade dos serviços disponibilizados pelos órgãos que representam, sem apresentar grande preocupação com a gestão conjunta do turismo e meio ambiente. Como afirma o presidente da ABAV/PB não é atribuição da associação tratar do planejamento integrado ou criar ‘regulamentações’ para controle de fluxos turísticos em ecossistemas frágeis, a atuação das associações de classe é fortalecer o setor que representam, cabe aos órgãos públicos (por meio da administração pública – secretárias/ ministérios e dos poderes legislativo e executivo) a gestão e regulamentação do uso de áreas públicas pelo turismo.

Os *stakeholders* enumerados pelos órgãos públicos durante a identificação espontânea e os representantes do *trade* entrevistados demonstraram que a identificação dos principais grupos de interesse de turismo em João Pessoa (PB) corrobora a análise de Lester e Weeden (2004), que enfatizam a maior influência do *trade* turístico na gestão da atividade turística, em especial do empresariado que promove a oferta de equipamentos propriamente turísticos como hotéis, agências de viagem e restaurantes. A colocação do secretário estadual de turismo também confirma essa afirmação, o desenvolvimento do turismo está intimamente relacionado à disponibilização de meios de hospedagem, serviços de A&B, eventos e agenciamento por essa razão as entidades de classe que representam esses serviços têm tanto poder de influenciar e de serem influenciados pelo crescimento ou retração do turismo.

4.3 IDENTIFICAÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* DE MEIO AMBIENTE DE JOÃO PESSOA/PB

O processo de identificação dos *stakeholders* de meio ambiente ocorreu de forma semelhante ao de turismo, sendo realizada a princípio uma identificação espontânea com os três órgãos públicos de meio ambiente e posteriormente, uma identificação estimulada. Da mesma forma que ocorreu com os *stakeholders* de turismo, aqueles órgãos que foram unanimemente considerados *stakeholders* na fase de identificação espontânea foram entrevistados posteriormente.

As entrevistas mostram que os principais *stakeholders* de meio ambiente de João Pessoa são as ONGs, devido a grande atuação destas em diversas questões ambientais relacionadas principalmente a fiscalização e mobilização para a criação de medidas legais restritivas com relação, especialmente, a construção civil.

A APAN foi citada pelos representantes da SEMAM/JP e do IBAMA/PB, como órgão de grande atuação nas demandas relacionadas a questões ambientais. De acordo com o superintendente do IBAMA/PB, a APAN tem auxiliado bastante no trabalho de fiscalização do meio ambiente.

Além da APAN, o superintendente do IBAMA/PB também citou a ONG Guajirú e de alguns políticos que têm se interessado pelas questões ambientais. Ao ser indagado sobre a existência de algum outro grupo de interesse, o representante do IBAMA/PB afirmou que não percebia a atuação de nenhum outro grupo. Criticou a apatia dos Institutos de Educação Superior (IES) e de seus alunos com relação ao engajamento em demandas relacionadas ao meio ambiente em João Pessoa e na Paraíba como um todo.

A coordenadora de projetos da SEMAM/JP citou como grupos de interesse as ONGs APAN, Amigos da Praia, Guajirú e Gambá (da Bahia), além da Fundação SOS Mata Atlântica, Escola Viva Olho do Tempo (EVOT) em Barra de Gramame, Casa Pequeno Davi, Instituto Federal de Educação Tecnológica da Paraíba (IFPB), Universidade Federal da (UFPB), Hotel Verde Green, alguns políticos e algumas empresas (como a São Braz, Rádio Tabajara, Conpel etc.).

Na visão da representante da SEMAM/JP, o interesse das empresas privadas em demandas ambientais está mais associado ao seu desejo em adquirir a certificação de empresa ambientalmente responsável, a exemplo da ISO 14000.

O coordenador do CEA da SUDEMA, além da APAN e da ONG Guajirú citou a SEMAM/JP, a própria SUDEMA, a ONG SOS Rio Cuiá, EVOT, UFPB e o IFPB

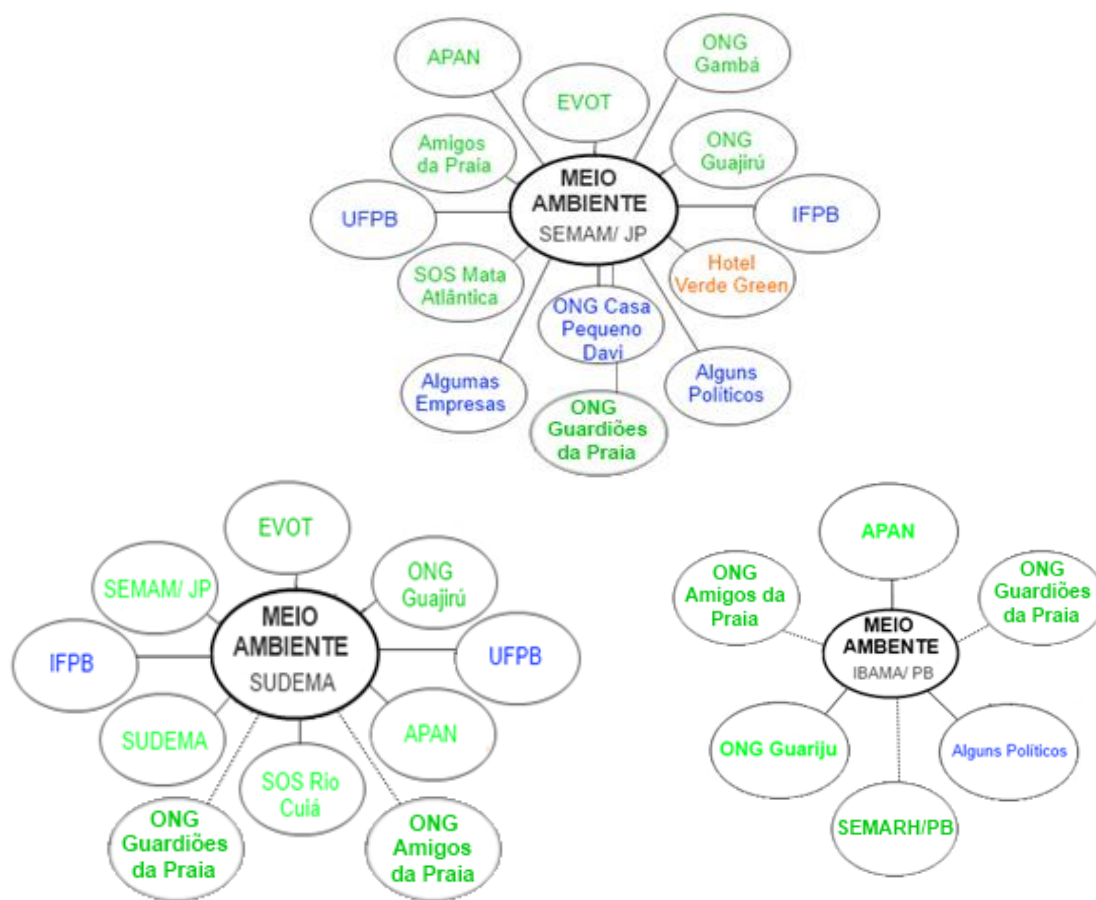
(ênfatizando os cursos da área de meio ambiente).

Após a identificação espontânea realizou-se uma identificação estimulada com os entrevistados de meio ambiente, sendo questionado aos *stakeholders* sobre a ação da SEMARH/PB, Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental (ABES), Federação Paraibana de Associações Comunitárias (FEPAC), Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CREA), ONG Acácia Pingo d'Ouro, ONG Guardiões do Meio Ambiente e ONG Amigos da Praia.

Os representantes da SUDEMA e do IBAMA acreditam que há algum interesse em participar da gestão do meio ambiente das ONGs Amigos da Praia e Guardiões do Meio Ambiente, sendo também ênfatizado pelo representante do IBAMA o interesse da SEMARH/PB em questões relativas a gestão das águas.

A representante da SEMAM/JP adicionou apenas a ONG Guardiões da Praia devido a sua atuação em algumas questões relativas a educação ambiental em zonas costeiras da Paraíba. Destacando que a ONG Guardiões da Praia já atuou conjuntamente com a APAN.

Figura 16: *Stakeholders* de meio ambiente na visão dos órgãos de meio ambiente



Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

A identificação da ONG APAN como um dos principais *stakeholders* de meio ambiente da cidade se justifica pela longa história de militância em questões pró meio ambiente. A associação foi criada no final da década de 70, na época alguns de seus associados, e até mesmo seu fundador (Dr. Lauro Pires Xavier), foram contrários a construção do megaprojeto Cabo Branco em João Pessoa, realizando mobilizações para que este não fosse efetivado. Dentre as principais ações da APAN tem-se o combate a caça das baleias no litoral de Lucena (na década de 80), a incorporação do art. 229 na Constituição do Estado da Paraíba que trata da construção de prédios na orla, as mobilizações contrárias a construção do hotel Marina's Ocean e do Centro de Convenções de João Pessoa (PB).

A atuação da ONG Guajirú também é destaque no município devido principalmente ao projeto 'Tartarugas Urbanas' que trata da preservação dos ninhos de tartaruga, além dos programas de educação ambiental e dos programas sociais (com aulas de surf e reforço escolar para jovens carentes da comunidade). A ONG Guajirú também atua constantemente em projetos de mobilização para impedir uma maior urbanização da região de Cabedelo onde há a desova de tartarugas marinhas, assim como no resgate e recuperação de tartarugas feridas por rede de pescadores ou doentes pela ingestão de plásticos.

A ONG Guajirú citou como *stakeholders* de meio ambiente a Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Cabedelo, o IBAMA/PB, a Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e a APAN. A presidente da APAN citou apenas a ONG Guajirú e o IBAMA/PB como grupos de interesse.

Apesar de três dos órgãos entrevistados (ABAV/PB, SEMAM/JP e IBAMA/PB) terem mencionado nomes de alguns políticos que têm atuado em causas pró meio ambiente ou pró turismo, não houve coincidência entre os nomes citados nas entrevistas. Dessa forma, não foi possível considerar nenhum político como *stakeholder* segundo a opinião de todos os entrevistados. Sendo assim, os únicos *stakeholders* que foram citados por todos os três órgãos públicos gestores de meio ambiente na fase da identificação espontânea foram a ONG Guajirú e a APAN, com destaque a EVOT, UFPB e IFPB, por terem sido citadas mais de uma vez.

A identificação dos *stakeholders* de meio ambiente de João Pessoa (PB) apresenta uma lógica distinta dos grupos de interesse de turismo, por ser uma atividade na qual seu desenvolvimento se encontra voltado para o lucro, os principais *stakeholders* de turismo são as empresas privadas. Por outro lado, na gestão ambiental a participação está mais associada à busca por uma melhor qualidade de vida das populações (atual e futura), o que justifica seus principais grupos de interesse serem representantes da sociedade civil organizada.

No entanto, cabe destacar que a utilização por parte das empresas privadas da responsabilidade social, que pode incorporar ações de preservação, conservação e conscientização ambiental, tem-se mostrado uma importante estratégia o que demonstra a razão pela qual, determinadas empresas privadas (a exemplo daquelas citadas pela representante da SEMAM/JP) estejam começando a se preocupar com a implantação de projetos que enfatizam questões ambientais.

4.4 VISÃO DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM JOÃO PESSOA/PB

Com o intuito de analisar a forma como os *stakeholders* (de turismo e meio ambiente) observam o desenvolvimento da atividade turística em João Pessoa foram feitas algumas indagações, dentre elas o que os grupos de interesse acham do modelo de gestão turística adotada no município.

A maioria dos entrevistados de turismo acredita que o processo de desenvolvimento turístico é positivo no que se refere a sua relação mais harmônica com o meio ambiente, já que os impactos trazidos pelo turismo (desmatamento, poluição, aumento da criminalidade, especulação imobiliária, aumento no preço de produtos, etc.) em João Pessoa são praticamente inexistentes ao contrário do que ocorre em capitais vizinhas como Natal, Fortaleza e Recife.

A referência ao modelo de turismo realizado em Natal (RN) e Recife (PE) marcado pela construção de mega equipamentos hoteleiros (*resorts*), assim como, as construções de equipamentos turísticos e vias de acesso em ambientes dunares e de mangue, associado ao fluxo intenso de turistas (em muitos casos um fluxo mais intenso do que os núcleos receptores têm a capacidade de suportar) são citados como elementos negativos que não estão presentes no modelo de turismo de João Pessoa.

A maioria dos *stakeholders* de turismo avaliou o modelo de desenvolvimento da atividade de forma positiva, apesar de também ser enfatizado por muitos que há uma necessidade de maior desconcentração do segmento turístico trabalhado na cidade, a ênfase dada ao turismo de sol e mar torna o destino João Pessoa frágil na medida em que deixa de utilizar o potencial que existe do turismo histórico-cultural e de eventos presente na capital e nas cidades vizinhas. Os representantes de turismo que observam a atividade de forma totalmente positiva justificam com o argumento de que o turismo em João Pessoa é de baixo impacto para o meio ambiente e que a capital vem apresentando bons índices de crescimento.

O então secretário de turismo do município avalia o turismo de forma intermediária não só pela falta de utilização do potencial total de recursos da cidade, mas também pela atuação de outros órgãos públicos e privados da cidade. Na opinião do secretário alguns órgãos públicos não têm interesse em trabalhar de forma conjunta com a SETUR/JP, o que torna a criação de projetos mais consistentes (de longo prazo – planejamento estratégico) muito complicada. A atuação do empresariado também é vista de forma parcialmente negativa pelo representante da SETUR/JP, já que muitos empresários não pensam em buscar a melhoria dos serviços que disponibilizam [aderindo a programas de qualificação] por visarem apenas o lucro a curto prazo.

A atuação dos órgãos públicos de turismo também é criticada pelo presidente da ABAV/PB, que imputa a concentração do turismo no segmento de sol e mar, assim como, a falta de competitividade do destino João Pessoa em comparação com as capitais dos Estados vizinhos, a escassez de infra-estrutura no litoral sul da Paraíba, a falta de divulgação do destino Paraíba e a subutilização do aeroporto como problemas que são fruto de uma má gestão pública do turismo no Estado e no município. Em sua opinião, alguns gestores públicos do turismo não são suficientemente capacitados para ocupar os cargos que ocupam e a ‘incompetência’ destes gestores acaba por causar uma total falta de planejamento da atividade no Estado. Na visão do presidente da ABAV/PB, o modelo de desenvolvimento turístico adotado pela Paraíba é negativo, já que além de sua concentração no litoral e de possuir gestores incapazes, o Estado ainda apresenta dados de crescimento da atividade inexpressivos (em comparação com os Estados vizinhos).

O vulto de capital investido no turismo na Paraíba é um grande problema para a evolução do turismo no Estado. Segundo o presidente da ABAV/PB, o capital investido pelo Estado do Rio Grande do Norte em promoção turística é maior do que todo o capital investido pelo turismo na Paraíba. O poder público não trata o turismo como uma atividade importante para a economia da região resultando em um turismo planejado de forma amadora com poucas condições de se desenvolver da forma como poderia frente ao potencial que possui.

As observações feitas sobre a oferta turística pelos *stakeholders* de turismo foram positivas na maioria das vezes, apenas o representante da ABAV/PB considera-a negativa (pouco estruturada e insuficiente). De acordo com o secretário executivo do JPA&CV, a oferta é condizente com o turismo de baixo fluxo que o município possui. Não seria possível haver uma maior oferta turística com a baixa demanda de turistas que a cidade recebe, caso fossem criados novos equipamentos (hotéis, bares, restaurantes, boates, casas de *show*, etc.)

voltados para o turismo estes provavelmente iriam, a longo ou curto prazo, falir pela falta de demanda turística nos períodos de baixa estação.

A representante da SEMAM/JP, por outro lado, acredita que a oferta de meios de hospedagem na cidade é insuficiente. A sua resposta baseia-se em informações noticiadas nos meios de comunicação, de que turistas haviam ficado sem acomodações durante um concurso público que foi realizado em 2009. Mas, acredita que a ausência destes equipamentos pode fazer com que o turismo em João Pessoa seja mais brando. Cada cidade possui sua própria capacidade de carga, ao criar muitos meios de hospedagem essa capacidade dos destinos acaba sendo esquecida e ultrapassada.

A cerca do modelo de desenvolvimento turístico adotado em João Pessoa, os *stakeholders* de meio ambiente criticam-no em decorrência da subutilização dos demais recursos naturais do Estado [a exceção das praias], como as Unidades de Proteção Ambiental e os resquícios de Mata Atlântica.

Segundo o representante da SUDEMA, existem em média de 3% a 4% de remanescente de Mata Atlântica original nas demais capitais brasileiras. Na capital paraibana este índice sobe para 11%, constituindo, dessa forma, um diferencial que nenhuma outra capital apresenta em área urbana, no entanto, não há uma utilização desse potencial para a criação de roteiros turísticos.

Os principais atrativos turísticos naturais do Estado, excetuando-se as zonas costeiras, são: Jardim Botânico Benjamin Maranhão, Parque Arruda Câmara (conhecido como Bica), Itacoatiaras do Ingá, Pedra da Boca, Pico do Jabre e Parque dos Dinossauros. Dessas áreas, apenas as duas primeiras estão localizadas em João Pessoa.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba – IFEP (2010, p.12) sobre o perfil do turista que visita João Pessoa, somente 6,97% dos turistas que visitaram João Pessoa no ano 2009 foram à Bica e 0,50% ao Jardim Botânico Benjamin Maranhão, o que demonstra como os outros recursos ambientais (com exceção das praias) de João Pessoa são pouco utilizados pelo turismo.

Os representantes da SEMAM/JP, SUDEMA e IBAMA/PB enfatizaram que o Estado possui trinta e cinco Unidades de Conservação, e destas, apenas quatro ou cinco têm alguma utilização turística, que ainda é incipiente. Além das unidades de conservação, a presidente da APAN também enfatizou a existência de outras áreas dentro de João Pessoa que poderiam ser utilizadas pelo turismo, como o Parque Lauro Pires Xavier e outros três parques que estão em processo de criação/implementação (Cuiá, Cidade Verde e Paraíba).

De acordo com a *International Ecotourism Society* – TIDE (2011), o ecoturismo tem crescido no mundo em torno de 20% ao ano. Assim, os parques e unidades de conservação paraibanos poderiam ser utilizados com o intuito de desenvolver esse segmento, que além de apresentar altos índices de crescimento é constantemente destacado pelo baixo impacto ambiental que traz aos núcleos receptores.

No entanto, apesar da potencialidade dos parques citados pelos *stakeholders* de meio ambiente, cabe destacar que estes não possuem uma infraestrutura que permita a sua utilização turística. O Parque Lauro Pires Xavier, por exemplo, não possui nenhuma infraestrutura básica ou turística (a exemplo de banheiros, bebedouros ou pontos de comércio onde se possa comprar água mineral) além de existirem pessoas morando dentro do Parque.

Os problemas infraestruturais e de ordenamento dos Parques de João Pessoa não estão presentes apenas naqueles que ainda não são utilizados (por turistas e comunidade local). O Jardim Botânico Benjamin Maranhão, apesar de possuir boa infraestrutura com delimitação de trilhas ecológicas que podem ser feitas com acompanhamento de guias e uma infraestrutura básica, ainda não conseguiu isolar-se territorialmente das comunidades carentes (favelas) que habitam no entorno, ocorrendo inclusive invasões ilegais da população na área do Parque. A população do entorno têm acesso ao Parque por meio de entradas “clandestinas”, tornando algumas regiões do Jardim Botânico perigosas.

Assim, as unidades de conservação e parques ecológicos paraibanos, não constituem produtos turísticos prontos, apenas recursos que se trabalhados podem vir a se transformar em produtos, necessitando ainda da criação de um plano de desenvolvimento para se tornarem produto e de um plano de *marketing* para se transformarem propriamente em oferta turística.

Outro entrave para a utilização dos recursos naturais pelo turismo na Paraíba foi citado pelo superintendente do IBAMA/PB. A maioria das Unidades de Conservação no Estado não possui um Plano de Manejo e, dessa forma, não podem ser eficientemente geridas. Como desenvolver um roteiro turístico em uma área de preservação sem plano de manejo? É esse plano que estipula as diretrizes de utilização das Unidades de Conservação (U.C).

O presidente da ABAV/PB, assim como o representante da SETUR/JP, acreditam que o patrimônio histórico-cultural do Estado e da capital deveria ser utilizado para a elaboração de novos roteiros. Em João Pessoa, o centro histórico poderia ser mais utilizado pela atividade turística. No entanto, de acordo com o representante da ABAV/PB, não há um

grande investimento na revitalização da região, apesar dos projetos implementados (no bairro do Varadouro e Porto do Capim)¹¹.

O centro histórico ainda possui diversas áreas que necessitam não só de uma recuperação das edificações (em períodos chuvosos a possibilidade de perder antigas edificações torna-se ainda mais alarmante), como também de uma revitalização; a região possui poucos serviços (bares, restaurantes, boates, museus, espaços de cultura etc.) que atraíam os turistas e ainda existem diversas edificações que se encontram abandonadas. O presidente da ABAV/PB propõe que seja adotado um projeto de revitalização do centro histórico de João Pessoa semelhante ao que existe no Recife Antigo (PE) e no centro histórico de Salvador (BA).

Foto 1 - Edificações no Centro Histórico de João Pessoa (PB)



Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Apesar de ter analisado o desenvolvimento do turismo em João Pessoa como intermediário, o representante da SUDEMA afirmou que há uma possibilidade da atividade num futuro não muito distante se tornar totalmente negativa se não forem tomadas medidas mais consistentes para a proteção das áreas verdes da cidade, que podem sofrer com projetos

¹¹ O projeto mais enfatizado é o de revitalização do Centro Histórico (nos bairros do Varadouro e Porto do Capim), denominado de Moradouro, onde prédios e casas abandonadas seriam recuperadas para serem ocupadas (uso residencial), no entanto, ainda não ocorreu a efetivação deste projeto.

para ampliação da infraestrutura e oferta turística, além da pressão para expansão urbana, que pode ser dinamizada se houver um grande fluxo de turistas.

O coordenador do CEA (SUDEMA) também levantou um questionamento a respeito do modelo de desenvolvimento turístico de João Pessoa em comparação com as outras capitais nordestinas: será que o modelo de desenvolvimento turístico de João Pessoa é menos impactante por uma escolha dos *stakeholders* de turismo (uma ação planejada) ou por que não houve uma oportunidade de massificação do turismo na capital Paraíba como ocorreu nas capitais dos outros Estados?

Cruz (2002), ao analisar os processos de desenvolvimento turístico dos Estados nordestinos, no que se refere aos megaprojetos, afirma que os entraves para a implementação do Projeto Cabo Branco (megaprojeto de João Pessoa) foram o embargo da área por grupos ambientalistas [neste caso a APAN teve papel de destaque] e a não implantação dos empreendimentos previstos, apesar da grande quantidade de incentivos fiscais e financeiros disponibilizados pelo Governo. Assim, a não implementação do megaprojeto em João Pessoa não se efetivou devido a uma vontade política de não causar impactos ambientais, mas a uma conjuntura que levou a sua não implantação.

4.5 VISÃO E USO DO MEIO AMBIENTE PELO TURISMO

Ao ser indagado sobre a utilização do meio ambiente pelo turismo, o secretário estadual de turismo acredita que a presença do turismo impacta os núcleos receptores de qualquer forma, mas, o grau de impacto causado em João Pessoa é mínimo. O então secretário municipal de turismo afirmou algo semelhante, colocando, no entanto, que certas regiões da capital, a exemplo de Picãozinho e principalmente dos corais do Seixas, necessitam de atenção especial.

Os recifes de corais de Picãozinho foram citados por diversos entrevistados (SETUR/JP, ABIH/PB, ABAV/PB, APAN, ONG Guajirú, SEMAM/JP, IBAMA/PB e SUDEMA) como o principal exemplo de degradação ambiental causada pelo turismo em João Pessoa, no entanto, também é sempre mencionado o trabalho que os órgãos públicos de meio ambiente e a SETUR/JP realizaram no local por meio de um acordo firmado com os barqueiros para diminuir os impactos causados aos corais. (vide Anexo).

Por outro lado, na visão do presidente da ABIH/PB, da representante da SEMAM/JP e da APAN, ainda há um processo de degradação em curso no local. Visitantes

que caminham sobre os recifes de corais, quantidade de visitantes superior à capacidade de carga do recife, desequilíbrios causados pelos visitantes que alimentam (com pão ou ração) os peixes, lixo despejado no local, possíveis vazamentos de óleo das embarcações etc. Atualmente, já são percebidos vários trechos do recife de coral morto pelos impactos que foram causados ao ecossistema local.

Apenas o representante da SETUR/JP citou também como exemplo de degradação ambiental causada pelo turismo os recifes de coral da Praia do Seixas. Apesar da região não ser considerada um atrativo turístico e não muitas embarcações de turismo que façam o trajeto da costa para os corais do Seixas, o secretário municipal de turismo acredita que já existam impactos causados pelo turismo no local, não tão acentuados quanto em Picãozinho.

A representante da SEMAM/JP declara que o crescimento do turismo em João Pessoa tem potencializado a pressão para a realização de construções irregulares, essa “pressão” é realizada pelo empresário que deseja construir um novo meio de hospedagem e pelo turista que ao visitar João Pessoa, decide se mudar ou adquirir uma segunda residência geralmente na orla da cidade, além da discutida “necessidade” da verticalização.

O aumento da densidade populacional e do turismo pode levar a uma nova discussão sobre a verticalização na orla, o que atualmente é proibido pelo art.229 da Constituição do Estado da Paraíba¹². Também foram citados serviços turísticos que para chamar a atenção do turista acabaram se tornando agressivos [Feirinha de Tambaú], com um assédio excessivo aos turistas.

O presidente da ABAV/PB acredita que o turismo na Paraíba é tão incipiente que ainda não é capaz de causar danos ao meio ambiente. A população local, com a excessiva quantidade de carros, por exemplo, causa mais danos ambientais do que o turismo, e além do mais, os recursos ambientais [com exceção das praias] não são utilizados pelo turismo. Logo, não é possível que a atividade turística cause impactos naquilo que não utiliza.

¹² Art. 229 - A zona costeira, no território do Estado da Paraíba, é patrimônio ambiental, cultural, paisagístico, histórico e ecológico, na faixa de quinhentos metros de largura, a partir da preamar de sizígia para o interior do continente, cabendo ao órgão estadual de proteção ao meio ambiente sua defesa e preservação, na forma da lei.

§ 1º - O Plano Diretor dos Municípios da faixa costeira disciplinará as construções, obedecidos, entre outros, os seguintes requisitos: a) nas áreas já urbanizadas ou loteadas, obedecer-se-á a um escalonamento de gabaritos a partir de doze metros e noventa centímetros, compreendendo pilotis e três andares, podendo atingir trinta e cinco metros de altura, no limite da faixa mencionada neste artigo; b) nas áreas a serem urbanizadas, a primeira quadra da praia deve distar cento e cinquenta metros da maré de sizígia para o continente, observa o disposto neste artigo; c) constitui crime de responsabilidade a concessão de licença para a construção ou reforma de prédios na orla marítima, em desacordo com o disposto neste artigo.

A presidente da ONG Guajirú se mostrou preocupada com a poluição das praias, em especial com a quantidade de plásticos que são depositados no mar. Porém, a entrevistada acredita que o turismo não tem impactado de forma expressiva a poluição das praias, mas o crescimento excessivo da atividade pode acarretar em maior poluição das praias e um maior índice de mortalidade das tartarugas pela ingestão de plásticos.

Apesar da degradação ambiental sofrida por Picãozinho, a utilização do meio ambiente pelo turismo foi notada pelos entrevistados de forma positiva, na maioria das vezes. Os representantes dos órgãos de turismo (SETDE, ABRASEL/PB, JPA&CV e ABIH/PB) consideraram que há uma preocupação em não degradar o meio ambiente local e que seu “consumo” pelo turismo é consciente.

O representante da SETUR/JP também avaliou sua utilização de forma positiva, no entanto, enfatizou que devem ser tomadas precauções para que casos de insucesso [Picãozinho] não se repitam em outros locais [como nos corais da Praia do Seixas]. Apesar dos impactos ambientais do turismo em João Pessoa não serem muitos, em outras regiões da Paraíba, no litoral sul, há um processo de degradação bem mais acentuado.

De uma forma geral, a utilização do meio ambiente pelo turismo, de acordo com os representantes dos órgãos de turismo entrevistados, foi vista de uma forma positiva, por não causar grande entropia aos recursos naturais, mas também negativa, por haver uma negligência na utilização do grande potencial do meio ambiente pelo turismo.

As degradações sofridas pelo litoral sul da Paraíba foram enfatizadas por todos os representantes de órgãos de meio ambiente entrevistados. A presidente da APAN acredita que o modelo de desenvolvimento turístico que vem sendo implantado na região (com a construção de *resorts* internacionais) é extremamente predatório e excludente. Ao invés da construção de grandes equipamentos de hospedagem deveriam ter sido construídos equipamentos de pequeno porte (bangalôs, por exemplo). Em sua opinião, os pequenos meios de hospedagem são mais atrativos para o turista e não são excludentes e impactantes.

Os representantes dos órgãos de meio ambiente (SEMAM/JP, SUDEMA e APAN) também se mostraram descontentes com a construção do Centro de Convenções de João Pessoa em área de resquício de Mata Atlântica, causando desmatamento, avaliando esse fato como uma “luta” perdida para o mercado turístico.

A representante da SEMAM/JP e da APAN também se mostram bastante preocupadas com a possibilidade da implementação do Projeto Cabo Branco. Em seu plano original, o projeto prevê a criação de campo de golfe, centro de convenções, parque temático,

áreas de animação turística e grandes equipamentos de hospedagem (*resorts*) em área de Mata Atlântica, o que na visão das entrevistadas causará um impacto enorme para o bioma.

A gerente de projetos da SEMAM/JP, no entanto, enfatizou que o Projeto Cabo Branco sofreu algumas alterações e que representantes de órgãos de turismo que têm interesse em sua efetivação estão tentando adaptar o projeto para torná-lo menos impactante. O COMTUR/JP tem sido um espaço utilizado para debater sobre o polo (a reunião do Conselho realizada em julho de 2011 teve como uma das discussões em pauta o referido projeto). Por outro lado, mesmo a partir de uma modificação no plano original, a entrevistada acredita que dificilmente será possível compatibilizá-lo com a preservação do meio ambiente local.

Foto 2 - Desmatamento de Mata Atlântica para a construção do Centro de Convenções



Fonte: SEMAM/JP, 2010.

Em João Pessoa, a maioria dos impactos ambientais que o turismo tem causado ao meio ambiente estão concentrados no litoral, em decorrência da própria atividade estar restrita ao litoral. A derrubada dos resquícios de Mata Atlântica em João Pessoa vem ocorrendo da mesma forma que foi enfatizada por Dias (2003), a pressão urbana leva à construção de equipamentos de turismo nas áreas que se encontram desocupadas, no caso de João Pessoa essas áreas são os resquícios de Mata Atlântica na região litorânea, em especial no litoral sul.

A construção do Centro de Convenções de João Pessoa (Foto 2 e Apêndice D) e o projeto Cabo Branco têm sido os principais pontos de discordância entre os representantes de turismo e de meio ambiente. Os representantes de turismo não citam estes projetos como ameaçadores a qualidade ambiental em momento algum, enquanto que praticamente todos os representantes de meio ambiente entrevistados apontam esses projetos como indicativos de que a relação entre turismo e meio ambiente em João Pessoa vem tomando contornos insustentáveis e preocupantes.

4.6 PARTICIPAÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* DE TURISMO E MEIO AMBIENTE

Com o objetivo de levantar a opinião dos *stakeholders* sobre o nível de influência dos atores na gestão do turismo e meio ambiente [*stakeholders* de turismo e meio ambiente], foi questionado aos entrevistados quais dos atores genéricos de turismo e meio ambiente (população local, *trade* turístico, IES e ONGs) apresentam maior interesse nas ações voltadas ao desenvolvimento do turismo e do meio ambiente em João Pessoa (PB).

Com relação ao desenvolvimento do turismo, a SETDE, a PBTUR, ABAV/PB e a ABIH/PB consideram o *trade* turístico como o ator mais interessado no desenvolvimento do turismo em João Pessoa, em decorrência da forma como vem atuando para proporcionar um maior desenvolvimento do turismo em João Pessoa, a partir da criação/ incentivo a programas de qualificação, investimento em promoção turística do destino Paraíba e participação em fóruns/conselhos de turismo no Estado e município.

A SETDE e a PBTUR consideram o *trade* turístico como grande interessado devido a elaboração de projetos conjuntos e ao fato das entidades de classe estarem sempre presentes em eventos relacionados a atividade turística, e também por serem ‘imprescindíveis’ para o desenvolvimento do turismo.

Os representantes da ABIH/PB e da ABAV/PB acreditam que o interesse do *trade* turístico em atuar nas ações de planejamento do turismo em conjunto com os órgãos públicos e as constantes reuniões que participam para discutir o planejamento/ gestão do turismo, além dos investimentos que vêm fazendo em promoção e qualificação, fazem com que as entidades de classe possam ser consideradas chave no desenvolvimento turístico da cidade.

O representante da SETUR/JP, por outro lado, considera os IES como principais *stakeholders* de turismo, acreditando que o conhecimento seria o atributo mais importante para classificar algum agente como *stakeholder*. A classificação das IES como principais

stakeholders de turismo pode se justificar também devido ao fato do entrevistado ser docente de cursos de turismo, ou seja, também atuar nas IES.

O presidente da ABRASEL/PB e JPA&CV consideram o *trade* turístico e a população local como principais *stakeholders* de turismo. O *trade* turístico é considerado importante pelas mesmas razões enumeradas pelos outros entrevistados, mas também é considerada a população local como importante *stakeholder* porque ela [a população autóctone] é a maior influenciada pelo turismo, além de que, a imagem que os visitantes têm da população local serve como elemento atrativo para o turista. A simpatia da população serve como atrativo turístico. A população é quem verdadeiramente sente as modificações (sejam econômicas, sociais, culturais ou ambientais) que o turismo traz aos núcleos receptores.

O secretário executivo da JPA&CV além de citar o *trade* turístico e a população local também cita as IES, considerando que estas têm desempenhado papel importante na formação de mão-de-obra qualificada para o setor e que auxiliam no planejamento/ gestão do turismo com as pesquisas e estudos realizados.

A opinião dos *stakeholders* de meio ambiente sobre os atores genéricos (IES, *trade* turístico, ONGs e população local) de meio ambiente e turismo também é levantada.

Na visão da gerente de projetos da SEMAM/JP e do superintendente do IBAMA/PB os principais atores são a população local e as ONGs. A população local é considerada um importante *stakeholder* por ser o maior interessado pela qualidade ambiental da cidade, já que está influencia diretamente na qualidade de vida da população autóctone. Como um desdobramento desta preocupação com a qualidade ambiental, a população por vezes acaba se organizando e formando uma ONG.

Na opinião do superintendente, as IES deveriam se mobilizar mais em prol de causas ambientais, no entanto, o próprio modelo educacional adotado pelo país gera cidadãos alienados que não têm noção de seus direitos e deveres.

A ONG Guajirú considera como atores mais atuantes a população local e o *trade* turístico. A avaliação do *trade* turístico como *stakeholder* de meio ambiente se deve à relação que a ONG estabelece com as agências de receptivo. As agências incorporaram a ONG como atrativo turístico dentro do roteiro desenvolvido para o Litoral Norte da Paraíba. De forma gratuita os turistas que visitam a ONG Guajirú assistem a uma palestra de educação ambiental ministrada pela presidente da organização. Atualmente, a ONG se mantém por meio dos turistas que a visitam e de doações. Apesar de não ser cobrada nenhuma taxa, o turista auxilia a manter a ONG por meio da aquisição de produtos em uma pequena loja de *souvenirs*.

De acordo com a representante da APAN, o agente mais atuante são as ONGs, em decorrência, de que estas, na visão da presidente da APAN representam justamente uma parcela da população mais interessada e mais atuante nas demandas ambientais a ponto de se organizar e criar uma ‘entidade’ direcionada a ‘luta’ pelo meio ambiente.

As IES são vistas pela presidente da APAN como agentes que poderiam ser mais atuantes, mas que não têm mostrado interesse em se mobilizar por questões ambientais, citando que vários são os exemplos de agressões ambientais cometidas dentro das IES, a exemplo das agressões ambientais cometidas dentro da UFPB, que está inserida numa área de proteção ambiental. O representante da SUDEMA, por outro lado, acredita que as IES são os atores mais atuantes, em decorrência da ampliação de conhecimento que promovem e porque dentro das próprias IES acabam por surgir agentes amplamente atuantes que acabam se organizando em prol de causas ambientais como a ONG Guajirú e a APAN.

O interesse no planejamento integrado entre os órgãos de turismo é visto como positivo pelos representantes da SETDE e da PBTUR. Na visão destes, há ações planejadas e conjuntas entre os órgãos públicos e o *trade* turístico, o trabalho conjunto é a única forma de atingir o desenvolvimento do turismo. A presidente da PBTUR aponta como exemplo desta ação conjunta os espaços de discussões em âmbito estadual (Fórum Turístico do Litoral Paraibano e Conselho Estadual de Turismo) que integram não só representantes da SETDE e da PBTUR, como várias entidades de classe e representantes de prefeituras do litoral da Paraíba. Por outro lado, a SETDE e a PBTUR, não percebem grande vontade por parte dos órgãos de meio ambiente de trabalhar em conjunto com os de turismo. A presidente da PBTUR acredita que não há uma grande integração entre os órgãos de turismo e meio ambiente devido a grande quantidade de atribuições relacionadas principalmente com a fiscalização, que os órgãos de meio ambiente possuem os ‘impedindo’ de atuar de forma mais abrangente no turismo.

O representante da SETUR/JP considera o planejamento integrado entre órgãos de turismo bastante fraco. Afirmando que não são propostas medidas consistentes para trabalhar o turismo de forma ampla, em todo o Estado. E também que, por parte dos órgãos de turismo, não se pensa numa integração entre as atividades (turismo-meio ambiente). Mas, acredita que os órgãos de meio ambiente estão abertos ao estabelecimento de parcerias e ao planejamento integrado caso houvesse uma maior procura pelos representantes de turismo.

Os representantes de meio ambiente observam o relacionamento entre eles de forma positiva, na maioria das vezes. Segundo a representante da SEMAM/JP, um grande

entreve para o trabalho conjunto seja entre os próprios órgãos de meio ambiente, ou dos órgãos de meio ambiente com os de turismo é a escassez de recursos (financeiros e humanos) que acaba por limitar o trabalho dos órgãos. Mas, que há um interesse por parte dos órgãos de meio ambiente de trabalhar de forma integrada.

O coordenador do CEA da SUDEMA acredita que o interesse em promover um planejamento integrado entre os órgãos de meio ambiente é grande, enfatizando que inclusive já existe uma série de projetos conjuntos, mas que os órgãos de turismo não demonstram muito interesse em trabalhar em conjunto com os órgãos públicos de meio ambiente.

O superintendente do IBAMA/PB observa uma modificação no relacionamento entre os órgãos de meio ambiente. Há alguns anos, o planejamento integrado era de difícil implementação em decorrência da forte associação de representantes de órgãos públicos (de meio ambiente e turismo) em questões políticas, mas a modificação nos secretariados fez com que essas divergências fossem deixadas para trás.

Ao indagar os demais entrevistados (ABAV/PB, ABIH/PB, ABRASEL/PB, JPA&CV, APAN e ONG Guajirú) sobre o interesse dos órgãos públicos de turismo e meio ambiente em promover um planejamento integrado (turismo – meio ambiente), a maioria dos representantes afirma não saber responder ao certo o questionamento, já que não estão totalmente informados a respeito de como se dá a relação entre os órgãos públicos de turismo e meio ambiente. No entanto, a maioria dos representantes do *trade* turístico (ABIH/PB, ABRASEL/PB e JPA&CV) afirma que vêem a relação entre os órgãos de turismo e meio ambiente como bastante positiva, acreditando que há de fato um trabalho conjunto entre eles.

4.7 ESPAÇOS DE DISCUSSÕES E PROJETOS INTEGRADOS DE TURISMO E MEIO AMBIENTE EM JOÃO PESSOA/PB

Outro aspecto analisado é o trabalho conjunto dos *stakeholders* de turismo e meio ambiente, a partir da avaliação dos projetos que possuem em comum e dos espaços de comunicação utilizados por órgãos de meio ambiente e de turismo em João Pessoa/PB.

Durante a pesquisa notou-se que há poucos espaços de discussão que integrem órgãos de turismo e de meio ambiente. Dos fóruns/ conselhos (estaduais ou municipais)¹³ de

¹³ Os principais espaços de discussão são: Conselho Municipal de Meio Ambiente de João Pessoa (COMAM/JP) criado pela SEMAM/JP, Conselho Estadual de Proteção Ambiental (COPAM) criado pela SUDEMA e Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CERH) criado pela SEMARH.

meio ambiente existentes em João Pessoa, não foi percebido nenhum que integrasse um dos três órgãos públicos de turismo que participaram da pesquisa (SETUR/JP, PBTUR e SETDE). Por outro lado, cabe destacar que o Projeto Orla, desenvolvido pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA), tem em seu Conselho Gestor vários grupos de interesse de turismo (a exemplo da ABRASEL/PB, ABAV/PB, JPA&CV, SETUR/JP, SETDE e PBTUR) e meio ambiente (SUDEMA/ PB, IBAMA/ PB e SEMAM/ JP), mas a ação do projeto se encontra restrita apenas a orla e possui como recorte geográfico todo o litoral da Paraíba. As reuniões do Conselho Gestor do projeto Orla, de acordo com os representantes da SEMAM/ JP, ABAV/ PB e SETUR/ JP se encontram paradas. Com relação aos espaços de discussão de turismo¹⁴ apenas dois possuem órgãos de turismo e de meio ambiente como membros/participantes, o COMTUR/JP e o grupo gestor do PRODETUR/ PB.

A avaliação da participação nos espaços de discussão de turismo pelos órgãos de turismo foi considerada positiva, apenas o representante da SETDE preferiu não responder ao questionamento sobre o grau de participação da instituição nas reuniões em decorrência de ainda não ter tido tempo hábil para instituir um representante que participasse dessas reuniões.

No entanto, cabe destacar que com exceção da SEMAM/JP e da SUDEMA, nenhum dos demais órgãos de meio ambiente entrevistados afirmam participar de espaços de discussão relacionados ao turismo, assim, as avaliações com relação ao nível de participação em espaços de discussão do turismo dizem respeito apenas aos órgãos de turismo (exceto a SETDE), SUDEMA e SEMAM/JP. Por outro lado, é interessante notar que ao analisar as atas do COMTUR/JP, observou-se que o nome da APAN constava como membro suplente do Conselho (nas atas de dezembro de 2010 e abril de 2011), mas em decorrência da ausência de representantes da instituição, esta pode acabar por ser excluída do Conselho.

A representante da SEMAM/JP afirma que sempre frequenta as reuniões do COMTUR/JP e que vê no Conselho um espaço onde consegue expor o ponto de vista da instituição que representa, no entanto, nem sempre os demais integrantes do conselho concordam com suas posições. Segundo a gerente de projetos, o tópico atual de maior divergência entre os representantes de turismo e meio ambiente dentro do COMTUR/JP é o projeto do Polo Turístico Cabo Branco. De acordo com o coordenador do CEA, o ponto de maior divergência entre os representantes de turismo e meio ambiente é a construção do

¹⁴ Os principais espaços de discussão do turismo são: Fórum Turístico do Litoral da Paraíba, Conselho Estadual de Desenvolvimento Turístico da Paraíba (CONDETUR/ PB), COMTUR/ JP, Frente Parlamentar de Turismo (PARLATUR), Grupo gestor dos 65 destinos indutores e o Conselho do PRODETUR/PB.

Centro de Convenções de João Pessoa, em decorrência do desmatamento que o projeto causou e ainda pode causar na área.

A ABIH/PB, ABAV/PB, ABRASEL/PB e JPA&CV afirmam que participam de todos os grupos de discussão do turismo em João Pessoa e que têm sempre espaço para expor suas demandas. O diretor da ABIH/PB, no entanto, afirmou que nestes espaços há muita teoria/ discussão (“conversa”) e pouca ação. Em sua opinião deveria haver um maior pragmatismo.

Com relação a participação nas reuniões de conselhos/fóruns de meio ambiente apenas os órgãos próprios de meio ambiente atuam nestes, desta forma, o nível de participação foi avaliado apenas por eles.

Os órgãos públicos de meio ambiente acreditam que têm um nível de participação muito bom, já que os espaços de discussão são constituídos por eles próprios, assim, a participação deles nestes espaços é constante.

As ONGs entrevistadas afirmam que já participaram do COMAM/JP, mas que não participam mais, embora a presidente da APAN certifique que participa de outros espaços de discussão relacionados à temática ambiental e que a opinião da APAN é sempre solicitada, e que mesmo nos espaços de discussão em que a associação não participa como membro, ela é sempre respeitada.

A presidente da ONG Guajirú, no entanto, afirmou que não há um espaço democrático para a participação nos conselhos/fóruns dos órgãos públicos de meio ambiente de João Pessoa. Segundo a representante da ONG, foi solicitada sua participação em uma reunião e por apresentar uma opinião contrária a dos demais membros acabou por ser excluída das reuniões. De acordo com a presidente, ela é *persona non grata* nas reuniões de conselhos/fóruns de meio ambiente de João Pessoa. Dessa forma, a ONG participa apenas de conselhos/fóruns de meio ambiente de municípios vizinhos. O nível de participação nesses outros conselhos/fóruns foi classificado como pouco, devido à falta de tempo.

Ao serem indagados acerca dos principais projetos em que participam em conjunto com outros *stakeholders* de turismo e/ ou meio ambiente, diversos projetos foram citados, no entanto, o citado com maior frequência foi o Projeto Orla.

Além do Projeto Orla também foram citados programas de capacitação em turismo para a população local e *trade* turístico, programas de conscientização ambiental, associação com empresas diversas para conceder descontos aos membros de entidades de classe, parceria entre órgãos públicos de turismo e meio ambiente para elaboração de roteiros

turísticos ambientais, projetos de incubadoras, projetos de horta orgânica, projetos de divulgação turística etc.

Apesar da grande quantidade de projetos citados, percebeu-se que a maioria desses projetos são realizações isoladas dos órgãos públicos entre si ou dos representantes das instituições de classe entre si. Não há uma grande integração dos projetos desenvolvidos pelos órgãos públicos com os desenvolvidos pelas entidades do *trade* ou com as ONGs, embora existam algumas exceções onde há uma integração dos órgãos públicos com representantes da sociedade civil (*trade* turístico, ONGs, população local e IES), são eles: o Inventário da Oferta Turística (INVTUR) do Mtur que foi implementado em João Pessoa pela SETUR/JP em conjunto com as IES que possuem cursos de graduação em turismo, a horta orgânica desenvolvida pelo Hotel Verde Green, com o auxílio técnico da SEMAM/ JP, os cursos de qualificação profissional (da SETUR/JP) que, de forma gratuita, beneficiaram a população local, os cursos de qualificação voltados para os agentes de viagens e turismo (implementados pela ABAV/PB), os cursos de qualificação profissional na área hoteleira que foram implementados pelo SENAC/PB em parceria com a ABIH/PB voltados para a população local, as diversas ações de conscientização ambiental promovidas pela ONG Guajirú, APAN, SEMAM/JP, SUDEMA e IBAMA/PB (visando a população local e/ou os turistas), o projeto do Hotel Escola Bruxaxá da SETDE em parceria com o IFPB, ações de divulgação do destino João Pessoa em eventos diversos (feiras, *roadshows*, entre outros) por representantes do *trade* turístico (ABAV/PB e ABIH/PB), o projeto da Escola de Gastronomia, que vai ser implantada pela SETUR/JP em parceria com a ABRASEL/PB etc.

De forma geral, não foram percebidos muitos exemplos de trabalho conjunto dos órgãos públicos (de turismo ou meio ambiente) com o *trade* turístico ou com as ONGs.

A avaliação dos espaços de discussão consiste numa forma de analisar os canais de comunicação estabelecidos entre os *stakeholders* de turismo e meio ambiente. A adesão de todos os grupos de interesse nesses espaços representa uma ferramenta que pode possibilitar a prática de um planejamento integrado mais consistente e como consequência desenvolver mais projetos envolvendo todos os *stakeholders*. No entanto, cabe destacar que a não participação nos espaços de discussão signifique que os grupos de interesse não sejam atuantes, eles podem atuar de outra forma.

De forma semelhante aos estudos de Aas, Ladkin e Fletcher (2005), notou-se que nos espaços de discussão de turismo em João Pessoa há pouca participação da população local (com exceção dos empresários de turismo as únicas instituições representantes da sociedade

civil que participam efetivamente das reuniões são a ABBTUR/PB e a ABRAJET/PB) e há poucos projetos efetivos integrando os diferentes tipos de *stakeholders* de meio ambiente e turismo na cidade.

Os espaços de discussão de meio ambiente apresentam uma lógica distinta, ao invés de incluir empresários como membros, possuem diversas ONGs e associações de moradores de bairros, por outro lado, não englobam nenhum representante de turismo, seja órgão público ou privado. Dessa forma, os espaços de discussão do turismo, em especial o COMTUR/JP, têm-se mostrado com maior potencialidade para se transformar num espaço que possibilite uma melhor integração entre os órgãos públicos, privados e representantes da sociedade civil de turismo e meio ambiente em nível municipal.

5 ANÁLISE DO CONTEÚDO DAS ENTREVISTAS

Apesar da técnica de interpretação utilizada nesta pesquisa ser a análise do conteúdo, também foram tecidas algumas poucas considerações sobre a oralidade (análise de discurso) presente nas entrevistas. De acordo com Bakhtin (1998), uma das primeiras ações que deve ser tomada para analisar o discurso é estabelecer a função desempenhada por cada uma das partes, assim como traçar o ambiente no qual a entrevista se desenrola. No caso das entrevistas realizadas nesta pesquisa, antes de iniciar a arguição das questões presentes no Apêndice B (roteiro da entrevista) foi sempre explicado para os entrevistados a finalidade das entrevistas [pesquisa de mestrado em turismo para a UFRN] e o intuito da pesquisa [entender a relação entre os *stakeholders* de turismo e meio ambiente em João Pessoa]. Também houve preocupação em definir alguns termos como *stakeholders* (grupos de interesse) e *trade* turístico para os entrevistados.

Para a maioria dos entrevistados o termo *stakeholders* era desconhecido ou era definido a partir de um conceito equivocado, como sinônimo de comunidade local ou de *trade* turístico. Já o termo *trade* turístico era desconhecido por alguns dos entrevistados de meio ambiente. Desta forma, *stakeholders* foi explicado como sendo um indivíduo ou um grupo de indivíduos que influenciam ou podem ser influenciados pela gestão do turismo ou meio ambiente, sendo também entendidos como aqueles que têm interesse em demandas relacionadas a turismo ou meio ambiente. O termo *trade* turístico foi apresentado como sinônimo para os empresários de turismo.

As entrevistas foram sempre realizadas na sede dos órgãos dos representantes entrevistados, em alguns casos, numa sala reservada [a exemplo do que aconteceu nas entrevistas realizadas com a SETUR/JP, SETDE, PBTUR, ABAV/PB, IBAMA/PB, SUDEMA e APAN], em outros casos nas próprias salas de entrada dos órgãos ou em salas de trabalho coletivas [ABRASEL/PB, JPA&CV, ONG Guajirú, ABIH/PB e SEMAM/JP]. A entrevista com o representante da ABIH/PB não foi realizada na sede da associação, mas sim no Ambassador Flat [na sala da gerência], hotel que o entrevistado gerencia.

A análise do conteúdo é realizada a partir de cada uma das sessões presentes nos resultados da pesquisa, sendo enfatizadas apenas as questões mais relevantes em relação a oralidade das entrevistas realizadas.

5.1 – ANÁLISE DO CONTEÚDO NA CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS

O secretário municipal de turismo faz questão de enfatizar o viés social da atividade turística, demonstrando que em muitos casos a atividade é vista apenas pelo seu lado econômico, essa afirmação fica bastante clara ao perceber a ênfase oral que dá as expressões ‘humana’ e ‘social’, assim como a crítica que realiza posteriormente aos demais órgãos de gestão turística. Outra marca de oralidade presente frequentemente em seu discurso são as constantes pausas de conformidade [relação entrevistador-entrevistado] com expressões como ‘não é verdade’ e ‘não é isso’, que demonstram certa identificação do entrevistado com o entrevistador.

Os representantes da PBTUR e da SETDE acentuam o viés econômico do turismo. A presidente da PBTUR destaca constantemente em seu discurso a necessidade da promoção do destino (enfatizando oralmente essa expressão por diversas vezes). O secretário da SETDE demonstra a maior importância dada ao viés econômico não só por mencionar primeiramente os impactos positivos econômicos que o turismo pode gerar, mas também por mencionar em diversos momentos exemplos de possíveis impactos econômicos que o turismo pode gerar ao município e por estar pouco familiarizado com expressões relativas ao viés humanista do turismo. O secretário da SETDE enfatizou o fato de que a secretaria não trata apenas de questões relacionadas ao turismo, há a preocupação com a dinamização de outras atividades produtivas também, possivelmente por esta razão são tão destacados os impactos econômicos da atividade turística.

A marca principal de oralidade nos discursos da representante da SEMAM/JP é a de preservação dos remanescentes de Mata Atlântica, enquanto para os entrevistados da SUDEMA e IBAMA é o cumprimento das leis ambientais, sendo estas expressões mencionadas por diversas vezes.

5.2 ANÁLISE DO CONTEÚDO DA IDENTIFICAÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* DE TURISMO E MEIO AMBIENTE

De forma geral todos os entrevistados de turismo hesitaram ao responder a pergunta sobre a identificação dos *stakeholders*. Todos os entrevistados fizeram uma pausa breve ou longa antes de responder. Em alguns casos, foi solicitada uma nova explanação do significado e uma exemplificação (aplicada ao turismo) da palavra *stakeholders*, só depois

dessa explanação e exemplificação é que a identificação espontânea dos *stakeholders* foi iniciada.

Na identificação dos *stakeholders* de turismo, os entrevistados (PBTUR e SETDE) após citarem os representantes do *trade* turístico (ABAV/PB, ABIH/PB, JPA&CV e ABRASEL/PB) fizeram outra pausa, um pouco longa, pedindo um tempo para pensar e depois completando a resposta.

A segunda pausa no discurso dos entrevistados denota uma hesitação, como se os *stakeholders* que foram lembrados primeiramente fossem mais importantes e na visão dos entrevistados mais atuantes (na atividade turística ou em termos de estabelecer parcerias com o órgão que o entrevistado representa). Essa importância fica evidente quando é diretamente perguntado aos entrevistados quais são os atores genéricos mais importantes.

Na identificação dos *stakeholders* de meio ambiente também ocorreu uma hesitação em responder a pergunta por parte dos entrevistados, com exceção da representante da SEMAM/JP que após explicar o conceito de *stakeholders* começou prontamente a citar os grupos de interesse, no entanto, após essa pausa inicial [os representantes da SUDEMA e do IBAMA] responderam sem a necessidade de realizar nenhuma outra interrupção no fluxo do discurso.

A identificação por parte do representante do IBAMA/PB da APAN como principal *stakeholder* de meio ambiente está, também, associada ao fato do entrevistado ser sócio da associação a mais de vinte anos.

5.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO DA VISÃO DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM JOÃO PESSOA

Ao falar sobre a preocupação com o meio ambiente por parte dos empresários de turismo, o secretário municipal citou um programa de qualificação profissional (Bem receber¹⁵) que foi gratuitamente disponibilizado pela SETUR/JP em parceria com o Instituto de Hospitalidade, Mtur e SEBRAE para os meios de hospedagem de João Pessoa, afirmando que sobraram vagas no programa, devido a falta de interesse do *trade* turístico em se

¹⁵ O foco do 'Bem receber' foi instrumentos para reduzir gastos. O programa era composto por dois módulos, a saber: Gestão profissional e Gestão sustentável. O segundo módulo enfatizava como ações ambientalmente corretas poderiam minimizar os custos da empresa.

qualificar. A falta de interesse do *trade* turístico em se qualificar é enfatizada pelo secretário em vários momentos da entrevista.

A ênfase dada pelos entrevistados na promoção do destino João Pessoa como unicamente de sol e praia indica que na opinião destes o trabalho de promoção turística da Paraíba deveria tomar outra direção, ao invés de destacar como pontos turísticos as praias de Coqueirinho, Tambaba, Tambaú, Manaíra e os recifes de coral de Picãozinho e Areia Vermelha deveria haver um trabalho mais centrado no Centro Histórico de João Pessoa e nos diversos eventos culturais promovidos nele, além dos eventos em cidades do interior como os Caminhos do Frio, os Caminhos de Padre Ibiapina, a Festa do Bode Rei, as festividades de São João (não só a de Campina Grande), entre outras.

A gerente de projetos da SEMAM/JP, ao comentar a oferta turística do município se sente de certa forma dividida. Como turismóloga acredita que o município deveria oferecer uma maior estrutura de serviços, em especial meios de hospedagem, mas como funcionária da SEMAM/JP e ambientalista acredita que essa ampliação da oferta turística também acarretaria num aumento da degradação ao meio ambiente.

5.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO DA OPINIÃO SOBRE A UTILIZAÇÃO DO MEIO AMBIENTE PELO TURISMO

Ao responder as indagações sobre os impactos ambientais causados pelo turismo em João Pessoa, a gerente de projetos da SEMAM/JP cita a abordagem dos prestadores de serviços aos turistas. A princípio, a abordagem dos comerciantes poderia ser considerada como um impacto social, no entanto, conforme explica posteriormente a entrevistada, sua visão de ‘ambiental’ engloba as relações entre os seres humanos, já que estes são vistos como integrantes do ambiente.

A presidente da APAN ao analisar os impactos ambientais que os empreendimentos turísticos podem trazer ao município, enfatiza que “nem todos os representantes do *trade* turístico têm a visão de que o meio ambiente deve ser um objeto de transformação do turismo, algo ao qual ele [o turismo] possa se apropriar e utilizar da forma que quiser. [...] A atividade turística pode ser um agente de transformação”. Apesar de não mencionar propriamente a expressão turismo de base local, a entrevistada claramente expõe que modelos de desenvolvimento turístico que priorizem equipamentos turísticos de pequeno porte associado a fluxos turísticos moderados podem servir como um instrumento para a

construção de uma nova forma de perceber a relação que existe entre o homem e a natureza, auxiliando assim na educação ambiental.

Torna-se relevante mencionar que os impactos causados pela construção de mega equipamentos turísticos (a exemplo do Centro de Convenções de João Pessoa) não foi mencionado por nenhum dos *stakeholders* de turismo como impacto causado pela atividade turística no município, apenas os grupos de interesse de meio ambiente mencionaram este tipo de impacto. Sugerindo que estas ações consistem em um processo normal de ocupação urbana do município. Nas palavras de um dos representantes do *trade* turístico: “este é um processo natural de crescimento da cidade. João Pessoa não tem mais para onde crescer, então acaba utilizando essas áreas [resquícios de Mata Atlântica] para se expandir”.

5.5 PARTICIPAÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* DE TURISMO E MEIO AMBIENTE

A avaliação da SETDE, PBTUR e ABIH/PB parece estar mais voltada ao critério do interesse e principalmente do poder, já que novamente ao avaliar o *trade* como principal *stakeholder* de turismo é enfatizada a importância das entidades que representam o empresariado local com expressões como “o *trade* turístico fornece a base [infraestrutura turística] que possibilita o desenvolvimento do turismo” ou “é a partir dos equipamentos turísticos que o turismo consegue evoluir”. Assim, a variável utilizada por este grupo para classificar determinado ator como *stakeholder* é a posição hierárquica ou o controle sobre mecanismos e processos de mercado.

Ao mencionar os “estudos e pesquisas realizadas pelas IES”, os representantes do JPA&CV e a SETUR/JP demonstram claramente a importância que atribuem ao conhecimento como atributo que constitui os *stakeholders*. Assim, como a afirmação de que “a população é quem mais sente os impactos do turismo e em certa medida [...] quem mais impacta o turismo”, reflete o caráter humanista e a ênfase dada a população local como agente transformador da atividade turística.

No caso dos *stakeholders* de meio ambiente a ênfase é o poder de mobilização que as ONGs possuem. Ao enumerar a APAN como grupo de interesse mais atuante, são destacadas expressões como “a APAN conseguiu atrair atenção das pessoas para suas campanhas” ou “a APAN fiscaliza constantemente os impactos gerados no meio ambiente através de denúncias feitas pela população local”. Também cabe destacar que a APAN possui associados trabalhando dentro dos órgãos públicos

5.6 ESPAÇOS DE DISCUSSÕES E PROJETOS INTEGRADOS DE TURISMO E MEIO AMBIENTE EM JOÃO PESSOA/PB

O relacionamento entre os grupos de interesse é observado a partir dos projetos que os diferentes grupos de interesse possuem em comum. Os órgãos representantes do *trade* turístico, em especial a ABAV/PB e ABIH/PB enfatizam várias vezes que as ações realizadas, com relação a programas de qualificação profissional e promoção do destino Paraíba, não têm qualquer auxílio dos órgãos públicos. O mesmo acontece com relação às ONGs (Guajirú e APAN) que afirmam que toda a sua atuação tanto no que se refere aos trabalhos sociais como de educação ambiental são exclusivamente financiados e implementados pelas próprias ONGs sem auxílio de nenhum representante público. As afirmações das ONGs e de representantes do *trade* turístico inferem que poderia ser interessante a adoção de parcerias público privadas em João Pessoa com os grupos de interesse que se mostram mais atuantes. No entanto, cabe destacar que alguns órgãos públicos (de turismo) observam de forma diferenciada o interesse do *trade* turístico em projetos de capacitação.

6 ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS ATAS DO COMTUR/JP

6.1 PRÉ-ANÁLISE

A escolha especificamente do COMTUR/JP se deu em decorrência deste ser o único espaço de discussão ativo, em que há órgãos de turismo e de meio ambiente. Assim foi pesquisado junto a SETUR/JP (órgão que criou e que preside o conselho) as atas de todas as reuniões do COMTUR/JP.

De acordo com representantes da SETUR/JP, em decorrência da mudança de secretariado em março de 2011, algumas atas do COMTUR/JP acabaram por se extraviar, desta forma, a análise de conteúdo foi realizada apenas com as atas disponibilizadas. Assim, a seleção do material foi realizada pela própria SETUR/JP, de forma indireta.

O COMTUR/JP foi criado em agosto de 2009 e segundo representantes da SETUR/JP até junho de 2011 haviam sido realizadas aproximadamente sete reuniões, destas foram disponibilizadas apenas quatro atas.

6.2 ANÁLISE DO MATERIAL

A partir da identificação da unidade de registro objeto/ referente principal como sendo turismo e meio ambiente as atas são analisadas a seguir.

- Ata de 17 de Agosto de 2009: trata da posse e instalação dos membros ativos: na ocasião da posse, o presidente do COMTUR/JP esclarece que o Conselho consiste numa “ferramenta democrática e apartidária para a construção de um **turismo sustentável** em João Pessoa”. (grifo nosso).

Durante a posse os membros participantes do COMTUR/JP eram os representantes da Prefeitura Municipal, Secretária de Planejamento de João Pessoa (SEPLAN/JP), Superintendência de Transportes e Trânsito (STTrans), Fundação Cultural de João Pessoa (FUNJOPE), Secretária de Desenvolvimento Urbano (SEDURB), SETDE, ABAV/PB, ABRAJET/PB, SHRBS/PB, SINGTUR/PB, SETUR/JP, SEMAM/JP, ABBTUR/PB, ABRASEL/PB, JPA&CV, ABIH/PB, Secretária de Comunicação (SECOM), Coordenadoria de Proteção dos Bens Históricos e Culturais de João Pessoa (PROBECH/JP), Câmara Municipal e Parlamento de Turismo – Assembléia Legislativa (PARLATUR).

- Ata de 24 de novembro de 2009: foram apresentados os seguintes projetos nesta reunião Programa de Arborização Urbana (pela SEMAM/JP), solução para amenizar o aterro sanitário de João Pessoa por meio da separação de resíduos sólidos dos restos da construção civil pela Usina de Beneficiamento de Resíduos Sólidos (USIBEM) e o Centro de Produção Industrial Sustentável (CEPIS) que esta desenvolvendo uma metodologia de produção mais limpa para os hotéis de João Pessoa. Na ocasião, o presidente do COMTUR/JP fez a divulgação do programa 'Bem receber', que também engloba a gestão sustentável como forma de diminuir os custos dos meios de hospedagem.

Os membros presentes na reunião foram: SEPLAN, STTrans, FUNJOPE, SEDURB, SETDE, SETUR/JP, ABAV/PB, ABRAJET/PB, SHRBS/PB, UFPB, SEMAM/JP, SECOM, PROBECH, Câmara Municipal, PARLATUR, ABIH/PB, JPA&CV, ABRASEL/PB e ABBTUR/PB.

- Ata de 3 de dezembro de 2010: apresentação do Plano de Recuperação da Mata Atlântica pela SEMAM/JP.

Membros presentes na reunião: SETUR/JP, SHRBS/PB, STTrans, APAN, Câmara Municipal, JPA&CV, SINDHOTEL, SEPLAN, FUNJOPE, SECOM, antiga PROBECH (COPAC), ABRAJET/PB, ABIH/PB, SEMAM/JP e SEDURB.

- Ata 27 de abril de 2011: foi solicitado pelo presidente da ABRAJET/PB um debate sobre a ocupação da orla pelas barracas, o presidente da ABRASEL/PB completa afirmando que já existem reclamações de turistas com relação a quantidade de cadeiras e lixo presentes na orla. A representante da COPAC apresenta o projeto de construção de uma praça no Centro Histórico, a diretora de projetos da SEMAM/JP indaga sobre a possibilidade em aproveitar as árvores no projeto, sem que necessite sua derrubada. A representante da SEMAM/JP ainda apresenta o projeto de criação do Parque Cuiá.

Membros presentes na reunião: SETUR/JP, SHRBS/PB, STTrans, APAN, Câmara Municipal, JPA&CV, SINDHOTEL, SEPLAN, FUNJOPE, SINGTUR, SECOM, COPAC, ABRAJET/PB, ABIH/PB, SEMAM/JP e SEDURB.

6.3 TRATAMENTO DOS RESULTADOS

As atas não informam detalhadamente os diálogos que foram estabelecidos dentro do conselho, mas a partir delas é possível inferir algumas considerações. A princípio, destaca-se o objetivo de criação do conselho conforme é enfatizado na ata de posse, seu objetivo é o

desenvolvimento de um turismo sustentável através da discussão apartidária de grupos que compõem a gestão do turismo.

A própria composição de membros do COMTUR/JP já chama atenção pela diversidade, com a presença de órgãos relacionados a infraestrutura urbana, patrimônio histórico-artístico, *trade* turístico, PARLATUR, ONGs, IES, órgãos públicos de meio ambiente. Poucos são os espaços de discussão do turismo que englobam atores tão diversos, geralmente, as discussões são feitas apenas pelos órgãos públicos e pelo *trade* turístico.

As discussões sobre o meio ambiente aparecem em todas as atas analisadas, denotando que existe uma preocupação com a temática ambiental por parte dos demais órgãos. A representante da SEMAM/JP se mostra sempre participativa seja ao apresentar projetos da secretaria ou ao fazer perguntas para analisar o viés ambiental dos outros projetos apresentados, no entanto, a representante da APAN não chegou a participar das reuniões em que as atas foram analisadas.

O COMTUR/JP consiste, desta forma, em um espaço onde os respectivos órgãos tem a possibilidade de discutir seus projetos com órgãos que trabalham em diversas áreas afins podendo modificá-los conforme as sugestões dos demais integrantes, havendo também a possibilidade de criar parcerias que auxiliem na implementação dos mesmos.

Em muitos casos, o Conselho acabou por servir de espaço para apresentação de comunicações de projetos/serviços por representantes que não constituem o *corpus* do COMTUR/JP, mas que estão trabalhando com algum projeto que interessa aos membros, o que demonstram como o espaço do conselho tem a possibilidade de discutir questões pertinentes aos membros sem que sejam necessariamente apresentadas por estes. Assim, o fato de determinado agente ser ou não membro do conselho não significa necessariamente que suas demandas não possam ser apresentadas e discutidas pelo conselho, caso haja interesse em discutir alguma questão que esteja relacionada a outro grupo de interesse de turismo ou área correlata a este que seja considerada relevante ao turismo este grupo de interesse pode ser convidado para participar do conselho expondo suas idéias.

7 CONCLUSÃO

O estudo traz uma discussão necessária ao relacionar duas dimensões, turismo e meio ambiente, interdependentes com a distinção de ser compreendida na perspectiva sistêmica dos principais grupos de interesse (*stakeholders*) dos setores analisados.

Um primeiro aspecto a considerar refere-se aos próprios grupos de interesse de turismo e meio ambiente (em João Pessoa), que são formados por profissionais que, apesar de possuírem alguns aspectos mais peculiares, guardam um mesmo delineamento em termos, sobretudo, de formação e experiência, demonstrando suas preocupações específicas de acordo com o segmento onde atuam.

Com base no que sugere a identificação dos *stakeholders*, de acordo com a teoria de *stakeholders* elaborada por Freeman (1984), seu reconhecimento se dá pelos gestores. Em João Pessoa esse processo revelou-se subjetivo, porque depende das relações que são estabelecidas entre os representantes dos órgãos selecionados para realizar as entrevistas e os demais atores. Pode-se dizer, também, que os grupos de interesse de turismo e meio ambiente são fortemente reduzidos em relação à expectativa inicial que se tinha, sendo constituídos apenas pela ABRASEL/PB, ABAV/ PB, JPA&CV, ABIH/PB, SETUR/JP, SETDE, PBTUR, SEMAM/JP, SUDEMA/PB, IBAMA/PB, APAN e ONG Guajirú.

O número reduzido de grupos de interesse indica que o poder relativo ao turismo e à gestão ambiental está nas mãos de poucos, ou seja, há uma forte centralização do poder o que não é indicado para uma atividade socialmente importante como o turismo, além disso, vai de encontro aos princípios do desenvolvimento sustentável.

Pode-se concluir que a relação turismo e meio ambiente existe e é percebida pelos agentes e grupos de interesse de ambas as áreas, podendo ser caracterizada como convergente, mesmo em áreas originalmente distintas. Há um modo aproximado tanto de ver como de lidar com o fenômeno, sobretudo diante da questão do respeito à preservação dos recursos naturais, ao que está estritamente ligada à própria atividade turística. Apesar da consonância do modo de conceber o valor ambiental e da necessidade de atuarem conjuntamente, isso não se evidencia satisfatoriamente, sendo ao mesmo tempo componentes de um sistema interligado e interdependente e ao mesmo tempo individualizados nas ações.

Os *stakeholders* de meio ambiente avaliam positivamente o desenvolvimento do turismo em João Pessoa, mas vêm com preocupação determinadas iniciativas que estão sendo adotadas como a construção do Centro de Convenções em João Pessoa, a possível

implementação do Projeto Cabo Branco e os impactos sofridos pelos recifes de corais em Picãozinho, que podem levar a desentendimentos ainda maiores entre os *stakeholders* de turismo e de meio ambiente num futuro próximo, com a construção do Centro de Convenções em João Pessoa (Apêndice D), a suspensão ao embargo do Pólo Turístico Cabo Branco pelo IBAMA/PB em 2009, investimentos do PRODETUR/PB I em infraestrutura na região do projeto, além da construção e atual ampliação da Estação Ciência próxima ao local previsto para a implantação do projeto Cabo Branco constituem fortes indícios de que o projeto de fato possa ser efetivado nos próximos anos.

De acordo com os achados da pesquisa não há muitos espaços para a discussão do turismo e meio ambiente, bem como projetos que integrem os *stakeholders* das duas áreas, embora, o COMTUR/JP (em âmbito municipal) e o Projeto Orla (em âmbito estadual) venham se mostrando como espaços com potencialidade de auxiliar numa maior integração entre os *stakeholders* de turismo e meio ambiente em João Pessoa e na Paraíba.

Este trabalho permite agregar sua colaboração diante dessa lacuna de abordagem considerando o nível estratégico do turismo, em que, não apenas identifica e caracteriza, mas compreende em que estágio se encontram o poder e o interesse, sendo relevante tanto na condução como nos destinos de uma atividade que se quer desenvolver como o turismo.

Dentre as limitações que valem ser referenciadas, tem-se o relativamente curto espaço de tempo para uma maior e mais aprofundada realização da pesquisa, somando-se a isso a dificuldade do agendamento de tempo com os agentes *stakeholders*, exigindo em alguns casos um período de até seis meses para conseguir efetivar a investigação. O próprio tema pode constituir-se em sua própria limitação, tomado aqui como um desafio, em face da sua complexidade e amplitude, o que torna árduo o processo de coletar a percepção e opinião dos principais representantes dos grupos de interesse declarados por cada um dos entrevistados (na primeira etapa da pesquisa).

A partir da temática trabalhada nesta pesquisa propõem-se novas perspectivas de estudos, a saber: (a) Identificação e relacionamento dos *stakeholders* de turismo dentro do PRT na Paraíba; (b) Relações de poder estabelecidas entre os *stakeholders* de turismo no COMTUR/JP ou no COMAM/JP; (c) O processo de constituição dos *stakeholders* de meio ambiente em João Pessoa/PB; e (d) A formação de parcerias públicos privadas no âmbito dos *stakeholders* de turismo e/ ou de meio ambiente.

REFERÊNCIAS

- AAS, C.; LADKIN, A.; FLETCHER, J. Stakeholder collaboration and heritage management. **Annals of tourism research**. v. 32, n.1, p. 28 – 48, 2005.
- ALMEIDA, G. S.; FONTES FILHO, J.; MARTINS, H. **Identificando stakeholders para formulação de estratégias organizacionais**, 2000.
Disponível em: < <http://vsites.unb.br/ciord/informacoes>>.
Acesso em: 23 jan. 2010.
- ANGELLA, F.; GO, F. Tale of two cities' collaborative tourism marketing: towards a theory of destination stakeholder assessment. **Tourism management**. n. 30, p. 429 – 440, 2009.
- AOUN, S. **A procura do paraíso no universo do turismo**. Campinas: Papirus, 2003.
- ARAÚJO, I. João Pessoa vira segunda cidade mais verde do País. **Jornal O Norte**, Paraíba, 26 nov. 2010. Primeiro Caderno, Dia-a-dia.
Disponível em: < http://www.jornalonorte.com.br/2010/11/26/diaadia1_0.php>
Acesso em: 20 mar. 2011.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. **Estética da criação verbal**. 5.ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Martins Fontes, 1977.
- BERTILLE, P.; LAESSER, C. Power dimensions and influence reputation in tourist destinations: empirical evidence from a network of actors and stakeholders. **Tourism management**. n. 32, p. 1299 – 1309, 2011.
- BOULLÓN, R. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.
- BRANCO, S. M. **Energia e meio ambiente**. São Paulo: Moderna, 1990.
- BRASIL. **Lei n.6.938, de 31 de agosto de 1981**. Brasília: DOU, 1981.
- BYRD, E.; BOSLEY, H.; DRONBERGER, M. C. Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. **Tourism management**. v. 30, p. 693 – 703, 2009.
- CAPES. **Banco de teses e dissertações**.
Disponível em: < <http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/>>. Acesso em: 1 ago. 2011.
- _____. **Consulta aos periódicos da CAPES**.
Disponível em: < <http://www.periodicos.capes.gov.br/portugues/index.jsp>>
Acesso em: 3 mar. 2011.
- CAPRA, F. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. 9. ed. São Paulo: Cultrix, 2004.

_____. **O ponto de mutação**. São Paulo: Cultrix, 1982.

CARROL, A. B. Managing ethically with global stakeholders: a present and future challenge. **Academy of Management Executive**, v. 18, n. 2, p. 114 – 120, 2004.

CARVALHO, I. Os sentidos de ambiental. In: LEFF, E. (org.). **A complexidade ambiental**. São Paulo: Cortez, 2003.

CLARKSON, M. B. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. **The academy of management review**, v.20, n.1, p. 92 – 117, 1995.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D.; SHEPEHERD, R. **Turismo: princípios e práticas**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CRUZ, R. de C. **Geografias do turismo de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007.

_____. **Política de turismo e território**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2002. – (Coleção turismo).

CURRIE, R. R.; SEATON, S.; WESLEY, F. Determining stakeholders for feasibility analysis. **Annals of tourism research**. v. 36, n. 1, p. 41 – 63, 2009.

DIAS, G. da M. **Cidade Sustentável: fundamentos legais, política urbana, meio ambiente, saneamento básico**. Natal, 2009.

DIAS, R. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

DIEGUES, A. C. **O mito da natureza intocada**. São Paulo: Hucitec, 1994.

DONALDSON, T.; PRESTON, L. The stakeholder theory of the corporation. **The academy of management review**, v. 20, n. 1, p. 65 - 91, 1995.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 13. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

FREEMAN, E. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

FREEMAN, E.; HARRISON, J.; WICKS, A. **Managing for stakeholders: survival, reputation, and success**. New Haven and London: Yale University Press, 2007.

FREITAS, V. P. **Direito administrativo e meio ambiente**. 3. ed. Curitiba: Juruá, 2001.

FRIEDMAN, A.; MILES, S. **Stakeholders: theory and practice**. Wiltshire: Oxford University Press, 2006.

FROOMAN, J.; MURRELL, A. Stakeholder influence strategies: the roles of structural and demographic determinants. **Business & society**. v. 44, n. 3, p. 3 – 31, 2005.

GIBSON, K. The moral basis of stakeholder theory. **Journal of business ethics**. v. 26, p. 245 – 257, 2000.

GREENWOLD, M. The importance of stakeholders according to business leaders. **Business and society review**, v. 106, n.1, p. 29 – 49, 2001.

HENDERSON, B. As origens da estratégia, 1989. In MONTGOMERY, C.; PORTER, M. (org.) **Estratégia: a busca da vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

IFEP. **Pesquisa anual do comportamento do turismo na região metropolitana de João Pessoa**, 2010.

Disponível em: < <http://www.fecomercio-pb.com.br/turismopb.pdf> >

Acesso em: 20 fev. 2010.

LEFF, E. (org.). **A complexidade ambiental**. São Paulo: Cortez, 2003.

_____. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis: Vozes, 2001.

LEMOS, L. **O valor turístico na economia da sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005. (Série turismo).

LESTER, J-A.; WEEDEN, C. Stakeholders, the natural environment and the future of caribbean cruise tourism. **International journal of tourism research**. v. 6, p. 39 – 50, 2004.

LOVELOCK, J. **A vingança de Gaia**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2006.

MAINARDES, E. W.; ALVES, H.; RAPOSO, M.; DOMINGUES, M. J. C. Um novo modelo de classificação de *stakeholders*. In: V ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 2011. Porto Alegre: ANPAD.

Disponível em: <<http://home.furb.br/mariadomingues/site/publicacoes/2011/eventos/evento-2011-01.PDF>>

Acesso em: 30 jun. 2011.

MANENTI, D. Z. **Identificação dos principais stakeholders e análise dos relacionamentos existentes no contexto do roteiro turístico de Ana Rech em Caxias do Sul**, 2007. 124 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MITCHELL, R.; AGLE, B.; WOOD, D. Toward a theory of stakeholders identification and salience: defining the principles of who and what really counts. **The academy of management review**, v. 22, n. 4, p. 853 – 886, 1997.

MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MOLINA, S. **Turismo e ecologia**. Bauru: EDUSC, 2001

MORIN, E. **Os sete saberes necessários a educação do futuro**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

MTUR. **Plano Nacional de Turismo 2007 - 2010**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de políticas de turismo. Brasília: 2007.

MUNRO, A.; KING, B.; POLONSKY, M. J. Stakeholder involvement in the public planning process – the case of proposed twelve apostle visitor centre. **Journal of hospitality and tourism management**. v. 13, n.1, p. 97 – 107, 2006.

OMT. Barómetro OMT del turismo mundial: comprometidos con el turismo y con los objetivos de desarrollo del milenio. v. 9, n. 1, feb. 2011a.

Disponível em: < <http://mkt.unwto.org/es/barometer> >

Acesso em: 20 jun. 2011.

_____. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

_____. UNWTO world tourism barometer: committed to tourism, travel and the millennium development. v. 9, n. 2, jun. 2011b.

Disponível em: <<http://mkt.unwto.org/en/barometer>>

Acesso em: 12 jul. 2011.

_____. UNWTO world tourism barometer: committed to tourism, travel and the millennium development. v. 6, n. 2, jun. 2008.

Disponível em: <<http://mkt.unwto.org/en/barometer>>

Acesso em: 10 nov. 2010.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Belo Horizonte: Pontes, 2005.

OURIQUES, H. R. **A produção do turismo**: fetichismo e dependência. Campinas: Alínea, 2005.

PARAÍBA (Estado). **Constituição do estado da Paraíba**, de 5 de outubro de 1989. Art. 229.

PINHEIRO, J. et al. (org.). **Psicologia Ambiental**: entendendo as relações do homem com seu ambiente. Campinas: Alínea, 2004.

RODRIGUES, A. M. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In SERRANO, C. et al. **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. São Paulo: Papirus, 2000.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 12. ed. Campinas: Papirus, 2005.

SANDEVILLE JUNIOR, E. A paisagem natural e sua apropriação para o turismo. p. 141 – 159. In YÁZIGI, E. (org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002.

SANTOS, M. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 9. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SAUTTER, E.; LEISEN, B. Managing stakeholders: a tourism planning model. **Annals of tourism research**, v. 26, n. 2, p. 312 - 328, 1999.

SÁNCHEZ, S. Os paradigmas (Síntese). In ANDRADE, M. O. (org.). **Sociedade, natureza e desenvolvimento: interfaces do saber ambiental**. João Pessoa: Editora Universitária, 2004

SEMAM. Prefeitura Municipal de João Pessoa. **Plano municipal de conservação e recuperação da Mata Atlântica**. João Pessoa, 2010.

Disponível em: < <http://www.ligiatavares.com/gerencia/uploads/arquivos/21d4582b29b58c4336476c9ae7fea59b.pdf> >

Acesso em: 30 mar. 2011.

SHEEHAN, L. R.; RITCHIE, J. R. B. Destination stakeholders: exploring identity and salience. **Annals of tourism research**. v.32, n. 3, p. 711 – 734, 2005.

SILVA, Andréia Cristina Lopes Frazão da. Reflexões metodológicas sobre a análise do discurso em perspectiva histórica: paternidade, maternidade, santidade e gênero. **Cronos: Revista de História**, Pedro Leopoldo, n. 6, p. 194-223, 2002.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

TREVIZAN, S. Sociedade, natureza e desenvolvimento: fundamentos de uma disciplina. In ANDRADE, M. O. (org.). **Sociedade, natureza e desenvolvimento: Interfaces do saber ambiental**. João Pessoa: Editora Universitária, 2004.

TUAN, Yi-fu. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. Rio de Janeiro: DIFEL, 1980.

TZU, S. **A arte da guerra**. Porto Alegre: L&PM, 2010.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996.

VALLS, J. F. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VESENTINI, J. W. **Sociedade e espaço: Geografia geral e do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1993.

VOS, J. **Corporate social responsibility and the identification of stakeholders**. University of Groningen, Research Institute SOM, 2002.

Disponível em: < <http://ideas.repec.org/p/dgr/rugsom/>>.

Acesso em: 12 jan. 2010.

YILMAZ, B. S.; GUNEL, O. D. The importance of strategic stakeholder management in tourism sector: research on probable applications. **Tourismos**: an international multidisciplinary journal of tourism. v. 4, n.1, p. 97 – 108, 2009.

OBRAS CONSULTADAS

ARNABOLDI, M.; SPILLER, N. Actor-network theory and stakeholder collaboration: the case of cultural districts. **Tourism management**. p.1 – 14, 2010.

BORNHORST, T.; RITCHIE, J. R. B.; SHEEHAN, L. Determinants of tourism success for DMOs & destination: an empirical examination of stakeholders' perspectives. **Tourism management**. v. 31, p. 572 – 589, 2010.

BRANDÃO, M. R. de M. **Análise da interação dos stakeholders na adoção de estratégias de marketing verde**: um estudo em empresa moveleira, 2009. 95 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em engenharia da produção. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2009.

BURNS, G. L.; HOWARD, P. When wildlife tourism goes wrong: a case study of stakeholder and management issues regarding Dingoes on Fraser Island, Australia. **Tourism management**. v. 24, p.699 – 712, 2003.

DOUGLAS, A.; LUBBE, B. A. Identifying value conflicts between stakeholders in corporate travel management by applying the soft value management model: a survey in South Africa. **Tourism management**. v. 27, p. 1130 – 1140, 2006.

FRANÇA, F. **Públicos**: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul: Yendis, 2004.

GARCÍA, J. A.; GÓMEZ, M.; MOLINA, A. A destination-branding model: an empirical analysis based on stakeholders. **Tourism management**. p. 1 – 16, 2011.

HAWKINS, D. E.; CHANG, B.; WARNES, K. A comparison of the national geographic stewardship scorecard ratings by experts and stakeholders for selected world heritage destinations. **Journal of sustainable tourism**. v. 17, n. 1, p. 71 – 90, 2009.

HEARNE, R.; SANTOS, A. Touristas' and locals' preferences toward ecotourism development in the Maya Biosphere Reserve, Guatemala. **Environment, development and sustainability**. v. 7, p. 303 – 318, 2005.

HECK, N.; DEARDEN, P.; MCDONALD, A.; CARVER, S. Stakeholder opinions on the assessment of MPA effectiveness and their interests to participate at Pacific RIM National Park Reserve, Canada. **Environmental management**. v. 47, p. 603 – 616, 2011.

HOFF, D. N. **A construção do desenvolvimento sustentável através das relações entre as organizações e seus stakeholders**: a proposição de uma estrutura analítica, 2008. 425 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

HOVARDAS, T.; POIRAZIDIS, K. Environmental policy beliefs of stakeholders in protected area management. **Environmental management**. v. 39, p. 515 – 525, 2007.

HULT, G. T. M.; MENA, J. A.; FERRELL, O. C.; FERRELL, L. Stakeholder marketing: a definition and conceptual framework. **AMS Review**. v. 1, p. 44 – 65, 2011.

INSCH, A. Conceptualization and anatomy of green destination brands. **International journal of culture, tourism and hospitality research**. v. 5, n. 3, p. 282 – 290, 2011.

JAMROZY, U. Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability. **International journal of culture, tourism and hospitality research**. v. 1, n. 2, p. 117 – 130, 2007.

KIDO, A.; SEIDL, A. Optimizing protected area entry fees across stakeholders: the Monarch Butterfly Biosphere Reserve, Michoacan, Mexico. **Environment, development and sustainability**. v. 13, p. 229 – 243, 2008.

LAWRENCE, T. B.; WICKINS, D.; PHILLIPS, N. Managing legitimacy in ecotourism. **Tourism management**. v. 18, n. 5, p. 307 – 316, 1997.

MARCH, R.; WILKINSON, I. Conceptual tools for evaluating tourism partnerships. **Tourism management**. v. 30, p. 455 – 462, 2009.

MARKWICK, M. Golf tourism development, stakeholders, differing discourses and alternative agendas: the case of Malta. **Tourism management**. v. 21, p. 515 – 524, 2000.

NEEDHAM, M.; ROLLINS, R. Interest group standards for recreation and tourism impacts at ski areas in the summer. **Tourism management**. v. 26, p. 1 – 13, 2005.

ORTS, E.; STRUDLER, A. Putting a stake in stakeholder theory. **Journal of business ethics**. v. 88, p. 605 – 615, 2009.

ROBSON, J.; ROBSON, I. From shareholders to stakeholders: critical issues for tourism marketers. **Tourism management**. v. 17, n. 7, p. 533 – 540, 1996.

ROMANELLI, A.; MASSONE, H. E.; ESCALANTE, A. Stakeholder analysis and social-biophysical interdependencies for common pool resource management: La Brava Wetland (Argentina) as a case study. **Environmental management**. v. 48, p. 462 – 474, 2011.

RYAN, C. Equity, management, power sharing and sustainability: issues of the ‘new tourism’. **Tourism management**. v. 23, p. 17 – 26, 2002.

SOARES, T. **As relações públicas em organizações do setor turístico: uma visão de gestores da cidade de Londrina (PR)**, 2005. 167 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em turismo. Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2005.

TKACZYNSKI, A.; RUNDLE-THIELE, S. Segmentation destinations: in the eyes of the stakeholders. **International journal of culture, tourism and hospitality research**. v. 5, n. 3, p. 255 – 268, 2011.

TSAUR, S. H.; LIN, Y. C.; LIN, J. H. Evaluating ecotourism sustainability from integrated perspective of resource, community and tourism. **Tourism management**. v. 27, p. 640 – 653, 2006.

VIEIRA, E. V. **Avaliação de competitividade em destinos turísticos sob a ótica dos stakeholders**: aplicação do modelo de Dwyer e Kim (2001, 2003), 2007. 195 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Turismo, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2007.

WANG, H. Factor analysis of corporate environmental responsibility: from the stakeholder theory perspective. **Environment, development and sustainable**. v. 12, p. 481 – 490, 2010.

WONG, E. P. Y.; MISTILIS, N.; DWYER, L. A framework for analyzing intergovernmental collaboration: the case of ASEAN tourism. **Tourism management**. v. 32, p.367 – 376, 2011.

YUKSEL, F.; BRAMWELL, B.; YUKSEL, A. Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. **Tourism management**. v. 20, p. 351 – 360, 1999.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Traduções

TRECHO ORIGINAL	TRECHO TRADUZIDO
<i>Starik proposes non-living entities that can be considered as stakeholders such as people who have died and those not yet born. [...] stakeholders may refer to entities that may have no physical form at all. Mental images or archetypes can affect and be affected by our perception of the world. He pushes this further to suggest that concepts such as love, honesty, and community could be considered stakeholders in that they can be embodied in physical and can affect organizations and people beyond physical form ‘as mental emotional constructs’. (FRIEDMAN; MILES, p.19, 2006).</i>	Starik propõe que entidades não-vivas como pessoas que já morreram e que ainda não nasceram podem ser consideradas <i>stakeholders</i>. <i>Stakeholders</i> podem se referir a entidades que não possuam nenhuma forma física. Imagens mentais e arquétipos podem afetar e ser afetados pela percepção que temos do mundo. Ele [Starik] vai ainda mais adiante ao sugerir que conceitos como amor, honestidade e comunidade possam ser considerados <i>stakeholders</i>, já que estes conceitos podem tomar forma física e como construções mentais-emocionais podem afetar organizações e pessoa. Traduzido de Friedman e Miles (2006, p.19).
<i>First, there are stakeholders that we might call primary or definitional stakeholders to signify that they are vital to the continued growth and survival of any business. Specifically, these are customers, employees, supplies, communities, and financiers. Take away the support of any one of these groups, and the resulting business is not sustainable. Second, we need to look at the broader business environment on a routine basis, and in particular we have to be concerned with those groups that can affect our primary relationships. We’ll call these groups secondary stakeholders. So, activists, governments, competitors, media, environmentalists, corporate critics, and special-interest groups are all stakeholders, at least instrumentally, in so far as they can affect the primary business relationships. (FREEMAN et al, 2007, p.51).</i>	Primeiramente há <i>stakeholders</i> que podem ser chamados de <i>stakeholders</i> primários ou definitivos para significar que eles são vitais para o crescimento continuado e a sobrevivência de qualquer negócio. Especificamente eles são os clientes, empregados, fornecedores, comunidades e financiadores. Se qualquer destes grupos não apóia a empresa, esta não continuaria suas operações. Em segundo lugar é necessário olhar para a rotina diária do ambiente de negócios e particularmente devemos estar preocupados com os grupos que podem afetar nossas relações primárias. Nós chamaremos estes grupos de <i>stakeholders</i> secundários. Então, ativistas, governos, competidores, imprensa, ambientalistas, críticos corporativos e grupos de interesse especiais são todos <i>stakeholders</i>, no sentido de que eles podem afetar as relações primárias de negócio. Traduzido de Freeman et al (2007, p.51).
<i>Efforts to find shared value in operating practices and in the social dimensions of competitive context have the potential not only to foster economic and social development but to change the way companies and society think about each other. [...]Each company can identify the particular set of societal problems that it is best equipped to help resolve and from which it can gain the greatest competitive benefit. (PORTER; KRAMER, 2006, p.15).</i>	Esforços para encontrar valores comuns nas práticas operacionais da empresa e na dimensão social no contexto competitivo têm o potencial não só de promover o desenvolvimento econômico e social, mas também de modificar a maneira como as empresas e a sociedade vêem umas as outras [...] Cada empresa pode identificar o conjunto particular de problemas sociais que é o mais indicado para ser resolvido e que pode trazer maior vantagem competitiva. Traduzido de Porter e Kramer (2006, p.15).
<i>An assessment of both the power and interest of different stakeholder groups is central to understanding the extent to which they are interested in and are able to influence outcomes (Johnson and Scholes, 1997). Indeed, the theory of stakeholder analysis in the planning and development of tourism states that all stakeholders should be consulted and that equity is applied to all parties in terms of agreed objectives and goals. This is an approach advocated by Burns (2004, forthcoming) in which he states, ‘the [tourism] system should be thought through and planned for so that the arrangements that bring</i>	Uma avaliação do poder e do interesse de diferentes <i>stakeholders</i> é central para compreender seu grau de interesse e a capacidade que eles têm de influenciar os resultados (Johnson e Scholes, 1997). A teoria de análise dos <i>stakeholders</i> aplicada ao planejamento e desenvolvimento do turismo afirma que todos os grupos de interesse devem ser consultados e buscar igualmente atender seus objetivos e metas. Esta abordagem é defendida por Burns (2004), na qual ele afirma “o [turismo] sistema deve ser pensado e planejado visando mecanismos para reunir fornecedores e compradores não sejam avaliados em favor dos interesses externos ou da

together suppliers and buyers are not weighted in favour of foreign or elite interests only'. (LESTER; WEEDEN, 2004, p.45).

elite unicamente". Traduzido de Lester e Weeden (2004, p.45).

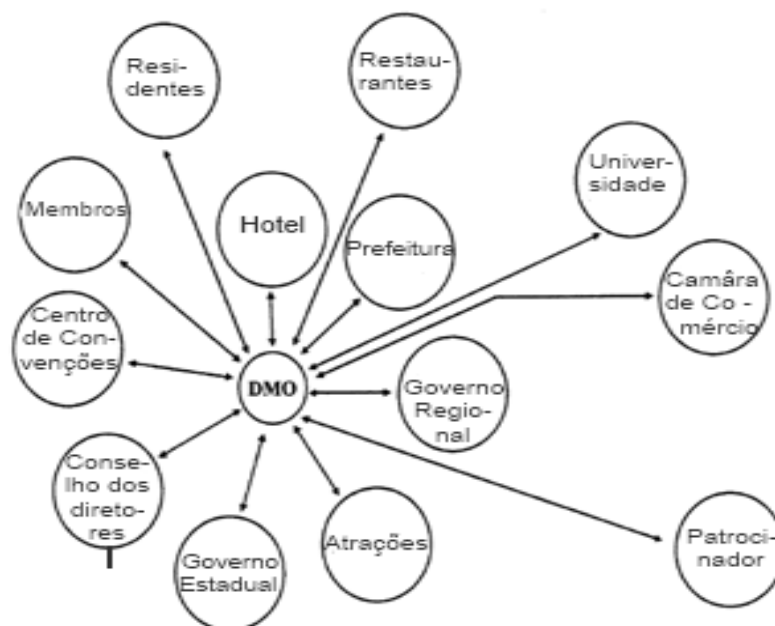
IMAGENS TRADUZIDAS

Figura 17: Mapa dos *stakeholders* para o planejamento do turismo - traduzido



Fonte: Traduzido de Sautter e Leiser (1999, p.315).

Figura 18: A visão dos stakeholders sobre os DMO – traduzido



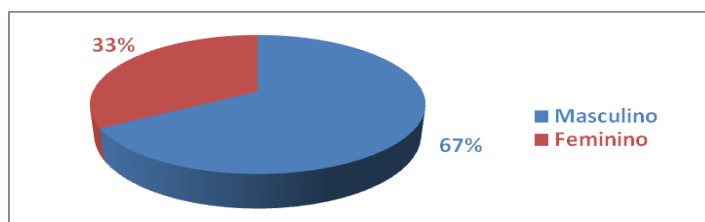
Fonte: Traduzido de Sheehan e Ritchie (2004, p.728)

APÊNDICE B – Roteiro de entrevista

1. Missão e os objetos da empresa/ órgão que representa?
2. Desenvolvimento da atividade turística em João Pessoa? Justificar resposta.
3. (Turismo): Principais entraves (obstáculo / dificuldade) para um maior desenvolvimento da atividade turística em João Pessoa? **(não se aplica aos entrevistados de meio ambiente, a questão foi substituída por:**
3. (Meio ambiente): Quais são os principais entraves (obstáculo ou dificuldade) para uma gestão ambiental mais eficiente em João Pessoa?
4. (Turismo): O que poderia ser modificado para melhorar a oferta turística do município? **(não se aplica aos entrevistados de meio ambiente)**
5. Principais modificações que o turismo trouxe ao meio ambiente de João Pessoa?
6. Tipos de impactos (positivo e/ou negativo) que o turismo traz para o meio ambiente em João Pessoa?
7. Projetos do órgão que preside em parceria com a comunidade local ou com representantes do terceiro setor (a exemplo de ONG's, institutos de educação superior, associações de classe – ABAV, ABIH, etc.)?
8. Projetos do órgão que preside em parceria com órgãos públicos municipais ou estaduais de meio ambiente (a exemplo da SEMAM, SUDEMA, SERHMACT, etc.)?
9. Projetos do órgão que preside em parceria com órgãos públicos municipais ou estaduais de turismo (a exemplo da SETDE e SETUR.)?
10. Principais espaços de discussão do turismo (fóruns/ conselhos) que a empresa/ órgão que representa participa?
11. Nível de participação do órgão que representa nesses espaços de discussão do turismo? Por quê?
12. Principais espaços de discussão do meio ambiente (fóruns/ conselhos) que o órgão que representa participa?
13. Nível de participação do órgão que representa nesses espaços de discussão de meio ambiente? Por quê?
14. Sobre gestão do turismo (para órgãos de turismo) ou meio ambiente (para órgãos de meio ambiente) quais dos atores genéricos: 'população local', 'trade turístico', 'institutos de educação superior' e 'Organizações não-governamentais' têm demonstrado maior interesse nas atividades de turismo e meio ambiente?
15. Interesse de órgãos públicos e privados de meio ambiente e turismo de trabalhar de forma integrada com o órgão que representa?
16. Planejamento integrado das atividades de turismo e meio ambiente em João Pessoa. Por quê?
17. Gênero do entrevistado.
18. Idade do(a) Sr.(a)?
19. Nível de escolaridade? Com formação em que área?
20. Tempo em que atua na área de turismo ou de meio ambiente?
21. Indicar os grupos que têm ou mantêm relação de interesse (grupos) com **TURISMO**, tais como: sindicato(s), associação(ões), organização(ões) não-governamental(is), entidade(s) da sociedade civil organizada, instituto(s) de educação superior, etc., que possuam algum líder influente ou que tenham se mostrado atuante(s) em questões relacionadas a atividade turística em João Pessoa (a favor ou contra o desenvolvimento do turismo na cidade)? Por favor, indique-os por ordem de importância
22. Indicar os grupos que têm ou mantêm relação de interesse (grupos) com o **MEIO AMBIENTE**, tais como: sindicato(s), associação(ões), organização(ões) não governamental(is), entidade(s) da sociedade civil organizada, instituto(s) de educação superior, etc. que possuam algum líder influente ou que tenham se mostrado atuante(s) em questões relacionadas à gestão dos recursos ambientais em João Pessoa (a favor ou contra a preservação / conservação dos recursos ambientais)? Por favor, indique-os por ordem de importância

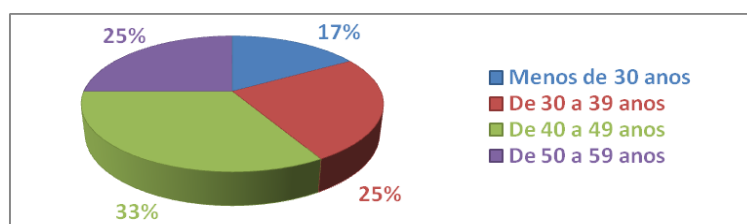
APÊNDICE C – Gráficos de Caracterização

Gráfico 1 - Gênero dos entrevistados



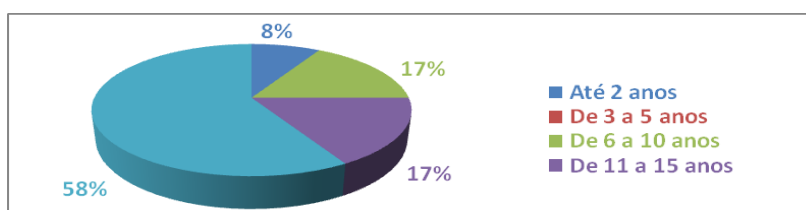
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Gráfico 2 - Faixa etária dos entrevistados



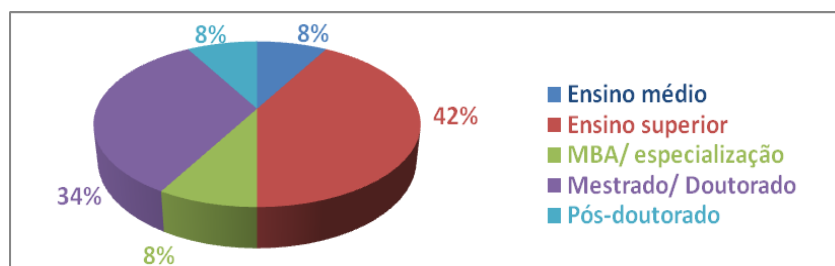
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Gráfico 3 - Tempo de atuação profissional



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Gráfico 4 - Escolaridade dos entrevistados



Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

APÊNDICE D - Fotos da Construção do Centro de Convenções

Foto 3 - Placa com o projeto do Centro de Convenções de João Pessoa (PB)



Fonte: Dados da Pesquisa (2011).

Foto 4 - Estágio das obras do Centro de Convenções de João Pessoa (PB) em agosto 2011



Fonte: Dados da Pesquisa (2011).

ANEXO

ANEXO – Reportagem de Picãozinho



Primeiro Caderno | Economia

Edição de sexta-feira, 19 de fevereiro de 2010

Permanência reduzida para evitar prejuízos

Donos de embarcações de turismo alternam mais viagens aos corais de Picãozinho para garantir a clientela

Márcia Dementshuk // marciabeth.pb@dabr.com.br

Proprietários de embarcações, que fazem o traslado de passageiros da praia de Tambaú para os recifes de corais de Picãozinho, reduziram o tempo de permanência dos visitantes no local. Para que todos os interessados fizessem o passeio e conhecessem um dos cartões postais da capital, os grupos fazem o percurso de maneira alternada. Essa foi uma forma encontrada pelos profissionais para obedecer o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) e respeitar o número de indivíduos determinado pelo Ibama para povoar a região, que não pode passar de 242 pessoas. A alternativa evitou prejuízo para os donos de barcos e para a clientela.

O Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), que foi assinado dia 13 de janeiro entre empresários do setor do turismo e órgãos públicos, foi devidamente cumprido na temporada de 2010. Um dos maiores temores entre os participantes da Associação dos Proprietários de Embarcações da Paraíba (Apetep) seria a diminuição do lucro no serviço turístico, conduzindo visitantes para Picãozinho, uma vez que o número determinado pelo Ibama não poderia passar de 242 indivíduos por vez.

Segundo informou o presidente da Apetep Antônio Fernandes Barbosa, anteriormente ao TAC, 400 pessoas em um dia chegavam a povoar de uma só vez a praia de corais.

A estratégia adotada pela Apetep foi de controlar a descida dos turistas na praia, alternando grupos por tempo de permanência. Enquanto algumas pessoas exploravam as belezas naturais do local, outras aguardavam nos barcos pela sua vez. As pessoas que estariam prontas para retornar ao continente formavam um grupo e eram trazidas de volta para Tambaú permitindo que outros se dirigissem aos corais. Dessa forma, o mesmo número de pessoas por dia visitaram o local mantendo a meta dos proprietários de embarcações. Outra questão levantada à época da assinatura do termo foi com relação ao valor que deveria ser cobrado pelo serviço caso o número de visitantes diminuísse. Esperava-se que o preço aumentaria muito mais, assustando e afastando o turista. No entanto, o valor da passagem teve um pequeno reajuste com relação ao período de alta estação do ano passado apenas para acompanhar as perdas anuais. De R\$ 30, passou para R\$ 35.

De acordo com Fernandes Barbosa, os turistas aplaudiram a iniciativa do poder público e dos empresários pela preservação do ambiente natural. "Esta é a palavra de ordem atualmente: preservar. Houve um perfeito entendimento por parte dos visitantes que aceitaram de bom grado as novas instruções. Nós temos que preservar o que nós temos", explicou Fernandes.

A única insatisfação registrada pelos associados da Apetep foi no que diz respeito ao tempo de permanência do turista em João Pessoa. "Nós percebemos que um número maior de pessoas veio para a capital da Paraíba mas ficando um número menor de dias na cidade. Se no período de carnaval nós levávamos em torno de 400 pessoas por dia, já na quarta-feira de cinzas esse número baixou para 100. Na quinta-feira não chegou a 50," declarou o presidente da Apetep. Ele completou lembrando o fato de o carnaval ter sido no meio de fevereiro e o início das aulas no sul ter ocorrido logo após o feriado obrigando as famílias a encerrarem as férias. O TAC foi o resultado de esforços dos pessoenses para evitar a degradação dos corais e da fauna em Picãozinho. Diversos pontos foram acordados pela preservação do local. O superintendente do Ibama na Paraíba Ronilson José da Paz afirmou que a fiscalização continuará e se tiver que aplicar uma autuação irá fazê-lo. A Secretaria de Turismo de João Pessoa tem acompanhado o cumprimento do acordo e elogiou a atuação dos barqueiros.



Alternativa tem o objetivo de atender o maior número de turistas sem reajustes

Foto: Arquivo/ON/D.A Press

