



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO URBANO

JOÃO PAULO DA SILVA

**TRAJETÓRIAS DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL:  
Romantização, conflitos socioespaciais e proposta de avaliação**

Recife  
2021

JOÃO PAULO DA SILVA

**TRAJETÓRIAS DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL:  
Romantização, conflitos socioespaciais e proposta de avaliação**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano da Universidade Federal de Pernambuco (MDU/UFPE), como requisito parcial para a obtenção do título de doutor em Desenvolvimento Urbano. Área de Concentração: Desenvolvimento Urbano.

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Pereira de Araujo.

Recife

2021

Catálogo na fonte  
Bibliotecária Lílian Lima de Siqueira Melo – CRB-4/1425

S586t Silva, João Paulo da  
Trajetórias do turismo de base comunitária no Brasil: romantização, conflitos socioespaciais e proposta de avaliação/ João Paulo da Silva. – Recife, 2021.  
267f.: il., fig.

Orientadora: Cristina Pereira de Araujo.  
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano, 2021.

Inclui referências e apêndices.

1. Desenvolvimento urbano. 2. Políticas públicas de turismo. 3. Turismo comunitário. 4. Desigualdade social I. Araujo, Cristina Pereira de. (Orientadora). II. Título.

711.4 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2022-013)



Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Urbano  
Universidade Federal de Pernambuco

João Paulo da Silva

**“TRAJETÓRIAS DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL.  
Romantização, conflitos socioespaciais e proposta de avaliação”**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Desenvolvimento Urbano.

Aprovada em: 05/11/2021.

**Banca Examinadora**

Participação via Videoconferência

Profa. Cristina Pereira de Araujo (Orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Profa. Edvânia Torres Aguiar Gomes (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco

Participação via Videoconferência

Profa. Rita de Cássia Ariza da Cruz (Examinadora Externa)  
Universidade de São Paulo

Participação via Videoconferência

Prof. Sergio Moraes Rego Fagerlande (Examinador Externo)  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Participação via Videoconferência

Prof. Luciano Muniz Abreu (Examinador Externo)  
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Participação via Videoconferência

Profa. Ilana Barreto Kiyotani (Examinadora Externa)  
Universidade Federal da Paraíba

Aos meus avós, José, Manoel, Helena (in memoriam) e Terezinha, sempre!  
Aos brasileiros vitimados pela pandemia do Covid-19.

## **AGRADECIMENTOS**

Durante o caminho que percorri nos últimos anos, tive a sorte de ter por perto pessoas incríveis que deram sentido à minha trajetória e fizeram cada desafio vencido valer à pena.

Começando pela professora Cristina Pereira de Araujo, que abriu as portas do MDU e permitiu que cursasse sua disciplina como aluno especial, ainda no segundo semestre de 2016. Suas aulas foram libertadoras e me ajudaram a entender melhor o Brasil, especialmente em um momento de ruptura política causada pelo golpe de estado operado naquele ano. Cris é uma paulista de alma pernambucana, de erudição imensa e conduz tudo com muita responsabilidade, sabedoria e amor. Como orientadora, soube ser dura e provocadora quando preciso, mas nunca deixou de acolher com carinho as minhas loucuras e os meus devaneios. Agradeço imensamente pela confiança, parceria e incentivo.

Aos professores Aduino Gomes Barbosa, Luciano Muniz Abreu, Ilana Barreto Kiyotani e Sergio Moraes Rego Fagerlande pelas valiosas contribuições e por terem apontado caminhos que me ajudaram a alcançar os objetivos da pesquisa. Aos demais companheiros e companheiras do Grupo de Pesquisa Cidades Litorâneas e Turismo – CILITUR e do Laboratório Espaço e Política – LEP, pela parceria e aprendizado.

A professora Edvânia Torres Aguiar Gomes, meu sincero agradecimento pela contribuições fornecidas durante o exame de qualificação.

A professora Rita de Cássia Ariza da Cruz, a quem admiro e acompanho desde a graduação. Através de sua literatura, pude compreender a importância do turismo como um fenômeno que transforma lugares e pessoas. Suas contribuições, desde a qualificação do projeto de tese, foram fundamentais para que eu pudesse interpretar de forma crítica o tema aqui estudado.

A Ariely Teixeira por ter confeccionado os lindos mapas que conseguiram representar de forma tão cuidadosa os dados desta pesquisa.

Aos queridos Dennys Rocha e Sandy Rayanne, que foram “obrigados” a estudar o meu tema para me ajudar no processo de coleta e organização dos dados. Sandy ficou tão amostrada que se ofereceu para apresentar a tese no meu lugar. Sem vocês, eu não teria conseguido terminar no prazo.

A comunidade da Ilha de Deus, a maior inspiração que tive para fazer esta pesquisa. A Ilha é o meu lugar no mundo, onde aprendi sobre o que realmente importa: as pessoas e suas histórias de vida. Agradeço especialmente a Geiseane Ataíde (Negralinda), Josenilda Pedro (Nalvinha) e Ednaldo Rocha (Edy) por terem me acolhido com tanto amor e mostrado que é possível promover o turismo como um instrumento de transformação social. A revolução vem da periferia!

A Rede Nacional de Experiências e Turismo Criativo, a família RECRIA, por ter feito com que eu compreendesse a minha verdadeira missão nessa vida.

A Rede Cearense de Turismo Comunitário – TUCUM e à comunidade da Prainha do Canto Verde pela disponibilidade em colaborar com a pesquisa e por terem me recebido com tanto carinho e atenção quando aí estive. A Beatriz Goes, coordenadora executiva da TUCUM e moradora da Prainha, pelo apoio permanente à pesquisa, sempre de forma gentil e decisiva.

Aos demais representantes das iniciativas de TBC que foram entrevistados durante a pesquisa. Agradeço por terem dedicado um tempinho de suas vidas para compartilhar comigo as suas experiências de vida, principalmente em um momento tão desafiador. Espero conhecê-los em breve e dar um abraço apertado em gratidão pela importante contribuição que vocês deram à minha jornada.

Aos colegas da Turma 2017 e 2018 do MDU, especialmente a Josiane Andrade e Rafael Rust, amigos que fiz durante o doutorado e com quem compartilhei alegrias, esperanças e angústias. Fiquem certos de que não os largo nunca mais.

Aos companheiros e amigos de trabalho da Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer do Recife que me ajudaram dando força, carinho e algumas horas ao longo da semana para que eu pudesse me dedicar a esta tese.

A minha mãe, por se preocupar e cuidar de mim.

A Marília e Miguel, que souberam entender a minha ausência em alguns momentos ao longo dos últimos anos. Espero que vocês sintam orgulho de mim.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPQ pelo apoio a Pesquisa em Rede desenvolvida pelo CILITUR, da qual esta tese é fruto.

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES e à Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, pela Bolsa de Estudos.

“Ó, mundo tão desigual / Tudo é tão desigual (...) / Ó, de um lado este carnaval / Do outro a fome total [...]”. (GIL, 1994, p. 01).

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo principal estruturar o Índice do Turismo de Base Comunitária no Brasil, aqui denominado de ITBC, a fim de contribuir para mensurar a efetividade desta modalidade de turismo e apontar caminhos que fortaleçam as iniciativas/projetos implementados nas comunidades tradicionais do país. Para subsidiar essa estruturação, foram mapeadas e estudadas 50 experiências brasileiras pioneiras, que se organizaram por meio de recursos financeiros oriundos de chamamento público realizado em 2008 pelo Ministério do Turismo. Este estudo gerou a definição de dimensões de análise que orientaram a nossa discussão junto aos representantes de algumas iniciativas/projetos pesquisados e resultaram na confecção de mapas temáticos que ilustram a repercussão espacial de conflitos relacionados, especialmente, ao modelo de governança adotado, à participação comunitária, às estratégias de acesso ao mercado e às oportunidades de trabalho e renda geradas. Com base nessas discussões, o ITBC está ancorado em um conjunto de indicadores que foram validados e posteriormente testados na experiência da Resex Prainha do Canto Verde, comunidade tradicional localizada no litoral leste do Ceará e que faz parte da Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM), um dos projetos apoiados pelo governo federal em 2008. Desde a implementação das iniciativas/projetos pesquisados, a ausência de indicadores que demonstrem a relação entre as comunidades brasileiras e as ações combinadas entre o Estado e o mercado no desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária impossibilitou a aferição dos seus resultados efetivos, tornando esta modalidade suscetível a análises romantizadas e pouco críticas, ocultando os conflitos e contradições que surgem no âmbito territorial.

**Palavras-chave:** turismo de base comunitária; políticas públicas de turismo; desigualdade social; conflitos socioespaciais.

## ABSTRACT

The main objective of this research is to structure the Community-Based Tourism Development Index in Brazil, here referred to as ITBC, in order to contribute to measuring the effectiveness of this type of tourism and to identify ways to strengthen the initiatives/projects implemented in traditional communities in the country. To support this structuring, 50 Brazilian pioneer experiences were mapped and studied, organized with funding from a 2008 public appeal by the Ministry of Tourism. This study led to the definition of dimensions of analysis that guided our discussion with representatives of some of the initiatives/projects studied and resulted in the creation of thematic maps illustrating the spatial impact of conflicts related in particular to the governance model adopted, community participation, market access strategies, and employment and income opportunities created. Based on these discussions, the ITBC draws on a set of indicators validated and subsequently tested in the Resex Prainha do Canto Verde, a traditional community on the east coast of Ceará and part of the Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM), one of the projects supported by the federal government in 2008. Since the implementation of the initiatives/projects studied, the lack of indicators that show the relationship between Brazilian communities and the combined actions between the state and the market in the development of Community-Based Tourism has made it impossible to measure the effective results, making this modality vulnerable to romanticized and uncritical analyzes and hiding the conflicts and contradictions that arise in the territorial framework.

**Keywords:** community-based tourism; tourism public policies; social inequality; socio-spatial conflicts.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Imagem aérea da Prainha do Canto Verde	173
Figura 2 -	Associação de Moradores da Prainha	174
Figura 3 -	Pescadores da Prainha que viajaram em protesto até o Rio de Janeiro (da esquerda para a direita: Michelle Schärer, Edilson Fernandez, Mamede Dantes de Lima, Francisco da Silva, Francisco Abílio e Marlene Fernandes)	175
Figura 4 -	Conjunto de habitações da Prainha com a paisagem das dunas ao fundo	176
Figura 5 -	Imagem da placa oficial em alusão à criação da Resex	177
Figura 6 -	Imagem de placa instalada pela Associação Independente de Moradores da Prainha	178
Figura 7 -	Imagem de placa instalada pela Associação de Moradores da Prainha repudiando a postura dos que defendem o fim da Resex	179
Figura 8 -	Placa de divulgação da Rede TUCUM na Prainha	184
Figura 9 -	Assembleia Geral realizada pelo Instituto Terramar e pela Rede TUCUM no município de Itapipoca-CE, com a participação de representantes da Prainha	187
Figura 10 -	Imagem da página inicial do site da Rede TUCUM	193
Figura 11 -	Perfil do Instagram da Rede TUCUM	194
Figura 12 -	Placa indicando o acesso à Prainha na CE 040	198
Figura 13 -	Logomarca do ITBC	200
Figura 14 -	Topo da homepage do ITBC	201
Figura 15 -	Área de acesso exclusivo aos indivíduos cadastrados no site.	202
Figura 16 -	Primeira e última páginas do <i>Google Forms</i> destinado à aplicação do ITBC	203
Figura 17 -	Mapa dinâmico do CILITUR	204
Figura 18 -	Área com o botão de acesso ao mapa das iniciativas de TBC	205
Figura 19 -	Rodapé da <i>homepage</i> do ITBC	205

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 -	Categorização das iniciativas de TBC pesquisadas	35
Mapa 2 -	Distribuição espacial dos projetos selecionados no âmbito do Edital nº 001/2008 do MTur	99
Mapa 3 -	Referência locacional dos Projetos de TBC	100
Mapa 4 -	Tipologia dos agentes indutores dos Projetos de TBC	103
Mapa 5 -	Status de funcionamento dos Projetos de TBC	106
Mapa 6 -	Cidades contempladas com os Projetos de TBC pesquisados	110
Mapa 7 -	Propósito da Iniciativa de TBC	117
Mapa 8 -	Relação entre o agente indutor e a sua sede de atuação	121
Mapa 9 -	Iniciativas de TBC que participam de redes regionais e nacionais	125
Mapa 10 -	Situação fiscal das iniciativas de TBC em relação ao MTur.	127
Mapa 11 -	Principal conflito na governança identificado nas iniciativas de TBC	130
Mapa 12 -	Iniciativas que realizaram mobilizações antecipadas das comunidades para sua participação nas iniciativas de TBC	135
Mapa 13 -	Níveis de participação comunitária relatados pelos entrevistados	137
Mapa 14 -	Canais de promoção e comercialização das iniciativas de TBC	146
Mapa 15 -	Origem predominante do fluxo turístico	147
Mapa 16 -	Regularidade do fluxo turístico	148
Mapa 17 -	Atividades produtivas que foram estimuladas nas comunidades	153
Mapa 18 -	Percentual de ocupação da comunidade no TBC	154
Mapa 19 -	Nível de incremento da renda dos indivíduos ocupados com atividades de TBC	155
Mapa 20 -	Localização da Prainha do Canto Verde	172
Mapa 21 -	Comunidades que integram a Rede TUCUM	181

Mapa 22 -	Equipamentos que compõem a cadeia produtiva do TBC na Prainha	183
Mapa 23 -	Destinos turísticos localizados há uma distância de até 100km da Prainha	191

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Percentual de projetos pesquisados por Região	32
Quadro 2 -	Categorização das iniciativas de TBC pesquisadas	34
Quadro 3 -	Relação dos Projetos de TBC Nacional e da Região Sudeste	88
Quadro 4 -	Relação dos Projetos de TBC da Região Sul	90
Quadro 5 -	Relação dos Projetos de TBC da Região Norte	91
Quadro 6 -	Relação dos Projetos de TBC da Região Centro-Oeste	92
Quadro 7 -	Relação dos Projetos de TBC da Região Nordeste	93
Quadro 8 -	Perfil Socioespacial dos Territórios de TBC	160
Quadro 9 -	Hierarquização dos indicadores com base nos seus respectivos pesos	162
Quadro 10 -	ID 1 – Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto	163
Quadro 11 -	ID 2 - Tempo de existência da iniciativa/projeto	164
Quadro 12 -	ID 3 - Relação do Agente Indução com a iniciativa/projeto	165
Quadro 13 -	ID 4 - Relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado	165
Quadro 14 -	ID 5 - Nível de participação comunitária	166
Quadro 15 -	ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado	167
Quadro 16 -	ID 7 - Regularidade do fluxo turístico	167
Quadro 17 -	ID 8 - Caminhos propositivos do TBC	168
Quadro 18 -	ID 9 - Pessoas ocupadas na atividade em alguma atividade remunerada	169
Quadro 19 -	ID 10 – Relevância da renda gerada pelas atividades do TBC	169
Quadro 20 -	ID 11 - Serviços relacionados à iniciativa/projeto	170
Quadro 21 -	Níveis de desenvolvimento do TBC com base no resultado do ITBC	171
Quadro 22 -	Relação das dimensões do TBC com as diretrizes da Rede TUCUM	182

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior
COMBRATUR	Comissão Brasileira de Turismo
CONTUR	Conselho Nacional de Turismo
DCPAT	Departamento de Qualificação, de Certificação e de Produção Associada ao Turismo
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FUNGETUR	Fundo Geral do Turismo
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBIO	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
ITBC	Índice do Turismo de Base Comunitária
IES	Instituições de Ensino Superior
INCUBACOOOP	Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares
LTDS	Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social
TEM	Ministério do Trabalho e Emprego
MTUR	Ministério do Turismo
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PDITS	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PMNT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PNPCT	Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais
PRODETUR/NE	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste
PRT	Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil
PT	Partido dos Trabalhadores
RECRIA	Rede Nacional de Experiências e Turismo Criativo
SERTA	Serviço de Tecnologia Alternativa
SICONV	Sistema de Gestão de Convênios e Contratos de Repasse do Governo Federal

SNPDTUR	Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo
TBC	Turismo de Base Comunitária
TUCUM	Rede Cearense de Turismo Comunitário
TURISOL	Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>A PARTIDA: NOSSA TRAJETÓRIA EM TORNO DO TEMA</b>	<b>18</b>
<b>2</b>	<b>O CAMINHO TRILHADO</b>	<b>26</b>
1.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	26
1.2	O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO E DE COLETA DE DADOS	31
<b>3</b>	<b>HAVIA UMA PEDRA: LEITURA DE UM PAÍS CHAMADO BRASIL</b>	<b>38</b>
3.1	UM PAÍS TROPICAL E DESIGUAL POR NATUREZA	38
3.2	CURSOS E DISCURSOS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL	49
3.3	A “VIAGEM DE INCLUSÃO” QUE CHEGOU AO FIM	58
<b>4</b>	<b>VIAJAR É PRECISO: DE QUE TURISMO ESTAMOS FALANDO?</b>	<b>64</b>
4.1	DESCONSTRUINDO PARA CONSTRUIR O CONCEITO DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA	64
4.2	ANTECEDENTES DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL	80
<b>4.2.1</b>	<b>O Edital nº 001/2008 do MTur</b>	<b>80</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Panorama das iniciativas de TBC apoiadas pelo MTur</b>	<b>86</b>
4.3	ENSAIANDO UMA GEOGRAFIA DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA	95
<b>5</b>	<b>É SÓ SEGUIR O MAPA: CARTOGRAFIA DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL</b>	<b>109</b>
5.1	PROPÓSITO DA INICIATIVA	111
5.2	GOVERNANÇA	118
5.3	PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIA	131
5.4	ACESSO AO MERCADO	138
5.5	TRABALHO E RENDA	149
<b>6</b>	<b>A CHEGADA: CONSTRUÇÃO E APLICAÇÃO DO ÍNDICE DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (ITBC)</b>	<b>157</b>
6.1	O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO E VALIDAÇÃO DO ITBC	158

6.2	A PRAINHA DO CANTO VERDE ENTRE CANTOS E DESENCANTOS	172
6.3	RESULTADOS DA APLICAÇÃO DO ITBC NA PRAINHA	184
6.4	ESTRATÉGIA DE ACESSO E DIVULGAÇÃO DO ITBC	199
7	<b>CHEGAMOS, MAS É SÓ O COMEÇO</b>	<b>207</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>216</b>
	<b>APÊNDICE A – QUADRO SÍNTESE - PROJETOS DE TBC APOIADOS PELO EDITAL Nº 001/2008 DO MTUR</b>	<b>230</b>
	<b>APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO APLICADO COM OS REPRESENTANTES DAS INICIATIVAS DE TBC PESQUISADAS</b>	<b>252</b>
	<b>APÊNDICE C – MATRIZ DO ITBC</b>	<b>254</b>
	<b>APÊNDICE D – ITBC APLICADO NA PRAINHA DO CANTO VERDE</b>	<b>261</b>

## 1 A PARTIDA: NOSSA TRAJETÓRIA EM TORNO DO TEMA

O caminho que nos entrelaçou ao tema desta pesquisa é resultado de vivências pessoais, acadêmicas e profissionais transformadoras. A zona da mata pernambucana, a nossa origem, assim como a dos nossos familiares, reside na cultura do açúcar, só que de um lado em que a história é mais difícil e no qual também estão os trabalhadores da cana e os operários das usinas, força de trabalho barata a serviço dos mais endinheirados.

Com o passar dos anos, embora tenham melhorado sua condição de vida e de trabalho, não conseguiram abandonar os traços de uma sociedade paternalista, de uma estrutura simbólica que praticamente os obrigou a aceitar as inconsistências históricas que fizeram com que o País caminhasse até aqui. O autor desta tese, por sua vez, sempre demonstrou inconformismo com a naturalização das desigualdades e da pobreza, desde a adolescência. Deparávamo-nos, enfim, com o Brasil.

Foi durante a graduação em Turismo, cursada entre os anos de 2003 e 2007, que surgiram oportunidades para o então estudante discutir parte das suas inquietações, assim como gerar outras. As disciplinas de história, geografia, sociologia, planejamento e gestão pública foram os espaços que possibilitaram o desenvolvimento dos trabalhos e pesquisas acadêmicas que mais acolhiam as discussões sobre o Brasil, tendo como pano de fundo o modelo de exploração do setor de turismo. Em um País onde os índices de desigualdade social são muito altos, como as populações mais vulneráveis dialogam com o turismo? Esse diálogo existe? Qual o papel das políticas públicas que impulsionam o desenvolvimento do turismo, uma atividade predominantemente capitalista? Essas eram algumas questões que buscávamos responder naquele momento.

Esses questionamentos nos levaram a discutir alternativas de desenvolvimento do turismo que pudessem ir na contramão de um modelo hegemônico de apropriação dos territórios brasileiros, especialmente aqueles marcados pela exploração da burguesia capitalista nacional. Buscávamos uma forma de promover e operar um turismo que gerasse benefícios sociais e econômicos às camadas mais vulneráveis da sociedade sem explorar desenfreadamente os recursos naturais e culturais locais em detrimento da sua transformação em mercadoria. A ideia não era combater o modelo existente, mas sim encontrar alternativas a esse modelo, caminhos possíveis para tornar um típico produto do capitalismo em uma estratégia

que viesse a contribuir para a desconstrução de alguns paradigmas de desenvolvimento econômico, colocando o território como *locus* da ação social e produtiva.

Em 2003, presenciávamos um novo direcionamento dado às políticas públicas federais de turismo, período que marcou o início do governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva e a criação do Ministério do Turismo (MTur). Esse evento, embora tardio, representou um importante aliado dos profissionais e acadêmicos que militavam por um “outro” turismo, que não fosse apenas benéfico para as grandes corporações, mas que propusesse a distribuição mais justa das vantagens geradas pelo setor. Eis que o lançamento do Plano Nacional de Turismo 2003–2007 apresentava diretrizes mais alinhadas à realidade brasileira, o que viria a se consolidar na política sucessora, implementada no triênio seguinte sob o discurso da inclusão social.

Com essa inspiração, o nosso trabalho de conclusão de curso da graduação, defendido em 2007, fruto de um estágio supervisionado no Serviço de Tecnologia Alternativa (SERTA)<sup>1</sup>, abordou uma experiência que incluiu agricultores e agricultoras de uma comunidade rural do município de Glória do Goitá em atividades complementares voltadas para o turismo rural, pois essa população não estava mais conseguindo sobreviver apenas do que a terra lhes oferecia. Entre os principais resultados, vimos que o turismo valorizou a produção agrícola, criou canais alternativos de comercialização dos produtos, incentivou o empreendedorismo feminino na gastronomia e no artesanato e ajudou a melhorar as condições de vida das famílias residentes naquela comunidade (SILVA, 2007).

Esse estudo foi o nosso passaporte para o Mestrado em Desenvolvimento Local, cursado entre os anos de 2008 e 2010 na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Foi durante o primeiro ano da pós-graduação que surgiu a oportunidade de trabalhar em um projeto<sup>2</sup> da Incubadora Tecnológica de Cooperativas

---

<sup>1</sup> O SERTA – Serviço de Tecnologia Alternativa – é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) que tem como Missão formar pessoas para atuarem na transformação das suas circunstâncias educacionais, econômicas, sociais, ambientais, culturais e políticas e na promoção do desenvolvimento sustentável. Para mais informações: <http://serta.org.br>.

<sup>2</sup> O projeto, denominado Porturismo, era financiado pelos Ministérios do Turismo e do Trabalho e tinha como objetivo disseminar novas formas de fazer turismo em Porto de Galinhas, tradicional destino de sol e mar brasileiro localizado no município de Ipojuca, região marcada pelo domínio da atividade portuária e da exploração canavieira. A proposta era ajudar a fortalecer e organizar grupos da cadeia produtiva popular da região, como artesãos, bugueiros turísticos, jangadeiros e ambulantes, por meio do TBC (SILVA, 2011).

Populares (INCUBACOOOP), organização vinculada à própria universidade, onde nos foi apresentado o conceito de Turismo de Base Comunitária (TBC), um modelo alternativo ao turismo convencional e de massa, que prioriza a inclusão de populações e territórios mais vulneráveis em oportunidades geradas pela atividade. Era a chance de atuar, de forma mais direta, na disseminação de um modelo de desenvolvimento turístico capaz de causar fissuras na abordagem hegemônica e verticalizada que sempre nos incomodou.

Durante esse período, tivemos a oportunidade de conhecer diversas iniciativas brasileiras que estavam estimulando o TBC em comunidades rurais, quilombolas e indígenas, além de favelas localizadas nas mais importantes cidades do País. Essas iniciativas foram apoiadas pelo MTur por meio do Edital nº 001/2008, um chamamento público lançado em 2008 que financiou 50 projetos de TBC em todo o território nacional (MTUR, 2008). Estávamos diante de um grande marco no desenvolvimento do turismo brasileiro, um reconhecido esforço para estimular o protagonismo de populações que historicamente foram vítimas de uma exclusão programada e negligenciada pelas políticas públicas federais implementadas por diversos governos.

Com o fim do projeto da INCUBACOOOP, em 2011, seguimos atuando em outras iniciativas nacionais e regionais que tinham como perspectiva o desenvolvimento do TBC, além de promover, até hoje, o debate sobre formas alternativas ao turismo convencional no exercício da docência em diversas Instituições de Ensino Superior (IES) da Região Metropolitana do Recife.

Ao longo desse tempo, testemunhamos experiências que demonstravam ser possível gerar inclusão, mudar vidas e transformar territórios por meio do turismo. Vimos comunidades implementar o TBC e por meio dessa atividade registrar mudanças significativas em indicadores sociais e econômicos. Indivíduos saíram da condição de invisíveis, pessoas a quem os direitos básicos são negados há décadas, para chegar à condição de classe trabalhadora, pequenos empreendedores que conseguiram vislumbrar um futuro menos hostil para sua família através do turismo. Parecia a fórmula perfeita para desconstruir o modelo hegemônico de turismo que tanto criticávamos. Apenas parecia.

A empolgação com tantos “casos de sucesso” nos levou até o Doutorado em Desenvolvimento Urbano (MDU), em 2017, como intuito de provar que o TBC era o caminho ideal, uma solução mágica para minimizar os efeitos de um turismo

excludente que reproduz as mazelas impregnadas na sociedade brasileira desde a colonização. Ingenuamente, olhávamos para o turismo como um elemento isolado e não fruto de uma engrenagem complexa, histórica e quase intransponível. Romantizávamos o TBC como se ele fosse uma disrupção, quase um “não turismo”.

Foi duro reconhecer que o TBC também passou a fazer parte de uma agenda liberal, que o capitalismo se apropriou e o transformou em instrumento para a cooptação de comunidades, para gerar consentimento entre os mais pobres e permitir que as políticas públicas de turismo pudessem continuar representando os interesses das grandes corporações do setor sob o discurso da inclusão social. Aos poucos, fomos retomando a indignação e o inconformismo em relação à desigualdade social brasileira, aspecto que nos motivou a percorrer este caminho.

Nas disciplinas do MDU tivemos a oportunidade de rever e rediscutir algumas leituras, como Sérgio Buarque (2006), Caio Prado Júnior (2006) e Florestan Fernandes (2008), conhecer e se aproximar tardiamente de alguns clássicos da economia política e da sociologia urbana, como Henri Lefebvre (2008), Celso Furtado (2003), David Harvey (2005), Francisco de Oliveira (2011) e Milton Santos (2006; 2014), e encontrar novas formas de interpretar a formação social brasileira em Jessé Souza (2003; 2006; 2015; 2018; 2020).

Esse aprofundamento nos ajudou a formular o escopo do projeto de tese apresentado em banca de qualificação após um ano e meio de curso. Pretendíamos retomar a discussão sobre os 50 projetos de TBC que foram apoiados em 2008 pelo MTur, revelando o processo de implementação dessas iniciativas e se as políticas federais de turismo daquele período cumpriram a promessa de inclusão social das populações mais vulneráveis. Mais ainda, analisar até que ponto as transformações socioespaciais que o TBC desencadeou nos territórios contemplados geraram ações contra-hegemônicas, negações ao modelo capitalista excludente. Ao mesmo tempo, nos interessava saber até que ponto essa modalidade tem contribuído para a manutenção de um *status quo* que predomina há anos nos principais destinos turísticos do Brasil.

De início, a nossa participação no grupo de pesquisa Cidades Litorâneas e Turismo – CILITUR e em dois colóquios nacionais<sup>3</sup>, em 2017 e 2019, nos levou a delimitar o campo empírico da nossa pesquisa para a faixa litorânea do Nordeste, visto

---

<sup>3</sup> Mais informações sobre esses eventos e o grupo de pesquisa estão disponíveis no seguinte endereço eletrônico: <https://lep-ufpe.com.br>.

que a beira-mar da região foi elevada à condição de “paraíso” para o turismo de sol e mar e para o mercado imobiliário nacional e internacional graças às políticas federais de turismo que ofereceram as bases estruturais necessárias e ajudaram a legitimar esse modelo de exploração. Um discurso que se sustentava em uma desconfiada oportunidade de desenvolvimento para um território que sempre foi considerado pobre e atrasado economicamente.

Porém, esse recorte territorial ainda era considerado tímido para as pretensões da nossa tese. Era necessário produzir um diagnóstico nacional do TBC, que dialogasse com iniciativas implementadas em territórios distintos, do litoral às comunidades ribeirinhas e rurais, em diversas regiões do País, representando essa imersão por meio de sua espacialização através do uso de mapas temáticos que nos ajudassem na leitura analítica sobre a repercussão nacional do TBC.

Na banca de qualificação do memorial de tese, ocorrida em maio de 2020, o escopo da pesquisa foi ampliado para tentar contemplar os 50 projetos de TBC apoiados pelo Edital do MTur, o que nos levou a discutir dimensões e indicadores essenciais ao desenvolvimento desta modalidade de turismo, elaborar críticas às estratégias de gestão da atividade nas comunidades contempladas e identificar os principais conflitos socioespaciais que ocorreram e ainda ocorrem nesses territórios.

Com a deflagração da pandemia mundial causada pelo Covid-19 e sem a possibilidade de realizar pesquisas de campo, estávamos diante de um desafio hercúleo: mapear os 50 projetos de TBC implementados e mobilizar os seus representantes com vistas a construção de uma ferramenta de análise que viesse a contribuir efetivamente com o desenvolvimento das iniciativas de TBC no País, um índice de desenvolvimento. É nesse ponto que reside a hipótese da pesquisa: a ausência de indicadores que demonstrem a relação entre as comunidades brasileiras e as ações combinadas entre o Estado e o mercado no desenvolvimento do TBC impossibilita a aferição dos resultados efetivos desta modalidade de turismo, tornando-a suscetível a análises romantizadas e pouco críticas, ocultando os conflitos e contradições que surgem no âmbito territorial.

Acreditamos que a construção desses indicadores contribuirá para dimensionar os impactos desta atividade no âmbito do território em que ela ocorre e auxiliará as instâncias de governança locais, lideranças comunitárias e a cadeia produtiva a estruturar melhor as suas atividades, identificar conflitos, minimizar fragilidades, articular oportunidades e garantir que o TBC seja estimulado em

benefício das comunidades e não apenas do mercado turístico. Por essa razão, o objetivo geral desta tese é estruturar o Índice do Turismo de Base Comunitária no Brasil, aqui denominado de ITBC. Especificamente, pretendemos:

- I. Discutir aspectos da formação social brasileira e a reprodução/combate da desigualdade na atividade turística por meios das políticas públicas federais implementadas nos últimos anos;
- II. Realizar uma revisão teórica do TBC, desconstruindo conceitos para propor uma definição que acolha a atual complexidade desta modalidade de turismo;
- III. Construir e espacializar dimensões de análise do TBC à luz da experiência pioneira dos projetos apoiados pelo Edital nº 001/2008 do MTur, a fim de subsidiar a criação de um índice de desenvolvimento da atividade;
- IV. Validar o ITBC por meio da sua aplicação na experiência da Reserva Extrativista Prainha do Canto Verde, comunidade que integra a Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM) e uma das iniciativas brasileiras contempladas pelo chamamento público do MTur, em 2008.

Para atender aos objetivos aqui expostos, esta tese está estruturada em sete seções: (i) A partida: nossa trajetória em torno do tema; (ii) O caminho trilhado; (iii) Havia uma pedra: leitura de um País chamado Brasil; (iv) Viajar é preciso: de que turismo estamos falando? (v) É só seguir o mapa: cartografia do Turismo de Base Comunitária no Brasil; (vi) A chegada: construção e aplicação do Índice do Turismo de Base Comunitária (ITBC); e (vii) Chegamos, mas é só o começo.

A presente seção traz a introdução da tese, apresentando o problema da pesquisa, sua origem e importância. Além disso, define os objetivos e a forma como ela foi estruturada.

O segunda seção busca apresentar as bases metodológicas que foram utilizadas para a realização da pesquisa e obtenção dos seus objetivos. Também foram definidos os critérios adotados para o levantamento de informações sobre as 50 iniciativas brasileiras de TBC que contaram com aporte financeiro do governo federal em 2008. Junto aos representantes dessas iniciativas, foram aplicadas técnicas de coleta de dados fundamentadas na etnografia que buscaram a construção de dimensões de desenvolvimento do TBC e sua espacialização em mapas temáticos.

Para garantir que a construção do ITBC ocorra em consonância com a realidade brasileira, a terceira seção propõe uma breve reflexão sobre a nossa formação social, apontando as principais contradições históricas que nos tornaram um País desigual “por natureza”. Tendo como fio condutor a recente literatura crítica produzida pelo sociólogo Jessé Souza, a primeira parte da seção aponta como a desigualdade social sempre foi reproduzida pela atividade turística, embora tenha havido tentativas de amenizá-la por meio de políticas públicas de inclusão social e produtiva, como as que culminaram no surgimento do TBC. Essa "viagem" pelas políticas federais de turismo vem logo em seguida, passando pelas primeiras ações implementadas na década de 1960, pela tônica dos megaprojetos urbanos que marcaram as décadas de 1980 e 1990, chegando até a criação do MTur, em 2003, e às edições do Plano Nacional de Turismo implementadas durante os governos dos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff.

Foram nas políticas sociais criadas durante os governos progressistas nas quais se observou uma tentativa de dar protagonismo aos territórios tradicionais no desenvolvimento da atividade turística, localidades que historicamente sempre estiveram distantes das oportunidades geradas pelo mercado turístico nacional, a não ser quando usadas como reserva de força de trabalho aos grandes detentores do capital e suas corporações. Dessa forma, a quarta seção pretende discutir amplamente o que se entende por TBC atualmente, desconstruindo conceitos já estabelecidos, mas que não respondem de forma objetiva aos conflitos e contradições existentes na operação da atividade. Assim, propomos uma revisão do conceito de TBC antes de discutirmos os seus antecedentes no Brasil e o evento responsável por impulsionar esta modalidade pelo País.

Para tanto, a abordagem geográfica se apresenta como estratégia fundamental para revelarmos as dimensões que foram importantes ao estabelecimento do TBC em todo o território nacional, que começaram a ser identificadas na seção anterior e foram afinadas pelas percepções e experiências vividas por parte de representantes de diversas iniciativas apoiadas pelo governo federal em 2008. Por essa razão, a quinta seção apresenta um conjunto de mapas temáticos que dialogaram com os depoimentos desses indivíduos e que espacializaram as iniciativas de TBC com base nas seguintes dimensões de análise: propósito da iniciativa, governança, participação comunitária, acesso a mercado de trabalho e renda.

A sexta seção bebe dessas dimensões para gerar 12 indicadores (IDs) que resultaram na formatação do Índice do Turismo de Base Comunitária (ITBC), uma ferramenta capaz de aprofundar a compreensão sobre os resultados efetivos que essa modalidade de turismo tem alcançado nos territórios em que se desenvolve. O teste de aplicação do ITBC foi realizado na experiência da Reserva Extrativista Prainha do Canto Verde, comunidade integrante da Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM), uma das pioneiras no desenvolvimento do TBC no Brasil. Em função da pandemia causada pelo Covid-19, que teve início, no Brasil, em março de 2020, a Prainha foi a única experiência de TBC, entre todas as pesquisadas, na qual foi possível realizar uma visita presencial, em fevereiro do mesmo ano.

Ao concluir a tese na sétima seção, esperamos gerar um panorama de desenvolvimento das primeiras iniciativas de TBC do Brasil, o que nos levará a compreender até que ponto essa modalidade de turismo é, de fato, uma alternativa contra-hegemônica ao turismo convencional e não apenas um instrumento de cooptação de comunidades por agentes do Estado e do mercado. Esperamos, assim, contribuir para que as novas iniciativas venham a ser estimuladas a gerar resultados mais efetivos nas diversas comunidades espalhadas pelo País, monitorando e aperfeiçoando os seus indicadores de desenvolvimento.

## 2 O CAMINHO TRILHADO

Esta seção versa sobre a metodologia adotada para atingir os objetivos da tese. Na primeira parte, a pesquisa é caracterizada de acordo com a sua ontologia, epistemologia e axiologia. Na sequência, descrevemos o processo de investigação, as técnicas de coleta de dados adotadas e como as informações obtidas ao longo da pesquisa foram utilizadas no trabalho.

### 2.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A natureza da pesquisa é predominantemente ontológica, pois considera a interação sujeito-objeto como abordagem norteadora para a construção da tese. Isso porque a realidade social é produzida a partir das relações estabelecidas entre as pessoas e o contexto social que as regem, ou seja, a realidade é intersubjetiva, percebida em uma instância coletiva (SACCOL, 2009). Por essa razão, estabelecemos as bases da investigação considerando que a percepção do fenômeno a ser estudado, ou seja, o processo de implementação das iniciativas de TBC apoiadas pelo MTur em 2008, seria alcançada por meio da interação com os representantes desses projetos que, por sua vez, possuem vivência prática na implementação, na gestão territorial e no diálogo local e institucional que desencadeou o desenvolvimento desta atividade. Além disso, é importante admitir que, como em toda abordagem ontológica, essa interação foi mediada e influenciada pela visão de mundo e pela experiência de vida do pesquisador com o tema aqui discutido.

A pesquisa também adotou o construtivismo social como perspectiva epistemológica, pois, segundo Berger e Luckmann (1974), a realidade é construída socialmente, possuindo sentidos e significados que são desencadeados pelo engajamento do pesquisador com o mundo por meio da interação de seus processos mentais e os aspectos do objeto analisado. Segundo Saccol (2009), no construtivismo social, o processo de construção do conhecimento e a criação de significado pressupõem intencionalidade e resultam da interpretação dos fatos. Dessa forma, por mais que o pesquisador tenha desenvolvido bases críticas capazes de observar o desenvolvimento do TBC no País como uma estratégia programática e intencional de um sistema social e político alicerçado na desigualdade social brasileira, não é

possível isolar totalmente sua perspectiva humana e afetiva em relação ao fenômeno observado.

É uma análise, portanto, não do conhecimento sobre a formação social brasileira e o turismo, mas de suas representações sociais, das concepções de conhecimento construídas durante as últimas décadas, independentemente de sua adequação à realidade. Para Saccol (2009), devemos buscar o entendimento de um fenômeno a partir do contexto no qual ele ocorre. Nesse caso, o pesquisador tentou trazer à discussão as bases históricas da desigualdade que fundaram a estrutura social brasileira e como a atividade turística, através das políticas federais de turismo implementadas nos últimos anos, tem contribuído para acentuar e legitimar essa estrutura, por um lado, e para amenizar as dificuldades socioeconômicas ainda muito cruéis em diversas comunidades do País, por outro.

Berger e Luckmann afirmam claramente que “incluir as questões epistemológicas concernentes à validade do conhecimento sociológico na sociologia do conhecimento é de certo modo o mesmo que procurar empurrar o ônibus em que estamos viajando” (1974, p. 27). Com isso, esta tese não está habilitada a definir uma única natureza da ciência ou do conhecimento que circunda o fenômeno aqui estudado, mas somente a investigar como os conceitos dessa ciência são aceitos, concebidos ou operados a partir de uma leitura da realidade com base em um processo amplo e contínuo de construção social.

Procuramos, ainda, não impor o entendimento prévio do pesquisador sobre a situação pesquisada ou construir o conhecimento sobre os processos sociais a partir de deduções assistemáticas, mas optamos por propor uma hipótese a ser testada. Para tanto, buscamos a compreensão profunda do fenômeno analisado a partir da escuta atenta de entrevistados por meio da história oral. Segundo Haguette (1987, p. 83), a história oral “é uma técnica de coleta de dados baseada no depoimento oral, gravado, obtido através da interação entre o especialista e o entrevistado, ator social ou testemunha de acontecimentos relevantes para a compreensão da sociedade”. O uso dessa técnica está associado à necessidade de uma reconstituição histórica acerca da implementação dos projetos de TBC aqui analisados.

É importante salientar que esta pesquisa não está interessada na acumulação anárquica de supostas evidências históricas que nada acrescentam à resolução da hipótese aqui levantada. Mas sim, em identificar, a partir de depoimentos, elementos que recontem a relação que vários territórios brasileiros estabeleceram com a

atividade turística. Neste caso, o roteiro de entrevista tem um papel fundamental, pois “pressupõe uma série de procedimentos, tais como o conhecimento profundo do tema em questão, obtido através de todas as fontes disponíveis” (HAGUETTE, 1987, p. 84). Seguindo os preceitos apontados por Saccol (2009), foi permitido às pessoas que foram entrevistadas durante a pesquisa usar suas próprias palavras, expressões e imagens, com base em seus conceitos e experiências.

Também recorreremos à etnografia para possibilitar a realização de uma pesquisa de campo em uma das comunidades que receberam o aporte financeiro do MTur em 2008 para o desenvolvimento do TBC. Nessa experiência, foi possível interagir com o cotidiano das pessoas que atuam diretamente com o desenvolvimento dessa modalidade de turismo e conhecer de perto o modelo de gestão adotado e suas repercussões socioespaciais. O propósito da etnografia é a imersão nas vivências e visões de mundo de um determinado grupo de pessoas, capturando os conhecimentos incorporados aos sujeitos pertencentes a uma determinada comunidade, seus modos de pensar, viver e criar (MATTOS; CASTRO, 2011).

Quanto à axiologia, devemos admitir que o pesquisador não possui uma posição neutra em relação às informações coletadas durante a investigação. Por essa razão, concordamos com Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (1998) quando reforçam a importância do posicionamento do pesquisador no texto sobre suas experiências relacionadas aos tópicos estudados, ao contexto da pesquisa e aos sujeitos analisados, pois nos estudos de natureza qualitativa o pesquisador é o principal instrumento de investigação. Portanto, antecipamos que embora o pesquisador tenha tomado todas as providências técnicas e críticas que viabilizaram esta tese, não há promessa de neutralidade total em relação ao fenômeno estudado, seja por interesse, crença ou escolha metodológica.

Como parte fundamental deste estudo, seguimos a recomendação de Chizzotti (2000), pois houve um esforço contínuo do pesquisador de despojar-se de preconceitos que interferissem decisivamente nas manifestações que interessam a esta pesquisa. O tempo profissional e pessoal de dedicação ao TBC favoreceu esse esforço. Para Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (1998), o tempo de permanência no campo do objeto de estudo deve ser extenso o suficiente para que o pesquisador possa apreender amplamente a cultura analisada, corrigir interpretações enviesadas e identificar distorções nas informações.

Por fim, a partir de uma abordagem que considera o turismo como um importante agente da produção do espaço urbano, buscamos uma reflexão crítica sobre o contexto histórico e social do objeto de pesquisa. A leitura das informações obtidas e das relações estabelecidas ao longo da pesquisa expõem a nossa afinidade com a perspectiva miltoniana de compreensão do espaço. Nela, propõe-se que “o espaço seja definido como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ações” (SANTOS, 2014, p. 21).

Percebemos que a história da formação socioespacial das comunidades que desenvolveram iniciativas de TBC, à margem do processo de acumulação capitalista, é carregada de rugosidades e restos de divisão do trabalho passados. Serão os eventos que marcarão os novos regimes de acumulação, no caso o liberalismo financeiro, que irão acomodar essas localidades em uma nova fase capitalista e, de forma residual, o excesso de liquidez associado à vontade política (papel do Estado) proporcionará novas configurações ao seu espaço, de reconhecido valor de uso, passará a ter determinadas porções do território assumindo valor de troca, de mercadoria.

É neste processo de transformação de valores de uso em valores de troca, de produção e reprodução de espaços, criando arranjos espaciais e fluxos reguladores, que Milton Santos propõe os conceitos de verticalidade e horizontalidade:

As verticalidades podem ser definidas, num território, como um conjunto de pontos formando um espaço de fluxos. (...) Esse espaço de fluxos seria, na realidade, um subsistema dentro da totalidade-espaço, já que para os efeitos dos respectivos atores o que conta é, sobretudo, esse conjunto de pontos adequados às tarefas produtivas hegemônicas, características das atividades econômicas que comandam este período histórico. [...] As horizontalidades são zonas de contiguidade que formam extensões contínuas. (...) São contra racionalidades, isto é, formas de convivência e de regulação criadas a partir do próprio território e que se mantêm neste território a despeito da vontade de unificação e homogeneização típica das verticalidades. A presença dessas verticalidades produz tendências à fragmentação, com a constituição de alvéolos representativos de formas específicas de ser horizontal a partir das respectivas particularidades (SANTOS, 2006, p.106 e 108 - 110).

As verticalidades estão associadas a uma geografia de redes, pressupondo espaços de conectividade, atendendo à lógica e às normas de atores longínquos, a ordem próxima e a ordem distante (SANTOS, 2006). Ou seja, a cidade exerce o comando técnico, relacionado à divisão territorial do trabalho (ordem próxima) e o

global, sobretudo as cidades globais, que assumem o comando político e de fluxo do capital (ordem distante). As redes, assim como as verticalidades, não possuem contiguidade territorial. Para exemplificar, podemos afirmar que os resorts e empreendimentos turísticos imobiliários presentes na costa brasileira atraem a presença de verticalidades nas localidades em que se inserem, pois respondem a uma lógica de produção do espaço exógena ao lugar, geralmente ligada a grandes redes hoteleiras ou a grupos de investimentos (a ordem distante) e que atendem ao interesse de circulação do capital (ARAUJO, 2011, 2014, 2016).

A hotelaria, nesse caso, assume um caráter estranho ao lugar. Corresponde à introdução de novos objetos técnicos que não buscam diálogo com o tecido urbano e com as relações pré-estabelecidas presentes e que, conseqüentemente, e não raro, causam expulsão da população autóctone no sentido *lato*, uma vez que buscarão novas alternativas de chão para morar e conviver. Na contramão, as horizontalidades partem de uma construção endógena, a partir do envolvimento da comunidade (a ordem próxima), o que em tese, poderia ser atribuído à atuação do TBC sobre o território.

O espaço é datado pelas técnicas e marcado pelos eventos, “uma manifestação corpórea do tempo histórico, algo como se a chamada flecha do tempo apontasse e pousasse num ponto dado da superfície da terra povoando-o com um novo acontecer” (SANTOS, 2014, p.196). No caso das comunidades aqui pesquisadas, como se verá adiante, podemos afirmar que os incentivos decorrentes do Plano Nacional de Turismo 2007–2010 e o lançamento do Edital nº 001/2008 do MTur foram importantes eventos que mudaram a lógica da produção do espaço nessas comunidades, introduzindo novos objetos técnicos e novas configurações territoriais e de divisão do trabalho, sendo o turismo, uma delas.

Portanto, analisar a produção do espaço e sua relação com o turismo, significa apreender um sistema de objetos e ações que, em uma relação dialética, formam aquele espaço. Como já apontado em diversos trabalhos de Cruz (2001, 2007, 2009, 2018), a atividade turística se apropria do espaço para imprimir novas dinâmicas territoriais e estimular a criação e transformação de objetos e atividades, redefine a lógica de desenvolvimento local e estabelece modelos de exploração pautados em uma perspectiva de divisão social e territorial do trabalho.

## 2.2 O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO E DE COLETA DE DADOS

Para atingir os propósitos deste estudo, recorreremos à combinação de várias técnicas de coleta de dados. Em um primeiro momento, ainda na fase exploratória, a pesquisa bibliográfica possibilitou uma importante leitura sobre a formação social brasileira a fim de desvendar a relação entre o turismo e a manutenção da desigualdade social em um País constituído em bases que se fundamentam na escravidão, no racismo e no culturalismo conservador (SOUZA, 2018).

Por isso, foi preciso referenciar alguns autores que tiveram um papel importante, a maioria deles na ampla propagação de discursos que legitimam essa perspectiva, como Freyre (2006), Faoro (2001), Holanda (2006) e Da Matta (1986), contra uma minoria que critica essa estrutura, como Fernandes (2008, 2020) e Souza (2003, 2006, 2018, 2020).

A pesquisa bibliográfica também foi importante na construção do estado da arte sobre o que se entende por TBC e para sustentar as bases que levaram essa tese a inferir proposições conceituais, se não novas, mas que organizaram ideias que estavam dispersas. Nesse ponto, foram referenciados apenas estudos latino-americanos, pois é nesse continente em que se concentram as discussões sobre essa modalidade de turismo e onde ela tem sido estimulada, especialmente pelas políticas públicas federais.

Sobre essa questão, também fizemos uso da pesquisa documental para contemplar as principais políticas públicas de turismo implementadas pelo governo brasileiro nas últimas décadas, com especial atenção às ações que foram executadas no âmbito do MTur durante os governos dos presidentes Lula e Dilma, ambos pertencentes ao Partido dos Trabalhadores (PT). As políticas públicas desse período reforçaram ainda mais a promessa herdada de governos passados, por meio de seus planos nacionais, de que o turismo se tornaria um importante agente de combate à desigualdade e promotor de inclusão social.

É importante alertar que essas duas técnicas de pesquisa, bibliográfica e documental, não foram utilizadas de forma programática durante a escrita da tese, mas sim de maneira alternada e diluída ao longo do trabalho, especialmente nas seções anteriores, cujo aprofundamento teórico é maior.

No segundo momento da fase exploratória, foi realizado um levantamento em artigos científicos, teses e dissertações no Portal Periódicos e no Banco de Teses e

Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior (CAPES), além de consulta a publicações técnicas e promocionais do MTur sobre os 50 projetos de TBC. A intenção foi a de identificar e discutir aspectos fundamentais ao conceito dessa modalidade, como participação popular, características do agente indutor, relação com o mercado e status atual de funcionamento. Esse levantamento também ofereceu condições para o agrupamento dessas informações em um quadro síntese (Apêndice A) e a espacialização desses aspectos preliminares, resultando na elaboração de mapas que nos ofereceram, naquele momento, uma leitura nacional das repercussões deste importante evento ocorrido em 2008.

Este era um primeiro ensaio para o que viria a seguir, quando efetivamos a construção de uma cartografia do TBC no Brasil. Ao longo do ano de 2020, tentamos contato com representações dos 50 Projetos apoiados pelo MTur através de envios de e-mails, mensagens nas redes sociais e, em alguns casos, contatos nos sites das instituições proponentes. Ao todo, 19 iniciativas responderam a essa mobilização (representando 38% do universo mobilizado), que foi iniciada no mês de fevereiro e durou até o mês de dezembro daquele ano. Até este período, as demais iniciativas não haviam retornado o contato realizado pelo pesquisador. Em relação ao quantitativo de projetos que foram apoiados por Região, os percentuais de retorno podem ser observados no quadro abaixo:

Quadro 1 – Percentual de projetos pesquisados por Região

Região	Número de projetos apoiados pelo MTur em 2008	Número de projetos que responderam à mobilização	Percentual (%)
Nacional	01	01	100%
Sudeste	16	08	50%
Nordeste	16	04	25%
Norte	06	03	50%
Sul	08	02	25%
Centro-Oeste	03	01	33,3%
Total	50	19	38%

Fonte: organizado pelo autor (2021).

O único projeto executado nacionalmente foi o primeiro a ser mobilizado e não enfrentamos dificuldades para realizar o contato com o seu representante. Em relação aos demais, as Regiões Sudeste e Norte apresentaram o melhor percentual de retorno às mobilizações, ambas com 50%. Em seguida, vem o Centro-Oeste com 33,3%, embora seja a região com o menor número de projetos apoiados pelo MTur, com apenas 03 iniciativas. As Regiões Nordeste e Sul foram as que apresentaram a menor taxa de retorno, ambas com 25% dos projetos mobilizados.

As entrevistas foram agendadas com as 19 iniciativas através do aplicativo Google Agenda, com a disponibilização do link do aplicativo Google Meet, utilizado para videoconferências. Todas as conversas, realizadas remotamente em função do cenário pandêmico, foram gravadas utilizando o próprio aplicativo e com autorização do respondente. Ao todo, foram coletados 17 horas 41 minutos de entrevistas registradas em som e imagem, posteriormente transcritas pelo pesquisador e validadas junto aos entrevistados através do envio da transcrição por e-mail.

Vale ressaltar que essas entrevistas foram realizadas com base nos pressupostos da história oral, que consistem na escuta e registro de depoimentos e tendem a representar a realidade como um mosaico ou colcha de retalhos “em que os pedaços são diferentes, porém, formam um todo coerente depois de reunidos” (PORTELLI, 1997, p. 16). Seguimos a recomendação de Alberti (1989, p. 52), que coloca que a história oral é “um método de pesquisa que privilegia a realização de entrevistas com pessoas que participaram de, ou testemunharam acontecimentos, conjunturas, visões de mundo”.

Dessa forma, as entrevistas foram norteadas por um instrumento semiestruturado (Apêndice B), que abordou questões observadas na fase exploratória, mas com margens para a discussão de aspectos particularmente relevantes a cada iniciativa de TBC. Apesar de terem autorizado a realização da entrevista, os depoimentos coletados foram utilizados e discutidos no trabalho preservando a identidade de cada respondente, pois alguns não autorizaram a sua identificação nesta tese. Portanto, a fim de padronizar o processo de discussão e análise, as iniciativas entrevistadas foram categorizadas com base no quadro a seguir, que às relaciona apenas aos aspectos geográficos e institucionais dos projetos e cuja numeração obedeceu à ordem de realização das entrevistas:

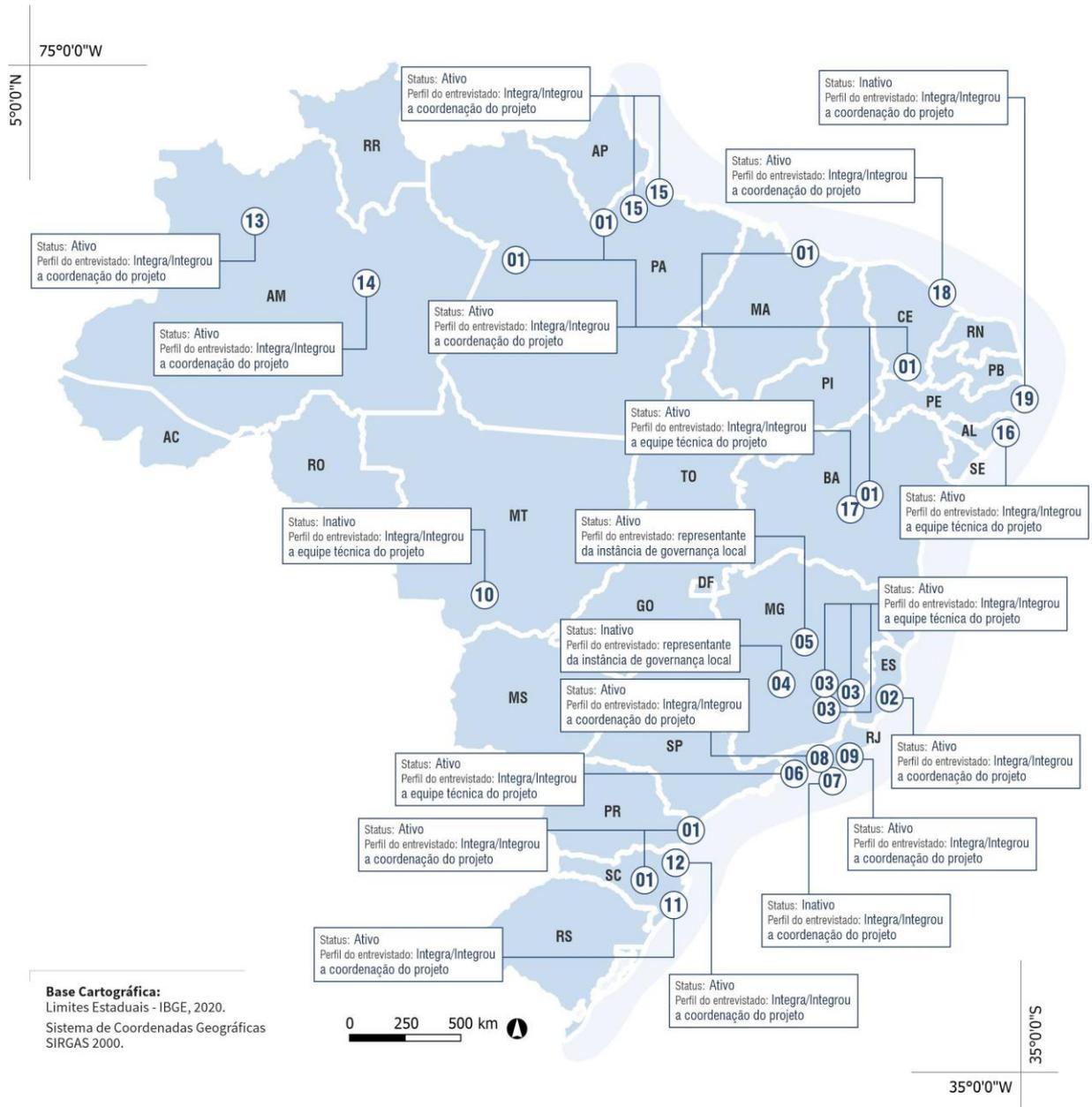
Quadro 2 – Categorização das iniciativas de TBC pesquisadas

Identificação	Região	Estado	Nº de cidades atendidas	Perfil do agente indutor	Status de funcionamento
TBC 01	Nacional	Nacional	07	Terceiro Setor	Ativo
TBC 02	Sudeste	ES	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 03	Sudeste	MG	03	Terceiro Setor	Ativo
TBC 04	Sudeste	MG	01	Terceiro Setor	Inativo
TBC 05	Sudeste	MG	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 06	Sudeste	RJ	01	Academia	Ativo
TBC 07	Sudeste	RJ	01	Terceiro Setor	Inativo
TBC 08	Sudeste	RJ	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 09	Sudeste	RJ	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 10	Centro-Oeste	MT	01	Terceiro Setor	Inativo
TBC 11	Sul	SC	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 12	Sul	SC	01	Estado	Ativo
TBC 13	Norte	AM	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 14	Norte	AM	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 15	Norte	PA	02	Terceiro Setor	Ativo
TBC 16	Nordeste	AL	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 17	Nordeste	BA	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 18	Nordeste	CE	01	Terceiro Setor	Ativo
TBC 19	Nordeste	PE	01	Terceiro Setor	Inativo

Fonte: organizado pelo autor com base nas informações do MTur (2021).

Além das informações dispostas no Quadro 2, as características relacionadas ao perfil das comunidades atendidas pelos projetos e dos representantes entrevistados foram dispostas no Mapa 1, em uma primeira iniciativa de espacialização do TBC:

Mapa 1 – Categorização das iniciativas de TBC pesquisadas



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

O resultado das entrevistas culminou com a construção e a espacialização de 05 dimensões que nos auxiliaram a entender a situação do TBC no Brasil: propósito da iniciativa, governança, participação comunitária, acesso a mercado, trabalho e renda.

Ainda em 2020, antes da deflagração da pandemia global causada pelo Covid-19, houve a oportunidade de realizar uma pesquisa de campo em uma das iniciativas TBC mais antigas do País, a Reserva Extrativista Prainha do Canto Verde, localizada no município de Beberibe, litoral cearense, distante 85 km de Fortaleza. Esse projeto

surge na década de 2000 e vem sendo incentivado pela Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM), uma articulação formada por grupos de comunidades costeiras que desenvolvem o TBC no Estado.

A Prainha se destaca pela preservação do modo de vida simples de seus habitantes (cerca de 1.200 pessoas), pela pesca artesanal e pela paisagem natural preservada. A maioria da sua população se envolve direta ou indiretamente com a atividade turística. É possível encontrar empreendedores locais do ramo de hospedagem, gastronomia e passeios turísticos, além de pessoas que trabalham em estabelecimentos comerciais que atendem moradores e turistas. A principal atividade econômica local ainda é a pesca, porém o turismo já representa uma parte significativa da renda dessas famílias. Em 2009, por decreto federal, foi elevada à condição de Reserva Extrativista depois de um longo período de lutas pelo direito à terra.

A pesquisa de campo durou 10 dias, ocorreu entre 27 de Janeiro e 5 de Fevereiro de 2020, e teve o suporte da coordenação executiva da TUCUM, que ajudou na mobilização de entrevistados e acompanhou o pesquisador durante algumas atividades de observação realizadas no território. A intenção foi a de conhecer de perto o modelo de gestão do projeto e como são operacionalizadas as dimensões de análise que viriam a ser abordadas durante as entrevistas remotas com os demais representantes de projetos de TBC.

Durante a nossa estada na comunidade, foram ouvidos diversos indivíduos que atuam direta e indiretamente com as atividades de turismo desenvolvidas no local, cuja escuta também foi subsidiada pela técnica da história oral através da aplicação de entrevistas semiestruturadas aos integrantes da coordenação executiva e fundadores da iniciativa (fundamentadas no roteiro apresentado no Apêndice B) e de entrevistas não estruturadas aos demais sujeitos que demonstraram disponibilidade e potencial de discorrer sobre as questões pesquisadas.

Todas as observações foram registradas em um diário de campo virtual, instrumento utilizado pelo pesquisador para registro de suas atividades na Prainha. Trata-se de uma técnica que possui diferentes especificidades a serviço dos etnógrafos e que auxiliou o pesquisador na sistematização das informações coletadas e suas nuances. Segundo Brazão (2011), esse instrumento pode ser usado como método de coleta de dados, de descrição dos processos e estratégias da própria pesquisa e análise das implicações subjetivas do pesquisador. Para tornar o processo prático e ágil e capturar o maior número de observações possível, os registros foram

feitos no gravador de áudio do aparelho celular, salvos em pasta do Google Drive e posteriormente transcritos. Ao todo, foram captadas 5 horas 43 minutos de áudios referentes ao diário de campo.

O confronto entre a leitura social do Brasil, a pesquisa exploratória e o aprofundamento na fase de coleta de dados, por meio de entrevistas, espacialização de dimensões de análise e imersão do pesquisador no campo, gerou a construção de indicadores de desenvolvimento do TBC, agrupados em um instrumental que pretende analisar a efetividade dessa modalidade de turismo nas comunidades que vêm despontando nesse segmento. Antes de ser testado, o ITBC foi apresentado em Reunião Ordinária do Grupo de Pesquisa CILITUR no dia 20 de novembro de 2020, realizada remotamente, além de encaminhado para grupos de WhatsApp composto por especialistas e representantes de comunidades e projetos de TBC existentes em todo o País, a fim de validar os indicadores ali apresentados e mensurar o seu nível de influência no sucesso da atividade. Ao todo, 37 pessoas responderam à validação do ITBC e também sugeriram pequenos ajustes e adequação de alguns indicadores. O resultado final dessa construção pode ser conferido no Apêndice C.

O volume de informações coletadas na expedição ao litoral cearense no início de 2020, durante pesquisa sobre a TUCUM, possibilitou a aplicação do ITBC na experiência da Prainha. Porém, foi necessário o agendamento de novas entrevistas com os representantes dessa iniciativa, agora em formato remoto, para a consolidação desse teste. Assim, no mês de março de 2021 foi entrevistada novamente a coordenadora executiva da TUCUM, Beatriz Goes, que também é moradora da comunidade. Além dela, o senhor José Roberto, pai de Beatriz e fundador da iniciativa de TBC no território, também foi entrevistado nesse período.

O ITBC pretende ser a principal contribuição desta tese por ser uma inovação metodológica destinada às futuras e atuais iniciativas brasileiras a fim de melhor impulsionar o desenvolvimento do TBC no País e estimular a construção de futuras políticas públicas regionais e nacionais que retomem o estímulo coordenado a essa modalidade de turismo, que começou em 2008, mas não foi priorizada nos anos seguintes, principalmente após as mudanças ocorridas no cenário político nacional. O processo de aplicação e avaliação dos indicadores referentes à experiência da Prainha do Canto Verde foram abordados na sexta seção.

### 3 HAVIA UMA PEDRA: LEITURA DE UM PAÍS CHAMADO BRASIL

Esta seção apresenta as bases teóricas e históricas que são alicerce fundamental ao desenvolvimento da pesquisa, iluminando um caminho de discussão sobre a formação social brasileira e sobre como o turismo tem contribuído para reforçar um *modus operandi* ancorado na desigualdade social que sempre orientaram a atuação (ou falta de) do Estado, em comunhão com os anseios de uma elite nacional conservadora, racista e neoliberal.

#### 3.1 UM PAÍS TROPICAL E DESIGUAL POR NATUREZA

O turismo, em sua essência, é uma atividade que surge com o propósito de conectar pessoas, lugares e aproximar culturas diferentes. Porém, em países como o Brasil não dá pra ser tão romântico assim. Como importante meio de reprodução do capital, a atividade turística ainda é produzida por muitos para que uma minoria privilegiada possa usufruir dela.

Embora os principais circuitos turísticos do País, constituídos a partir da alta concentração de recursos financeiros em alguns espaços, estejam ganhando a companhia de iniciativas em localidades cheias de adversidades sociais e econômicas (favelas, quilombos urbanos, comunidades rurais e ribeirinhas etc.), sobre as quais trataremos mais adiante nesta tese, não significa que as oportunidades advindas do turismo surgem para essa população na mesma proporção.

É importante olhar para esse fenômeno como parte da engrenagem do sistema de reprodução capitalista e que o turismo ajuda a encorpar, posto que transforma o espaço em mercadoria. Por vezes incentivadas pelo Estado, por vezes desencadeadas por organizações sociais locais, as alternativas de turismo que surgem, pelo menos no discurso, como contraponto ao modelo hegemônico de produzir turismo no Brasil, são, na verdade, parte de uma conjuntura social que continua deixando muito claro qual o lugar dos brasileiros mais pobres. Um lugar cativo, que a elite brasileira se esforça para tornar irreversível.

A atividade turística, assim como outras modalidades econômicas, ajuda a reproduzir traços de um País desigual em sua essência. Não significa que a desigualdade social brasileira seja biológica e intransponível como defendem os discursos ancorados em uma ideologia burguesa. Mas sim, uma condição estrutural

que passa pela forma como o País foi se organizando econômica e politicamente desde a escravidão e que até hoje é preservada pelas elites.

Souza (2018) chama este fenômeno de “culturalismo conservador”, teoria amplamente difundida no Brasil graças às importantes obras de Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda, Raimundo Faoro e Roberto Da Matta, que vêm influenciando pensadores brasileiros, na política e nas universidades, desde o início do século passado. Freyre (2006) por enaltecer a mestiçagem como característica única do povo brasileiro e que foi muito bem utilizada por Getúlio Vargas para a construção do mito nacional da brasilidade durante os anos de 1930. Já Holanda (2006) avança ao encarar essas particularidades como características negativas, mas ao construir a figura do “homem cordial” - aquele que é fruto da colonização, apegado às relações afetivas e suscetível à corrupção – ancora o patrimonialismo no Estado, o que Raimundo Faoro (2001) endossa, como se todas as contradições que levam o Brasil a uma condição de desigualdade plena viessem exclusivamente de uma elite estatal. Da Matta (1986), por sua vez, complementa a teoria de Holanda ao defender que o “jeitinho brasileiro” nos torna corruptíveis, afeitos a acordos, ao desrespeito das normativas.

Tantos outros vieram depois e ainda continuam reproduzindo essa perspectiva, uma leitura do Brasil que o sentencia a uma herança ibérica e a traços de personalidade intransponíveis que ajudam a naturalizar a condição desigual em que se encontram determinados estratos sociais no País, como fica evidente neste trecho de Holanda (2006, p. 40): “Podemos dizer que de lá nos veio a forma atual de nossa cultura; o resto foi matéria que se sujeitou mal ou bem a essa forma”.

Antes que geremos esta expectativa, vale dizer que não é propósito deste trabalho dissertar as origens da formação social brasileira, tampouco ousar aprofundar as bases sociológicas que produziram e legitimaram tamanha desigualdade. Mas sim, trazer uma reflexão que nos ajude a vencer alguns paradigmas teóricos que hegemonizaram ideias e naturalizaram a desigualdade, como se a estrutura de classes só pudesse ser essa mesma: uma grande massa de desapropriados que servem de alicerce social para uma elite que é minoria, mas detém e controla um expressivo capital econômico. Como elemento central dessa estrutura, temos uma classe média composta por indivíduos que necessariamente não possuem consciência da posição que ocupam e, em movimento irrefletido, buscam distanciar-

se da massa, embora esse esforço seja inútil para alcançar o topo, simplesmente porque não é uma questão de mérito.

Por isso, trazer à tona o tema da desigualdade social e suas repercussões na vida dos brasileiros é o ponto de partida desta tese. A partir daí, acreditamos ser possível compreender melhor como se dá o desenvolvimento do turismo, especialmente desse movimento que leva a atividade para diversas comunidades brasileiras como alternativa de trabalho e renda.

Segundo Schwarcz (2019, p. 126) a desigualdade social “tende sempre a aumentar em países que oferecem poucas oportunidades de emprego, apresentam investimento discreto nas áreas sociais e não estimulam o consumo de bens culturais”. No caso do Brasil, apesar das políticas públicas que foram direcionadas para a área social durante os governos petistas, de 2003 a 2016, não foi possível atacar de forma transformadora os indicadores que ainda mantêm o País na ponta de baixo das estatísticas de desenvolvimento humano e social, visto que nesse período diversos movimentos políticos encabeçados pela elite econômica brasileira foram desestruturando tais políticas sociais. Esse movimento culminou no *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, em 2016, e no conseqüente retrocesso em relação à diminuição da desigualdade social brasileira.

É o que mostram, por exemplo, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, 2018), que indicam que o estrato mais rico da população brasileira correspondia apenas a 1%, mas se apropria de 28% da renda nacional. Em outro estudo, citado por Schwarcz (2019), a Oxfam Brasil revelou que a distribuição de renda estacionou no País, que nos últimos anos aumentou a proporção da população pobre e que houve um crescimento vertiginoso da mortalidade infantil. Foi observado, então, que mesmo o País tendo alcançado alguns resultados significativos na economia entre 2003 e 2016 e tendo feito investimentos em áreas sociais, tais investimentos não se sustentaram nos anos seguintes dada a restauração do poder de classe após esse período, fato que é refletido nos dados da PNAD.

A atividade turística, por sua vez, reproduz essa estrutura que se sustenta na desigualdade brasileira. Um estudo realizado por Cruz (2018) trouxe diversos indicadores que apontam como, historicamente, o turismo no País tem sido operado à luz do desenvolvimento desigual. Um dos exemplos citados pela autora refere-se à concentração espacial das empresas que prestam serviços de agenciamento e

operação de viagens. Segundo o estudo, “os estados de São Paulo e Rio de Janeiro abrigam, sozinhos, excluindo-se, portanto, os outros 24 estados da federação e o Distrito Federal, 41,49% de todas as agências de viagens e turismo do Brasil, o que exemplifica, objetivamente, a centralidade econômica desses estados” (CRUZ, 2018, p. 09). Ainda segundo Cruz (2018), essa concentração espacial e econômica ficou mais escancarada quando foi identificado que apenas 0,3% das empresas que exercem o papel de operadoras turísticas no Brasil respondem por cerca de 90% do mercado nacional de viagens.

Os dados acima apresentados indicam como o “culturalismo conservador” ajudou a naturalizar tamanha acumulação de capital por grupos econômicos específicos, pois é por meio dessa teoria que se propaga a ideia do mercado como um ente divino, cheio de virtudes, em contraponto ao Estado tido como corrupto e principal responsável pelas mazelas brasileiras. Entretanto, o que o “culturalismo conservador” não expõe é que esse mesmo Estado também é constituído por grupos econômicos que orientam as ações públicas para atender aos interesses das elites do País.

Foi nos trabalhos de Jessé Souza (2003, 2006, 2015, 2018, 2020) em que encontramos uma leitura da formação social do País que descortina uma realidade ainda manipulada por ideias-força que naturalizam a desigualdade social brasileira. Esses trabalhos, muito influenciados por Florestan Fernandes e por sua contundente crítica à forma como a sociedade brasileira se organiza, propõem o desenvolvimento de uma teoria social crítica sobre a desigualdade social brasileira e seus desdobramentos, além de demonstrar como a oposição entre mercado e Estado é o “conto de fadas” preferido da classe média nacional.

E como todo “conto de fadas”, ele precisa ser consolidado cotidianamente nas relações que se estabelecem entre os indivíduos, através de mecanismos eficientes que façam uma grande parcela da população aceitar o País “como ele é” e de concluir que os privilégios são dádivas que nem todos merecem alcançar. Que façam concluir ainda que o Brasil só possui essa extrema disparidade social por culpa de um Estado que não age com eficiência e que está fadado a ser corrupto, diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos, visto como símbolo da eficiência e da igualdade de oportunidades. Essa concepção intencionalmente distorcida nos leva à aceitação de uma subcidadania que faz com que as camadas mais pobres da população atribuam

a condição de vida miserável a que estão submetidos à sua origem social – nasceu pobre, morrerá pobre (SOUZA, 2003).

Segundo Souza (2003), a ideia de subcidadania se materializa de forma invisível na sociedade brasileira, gerando uma hierarquia valorativa das pessoas, determinando assim quem é ou não gente/cidadão. Como consequência, há o estabelecimento de condições diferenciadas de acesso aos recursos materiais e simbólicos da sociedade, produzindo uma classe social que é extorquida de qualquer possibilidade digna de sobrevivência.

Portanto, é muito fácil para a classe média brasileira depositar em si o futuro do País quando costumam ter acesso às melhores escolas e universidades, enquanto o que tem restado às camadas mais pobres da população é servir de força de trabalho para os donos do poder. A classe média tem o bônus da esperança, a *ralé*<sup>4</sup> – termo criado por Souza (2020) – nem isso. E não adianta afirmar que essa realidade é culpa apenas de um Estado que oferece escolas desestruturadas ou condições precárias de moradia nas favelas, simplesmente porque é corrupto. Quem está por trás do Estado são os grandes grupos econômicos do País, que precisam manter a grande massa da população brasileira como força de trabalho, explorada e mal paga, nas suas indústrias e corporações. Dessa forma, completa-se o ciclo de capitalismo periférico, para parafrasear Fernandes (2008), sob a falsa oposição entre o mercado e o Estado.

Outro ponto importante que Souza (2018) traz em seus argumentos é o de que há uma compreensão moral amplamente aceita no País de que os problemas sociais que afetam milhões de brasileiros só podem ser solucionados pela via econômica. Como se a melhoria nos índices de arrecadação, receitas com exportação, investimentos internacionais e outros indicadores desta ordem fossem capazes de reduzir a desigualdade social de um País que há tempos é conduzido – inclusive economicamente – para ser desigual. Como se os elevados números da ocupação hoteleira nos períodos de alta estação em destinos litorâneos do Nordeste, como Porto de Galinhas – PE, Jericoacoara – CE e Pipa – RN, fossem capazes de

---

<sup>4</sup> Segundo Souza (2020), a *ralé brasileira* refere-se a uma classe de indivíduos desprovidos não somente do capital cultural e econômico, mas também do acesso às pré-condições sociais, morais e culturais que permitem essa apropriação. Ainda para o autor, a *ralé* “compõe cerca de 1/3 da população brasileira, está abaixo dos princípios de dignidade e expressivismo, condenada a ser, portanto, apenas ‘corpo’ mal pago e explorado por todas as outras classes que compõem nossa sociedade (SOUZA, 2020, p. 122)”.

melhorar a condição de vida da imensa quantidade de famílias que vivem nas periferias dessas localidades e convivem diariamente com problemas de esgotamento sanitário, insegurança, escolas sem professores e unidades de saúde sem medicamentos, enquanto os investimentos nas áreas de maior fluxo turístico, as chamadas “vilas”, pulsam a todo vapor e se travestem de paraíso aos olhos do turista.

O Nordeste é, inclusive, a região onde esse *modus operandi* do turismo foi amplamente discutido em alguns estudos. Cruz (2001, 2005, 2007), por exemplo, tem evidenciado o discurso legitimador das políticas públicas de turismo que, para isso, tocam em questões almeçadas por um País em desenvolvimento (geração de renda, de divisas, de trabalho etc.). Para a autora, o turismo, por si só, não é capaz de gerar desenvolvimento para um País, pois a atividade elege “porções do espaço cujas vantagens comparativas são maiores frentes a outras possibilidades espaciais (CRUZ, 2005, p. 38)”. Por essa razão é que o turismo se apropria das praias como espaços de alto interesse do capital nacional e internacional e propício ao setor turístico imobiliário, como demonstrou a pesquisa realizada por Araujo (2011).

Trabalhos como o de Coriolano (2009) também destacam a contradição pelo fato de a Região Nordeste apresentar, ao mesmo tempo, espaços de ostentação e espaços de trabalho e sobrevivência. Ela aprofunda a realidade do Estado do Ceará que, devido à presença de conflitos que surgem pela apropriação do espaço litorâneo, tem-se assistido a valorização dos megaempreendimentos em detrimento dos espaços habitados por populações nativas.

Sobre a política dos megaprojetos, os estudos de Cavalcante (1993), Cruz (1995), Fonseca (2005), Abreu (2010) e Taveira (2018) destacaram o caso pioneiro do estado do Rio Grande do Norte quando inaugurou, no início dos anos de 1980, a “Via Costeira”. Trata-se de uma via urbana que liga a praia de Ponta Negra às demais praias urbanas da capital, impulsionando o surgimento de vários empreendimentos imobiliários de grande porte nesse corredor, inclusive hotéis que se disseminaram com o aporte do governo estadual. Taveira (2018) alerta, porém, para o fato de que esse considerável crescimento econômico do Estado não tem significado desenvolvimento social, fato que pode ser observado nas comunidades de praia do litoral potiguar.

No caso do litoral dos estados da Bahia e de Pernambuco, os estudos de Selva (2012), Araujo e Vargas (2013), Carvalho (2009) e Lima (2006) mostram que a expansão do turismo obedeceu a mesma lógica de facilitações do poder público aos megaempreendimentos turístico-imobiliários: implantação de projetos urbanísticos

orientados para atender aos interesses desses grupos capitalistas e cooptação de comunidades mais pobres, inclusive inseridas em áreas de proteção ambiental, que “embarcaram” nos discursos do turismo como uma panaceia para os problemas econômicos e sociais da região.

A forma como o turismo se estruturou no Nordeste é só um exemplo de como reduzir o combate à desigualdade social a certas compreensões morais e políticas, que apontam o crescimento econômico como a única possibilidade real de mudança, é ocultar a dimensão fundamental das relações sociais moldadas a partir de critérios que atribuem reconhecimento e prestígio social a uns e a marginalidade a outros, processo que alia cidadania e subcidadania (SOUZA, 2003).

Não é possível desconsiderar, contudo, que um fraco desempenho econômico contribua fortemente para a concentração de renda em uma parcela minúscula da sociedade e a disseminação da pobreza na ampla maioria dos estratos sociais brasileiros, até mesmo porque essa é a estratégia utilizada para concentração de renda. Na atividade turística, isso pode levar ao aumento da informalidade e do turismo de massa, à produção de impactos negativos irreversíveis ao meio ambiente e à disseminação mais acentuada de alguns problemas sociais como a violência urbana, a exploração sexual e o tráfico de drogas.

Outro ponto fundamental que precisa ser trazido a essa discussão e que favoreceu a emergência dessa estrutura desigual de desenvolvimento do Brasil, diz respeito à integração do negro na sociedade de classes, especialmente a sua inserção social após a abolição da escravatura, discussão empreendida por Florestan Fernandes (2020). O autor denuncia a dificuldade do ex-escravo para se adaptar à nova ordem social e econômica pós-abolição, ou seja, da sua inaptidão para o trabalho livre e para operar de acordo com a lógica imposta pelo mercado.

O que Fernandes (2020) nos indica é que a desigualdade social brasileira tem bases em um racismo estrutural que fez o País libertar os negros, mas não os incluir na sociedade. Entretanto, discursos negacionistas ainda insistem em atenuar o racismo no Brasil e, por consequência, normalizam as condições desiguais de acesso que essa população possui em relação às oportunidades de trabalho, por exemplo.

Em pesquisa realizada pelo Instituto Ethos (2015) sobre o “Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas”, foi constatado que os cargos mais elevados que o mercado de trabalho pode oferecer estão assustadoramente distantes da população de negros e pardos. Segundo o

estudo, a concentração de pessoas brancas em cargos de conselhos de administração, executivo e gerência somam mais de 90% em relação à de negros e pardos, que, por sua vez, só conseguem estar à frente nessa estatística em cargos de *trainees* ou aprendizes, com pouco mais de 57%.

Ao analisar os profissionais que trabalham nos empreendimentos hoteleiros de médio e grande porte, especialmente aqueles que atuam em cargos de direção, coordenação e gestão, identificamos uma ausência significativa de pessoas negras. Uma reportagem produzida pela Revista Panrotas (2018, p. 18) alertou sobre a intensa desigualdade de oportunidades no setor de turismo para negros, pois, segundo a publicação, “elencar diretores e gestores do turismo que se definem como negros ou pardos não é tarefa das mais simples (...), a liderança do *trade* é, quase que em sua totalidade, formada por homens brancos”<sup>5</sup>.

Além disso, a política escravocrata brasileira criou obstáculos também nos modos de organização familiar e comunitária entre os escravos, fazendo com que a pós-abolição resultasse na constituição de um padrão de ação desorganizada na vida social, inicialmente atribuída a negros e mulatos (FERNANDES, 2008). Hoje em dia, refere-se a uma classe de indivíduos desprovidos não somente do capital cultural e econômico, mas também do acesso às pré-condições sociais, morais e culturais que permitem essa apropriação, que Souza (2020, p. 122) a chama de *ralé* estrutural. Ela descreve uma categoria social “condenada a ser, portanto, apenas ‘corpo’ mal pago e explorado por todas as outras classes que compõem nossa sociedade”.

É importante compreender a força dos aparatos ideológicos presentes na sociedade que formam indivíduos apoiados na banalização das desigualdades, na reprodução e aceitação dessas desigualdades pelos próprios indivíduos, além de legitimar os mecanismos utilizados para afirmá-las como boas e justas. Trata-se de um processo de persuasão invisível que atua sutilmente nos fatos cotidianos de menor relevância, como andar, se vestir, comprar, falar etc., e que vai naturalizando a desigualdade de forma subconsciente em toda a estrutura da sociedade.

Isso permite ampliar a explicação da marginalidade situada no preconceito de cor, remetendo a um tipo específico de personalidade que é expressa na *ralé*, percebida como inapta e improdutiva para a sociedade como um todo (SOUZA, 2020).

---

<sup>5</sup> REVISTA PANROTAS. **Black Money: onde estão os profissionais negros do Turismo?** 2018. Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2018/11/black-money-onde-estao-os-profissionais-negros-do-turismo\\_160537.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2018/11/black-money-onde-estao-os-profissionais-negros-do-turismo_160537.html). Acesso em 31/01/2020.

Nos dias atuais, outras condições e características sociais, tais como sexualidade, opção religiosa, gênero e origem geográfica, também produzem relações desiguais que, somadas à questão da cor, violentam e massacram brutalmente essa parcela da população brasileira.

Debruçar-se sobre essa questão requer uma reflexão sobre o componente oculto por trás da cor. É aí que se retoma Fernandes (2020), para indicar o caminho a ser seguido, pois ele nos lembra que o que os negros realmente queriam, na verdade, era “tornar-se gente”, serem reconhecidos pela sociedade e possuir as pré-condições sociais necessárias para possibilitá-los compartilhar dos direitos garantidos aos grupos sociais mais privilegiados. Assim, o pressuposto do desempenho e da disciplina é utilizado no discurso daqueles que não consideram a questão da classe social como um elemento que impacta no desempenho social dos sujeitos. Vale destacar que essa visão é propagada pelas parcelas dominantes, mas também pelas próprias vítimas, que largam muito atrás na corrida por melhores condições de vida.

A miséria econômica não é a única condição que fragiliza as capacidades disposicionais dos estratos mais pobres da sociedade brasileira, mas também a miséria emocional, existencial e política, que são naturalizadas (SOUZA, 2006). Além disso, a real natureza desses obstáculos é desconsiderada, pois a meritocracia fundamenta o ideal de justiça apresentado pelo mundo moderno. Dessa forma, as pessoas que apresentam um aparente talento inato seriam, na realidade, produtos de capacidades e de habilidades transmitidas de pais para filhos, seja pelas relações afetivas ou por meio de exemplos cotidianos, assegurando a reprodução de privilégios de classe indefinidamente no tempo, mesmo que esses aspectos figurem como pressupostos inconscientes porque são, como dito anteriormente, o “conto de fadas” preferido da classe média nacional.

Esse fenômeno representa uma larga vantagem na competição social em relação à *ralé*, seja na escola, nas relações de classe e no mercado de trabalho. Afinal, “o processo de competição social não começa na escola, como pensa o economicismo, mas já está, em grande parte, pré-decidiado na socialização familiar pré-escolar produzida por ‘culturas de classe’ distintas” (SOUZA, 2020, p. 18). É muito comum, por exemplo, que as populações nativas das comunidades costeiras do Brasil sejam absorvidas pelos grandes empreendimentos turísticos imobiliários em cargos inferiores ou em condições de subemprego, enquanto os cargos técnicos e estratégicos são ocupados por profissionais trazidos de regiões economicamente

mais favorecidas. Isso porque esses nativos, ao dispor apenas do corpo para sua reprodução econômica e social, acabam não atendendo às demandas de um mercado globalizado, exigente e segregador.

Essa condição vai se fortalecendo cada vez mais na medida em que “reproduzimos uma classe de despreparados para o trabalho produtivo no capitalismo altamente competitivo de hoje que equivale a quase 1/3 da população brasileira” (SOUZA, 2020, p. 22). Por isso que é tradicionalmente simples para os grandes empresários do setor hoteleiro se apropriar dessa classe que, que muitas vezes torce pelo crescimento de um modelo de turismo hegemônico e segregador em detrimento da melhoria de sua comunidade, das condições básicas de vida de sua família e do acesso aos direitos fundamentais que o Estado não lhes consegue assegurar. É como se o mercado dissesse: “eu sou ‘justo’, porque dou a remuneração ‘justa’, verdadeiramente equivalente ao desempenho”.

É interessante observar como em Porto de Galinhas-PE, um dos principais destinos de sol e mar do Brasil, a população que vive à custa das oportunidades geradas pelas grandes empresas de turismo da região, ou ainda estão presas ao trabalho na cana-de-açúcar (em que os capitalistas de lá também são os de cá), veem nos grandes empresários do setor, especialmente os hoteleiros, verdadeiros símbolos de prosperidade, como conta Mendonça (2004). Atribuem ao turismo tudo que existe de positivo na sua localidade e ao poder público todos os problemas sociais que ali existem. Como se o desenvolvimento da atividade turística fosse obra apenas da iniciativa privada. Como se essas empresas não exercessem influência no momento em que o Estado prioriza investimentos públicos em algumas áreas em detrimento de outras. E assim a roda continua a girar.

Empreender passa a ser uma alternativa para essa população, mesmo que de forma desorganizada. A grande massa de trabalhadores explorados pelos empresários turísticos encontra a “oportunidade” de se tornar o que Carrieri (2012) chama de “gestor ordinário” ou aquele que “trabalha no espaço que restou”. De uma forma geral, o autor denomina gestor ordinário o trabalhador que procura oportunidades no que não está (fisicamente) ocupado ou está precariamente ocupado.

O conceito de gestor ordinário ilustra a realidade de muitas comunidades localizadas em destinos turísticos importantes, que se “espremem” entre os muros dos resorts para ofertar produtos artesanais e serviços sem regulamentação, como

alimentação, passeios ou mesmo hospedagem de natureza familiar. Engana-se quem pensa que esses serviços, por serem oferecidos por uma cadeia produtiva precária, só são consumidos por turistas com baixo poder de consumo ou com perfil “alternativo”. O turista convencional<sup>6</sup> também tem acesso aos serviços que essa cadeia produtiva precária oferece nos grandes destinos. Na praia de Porto de Galinhas, por exemplo, o turista pode preferir comprar artesanato nas barracas que ficam localizadas em alguns acessos à praia do que no centro cultural que é mantido com o apoio do *trade* turístico e da Prefeitura, onde o artesanato é relativamente mais caro por ser comercializado nas vitrines das lojas.

Ao propor entender a dinâmica econômica da maioria dos destinos turísticos do País, onde a lógica da acumulação capitalista extensiva predomina<sup>7</sup>, é que o Estado brasileiro passa a reconhecer a relevância de uma cadeia produtiva do turismo que se constitui por um significativo extrato da população à margem da sociedade e vítima da estrutura social e política que mantém o *status quo* das classes dominantes.

Percebemos que nos últimos anos, especialmente entre 2003 e 2016, as políticas federais de turismo propagaram o discurso de distribuição equilibrada das oportunidades e das benesses advindas do setor a fim de “vender” a ideia de que investimentos em turismo podem alavancar a economia brasileira e, conseqüentemente, gerar inclusão das camadas mais pobres. Embora o exercício dessas políticas tenha sido historicamente orientado por e para grandes grupos econômicos, uma elite nacional que domina e regula o mercado e faz do Estado o seu instrumento de legitimação, não é possível negligenciar o crescimento significativo de iniciativas de TBC em todo o País.

Embora essas iniciativas careçam até hoje por investimentos e ações do poder público que possam estruturar melhor essas oportunidades, foram as políticas públicas de turismo que as iluminaram para o mercado turístico brasileiro. Porém, em um país onde a desigualdade social é normalizada e encarada como uma condição imutável, o desenvolvimento do turismo deve ser abordado de forma crítica. Dito isso,

---

<sup>6</sup> Aquele que fica hospedado em hotéis com boa reputação nas redes sociais, contrata serviços de agências de viagens/seguradoras e se alimenta em restaurantes localizados nas principais zonas de interesse turístico, normalmente pré-estabelecidos no pacote que ele adquire antes de viajar.

<sup>7</sup> Conceito trazido por Deák (1999) quando sugere tratarmos o processo de produção capitalista a partir de estágios de acumulação. Um deles é o regime de acumulação extensivo, que consiste na incorporação de todas as formas não assalariadas às relações de produção (trabalho informal) com o objetivo de maximizar os lucros e permitir a superexploração da força de trabalho através da oferta de subempregos e baixos salários, por exemplo.

na seção seguinte o debate concentra-se em interpretar o discurso das políticas públicas federais de turismo recentemente implementadas no Brasil.

### 3.2 CURSOS E DISCURSOS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL

A desigualdade social brasileira é legitimada diariamente com base em um passado que marginaliza, segrega e exclui as camadas mais pobres da sociedade. Além disso, depositam-se na classe média as expectativas de um desenvolvimento que nunca chega. São contornos de uma subcidadania que propaga a falsa compreensão de um Estado patrimonialista, corrupto e ineficiente, em contraponto ao mercado divino e próspero.

A verdade é que mercado e Estado nunca se opuseram. O problema, nos alerta Cruz (2018), é que ao alimentar o modo de produção capitalista de forma mais visível, o mercado nos faz ocultar o papel do Estado como ente mediador dos processos que interferem na dinâmica socioespacial, da qual o turismo é um dos principais agentes de transformação.

O Estado é, portanto, o instrumento do discurso e da defesa de ideias que ajudam a fortalecer o “culturalismo conservador” e, conseqüentemente, defender interesses de uma elite brasileira que se acostumou a determinar os rumos políticos e econômicos do País. Isso pode ser constatado em vários trabalhos de Cruz (2001, 2005, 2007, 2009, 2018), nos quais a autora chama a atenção para o discurso do Estado que legitimou o modelo de turismo estruturado no Brasil ao longo dos últimos anos. Para isso, os governos tocam em questões almejadas por um País em desenvolvimento, tais como inclusão social, geração de trabalho e renda, investimentos em infraestrutura etc.

É sobre a estruturação do turismo pelo Estado brasileiro que esta seção da tese se dedica. As primeiras iniciativas voltadas para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil aconteceram no auge da Segunda Guerra Mundial, figurando claramente como uma estratégia do governo para facilitar a abertura do País ao capital estrangeiro. Segundo Dias (2003), as primeiras medidas foram adotadas a partir da criação do Decreto-Lei nº 406<sup>8</sup>, em 1938, que autorizava a venda de passagens aéreas, marítimas e rodoviárias por organismos públicos. No ano seguinte, por meio

---

<sup>8</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del0406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0406.htm). Acesso em 16 de Agosto de 2021.

do Decreto-Lei nº 1.915<sup>9</sup>, foi instituída a Divisão de Turismo, considerada o primeiro órgão oficial de turismo vinculado à administração pública federal, extinta em 1946. Já nessa época, o papel do Estado no desenvolvimento do turismo era conflituoso e contraditório. Como o mercado ainda não era estruturado e a quantidade de empresas era incipiente, cabia ao poder público investir em serviços que poucos cidadãos tinham acesso, chegando a assumir a operação da atividade turística de forma direta. Na oportunidade, já se observava que o turismo viria a ser um importante mobilizador de fluxos de capital internacional no período pós-guerra.

Com o passar dos anos, outras medidas foram surgindo a fim de regular a atividade turística no Brasil e aumentar os ganhos que ela estava proporcionando. Como afirma Vieira (2011), o setor de agências de viagens foi o mais impactado, sobretudo com a criação do Decreto-Lei nº 2.440<sup>10</sup>, de 1940, que tratava exclusivamente deste segmento, regulando e determinando as normas de funcionamento das empresas do ramo.

Em 1958 foi criada a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR) por meio do Decreto-Lei nº 44.863<sup>11</sup>, cujas atribuições eram as de coordenação e supervisão das atividades destinadas ao desenvolvimento do turismo interno, além de promover os destinos brasileiros dentro e fora do País (DIAS, 2003). A COMBRATUR foi o primeiro esforço para a estruturação de uma política nacional de turismo e, embora ela tenha sido extinta em 1962, o legado de sua atuação estimulou a criação do Conselho Nacional de Turismo (CONTUR) e da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) por meio do Decreto-Lei nº 55<sup>12</sup>, em 1966.

O surgimento da Embratur foi o grande divisor de águas do turismo brasileiro, que se desenhou, naquele momento, como uma atividade voltada ao consumo da elite nacional e uma porta de entrada convidativa ao capital internacional. Havemos de convir que não foi uma tarefa difícil para a Embratur, pois não eram só os intelectuais da época que bebiam da fonte freyriana. As estratégias de marketing da instituição apelavam para o discurso do paraíso a ser explorado, de um País que se destaca pela

---

<sup>9</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1937-1946/del1915.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/del1915.htm). Acesso em 16 de Agosto de 2021.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-2440-23-julho-1940-412448-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 16 de Agosto de 2021.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-44863-21-novembro-1958-383896-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 16 de Agosto de 2021.

<sup>12</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1950-1969/D60224.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/D60224.html). Acesso em 16 de Agosto de 2021.

mestiçagem e pelo povo que sorri o tempo todo, faz graça e é único. Discurso que tinha como objetivo, por um lado, estimular o crescimento do turismo no Brasil e, do outro, “encher de orgulho” a sua população.

Além disso, cabia a Embratur o papel de normatizar as empresas prestadoras de serviços turísticos, articulando incentivos fiscais que pudessem estimular o surgimento de novos equipamentos e serviços (VIEIRA, 2011). Nesse período, instituiu-se o Sistema Nacional de Turismo por meio do Decreto-Lei nº 60.244<sup>13</sup>, constituído pela Embratur e pelo Ministério das Relações Exteriores. Dessa nova configuração, é criado o Fundo Geral do Turismo (FUNGETUR) através do Decreto-Lei nº 1.191<sup>14</sup>, de 1971, com a finalidade de prover recursos financeiros para o desenvolvimento da atividade (DIAS, 2003). A estratificação espacial do turismo que conhecemos até hoje começava a se desenhar: investimentos em infraestrutura básica em áreas eleitas por grupos econômicos poderosos e a implementação de megaprojetos viários e complexos de lazer para fortalecer e expandir o setor imobiliário.

Mais tarde, 20 anos depois, o turismo brasileiro atinge novos patamares. Em 1991, a Embratur deixa de ser empresa pública e assume a condição de Instituto, agora vinculado diretamente à Presidência da República, e com o papel de formular, coordenar e executar a política de turismo no Brasil (VIEIRA, 2011). Era preciso, portanto, dar ao turismo o status de área essencial ao crescimento do País, transformando-o em política pública e legitimando esse discurso através da promessa de aumentar os postos de trabalho, atrair investimentos para as cidades e reduzir as desigualdades. Isso porque, qualquer que seja a área em que o Estado brasileiro faça um esforço de defender como essencial ao País, o argumento do combate à desigualdade social terá cadeira cativa nos documentos oficiais, nos pronunciamentos à imprensa e nas propagandas governamentais. Não que reduzir a extrema condição de desigualdade social do Brasil não seja um bom argumento. Pelo contrário, toda e qualquer ação de Estado deve ser orientada para tornar a distribuição de oportunidades mais equilibrada e justa. Mas, por outro lado, esse é o elemento perfeito

---

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-60224-16-fevereiro-1967-400926-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 16 de Agosto de 2021.

<sup>14</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1965-1988/del1191.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/del1191.htm). Acesso em 16 de Agosto de 2021.

para ofuscar a real intenção por trás de muitas dessas políticas públicas, especialmente aquelas dirigidas à expansão do mercado.

Em 1994 foi lançado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), durante o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso. O discurso que conduziu essa política reproduzia a imagem de um País que poderia crescer em proporções internacionais por meio do turismo. Na realidade, naquele momento ficava cada vez mais evidente a concentração econômica do turismo em algumas regiões do País em detrimento de outras, aspecto que se agravou nos anos seguintes na medida em que o setor foi se fortalecendo, como mostrou o estudo de Cruz (2018).

O PNMT impulsionou um tipo de desenvolvimento turístico que hierarquizou cidades a partir das suas pré-condições de infraestrutura básica e turística, tornando alvo de investimentos públicos os destinos que apresentavam melhor estrutura. Como avanço, era um Programa que atuava no fortalecimento das governanças locais, capacidade fundamental para promover o turismo, orientando as ações por metas e princípios definidos pela cadeia produtiva de cada lugar. Porém, cidades e regiões dotadas de menos recursos econômicos e de uma menor eficiência produtiva, mas especialmente aquelas que desinteressavam ao sistema capitalista pelo baixo potencial de acumulação financeira, acabavam passando longe das ações do PNMT.

No entanto, essa política já era resultado da implementação de uma ação que veio um pouco antes, no final dos anos 1980, mas que deixou ainda mais nítida as fronteiras que se estabeleceram durante o desenvolvimento da atividade por todo território nacional. Referimo-nos ao Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE), financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e com contrapartida dos estados, que em sua primeira fase representou uma política de turismo que fez as vezes de uma política urbana e regional, pois se dedicou à implementação de infraestrutura em localidades consideradas relevantes para o desenvolvimento do turismo (CRUZ, 2007).

O PRODETUR/NE chegou com a finalidade de estruturar o turismo na Região Nordeste, que sempre apresentou um histórico de carências sociais e econômicas, mas belezas naturais atrativas aos empresários do setor turístico-imobiliário. Faltava a esses empresários uma ação do Estado que viabilizasse os investimentos nas áreas de hotelaria, lazer e alimentação. Precisavam dos governos estaduais e municipais engajados para legitimar esses investimentos junto à sociedade, fazendo uso, como

já foi dito, de uma narrativa que usa a redução da desigualdade social como justificativa.

Por unir potência e carência, um antagonismo que faz todo sentido no sistema capitalista, o Nordeste era o endereço certo para recepcionar as ações do PRODETUR/NE. Destino de turistas nacionais e internacionais, além de possuir uma ampla oferta de força de trabalho precária e mal paga, foi nessa região onde o turismo foi mais seletivo. Segundo Cruz (2007), a implementação da primeira fase do programa favoreceu a chegada de grandes redes internacionais no litoral nordestino e o desenvolvimento de polos turísticos cercados de megacomplexos hoteleiros e de lazer. O processo e as consequências da implementação do PRODETUR/NE foram alvo de estudos de diversos autores, tais como Rodrigues (2001), Cruz (2005), Abreu (2010), Coriolano (2012) e Araujo e Abreu (2021), que alertaram para o crescimento acentuado de um modelo de turismo pautado no binômio sol e mar, acompanhado da modernização de espaços que foram incorporados pela atividade (aeroportos, rodoviárias, complexos de lazer, parques temáticos etc.).

É importante ressaltar que o crescimento vertiginoso do turismo na Região Nordeste nos anos 1990 gerou a exclusão de uma população que têm visto suas comunidades serem cada vez mais espremidas pelos empreendimentos turísticos. Enquanto isso ocorre, o Estado, ao legitimar tal dinâmica socioeconômica entoada no discurso “por um Brasil melhor”, é acusado de corrupto e ineficiente por essa população. Já o mercado, “deitado em berço esplêndido”, eleva-se a símbolo de prosperidade e de desenvolvimento, admirado por diversas camadas da sociedade, dos moradores da favela à classe média que mora de aluguel na praia.

Essa estruturação, segundo Bursztyn, Bartholo e Delamaro (2009, p. 81), “gerou uma nova divisão territorial entre a faixa litorânea, ocupada pelos grandes empreendimentos, e as áreas reservadas às comunidades locais tradicionais”. Importante entender que a relação entre essas comunidades locais e a cadeia produtiva do turismo costuma gerar diversos conflitos territoriais em função do modelo de desenvolvimento turístico ali adotado. No auge da implementação do PRODETUR/NE, os projetos de hotelaria na região, por exemplo, não se preocuparam em possuir vinculação ou reconhecer a existência dos espaços populares e comunidades circunvizinhas (CRUZ, 2007). Só alguns anos mais tarde que essa pauta começou a transitar no Governo Federal, sobretudo em 2003 após a criação do MTur

e, no ano seguinte, quando ocorreu o lançamento da primeira edição da Política Nacional de Turismo.

Como o governo brasileiro que se iniciava naquele período investiu em diversos programas sociais relacionados ao acesso à renda e à moradia, tentou-se implementar a Política Nacional de Turismo no mesmo tom. No discurso, era a oportunidade para o turismo atuar no fortalecimento da economia em uma escala popular de localidades com alto índice de vulnerabilidade e, com isso, contribuir para a melhoria de indicadores sociais importantes nessas áreas (MTUR, 2004). A política tinha como principais estratégias, a descentralização, a gestão coordenada e o planejamento integrado e participativo, princípios que já haviam aparecido em políticas passadas.

Desenhava-se, então, um discurso que ia além do combate à desigualdade social como instrumento legitimador e incorporava a importância da participação popular como caminho para gerar desenvolvimento para o País. Porém, aproximar a atividade turística da esfera participativa não era uma tarefa simples, principalmente por envolver segmentos sociais que não estavam acostumados com um nível de participação que ia além da consulta.

O presidente à época, Luiz Inácio Lula da Silva, sinalizou o interesse de tornar efetivos esses princípios e, para isso, extinguiu a premissa da municipalização empregada no governo anterior, do presidente Fernando Henrique Cardoso, adotando uma abordagem regionalizada do turismo que visava à inclusão de localidades e populações que ainda estavam invisíveis aos olhos do turismo tradicional. Esta abordagem consistia em “transformar a ação centrada na unidade municipal em uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar o processo de desenvolvimento local e regional, estadual e nacional de forma articulada e compartilhada” (MTUR, 2004, p. 11).

A regionalização do turismo pressupunha a integração dos municípios que estão agrupados territorialmente por região, em um esforço de potencializar o desenvolvimento da atividade. Diferente do que ocorreu com o PNMT, a intenção era expandir os efeitos positivos do turismo aos municípios que ainda não estavam estruturados, mas que apresentavam potencial para a atividade. O governo tentava demonstrar que não queria concentrar o desenvolvimento do turismo em lugares específicos, mas estimular o trabalho integrado entre municípios e suas estruturas políticas não é algo simples. As primeiras experiências do MTur geraram conflitos e

entraves locais/regionais que demandaram a implementação de um novo programa, com uma metodologia apropriada e sistemática, assim como ocorreu com o PNMT e com o PRODETUR/NE.

Dessa forma, em 2004, é lançado o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil (PRT). Segundo o MTur (2004), o programa foi resultado de um amplo esforço de articulação entre o Governo Federal, o *trade* turístico, a academia e a sociedade civil organizada. O objetivo do PRT era “apoiar a gestão, estruturação e promoção do turismo no País, de forma regionalizada e descentralizada” (MTUR, 2013, p. 24). Para viabilizar a execução do PRT, naquele período foram promovidas várias oficinas de planejamento nos estados brasileiros.

A partir dessas oficinas, foi apresentado o primeiro mapeamento da regionalização, com 219 regiões turísticas, inserindo 3.203 municípios/distritos brasileiros, descrevendo também as necessidades e potencialidades de cada uma das regiões. Em 2013, esse número cresceu para 303 regiões turísticas e 3.345 municípios. Em 2016, já na gestão do presidente Michel Temer<sup>15</sup>, alegando incompatibilidade de alguns municípios com os critérios exigidos pelo programa, o MTur reduziu drasticamente esse número, totalizando 2.115 municípios contemplados desde então (MTUR, 2017).

Mesmo com essa redução, o número de regiões e municípios que o MTur atestava estarem integrados à perspectiva da regionalização do turismo parece bem significativo. O que não significa que essas localidades tenham conseguido incorporar plenamente os princípios do PRT e estejam aptas a desenvolver a atividade turística de forma regionalizada. Até porque o número de municípios brasileiros que não possui políticas locais de turismo certamente é muito alto, o que dificulta a integração dessas localidades em modelos de gestão descentralizados e sistêmicos, como é o caso daquela proposta governamental. Mesmo assim, a regionalização exigiu novas posturas e novas estratégias na gestão das políticas públicas do setor, assim como mudanças no relacionamento entre as diferentes esferas do poder e a sociedade civil, cada vez mais atenta e envolvida com o desenvolvimento da atividade turística.

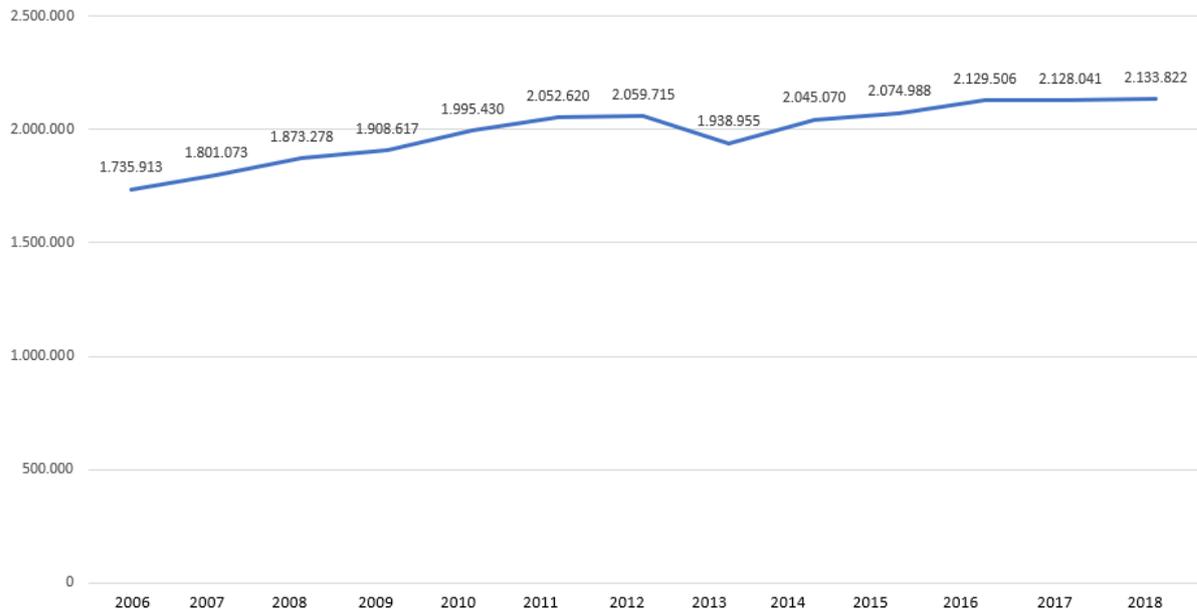
A implementação do PRT significou estabelecer um relacionamento entre todas as esferas da administração pública e a tentativa de inserção da sociedade civil e segmentos sociais, com foco na desconcentração e descentralização das ações no

---

<sup>15</sup> O então vice-presidente Michel Temer sucedeu a presidenta Dilma Rousseff após a mesma ter sido afastada mediante processo de impeachment.

País. Foi um esforço de gestão compartilhada para incluir populações pobres e marginalizadas em oportunidades geradas pelo turismo, como pode ser exemplificado pelo aumento significativo das ocupações formais na atividade nos últimos anos, um incremento de aproximadamente 30% de 2006 para 2018 (IPEA, 2020).

Gráfico 1 – Total de ocupações formais no turismo entre 2006 e 2018 (em milhões)



Fonte: Ipea (2020).

Embora esses dados tenham sido animadores, acreditamos que maioria dessas ocupações não acolheu aquela população que continua sendo extorquida diariamente de seus direitos básicos, a *ralé estrutural* (SOUZA, 2020). Então, apontar para o crescimento do emprego no turismo como um indicador de melhoria sem adentrar nas especificidades dessas ocupações ou no perfil social das pessoas que preenchem essas vagas é disseminar um discurso incompleto da realidade. Talvez por essa razão, o PRT tenha considerado a integração e a participação da sociedade como um elemento essencial nas fases de concepção, planejamento e implantação do Programa, pois são as pessoas que residem nos destinos turísticos as maiores afetadas pela atividade. Com isso, foi possível perceber a inserção de municípios nos circuitos turísticos regionais que antes nutriam pouca ou nenhuma relação com o turismo.

Em Pernambuco, por exemplo, foram criadas 14 rotas turísticas que reuniram o potencial de diversos municípios localizados em todas as regiões do estado. Porém,

apesar da ampla divulgação realizada nas centrais de informações turísticas, na mídia e entre as operadoras de turismo da região<sup>16</sup>, a operacionalização dessas rotas sempre foi um desafio. Empreendedores do setor de comércio e serviços de alguns municípios participantes alegavam que sequer sabiam da existência da iniciativa. Na prática, a inserção de alguns municípios se dava por meio do interesse da gestão pública municipal, mas ainda sem a devida articulação com a cadeia produtiva local. A regionalização, neste caso, acabava funcionando como um meio de ampla divulgação dos destinos turísticos, mas tinha um rebatimento muito tímido na sua organização e estruturação.

Assim como o PRT, todo programa ou projeto que se propõe a ser participativo “deve propiciar os meios e as condições para que os envolvidos possam atuar em todas as etapas do processo, discutindo, apresentando ideias, tomando parte na construção do consenso e na tomada de decisões” (BENI, 2006, p. 127). É bem verdade que as políticas públicas de turismo no Brasil nunca saíram efetivamente do discurso de combate às desigualdades sociais, assim como as outras políticas sociais implementadas durante os governos petistas que tiveram como foco questões mais complexas do que o turismo, tais como a moradia popular e o acesso à renda.

A atividade turística no País nunca mostrou vocação/disposição para se desenvolver a partir da participação de grupos sociais menos privilegiados e que tivessem voz nas decisões que o Estado deve ou não tomar no território para alavancar a atividade. Tampouco de romper com a imensa desigualdade social construída no País há tempos e que também ganha eco no mercado turístico nacional e internacional, respingando na divisão territorial e social do trabalho.

Embora o MTur tenha proposto uma política inclusiva, tendo as comunidades locais como principais beneficiárias do desenvolvimento turístico, percebemos que esse princípio ainda continua sendo fragilizado pela hegemonia de um turismo de massa e excludente, constituído por grupos econômicos nacionais e internacionais que influenciam as ações do Estado. Mesmo assim, a iniciativa do Governo Federal durante esse período estimulou o surgimento de novas alternativas e modalidades de turismo intencionadas a inserir diversos atores, inclusive grupos sociais mais pobres e que vivem em condições de vulnerabilidade social e econômica. Dentre as diversas

---

<sup>16</sup> Essas informações podem ser conferidas no Relatório de Ações feito pela Secretaria de Turismo de Pernambuco em 2012, disponível no link: <https://bit.ly/3mwGOsF>. Acesso em 21/04/2020.

propostas, o TBC tentou apontar alternativas ao modelo de desenvolvimento turístico já consolidado no País, como se pretende demonstrar nas seções seguintes.

### 3.3 A “VIAGEM DE INCLUSÃO” QUE CHEGOU AO FIM

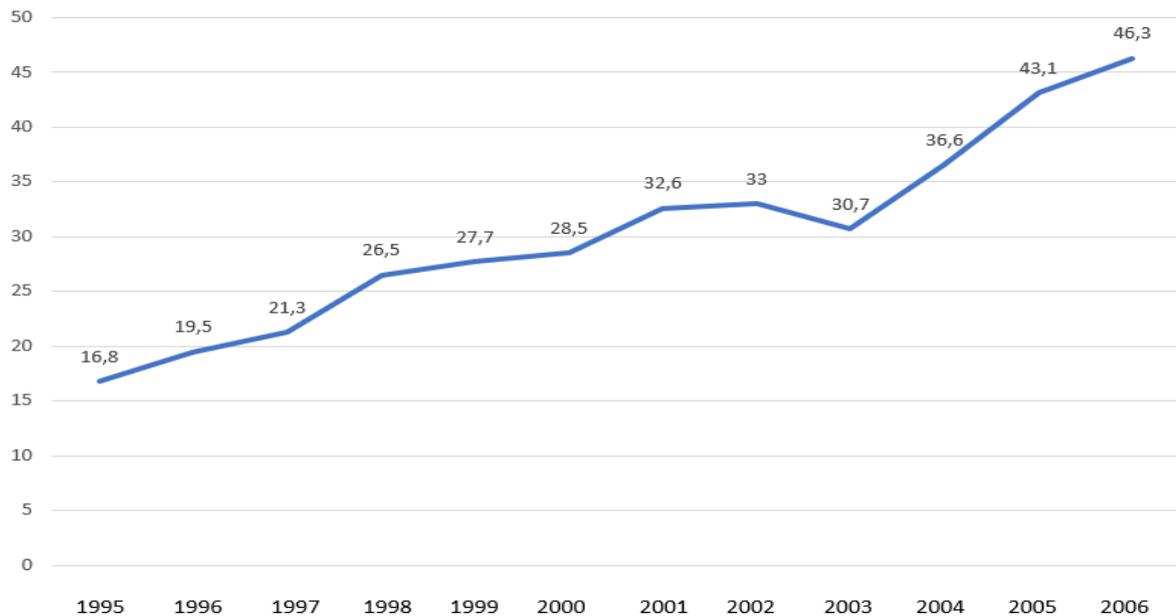
Uma nova edição do Plano Nacional de Turismo, lançada em 2007, tentou implementar as bases para uma gestão política participativa e descentralizada da atividade. Segundo o MTur (2007, p. 13), “o Plano é fruto do consenso de todos os segmentos turísticos envolvidos no objetivo comum de transformar a atividade em um importante mecanismo de melhoria do Brasil e fazer do turismo um importante indutor da inclusão social”. O discurso de combate à desigualdade, tão comum nas políticas anteriores, cede lugar para o da inclusão social.

Pensar em inclusão social é pensar também em exclusão social, a materialização da desigualdade brasileira. Segundo Escorel (1997), a exclusão social pode designar uma condição de carência, dificuldade de acesso, discriminação, vulnerabilidade e precariedade em qualquer âmbito da vida social. A exclusão social, ao se caracterizar como a extrema privação material, desqualifica seu portador, o excluído, retirando-lhe a qualidade de cidadão, de sujeito e de ser humano. Portanto, a inclusão é um desejo, uma realidade que só pode ser alcançada com grandes transformações sociais e políticas.

O PNT 2007–2010 propôs ser “uma viagem de inclusão”, apoiando-se na necessidade de inserir novos segmentos sociais na atividade turística, como as pessoas da terceira idade, a população negra, a comunidade LGBTQIA+, as pessoas com deficiência e os moradores das periferias. Nesse período, houve uma nítida mudança no enfoque das estratégias de crescimento do setor, pois o Governo Federal passou a priorizar o fortalecimento do turismo interno como o principal caminho que a atividade deveria trilhar para gerar inclusão social.

Essa mudança decorreu ao se constatar a importância das viagens domésticas para a economia brasileira, que em 2006 registrou 46,3 milhões de desembarques nacionais, número quase 10 vezes superior ao registrado no caso dos desembarques internacionais de turistas no mesmo ano, como pode ser observado no Gráfico 2:

Gráfico 2 – Desembarques domésticos no Brasil entre 1995 e 2006 (em milhões)



Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE (2006).

A prioridade pela inclusão social ficou clara no discurso do PNT 2007–2010, como mostra o seguinte trecho: “Trata-se de um importante estímulo para o turismo interno, que vai retribuir em empregos, desenvolvimento e inclusão social” (MTUR, 2007, p. 05). Embora tenha sido fundamental adotar o conceito de inclusão social nesta política, esperar que o desenvolvimento do turismo por si só consiga gerar inclusão social é negligenciar a importância de áreas mais estruturantes para a sociedade, como educação e saúde. Imaginar que uma comunidade que têm atrativos naturais ou culturais capazes de atrair um fluxo regular de turistas e visitantes, mas que possui uma escola precária e unidade de saúde sem médico, por exemplo, vai conseguir promover a inclusão social de seus moradores por meio do turismo é usar a atividade para ocultar as reais necessidades do local. No máximo, o turismo conseguirá estimular a inserção produtiva dessa população e a distribuição de renda na comunidade.

A maneira como a inclusão social foi abordada pelo MTur remete apenas à geração de trabalho e renda e a ampliação do acesso ao consumo como mecanismos de inclusão, o que não é suficiente para romper com a desigualdade social brasileira que o turismo ajuda a reproduzir. Segundo Escorel (1997), a geração de trabalho e renda deve ser apenas um dos indicadores que configuram um estágio de inclusão social, pois outros aspectos também são relevantes, tais como a garantia de direitos

sociais e políticos, universalidade da condição de cidadania, participação ativa da sociedade nos processos decisórios, igualdade de oportunidades, adoção de práticas e condutas sustentáveis, acesso a condições mínimas de habitação, educação, saúde etc.

Ainda que o discurso do PNT 2007–2010 tenha se concentrado na geração de trabalho e renda, Coelho e Sakowski (2014) lembram que a remuneração para os trabalhadores brasileiros que estão inseridos no turismo ainda é relativamente baixa e as condições de trabalho são limitadas. Na Tabela 01 é possível observar que mais da metade das pessoas inseridas em ocupações formais de turismo no Brasil entre 2012 e 2017 não ganhavam mais do que 03 salários mínimos (SM), e quanto maior a carga horária semanal de trabalho, maior o número de pessoas ocupadas.

Tabela 1 – Remuneração por horas trabalhadas nas ocupações formais de turismo entre 2012 e 2017

Horas trabalhadas por semana	Remuneração em SM	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Até 20 horas</b>	Ate 2 SMs	32.167	29.889	31.748	27.480	26.406	12.872
	2,01 a 3,0 SMs	1.174	1.504	1.218	982	756	370
	3,01 a 5,0 SMs	265	364	290	273	218	85
	5,01 SMs ou mais	263	293	252	197	152	75
<b>21 a 40 horas</b>	Ate 2 SMs	85.970	84.634	91.398	96.205	103.644	54.051
	2,01 a 3,0 SMs	31.394	31.969	34.887	33.292	31.310	15.765
	3,01 a 5,0 SMs	19.213	20.804	20.461	18.400	18.270	9.024
	5,01 SMs ou mais	39.379	38.830	41.332	38.854	36.090	18.699
<b>41 horas ou mais</b>	Ate 2 SMs	1.233.672	1.213.774	1.253.762	1.277.339	1.332.536	658.006
	2,01 a 3,0 SMs	303.310	310.609	337.229	344.448	322.636	163.667
	3,01 a 5,0 SMs	169.771	173.955	184.349	176.639	158.510	79.955
	5,01 SMs ou mais	64.156	65.205	68.733	63.356	55.610	26.534

Fonte: Ipea (2020).

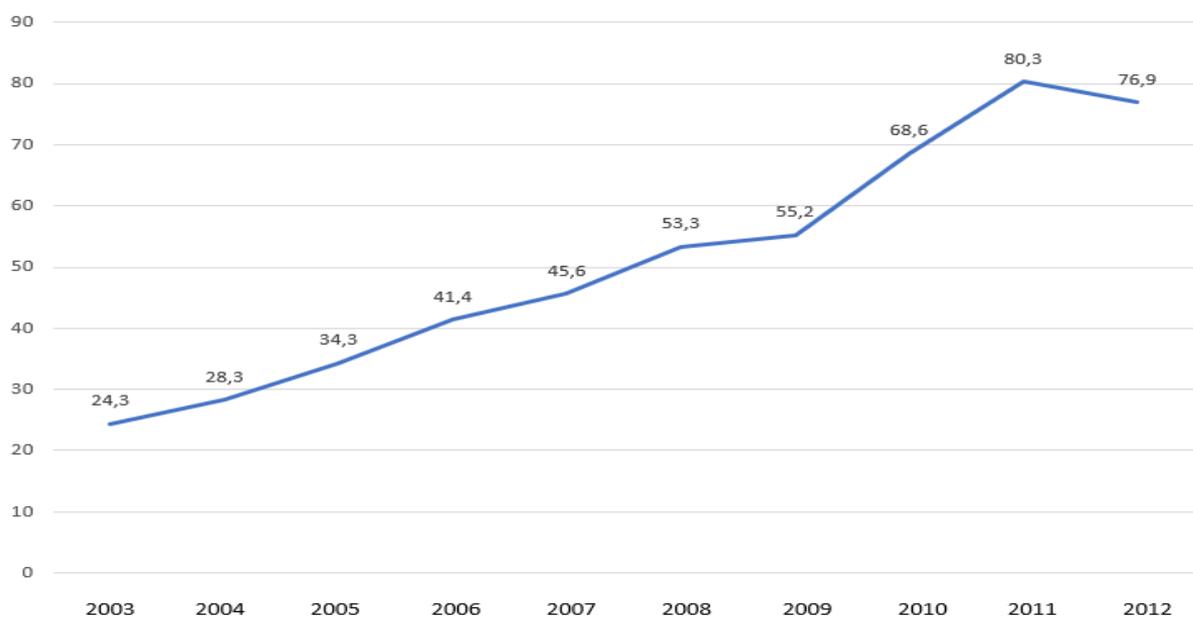
De toda maneira, é importante ressaltar que as estratégias expressas no PNT 2007–2010 sinalizaram uma mudança, embora incipiente em relação ao predomínio do turismo convencional. As diretrizes da política recomendaram que o cidadão fosse o principal beneficiado com o crescimento do mercado turístico nacional, ou seja, “traduz uma expectativa de resultados que vai além do lucro e da valorização do negócio simplesmente e priorize-se o bem-estar social” (MTUR, 2007, p. 15).

A proposta de descentralização das ações ainda contribuiu para fomentar uma rede de entidades e instituições em todo o País: Conselho Nacional de Turismo,

Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e os Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo. Essa rede envolveu o poder público nas três esferas de governo, além da iniciativa privada e do terceiro setor. A partir do modelo de gestão implantado, as metas traçadas para o Plano apontavam na direção de um crescimento sólido do turismo: i) preparar 65 destinos turísticos indutores com padrões mundiais de qualidade; ii) atingir a marca de 217 milhões de viagens no mercado interno; iii) criar 1,7 milhão de novos postos de trabalho; iv) gerar 7,7 bilhões de dólares em divisas para o Brasil (MTUR, 2007).

A implantação do PNT 2007–2010 chegou a apresentar resultados promissores. De 2003 a 2009, por exemplo, o setor de turismo cresceu 32,4%, enquanto a economia brasileira apresentou expansão de 24,6% (MTUR, 2012). Em 2012, segundo dados do *World Travel & Tourism Council* (2019), a participação econômica do turismo já representava 3,7%, cerca de U\$ 79 milhões, período em que o País começava a vivenciar um cenário de pleno emprego e de fortalecimento da produção nacional.

Gráfico 3 – Participação do turismo na economia brasileira entre 2003 e 2012 (em milhões)



Fonte: *World Travel & Tourism Council* (2013).

Em um País com a dimensão e a complexidade que possui o Brasil, é natural ver o turismo sendo encarado como uma das principais atividades econômicas, mesmo que os seus benefícios sociais sejam limitados. Apesar dessa preocupação,

o Plano Nacional de Turismo 2013–2016, lançado durante o governo da presidenta Dilma Rousseff, pareceu deixar um pouco de lado os investimentos na inclusão social e passou a se concentrar no estímulo ao turismo internacional, muito embora as diretrizes propostas nesta edição do Plano tenham continuado a acompanhar a perspectiva dos planos antecedentes: i) geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; ii) participação e diálogo com a sociedade; iii) incentivo à inovação e ao conhecimento e; iv) regionalização (MTUR, 2013).

As metas traçadas naquele governo tentaram elevar a relevância do País frente ao mercado turístico internacional. Uma das intenções era aumentar para 7,9 milhões a chegada de turistas estrangeiros, apoiando-se na possível retomada, ainda que lenta, do crescimento econômico nos países centrais, na continuidade de crescimento da economia dos países que fazem fronteira com o Brasil e a na realização dos megaeventos esportivos como a Copa do Mundo de Futebol, realizada em 2014, e os Jogos Olímpicos, em 2016. Já com relação ao turismo interno, projetava-se um aumento para 250 milhões de viagens domésticas, sinalização feita a partir do crescimento da renda interna e da melhoria em infraestrutura turística nacional consequente dos megaeventos esportivos.

Como visão de futuro, o PNT 2013–2016 queria posicionar o Brasil como uma das três maiores economias turísticas do mundo até o ano de 2022. Porém, passou a ser difícil acreditar na viabilidade desta visão de futuro após as mudanças que ocorreram no cenário político a partir de 2016 e que levaram ao golpe de Estado que destituiu a então presidenta por meio de um processo de *impeachment*, chegando até a eleição do presidente Jair Bolsonaro, em 2018, um verdadeiro representante da elite neoliberal brasileira, em sua versão mais conservadora, que, aos poucos, foi desestruturando as políticas sociais que foram pavimentadas nos governos que o antecederam. Essas políticas estavam possibilitando às camadas mais pobres da sociedade oportunidades claras de ascensão social em diversos setores da economia, a exemplo do turismo.

Atualmente, a gestão nacional do turismo abandonou a perspectiva da inclusão social, excluiu segmentos que eram considerados nos planos anteriores e voltou-se para o fortalecimento ainda maior do turismo convencional e de massa, sem nenhuma preocupação com os impactos negativos que esse modelo acarreta em áreas naturais ou em comunidades tradicionais. Por isso, recomendamos que estudos futuros analisem o discurso das políticas públicas de turismo que vêm sendo

implementadas pelo atual governo, assim como foi feito aqui, com as políticas dos governos anteriores, pois é preciso mensurar o nível de atraso que foi provocado no desenvolvimento do turismo no Brasil no período em curso.

Apesar dessa situação, ainda é possível observar que o TBC representa um dos legados deixados pelas políticas públicas de turismo implementadas pelos governos de Lula e Dilma. Alternativa ao turismo de massa, essa modalidade de turismo continua se expandindo em todo o País como uma estratégia adotada por populações mais pobres para resistir à pressão do mercado imobiliário e às políticas que contribuem para a concentração e a acumulação de renda em alguns destinos turísticos. É o que será demonstrado na próxima seção, no qual pretendemos discutir o conceito, seus antecedentes e as principais repercussões do TBC no Brasil.

## 4 VIAJAR É PRECISO: DE QUE TURISMO ESTAMOS FALANDO?

Esta seção inicia apresentando o estado da arte acerca do conceito de TBC, articulando possibilidades até chegar a uma proposta mais estruturada e que possa dar conta de todas as nuances geradas por esta modalidade de turismo, reconhecendo suas limitações práticas e teóricas. Em seguida, serão discutidos os seus antecedentes, passando pelo lançamento do Edital nº 001/2008 do MTur como importante evento que repercutiu na reprodução do espaço de diversas comunidades brasileiras. Ao encerrar, ensaiamos os primeiros passos para a construção de uma abordagem geográfica do TBC.

### 4.1 DESCONSTRUINDO PARA CONSTRUIR O CONCEITO DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA

As primeiras iniciativas de TBC surgiram no Brasil na década de 1990 nos estados de Santa Catarina, Ceará e Rio de Janeiro. Começaram de forma independente, sem apoio governamental, contando com a mobilização das capacidades e energias endógenas de comunidades tradicionais que viram no turismo uma oportunidade de melhorar de vida. A partir de 2003, a modalidade entra timidamente nas ações da Política Nacional de Turismo como uma possibilidade de incluir grupos sociais mais vulneráveis e gerar trabalho e renda para populações mais pobres.

Conceitualmente, o entendimento atual sobre a modalidade é fruto da combinação de características de outras formas de turismo, como o ecoturismo, turismo sustentável, turismo cultural, turismo de base local etc. Embora não seja objetivo desta tese promover uma discussão sobre essas modalidades, pretendemos chegar a uma definição de TBC que possa dar conta das possibilidades que a atividade vem oferecendo atualmente.

Na literatura atual é possível encontrar autores que utilizam a expressão Turismo Comunitário ao invés de Turismo de Base Comunitária, o que para esta pesquisa remete à mesma modalidade. Para a padronização do texto, será utilizada a segunda expressão por ser a mais referenciada entre as organizações públicas e privadas que implementam ações e projetos dessa natureza. É importante, porém, discutir alguns critérios que levaram à construção desse conceito e que podem, por

consequente, fazer a diferença no processo de interpretação das atividades e da forma como elas são operadas na escala local. Acreditamos que as primeiras definições de TBC que surgiram no Brasil, sobretudo em meados dos anos 2000, possam ter conduzido a atividade a um modelo ufanista de fazer turismo, que romantizou as comunidades e ajudou a ocultar as reais intenções dos incentivos governamentais e privados destinados ao desenvolvimento da atividade em questão.

Para um bom começo de conversa, será analisada a expressão “comunidades” como o cerne de todas as definições de TBC. Ela surge do latim *communitas* (comunidade, companheirismo) e de *communis* (geral, coletivo, compartilhado por muitos, relativo a todos, público). Essa expressão costuma ser utilizada em várias instâncias da sociedade e, por isso, seu uso sem um real compromisso metodológico tem causado certo enfraquecimento quanto a sua principal representatividade. Para Allan (2010, p.47), “o conceito de comunidade tem uma longa e controversa história em Sociologia. No nível cotidiano, exprime ideias de experiências e interesses compartilhados”. Ainda segundo esse autor, também transmite a ideia de solidariedade e de conexão entre pessoas que possuem características ou identidades sociais semelhantes.

Podemos dizer que o conceito de comunidades também expressa a vontade coletiva para mitigar problemas e buscar oportunidades. Porém, no mundo contemporâneo, percebemos uma evolução na abordagem do tema, principalmente após o surgimento das comunidades virtuais, normalmente engajadas a partir de afinidades de pautas, gostos, hábitos e interesses políticos. Além disso, o termo comunidade é utilizado por diferentes sujeitos (políticos, analistas sociais, líderes religiosos, acadêmicos e repórteres), uma vez que representa uma mistura de coisas vivas, compartilhadas no ambiente e que devem ser motivadas pela dádiva de repartir, pela reciprocidade e a interação entre os seus organismos (BEETON, 2006).

De acordo com Silva (2003), o conceito de comunidade empregado por muitos pensadores desde o século XIX abrange todas as formas de relacionamento caracterizadas por um grau elevado de intimidade pessoal, profundidade emocional, engajamento moral, coerção social e continuidade no tempo. Ou seja, para esses pensadores, a comunidade encontra seu fundamento no homem visto em sua totalidade e não separadamente nesse ou naquele papel social.

Bauman (2003) está entre os principais estudiosos que contribuíram para um aprofundamento da discussão sobre o conceito de comunidade. Para este autor, a

palavra guarda mais do que significado, guarda sensação, além de sugerir uma coisa boa, positiva, pois remete a um lugar seguro, onde todos se entendem bem e há liberdade para discutir e apresentar opiniões diferentes sobre qualquer questão que acometa os indivíduos que integram uma determinada comunidade. Complementando sua reflexão, Bauman (2003, p. 09) afirma: “[...] em suma, ‘comunidade’ é o tipo de mundo que não está, lamentavelmente, ao nosso alcance - mas no qual gostaríamos de viver e esperamos vir a possuir”.

Porém, essa busca tem um preço. O autor afirma que não ter comunidade significa não ter proteção. Mas, por outro lado, alcançar a comunidade poderá significar perder a liberdade (BAUMAN, 2003). Podemos, então, dizer que as ideias de comunidade e liberdade são conceitos opostos e em conflito na sociedade contemporânea? O que pode ocorrer é o indivíduo se sentir tolhido a refletir e agir a partir de outras perspectivas ou filosofias diferentes daquela que a sua comunidade é adepta. Em outras palavras, viver em comunidade requer uma harmonia social, intenções e desejos comuns e um maior controle de conflitos causados por opiniões ou perspectivas distintas entre os indivíduos.

Viver em comunidade nem sempre é uma escolha e, por essa razão, os conflitos são inevitáveis. Não é possível encarar as comunidades como blocos homogêneos, desprovidos de lutas de poder internas ou de valores concorrentes (BLACKSTOCK, 2005). Pensar dessa maneira é romantizar as relações que se estabelecem no seio dessas comunidades, desconsiderando os conflitos que ocorrem entre os seus integrantes e que interferem diretamente no desenvolvimento harmonioso de qualquer atividade. Isso se torna ainda mais complexo na construção de atividades que geram dinheiro e movimentam a economia dessas comunidades, como é o caso do turismo.

No Brasil, o conceito de comunidade ganhou força junto à Igreja Católica progressista. Segundo Lená (1999, p. 95), “na Amazônia, o termo chega a substituir a de aldeia, de povoado e acaba por nomear qualquer coletividade local”. A partir daí, se estruturou o conceito de “comunidades tradicionais<sup>17</sup>”, perspectiva que parece se

---

<sup>17</sup> Da Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais (PNPCT), instituída pelo Decreto Nº 6.040 de 07/02/2007, vem o entendimento de povos e comunidades tradicionais como sendo grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição.

aproximar das formas de operacionalização que alguns autores sugerem para o TBC. Porém, concordamos com Irving (2009) quando afirma que a ideia do TBC transcende a abordagem sobre as comunidades tradicionais. Para essa autora, a perspectiva de comunidade que interessa a essa modalidade de turismo deve favorecer a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade e que por essa via promove a qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento.

Tomando uma abordagem dialética, também podemos entender essas comunidades sob a ótica do conceito de espaços sociais de Lefebvre (2008). Para o autor, o espaço é um produto social resultado do conhecimento do processo produtivo e, portanto, o método dialético permite apreender as suas contradições. Quando os interesses locais ou internos de uma determinada comunidade vão de encontro aos interesses estabelecidos na escala global, as relações de produção são reproduzidas no âmbito do espaço social e, com isso, surgem novas contradições. No turismo, os interesses na escala local fundamentados na organização comunitária costumam ser conflitantes aos interesses da escala global da atividade.

Enquanto os integrantes de uma comunidade esperam que o turismo estimule a preservação do seu patrimônio e a geração de trabalho e renda, por exemplo, os operadores transnacionais de turismo direcionam as suas ações à padronização dos destinos e à busca pela prestação de serviços de alto padrão. Com isso, são privilegiados os interesses do mercado turístico em detrimento das necessidades reais dessas comunidades.

Portanto, com base na perspectiva lefebvriana, o conceito de comunidades pode remeter a um espaço social que se constitui por meio das relações que se estabelecem entre um determinado grupo de indivíduos que possuem interesses ou aspirações semelhantes. Organizam-se a fim de buscar alcançar os seus objetivos, sabendo que essa busca é repleta de contradições e conflitos que se originam a partir do momento em que certas atividades produtivas, como o turismo, navegam no seio dessas comunidades e, ao mesmo tempo, nas esferas globais que conduzem essa atividade a adotar modelos verticais de desenvolvimento.

Nessa direção, chegar a um entendimento sobre o conceito de TBC pode parecer algo simples, dadas as singularidades encontradas no termo, levando a reduzir rapidamente a abrangência de atuação desta atividade. Mais ainda, pensar

dessa forma pode colocar este estudo diante de um retrato incompleto da realidade que envolve a sua operacionalização.

Os estudos sobre o TBC ainda são incipientes, mas vêm ganhando importância nos países em que a economia nacional ainda é frágil ou encontra-se em processo de estruturação, como o Brasil. Isso ocorre pelo fato dessa forma de turismo ser encarada como uma saída aos problemas sociais que acometem as populações de regiões mais carentes e que costumam ter pouco espaço entre as iniciativas hegemônicas de turismo. Porém, é importante lembrar que o discurso do turismo como redutor de desigualdades ou promotor de inclusão social tem sido uma estratégia constante das políticas públicas de turismo implementadas nos últimos anos como forma de legitimar o modelo de desenvolvimento da atividade no País, ainda concentrador e excludente.

Desde que foi criado, costuma-se associar o TBC às experiências turísticas em comunidades carentes, favelas, aldeias indígenas, áreas rurais, assentamentos etc. Parece ser uma maneira de enquadrar as formas alternativas de turismo que não se encontram nos roteiros tradicionais das agências de viagem, por contemplar a participação de populações mais pobres na oferta de serviços, conforme explicam Bursztyn, Bartholo e Delamaro (2009, p.86):

[...] o turismo alternativo de base comunitária busca se contrapor ao turismo massificado, requerendo menor densidade de infraestrutura e serviços e buscando valorizar uma vinculação situada nos ambientes naturais e na cultura de cada lugar. Não se trata, apenas, de percorrer rotas exóticas, diferenciadas daquelas do turismo de massa. Trata-se de outro modo de visita e hospitalidade, diferenciado em relação ao turismo massificado, ainda que porventura se dirija a um mesmo destino.

A definição acima contrapõe o TBC ao turismo convencional, dito de massa. Embora sejam perspectivas, de fato, distintas, fundamentar o conceito de TBC a partir dessa oposição pode acabar levando o mercado consumidor a um entendimento limitado sobre o TBC. É muito comum que a expressão “comunitária” seja associada a iniciativas mais precárias, com menor qualidade, mas com uma organicidade e autenticidade que só acabam interessando a um fluxo de turistas alternativos, os famosos mochileiros, pois eles costumam não ter apego a padrões de qualidade na prestação de serviços e podem ser mais tolerantes quanto à sua ineficiência.

Conforme coloca Irving (2009, p. 108), “a reflexão sobre turismo de base comunitária, no Brasil, trazia em sua expressão um sentido marginal, periférico e até mesmo romântico, diante das perspectivas de um mercado globalizado e ávido por estatísticas e receitas”. A oposição ao turismo de massa está, na verdade, na escala de desenvolvimento da atividade, seja em relação à abrangência territorial, ao número de pessoas envolvidas ou de turistas atendidos pela iniciativa, por exemplo.

Outro aspecto relevante do conceito de TBC diz respeito ao nível de envolvimento da população local na gestão da atividade. Para Irving (2009, p. 111), essa forma de turismo só pode ser estimulada quando os integrantes da comunidade forem sujeitos e não objetos do processo. Ela ainda propõe que:

[...] o turismo de base comunitária, portanto, tende a ser aquele tipo de turismo que, em tese, favorece a coesão e o laço social e o sentido coletivo de vida em sociedade, e que por esta via, promove qualidade de vida, o sentido de inclusão, a valorização da cultura local e o sentimento de pertencimento. Este tipo de turismo representa, portanto, a interpretação “local” do turismo, frente às projeções de demandas e de cenários do grupo social do destino, tendo como pano de fundo a dinâmica do mundo globalizado, mas não as imposições da globalização.

Com base nessa definição de Irving (2009), estimular o sentimento de pertencimento deve ser um ponto crucial para gerar o engajamento de uma comunidade no desenvolvimento do TBC. Fazer com que os indivíduos sintam orgulho de pertencer a um determinado grupo social, superando a sensação de inferioridade em relação a outros grupos dominantes parece ser a perspectiva central do TBC. Não se trata apenas de estimular a participação das comunidades na oferta de bens e serviços turísticos, mas de fazer com que esse envolvimento alcance uma dimensão simbólica e que melhore a autoestima das pessoas que se engajam na atividade.

A *World Wide Fund for Nature* (2001, p. 02) faz uso do conceito de Ecoturismo de Base Comunitária e reforça a dimensão social na prática da atividade:

O termo ‘ecoturismo de base comunitária’ coloca a dimensão social em um estágio superior. Essa forma de ecoturismo, onde a comunidade local está envolvida e tem um controle substancial sobre seu desenvolvimento e gestão, permite que uma parte importante dos benefícios permaneça na própria comunidade.

Mitraud (2003, p. 23) também apresenta um conceito de Ecoturismo de Base Comunitária, entendido como aquele “turismo realizado em áreas naturais, determinado e controlado pelas comunidades locais, que gera benefícios predominantemente para estas e para as áreas relevantes para a conservação da biodiversidade”. Nesses dois conceitos, a característica que foi mais evidenciada diz respeito ao controle da comunidade local sobre as atividades que se relacionam com o turismo, a fim de garantir que elas sejam desenvolvidas conforme o interesse da população local, gerando benefícios aos atores com ela envolvidos.

Corroborando com essa perspectiva, Mendonça et al. (2010, p.3) argumenta que “a definição mais aceita de turismo de base comunitária pressupõe um alto nível de controle e uma porção considerável dos benefícios que deve estar nas mãos de membros das comunidades locais”. Embora Mitraud (2003) e Mendonça et al. (2010) não especifiquem quais tipos de benefícios são relevantes para as comunidades locais, é importante destacar que a geração de emprego e renda por si só não garante uma harmonia social por meio da atividade turística.

Outros aspectos precisam ser levados em consideração como a preservação do patrimônio cultural e natural, o empoderamento dos atores locais e o envolvimento dos mesmos como protagonistas no planejamento e gestão dos recursos turísticos existentes no âmbito de sua comunidade. Os representantes da Rede Brasileira de Turismo Comunitário – TURISOL (MENDONÇA, 2009, p.300) reforçaram essa discussão afirmando que:

Não se deve ver a atividade do turismo comunitário somente como a geração de renda e riqueza com uma visão empresarial, mas também como uma oportunidade para aperfeiçoar a organização comunitária, o desenvolvimento local e a co-gestão para preservar o patrimônio natural, cultural e as formas de vida tradicionais das comunidades e do seu território.

Na América Latina, alguns autores abordam o TBC como um modelo de gestão horizontal, em que a comunidade anfitriã é protagonista do planejamento e da execução das ações referentes à iniciativa. Entre eles, Jamal e Getz (1995) e Reed (1997) afirmam que o TBC precisa envolver diferentes atores no planejamento da atividade, tomando decisões de maneira conjunta. Já para McDonald e Joliffe (2003), essa modalidade de turismo tende a se desenvolver por meio de grupos cooperativos ou organizações comunitárias. E Wearing e McDonald (2002) sugerem uma relação

simbiótica, em que o turista é só uma parte do sistema, ao invés de ser o centro das atenções.

A partir dessa abordagem, o TBC deve ser encarado como um modelo de desenvolvimento e gestão do turismo na escala local. Nesse modelo é importante que diferentes atores (indivíduos ou organizações sociais) participem da atividade, desde o planejamento até a gestão das ações relacionadas ao turismo, a fim de que os seus interesses possam ser contemplados por meio do desenvolvimento turístico do lugar. Dessa forma, o TBC não pode ser caracterizado apenas pelas iniciativas empreendedoras por parte de integrantes de uma dada comunidade (pessoas que transformam sua residência em meio de hospedagem, por exemplo). Deve ser encarado como um modelo relacional e horizontal, que privilegia a governança comunitária como principal estratégia de desenvolvimento turístico, valorizando os agentes internos em detrimento dos agentes externos à comunidade.

No turismo, a governança pode ser entendida como uma “organização social que conta com a participação de representações do poder público, da sociedade civil organizada e de entidades empresariais vinculadas ao turismo em determinado território” (VIANA, 2012, p. 67). É por meio da governança que a destinação turística pode assumir a postura de sujeito do seu processo de desenvolvimento, articulando demandas e atendendo necessidades de todos os atores e agentes locais (QUEIROZ, 2005).

Esse arranjo socioinstitucional nos leva a uma “nova governança”, que diz respeito a uma nova forma de governar, com mais cooperação e horizontalidade, diferente do velho modelo hierárquico, no qual as autoridades do Estado exerciam sempre seu poder sobre o conjunto da sociedade civil (ZAPATA, 2009). Por meio de uma governança eficiente, a comunidade pode ser protagonista do processo de desenvolvimento do TBC, encaminhando pleitos, assumindo lutas, articulando demandas e atendendo necessidades de todos os atores e agentes locais.

Contudo, a operacionalização deste modelo não parece ser simples. O primeiro desafio é o de engajar as pessoas da comunidade em uma proposta de turismo. O discurso da geração de trabalho e renda é interessante e importante, mas é arriscado, haja vista que essa promessa pode não se concretizar totalmente ou mesmo não atender às expectativas geradas pelos indivíduos que serão envolvidos na proposta. É importante estimular a participação desses atores por meio de pautas mais amplas e igualmente relevantes à comunidade, como a preservação dos

recursos naturais e culturais locais, atração de investimentos públicos e privados a fim de melhorar as condições de infraestrutura do local, estímulo à qualificação profissional e o fortalecimento da identidade cultural ali existente.

Além disso, esse engajamento nem sempre ocorre a partir da própria comunidade. Em alguns casos, há a participação de agentes indutores que instigam, estimulam e orientam os atores locais no desenvolvimento do TBC. Esses agentes indutores podem ser representados por organizações sociais, instituições de ensino, coletivos, empresas privadas, institutos ou pelo próprio poder público por meio de programas e projetos de desenvolvimento turístico. É importante frisar que esses agentes não podem assumir o protagonismo das ações, mas sim, devem acompanhar o seu desenvolvimento e contribuir para a criação e o fortalecimento de uma governança local por meio de apoio técnico e/ou financeiro. Portanto, o agente indutor instiga, anima, orienta e mobiliza, enquanto a própria comunidade planeja, decide, executa e colhe os benefícios do TBC.

Algumas dessas questões parecem ter sido abordadas no conceito elaborado pelo MTur em 2008, quando o Governo Federal lançou um edital para apoiar iniciativas de TBC pelo Brasil:

[...] um modelo de desenvolvimento turístico, orientado pelos princípios da economia solidária, associativismo, valorização da cultura local, e, principalmente, protagonizado pelas comunidades locais, visando à apropriação por parte dessas dos benefícios advindos da atividade turística (MTUR, 2008, p. 01).

Mais adiante, os desdobramentos deste edital serão abordados, mas, a priori, é importante ressaltar que o reconhecimento do Governo Federal acerca da necessidade de apoiar alternativas de turismo que priorizaram o protagonismo das comunidades locais, tendo o desenvolvimento local como princípio, foi um avanço importante naquele período. Cruz (2009, p.101) afirma que “[...] o desenvolvimento local é um processo socializante, no qual as comunidades envolvidas são protagonistas de seu tempo e de seu espaço e não sujeitos hegemônicos”. Pensar no turismo como um indutor de desenvolvimento local é promover a inclusão social, discurso central das políticas federais de turismo que foram implementadas no período de 2003 a 2016.

Embora essa premissa não seja considerada em todas as modalidades de turismo, haja vista que o modelo hegemônico de desenvolvimento da atividade é

impulsionado pelos interesses do mercado, entendemos que é de suma importância a participação das comunidades locais no desenvolvimento dos destinos turísticos, abordagem presente na definição de TBC elaborada por Coriolano (2009, p. 282):

[...] aquele em que as comunidades de forma associativa organizam arranjos produtivos locais, possuindo o controle efetivo das terras e das atividades econômicas associadas à exploração do turismo. Nele o turista é levado a interagir com o lugar e com as famílias residentes, seja de pescadores, ribeirinhos, pantaneiros ou de índios.

Na visão da autora, uma das características essenciais para o desenvolvimento dessa atividade é o associativismo por meio de arranjos produtivos locais, etapa fundamental para organizar as iniciativas nas comunidades, como também para potencializar as oportunidades geradas pelo turismo. Coriolano e Lima (2003, p. 26) afirmam ainda que o planejamento do turismo deve ser “voltado para a escala humana, aquele que privilegia o ser humano, possibilitando o desabrochar de suas potencialidades, assegurando-lhes subsistência, trabalho, educação e condições de uma vida digna a todos os cidadãos”. A discussão trazida pela autora apresenta um cenário tido como ideal para o desenvolvimento do turismo em qualquer escala socioespacial e parece não considerar os antecedentes do desenvolvimento turístico no Brasil, cuja história é marcada pela exploração de recursos locais de forma a beneficiar os agentes do mercado.

Até aqui, entendemos que a proposta do TBC é fazer com que as comunidades busquem formas de promover uma transformação no espaço em que habitam, diminuindo processos de exclusão por meio do aproveitamento responsável dos recursos locais e do desenvolvimento de iniciativas mais inclusivas de turismo, que valorizem a identidade das pessoas, seu modo de vida e, como resultado, contribua para a dinamização das economias locais através da geração de trabalho e renda.

Atingir esse estágio de aproveitamento das potencialidades locais é um desafio para essas comunidades, que em muitos casos não possuem condições dignas de acesso aos meios materiais e técnicos para impulsionar o turismo de forma ordenada. Como forma de solucionar essa limitação, Guzmán e Cañizares (2009, p. 91) chamam a atenção para a criação de redes comunitárias que permitam a construção de um novo “modelo” de turismo, bem como do envolvimento de várias instituições:

[...] baseia-se na ideia de participação ativa da própria comunidade e, portanto, na necessidade de criar uma série de redes comunitárias que possibilitem a promoção desse tipo de turismo e, ao mesmo tempo, servem para estruturar a relação entre a comunidade local e os visitantes, para que esta possa responder a uma das principais motivações de sua viagem, que é a busca de novas experiências e o contato com outras culturas. Isto implica a necessidade de envolver diferentes atores, como as administrações públicas existentes na área geográfica, ONGs, universidades e a própria comunidade local, através da estruturação de cooperativas.

Como já foi abordado em outro momento, é de suma importância a existência de agentes indutores do TBC, especialmente as universidades e ONGs, por serem mais sensíveis aos problemas locais e ao processo de escuta das comunidades, o que pode levar à construção de uma proposta de turismo que atenda às necessidades das pessoas e consiga gerar benefícios diretos aos grupos envolvidos. Essa tentativa ganhou força no fim do século XX, sobretudo em países da América Latina, também impulsionadas por ONGs e redes de universidades, como afirma Maldonado (2009, p. 28):

[...] muitas delas tinham receio dos impactos nocivos do turismo, pois entendiam que as intervenções externas poderiam significar um aumento na sua dependência do mercado, um desmembramento de seus territórios, uma aceleração na perda de sua identidade cultural, um enfraquecimento de suas instituições e a coesão social que estas seguem.

Já o engajamento dos governantes e empresários locais nas iniciativas de TBC é geralmente mais difícil, pois, segundo Sampaio (2005), esses atores encaram a atividade de maneira vulgar, assim como ocorre com o turismo cultural, ecoturismo e turismo rural. Ou seja, para esses atores, as formas alternativas de turismo só conseguem sobreviver no âmbito local e não conseguem competir com as iniciativas mais hegemônicas, como o turismo de sol e mar. Ainda segundo Sampaio (2005, p. 113), o conceito de TBC:

[...] não se limita apenas à observação ou, ainda, à convivência com as populações autóctones, mas consiste também no envolvimento com os próprios projetos comunitários. O turismo comunitário se aproxima de uma experimentação alternativa ao modo de vida consumista. Ele é, potencialmente, uma estratégia de comunicação social que possibilita que experiências de planejamento para o desenvolvimento de base comunitária em curso, na qual a população

autóctone se torna a principal protagonista, resgatando ou conservando seus modos de vida que lhe são próprios, possam ser vivenciadas através da atividade turística.

Em outra publicação, o autor complementa afirmando que o TBC seria uma alternativa possível ao modo de vida consumista, pois, segundo ele, o seu principal atrativo é a convivencialidade, um tipo de hospitalidade de inspiração solidária que se tornou exótica no modo de vida urbano (SAMPAIO, 2008). Todavia, entendemos que não é possível garantir que as pessoas que praticam este tipo de turismo irão mudar os seus hábitos de vida, especialmente os de consumo, em função das experiências que tiveram nas comunidades que possuem iniciativas turísticas.

Ao nosso ver, o TBC deve ser encarado como um modelo de gestão da atividade turística na escala local, pois é assim que os estudos latino-americanos sobre TBC o consideram, ou seja, como uma estratégia de desenvolvimento e não como mais um segmento de mercado. Trata-se, portanto, de um modo de implementar o turismo ancorado nos valores já abordados anteriormente e que também são evidenciados por Ballesteros e Carrión (2007, p. 05):

Uma forma de gestão turística que combina três perspectivas fundamentais: uma sensibilidade especial ao meio ambiente natural e particularidades culturais, a busca pela sustentabilidade integral (social e natural) e o controle efetivo do turismo pelas comunidades. É, portanto, uma forma de implementar o turismo que busca equilibrar as dimensões ambientais e culturais, com a particularidade de uma gestão e organização ancorada nas comunidades.

Nessa mesma perspectiva, Pinheiro (2007, p.483) afirma que o TBC é “mais que um simples tipo de atividade turística praticada pelos visitantes, representa um modelo de gerenciamento turístico de caráter, sobretudo, inclusivo e que tem como desdobramento desse aspecto o oferecimento de produtos diferenciados”. Ainda na visão da autora, o TBC deve ser disseminado considerando suas características – protagonismo comunitário, organização comunitária e rentabilidade para os indivíduos envolvidos – e suas estratégias de desenvolvimento – turismo como atividade econômica complementar, posse da terra pela comunidade e conservação ambiental e cultural.

Para Maldonado (2009, p.31), o TBC é:

[...] toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade e na autogestão sustentável dos recursos patrimoniais comunitários, de acordo com as práticas de cooperação e equidade no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados pela prestação dos serviços turísticos. A característica distinta do turismo comunitário é sua dimensão humana e cultural, vale dizer antropológica, com objetivo de incentivar o diálogo entre iguais e encontros interculturais de qualidade com nossos visitantes, na perspectiva de conhecer e aprender com seus respectivos modos de vida.

Além das dimensões humana e cultural que foram destacadas pelo autor acima mencionado, é importante acrescentar as dimensões ética e educativa do TBC, pois ela não é apenas uma atividade produtiva, mas procura ressaltar o papel fundamental da ética e da cooperação nas relações sociais. Além disso, valoriza os recursos específicos de um território e procura estabelecer relações de comunicação/informação com agentes externos. Considera, portanto, a existência de uma relação dialética entre os turistas e a comunidade receptora.

Ao estabelecer relações de comunicação com agentes externos, é preciso tratar com cuidado as mensagens que serão produzidas a fim de caracterizar as iniciativas de TBC frente aos visitantes, turistas e organizações do mercado. Essa questão é importante para, de um lado, não transmitir uma mensagem fragilizada da comunidade e de seus integrantes e, do outro, para não conduzir essas experiências ao caminho do turismo convencional e de massa, proposta que entra em conflito com os princípios do TBC.

Chegando até aqui, já é possível afirmar que não existe uma definição amplamente aceita sobre TBC, porém, as principais abordagens teóricas sobre o tema apresentam alguns princípios similares e estão pautadas em dimensões antropológicas, sociológicas, econômicas, políticas, históricas e ambientais. Segundo o Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social (LTDS), da COPPE/UFRJ (2011, p. 07):

A extensão geográfica e a diversidade de experiências encontradas no País também colaboram para a amplitude conceitual do TBC uma vez que este é usado para tratar de contextos tão diversos e diferentes quanto comunidades urbanas e rurais, podendo estar referido às populações tradicionais ou a amálgamas sociais compostos pelos movimentos migratórios e processos de exclusão socioeconômicos, entre outros.

De toda forma, apesar da heterogeneidade das experiências brasileiras, o MTur (2008) considerou algumas perspectivas que devem nortear qualquer proposta teórica ou prática de TBC: a autogestão; o associativismo e cooperativismo; a democratização de oportunidades e benefícios; a centralidade da colaboração, parceria e participação; a valorização da cultura local e, principalmente, o protagonismo das comunidades locais na gestão da atividade e/ou na oferta de bens e serviços turísticos, visando à apropriação por parte dessas dos benefícios advindos do desenvolvimento da atividade turística.

Mesmo ficando evidente o apoio do MTur no desenvolvimento do TBC no Brasil, as experiências latino-americanas estimulam a reflexão sobre a viabilidade dessas iniciativas. Os estudos de Maldonado (2009) evidenciaram graves restrições enfrentadas por estas comunidades, conduzindo-as a uma grande instabilidade e fraca competitividade no mercado. As deficiências mais destacadas pelo autor têm relação com a incursão das comunidades no turismo em situações de improviso, ausência de profissionalismo e desconhecimento do mercado e dos instrumentos de gestão de negócios.

Como consequência disso, temos uma preocupação já apontada anteriormente: as iniciativas de turismo em comunidades populares acabam passando a sensação de experiências mais frágeis, pouco organizadas e de baixa qualidade nos produtos vendidos e na prestação de serviços. Essa imagem acaba impedindo o crescimento mais substantivo do TBC no mercado turístico, sobretudo no Brasil, e a promessa de desenvolvimento local nas comunidades por meio da atividade turística pode acabar não se concretizando.

Em outros casos, dada a fragilidade na governança do TBC, estas comunidades que possuem iniciativas de turismo podem ser cooptadas por agentes externos, que exploram os recursos locais sem respeitar os princípios desse modelo de desenvolvimento turístico. Para Blackstock (2005), a literatura sobre TBC é irrealista e ingênua, pois essa proposta representa um mecanismo de cooptação de populações locais e não carrega consigo o propósito de transformar as atuais estruturas econômicas, políticas e sociais. Para ele, o TBC estaria focado em manter e alimentar o *status quo* da indústria do turismo, seduzindo comunidades por meio de um discurso apoiado em justiça social e redução de desigualdades e que na verdade está sendo dirigido por uma agenda de natureza neoliberal, travestida, porém, de valores que sugerem a construção do desenvolvimento local.

Apesar de considerar importante a visão crítica de Blackstock (2005), acreditamos que o TBC pode ser uma relevante alternativa econômica para amenizar problemas sociais e econômicos de comunidades pobres e ainda apoiar o fortalecimento das estruturas e instituições comunitárias. Porém, esta tese reconhece que acreditar que essas juras serão cumpridas pelo TBC sem maiores conflitos é desconsiderar a força e as contradições que o modelo hegemônico de desenvolvimento do turismo possui no Brasil. O turismo se apropria do espaço e o transforma em mercadoria, transformando valores de uso em valores de troca. Nesse processo, as populações mais carentes costumam ficar à margem das decisões que são tomadas no âmbito das relações entre Estado e mercado e acabam, com isso, sendo contempladas pelas ações das políticas públicas que prometem incluir, mas que na maioria das vezes garantem ao modelo hegemônico de reprodução do capital a extensão de sua apropriação.

Os estudos de Mitchell e Muckosy (2008) sobre o desenvolvimento do TBC em países como Bolívia e Equador demonstraram que apenas um pequeno número de projetos de TBC alcançou significativos benefícios em favor das populações mais carentes. Isso se deve às dificuldades que essas iniciativas apresentam para acessar o mercado tradicional de turismo, principalmente após o financiamento externo que muitas delas chegaram a receber por um determinado período. Se as iniciativas de TBC já não conseguiam competir com o turismo convencional quanto a sua escala de desenvolvimento, elas parecem também não ter fôlego para se sustentar sem apoios financeiros do Estado ou de instituições não governamentais internacionais.

Uma pesquisa realizada pela *Rainforest Alliance* e a *Conservation International*, em 200 projetos de TBC na América, revelou que a taxa média de ocupação dos meios de hospedagem existentes nas comunidades onde esses projetos foram implementados é de apenas 5%. A *Siécuya CBT*, por exemplo, projeto localizado no Equador, com fortes subsídios de uma empresa de extração de óleo, após 9 anos de operação, gerou apenas 200 dólares para o fundo comunitário. As duas principais causas do colapso financeiro são: dificuldade de acesso ao mercado e má governança (FABRINO, 2013). Sobre a questão da governança, podemos inferir que muitas comunidades possuem padrões tradicionais de autoridades já estabelecidas e que entram em choque com os princípios da gestão participativa, pré-requisito do TBC para muitos autores.

Acerca da dificuldade que as iniciativas de TBC encontram para acessar o mercado, é importante dizer que a questão não é das mais simples. A proposta da atividade pressupõe uma independência dos arranjos produtivos locais em relação ao mercado turístico convencional, que normalmente não está preocupado em atender os princípios do TBC que são constantemente pontuados pela literatura sobre o tema. O problema é que o mercado mundial do turismo, pautado em altas escalas de consumo de produtos e serviços turísticos, costuma priorizar a rentabilidade econômica das experiências locais e não os processos de construção e planejamento dessas experiências e o impacto que elas produzem no território e nas pessoas que ali vivem.

Apesar disso, é importante dizer que o turismo convencional ainda registra a maior possibilidade de gerar trabalho formal às comunidades tradicionais e mais pobres, como tem acontecido ao longo do litoral brasileiro com a absorção de mão de obra local pelos empreendimentos turísticos imobiliários, mesmo que essa absorção seja em ocupações de menor prestígio ou em subempregos. Ou seja, mesmo propondo ser uma alternativa contra-hegemônica, o TBC sozinho parece não ter fôlego suficiente para engajar as comunidades em um processo de mudança social e econômica consistente. Mais ainda, a fragilidade dessas iniciativas as torna suscetíveis de serem cooptadas por agentes externos às comunidades, sobretudo pelo mercado nacional e internacional que dissemina a ideia de que o turismo precisa existir a qualquer custo.

Contudo, acreditamos na capacidade de ativar energias endógenas que o TBC pode ter. De colocar na “vitrine” do desenvolvimento turístico as comunidades que necessitam de ações que aglutinem e fortaleçam as potencialidades locais, antes fora dos principais circuitos turísticos. Por isso, é importante conectar as comunidades pobres aos grandes fluxos turísticos.

Não se trata de abrir as portas das comunidades para o desenvolvimento irrestrito do turismo de massa, sem a devida inclusão dos moradores locais ou respeito a sua cultura e seus recursos econômicos e naturais. Trata-se de construir uma proposta integrada de turismo que não isole as populações mais pobres das oportunidades que o turismo convencional pode proporcionar, sobretudo se for pensado em uma escala de desenvolvimento contínuo. Um exemplo dessa integração é a experiência da Ilha Taquile, no Lago Titicaca, que inseriu as comunidades locais em uma das mais importantes rotas de turismo, capturando, assim, uma pequena

parcela do turista convencional (MITCHELL; MUCKOSY, 2008). Logo, o caminho não é isolar as comunidades pobres do turismo hegemônico, e sim estabelecer ligações entre eles com vistas a potencializar as iniciativas de TBC.

Entendemos que o TBC é uma iniciativa importante e qualquer definição deve levar em consideração as dimensões que serão exploradas nas seções seguintes. Por ora, esta tese propõe uma atualização do conceito de TBC, como sendo: *um modelo de gestão que ocorre em escala local no qual a atividade turística é controlada e determinada pela comunidade, de forma cooperada, sem deixar de se articular com o Estado e o mercado a fim de potencializar oportunidades de trabalho e renda para os seus habitantes e contribuir para fortalecer suas causas coletivas.*

Entre as definições aqui apresentadas, as que foram propostas pelo MTur (2008), quando do lançamento do Edital, e por Maldonado (2009), nos conduziram de forma mais direta a esta atualização. No entanto, vale ressaltar que as outras formas de interpretação do TBC aqui apresentadas também puderam acrescentar elementos importantes à nossa proposta conceitual.

## 4.2 ANTECEDENTES DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL

### 4.2.1 O Edital nº 001/2008 do MTur

O planejamento da atividade turística depende da atuação de diferentes atores da sociedade. O Estado é, sem dúvida, um dos personagens de maior relevância, pois interfere decisivamente no desenvolvimento do turismo em uma cidade ou região, sendo que a ele cabe o papel da estruturação das destinações turísticas por meio de projetos, ações e dispositivos de financiamento público, estratégias que são materializadas através das políticas públicas de turismo.

Como vimos, uma das prioridades estabelecidas pelas políticas públicas de turismo implementadas durante o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi a inserção das populações mais pobres nas oportunidades geradas pela atividade, uma tentativa de promover inclusão social por meio do turismo. Uma inclusão que não se limitasse a oferta de trabalho em grandes empreendimentos turísticos ou na geração de ocupações informais nas áreas de grande fluxo do País. As populações mais vulneráveis deveriam ter a oportunidade de desenvolver iniciativas próprias que

levassem a constituição de uma cadeia produtiva popular, mas organizada e qualificada.

Naquele período, o TBC foi o modelo encontrado para ampliar a oferta turística nacional ao fomentar projetos de desenvolvimento do turismo em comunidades tradicionais e de possibilitar às camadas mais pobres da sociedade a chance de melhorar de vida, uma vez que estudo realizado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2014, apontou que o Nordeste teve um incremento de 2,31% no número de postos formais de trabalhos gerados no setor de turismo tradicional. Porém, esse incremento se deu em ocupações precárias, que oferecem uma má remuneração e alta rotatividade, pois a maioria dos indivíduos normalmente possui baixo nível de escolaridade, predominando o ensino médio incompleto e fundamental completo (IPEA, 2020).

Portanto, o crescimento apontado pelo MTE, por si só, não representa uma mudança substancial na vida dessas pessoas. Fazendo uma analogia com o setor industrial, podemos dizer que elas representam o “chão de fábrica” do turismo, profissionais facilmente descartáveis pelo mercado por haver uma demanda elevada de indivíduos com as mesmas características e disposições para ocupar essas oportunidades. Basta observar os projetos de hotelaria incentivados pelo PRODETUR/NE na Região Nordeste ao longo dos últimos anos, que não se preocuparam com os impactos dessa expansão nos espaços e nas comunidades tradicionais, tampouco em incluir de forma qualificada essa população nas possibilidades geradas pelo desenvolvimento do turismo.

De acordo com Petrocchi (2001), o planejamento do turismo precisa ter como base a comunidade local, por isso é preciso envolvê-la na escolha de caminhos e alternativas, na tomada de decisões e na gestão e avaliação das ações de turismo. De acordo com Silva, Ramiro e Teixeira (2009), essa premissa pautou as discussões sobre o TBC no âmbito do Governo Federal, que foi provocado por iniciativas pioneiras no Brasil formadas por comunidades tradicionais que pretendiam diminuir a exploração operada pelo turismo convencional e construir um protagonismo que vislumbrasse melhorias significativas na vida das populações mais pobres.

Foi durante o 35º Congresso Brasileiro de Agências de Viagens, realizado em 2007, que se discutiu as possibilidades do TBC com a presença de técnicos do MTur, Ministério do Desenvolvimento Agrário, Ministério do Meio Ambiente, como também representantes das seguintes iniciativas brasileiras: Acolhida na Colônia (SC), uma

associação fundada em 1999 nas Encostas da Serra Geral em Santa Catarina que reúne inúmeras propriedades de agricultores familiares que oferecem serviços de alimentação, hospedagem e passeios de turismo rural; Projeto Bagagem (SP), uma ONG que surgiu em 2002 com o objetivo de promover visitas solidárias em comunidades tradicionais do interior dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais; e Fundação Casa Grande (CE), fundada em 1992 com o objetivo de realizar formação social de famílias residentes no Cariri cearense e promover vivências turísticas às comunidades tradicionais da região.

Esse movimento resultou em uma ação do MTur para estimular o surgimento de novas alternativas ao modelo convencional de turismo no País, culminando no lançamento de um edital de chamamento público para a seleção de projetos com vistas a fomentar e apoiar financeiramente as iniciativas de TBC espalhadas pelo Brasil. O edital foi publicado em 2008 e contou com o apoio das organizações envolvidas diretamente com a modalidade, sendo diversas vezes revisto e adequado por meio de consultas públicas e debates empreendidos no II Seminário Internacional de Turismo Sustentável, em 2008, realizado em Fortaleza (BRANDÃO, 2014).

Com este edital, o MTur pretendia fomentar as iniciativas existentes organizadas e/ou identificadas como de TBC pelo País, além de apoiar o fortalecimento de roteiros segmentados, com foco no território, buscando a qualificação, certificação, apoio à produção associada e o desenvolvimento local/inclusão social (MTUR, 2008). Esses objetivos deveriam ser alcançados tomando como base as seguintes linhas temáticas de atuação:

- I. Apoio à produção associada ao turismo: ações ligadas à melhoria da produção;
- II. Apoio à qualificação profissional: ações de aperfeiçoamento profissional e Empresarial;
- III. Apoio ao planejamento estratégico e organização comunitária: ações de mobilização e organização de grupos/comunidades;
- IV. Apoio à produção e à comercialização: ações de elaboração de instrumentos de promoção comercial, de participação em eventos/seminários e de desenvolvimento de roteiros turísticos de origem comunitária/solidária;
- V. Apoio às ações de fomento às práticas de economia solidária: ações de organização produtiva, apoio ao associativismo/cooperativismo, melhoria da

produção, gestão e comercialização, apoio à formalização dos grupos e sua inserção no mercado.

Além disso, o documento destacava que as iniciativas a serem apoiadas deveriam buscar a construção de um modelo alternativo de desenvolvimento turístico, baseado na autogestão, no associativismo/cooperativismo, na valorização da cultura local e, principalmente, no protagonismo das comunidades locais, visando à apropriação por parte dessas dos benefícios advindos do desenvolvimento da atividade turística (MTUR, 2008). A justificativa, portanto, concentrou-se no fortalecimento de iniciativas que optaram por uma atividade constituída por redes solidárias e justas, com foco no desenvolvimento local, tomando como exemplo a realidade de alguns países latino-americanos que já vinham estimulando o TBC como alternativa ao turismo convencional.

As experiências de vários países, como o Equador, o Peru e, principalmente, a Rede Tusoco da Bolívia, apontavam a possibilidade de desenvolver a atividade turística a partir de um modelo em que as comunidades locais participam ativamente do planejamento, da execução e do monitoramento das atividades turísticas e, como consequência, geram renda complementar e fortalecimento da cadeia produtiva local (HALLACK; BURGOS; CARNEIRO, 2011).

Houve uma propensão maior a apoiar as iniciativas que já existiam e que visavam o fortalecimento de grupos organizados que já produziam bens e serviços voltados a atender a demanda turística nas suas comunidades. Estavam habilitadas a participar do edital as ONGs, fundações, associações, OSCIPs (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público) e consórcios, além de órgãos e entidades da administração pública direta ou indireta dos Estados, Municípios e o Distrito Federal. Todas as entidades deveriam demonstrar expertise relativa ao turismo, ao desenvolvimento local e à inclusão social por meio da comprovação de trabalhos anteriores. Para a apreciação das propostas, cada entidade proponente deveria contemplar pelo menos uma linha temática e prever uma solicitação de apoio financeiro entre 100 e 150 mil reais, cujo prazo de execução do projeto não deveria ultrapassar 18 meses.

Como ressaltam Silva, Ramiro e Teixeira (2009), a previsão inicial era o recebimento de cerca de 100 projetos, com a seleção de 10 a 15 para apoio financeiro. Porém, foram recebidos mais de 500 projetos, superando as expectativas do Governo

Federal. As regiões Sudeste (34%), Sul (23%) e Nordeste (22%) foram as que mais enviaram propostas, dada a pré-existência de iniciáticas com potencial para o desenvolvimento do TBC. Participaram do edital várias entidades do poder público municipal e estadual, além de organizações sem fins lucrativos como ONGs, fundações, instituições de ensino superior, associações, cooperativas e outras entidades comunitárias. Os projetos foram selecionados por uma banca de especialistas, formada por representantes do poder público e de universidades. Para a seleção, foram priorizadas as propostas que apresentavam um recorte territorial bem definido, focando em grupos já organizados para o turismo, com estratégias claras de estímulo à participação da comunidade. Para a análise das propostas, foram considerados 9 critérios de avaliação (MTUR, 2008):

- I. Relevância estratégica do projeto para o desenvolvimento local;
- II. Contribuição da proposta à geração de emprego e renda;
- III. Coerência e adequação da proposta quanto aos objetivos, metas, metodologia, atividades e resultados esperados;
- IV. Caracterização da sustentabilidade econômica, social e ambiental;
- V. Articulação com outras políticas públicas;
- VI. Adequação do orçamento e do cronograma apresentado para alcance dos objetivos das propostas;
- VII. Adequação dos indicadores a serem utilizados para análise dos resultados do projeto;
- VIII. Competência e experiência prévia da equipe executora na área de desenvolvimento local; e
- IX. Apresentação de resultados obtidos na ampliação de projetos anteriores.

Assim, foram escolhidos 50 projetos: 25 para serem formalizados em 2008 e 25 para o ano seguinte. Em setembro de 2008, foi iniciada a formalização dos convênios, celebrados sob as diretrizes do novo marco legal para as transferências voluntárias de recursos da União<sup>18</sup>. Uma das principais inovações dessa alteração na legislação foi a implantação do Sistema de Gestão de Convênios e Contratos de

---

<sup>18</sup> Decreto nº 6.170, de 25 de julho de 2007 e Portaria nº 127, de 29 de maio de 2008.

Repasse do Governo Federal (SICONV), com a criação do Portal dos Convênios. O MTur foi um dos primeiros órgãos a adotar os procedimentos para a formalização de convênios no SICONV, o que implicou na imediata qualificação de sua equipe técnica, com participação em eventos e treinamentos para aprender sobre o funcionamento do sistema e repassar as orientações às entidades proponentes.

A decisão do MTur em apoiar o TBC considerou que a gestão da atividade turística deveria estar sob a responsabilidade das comunidades locais, aliado a indicadores que apontavam o sucesso de outras experiências que tinham sido apoiadas pelo órgão antes do lançamento do Edital. Além disso, Hallack, Burgos e Carneiro (2011, p. 22) alertavam para um interesse crescente da demanda turística internacional por experiências em comunidades tradicionais, onde “pesquisas nacionais e internacionais demonstram o interesse crescente dos turistas pela vivência de experiências com culturas diferentes e ambientes preservados, revelando a potencialidade das iniciativas de turismo comunitário no Brasil”.

Com o aporte do MTur ao TBC, as iniciativas esperavam que o desenvolvimento desta modalidade de turismo viesse proporcionar ganhos substanciais ao território e às pessoas que ali viviam, seja na geração de trabalho e renda, na valorização da cultura local e dos recursos naturais e na melhoria de infraestrutura básica estimulada pelo do fluxo de visitantes nas comunidades. Silva, Ramiro e Teixeira (2009, p. 363) relatam que “a interação entre a comunidade fortalecida em todos os aspectos da sustentabilidade e os visitantes externos é que pode gerar ganhos de bem-estar para a população local, assim como na experiência do visitante”.

A gestão das transferências dos recursos financeiros do Edital ocorreu no âmbito do Departamento de Qualificação, de Certificação e de Produção Associada ao Turismo (DCPAT) e da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo (SNPDTUR). É importante ressaltar que esse eixo de atuação está alicerçado, como foi enfatizado ao longo dessa pesquisa, às diretrizes do Plano Nacional de Turismo 2007–2010 – *Uma viagem de inclusão*, baseado em um discurso que alia o crescimento do turismo à distribuição de renda e ao desenvolvimento do território e das pessoas.

#### 4.2.2 Panorama das iniciativas de TBC apoiadas pelo MTur

Entre as iniciativas apoiadas, uma foi de âmbito nacional, o Projeto Bagagem. Ele se deu a partir da identificação de ONGs que são referências no Brasil por seus projetos em diversas áreas e, por meio delas, apoia a formatação de roteiros turísticos que estimulam a participação comunitária nas áreas atendidas pelas instituições identificadas. Segundo Bartholo, Sansolo e Bursztyn (2008, p. 374) “sua estratégia é apoiar a criação de roteiros turísticos que beneficiem prioritariamente as comunidades visitadas por meio da geração de renda e da participação direta da população local”. A ideia era estimular o fluxo turístico em comunidades que são atendidas por essas ONGs em seus projetos sociais.

O Projeto Bagagem ainda tem como propósito estimular outras ONGs a desenvolver experiências de TBC e de intermediar o diálogo com ministérios e secretarias estaduais para angariar apoio técnico e financeiro a fim de fortalecer a atividade no País. Os roteiros que surgiram por meio do Projeto Bagagem foram: Trilhas Griôs (Chapada Diamantina-BA), Amazônia Ribeirinha (Santarém-PA), Gurupá Terra das Águas (Gurupá-PA), Conexões Caiçaras (Guaraqueçaba-PR), Acolhida na Colônia (Região Rural de Santa Catarina), Lençóis Maranhenses, Fundação Casa Grande (Nova Olinda-CE) e Internacional 1 - Nordeste e Amazônia Rede TURISOL (Lençóis, costa cearense e Pará).

Uma exigência do Projeto era que as comunidades fossem proprietárias dos empreendimentos turísticos e, além disso, deveriam estabelecer modelos de gestão coletiva da atividade. Dessa forma, a governança local era de suma importância para que essas experiências funcionassem dentro dos princípios que o MTur definiu para o desenvolvimento do TBC no Brasil. Segundo a associação proponente<sup>19</sup>, o Projeto Bagagem tem procurado investir, sobretudo, na estruturação de novos núcleos de TBC com vistas à formação de redes e à qualificação dos atores locais para estimular a sua atuação na atividade turística.

O Projeto encontra-se ativo e é responsável atualmente pela gestão da Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário (TURISOL), tendo como estratégia de atuação a integração de três programas: i) rede de destinos de turismo comunitário por meio de parceria com organizações locais; ii) rede de comercialização, formada

---

<sup>19</sup> Disponível em: <https://www.projctobagagem.org/historico>. Acesso em 06/06/2019.

por parcerias com agências de turismo nacionais e internacionais, universidades ou organizações e; iii) rede de saberes, através da sistematização e divulgação de metodologias que tiveram êxito no turismo comunitário (SAMPAIO; COUTINHO; RODRIGUES, 2012).

Olhando os projetos aprovados por região, o Sudeste, com 16 projetos aprovados, foi a que teve o maior número de recursos investidos pelo MTur para fomento ao TBC. Isso se deve ao volume de projetos recebidos dessa Região durante o chamamento público (que também foi o maior entre todas as outras, com 170 ao todo), como também pelo fato de ser o Sudeste o território brasileiro com maior capacidade financeira e que reúne a maior oferta de equipamentos e serviços turísticos, recebendo o maior fluxo de visitantes nacionais e internacionais. Em 2018, o Sudeste recebeu mais da metade do fluxo doméstico de turistas no Brasil com 3.626.186 milhões de desembarques aéreos e terrestres nacionais e cerca de 90% do fluxo internacional com 9.395.974 milhões de desembarques aéreos internacionais, segundo dados do Anuário Estatístico do Turismo (MTUR, 2019).

Ao todo, 12 cidades foram beneficiadas nesta Região, sendo o Rio de Janeiro o município com o maior número de projetos. A capital fluminense aprovou 4 projetos, a maioria com foco na visitação às favelas cariocas, iniciativa que ganhou destaque no início dos anos 2000 com os roteiros intitulados de *favelatours*, que levam turistas para diversas comunidades cariocas. As cidades de Paraty e Angra dos Reis tiveram, cada uma, 3 projetos aprovados e tentaram aliar os aspectos culturais e históricos desses lugares às belezas naturais e ao turismo de sol e mar, principal segmento explorado nessas localidades.

O estado de São Paulo foi contemplado com 5 projetos, porém nenhum deles foi desenvolvido na capital paulista, município cujo foco do turismo se concentra nas viagens de negócios, na cultura e na arte, popular e erudita. Apesar de possuir um grande aglomerado de favelas, a cidade de São Paulo não possuía iniciativas de TBC nessas áreas em 2008, diferentemente do que ocorria no Rio de Janeiro. O interessante é que 1 projeto foi estruturado de maneira integrada com o Estado do Rio de Janeiro, pois o local de execução foi o Parque Nacional da Serra da Bocaina, que fica na divisa entre os dois estados, conforme pode ser observado no Quadro 3.

Minas Gerais, a exemplo de São Paulo, não teve nenhum projeto aprovado na sua capital. Foram três projetos contemplados, todos localizados em cidades do interior mineiro (Araponga, Rosário de Limeira, Fervedouro, Gouveia e Brumadinho),

que em 2008 já faziam parte dos principais exemplos brasileiros em governança turística e de organização comunitária. O objetivo principal dos projetos era o de agregar valor aos circuitos históricos e culturais já explorados na região e estimular o interesse pela visitação turística em áreas de relevância ambiental, com trilhas, cavalgadas e consumo de produtos e serviços oferecidos por famílias residentes na região. O Espírito Santo foi o estado com o menor número de projetos aprovados nesta região, com 02 iniciativas contempladas.

Como já foi pontuado, o principal discurso do MTur apresentado em 2008 no período do chamamento público para apoio às iniciativas brasileiras de TBC, assim como durante o lançamento do PNT 2007–2010, era o de minimizar as desigualdades sociais por meio da atividade turística e garantir a inclusão de comunidades mais vulneráveis. Porém, percebemos que os projetos aprovados na Região Sudeste parecem fortalecer os circuitos e destinos turísticos já consolidados na região, com exceção dos municípios paulistas que foram contemplados.

Quadro 3 – Relação dos Projetos de TBC Nacional e da Região Sudeste

ESTADO	PROJETO	AGENTE INDUTOR	SITUAÇÃO EM DEZ/2020
Nacional	Na bagagem, práticas de turismo sustentável (Apoio ao Turismo de Base Comunitária)	Associação Projeto Bagagem	Ativo
ES	Preservação do mangue e gastronomia nas Ilhas Caieiras (Ecobase Ilha das Caieiras)	Instituto Capixaba de Ecoturismo – ICE	Ativo
	Artesanato, história e turismo de base comunitária (Nossa Terra Nossa Arte)	Movimento Vida Nova Vila Velha – Move	Ativo
MG	Forró rural e vivência agroecológica com hospedagem caseira: uma mistura que dá ritmo (Boas Práticas para o Turismo Comunitário)	Centro de Pesquisas e Promoção Cultural – Cepec	Ativo
	Inhotim: o museu a céu aberto com produtos da comunidade local (Fortalecimento da Rede de Produção Comunitária para o Turismo em Brumadinho)	Instituto Cultural Inhotim	Ativo
	Iguarias para os olhos e o paladar: preciosidades do Circuito dos Diamantes (Implantação do Turismo de Vilarinho no Distrito de Cuiabá, Gouveia – Circuito dos Diamantes)	Associação dos Moradores do Distrito de Cuiabá	Ativo

RJ	Riquezas culturais e naturais (Promoção do turismo de base comunitária em Paraty: capacitação em gestão sustentável e qualificação profissional em meios de hospedagem)	Instituto Amigos da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica – IA-RBMA	Ativo
	Encontros entre Brasil e África na Vila do João (Vila Solidária)	Ação Comunitária do Brasil – ACB	Inativa
	Campings domiciliares – aproximando turistas e comunidade Ilha Grande (O Povo Aventureiro - Fortalecimento do Turismo de Base Comunitária)	Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – Fapur	Ativo
	Criatividade e solidariedade na produção artesanal do Morro do Cantagalo (Tecendo Redes de Turismo Solidário)	Associação das Costureiras Autônomas do Morro do Cantagalo	Ativo
	Brincadeiras solidárias: mudando a vida de jovens nas favelas (Turismo no Morrinho)	ONG Morrinho	Ativo
	Cultura, artes e paisagens na Ilha de Paquetá (Reviver Paquetá)	Casa de Artes Paquetá	Ativo
SP	Tesouros culturais das comunidades caiçaras, indígenas e quilombolas (Caiçaras, indígenas e quilombolas: construindo juntos o turismo cultural da Região da Costa Verde)	Associação de Moradores do Quilombo do Campinho da Independência	Ativo
	História, interação e lazer na Prainha Branca (Centro de Capacitação em Turismo e Hospitalidade de Base Comunitária da Vila da Prainha Branca, Guarujá)	Prefeitura Municipal de Guarujá	Ativo
	Interação entre turistas e comunidade no cotidiano (Turismo com Base Comunitária em Juquitiba (Vale do Ribeira, SP): Conciliando a Preservação da Mata Atlântica com Geração de Renda e Trabalho)	Vitae Civilis – Instituto para o Desenvolvimento, Meio Ambiente e Paz	Ativo
	Lazer e descoberta no litoral paulista (Apoio à Iniciativa de Turismo de Base Comunitária no Município de Peruíbe)	Associação Amigos de Bairro da Vila Barra do Una	Ativo
SP-RJ	Nas trilhas do Parque Nacional da Serra da Bocaina (Ecoturismo de Base Comunitária da Região da Trilha do Ouro)	Sociedade Angrense de Proteção Ecológica – Sape	Ativo

Fonte: Organizado pelo autor (2020) com base nas informações do MTur (2009).

Os projetos aprovados na Região Sul aproveitaram a tradição da área para o turismo rural, sobretudo nos municípios serranos, como pode ser notado na descrição

dos projetos apresentada no Quadro 4. Desde a década de 1990 que este segmento desponta como uma das principais alternativas às famílias que possuem pequenas propriedades agrícolas. Além disso, a Região possui uma expertise reconhecida em organização comunitária e trabalho cooperativo, o que favoreceu a disseminação do conceito de TBC entre os municípios contemplados.

Os Estados do Paraná e de Santa Catarina tiveram 3 projetos aprovados cada um, o Rio Grande do Sul vem logo em seguida com 2 projetos. Porto Alegre foi a única capital da região contemplada com 1 projeto, que também tem como foco o desenvolvimento de roteiros turísticos em propriedades rurais localizadas à margem do centro urbano.

Embora todos os projetos estejam ativos atualmente, na consulta ao Portal da Transparência foi identificado que nenhum deles possui situação regular junto ao MTur. O processo de prestação de contas da maioria encontra-se rejeitado ou em análise, sendo que as informações sobre o projeto de Joinville, cujo proponente é o poder público municipal, não se encontram disponíveis no Portal.

Quadro 4 – Relação dos Projetos de TBC da Região Sul

ESTADO	PROJETO	AGENTE INDUTOR	SITUAÇÃO EM DEZ/2020
PR	Turismo protagonizado por cooperativa de moradores no Litoral Norte do Paraná (Deslocamentos: Ecoturismo de Base Comunitária no Litoral Norte do Paraná)	Sociedade de pesquisa em vida selvagem e educação ambiental – SPVS	Ativo
	Hospedagem familiar solidária na conservação da floresta de araucária (Turismo Solidário – Conservando a Floresta com Araucária)	Instituto Agroflorestal Bernardo Hakvoort – IAF	Ativo
	Produtos artesanais e hospedagem domiciliar na Serra do Mar (Fortalecimento do TBC na Conservação de Modos de Vida de Comunidades do Rio Sagrado, Morretes, PR)	Academia (Fundação Universidade Regional de Blumenau – Furb)	Ativo
SC	Turismo de base comunitária: cânions e cultura colonial (Turismo: Estratégia de Sustentabilidade para o Sul de SC)	Associação dos Colonos Ecologistas do Vale Mampituba – Acevam	Ativo
	Roteiros acolhedores no meio rural (Destino Referência em Turismo Rural de Base Comunitária)	Associação Acolhida na Colônia	Ativo

	Desenvolvimento do artesanato: mudando o cotidiano das mulheres do campo de Joinville (Saberes e Fazer Artesanais das Mulheres Rurais de Joinville e Região de Santa Catarina)	Fundação Municipal de Desenvolvimento Rural 25 de Julho	Ativo
RS	Roteiro temático: Caminhos Rurais de Porto Alegre (Estruturação do Roteiro Caminhos Rurais)	Cooperativa de Formação e Desenvolvimento do Produto Turístico Ltda. – Coodestur	Ativo
	Cultura e religiosidade (Turismo rural solidário – Promovendo Desenvolvimento Comunitário Sustentável)	Grupo Interdisciplinar Ecopolis	Ativo

Fonte: Organizado pelo autor (2020) com base nas informações do MTur (2009).

Assim como ocorreu na Região Sul, o TBC já era uma realidade no Norte do Brasil antes do apoio do MTur. Desde a década de 1990, já havia experiências em diversas comunidades ribeirinhas que exploravam o turismo de pesca, passeios de barco pelos rios da região e estímulo à hospedagem domiciliar. Esse cenário foi aproveitado pelas instituições proponentes para pleitear apoio do Governo Federal a fim de disseminar outras iniciativas e, conseqüentemente, envolver outras comunidades tradicionais, que em muitos casos possuem poucas oportunidades de trabalho e renda fora da pesca artesanal, como pode ser conferido no Quadro 5:

Quadro 5 – Relação dos Projetos de TBC da Região Norte

ESTADO	PROJETO	AGENTE INDUTOR	SITUAÇÃO EM DEZ/2020
AM	Visitantes e ribeirinhos na preservação da região amazônica (PROJETO: Fortalecendo o TBC na Resex do Rio Unin)	Fundação Vitória Amazônica – FVA	Ativo
	Cotidiano das populações do Rio Negro (TBC no baixo Rio Negro: Bases para o Desenvolvimento Sócio-Ambiental)	Instituto de Pesquisas Ecológicas – IPE	Ativo
PA	Cultura ribeirinha cabocla – Reserva Tapajós, Arapiuns (Ecoturismo de Base Comunitária no Polo Tapajós)	Centro de Estudos Avançados de Promoção Social e Ambiental – Projeto Saúde e Alegria	Ativo

	Praia do Pesqueiro: hospedagem domiciliar no desenvolvimento da comunidade tradicional (VEM – Viagem Encontrando Marajó)	Associação das Mulheres do Pesqueiro – Asmupesq	Ativo
	Ecoturismo de base comunitária entre praia e igarapés (Cooperativa de Ecoturismo Comunitário de Curuçá)	Instituto Peabiru	Ativo
TO	Aventura, culinária local e artesanato de Taquaraçu (Plano de Apoio ao Turismo de Base Comunitária em Taquaraçu)	Prefeitura Municipal de Palmas	Inativo

Fonte: Organizado pelo autor (2020) com base nas informações do MTur (2009).

O Centro-Oeste foi a região como menor número de projetos aprovados, com 2 projetos no Estado de Goiás e 1 projeto no Estado do Mato Grosso, conforme consta no Quadro 6. Todas as iniciativas apoiadas visavam explorar a cultura e o patrimônio histórico existente nas cidades contempladas, pois no entorno desses atrativos há uma grande concentração de comunidades tradicionais que vivem das atividades agrícolas, sua principal fonte de renda. A intenção era que o TBC pudesse atuar como uma alternativa complementar às atividades primárias, já que o turismo na Região nunca foi uma das principais atividades econômicas. Também era preciso impulsionar o turismo em localidades menos badaladas pelos circuitos turísticos tradicionais e atrair mais turistas para os municípios contemplados.

Quadro 6 – Relação dos Projetos de TBC da Região Centro-Oeste

ESTADO	PROJETO	AGENTE INDUTOR	SITUAÇÃO EM DEZ/2020
GO	Aconchego no interior de Goiás (Valorização da Cultura Popular para o turismo em Pirenópolis)	Comunidade Educacional de Pirenópolis – Coepi	Ativo
	Sustentabilidade no Cerrado brasileiro (Um Vale Verde de Verdade)	Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado – Ipec	Inativo

MT	O pantanal na vivência cotidiana na Colônia Z-5 de Pescadores (Guardiões do Pantanal)	Secretaria de Estado de Trabalho, Emprego, Cidadania e Assistência Social do MT	Inativo
----	---	---	---------

Fonte: Organizado pelo autor (2020) com base nas informações do MTur (2009).

Ao lado do Sudeste, o Nordeste foi a região com o maior número de projetos aprovados, 16 ao todo, como ilustra o Quadro 7. Ao mesmo tempo, algumas experiências de TBC apoiadas pelo MTur tiveram menos sucesso. Dos 16 projetos, 05 encontram-se inativos, sendo que a maioria das experiências que conseguiram se estruturar está fora da faixa litorânea. Apenas 03 projetos desenvolvidos em comunidades de praia vingaram, sendo localizados nos Estados do Ceará, Bahia e Alagoas. Os demais projetos não conseguiram sobreviver por muito tempo e outros nem chegaram a ser implementados, muito em função da instabilidade do agente indutor ou pela inexistência de uma instância de governança nessas comunidades. Isso demonstra como a governança é um aspecto fundamental na estruturação dos projetos/iniciativas de TBC, pois é por meio dessa estratégia que é possível garantir maior mobilização e participação dos atores locais.

Quadro 7 – Relação dos Projetos de TBC da Região Nordeste

ESTADO	PROJETO	AGENTE INDUTOR	SITUAÇÃO EM DEZ/2020
AL	Bordando as tramas do turismo no Pontal da Barra (Plano de Desenvolvimento Estratégico)	Associação dos Moradores e Amigos do Pontal da Barra Amapo	Ativo
	Onde tem rede tem renda: artesanato e gastronomia na Comunidade do Riacho Doce (Tramas em Riacho Doce)	Instituto Magna Mater – IMM	Inativo
BA	Diversidade cultural e tradição oral (Trilhas Griôs de Lençóis)	Associação Grão de Luz	Ativo
	Comunidades pesqueiras e cultura afro-brasileira na Costa do Cacau (Base Local Ecoturismo – Promovendo o Turismo de Base Comunitária na Costa do Cacau)	Associação de Afro Desenvolvimento Casa do Boneco de Itacaré	Ativo
	Ecoturismo no Complexo Estuarino do Cassurubá (Ações Prioritárias para a Organização e Inserção Comunitária na Implantação e Gestão de Atividades Ecoturísticas)	Associação de Estudos Costeiros e Marinhos – Ecomar	Ativo

	no Complexo Estuarino do Cassurubá)		
	Patrimônio arquitetônico com desenvolvimento sustentável (Formação de lideranças para o desenvolvimento do turismo de base comunitária)	Associação de Condutores de Visitantes de Lençóis – ACVL Associação dos Empresários de T da C Diamantina	Ativo
CE	Turismo solidário: transformação pelos jovens (Promoção do Turismo Social e Cultural de Base Comunitária no Sertão do Cariri)	Fundação Casa Grande – Memorial Homem do Kariri	Ativo
	Sociedade, cultura e natureza: bases para o turismo solidário - Região costeira do Ceará (Turismo Comunitário: Afirmando Identidades e Construindo Sustentabilidade)	Instituto Terramar e Rede TUCUM	Ativo
	Associativismo: base para a sustentabilidade – Assentamento rural Tijuca Boa Vista/ Turismo Rural Comunitário do Assentamento Rural Tijuca Boa Vista	Centro Ecológico Aroeira	Ativo
	No Assaré de Patativa o turismo de base comunitária é poesia pura/Turismo Comunitário e Solidário no Assaré de Patativa	Universidade Patativa do Assaré	Inativo
	Sociedade, cultura e natureza: bases para o turismo solidário - Região costeira do Ceará/ Rede ecoturismo para a vida!	Instituto Ambiental Vira Mundo/Instituto Brasileiro de Tecnologias Sociais – IBTS	Inativo
	Turismo (solidário) de base comunitária nas comunidades Tapeba: histórias, costumes e gastronomia/ Aty – Turismo de Base Comunitária do Povo Tapeba	Associação para o Desenvolvimento Local Co-produzido – Adelco	Ativo
MA	Comunidade e turistas nos Lençóis Maranhenses: relações solidárias na promoção do desenvolvimento sustentável/ Central de Turismo do Município de Santo Amaro	Prefeitura Municipal de Santo Amaro	Ativo
PE	O artesanato e a economia solidária em Porto de Galinhas/ Potencialização do Turismo de Base Comunitária no Porto de Galinhas	Instituto de Apoio Técnico Especializado à Cidadania – latec	Inativo

RN	Manifestações culturais e práticas solidárias em Maxaranguape/ Outro Turismo Acontece: Turismo Solidário e Cultura Popular Nordeste	Associação para Equidade de Gênero e Transformação Social Zuleika Angel Jones – Associação Zuzu Angel	Inativo
SE	No Mangue Seco, práticas de turismo de base comunitária/ Estruturação e Fortalecimento do Turismo de Base Comunitária do Povoado Terra Caída	Sociedade de Estudos Múltiplos, Ecológica e de Artes – Sociedade Semear	Inativo

Fonte: Organizado pelo autor (2020) com base nas informações do MTur (2009).

Na presente seção, tentamos realizar uma caracterização panorâmica dos projetos de TBC apoiados pelo Edital nº 001/2008 do MTur a partir de um levantamento bibliográfico e documental. Outras informações mais descritivas em relação aos Projetos podem ser conferidas no Quadro Síntese construído e disponibilizado no Apêndice A.

Desse primeiro levantamento, surgiram algumas características que chamaram a atenção e, por isso, serão especializadas na seção seguinte, na qual ensaiamos uma primeira leitura geográfica do TBC no Brasil.

#### 4.3. ENSAIANDO UMA GEOGRAFIA DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA

A abordagem geográfica do turismo permite compreender a abrangência de seus impactos em diversos níveis e escalas. Possibilita ainda identificar os motivos que levam a apropriação de alguns espaços em detrimento de outros, analisar a intensidade e a intencionalidade dessa apropriação pelo Estado por meio das políticas públicas e pelo mercado através da dinâmica de transformação de recursos naturais e culturais em objetos de consumo.

Segundo Cruz (2001, p. 11-12), “toda análise sobre a participação do turismo na produção do espaço geográfico, ou seja, sobre a criação de territórios turísticos, deve considerar o conjunto de relações em que se desenvolve a atividade, bem como suas dimensões global e local”. Portanto, a ordem nacional e internacional dada ao desenvolvimento do turismo interfere, muitas vezes de forma irreversível, na escala de municípios e, mais a fundo, em comunidades que apresentam iniciativas de produção de bens e serviços para turistas.

Como proposta de recorte analítico, interessa-nos as relações entre Estado e mercado no Brasil que, apesar de terem se estabelecido na escala nacional nos últimos anos, encontram na escala local ou territorial a possibilidade de perceber seus rebatimentos nas populações autóctones e nos modos de vida desses. Foi por meio da implementação das políticas públicas de turismo que se influenciou o surgimento de iniciativas de TBC em diversas comunidades brasileiras. Políticas que foram efetivas no discurso, mas problemáticas na sua execução e repercussão no espaço.

O termo “espaço turístico” utilizado na maioria dos estudos sobre turismo atualmente, está diretamente relacionado às questões de ordem política que interferem na gestão do desenvolvimento turístico e, por isso, não explica os processos provocados pelos diversos agentes produtores do espaço turístico, dos quais o Estado é apenas um (BOULLÓN, 2002).

Assim, utilizamos a categoria de território no turismo proposto por Haesbaert (2011), visto que ela inclui não apenas as ações do Estado (poder público), mas também contempla as ações dos demais agentes produtivos do turismo e parece elucidar essa trama complexa que se estabelece nas comunidades em que o TBC se tornou uma alternativa, mas que ajuda a produzir relações de poder e conflitos que tonificam e personalizam aquele espaço geográfico. Para tanto, partimos de uma visão materialista e dialética de território, que para além do entendimento do mesmo como “uma base espaço-material sobre a qual se reproduz a sociedade”, percebe-o composto pelo conjunto das relações sociais que nele se concretizam (HAESBAERT, 2011, p.55).

Raffestin (1993) afirma que o território se forma a partir do espaço, sendo o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático em qualquer nível. Ou seja, ao se apropriar do espaço, concreta ou abstratamente, determinado ator estabelece relações de poder e nesta fluidez territorializa o espaço onde se projetaram suas ações. No TBC, podemos falar em múltiplos atores: Estado, mercado, organizações sociais locais e a própria população residente na comunidade. São as redes que se formam a partir da conexão entre esses diferentes personagens que vão desenhando a personalidade do território turístico.

Entendendo o espaço como uma instância da sociedade contemporânea, formado pelo movimento dialético entre forma e conteúdo, tanto pela relação indissociável entre objetos e técnicas (SANTOS, 2014), podemos afirmar que os agentes sociais e econômicos do turismo se apropriam e transformam o espaço em

territórios do turismo, revelando-os como destinos turísticos. Essa apropriação faz com que esse território transite entre escalas de desenvolvimento em uma velocidade típica do sistema capitalista. Os fluxos financeiros, os investimentos em infraestrutura, o crescimento do mercado imobiliário, as disputas de poder, os processos de resistência das populações autóctones e outros fenômenos vão conduzindo o território de lugar da vida e do cotidiano para o lugar do lazer, do consumo e da reprodução do capital, de uma forma mais ampla.

Essa perspectiva ganha coro em Souza (1995, p. 86) quando afirma que o território é:

Um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais que, a partir de uma complexidade interna, define, ao mesmo tempo, um limite, uma alteridade: a diferença entre o “nós” (o grupo, os membros da coletividade ou “comunidade”, os *insiders*) e os “outros” (os de fora, os estranhos, os *outsiders*).

Essas relações entre os *insiders* e *outsiders* do TBC configuram o território com base em caminhos impositivos, em que o Estado diz saber qual o melhor modelo de desenvolvimento turístico para as comunidades e essas, por sua vez, se submetem a tramas que ocultam os reais interesses do mercado, entre eles o de expropriar os custos de produção nos destinos turísticos e utilizar o TBC como um mecanismo de cooptação das camadas mais pobres que, por sua vez, vislumbram, pelo turismo, transformações que parecem nunca chegar.

Assim, o território se constitui por relações sociais projetadas no espaço, que formam e se dissolvem, que são estáveis ou instáveis, que têm regularidade ou periodicidade. São organismos construídos e destruídos socialmente. Isso seria o resultado da nova construção do espaço e do novo funcionamento do território, através daquilo que Santos (2002, p.16) chama de horizontalidades e verticalidades: “as horizontalidades serão os domínios da contiguidade, daqueles lugares vizinhos reunidos por uma continuidade territorial, enquanto as verticalidades seriam formadas por pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais”.

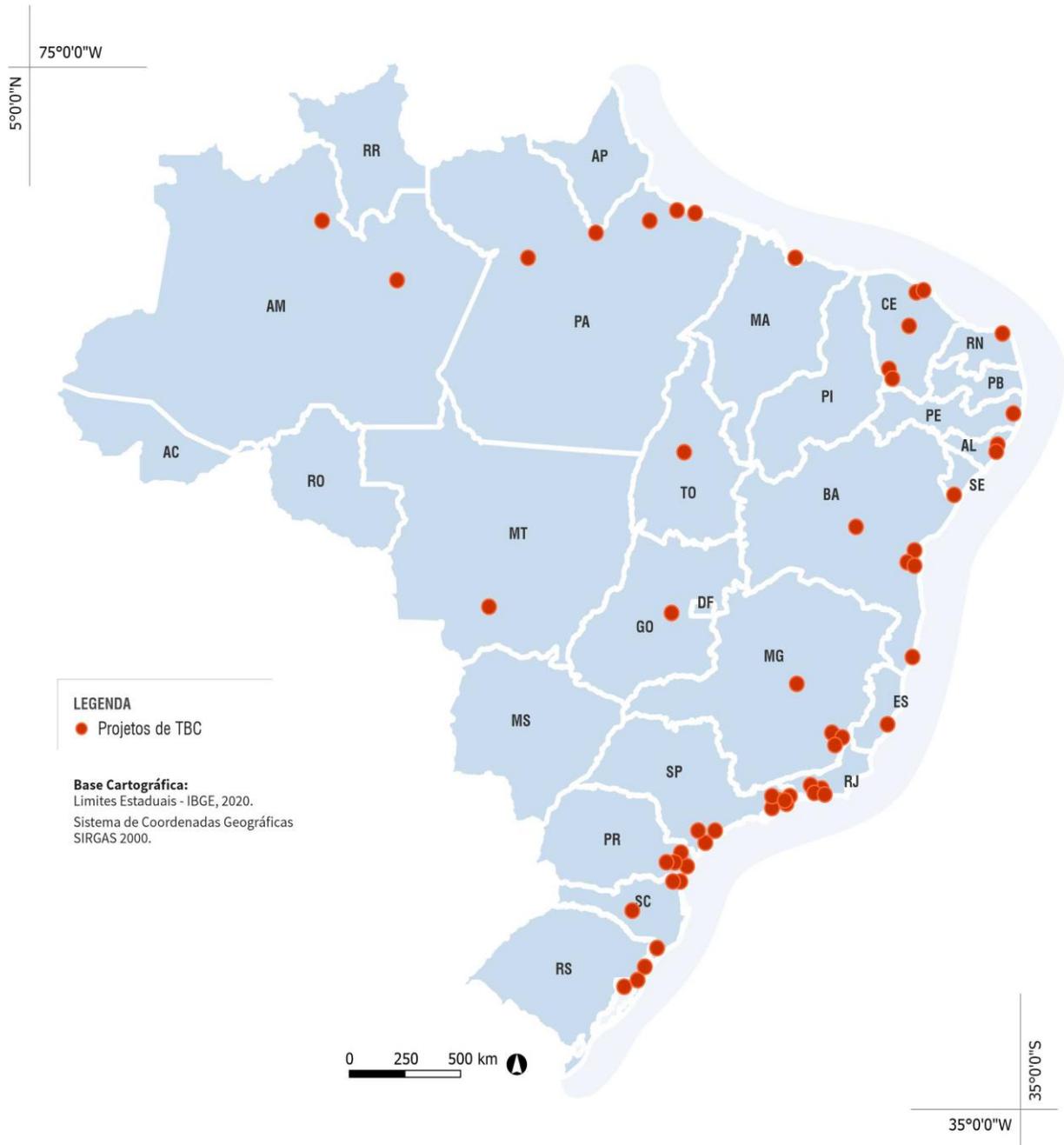
Ou seja, por analogia, as horizontalidades representam o conjunto de *insiders* e as verticalidades os *outsiders*. O TBC pode ser considerado uma horizontalidade na medida em que precisa ser determinado e controlado pelas comunidades, que têm dinâmicas próprias e tentam resistir à lógica de apropriação das estratégias globais de desenvolvimento capitalista, as verticalidades. Resistência, pois em muitos casos

essas iniciativas surgem como mecanismos de proteção ao território, do direito à moradia e de inclusão social. Mas, nessa perspectiva, são as verticalidades que vão conduzindo e cooptando essas iniciativas de forma invisível e silenciosa, em que Estado e mercado orquestram o modelo de desenvolvimento turístico do País, inclusivo no discurso e seletivo na operação.

O TBC até tenta causar “arranhões” nesse modelo, mas não modifica a lógica de apropriação do espaço turístico pelas corporações. Isso porque qualquer fissura causada por fenômenos econômicos alternativos já faz parte do script do capitalismo que os adapta à sua lógica, ou seja, previstas em um roteiro que gera expectativas contra-hegemônicas que não passam de caminhos que, mais cedo ou mais tarde, são apropriados pela lógica econômica global.

A partir dessa discussão, propomos uma primeira leitura com base na representação geográfica das iniciativas de TBC apoiadas em 2008 pelo Governo Federal. Foram 25 projetos executados em 2008 e 25 em 2009, perfazendo 50 iniciativas presentes em todas as regiões brasileiras. Apenas os Estados de Roraima, Amapá, Acre, Rondônia, Mato Grosso do Sul, Paraíba e Piauí não conseguiram ser contemplados com projetos aprovados, como pode ser observado no Mapa 2:

Mapa 2 – Distribuição espacial dos projetos selecionados no âmbito do Edital nº 001/2008 do MTur

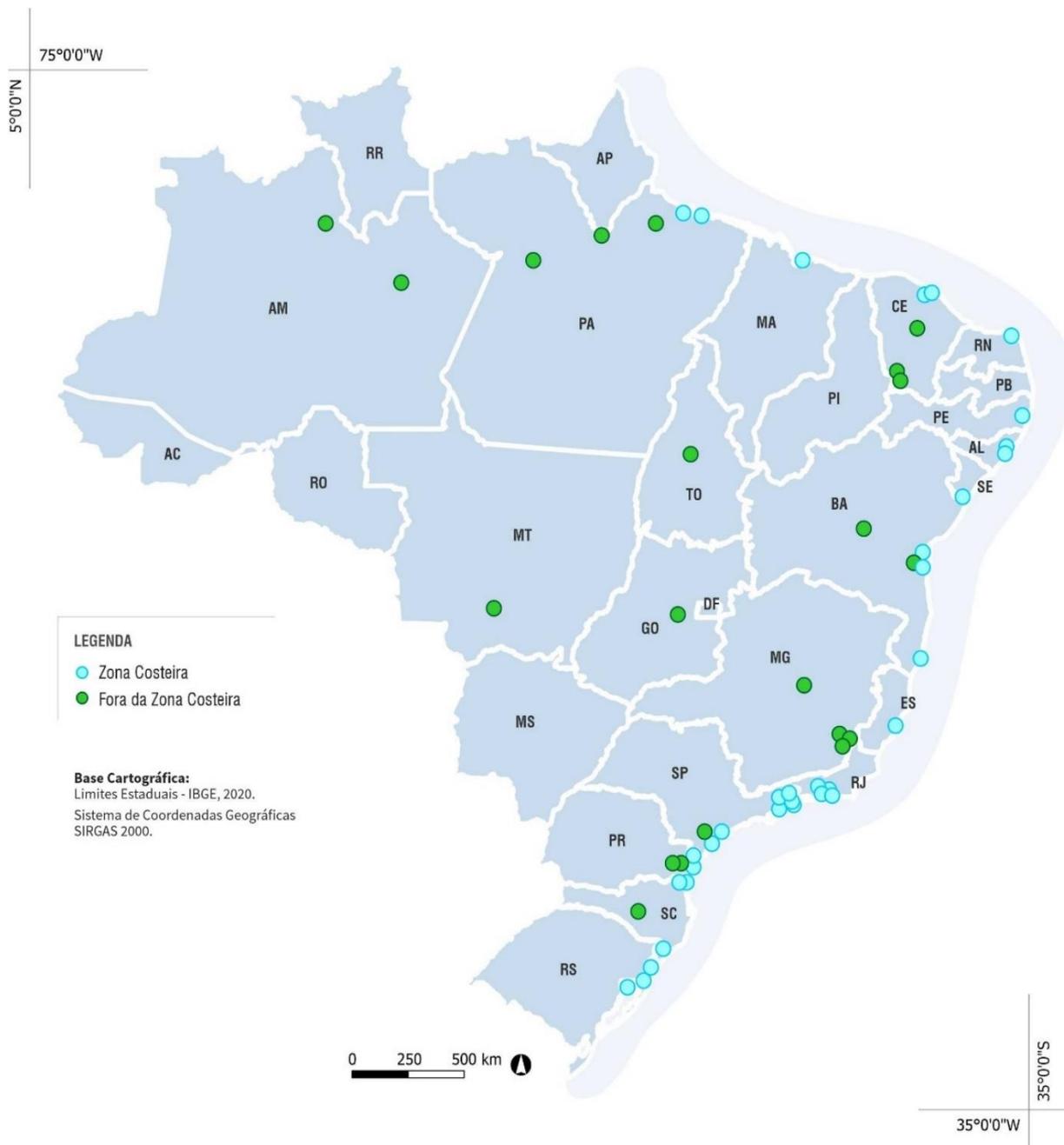


Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Em alguns desses estados, o turismo ainda não possui grande representatividade econômica, mesmo todos possuindo potencialidades naturais e culturais importantes. A falta de apoio local, o baixo índice competitivo e a fragilidade das organizações sociais e políticas nessas áreas pode ter sido um fator determinante para a não aprovação das propostas enviadas ao Edital, já que a governança era um critério de avaliação importante.

O Mapa 3 fornece uma compreensão sobre a referência locacional dos projetos aprovados. A pesquisa apontou que 67 municípios brasileiros chegaram a ser contemplados, o que significa que alguns projetos atuam em mais de um município, como ocorre com o Projeto Bagagem, cuja implementação se dá em 4 estados diferentes.

Mapa 3 – Referência locacional dos Projetos de TBC



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Desse universo, observamos que 50 municípios estão localizados na zona costeira do País, sendo que 49 são defrontantes com o mar, conforme classificação do Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro (MMA, 2019). Apenas 11 experiências estão localizadas em municípios situados fora do perímetro costeiro, geralmente no interior dos estados.

A valorização do litoral é um dos principais reflexos do modelo vertical e hegemônico de desenvolvimento do turismo no Brasil. São áreas que recebem os principais investimentos em infraestrutura e serviços para atender às demandas do mercado imobiliário e facilitar a circulação do capital, portanto territórios que acolhem as verticalidades de forma expressiva. Dantas et al. (2006) explica que a litoralização das cidades brasileiras intensificou a especulação imobiliária e o aumento do valor da terra, uma vez que residir próximo ao mar passou a ser um privilégio. Com isso, a interferência dos *outsiders* nesses territórios passou a ser cada vez mais profunda, acarretando na “expulsão” ou na transferência de muitas comunidades tradicionais que residiam nessas áreas, um processo de fragmentação social que deixa muito claro quais as porções do espaço que receberão mais atenção do Estado e quais servirão de reserva de mão de obra barata para o mercado.

O litoral é um espaço valorizado, não apenas pela diversidade de usos, mas por seu valor de troca. Segundo Moraes (1999, p. 21), o litoral se destaca “por uma apropriação cultural que o identifica como um espaço de lazer, por excelência”. São verticalidades na forma de usos “modernos” que fazem do litoral um novo objeto de desejo. Antes tido como um lugar de habitação e de trabalho das comunidades tradicionais e vilas de pescadores, agora o litoral se estabelece como lugar de negócios imobiliários e turísticos. Horizontalidades e verticalidades dialogam (nem tanto) nessa complexa trama que transforma a praia em um território cheio de conflitos e contradições.

No caso dos projetos de TBC aprovados na Região Nordeste, obviamente há uma clara preferência pelo litoral. A apropriação das cidades litorâneas nordestinas pelo e para o turismo também é fruto das estratégias neoliberais: incentivos fiscais, fortalecimento do mercado, incentivo às privatizações, como também é fruto das políticas públicas de turismo que foram implementadas nos anos de 1990, também de cunho neoliberal, como foi o caso do PRODETUR/NE. Araujo (2011), em um estudo realizado em todo litoral brasileiro, observou que essas cidades, sobretudo as do

Nordeste, tornam-se cada vez mais atrativas aos investimentos estrangeiros e mais competitivas e qualificadas para o turismo de sol e praia.

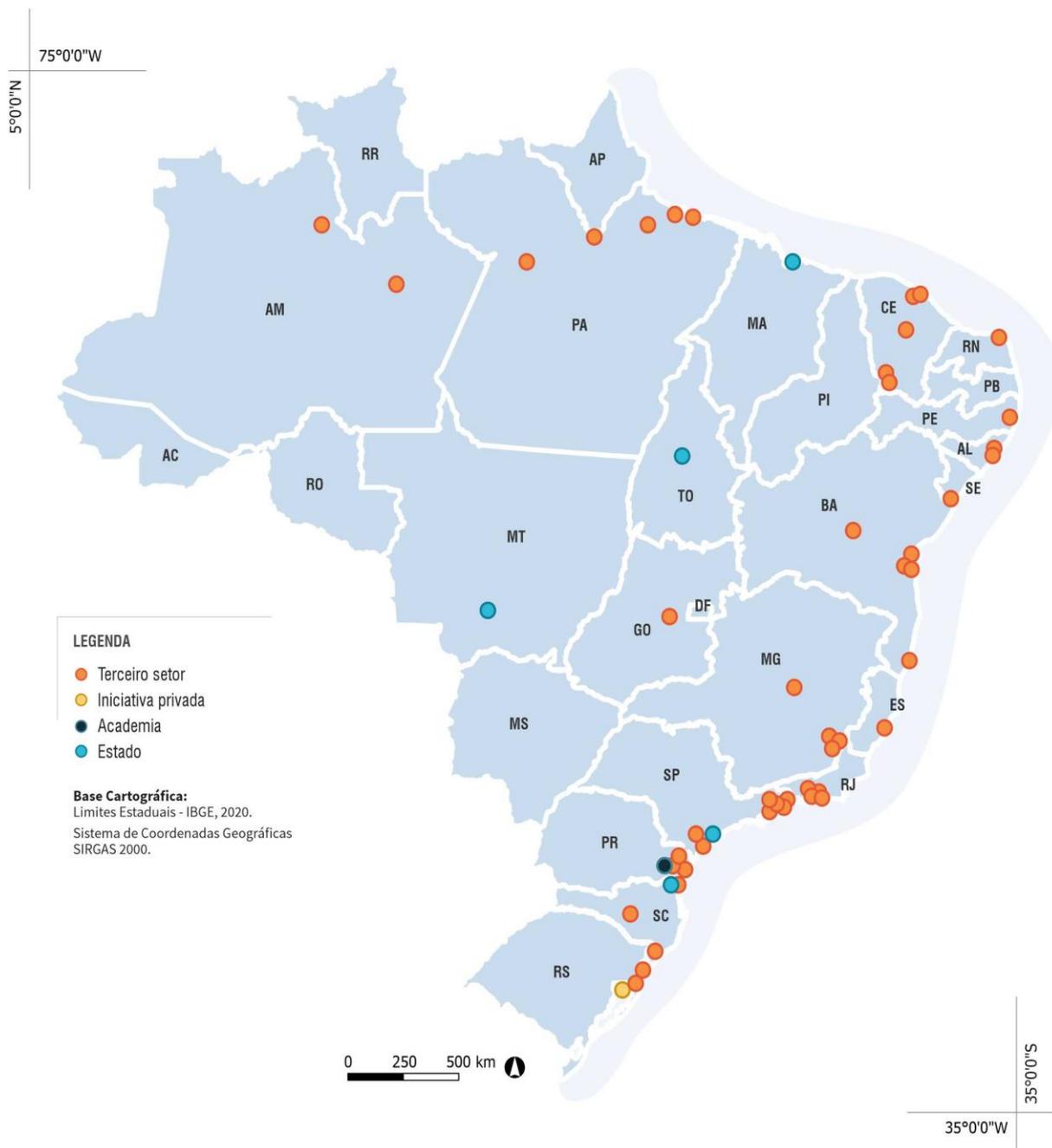
Apesar da preferência locacional dos projetos ter sido pelas áreas litorâneas, onde há o predomínio do turismo convencional, os agentes indutores contemplados, em sua maioria instituições de pequeno e médio porte do terceiro setor, como mostra o Mapa 4, demonstraram uma importante mobilização das comunidades para participar do Edital.

Mesmo havendo a possibilidade de participação de empresas do mercado tradicional, percebemos que houve adesão de apenas uma empresa, na Região Sul. Essa baixa aderência da iniciativa privada parece ocorrer devido ao seu vínculo com um modelo de exploração turística que pouco inclui as comunidades tradicionais. Outro fator que pode ter sido pouco atrativo para esta categoria de agente indutor diz respeito ao valor dos recursos disponibilizados pelo Edital, considerado baixo para a capacidade de investimento de muitas empresas do setor.

Embora não haja uma definição específica, os agentes indutores podem ser *insiders* representados pelo terceiro setor (organizações não governamentais, associações, institutos, cooperativas etc.) ou *outsiders* representados pela academia (universidades, faculdades e fundações de amparo à pesquisa), pelo Estado (governos estaduais e municipais que apresentam propostas por meio de suas secretarias e órgãos executivos) e pela iniciativa privada.

Segundo Fabrino (2013) a função destes agentes indutores é fundamental para a viabilização das iniciativas de TBC, pois eles são os principais responsáveis pelo processo de captação de recursos e financiamento de projetos por meio de editais. Além disso, os agentes indutores também podem atuar no processo de mediação de conflitos comunitários e na qualificação dos atores locais para atuarem na atividade turística.

Mapa 4 – Tipologia dos agentes indutores dos Projetos de TBC



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Os agentes indutores devem possuir o papel de impulsionar, mobilizar e apoiar a implementação das ações de TBC nas comunidades atendidas, como também estimular a participação comunitária nos processos de gestão da atividade turística local. São essas organizações que apresentaram propostas de apoio ao TBC frente ao MTur, receberam e administraram os recursos financeiros e prestaram contas ao Governo Federal no que se refere à execução do projeto. Eles atuam junto com as instâncias de governança locais (*insiders*), que, por sua vez, são responsáveis

pela gestão do projeto nas comunidades. Ocorre que muitos agentes indutores desempenham os dois papéis, de captação/administração dos recursos e de implementação/gestão dos projetos. Nesse primeiro levantamento não foi possível identificar quais os projetos em que o agente indutor desempenha essa dupla função, mas na quinta seção identificamos essa condição nos projetos cujos representantes foram entrevistados ao longo da pesquisa.

Ao observar o Mapa 4, é possível identificar que as organizações do terceiro setor conseguiram captar 84% dos projetos contemplados pelo Edital. O poder público, através das prefeituras municipais, captou 5 cinco projetos. A academia, por meio de universidades federais, aprovou 2 projetos e a iniciativa privada aprovou apenas 1 projeto.

A participação maciça do terceiro setor se deve ao valor médio relativamente baixo dos recursos disponibilizados por projeto (entre R\$ 100.000 e R\$ 150.000). Outro fator refere-se à característica dos projetos: direcionados para beneficiar comunidades com índices significativos de vulnerabilidade social e econômica e que normalmente são atendidas por organizações não governamentais, associações e instituições sociais presentes no território. São entidades que, em sua maioria, já possuíam atuações nas comunidades em que os projetos foram direcionados, o que as legitimava perante a avaliação do MTur.

Uma questão importante que foi observada no levantamento é que a maioria dessas instituições do terceiro setor não possuía uma vocação para o turismo, pois atuavam com atividades relacionadas à assistência social ou preservação ambiental. O TBC pode ter sido encarado como uma estratégia de potencialização do trabalho que essas instituições já desenvolviam, ou seja, uma maneira de integrar as outras atividades locais aos ganhos que eram esperados por meio do desenvolvimento turístico.

Ao mesmo tempo em que as instituições do terceiro setor conseguiam comprovar mais acessibilidade e poder de mobilização das comunidades, como também maior propriedade com relação aos seus problemas e potencialidades, elas apresentavam algumas dificuldades com relação à gestão fiscal do projeto.

Na pesquisa realizada ao Portal da Transparência do Governo Federal, apenas 5 projetos, do total de 35 ativos, encontram-se em situação regular perante o MTur. Os demais ainda estão em processo de avaliação da sua prestação de contas, ou mesmo inadimplentes. Nesse caso específico, o mesmo ocorre com os projetos

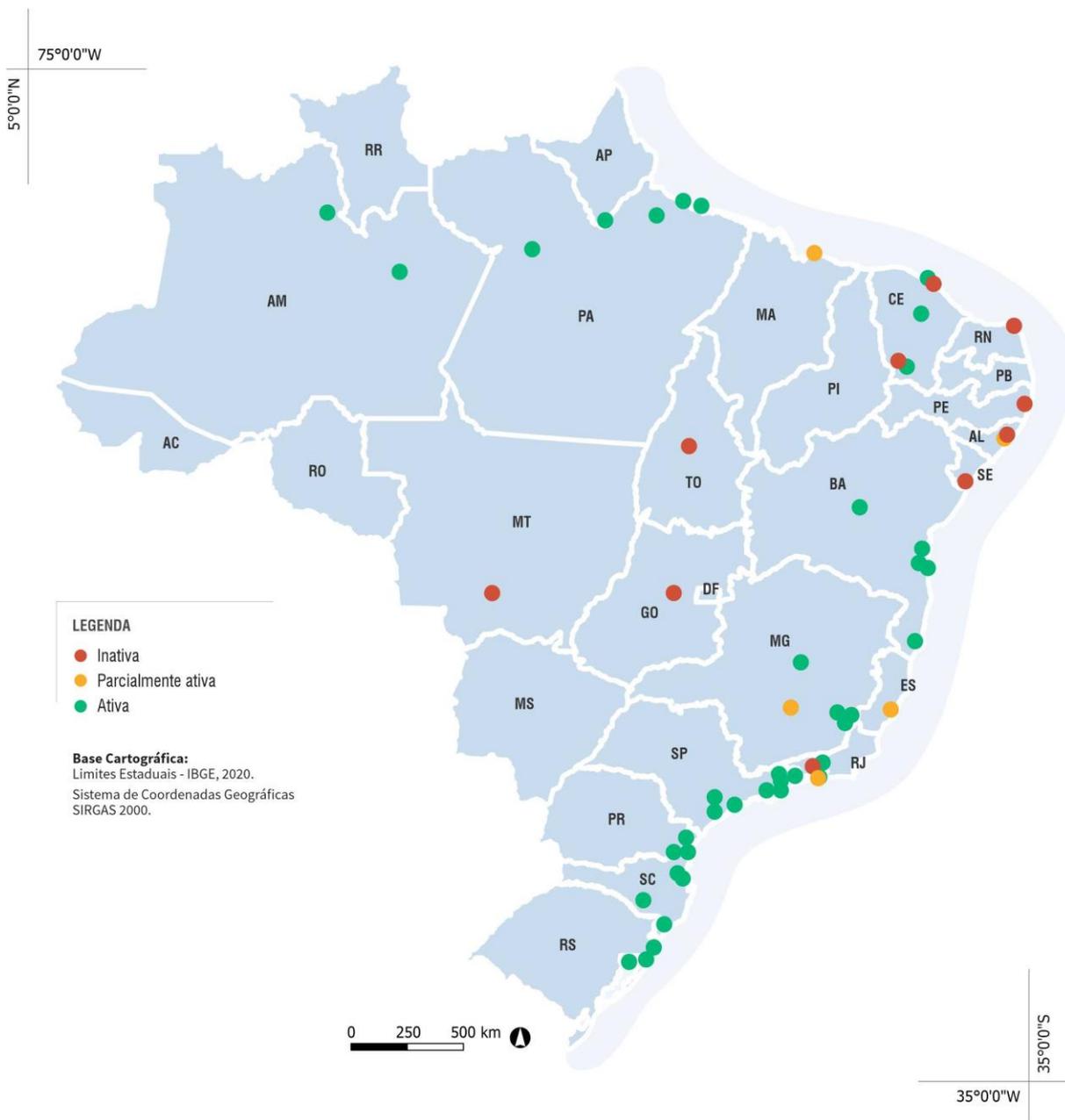
aprovados por outros agentes indutores, todos em situação irregular em relação ao Governo Federal.

A tendência à baixa estrutura organizativa e déficit de profissionais qualificados parecem ser os principais motivos pela instabilidade jurídica dos projetos, especialmente no caso do terceiro setor. Isso acabou refletindo na situação da consolidação e sustentabilidade dos projetos alguns anos após o apoio concedido pelo MTur. Os projetos apoiados pelo Estado não conseguiram ter a continuidade esperada, dada a falta de legitimidade de muitos governos no processo de mobilização comunitária, enquanto que os projetos coordenados pela academia demonstraram que as instituições de ensino superior poderiam vir a representar importantes agentes indutores do TBC ao aliar com maior produtividade o conhecimento técnico dos pesquisadores e estudantes ao conhecimento empírico das comunidades, seja por meio de projetos de extensão ou de pesquisas acadêmicas produzidas no âmbito dos programas de pós-graduação.

Assim, o status de funcionamento é um aspecto fundamental para avaliar a capacidade que os projetos apoiados pelo MTur tiveram ao estruturar as iniciativas que foram apoiadas e de gerar resultados significativos nas comunidades atendidas. Para tanto, o Mapa 5 foi elaborado com base em três situações:

- I. **Ativa** – quando há evidências concretas de que a experiência apoiada encontra-se em funcionamento, com canais claros e acessíveis de venda dos produtos e serviços que foram desenvolvidos durante a implementação do projeto ou que comprovem que os objetivos do projeto foram alcançados;
- II. **Ativa parcialmente** – quando alguns aspectos da experiência apoiada estão em funcionamento, porém o acesso a canais de venda de produtos e serviços referente a essas experiências é precário;
- III. **Inativa** – quando não há evidências que comprovem o funcionamento total ou parcial da experiência apoiada no âmbito do projeto, assim como não são identificados canais de venda dos produtos e serviços relacionados ao TBC.

Mapa 5 – Status de funcionamento dos Projetos de TBC



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Muitas dificuldades foram encontradas durante a implementação dos projetos de TBC apoiados pelo edital do MTur ao longo desses últimos anos. O fato de ser, na época, uma modalidade ainda nova no cenário turístico nacional, as discussões de ordem conceitual e operacional são muito heterogêneas, sem a existência de um consenso até hoje. Além disso, o mercado não absorveu de maneira efusiva as propostas de TBC, sobretudo pelo preconceito ainda existente em relação às comunidades tradicionais onde os projetos de TBC foram desenvolvidos.

A maioria dos projetos foram implementados em áreas que já possuíam um fluxo significativo de turistas e, por essa razão, acabaram conseguindo sobreviver até os dias de hoje. Com base no Mapa 5, observamos que 35 dos 50 projetos resultaram em experiências que ainda encontram-se ativas, ou seja, o desenvolvimento dessas iniciativas conseguiu repercutir na ampliação ou melhoria da oferta turística local. Além disso, é possível encontrar canais de comercialização dos produtos e serviços de TBC dessas comunidades ou contatos de instituições que podem favorecer o acesso das pessoas interessadas em conhecer as iniciativas.

O Sudeste é a região com o maior número de projetos ativos, fato que pode ser associado ao poderio econômico dessa região que garante mais investimentos em turismo e, conseqüentemente, maior capacidade de atrair uma demanda nacional e internacional por estar situada em um grande centro indutor de fluxo turístico. Isso também leva a presumir que foi mais difícil desenvolver o TBC nas localidades onde o setor turístico ainda não era tão estruturado. Mas é na Região Norte onde o TBC parece ter obtido mais sucesso, pois todas as iniciativas apoiadas em 2008 encontram-se ativas atualmente, embora inferior em números exatos em relação às Regiões Sudeste, Sul e Nordeste.

A maioria das experiências nordestinas ativas está situada fora da faixa litorânea, diferentemente do que ocorreram nas outras regiões do Brasil, onde há uma clara concentração de projetos nas áreas costeiras. Apenas nos estados do Ceará e da Bahia existem experiências de TBC ativas localizadas em cidades litorâneas. Em Alagoas existe uma experiência parcialmente ativa situada na sua capital, Maceió.

Sobre as experiências inativas, o Mapa 5 também mostra que o Nordeste é a região que apresenta o maior quantitativo de projetos que não vingaram. Foram 6 os projetos que não tiveram continuidade ou que não apresentaram informações na busca que foi realizada no Portal da Transparência durante o preenchimento do Quadro Síntese (Apêndice A). Desses, 5 projetos estavam localizados em áreas litorâneas com grande fluxo turístico, indo na contramão da lógica apresentada nas outras regiões brasileiras, onde o segmento do turismo de sol e mar parece ter contribuído para sobrevivência do TBC.

De uma maneira geral, a leitura geográfica do TBC realizada nesta seção permitiu a esta pesquisa chegar a algumas importantes observações até aqui:

- I. O apoio dado pelo MTur em 2008 foi importante para estabelecer o TBC como uma relevante alternativa ao modelo convencional de turismo;
- II. Ainda existem alguns gargalos que impedem a consolidação desta modalidade de turismo no Brasil e que serão explorados mais adiante;
- III. Na maioria das comunidades onde os projetos foram desenvolvidos, o estímulo ao TBC acaba se resumindo às possibilidades que essa atividade pode oferecer no âmbito econômico, pois em muitos casos a expectativa das pessoas que vivem em locais com certo índice de vulnerabilidade social e econômica é de que o turismo possa trazer ganhos financeiros às suas famílias;
- IV. Ficou evidente que o apoio do Estado privilegiou as iniciativas localizadas próximas à faixa litorânea do País, onde se encontram a maior parcela dos investimentos em serviços e infraestrutura turística, porém espaços dominados pelo turismo convencional e de massa;
- V. A maior parte das experiências têm sua gestão realizada pelo terceiro setor e sofre com a precariedade de estrutura física e técnica que é comum a essas organizações.

## **5 É SÓ SEGUIR O MAPA: CARTOGRAFIA DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL**

Nesta seção serão apresentados os resultados e discussões oriundos das entrevistas com os representantes de 19 das 50 iniciativas brasileiras de TBC que foram apoiadas em 2008 pelo governo federal. Os relatos, percepções e opiniões emitidas foram fundamentais para entendermos o panorama da atividade no País e até que ponto o apoio governamental foi decisivo ao futuro desses projetos. As informações coletadas foram agrupadas em 05 (cinco) dimensões de análise: propósito da iniciativa, governança, participação comunitária, acesso a mercado e trabalho e renda.

Essas dimensões foram determinadas a partir da desconstrução conceitual sobre o TBC, realizada na seção anterior anterior e posteriormente validada através dos debates empreendidos junto aos entrevistados. Portanto, são fruto de questões amplamente abordadas por esses atores e que resultaram em indicadores fundamentais à compreensão do TBC e de sua repercussão territorial, desde a relação estabelecida com o Estado e o mercado turístico até os impactos na geração de trabalho e renda para a população das comunidades atendidas.

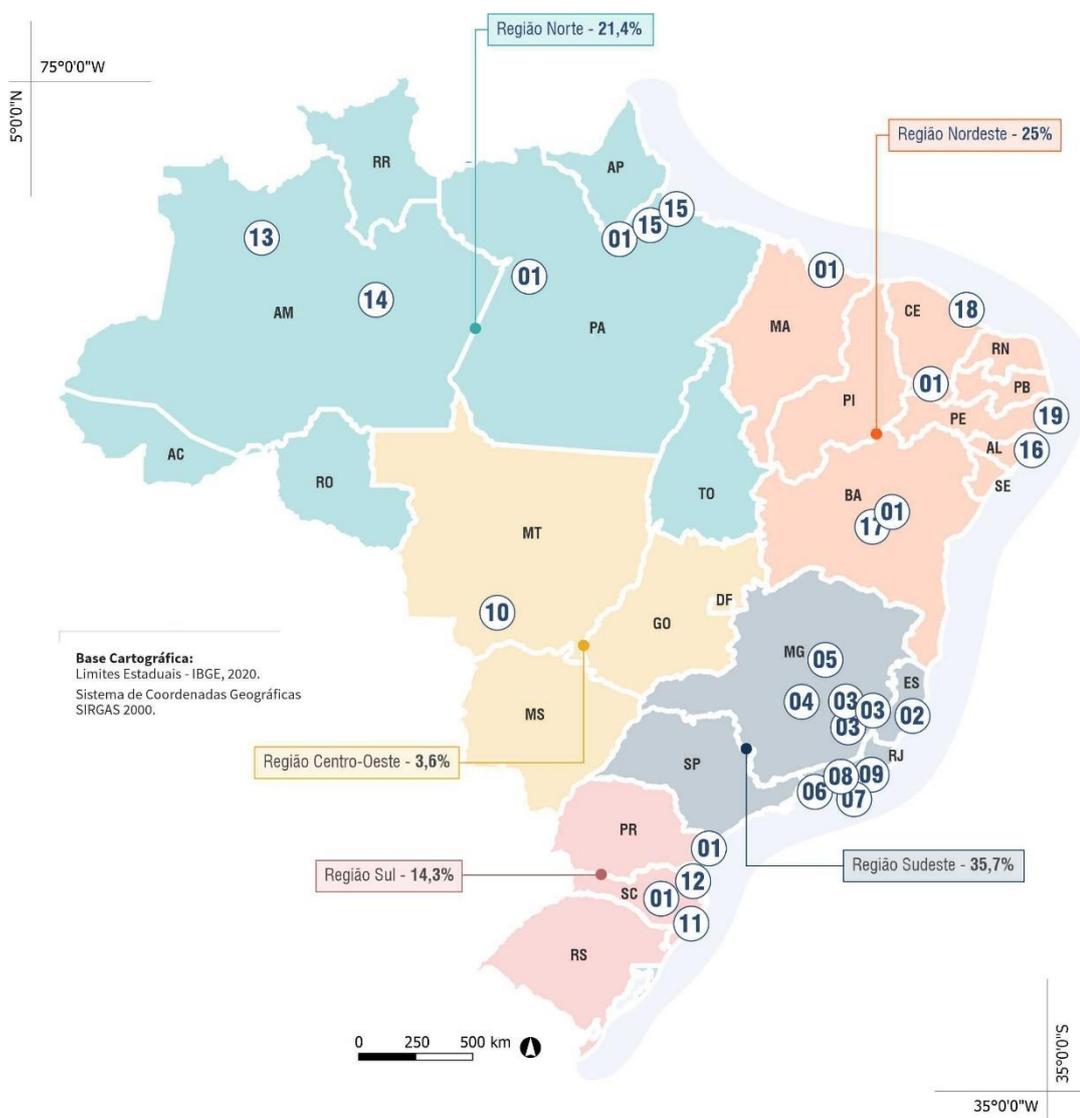
É importante frisar que alguns projetos de TBC foram implementados em mais de uma cidade brasileira, caso de 3 iniciativas cujo representantes foram entrevistados ao longo de 2020 (vide Quadro 2). Assim, foram elaborados mapas a partir do quantitativo de locais contemplados com os projetos de TBC pesquisados, o que totaliza 28 cidades brasileiras. Dessas, 35,7% pertencem à Região Sudeste, 25% à Região Nordeste, 21,4% à Região Norte, 14,3% à Região Sul e apenas e 3,6% à Região Centro-Oeste. Embora o mesmo projeto tenha sido executado em mais de uma cidade, a dinâmica de operacionalização obedeceu aos tempos e aos aspectos socioespaciais de cada local e das pessoas que ali vivem, o que justifica ainda mais o exercício de espacialização por cidades atendidas e não apenas por projetos apoiados.

Os mapas que virão a seguir foram construídos com base nas informações fornecidas pelos entrevistados, representantes dos agentes indutores ou instâncias de governança locais que foram responsáveis pela gestão e implementação do projeto de TBC e, por essa razão, podem apresentar algumas distorções em relação ao que

ocorre no cotidiano das iniciativas pesquisadas, mas que não anulam a sua representatividade e importância frente aos aspectos abordados nesta seção.

Vale lembrar que a maioria dos entrevistados solicitou que eles e os projetos de qual fazem ou fizeram parte não fossem identificados na pesquisa. Por isso, foram categorizados a partir de características mais amplas em relação a cada iniciativa e identificados por uma numeração que respeitou a ordem com que as entrevistas foram sendo realizadas<sup>20</sup>, como mostramos no Mapa 6:

Mapa 6 – Cidades contempladas com os Projetos de TBC pesquisados



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

<sup>20</sup> Durante a pesquisa, foi entrevistado o representante de cada projeto e não de cada cidade contemplada, fato que vale ser destacado pela situação dos projetos TBC 01, TBC 03 e TBC 15, pois ocorrem em mais de uma cidade brasileira.

## 5.1 PROPÓSITO DA INICIATIVA

A atividade turística pode surgir como um fenômeno espontâneo, consequência do interesse de mochileiros, aventureiros, viajantes desbravadores e consumidores de bens e serviços peculiares. Isso é mais comum do que se imagina. Nesse caso, o turismo vai se configurando a partir da demanda por determinado território e pelo conjunto de atributos que o torna um organismo vivo, como a paisagem, os recursos naturais e culturais, seus habitantes e as atividades que lhes são típicas (BOULLÓN, 2002).

Mas, não demora muito para o Estado e o mercado se aproximarem destes destinos que se constituem “naturalmente”, imprimindo uma dinâmica mais pragmática às relações entre oferta e demanda turística. Isso ocorre por meio da regulação das atividades locais, do incentivo à expansão dos serviços e do provimento de infraestrutura que contribui para ampliar o fluxo de dinheiro que circula em uma determinada região, característica da lógica capitalista que suga as possibilidades de monetização de um espaço para além dos seus limites físicos e culturais.

Reconhecendo isso, esta pesquisa tratou de muitos territórios que podem ter passado por movimentos semelhantes, embora o incentivo ao TBC, especificamente, tenha sido uma trama desencadeada pelo Estado brasileiro por meio do Edital nº 001/2008 do MTur. Não que a atividade em si tenha surgido só a partir deste apoio, mas é evidente que o TBC só ganhou repercussão econômica e política no País naquele momento específico, caracterizando um importante evento segundo Santos (2014), cujo conceito remete a acontecimentos no espaço e no tempo que mudam as ações, transformam os objetos e lhes dão novas características.

A partir desse apoio, esperava-se que as iniciativas contempladas com os recursos destinados pelo chamamento público aplicassem tais recursos no desenvolvimento de diversas áreas e segmentos sociais, respeitando suas potencialidades e necessidades locais e os princípios básicos do TBC, aqui já apresentados. Dessa forma, era fundamental estabelecer e ter clareza acerca do propósito da iniciativa, com quais finalidades os proponentes estavam requerendo o apoio financeiro do MTur e quais segmentos sociais ou necessidades locais seriam priorizadas no desenvolvimento do TBC.

Com base nas diversas formas de conceituar essa modalidade de turismo, analisadas e criticadas na seção anterior, esta pesquisa propôs a adoção de uma definição que conjuga três caminhos propositivos para o TBC: i) potencializar oportunidades de trabalho e renda; ii) contribuir para a defesa do território; e iii) diminuir a condição de vulnerabilidade social de seus habitantes.

Embora reconheçamos que nossa empreitada é mais uma tentativa de padronizar (e não rotular) o que se entende por TBC, queremos evitar discursos romantizados e que se distanciam da realidade dos territórios que desenvolvem essa prática. Por isso, os caminhos acima apontados precisam ser dissecados, considerando as especificidades de cada território e as relações que o agente indutor estabelece com ele, pois fica sob a responsabilidade dessa organização a mobilização e a operacionalização das ações e recursos destinados ao desenvolvimento turístico.

Não é nossa intenção tratar o TBC como o turismo convencional, pois são *modus operandi* com princípios diferentes, embora orientados, intencionalmente ou não, pelos mesmos atores que produzem e reproduzem o espaço turístico – Estado e mercado. Dessa forma, serão apresentadas e discutidas as percepções dos agentes indutores entrevistados a respeito do propósito que os levou à configuração de cada proposta que foi candidatada ao recurso do MTur em 2008.

Das 28 cidades que recepcionaram os projetos de TBC pesquisados, 19 (67,6%) demonstraram que o primeiro caminho propositivo – potencializar oportunidades de trabalho e renda – foi a justificativa que orientou o projeto na captação dos recursos do Edital. Na literatura sobre TBC ficou nítido que a geração de trabalho e renda é o argumento mais utilizado para incentivar o desenvolvimento desta modalidade de turismo nas comunidades, pois a maioria delas é constituída por grupos sociais que apresentam elevados índices de vulnerabilidade econômica, resultado de uma desigualdade que precariza o acesso da população brasileira à educação básica e profissionalizante e, conseqüentemente, a melhores oportunidades de trabalho e demais direitos básicos (SOUZA, 2003). São comunidades que acabam tendo que sobreviver de suas atividades típicas, muitas vezes rudimentares, como o artesanato, a agricultura familiar e a pesca ou através do pequeno comércio local. Os depoimentos abaixo reforçam essa orientação:

“A estratégia do projeto é apoiar a criação de roteiros turísticos que beneficiem prioritariamente as comunidades visitadas por meio da

geração de renda e da participação direta da população local.” (TBC 01).

“Nosso foco foi a geração de trabalho e renda por meio de capacitações de famílias que empreenderam no turismo de base comunitária através da comercialização de produtos locais.” (TBC 04).

“Buscou-se qualificar a comunidade nas áreas de economia solidária e gestão do negócio com o propósito de fortalecer a produção associada ao turismo no mercado regional e também buscar a valorização do patrimônio cultural e ambiental da comunidade.” (TBC 05).

Além disso, percebemos que o estímulo à geração de trabalho e renda nas comunidades veio acompanhado de uma oferta de cursos de qualificação que tem como objetivo preparar as pessoas que residem nesses territórios para atuar na atividade turística com foco no empreendedorismo. Embalado com o discurso da autonomia financeira e profissional, esse tipo de incentivo mobiliza facilmente as comunidades por ser uma possibilidade que muitas vezes essas pessoas não conseguem obter através do emprego formal, como pode ser ilustrado nos seguintes depoimentos:

“A vertente do projeto era a capacitação das pessoas para que elas pudessem ter no turismo uma forma de empreender, como receber turistas na sua casa, vender seu artesanato, empreender em gastronomia” (TBC 15).

“Por conta do baixo nível de escolaridade, as pessoas da comunidade têm dificuldade de acessar oportunidades de trabalho mais estruturadas e empregos em grandes empresas. Por isso, o projeto focou na capacitação de lideranças comunitárias em gestão participativa e planejamento estratégico para viabilizar o desenvolvimento de negócios locais que gerassem renda para a população como uma alternativa” (TBC 17).

“A finalidade era superar as principais dificuldades da comunidade quanto à dependência de intermediários e à falta de pessoas capacitadas para trabalhar nesse segmento, que muitas vezes não conseguem emprego em áreas que pagam melhor” (TBC 19).

Apesar de atrativo, esse discurso faz parte de uma agenda neoliberal que fragiliza direitos básicos dos trabalhadores ao apontar o empreendedorismo como um caminho desejável, além de uma alternativa à baixa e precária oferta de empregos formais para os mais pobres. As iniciativas de TBC que apontam para esse propósito acabam reforçando essa agenda e não oferecendo oportunidades mais amplas de desenvolvimento profissional para a população que participa da atividade, como a

articulação com universidades para inserção de jovens no ensino técnico e superior, por exemplo.

O discurso da geração de trabalho e renda é extremamente atrativo e já vem sendo explorado há décadas pelas políticas públicas de turismo, como foi visto na terceira seção. Ele age como uma ferramenta conciliadora, pois ajuda a suavizar conflitos territoriais, apaziguando a tensão entre a classe trabalhadora e o Estado ao desviar o olhar sobre o estágio de desigualdade em que se encontram milhares de comunidades brasileiras. Segundo Souza (2003), essa condição vai muito além do trabalho e da renda e passa por uma subcidadania que precariza o acesso de boa parte da população brasileira à moradia, saúde, educação e outros serviços essenciais.

Além disso, muitos projetos de TBC implementados em 2008 estão inseridos em áreas de proteção ambiental e comunidades tradicionais com biodiversidade e cultura ameaçadas diariamente pelo capitalismo. O turismo de massa, por exemplo, tem sido um grande vilão para essas localidades, pois estimula a chegada de grandes empreendimentos imobiliários que geram impactos irreversíveis no meio ambiente, alteram costumes locais típicos e ameaçam a permanência das populações nativas naquele território. Por isso, outro importante caminho propositivo dos projetos de TBC deve ser o de “contribuir para a defesa do território”, apontado como a principal orientação do projeto implementado em 5 cidades contempladas ou 17,8% do universo pesquisado. Apesar disso, vale destacar que a geração de trabalho e renda também apareceu no depoimento desses entrevistados, como pode ser observado nos seguintes depoimentos:

“Surgiu, inicialmente, com o objetivo de garantir a defesa da comunidade em relação à especulação imobiliária presente em toda a região. Mas, também teve como objetivo a criação de oportunidade de renda para os moradores, que passaram a trabalhar em diversas atividades do turismo.” (TBC 06).

“Capacitar as lideranças comunitárias em gestão participativa e planejamento estratégico para viabilizar o desenvolvimento de negócios que gerassem renda para a população local, mas também empoderando os moradores para a defesa de sua cultura e tradições.” (TBC 17).

“Então o turismo comunitário veio muito nessa expectativa, de lógico, uma geração de renda pra gente, mas como também na defesa do território, para que nós não sejamos expulsos desse território porque, como a gente mora aqui numa área, eu chamo a área que a gente mora uma área muito rica.” (TBC 18).

Em outros casos, a defesa do território também estava associada à proteção dos recursos naturais locais, constantemente ameaçados por atividades econômicas que ocorrem de forma irregular ou sem respeitar os limites ambientais desses territórios, situação frequentemente observada no turismo de massa, mas também em atividades como o agronegócio e a pesca esportiva, como pode ser observado pelas denúncias de alguns entrevistados:

“O Projeto estava inserido exatamente nesse contexto de luta pela revitalização na Ilha, pois a natureza do lugar vinha se degradando bastante com o turismo descontrolado, que não respeitava o território.” (TBC 08).

“O projeto tinha como foco o desenvolvimento sustentável daquele território e do seu patrimônio natural, um território extremamente rural, mas com problemas muito sérios causados pelo agronegócio.” (TBC 11).

“O nosso projeto de TBC se propôs a desatar mais um pouco o nó e o conflito da pesca esportiva naquele momento e mostrar para os comunitários que existia vida além da pesca esportiva, que eles poderiam desenvolver o turismo de forma mais responsável e menos prejudicial ao meio ambiente.” (TBC 13).

Nesses casos, o TBC surgiu como um aliado na proteção dessas localidades, pois ajudou a mobilizar atores diversos em torno da causa ambiental. Outras iniciativas também citaram a questão ambiental e a preservação da tradição comunitária como aspectos centrais dos projetos apoiados pelo MTur em 2008:

“O projeto é um modelo de ação integrado, que inclui pesquisa de espécies ameaçadas, educação ambiental, restauração de habitats, envolvimento comunitário, desenvolvimento sustentável, conservação da paisagem e discussão de políticas públicas. O objetivo principal é conservar a biodiversidade respeitando as tradições das comunidades do entorno dos locais que precisam ser protegidos e onde são realizadas as pesquisas.” (TBC 14).

“O objetivo foi buscar o comprometimento da comunidade e parceiros com o plano gestor da localidade na busca de geração, circulação e crescimento da renda oriunda do setor turístico. Tudo isso associado às ações educativas voltadas à conservação ambiental do território.” (TBC 16).

Por fim, embora apontado por menos iniciativas, o caminho propositivo que versa sobre a “redução da vulnerabilidade de grupos e segmentos marginalizados” foi citado por 4 entrevistados (14,3%) como abordagem central do projeto de TBC do qual

participam, priorizando a inclusão socioprodutiva de segmentos sociais vulneráveis constituídos por mulheres e jovens, além de tentar diminuir a desigualdades social nessas comunidades:

“Aqui o objetivo foi o de oferecer oportunidades de convívio entre moradores e visitantes, considerando o fortalecimento dos núcleos familiares, incentivando sua integração, com aumento do tempo de convivência entre seus membros, valorização da mulher e combate ao trabalho infantil.” (TBC 02)

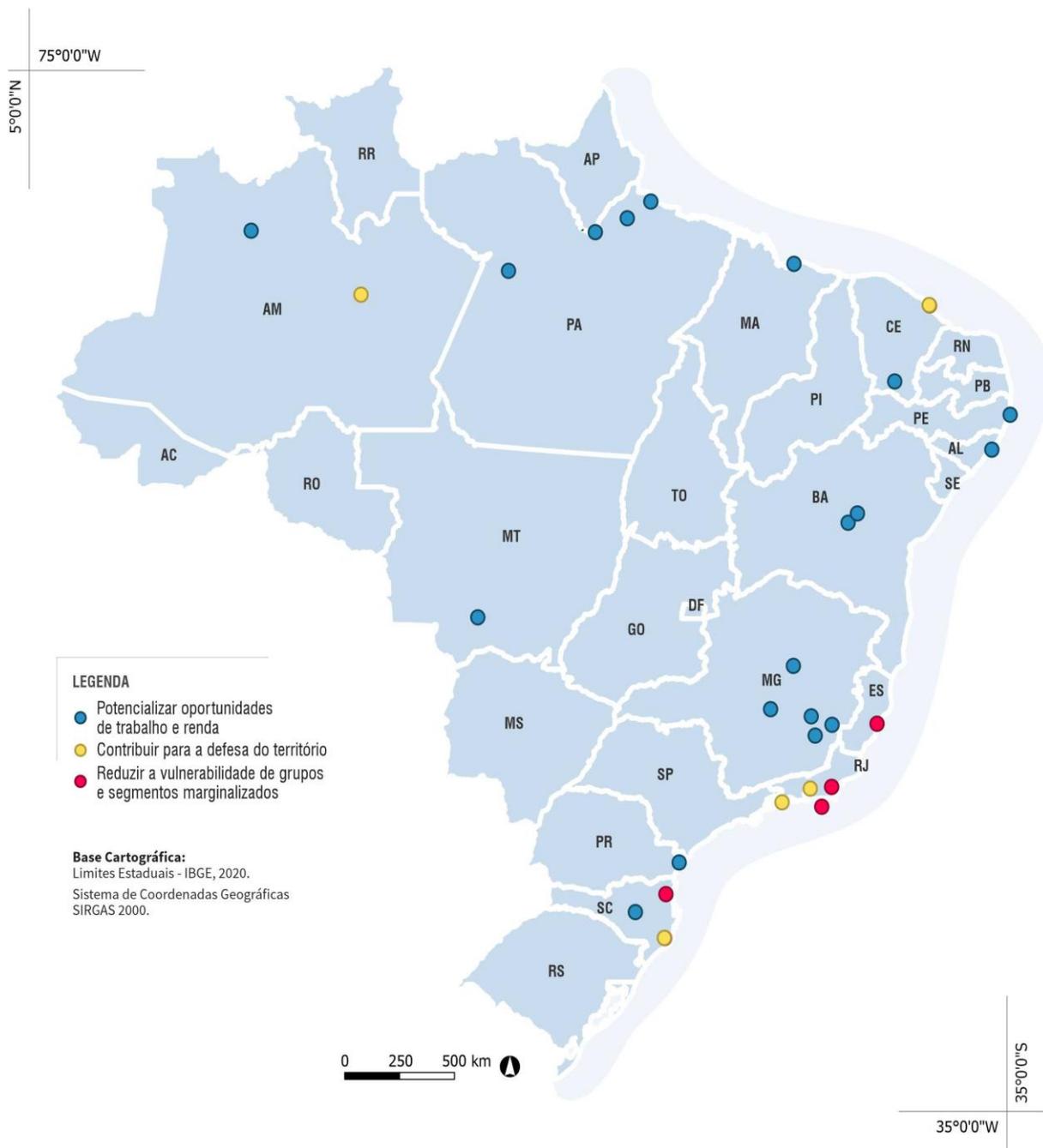
“O projeto surgiu da necessidade de fortalecer as atividades de turismo que já vinham sendo desenvolvidas na comunidade, mas dessa vez estimulando o protagonismo dos jovens. Uma das metas do projeto foi possibilitar que 65 jovens se desenvolvessem na arte da pintura Naif e na arte da serigrafia.” (TBC 07).

“No nosso projeto se buscou socializar essas mulheres para que elas pudessem fazer enfrentamento nas comunidades, motivar a liderança, falar da profissão e o que é ser agricultora.” (TBC 12).

“Foi um escape da violência, né? Como escape da violência e tráfico de drogas, porque a gente mora numa comunidade, que eu prefiro chamar de favela.” (TBC 09).

Com base nessa categorização, propomos a leitura do indicador aqui abordado a partir da espacialização que também revela o caminho propositivo que predominou na justificativa utilizada pelos agentes indutores e instituições proponentes para captar recursos financeiros junto ao MTur:

Mapa 7 – Propósito da Iniciativa de TBC



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Em todas as regiões brasileiras houve o predomínio do primeiro caminho propositivo, que abordou as oportunidades de trabalho e renda como eixos centrais dos projetos de TBC implementados, dimensão que representa 67,6% em relação a todas as cidades pesquisadas. No âmbito das regiões, no Mapa 7 destacamos o Centro-Oeste (100%)<sup>21</sup>, Norte (83,3%) e o Nordeste (85,7%) com os maiores

<sup>21</sup> O Centro-Oeste possui apenas 01 iniciativa pesquisada.

percentuais em relação a esse propósito. Esse argumento acaba sendo a saída encontrada pela maioria dos agentes indutores para mobilizar as comunidades que foram envolvidas nos projetos, uma vez que figuram como territórios com economia vulnerável e que viam no turismo uma panaceia para os problemas locais.

Percebemos também que os outros dois caminhos propositivos aparecem com um pouco mais de relevância no Sudeste e Sul do País, regiões que apresentam situações econômicas mais favoráveis em relação às demais e, por essa razão, podem ter dado a possibilidade para que alguns projetos de TBC construíssem a sua estratégia de atuação para além da geração de trabalho e renda.

Apesar dessa tentativa de categorização, é importante ressaltar que a geração de trabalho e renda esteve presente em todos os diálogos estabelecidos com os representantes dos projetos, seja como abordagem principal ou complementar. Além disso, os caminhos propositivos não são traçados isoladamente, mas em intercessão constante, pois embora a geração de trabalho e renda seja um indicador norteador do TBC, essa modalidade de turismo precisa ser pensada e implementada de forma a contemplar as necessidades e as potencialidades dos territórios, que vão além da questão econômica.

## 5.2 GOVERNANÇA

Um dos maiores entraves ao desenvolvimento do turismo é a carência de gestões descentralizadoras e que estimulem a cooperação harmoniosa entre todos os atores envolvidos com a atividade. Em uma escala territorial, esse é um desafio ainda mais complexo. Na gestão do TBC, por exemplo, é por meio da governança que se busca a efetividade dos demais princípios relacionados a esta modalidade de turismo.

Governança é a capacidade de administrar, de gerir. Embora remeta à ideia de empreendedorismo, conectada com valores liberais e amplamente estimulada nas comunidades de TBC, a essência do conceito de governança pressupõe a participação de diversos atores locais na elaboração, monitoramento e, em alguns casos, na execução de ações em prol de alguma atividade ou área. No âmbito territorial, a governança orienta a definição de prioridades, a coordenação da participação social e do processo decisório, o planejamento e a execução de projetos comunitários e é, portanto, indispensável ao sucesso do TBC.

Na percepção de Goedert (2005, p. 23), a governança “visa à integração dos mecanismos existentes através do desenvolvimento e a sinergia das ações executadas em um dado território”. A autora ainda explica que a governança deve ser constituída por valores, políticas e ações, características do ambiente, além de mecanismos coletivos para o desenvolvimento de ações cooperativas entre os setores público e privado.

Em outras palavras, a governança é uma estratégia de condução das ações de um projeto ou iniciativa de forma harmoniosa, que articula agentes externos ao território (Estado e mercado) em consonância com as aspirações locais de pessoas, grupos ou coletivos diretamente impactados. Nas iniciativas de TBC, a governança aponta para os caminhos adotados para execução das ações, alcance de metas e formas de gestão do projeto que estejam alinhados com os propósitos discutidos no item anterior.

É a partir dos modelos de gestão estabelecidos que as populações das comunidades podem assumir a postura de sujeitos do seu processo de desenvolvimento, articulando demandas e atendendo necessidades de todos os atores e agentes locais (QUEIROZ, 2005). Ao não se preocupar com a governança, o crescimento do TBC em uma comunidade pode tomar rumos distintos do esperado, provocando impactos negativos ao lugar e à sua população. A falta de governança pode acarretar na desvirtuação dos princípios do TBC em detrimento de demandas mais verticalizadas, no aumento do turismo de massa e na fragilização de processos participativos.

Barretto (2003, p.35) afirma que “grande parte dos impactos negativos atribuídos ao turismo pelos geógrafos e antropólogos, deve-se à falta de políticas para prevenir os problemas suscitados”. Porém, o Estado não é o principal responsável pela construção da governança nos destinos de TBC, diferente do que costuma ocorrer no turismo convencional. Beritelli (2011) explica que outros atores, além do governo, devem cooperar para influenciar o direcionamento das políticas públicas de turismo. Por isso, é importante compreender que a governança atua no relacionamento entre esses atores e o poder público para influenciar as configurações que são assumidas pelas políticas públicas.

O conceito de TBC defendido aqui pressupõe uma nova forma de governança, com mais cooperação e horizontalidade, diferente do velho modelo hierárquico, mas ainda sólido, no qual as elites utilizam o Estado para exercer o seu poder e controle

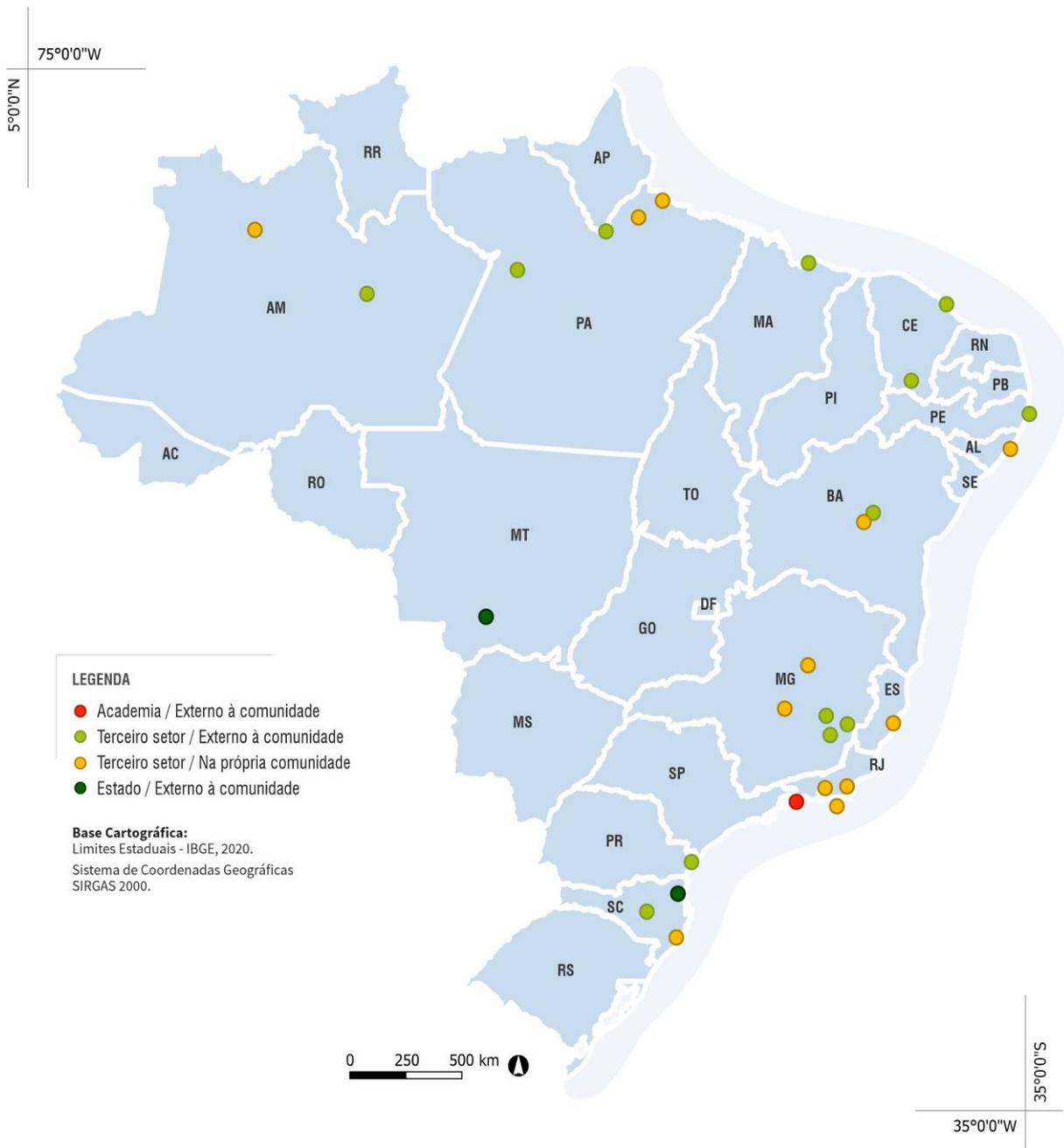
sobre os demais estratos da sociedade. Por meio da governança, a comunidade pode ser protagonista do seu processo de desenvolvimento turístico, encaminhando pleitos, assumindo lutas, articulando demandas e atendendo às necessidades de todos os atores e agentes locais.

O primeiro aspecto da governança identificado com base na pesquisa realizada entre as iniciativas de TBC mostrou que a atuação do agente indutor é determinante para o estabelecimento de modelos de gestão alinhados aos interesses das comunidades. A ele coube a captação dos recursos financeiros junto ao MTur em 2008 e, em seguida, a animação do território e a mobilização dos atores locais que seriam envolvidos na construção e na gestão da iniciativa.

Constatamos uma tendência de maior poder de mobilização e engajamento das comunidades quando o agente indutor já registra um histórico de atuação naquele território e, por isso, acaba garantindo maior legitimidade frente àquela população. Embora em 57,1% das cidades pesquisadas o agente indutor não seja do próprio território onde a iniciativa de TBC ocorre, pois podem figurar como organizações regionais e nacionais, em muitos casos essa organização conseguiu comprovar vínculos anteriores com as comunidades, estabelecidos através de projetos ou ações realizados no passado.

Esses vínculos são fundamentais para a continuidade da iniciativa, pois no caso da iniciativa TBC 19, localizada na Região Nordeste, onde não se constatou essa relação preexistente entre o agente indutor, organização do terceiro setor e a comunidade, o projeto nem chegou a ser implementado e até hoje é motivo de desconhecimento por parte dos atores locais, além de não constar no banco de dados do Portal da Transparência. O mais curioso é saber que houve uma divulgação oficial do MTur em 2008 que relacionava essa iniciativa entre as beneficiadas pelo chamamento público. Tentamos contato com representantes do agente indutor que captou o recurso para esse projeto, mas não encontramos registros que comprovem a sua existência atualmente.

Mapa 8 – Relação entre o agente indutor e a sua sede de atuação



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Outra observação importante, que já havia sido feita na pesquisa exploratória realizada durante a construção da quarta seção, refere-se ao fato da maioria dos agentes indutores serem organizações do terceiro setor, como associações, ONGs, institutos etc. Como demonstra o Mapa 8, 89,2% das cidades pesquisadas possuem iniciativas de TBC cujo agente indutor é uma organização do terceiro setor. Nas Regiões Centro-Oeste e Sul foi identificada a presença do Estado como agente indutor

em 1 projeto cada, e na Região Sudeste registramos 1 projeto liderado por instituição acadêmica.

A partir disso, foi importante discutir com os entrevistados as formas de operacionalização das estratégias de governança do TBC nos territórios. A principal estratégia, apontada por todos, foi a instalação ou o reconhecimento de uma instância de governança local para conduzir as ações junto às comunidades, estimular processos participativos, planejar os rumos da iniciativa no território e estar em constante diálogo com o agente indutor, embora, em muitos casos, a mesma organização que foi proponente do projeto também atue como instância de governança local.

Os modelos de gestão adotados por essas instâncias de governança são diversificados e costumam obedecer à dinâmica socioespacial dos territórios onde as iniciativas de TBC ocorrem. Alguns relatos de entrevistados sugerem o nível de representatividade dessas organizações:

“A gente tem instituições razoavelmente fortes na comunidade, uma delas é a associação de moradores que é bastante empoderada e cuida das ações de turismo por aqui e a comunidade confia muito nela.” (TBC 08).

“Nossa instituição é muito forte na captação de recursos em editais, na realização de projetos de longa temporada, projetos educacionais, e por aí vai. Isso nos torna fortes frente à comunidade e quando chega o projeto de turismo de base comunitária a gente acaba tendo uma boa aceitação da comunidade.” (TBC 09).

“Na nossa associação somos organizados por temática. Aí tem o grupo do turismo, da pesca, da juventude, da educação. Atuamos fortemente em todas essas áreas, não só no turismo.” (TBC 18).

Embora a maioria das instâncias de governança local possua o formato de associação comunitária, a iniciativa TBC 14, localizada na Região Norte, encontrou na instalação de um Fórum Comunitário um modelo de gestão que acabou estimulando uma participação mais efetiva dos moradores, diferente do que ocorria quando o projeto era conduzido pelo agente indutor, que também é externo à comunidade:

“No começo era o [agente indutor] que animava a comunidade, mas depois a coisa começou a ter vida própria e criamos um fórum local bastante atuante onde as pessoas têm vez e voz.” (TBC 14).

Aspecto interessante ocorre na iniciativa TBC 11, uma das pioneiras nesta modalidade de turismo no Brasil localizada na Região Sul, que chegou a uma estratégia de gestão mais ampla e estruturada ao integrar diversas famílias produtoras de bens e serviços turísticos por meio de uma Federação com sede na capital do seu estado. Esta Federação coordena o projeto e dá suporte técnico a todas as comunidades associadas, como explica o entrevistado:

“Hoje são mais ou menos 150 famílias associadas. Estamos organizados numa federação que reúne várias associações regionais, então cada associação regional está ligada a essa federação no sentido de adotar os mesmos princípios. Existem o caderno de normas, um sistema de certificação interna, certificação de qualidade de produtos e serviços. Então todas as associações são regidas por uma federação que é formada por representantes de todas as associações, mas, elas têm uma determinada autonomia para propor seus projetos, para fazer suas próprias ações sem precisar depender da federação.” (TBC 11).

Percebemos que o formato acima descrito foi o caminho encontrado pelo referido projeto para expandir os benefícios do TBC na região, mas que exigiu um nível de estruturação técnica que parece distante de muitas instâncias de governança que vêm atuando na coordenação do TBC nas outras cidades pesquisadas. Ainda segundo o entrevistado do referido projeto, além do recurso captado pelo MTur em 2008, a Federação conseguiu aportes financeiros de outras instituições estaduais e nacionais, favorecendo a sua expansão.

Registramos, também, casos de iniciativas que foram adaptando o seu modelo de gestão a partir de novas necessidades e demandas que surgiram com o tempo. É o que relata o representante da iniciativa TBC 01, que percebeu que as instâncias de governança precisam exercer uma atuação próxima às comunidades e não se limitar às ações de promoção, como a realização de eventos temáticos:

“Nas últimas gestões o Projeto se limitou muito em eventos pontuais, mas isso gerou muito desgaste. Isso dá muita visibilidade, mas às vezes a gente não vai aonde tem que chegar. Então, atualmente estamos focando no trabalho de base, de contato lá na ponta e essa é uma preocupação e uma necessidade do Projeto agora.” (TBC 01).

Também chamaram à atenção as iniciativas que participam de redes regionais e nacionais como estratégia de integração com outras iniciativas, de troca de experiências e aprendizados:

“E ao entrar nessa rede, eu comecei a me envolver dentro dessa comissão para criação da rede e acompanhei o projeto. A gente definiu algumas estratégias, né, pra fazer o primeiro encontro da Rede. E aí foi justamente a apresentação desse momento e o início de uma seleção para essa rede e inclusive existe um documento sobre isso.” (TBC 01).

“A gente participa do Fórum Mundial das Culturas em Barcelona para divulgar as nossas ações e trocar uma ideia com outras pessoas pelo mundo. No começo ninguém acreditava no turismo de favelas e a nossa integração nesse fórum ajudou a gente a ganhar mais importância.” (TBC 09).

“Fazemos parte de um movimento nacional de outras comunidades que se ajudam, que se reúnem anualmente para pensar em projetos e ações conjuntas.” (TBC 14).

“Pra gente, estar em rede significa ter mais alianças e saber que não estamos sozinhos. Essa troca é muito boa pra gente.” (TBC 18).

As redes citadas pelos entrevistados nem sempre são de turismo, mas acabam trazendo a temática como pauta sempre que é pertinente. Independente disso, os entrevistados que sinalizaram essa participação afirmaram que ela tem trazido bons resultados à governança da iniciativa de TBC, pois a conexão com outras comunidades tem gerado muitos aprendizados. Ao todo, 64,3% das iniciativas pesquisadas afirmaram que a sua participação em redes faz parte do modelo de gestão adotado pelo projeto, como pode ser observado no Mapa 9:

Mapa 9 – Iniciativas de TBC que participam de redes regionais e nacionais



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

As Regiões que demonstraram maior engajamento com redes nacionais e internacionais foram o Sul (75%), Sudeste (70%) e Norte (66,6%), seguidas do Nordeste (57%). O representante da iniciativa pesquisada na Região Centro-Oeste relatou que não houve qualquer articulação do projeto com redes de turismo ou correlatas, alegando que o Estado, agente indutor dessa iniciativa, não demonstrou interesse em realizar esse tipo de articulação, que, por sua vez, é muito comum ocorrer em organizações do terceiro setor.

O processo de construção da governança do TBC nos territórios pesquisados também aponta para a existência de diversos conflitos locais. Alguns entrevistados sinalizaram dificuldades na relação entre a instância de governança local e a instituição proponente do projeto, principalmente quando a sede desta é externa à comunidade. Essa relação torna-se difícil quando os propósitos entre essas organizações não estão alinhados o suficiente e a instância local passa a ter dificuldade de atender às demandas e às metas definidas inicialmente no projeto, como relatam alguns entrevistados:

“A [organização proponente], por não ser daqui, acaba não entendendo que a velocidade da comunidade é diferente. Nós lidamos com populações tradicionais, que não estão acostumadas com o nível de exigência do turismo, que sempre quer um padrão de gestão elevado. Nós não somos grandes empresas, um resort, um shopping Center.” (TBC 16).

“Nos falta conhecimento sobre gestão, sobre administração do turismo, porque é diferente de tudo que a comunidade tinha feito antes disso. O nível de cobrança é muito grande às vezes e a comunidade não entende, pois sempre trabalhou em outro ritmo.” (TBC 17).

Embora o TBC possua uma dinâmica de funcionamento diferente do turismo convencional, a falta de conhecimento sobre a gestão da atividade é um conflito apontado por muitos entrevistados. Eles também alegam que, em muitos casos, os projetos são captados sem a devida preparação das organizações locais e dos moradores da comunidade que estarão envolvidos diretamente na gestão do TBC, como pode ser ilustrado nos depoimentos adiante:

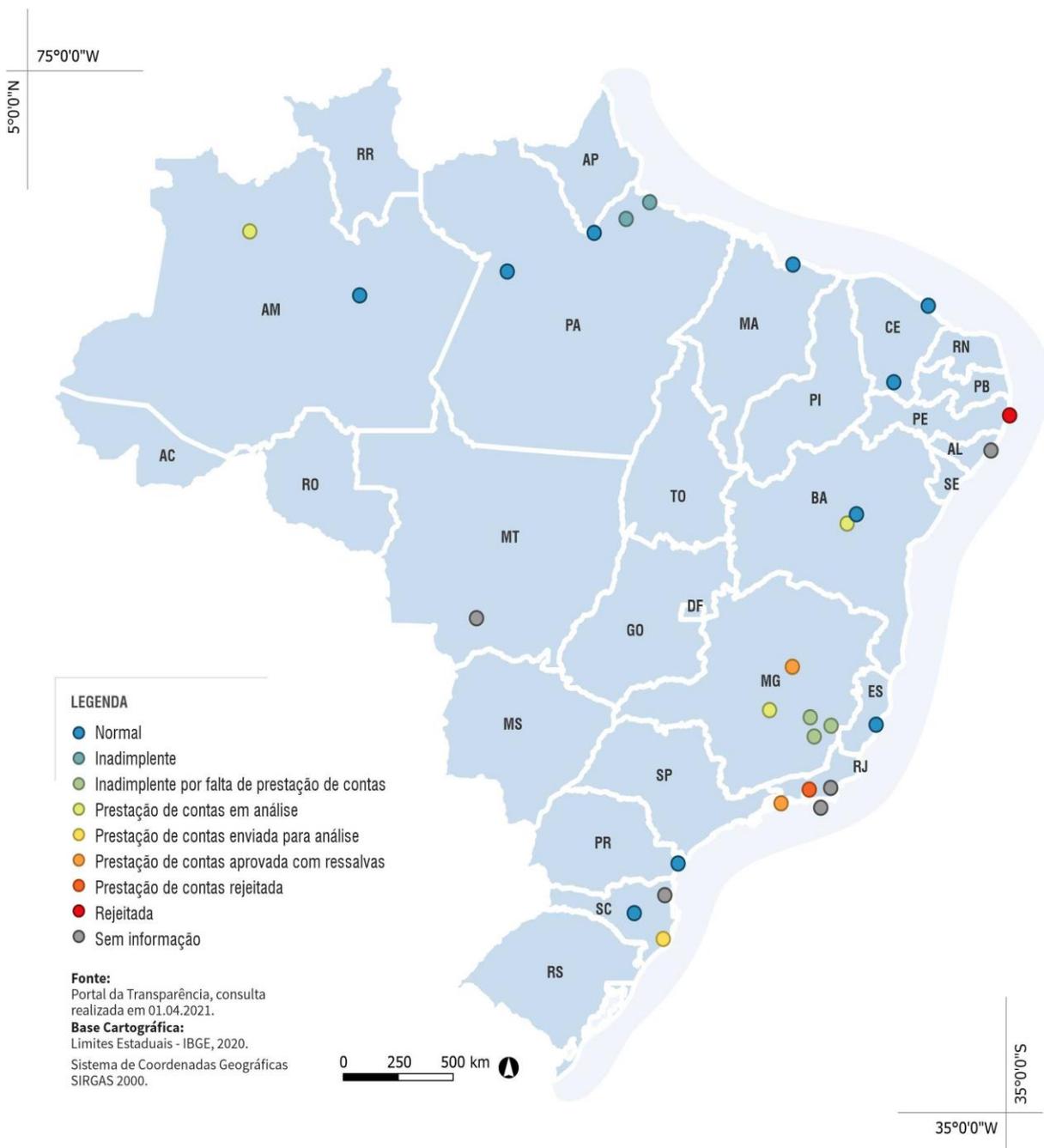
“Do nada, o projeto chegou aqui na comunidade. Já estava pronto, martelo batido. Não houve diálogo, nem consulta prévia. E aí tivemos que ir nos adaptando à realidade.” (TBC 16).

“Não houve qualquer relação com essa empresa [organização proponente]. Ficamos sabendo por meio do próprio Ministério do Turismo que tinha sido aprovado um projeto pra cá, mas o nosso grupo não.” (TBC 19).

Essa relação conflituosa entre a instância de governança local e a organização proponente pode ter levado a uma dificuldade na prestação de contas do projeto junto ao MTur, conforme Mapa 10. Das iniciativas pesquisadas, apenas 25% encontram-se com a situação normalizada, ou seja, eles conseguiram executar os recursos solicitados conforme planejamento e prestaram contas ao governo federal

no prazo determinado. Sem considerarmos o único projeto da Região Centro-Oeste, que não apresenta informações no Portal da Transparência, a Região Sudeste é a mais irregular em relação à situação fiscal das iniciativas, com 90% dos projetos em situação irregular.

Mapa 10 – Situação fiscal das iniciativas de TBC em relação ao MTur



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Embora tenha sido destacado por apenas 18% dos entrevistados, as disputas políticas que ocorrem dentro das instâncias de governança locais foi outro conflito identificado:

“Tem muita gente que aproveitou o projeto para se promover politicamente e isso gerou muita confusão dentro da associação, pois essa pessoa passa a pensar em si própria e não mais no coletivo.” (TBC 02).

“Tivemos que intervir junto a associação por que toda vez que ia ter eleição da presidência era uma guerra. Muita gente que não estava nem aí para o projeto, se candidatava para ter mais visibilidade na prefeitura, com os vereadores. Tem muita liderança comunitária de ‘fachada’.” (TBC 05).

“A gente já teve muita dificuldade com isso porque muitos candidatos, muitos políticos já se aproximaram da gente por interesse, prometendo que iam ajudar, mas queriam mesmo era voto. O que a gente fazia chamava a atenção de muitos interesseiros.” (TBC 09).

“Na nossa associação nós também temos disputa política, tem candidato a vereador que busca espaço na prefeitura e utiliza a associação como uma forma de conseguir se aproximar da política.” (TBC 18).

Percebemos que o turismo acaba aumentando a visibilidade política de alguns agentes locais e, por essa razão, as disputas de poder nas instâncias de governança passam a ocorrer com mais frequência. O TBC vira uma “vitrine” para muitas pessoas que desejam articular oportunidades com políticos que costumam se aproximar de indivíduos que demonstram boa capacidade de mobilização comunitária e transitam por coletivos organizados, como é o caso das associações locais que atuam na gestão do TBC.

Isso é reflexo do que sempre ocorreu no turismo convencional que, como qualquer atividade econômica, não pode ser descolada da dimensão política. Utilizado em vários momentos como artifício para promoção de governos e partidos, investimentos em turismo chamam a atenção da sociedade.

No Brasil, segundo Cruz (2005, p. 30):

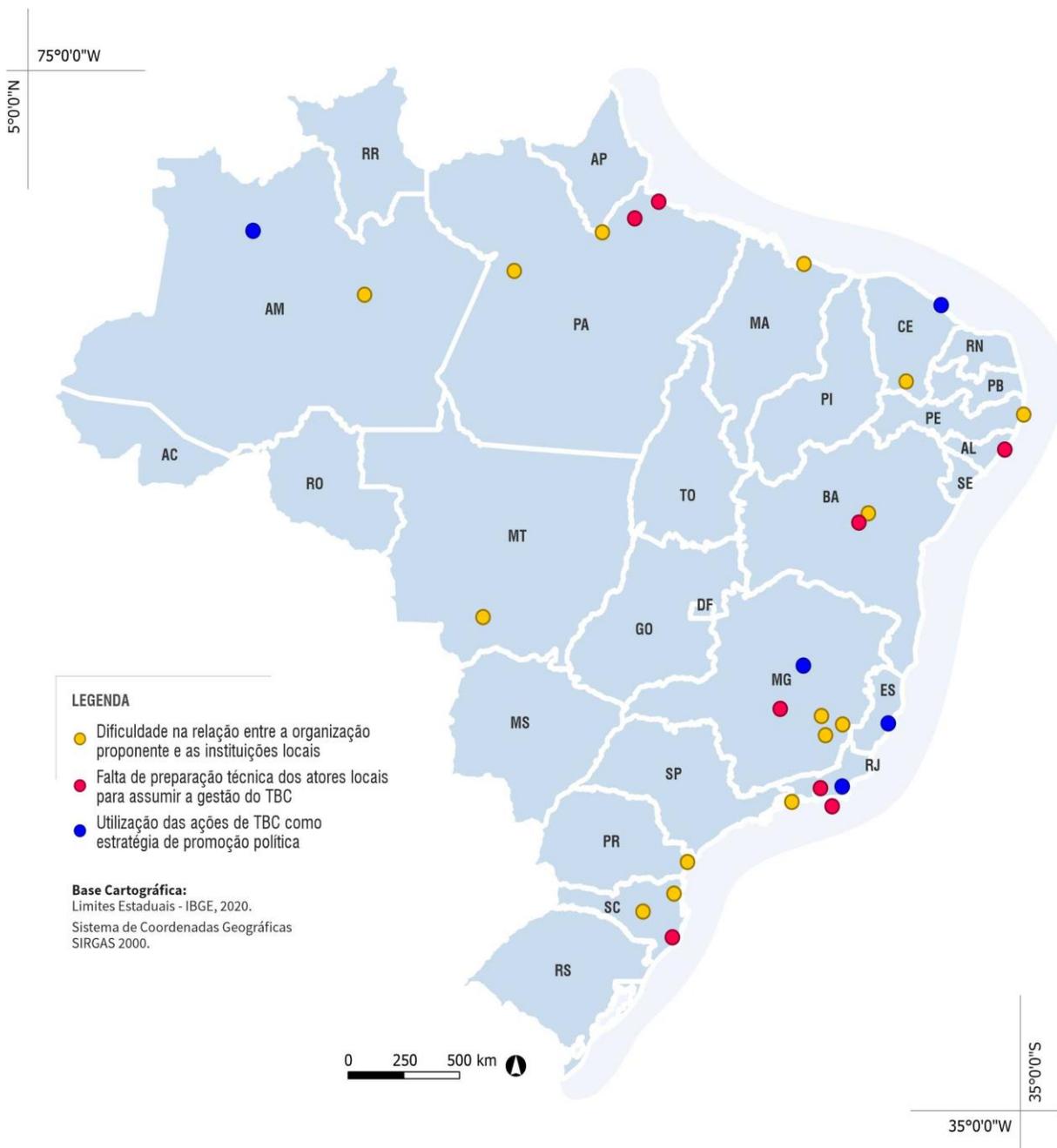
[...] a partir do governo Collor de Mello começa a ser atribuída crescente importância à atividade econômica do turismo, que passa a ser vista como engendradora de processos de desenvolvimento regional e, conseqüentemente, como instrumento minimizador de (históricas) desigualdades regionais.

Isso, segundo a autora, contribuiu para a proliferação de ingênuas expectativas acerca do desenvolvimento do turismo:

[...] ao ponto de municípios por vezes muito distantes de expressivos polos emissores acreditarem que, sozinhos, com os poucos recursos de que dispõem (recursos de capital, “recursos turísticos”, recursos humanos...), serão capazes de atrair hordas de turistas, a partir de uma espécie de passe de mágica (CRUZ, 2005, p. 41).

Dito isto, esta pesquisa agrupou, no Mapa 11, os principais conflitos na governança identificados nos projetos de TBC: 53,5% apontaram a dificuldade na relação entre a organização proponente do projeto e as instituições locais, 28,5% registraram a falta de qualificação técnica dos atores locais que atuam na cadeia produtiva do turismo e 18% mencionaram a utilização do TBC como instrumento de promoção política.

Mapa 11 – Principal conflito na governança identificado nas iniciativas de TBC



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

A governança demonstrou ser uma variável crucial ao sucesso das iniciativas de TBC, que, por sua vez, apontaram características essenciais a esse modelo de turismo: i) existência de instâncias de governança locais sólidas e horizontais; ii) histórico de atuação do agente indutor do projeto (organização proponente) na comunidade onde o TBC foi estimulado, independente de ser externo ou fincado no território; iii) boa relação e alinhamento de propósitos entre o agente indutor e a

instância de governança local; iv) participação em redes regionais e nacionais de turismo ou de temáticas pertinentes à comunidade.

Contudo, os processos de gestão do TBC envolvem atores distintos, com interesses diversos, o que torna comum a existência de conflitos que desalinham os caminhos propostos pelo projeto em alguns momentos. O nível de participação comunitária parece amenizar com o tempo as consequências negativas desses conflitos, aspecto que será abordado no próximo item.

### 5.3 PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIA

Se existe um aspecto que é motivo de convergência entre todos os autores e pesquisadores que propõem um conceito para o TBC, é a participação comunitária como estratégia que o distingue de outras modalidades de turismo. Mesmo assim, garantir a efetiva participação dos atores sociais locais no processo que visa construir governanças sólidas ainda é um dos principais obstáculos entre essas iniciativas, afirmam de Mendonça e Irving (2004) e Van Breugel (2013).

Para os envolvidos com o turismo, a participação não pode representar apenas o direito de falar e opinar sobre determinadas situações que ocorrem nas comunidades, mas também o de interferir diretamente nos rumos e estratégias a serem adotadas pelos agentes indutores ou instâncias de governança locais. Segundo Bordenave (1994, p. 25), uma sociedade participativa seria, então, “aquela em que todos os cidadãos têm parte na produção, gerência e usufruto dos bens da sociedade de maneira equitativa, toda a estrutura social e todas as instituições estariam organizadas para tornar isso possível”.

Em se tratando de Brasil, essa condição trazida por Bordenave (1994) nos parece muito distante, pois a formação social do País é ancorada em uma estrutura racista que perpetua desigualdades e, conseqüentemente, impede que haja uma cidadania plena e que os indivíduos acessem de forma distributiva e equitativa os bens materiais e simbólicos da sociedade, como alerta Souza (2020). Por essa razão, a participação dos atores da comunidade no processo decisório e na implementação das ações de TBC é um desafio ainda maior, pois esses são, geralmente, o maior alicerce da desigualdade social brasileira, possuem elevadas condições de vulnerabilidade social e econômica e, por isso, se tornam vítimas fáceis dos discursos

de governos alinhados com as demandas de mercado e que precisam legitimar as suas medidas junto aos territórios que serão diretamente afetados por elas.

De toda forma, a participação comunitária é um eixo imprescindível para geração de benefícios locais por meio do TBC, assim como para oferecer uma experiência mais autêntica e menos pasteurizada aos visitantes e turistas, diferente do que é encontrado no turismo convencional. Não significa dizer que, apenas por meio da participação comunitária, o turismo pode gerar benefícios a essas localidades. É o que confirma o Anuário Estatístico do Turismo referente ao ano de 2019 (MTUR, 2021), quando o turismo convencional e de massa representou um importante mobilizador de investimentos em infraestrutura, de postos de trabalho, de fortalecimento do comércio de localidades turísticas e incentivou a melhoria de serviços básicos (saúde e segurança, por exemplo) que beneficiaram diretamente as populações locais. Fato que ocorreu, por exemplo, em vários destinos costeiros do Nordeste durante a implementação do PRODETUR/NE, no início dos anos 1990.

Embora todos esses investimentos realizados no turismo brasileiro nos últimos anos tenham sido determinantes para impulsionar a economia de várias regiões e cidades do País, a falta de engajamento popular e de consciência de classe, a verticalidade das políticas e projetos de desenvolvimento turístico e a produção socioespacial gerada reduz as possibilidades de mudança real desses territórios por meio do turismo. Por isso, concordamos com Demo (1996) quando salienta que a participação comunitária pode ser considerada um importante benefício, pois proporciona formas de monitoramento das ações que geralmente são coordenadas apenas pelo Estado e pelo mercado para o desenvolvimento de atividades econômicas. Ainda segundo o autor, a participação deve ser considerada uma conquista, pois ela se promove e não se concede, ou seja, ela é construída pela e para a população.

É por isso que a definição de estratégias de construção da participação comunitária foi um dos requisitos definidos pelo MTur para aportar recursos financeiros nos projetos de TBC que se candidataram ao chamamento público em 2008. Isso, porém, não oferecia garantias de que essas estratégias fossem proporcionar uma ampla participação dos atores locais no processo de planejamento e execução dos projetos, pois essa configuração deveria ter sido definida junto à comunidade antes do envio da proposta, para que a mesma validasse o modelo ali apresentado pelos agentes indutores.

A participação pode ocorrer de diferentes formas, podendo ser provocada, quando se faz uso de mecanismos de convencimento e mobilização comunitária em função de uma causa comum e engajante, ou pode ocorrer de forma espontânea, quando se registra um envolvimento mais efetivo dos indivíduos de um determinado grupo social. No primeiro caso, a comunidade é estimulada ou convidada a ouvir e ser ouvida pelos agentes indutores do turismo, mas sem possuir poder suficiente para influenciar as decisões estratégicas dos projetos, o que Tosun (2006) também chama de participação induzida. Quando a participação é efetiva e ocorre naturalmente, pelo real interesse da comunidade, acaba-se criando mecanismos de tomada de decisão que possuem poder de interferência direta nos rumos do projeto.

Entre as iniciativas de TBC pesquisadas, foram identificados casos em que a participação comunitária se resumiu a consultas pontuais e ao envolvimento dos atores locais em atividades produtivas, como a oferta de bens e serviços turísticos. Esses casos demonstraram maior instabilidade no modelo de governança adotado pela iniciativa e um maior número de conflitos identificados, já apontados no tópico anterior. Nos casos em que a participação mostrou ser mais efetiva, com maior envolvimento das comunidades no processo decisório, a iniciativa de TBC apresentou maior solidez e regularidade. Diante disso, as entrevistas sinalizaram que em 32,1% dos projetos, a comunidade foi estimulada a participar, mas a adesão foi baixa, como pode ser observado nos seguintes depoimentos:

“As pessoas participaram de forma muito tímida, porque elas não tinham essa cultura, se pensar em coletivo, de planejar juntos. Então a participação foi pequena porque só se engajou quem queria de fato.” (TBC 05).

“Eu tenho exemplos de comunidades vizinhas que tiveram tudo dado e com uma semana não funcionava mais. Porque não se sentiram pertencendo àquele processo, não sentiu que o suor deles estava ali também né. Então a gente trabalhou isso com muita calma.” (TBC 13).

“Tem pessoas na comunidade, infelizmente, que não tem essa visão, que não participa de movimentos comunitários. Então ele desconhece ou conhece assim, vagamente, o turismo comunitário. Nunca teve o interesse de se aprofundar no assunto, conhecer melhor e conhecer os benefícios que já trouxe e traz à comunidade até hoje. Temos algumas outras pousadas e pessoas que também praticam o turismo comunitário, mas não participam da nossa rede. Já participou, mas não participa mais.” (TBC 17).

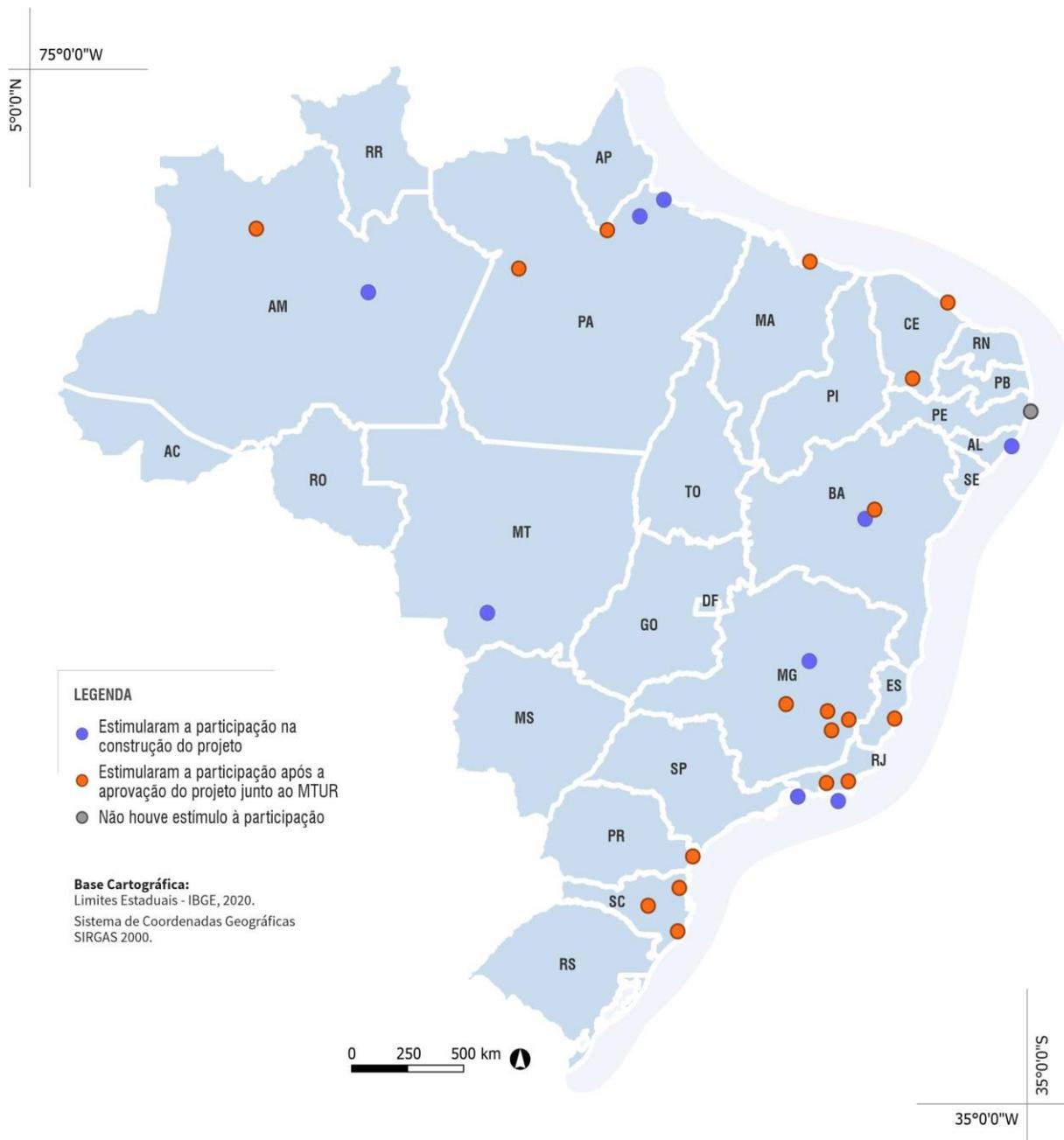
Segundo os entrevistados, a baixa adesão costuma ocorrer porque a expectativa inicial dessas populações era pela sua inserção em oportunidades de trabalho e pelo aumento da sua renda, principal promessa feita pelos agentes indutores dos projetos de TBC. Quando essa expectativa não é concretizada ou atendida plenamente, o envolvimento em processos participativos acaba sendo afetado, como afirmam os representantes das iniciativas TBC 06 e TBC 07:

“Muitos ficaram frustrados quando viram que o turismo não atendeu a sua expectativa de renda e aí eles foram se afastando do projeto.”  
(TBC 06).

“Quando as pessoas não conseguiam a tão sonhada independência financeira ou mesmo melhorar a renda da sua família com o turismo comunitário, isso deixava essas pessoas menos interessadas e elas começavam a faltar muitas reuniões e não participar do planejamento.”  
(TBC 07).

As iniciativas que sinalizaram para a baixa adesão aos processos participativos também apresentaram situações em que o agente indutor só estimulou o envolvimento da comunidade após a aprovação do projeto junto ao MTur (caso de 64,2%), o que demonstra uma clara influência dessa falta de envolvimento ou escuta prévia com a adesão da comunidade durante a execução do projeto, como se vê no Mapa 12:

Mapa 12 – Iniciativas que realizaram mobilizações antecipadas das comunidades para sua participação nas iniciativas de TBC



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

O que correu na Região Sul chamou mais a atenção, pois nenhum dos projetos pesquisados estabeleceu esse diálogo prévio com as comunidades antes da implementação do TBC. Logo depois vêm as Regiões Sudeste (70%), Nordeste (66,6%) e Norte (60%), o que mostra que os projetos podem não ter contemplado as reais demandas das comunidades atendidas, mas as pautas que eram mais interessantes aos agentes indutores.

As iniciativas que proporcionaram essa escuta antecipada, caso de 32% dos projetos, parecem ter conseguido um engajamento maior da população local ao TBC, como afirmam os entrevistados a seguir:

“Na medida em que as oportunidades de trabalho iam surgindo, as pessoas iam participando mais, se envolvendo mais, porque o turismo passava a mudar a vida delas.” (TBC 01).

“Essa participação, na minha opinião, só se consegue se as pessoas estiverem economicamente satisfeitas com o turismo, se a renda aumentar, se tiver trabalho, porque é isso que as comunidades esperam do turismo.” (TBC 12).

“Não podemos romantizar as comunidades, porque no final das contas elas só vão participar das ações do projeto se elas visualizarem um benefício financeiro, se conseguirem se qualificar para aumentar a renda. Foi o que aconteceu aqui.” (TBC 13).

Os depoimentos acima mostram que quanto mais se garantiu o envolvimento das comunidades na oferta de serviços turísticos, maior foi a tendência de participação dessas pessoas nos espaços de planejamento e gestão do TBC que são proporcionados pelo agente indutor e pela instância de governança local. Em algumas iniciativas, os seus representantes afirmaram que, atualmente, a comunidade está completamente envolvida com o planejamento e na tomada de decisões em relação ao turismo, independente de fazer parte desta cadeia produtiva:

“A comunidade é muito unida, sempre foi, mesmo antes do projeto. Aí quando o projeto chegou e começou a sair do papel, a participação da comunidade foi muito forte, porque a gente entendia que os benefícios seriam muito maiores do que apenas a renda.” (TBC 09).

“Na nossa região já havia uma cultura forte para o cooperativismo, então foi muito mais fácil engajar as pessoas no projeto de turismo. A renda foi um aspecto importante, mas a participação efetiva se deu por conta da tradição da região.” (TBC 11).

“Aqui as pessoas entenderam o turismo comunitário como uma bandeira de proteção da comunidade, da sua cultura. Isso fez com que praticamente todo mundo se unisse e participasse das reuniões e participam até hoje, apesar das dificuldades.” (TBC 18).

Com base nas diferentes situações de participação identificadas, foi estruturado o Mapa 13, no qual notamos que a Região Norte possui o maior nível de participação popular, pois 60% das iniciativas contam com envolvimento completo da comunidade no planejamento e na tomada de decisão sobre o TBC e os outros 40%

registram que uma parcela da comunidade participa regularmente do planejamento e gestão da atividade, especialmente os indivíduos que atuam na prestação de serviços a visitantes e turistas. Já no Nordeste, o percentual de participação plena é de 28,5% contra 57,1% de participação parcial das comunidades. Na Região Sul, nenhum projeto registrou um envolvimento mais amplo das comunidades com o TBC, fruto da falta de engajamento prévio na construção das propostas que foram encaminhadas ao MTur, como alertamos anteriormente.

Mapa 13 – Níveis de participação comunitária relatados pelos entrevistados



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Embora esta tese proponha um cenário possível em relação à participação comunitária dos projetos pesquisados, devemos compreender que esta construção apresenta diversas limitações, pois a real dimensão dos níveis de participação no TBC só pode ser aferida *in loco*, escutando diversos atores de uma mesma iniciativa e não apenas um de seus representantes, como foi feito aqui. Esse estudo mais aprofundado poderá ser conferido logo mais, na sexta seção, quando foi aplicado o ITBC em uma das comunidades aqui pesquisadas.

#### 5.4 ACESSO AO MERCADO

O mercado turístico possui um *modus operandi* direcionado a atingir elevados fluxos de turistas, aumentar a ocupação hoteleira e a circulação econômica no comércio, buscando padrões de serviços que homogeneízam lugares ao invés de buscar a sua diferenciação e identidade própria. É o que se observa nos principais destinos turísticos brasileiros, uma lógica pouco inclusiva, que não costuma oferecer espaço para as comunidades locais que lá existem, detentoras de potencialidades e recursos culturais/naturais que poderiam valorizar ainda mais a experiência turística e ampliar o número de beneficiados com a atividade.

Por isso, um dos maiores desafios das iniciativas de TBC é acessar o mercado e se colocar na “vitrine” do turismo regional e nacional. Esta pesquisa se deparou com vários relatos que abordaram essas dificuldades e que alertam para a maneira que geralmente o TBC é visto pelo mercado turístico:

“O turismo comunitário ainda é encarado como se fosse um turismo de coitadismo, uma atividade de menor expressão.” (TBC 01).

“As agências de turismo têm dificuldade de compreender o real potencial do turismo de base comunitária. Elas pensam que é um turismo precário, sem qualidade porque é feito por pessoas humildes.” (TBC 09).

“A gente até já pensou em mudar o nome e não chamar mais de turismo de base comunitária e chamar de turismo alternativo, sei lá. Porque há muito preconceito ainda em relação à expressão ‘comunitária’, como se fosse algo inferior.” (TBC 14).

“Ainda é muito difícil para o mercado entender que o nosso turismo tem qualidade, mesmo que seja feito por uma comunidade. Dá pra ter uma experiência incrível numa comunidade, ser bem atendido, comer uma comida de qualidade, que o turista encontraria em qualquer restaurante mais chique.” (TBC 18).

A resistência do mercado turístico em relação ao TBC não parece estar apenas na desconfiança em relação à qualidade dos serviços e dos produtos oferecidos pelas comunidades ou no receio das empresas em relação às suas condições de segurança, mas também existe porque as agências de turismo tradicionais não costumam enxergar essa modalidade como um “produto” economicamente rentável:

“A forma de ganhar dinheiro com o turismo de base comunitária é diferente do turismo das agências. Elas querem levar vantagem em tudo e não entender que a lógica do turismo de base comunitária é a de repartir os ganhos, fazer com que muita gente seja beneficiada e não apenas algumas pessoas.” (TBC 04).

“Muita gente pensa que o turismo de base comunitária não é o alvo principal das agências de turismo porque as comunidades não têm infraestrutura ou não são seguras. Na verdade, essas agências, empresas de turismo, percebem que não conseguem obter o mesmo volume de dinheiro que elas ganham no turismo de massa.” (TBC 07).

“Sempre tivemos dificuldades na relação com as agências porque elas querem comissão em tudo e querem exigir uma padronização do serviço que o turismo de base comunitária não oferece, porque é mais orgânico. As pessoas das comunidades não são treinadas para reproduzir padrões do mercado, mas para serem elas próprias, com sua cultura única.” (TBC 15).

Sem contar com um engajamento maior do mercado turístico tradicional, muitas das iniciativas de TBC pesquisadas tiveram que adotar estratégias próprias de promoção, a fim de atrair uma demanda turística com personalidade e perfil de consumo diferente do encontrado no turismo convencional. Segundo Maldonado (2009), o TBC volta-se para pequenos grupos de turistas que buscam experiências pessoais combinadas a vivências culturais autênticas, além de contato com cenários naturais. Em pesquisa sobre o tema, Sampaio et al. (2011) afirmam que tal demanda caracteriza-se como um “consumidor solidário”, disposto a pagar sobrepreço em função da consciência da agregação de valor do produto para conservar modos de vida e preservar a biodiversidade local.

Então, podemos dizer que o turista do TBC está em busca de experiências de viagens mais intensas e diversificadas, conhecer e aprender com as comunidades visitadas, interagindo e vivenciando costumes locais. Ele está à procura de intercâmbio cultural, o que o diferencia do perfil mais comum do turista doméstico

nacional, que costuma associar o turismo com momentos de descanso e tranquilidade ou de diversão e entretenimento (MTUR, 2018).

Isso também justifica o fato de as agências de turismo não enxergarem o TBC como um “produto” viável, porque o perfil do seu consumidor, o turista convencional, ainda costuma buscar opções mais padronizadas, grandes complexos de lazer e entretenimento, roteiros panorâmicos, centros de compras e outros atrativos mais propagados pela mídia.

Para compreender melhor essa engrenagem da relação entre demanda e oferta turística, tomamos o exemplo da capital fluminense, principal destino turístico brasileiro, mas que também possui iniciativas de TBC. Os principais atrativos do Rio de Janeiro, amplamente propagados pela mídia internacional, costumam estar sempre lotados de turistas o ano inteiro, a exemplo do Cristo Redentor, da Praia de Copacabana e do Pão de Açúcar. Para as agências de turismo, esses atrativos são pontos de parada obrigatórios dos pacotes oferecidos aos turistas e dos roteiros panorâmicos que mal conseguem estabelecer uma conexão afetiva entre o visitante e a cidade.

Ainda é muito difícil encontrar no cardápio das empresas mais tradicionais opções de roteiros nas favelas cariocas que possuem iniciativas de TBC, como a Rocinha e o Vidigal, ficando a cargo de empresas menores, encontradas após uma busca insistente na internet, que comercializam esses roteiros como opções exóticas e alternativas para um perfil muito específico de turista, já caracterizado anteriormente. Essa, portanto, é uma realidade que ocorre em diversas comunidades brasileiras que oferecem experiências de TBC.

Em outra pesquisa sobre as características do turista do TBC, realizada por Sampaio, Coutinho e Rodrigues (2012), foi observado que esse indivíduo se posiciona como um consumidor consciente, que busca destinos que privilegiam comunidades detentoras de iniciativas socioambientais responsáveis e inclusivas. Ainda segundo essa pesquisa, “observa-se que o turista comunitário se utiliza da internet como forma de obter informações turísticas, o que a torna elemento fundamental para o planejamento de estratégias de promoção e comercialização de destinos comunitários” (SAMPAIO; COUTINHO, RODRIGUES, p. 10).

Nessa direção, constatamos que o principal canal de promoção e comercialização das iniciativas de TBC pesquisadas é a internet, especialmente por meio das redes sociais, como pode ser comprovado nos depoimentos abaixo:

“Nós entendemos que o público-alvo do turismo de base comunitária não é aquele que costuma procurar uma agência de turismo, comprar um pacote completo, com hotel de luxo e tudo incluído. Até têm pessoas com esse perfil interessadas, lógico. Mas não é o nosso principal público. Nosso turista está na internet, no Instagram, buscando opções diferentes. É lá que a gente precisa estar.” (TBC 01).

“A gente tá pra lançar um aplicativo pra facilitar essa divulgação. A gente tem nosso Instagram que faz essa divulgação também pra incentivar os turistas a visitarem a comunidade.” (TBC 05).

“Através de site, através de folheteria, através de mala-direta usando rede social. Mas nosso público chega basicamente através das redes sociais.” (TBC 08).

“A maior parte das pessoas que visitam o projeto ficam sabendo pelas redes sociais, entram em contato por lá. Por isso que precisamos estar sempre atentos, nas redes sociais tudo é muito dinâmico. Se a pessoa fez um contato hoje, você tem que responder logo.” (TBC 09).

“Basicamente todo nosso processo de divulgação e venda é feito pela internet. As pessoas nos encontram nas redes sociais, no site do projeto, entram em contato e agendam a sua visita.” (TBC 11).

“As nossas principais redes de comercialização são o Instagram, Facebook e a gente também tem nosso site, onde muita gente entra em contato por lá. É isto, as redes sociais são os principais [canais de comercialização]” (TBC 18).

Apenas 17,8% das iniciativas mencionaram possuir *websites* onde divulgam o projeto e oferecem canais de reserva de passeios para os turistas. Por serem iniciativas mais experientes em relação às demais, conseguiram estruturar melhor esses canais que, diferentemente das redes sociais, possuem um custo maior de manutenção e operação. Já alguns entrevistados relataram que a divulgação espontânea, ou seja, o tradicional método “boca a boca”, ainda se mantém relevante para atrair demanda turística para as comunidades de TBC:

“E durante esse processo todo, o turismo foi ficando uma coisa maior porque esses próprios voluntários iam divulgando pra amigos e começou a vir *freelancer*, gente de fora querendo conhecer, aí vinha as ideias, pessoal falando, aí um ia divulgando pro outro e foi crescendo.” (TBC 09).

“Eu acho que o nosso projeto tem uma coisa que é o ‘boca a boca’, que por incrível que pareça, sempre foi o que melhor funcionou, sempre. Hoje claro que as redes sociais desempenham um papel muito forte.” (TBC 11).

Além dos canais já citados, algumas iniciativas relataram que, internamente, vem sendo discutida a possibilidade de criação de uma agência de turismo do próprio projeto, que cuide da promoção e da comercialização dos produtos, serviços e passeios oferecidos por suas respectivas comunidades, como é o caso da iniciativa TBC 18:

“Faz um tempo também, inclusive em rede, na última assembleia, ano passado, a gente teve uma discussão bem forte mesmo porque têm pessoas que não querem que o projeto tenha a uma agência e têm outras pessoas que querem. Aí a gente continua nessa discussão que vem se alongando há muito tempo. Têm pessoas que acham que se a Rede virar uma agência, muitas pessoas não vêm mais pra comunidade porque é agência.” (TBC 18).

A preocupação levantada neste depoimento diz respeito ao risco de descaracterização do TBC em caso de implantação de uma agência de turismo do próprio projeto. Segundo o entrevistado, podemos entender, com isso, que a comunidade não está mais valorizando os princípios desta modalidade de turismo e que passou a operar segundo as estratégias do turismo convencional. Essa consequência foi sentida pela iniciativa TBC 08 que, ao implementar uma agência do próprio projeto, sentiu que houve uma dispersão do fluxo turístico que visitava a comunidade:

“No início a gente criou uma empresa pra vender os passeios para a comunidade, pra não depender das agências de turismo de massa. Mas sentimos que isso foi um tiro no pé. Muitos turistas que frequentavam a comunidade acharam que ela ia ficar massificada depois que criamos a agência, porque íamos vender mais, pra muita gente.” (TBC 08).

Acreditamos que a criação de um canal próprio de comercialização do TBC, seja por meio de uma agência de viagem ou por meio de plataformas virtuais, é uma iniciativa interessante e que visa dar autonomia a essas comunidades e conectá-las mais rapidamente com o mercado. Os autores mais conservadores do TBC certamente resistiriam a essa estratégia pelo risco a autenticidade que caracteriza esse fenômeno como uma atividade voltada para um turista mais “alternativo” e sensível, preocupação levantada nos depoimentos anteriores.

Esse aspecto só reforça como o mercado turístico ainda possui muita resistência em relação ao TBC, ora pela desconfiança em relação à qualidade dos serviços e produtos oferecidos por comunidades tradicionais, ora pelo baixo potencial de acumulação econômica que o antagoniza com o turismo convencional. Esse último, por sua vez, se fundamenta na comercialização em massa de bens e serviços turísticos, ao contrário das iniciativas de TBC, que costumam receber grupos menores e com uma frequência mais irregular.

Mesmo diante da divergência identificada entre o turismo convencional e o TBC, todas as iniciativas pesquisadas tentaram parcerias com empresas de turismo já estabelecidas na região, especialmente com as agências de viagem que comercializam pacotes e roteiros já consolidados. A intenção era a de convencer essas empresas de que poderia haver, dentro do fluxo turístico mais conservador, pessoas interessadas e sensíveis às iniciativas de turismo existentes nas comunidades e que isso representaria uma alternativa para um nicho de mercado específico, com um perfil de consumo que se equipara àquele que Maldonado (2009) e Sampaio et al. (2011) já haviam chamado a atenção.

Percebemos que as tentativas de aproximação com o mercado turístico tradicional foram as principais estratégias estabelecidas nos projetos de implementação do TBC nas comunidades pesquisadas. Havia uma crença de que o mercado acolheria naturalmente essas iniciativas por terem o respaldo e a indicação do MTur, que, por sua vez, realizou, nos primeiros anos do subsídio, feiras e exposições nacionais com a participação de alguns projetos de TBC apoiados. O objetivo desses eventos era o de aproximar as iniciativas do mercado turístico, estimular parcerias e favorecer a captação de fluxo turístico para essas comunidades.

Embora, na realidade, a maioria dessas iniciativas tenham se deparado com a resistência do mercado turístico em relação ao TBC, alguns entrevistados relataram avanços nessa parceria:

“A gente conseguiu ao longo desse ano passado [2019] uma parceria boa com uma agência importante da região, que teve uma diretoria muito parceira que entendeu todo esse discurso nosso e tentou, dentro do possível, ajudar pra gente colocar a comunidade na prateleira do turismo da cidade. Até pra que outras agências vejam que é viável trabalhar conosco.” (TBC 08).

“A nossa primeira parceira foi a Pure Brasil. Foi a primeira agência a comprar a ideia do nosso projeto e divulgar o turismo de favela de base comunitária, onde todas as agências eram contra. Recentemente,

fechamos um contato agora com uma agência chamada Mochima, que é de Lisboa, e ela tá fechando parceria com a gente.” (TBC 09).  
“Nós avançamos numa parceria com uma agência chinesa. Eles costumam trabalhar com esse público que procura comunidades e que busca uma experiência mais imersiva.” (TBC 18).

A maioria, porém, retratou dificuldades quando houve a tentativa de aproximação com essas empresas. O representante da iniciativa TBC 03 alertou que algumas agências acabam acolhendo as comunidades, mas na prática não respeitam os princípios dessa modalidade de turismo:

“Se eu, enquanto receptivo, levo um grupo de pessoas para esse destino, 100% das minhas ações vai comungar com uma proposta de turismo comunitário. Agora nós temos na região quatro agências receptoras. Dessas quatro, muitas delas falando no turismo de base comunitária, mas não tão, conceitualmente, trabalhando. Então nas atividades, nas programações dessas agências têm uma atividade ou outra dentro da programação, uma atividade que é uma vivência que eu posso caracterizar como turismo comunitário, mas a maioria do roteiro não.” (TBC 03).

Esse entrevistado ainda coloca a sua preocupação em relação à compreensão do turista, que pode acabar adquirindo um serviço de TBC através de uma agência de turismo convencional, mas vai ter dificuldades de diferenciar as atividades que de fato possuem relação com a modalidade:

“As outras falam também no turismo de base comunitária e na hora que a gente vai comungar e vai ver as atividades, a gente percebe que não é de turismo de base comunitária e o turista também né, muita das vezes ele não consegue ter essa qualidade pra saber 'Ah isso daqui é do turismo de base comunitária, isso aqui não é.’” (TBC 03).

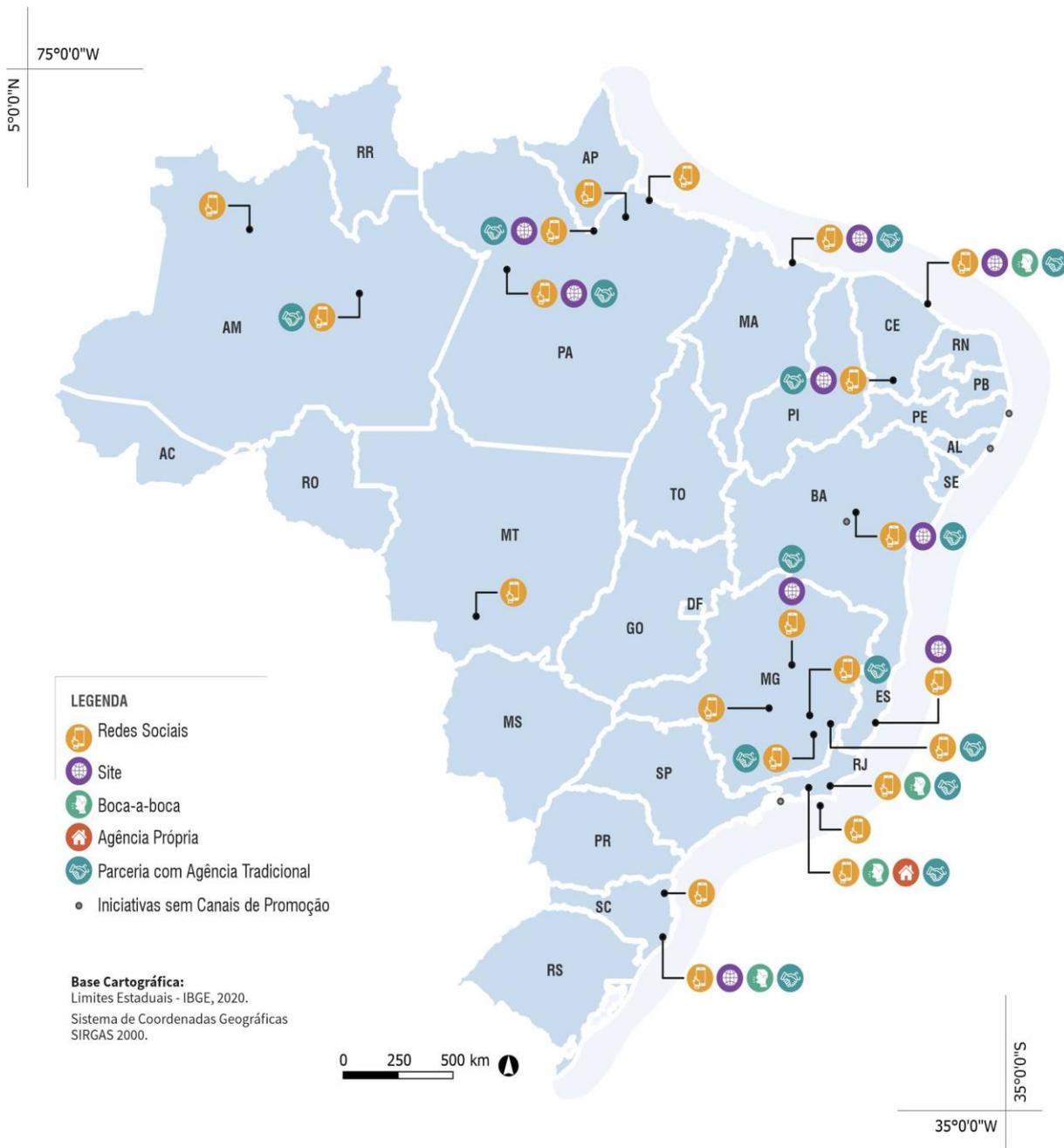
Já os representantes das iniciativas de TBC 05 e TBC 14 afirmaram que no começo do projeto, quando havia muitas ações de promoção do MTur, as agências de viagem até chegaram a demonstrar interesse, mas se afastaram com o tempo ao perceber que não iriam obter a mesma regularidade financeira que o turismo convencional proporciona:

“A gente já teve muitas parcerias com agências enquanto tinha dinheiro e muita visibilidade que o Ministério do Turismo estava dando.

Enquanto tinha isso, essas agências estavam ali parceiras. Agora a gente tem pouquíssimas que normalmente são as da cidade mesmo, agências receptivas que fazem a propaganda, mas agências maiores, tipo a CVC, raras vezes fizeram algum trabalho conosco.” (TBC 05). “Como a gente tinha essa dificuldade com a comunicação, em 2015 foi o último ano que eu tive recurso para o projeto de turismo. Já estavam recebendo turistas, já tinha algumas agências trabalhando com eles, até as agências convencionais estavam levando pra comprar, nem que seja o produto deles, mas assim, já os produtos mais valorizados. Mas, com o tempo, os recursos foram se esgotando e as agências foram se afastando.” (TBC 14).

Como demonstra o Mapa 14, com exceção de 2 projetos localizados na Região Nordeste, todas as iniciativas utilizam alguma estratégia de promoção e comercialização do TBC. Há um predomínio evidente das redes sociais, especialmente o Instagram, como forma de promover e comercializar os seus produtos e serviços, como já havia sido apontado no estudo de Sampaio, Coutinho e Rodrigues (2012).

Mapa 14 – Canais de promoção e comercialização das iniciativas de TBC

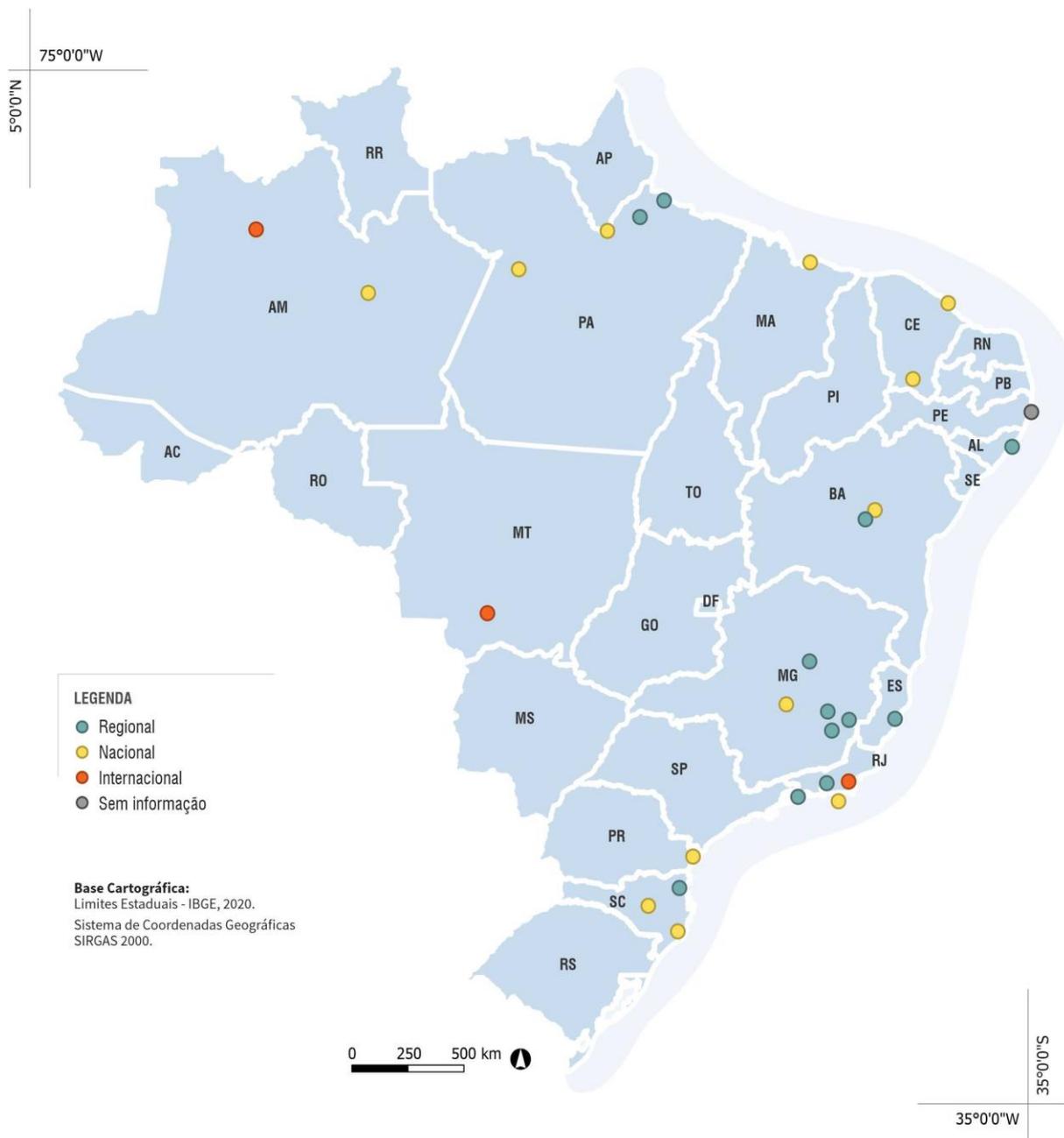


Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Parcerias com agências tradicionais de turismo foram realizadas por 50% dos projetos e o uso de sites institucionais é feito por 32,1%. Apenas 14,2% fazem uso da comunicação boca a boca como estratégia de divulgação e 1 projeto, localizado na Região Sudeste, possui uma agência de turismo da própria comunidade.

Nas entrevistas com os representantes das iniciativas de TBC, também foi abordada a origem do fluxo turístico dessas comunidades, especializada no Mapa 15:

Mapa 15 – Origem predominante do fluxo turístico

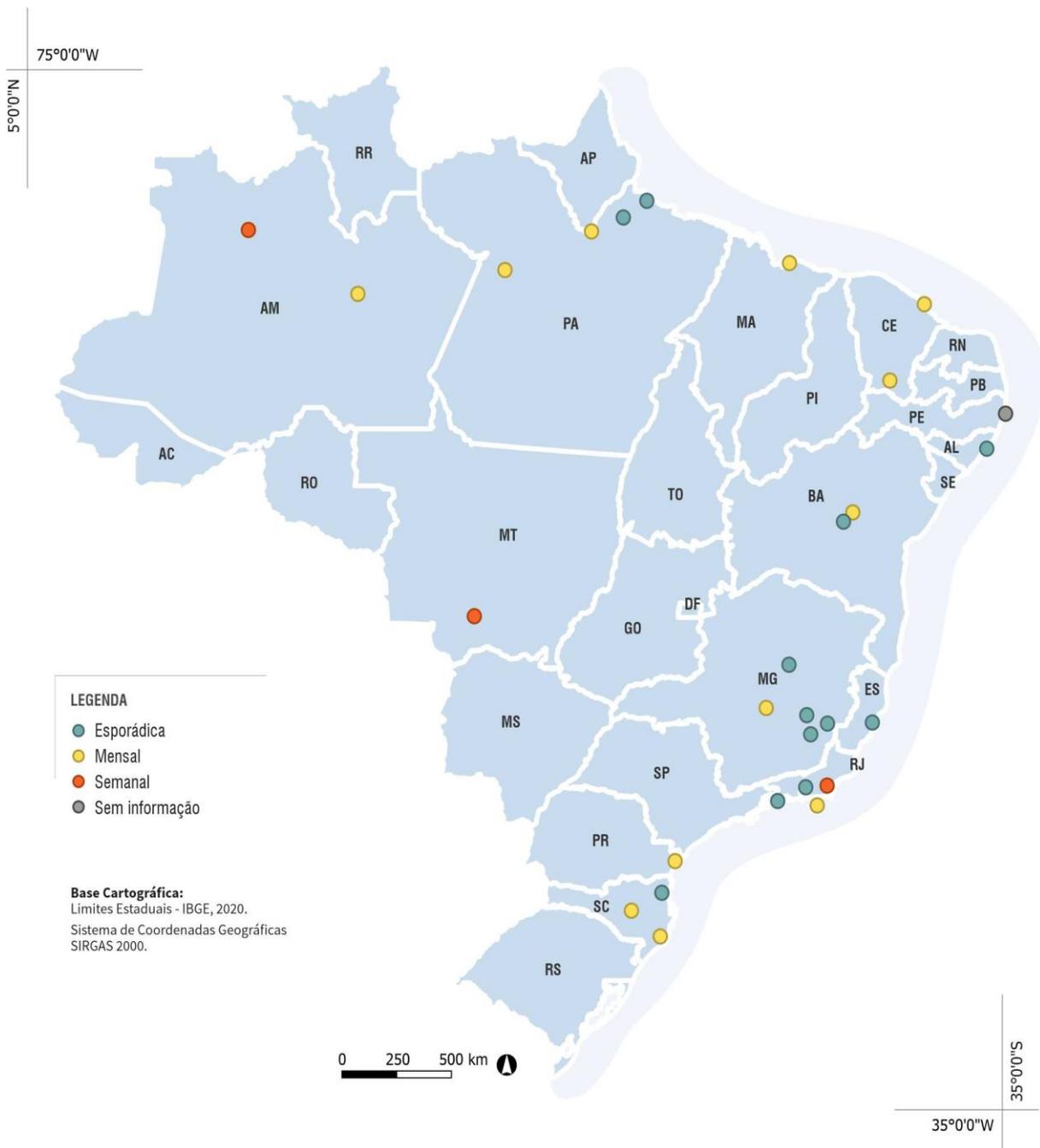


Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Mesmo considerando que essa informação precisa ser apurada com maior rigor científico por meio de pesquisas específicas nas próprias comunidades, foi interessante observar que muitas delas costumam receber fluxos nacionais e internacionais de turistas, geralmente pesquisadores e estudantes universitários. Demandas locais, do próprio estado ou de cidades vizinhas às comunidades, não foram evidenciadas pelos entrevistados, o que reforça o baixo incentivo ao TBC nas próprias sedes dos projetos.

O fluxo turístico doméstico é a principal demanda pelo TBC entre as iniciativas pesquisadas. Juntas, o fluxo regional e nacional são a principal origem de 85,7% das localidades. Em apenas 10,7% das iniciativas, a demanda possui uma origem internacional. Quanto à regularidade desse fluxo, ela ainda é esporádica (42,8%) ou mensal (42,8%), todas ocorrendo por meio de agendamento prévio nos canais de comunicação disponibilizados pelas iniciativas.

Mapa 16 – Regularidade do fluxo turístico



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

As comunidades de TBC que não conseguiram acessar o mercado turístico tradicional possuem uma regularidade menor de visitantes, como mostra o Mapa 16. Elas se tornam dependentes do viajante que insiste em encontrar experiências alternativas ao turismo de massa, reconhecendo que os canais de comunicação com essas iniciativas nem sempre são acessíveis e fáceis de desvendar. Já as comunidades que registraram um predomínio de demanda turística internacional, também possuem uma regularidade semanal de visitantes (10,7%). Porém, acreditamos que a soma com o fluxo nacional e regional faz com que essas iniciativas elevem a regularidade de sua demanda.

Todas as dimensões abordadas até agora nesta seção são fundamentais ao sucesso do TBC. Por isso, esta tese chega até aqui podendo afirmar que as iniciativas que possuem alinhamento de propósito, que demonstram modelos de gestão sólidos, estimulam a participação comunitária e que conseguiram penetrar no mercado, seja através de canais endógenos ou por fruto de parcerias estabelecidas com agências de turismo tradicionais, têm maior chance de gerar benefícios sociais e econômicos consistentes para a população das diversas comunidades atendidas. O resultado de maior expectativa, sem dúvida, é a geração de trabalho e renda, indicador fundamental que ajuda a mensurar o sucesso dos projetos de TBC que foram apoiados pelo MTur em 2008.

## 5.5 TRABALHO E RENDA

Como já ressaltado anteriormente, a mobilização das comunidades que foram contempladas com o financiamento do MTur em 2008 só foi possível porque havia uma expectativa clara dessas populações em relação à geração de trabalho e renda que poderia ser estimulada por meio da atividade turística. Ao longo da pesquisa ficou evidente que, para esses indivíduos de nada adiantaria o TBC atender a todos os princípios e dimensões aqui já abordados se não gerasse impactos econômicos relevantes à sua comunidade e para si próprios. Eles depositaram no TBC a esperança de melhorar de vida, de aumentar sua renda familiar e de investir em negócios rentáveis.

Um desafio que muitos entrevistados relataram foi o de sensibilizar essas comunidades e demonstrar que o TBC poderia atrair ganhos para além da questão

econômica. Esses ganhos, conforme destacado por diversos autores que já mencionados (SAMPAIO, 2005; BURSZTYN, BARTHOLO, DELAMARO, 2009; IRVING, 2009; CORIOLANO, 2009; MALDONADO, 2009), vão desde a melhoria das condições de infraestrutura das comunidades, atração de investimentos públicos, elevação na autoestima dos moradores até o fortalecimento da governança comunitária, que, por sua vez, é importante para conduzir a comunidade na busca de benefícios e oportunidades que vão além daqueles que o turismo pode proporcionar. Como garantem alguns entrevistados, esse foi o discurso que orientou o processo de mobilização inicial para a execução dos projetos:

“Tentamos mostrar para as pessoas, assim que o projeto foi aprovado, que ele traria muitos benefícios para a comunidade e não era só a questão do emprego. O emprego é importante, mas não é só ele que melhoraria a vida das pessoas. Era preciso investimentos, saneamento, educação etc.” (TBC 03).

“O problema é que o turismo gera logo essa expectativa, não é? As pessoas enxergam logo um canal para ganhar dinheiro, para aumentar a renda. Sempre mostramos que existem outras vantagens, mas foi muito difícil convencer as pessoas a participar do projeto quando não falávamos da renda. No final das contas, essa era a expectativa da comunidade.” (TBC 07).

“As pessoas que já possuíam uma condição financeira boa, até se engajavam no projeto e entendiam que estávamos buscando coisa maior, que não era só a geração de trabalho. O trabalho é importante, mas se sustentar com o turismo de base comunitária leva tempo. Queríamos mostrar que a autoestima das pessoas poderia melhorar, que poderíamos vislumbrar um futuro para os jovens.” (TBC 10).

“Na primeira reunião sobre o projeto, tinha, eu acho, umas 60 pessoas. Apresentamos os benefícios que o turismo podia gerar pra eles, inclusive a questão da renda, que eles poderiam se qualificar para trabalhar em diversas atividades. No fim, isso foi o que mais importou, foi o que fez os olhos das pessoas brilharem.” (TBC 15).

Através desses depoimentos foi possível perceber que o engajamento das comunidades em torno do TBC só seria efetivo se houvessem estratégias bem definidas para a geração de ocupações e para o conseqüente incremento na renda das famílias envolvidas, por mais que os agentes indutores tentassem apontar outros caminhos para além da questão econômica. Dessa forma, podemos dizer que as chances do TBC dar certo são escassas quando esse incremento não ocorre, embora o propósito norteador de alguns projetos não tenha caminhado nessa direção, como já sinalizado no primeiro item desta seção. Mas, é importante reconhecer que o

trabalho e a renda devem ser variáveis presentes em todas as etapas de construção de uma proposta de TBC e que ela deve alcançar o maior número de pessoas possível, sem privilegiar alguns grupos, como ocorreu nos casos abaixo:

“O que gerou muita insatisfação das pessoas é que só algumas famílias conseguiram se posicionar bem, conseguiram ganhar dinheiro com o turismo. Às vezes por mérito da própria família que acreditou no projeto, que investiu. Às vezes porque houve uma mobilização ruim das pessoas e algumas famílias acabaram ficando de fora por falha nessa mobilização.” (TBC 04).

“No começo do projeto tinham pessoas que já possuíam um empreendimento, que já trabalhavam com turismo. Tinha pousada, tinha restaurante, tinha lojinha de souvenir. Essas pessoas que já estavam nesse mercado foram valorizadas e as pessoas que não tinham nada ainda, ficaram em segundo plano.” (TBC 08).

“O desafio, no início, era você unir a vocação da família com o interesse dela em trabalhar com turismo. Tinha famílias que não tinham interesse, mas tinham vocação pra receber pessoas, pra fazer um artesanato etc. Mas tinham aquelas que tinham interesse, mas por não ter uma vocação clara ainda, iam ficando de fora.” (TBC 12).

Portanto, o primeiro desafio encontrado pelos projetos foi o de impulsionar a capacidade empreendedora destas comunidades apoiando a criação de ocupações em diversas atividades relacionadas direta ou indiretamente ao TBC. Enquanto metodologia, o caminho foi o mesmo em todas as iniciativas pesquisadas. Após a mobilização comunitária e a apresentação do projeto por parte do agente indutor, foram identificados os indivíduos ou famílias inteiras que manifestaram o interesse de oferecer algum produto ou serviço que viesse compor a cadeia produtiva do TBC que ali estava se constituindo.

Nas comunidades que já recebiam fluxo turístico antes dos projetos de TBC – caso das iniciativas TBC 01, 03, 04, 05, 08, 16, 17 e 18, que representam 28,5% do universo pesquisado – e que já apresentavam um conjunto de serviços que eram destinados a esse fluxo, a intenção dos projetos era a de fortalecer ainda mais esses empreendimentos e disseminar, entre eles, os princípios do TBC para que os mesmos pudessem estar alinhados conceitualmente com a atividade. Obviamente, algumas iniciativas encontraram empreendedores que apresentaram resistência em relação a esta nova dinâmica de organizar e operar a atividade turística naquele território, como relataram alguns entrevistados:

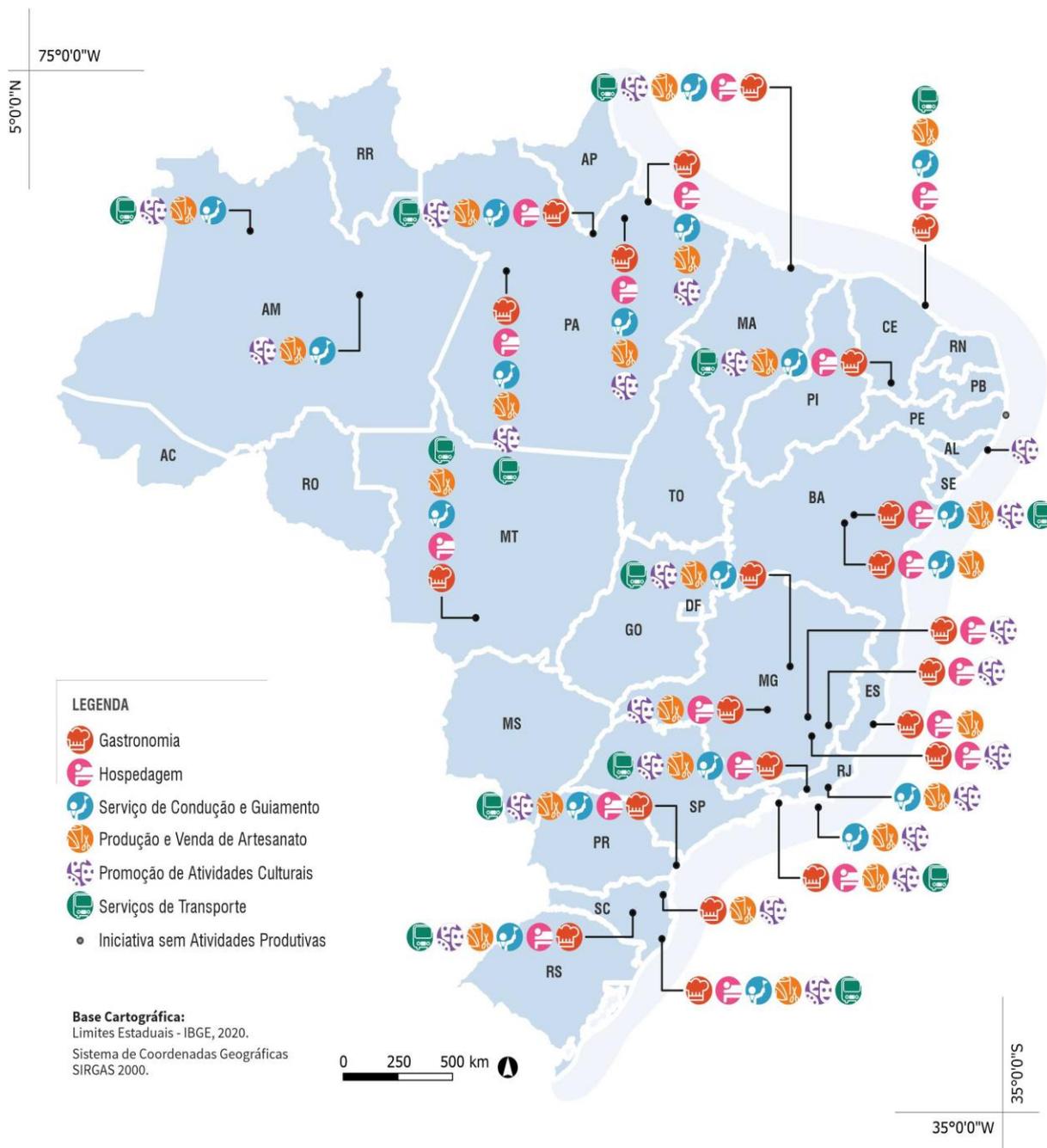
“Tivemos resistência sim, no começo. Muitos não acreditavam na proposta e tivemos que ir mostrando aos poucos que poderia ser um caminho rentável.” (TBC 02).

“Aqueles que já empreendiam no turismo, acostumados com o modelo antigo de turismo, achavam que o turismo de base comunitária poderia afastar o seu cliente ou que iria atrair um público com menor poder econômico. Tentávamos mostrar que era justamente o contrário, que o turista desse tipo de turismo tem um poder de consumo maior e que ele iria comprar mais, gastar mais dinheiro na comunidade.” (TBC 03).  
“Muitas pessoas, comerciantes, principalmente, já estavam cooptados pelo turismo de massa, aquele turismo que não gera muitos benefícios para a comunidade. Foi muito difícil convencer essas pessoas a entender que o turismo de base comunitária poderia trazer outros benefícios, mais qualidade de vida pra comunidade e que o turismo de massa gera dinheiro, mas acaba com os recursos naturais, aumenta os índices de violência, os jovens ficam vulneráveis às drogas etc.” (TBC 18).

Após esse processo de mobilização, que foi acompanhado pela identificação desses empreendedores atuais e potenciais, era preciso aprofundar-se na natureza da comunidade, nas suas vocações culturais e ambientais, a fim de propor uma identidade à cadeia produtiva do TBC que estava sendo estruturada pelos projetos. Esse diagnóstico foi previamente apresentado ao MTur pelas organizações proponentes no ato da candidatura como forma de justificar ainda mais a implementação do projeto. Foi a partir desse cruzamento entre a identificação das pessoas interessadas em trabalhar no TBC e o potencial turístico da comunidade, que as ocupações começaram a ser desenhadas.

A partir do relato dos entrevistados, foi estruturado o Mapa 17, que dimensiona as áreas produtivas ou atividades específicas do turismo que foram estimuladas em cada comunidade, excluindo-se dessa identificação os serviços relacionados ao comércio, por exemplo. Interessante perceber que a produção de artesanato foi a atividade mais estimulada, em um total de 85,7% das comunidades. Em seguida, serviços de gastronomia e de promoção de atividades culturais foram estimulados em 78,5% das comunidades e serviços de hospedagem em 71,4%. Serviços de condução e guiamento turístico, em 67,8% das iniciativas, e serviços de transporte, em apenas 50% iniciativas, foram as atividades menos estimuladas, embora com percentuais significativos.

Mapa 17 – Atividades produtivas que foram estimuladas nas comunidades

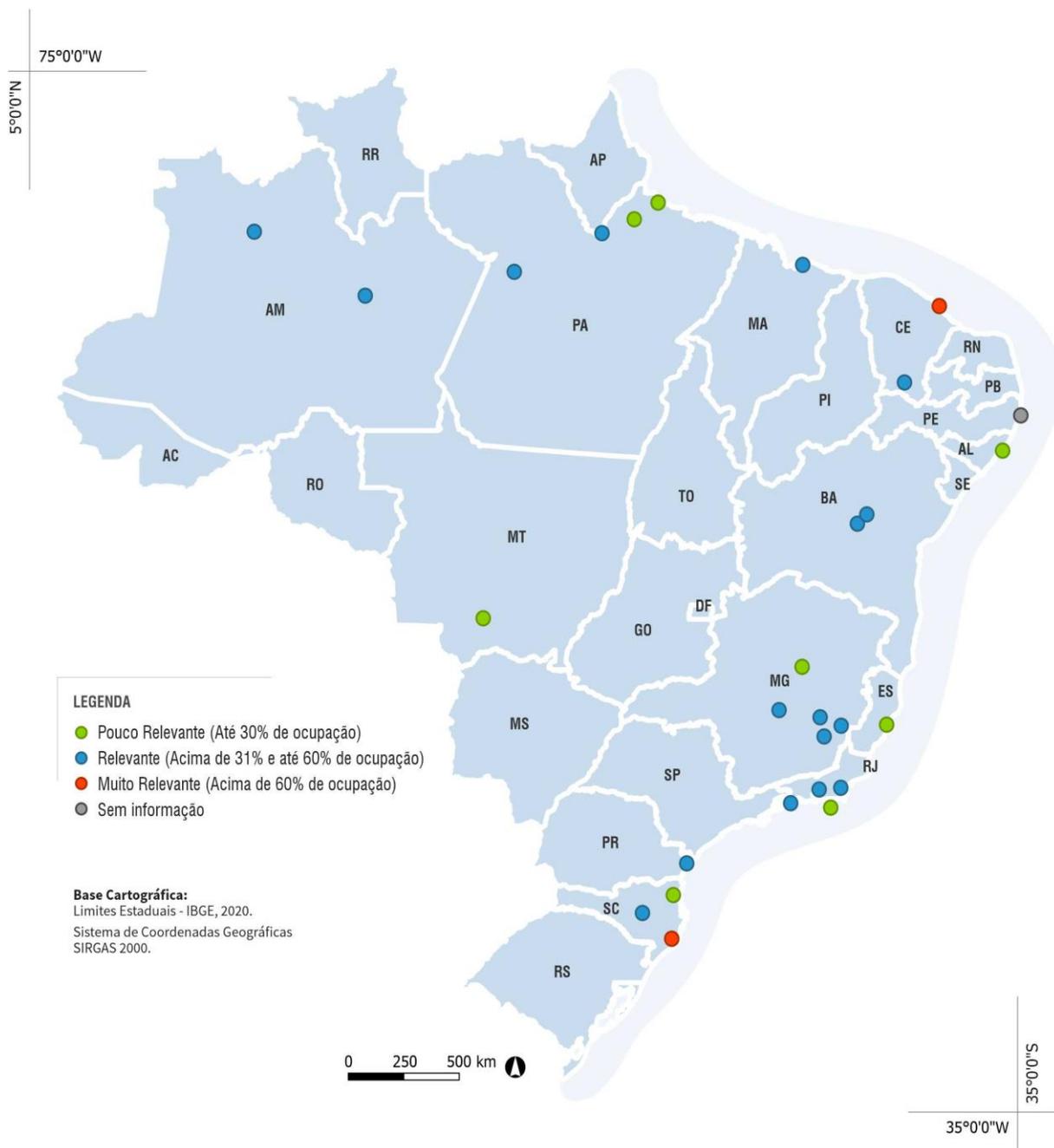


Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Apesar disso, o percentual de engajamento em ocupações ou atividades relacionadas ao TBC ocorreu de forma diferente em cada comunidade. Considerando que as comunidades pesquisadas possuem características socioespaciais distintas (área, número de habitantes, oferta de serviços, infraestrutura, localização, entre outras), a quantidade de pessoas que se ocupam de atividades relacionadas ao TBC

variou bastante, de acordo com as informações coletadas junto aos representantes das iniciativas.

Mapa 18 – Percentual de ocupação da comunidade no TBC

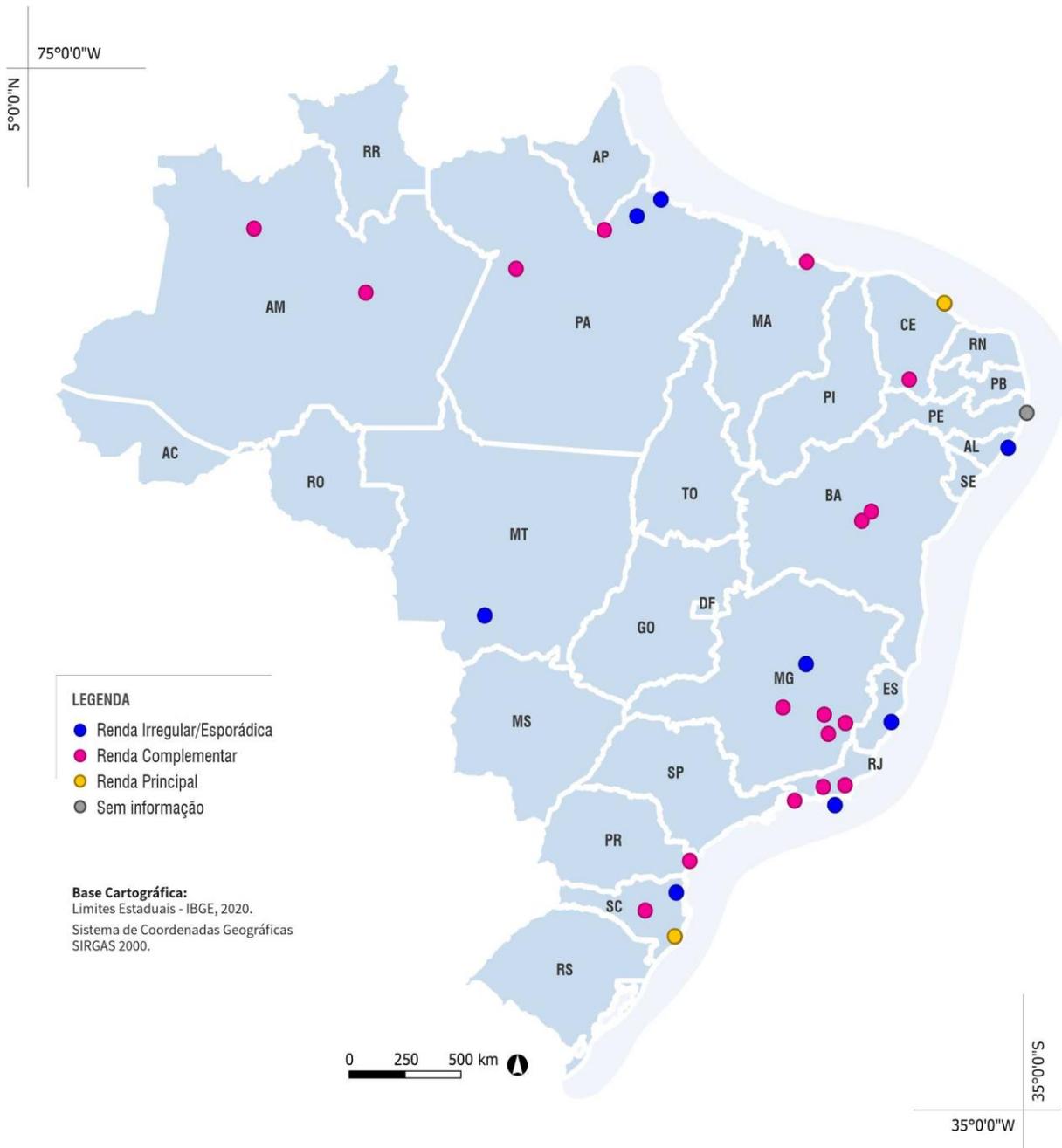


Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Curiosamente, o percentual de ocupação da população de cada comunidade nas atividades de TBC está proporcionalmente ligado à representatividade da renda obtida com essas atividades, como demonstram os Mapas 18 e 19. Nas comunidades que já possuem uma quantidade maior de pessoas ocupadas em outras atividades

econômicas, sobretudo no comércio e na indústria, o percentual de engajamento ao TBC foi menor, não ultrapassando 30% de sua população, o que indica que o turismo ainda não representa uma forma de ocupação economicamente viável, pois a renda obtida em suas atividades é irregular ou esporádica, caso observado em 28,5% das comunidades pesquisadas.

Mapa 19 – Nível de incremento da renda dos indivíduos ocupados com atividades de TBC



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Nas comunidades em que 30% a 60% de sua população encontra-se ocupada em atividades de TBC, essa modalidade de turismo já demonstra maior relevância na renda obtida, configurando-se como a fonte de sustento complementar das famílias e, em alguns casos, a sua ocupação principal, realidade de 60,7% das comunidades, com destaque para as regiões Sudeste e Norte com 70% e 66,6% respectivamente.

Embora tenha sido identificada a relação entre o percentual de ocupação e a representatividade da renda obtida com o TBC, esta pesquisa não conseguiu constatar qual desses aspectos foi a variável impulsionadora, ou seja, se o percentual de ocupação é fruto da representatividade da renda ou o contrário. Essa e outras questões que ainda ficaram em aberto durante esta seção pretendem ser aprofundadas a partir de uma das iniciativas de TBC pesquisadas, desafio que foi abordado na próxima seção, ocasião em que esta tese propõe um instrumental de análise do desempenho do TBC com base na cartografia aqui construída, o ITBC.

## **6 A CHEGADA: CONSTRUÇÃO E APLICAÇÃO DO ÍNDICE DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (ITBC)**

A penúltima seção desta tese apresenta a sua contribuição metodológica na forma de um instrumento de avaliação do desenvolvimento do TBC em comunidades brasileiras, cuja elaboração levou em consideração o aprofundamento teórico empreendido no início da pesquisa, a desconstrução conceitual dessa modalidade de turismo e, principalmente, a pesquisa de campo e o conjunto de entrevistas que revelaram a situação de várias iniciativas apoiadas em 2008 pelo governo federal.

O Índice do Turismo de Base Comunitária (ITBC) é fruto da experiência de projetos que foram implementados ainda em um cenário promissor, durante o governo do presidente Lula, com o redirecionamento da política nacional de turismo para o campo da inclusão social e da geração de emprego e renda em territórios mais vulneráveis, mas que nos anos seguintes enfrentaram períodos de incertezas políticas e econômicas que levaram o País a dar vários passos para trás no combate a sua histórica e estrutural desigualdade social. O desenvolvimento da ferramenta considerou também a sua exequibilidade às novas iniciativas de TBC que surgiram nos últimos anos e nas próximas que virão, às quais o ITBC poderá servir como uma ferramenta balizadora, capaz de contribuir para orientar o desenvolvimento coordenado da atividade em todo o País daqui pra frente.

Aqui, além de detalhar os procedimentos que levaram à construção do ITBC, discutiremos os resultados de sua aplicação na Reserva Extrativista Prainha do Canto Verde, localizada no litoral leste do estado do Ceará, onde existe um dos principais e mais antigos projetos de TBC em funcionamento no País, também apoiado pelo Edital nº 001/2008 do MTur. Ele foi escolhido por sua relevância histórica, por integrar uma rede estadual (TUCUM) e uma rede nacional (TURISOL) de TBC e, especialmente, por ser uma das primeiras iniciativas a provocar o debate sobre esta modalidade de turismo no Brasil. Nossa visita presencial à comunidade ocorreu em 2020, antes da deflagração da pandemia do Covid-19, quando foi possível colher dados e informações que subsidiaram a aplicação do ITBC, posteriormente validada com a coordenação executiva do projeto através de encontros virtuais.

## 6.1 O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO E VALIDAÇÃO DO ITBC

A definição de qual seria a principal contribuição desta tese teve como ponto de partida a existência do próprio objeto, seus conflitos ainda pouco debatidos e a necessidade de compreender a sua relação com a formação social brasileira. Na medida em que trilhávamos o nosso caminho a partir das leituras aqui incorporadas e das provocações que surgiram nos momentos de orientação, nas reuniões do CILITUR e, principalmente, após as duas bancas de qualificação (do projeto e do memorial de tese, respectivamente), o ponto de chegada desta pesquisa aos poucos foi sendo iluminado.

Eis que a presente seção pretende responder de forma prática à nossa hipótese, cuja preocupação residiu na ausência de indicadores que demonstrassem a relação entre as comunidades brasileiras e as ações voltadas ao desenvolvimento do TBC no País, que no início contaram com políticas públicas federais e articulações combinadas entre o Estado e o mercado. Tratamos de discutir dimensões norteadoras na quinta seção, que, por sua vez, fizeram emergir 12 indicadores (IDs) de desenvolvimento, frutos de amplos debates realizados com representantes das iniciativas de TBC. São eles:

- i. ID 1 - Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto;
- ii. ID 2 - Tempo de existência da iniciativa/projeto;
- iii. ID 3 - Relação do agente indutor com a iniciativa/projeto;
- iv. ID 4 - Relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado;
- v. ID 5 - Nível de participação comunitária;
- vi. ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado;
- vii. ID 7 - Regularidade do Fluxo Turístico;
- viii. ID 8 - Caminhos propositivos do TBC;
- ix. ID 9 - Pessoas ocupadas na atividade em alguma atividade remunerada;
- x. ID 10 - Relevância da renda gerada pelas atividades do TBC;
- xi. ID 11 – Serviços relacionados à iniciativa/projeto;
- xii. ID 12 - Infraestrutura básica da comunidade.

O intuito desses indicadores é aferir o nível de desenvolvimento das iniciativas brasileiras, além de monitorar conflitos socioespaciais e a atuação das políticas públicas de turismo que legitimam a transformação dessas localidades em mercadorias para atender aos interesses do mercado sob o discurso de redução da pobreza e da desigualdade social. Dessa forma, os indicadores foram organizados no Índice do Turismo de Base Comunitária (ITBC), cujo objetivo principal é produzir parâmetros de referência que auxiliem pesquisadores, empreendedores, gestores públicos do turismo e instâncias de governança dos territórios que desenvolvem alguma iniciativa de TBC. Especificamente, a aplicação do ITBC ambiciona:

- I. Mapear conflitos socioespaciais que interferem no desenvolvimento do TBC e os impactos gerados nas comunidades e sua população;
- II. Monitorar e avaliar constantemente o desenvolvimento do TBC nos territórios a partir de indicadores que apontem os reais benefícios gerados;
- III. Subsidiar a construção de estratégias efetivas para impulsionar o crescimento ordenado do TBC nas comunidades brasileiras, amenizar os conflitos territoriais e os impactos negativos relacionados à expansão do turismo.

Representamos o ITBC por meio de um formulário (Apêndice C) estruturado em dois blocos. O *Bloco I – Dados Gerais da Iniciativa* é composto por 8 (oito) questões que têm como finalidade caracterizar a iniciativa, auxiliando a compreensão da situação da comunidade em relação aos indicadores que serão aferidos mais a diante. A primeira questão visa identificar a iniciativa avaliada, especificando nome, contatos e dados sociodemográficos da comunidade (localização, número de habitantes e principais atividades produtivas). A segunda questão aborda as principais características do agente indutor que foi responsável por estimular a comunidade no desenvolvimento do TBC, sabendo-se que o agente pode assumir a condição de ente público, terceiro setor, empresa privada ou uma entidade vinculada a uma instituição de ensino superior.

Grupos ou coletivos informais não serão registrados como agentes indutores, pois ter essa característica pode inviabilizar a captação de oportunidades e recursos financeiros junto a editais de fomento ou chamamentos públicos para o desenvolvimento da atividade na comunidade, a exemplo do que ocorreu com os 50 projetos apoiados em 2008 pelo MTur. Além disso, ainda nessa questão, devemos

apontar a sede do agente indutor, visto que o aspecto da proximidade pode nos ajudar a entender o nível de legitimidade dessa organização e a relação que ela estabelece com o território e com as pessoas que estão envolvidas com o TBC.

A terceira questão define o perfil socioespacial do território, pois consideramos esse aspecto fundamental para entendermos a capacidade de expansão urbana e produtiva do TBC e o volume de impactos que a atividade gera na comunidade. Embora não seja nosso objetivo aprofundar conceitualmente as diferentes formas assumidas pelo território, adotamos uma simples caracterização definida no âmbito do grupo de pesquisa CILITUR e apresentada no quadro abaixo:

Quadro 8 – Perfil Socioespacial dos Territórios de TBC

Nº	TIPO	CARACTERÍSTICAS
1	Quilombo	Espaços com identidade cultural própria que se formaram por meio de um processo histórico iniciado nos tempos da escravidão no Brasil, simbolizando a resistência a diferentes formas de dominação.
2	Aldeia indígena	Fundada em relações de parentesco ou vizinhança entre seus membros que mantém laços histórico-culturais com as organizações sociais indígenas.
3	Favela	Agrupamento populacional caracterizado pela ocupação densa e pouco planejada, pelo comércio informal e pelo acesso precário a serviços públicos essenciais, geralmente localizado às margens dos principais corredores econômicos de uma metrópole.
4	Comunidade urbana	Agrupamento populacional constituído de residências e pequeno comércio, distante dos principais corredores econômicos de uma metrópole.
5	Comunidade costeira ou de praia	Agrupamento populacional localizado na faixa litorânea, definido por sua cultura típica e pela presença de atividades ligadas direta ou indiretamente à pesca e ao extrativismo.
6	Comunidade ribeirinha	Agrupamento populacional localizado nas proximidades dos rios, definido por sua cultura típica e pela presença de atividades ligadas direta ou indiretamente à pesca e ao extrativismo.
7	Comunidade rural	Constituída por áreas não urbanas cujas atividades típicas estão relacionadas à agricultura, pecuária e extrativismo.

Fonte: CILITUR (2021).

Em seguida, na quarta questão buscamos identificar quais as atividades ligadas à cadeia produtiva do turismo foram estimuladas nas comunidades através dos projetos de TBC ali implementados. O conjunto dessas atividades pode estabelecer análises importantes sobre a relevância da cadeia produtiva local e sua capacidade de atendimento à demanda turística. Com base nas entrevistas junto a representantes de iniciativas de TBC, definimos as seguintes atividades produtivas ligadas ao turismo: i) alimentação (bares, restaurantes, lanchonetes e serviços

ambulantes); ii) hospedagem (hotéis, pousadas, flats, casas de temporada e alugueis de quartos); iii) condução de passeios e visitação (serviços de guiamento, roteiros turísticos, passeios naturais e culturais, além da compra de tickets para acesso a museus comunitários, parques, casas de espetáculo etc.); iv) produção e venda de artesanato local; v) atividades culturais (apresentações típicas, eventos, feiras, shows, exposições etc.) e transporte (dentro do destino e traslado entre os meios de hospedagem e pontos de embarque/desembarque de turistas).

A procedência do fluxo turístico da comunidade foi um aspecto abordado na quinta questão, pois durante a quinta seção nos chamou a atenção o fato dos adeptos ao TBC serem, em sua maioria, pesquisadores e estudantes universitários. Entre as iniciativas pesquisadas poucas são aquelas que recebem turistas de forma regular, por isso entendemos que é importante revelar se as experiências que surgiram no Brasil há menos tempo observaram mudanças no comportamento da demanda por esta atividade.

A sexta questão encerra o *Bloco 1* abordando o quantitativo de pessoas envolvidas direta ou indiretamente com a iniciativa/projeto, variando em uma escala de até 10 pessoas podendo chegar a registrar comunidades que ocupam mais de 500 pessoas com o TBC. É importante dizer que nenhuma das possibilidades existentes dentro dessa margem de ocupação é suficiente para determinar se a atividade foi efetiva na geração de trabalho e renda, pois esse aspecto precisa ser relacionado ao perfil territorial da comunidade e ao tamanho de sua população.

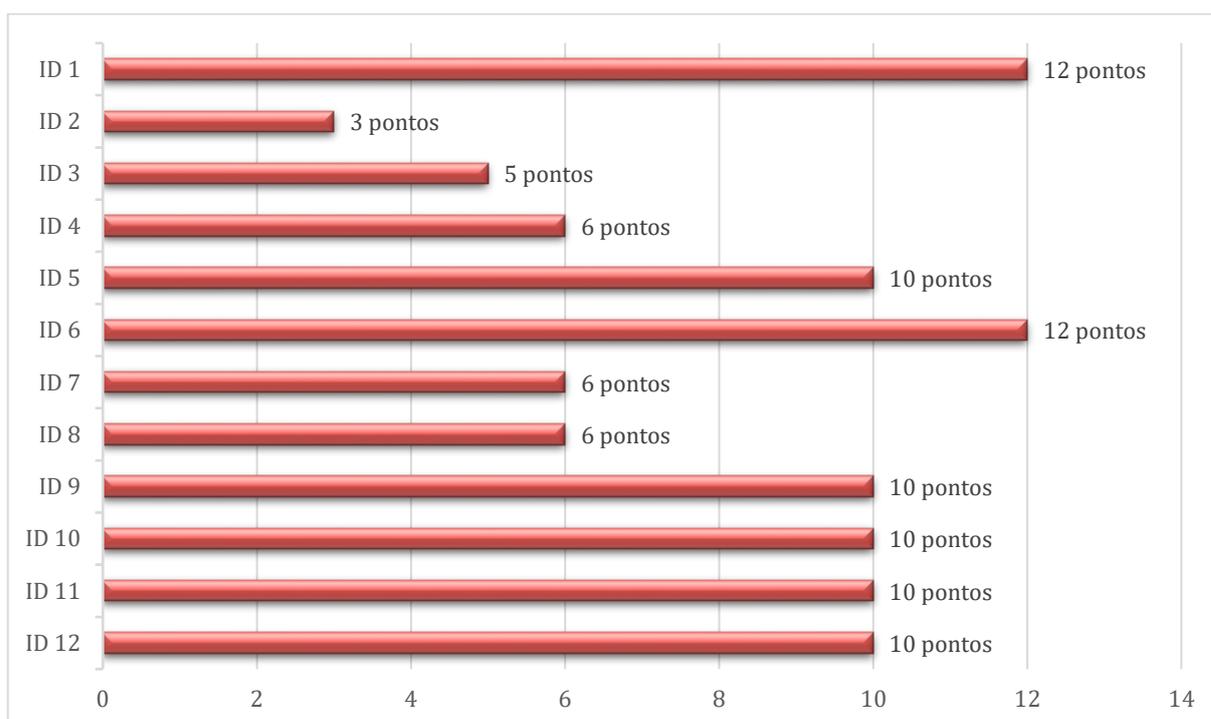
O *Bloco 2 - Índice de Desenvolvimento das Iniciativas/Projetos de TBC* é a essência da ferramenta aqui apresentada, pois organiza e projeta o desenvolvimento dos 12 indicadores considerando possibilidades e situações que foram constantemente abordadas durante esta pesquisa, desde a problematização do seu objeto de estudo até a discussão com atores que protagonizaram o desenvolvimento do TBC nas suas comunidades.

Ao definirmos esses indicadores, nossa próxima estratégia foi a de mensurar o seu nível de relevância e de influência no desenvolvimento de uma iniciativa de TBC. Assim, com base numa escala de 0 a 100 pontos, foram atribuídos pesos a cada um dos indicadores. A distribuição desses pesos foi determinada por meio do envio de um formulário on-line para grupos nacionais de pesquisadores e profissionais do TBC por meio de aplicativos de mensagens instantâneas e e-mail. Além disso,

apresentamos e discutimos a distribuição dos pesos do ITBC durante reunião ordinária do Grupo de Pesquisa CILITUR.

Ao todo, 37 pessoas participaram da validação dos indicadores, dimensionando a relevância de cada variável de acordo com a sua experiência como pesquisador ou como integrante da cadeia produtiva do TBC. Dessa forma, o Gráfico 4 e o Quadro 9 nos mostram como ficou a distribuição dos pesos por indicador (agrupados em um conjunto de variáveis relacionadas à cada indicador), considerando uma escala de 0 a 100 pontos em relação à sua relevância.

Gráfico 4 – Distribuição dos pesos por indicador, com base numa escala de 0 a 100 pontos



Fonte: o autor (2021).

Quadro 9 – Hierarquização dos indicadores com base nos seus respectivos pesos

ORDEM DE RELEVÂNCIA	INDICADOR	PESO/ PONTOS
1º	ID 1 - Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto	12
	ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado	12
2º	ID 5 - Nível de participação comunitária	10
	ID 9 - Pessoas ocupadas na atividade em alguma atividade remunerada	10
	ID 10 - Relevância da renda gerada pelas atividades do TBC	10
	ID 11 – Serviços relacionados à iniciativa/projeto	10
	ID 12 - Infraestrutura básica da comunidade	10
3º	ID 4 - Relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado	06

	ID 7 - Regularidade do Fluxo Turístico	06
	ID 8 - Caminhos propositivos do TBC	06
4º	ID 3 - Relação do agente indutor com a iniciativa/projeto	05
5º	ID 2 - Tempo de existência da iniciativa/projeto	03
TOTAL		100

Fonte: o autor (2021).

É importante frisar que a estratégia de hierarquizar os indicadores pela sua relevância não interfere, necessariamente, na ordem de sua aplicação em uma determinada iniciativa/projeto de TBC. Esta ordem, por sua vez, foi estabelecida com base em uma narrativa de análise e avaliação de também recomendada e validada pelo conjunto de atores que mencionamos anteriormente. É esta narrativa que é operacionalizada no ITBC e que vai nos conduzir nesta seção até contextualizarmos os 12 *IDs*.

Começando, o *ID 01* discute o nível de estruturação da governança adotada na comunidade e até que ponto ela consegue garantir a operacionalização das ações ligadas ao TBC no território. A existência de uma instância de governança local, como fóruns, comitês, institutos ou associações comunitárias, responsáveis pelo planejamento e gestão do TBC, representa a variável de maior peso. As demais variáveis relacionadas a esse indicador abordam o nível de estruturação da entidade, através da presença de regimento interno ou estatuto, e a sua integração em redes (regionais, nacionais ou internacionais) de turismo ou similares. Nesse caso, todas as variáveis podem ser registradas pela iniciativa que está sendo avaliada, o que aumenta a sua avaliação no quesito governança.

Quadro 10 – ID 1 - Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto

INDICADOR	VARIÁVEIS (MÚLTIPLA ESCOLHA)	PESOS
ID 1 - Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto	A iniciativa não possui instância de governança.	0
	Existência de instância de governança (fórum, comitê, instituto, coletivo ou associação local) que atua no planejamento e gestão do TBC.	3
	A instância de governança possui regimento interno ou estatuto da entidade.	3
	A iniciativa/projeto integra redes de turismo ou similares regionais/nacionais.	3
	A instância de governança possui transversalidade e atua em outras pautas além do turismo (meio ambiente, trabalho e renda, educação etc.).	3
PONTUAÇÃO MÁXIMA		12

Fonte: o autor (2021).

Tendo como referência as iniciativas de TBC que foram pioneiras no Brasil e que estão em atividade há pelo menos 13 anos, período em que receberam o aporte do governo federal, o tempo de existência da iniciativa/projeto foi abordado no *ID 2*. Nesse caso, apenas uma variável deve ser registrada durante o processo de avaliação, sendo a de maior peso aquela em que a iniciativa/projeto possui mais de 10 anos de atuação.

Quadro 11 – ID 2 - Tempo de existência da iniciativa/projeto

INDICADOR	VARIÁVEIS (SELECIONAR APENAS UMA ALTERNATIVA)	PESOS
ID 2 - Tempo de existência da iniciativa/projeto	Menos de 01 ano de existência.	0,5
	De 01 a 05 anos de existência.	1
	Acima de 05 até 10 anos de existência.	2
	Acima de 10 anos de existência.	3
PONTUAÇÃO MÁXIMA		3

Fonte: o autor (2021).

Se no bloco anterior registramos a identidade do agente indutor, no *ID 3* buscamos compreender como se dá a relação entre essa organização e a própria comunidade, especialmente o seu nível de contribuição no que se refere ao desenvolvimento do TBC. Isso porque, quanto menos presente e envolvido este agente for, menor será a sua capacidade de atendimento aos propósitos da iniciativa naquele território. O diálogo entre as organizações que capitanearam o projeto de TBC, especialmente entre o agente indutor e a instância de governança local (associação, fórum ou conselho comunitário), é fundamental para a solidez do seu modelo de governança, mesmo que, em alguns casos, a mesma organização que impulsiona e instiga o TBC em determinado território, também seja responsável pela gestão local da atividade.

Quadro 12 – ID 3 - Relação do Agente Indução com a iniciativa/projeto

INDICADOR	VARIÁVEIS (SELECIONAR APENAS UMA ALTERNATIVA)	PESOS
ID 3 - Relação do agente indutor com a iniciativa/projeto	Não contribui com a iniciativa/projeto.	0
	Contribui pontualmente com o desenvolvimento da iniciativa/projeto.	1
	Contribui sistematicamente com o desenvolvimento da iniciativa/projeto.	3
	Atua diretamente junto à iniciativa/projeto por meio de apoio técnico.	5
PONTUAÇÃO MÁXIMA		5

Fonte: o autor (2021).

O *ID 4* mantém-se no campo das relações institucionais e políticas, pois elas são determinantes ao sucesso de qualquer atividade produtiva. Nesse indicador, avaliamos a relação da iniciativa/projeto de TBC, seja por meio do agente indutor ou da instância de governança local, com as esferas do Estado, que, por sua vez, podem contribuir com o TBC através da criação e implementação de políticas públicas, inclusive no que diz respeito à melhoria da infraestrutura básica, aspecto ainda precário em muitas comunidades brasileiras.

Durante a pesquisa, ficou demonstrado que as iniciativas que possuem baixa interlocução com os governos municipais e estaduais apresentam maior dificuldade de captar oportunidades para comunidade e investimentos ao TBC. Já aquelas que possuem amplo trânsito entre as esferas públicas, inclusive em nível federal, aumentam as chances de angariar oportunidades.

Quadro 13 – ID 4 - Relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado

INDICADOR	VARIÁVEIS (SELECIONAR APENAS UMA ALTERNATIVA)	PESOS
ID 4 - Relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado	Não há relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado.	0
	Possui boa relação com poder público municipal/estadual, mas sem impacto direto na iniciativa/projeto.	2
	Possui boa relação com o poder público municipal/estadual com impactos significativos na iniciativa/projeto.	4
	A iniciativa/projeto possui amplo trânsito nas esferas municipal, estadual e federal e consegue articular oportunidades sistemáticas para a comunidade.	6
PONTUAÇÃO MÁXIMA		6

Fonte: o autor (2021).

A questão política também se expressa no TBC quando o assunto é a participação comunitária, aspecto central desta modalidade de turismo e que é

explorada no *ID 5*. Vimos que não é possível chamar de TBC as iniciativas que sequer estimularam a participação de agentes locais no processo de discussão, planejamento e gestão da atividade. Mas, também percebemos que o engajamento dessas pessoas pode ocorrer de formas e intensidades diferentes, pois a efetividade dessas estratégias está condicionada ao nível de sensibilização e conhecimento da comunidade em relação ao turismo e seus possíveis benefícios, especialmente quando se trata da geração de trabalho e renda. O engajamento das pessoas também está relacionado ao histórico de participação da comunidade em outras pautas, como o direito à moradia e infraestrutura, por exemplo.

Quadro 14 – ID 5 - Nível de participação comunitária

INDICADOR	VARIÁVEIS (SELECIONAR APENAS UMA ALTERNATIVA)	PESOS
ID 5 - Nível de participação comunitária	Não há registros de participação efetiva da comunidade no desenvolvimento do TBC.	0
	A comunidade é estimulada a participar do planejamento e da gestão do TBC, mas a adesão não ultrapassa 20% da comunidade.	3
	Entre 21% e 50% da comunidade, especialmente aqueles que atuam diretamente com as atividades de turismo, participam regularmente do planejamento e da gestão do TBC.	6
	Mais de 50% da comunidade está envolvida com o planejamento e tomadas de decisão sobre o TBC.	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA		10

Fonte: o autor (2021).

O *ID 6*, por sua vez, adentra em um aspecto ainda pouco explorado na literatura sobre o TBC no Brasil, embora seja um dos seus principais gargalos: a estratégias de acesso a mercado. Acreditamos que é importante não repudiar a relação das comunidades com agentes do mercado turístico tradicional, mesmo que a interferência destes possa causar certa descaracterização ou desvirtuação dos propósitos essenciais do TBC, situação que pode ser evitada com a existência de uma governança sólida e com a participação ativa da comunidade.

Além disso, ainda parece escassa a existência de agências de turismo especializadas nesta modalidade, o que leva as iniciativas/projetos a investir em soluções alternativas para promover e comercializar os seus produtos e serviços, como as redes sociais, mas ainda sem a devida profissionalização. Por isso, acreditamos que é importante valorizar a proximidade das comunidades com destinos turísticos indutores e as parcerias bem-sucedidas entre o TBC e o turismo tradicional,

mesmo que o primeiro costume ser colocado como uma alternativa ao segundo, como se essas modalidades ou formas de fazer turismo não pudessem coexistir ou conviver.

Quadro 15 – ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado

INDICADOR	VARIÁVEIS (MÚLTIPLA ESCOLHA)	PESOS
ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado	Não foram registradas estratégias de acesso a mercado da iniciativa/projeto de TBC.	0
	A iniciativa de TBC está localizada em um raio de até 50 km de proximidade de destinos indutores de fluxo turístico da região.	3
	Parcerias com agências de turismo convencionais locais e regionais para a comercialização dos produtos e serviços de TBC.	3
	Criação de mecanismos endógenos de comercialização dos produtos e serviços de TBC.	3
	Promoção da iniciativa em mídias sociais e plataformas digitais ( <i>Instagram, AirBnb, Facebook</i> etc.).	3
PONTUAÇÃO MÁXIMA		12

Fonte: o autor (2021).

Podemos afirmar que o resultado das estratégias adotadas pelas iniciativas/projetos de TBC para acessar o mercado incidem diretamente na regularidade do seu fluxo turístico, aspecto abordado no *ID 7*. Entendemos que a frequência com que visitantes e turistas circulam nas comunidades é mais importante do que o volume de pessoas que se desloca até elas, dado que muitos desses territórios possuem vulnerabilidades sociais e de infraestrutura que podem ser pioradas pela falta de controle na sua capacidade de carga. Além disso, quanto menos sazonal for o TBC, maior a sua capacidade de gerar visibilidade para a comunidade, melhorar a sua relação com as instâncias governamentais, estimular a participação comunitária e, conseqüentemente, atender aos caminhos propositivos definidos na concepção do projeto.

Quadro 16 – ID 7 - Regularidade do fluxo turístico

INDICADOR	VARIÁVEIS (SELECIONAR APENAS UMA ALTERNATIVA)	PESOS
ID 7 - Regularidade do fluxo turístico	A iniciativa/projeto de TBC ainda não registra fluxo turístico.	0
	Esporádica - os empreendedores registram turistas e visitantes poucas vezes ao longo do ano, apenas em temporadas específicas ou por grupos organizados previamente agendados.	2
	Mensal - os empreendedores registram turistas e visitantes em datas específicas ao longo do mês, normalmente grupos organizados previamente agendados.	4
	Semanal - os empreendedores registram turistas e visitantes em alguns dias, especialmente nos finais de semana.	6
PONTUAÇÃO MÁXIMA		6

Fonte: o autor (2021).

Para os entrevistados e os demais profissionais e pesquisadores que validaram os indicadores do ITBC, o caminho propositivo da iniciativa/projeto e suas variáveis correspondentes deve possuir um papel de destaque no processo de avaliação de uma experiência brasileira de TBC, pois a atividade precisa atuar sobre as fragilidades sociais ainda persistentes e que encorpam e perpetuam a condição de desigualdade a que estão submetidos diversos segmentos populacionais do País. A proteção do território contra agentes externos do capitalismo, a geração de trabalho e renda e a inclusão social de minorias, tais como negros, indígenas, quilombolas, LBTQIA+, mulheres e moradores da favela, são aspectos que mereceram destaque no *ID 8*:

Quadro 17 – ID 8 - Caminhos propositivos do TBC

INDICADOR	VARIÁVEIS (MULTIPLA ESCOLHA)	PESOS
ID 8 - Caminhos propositivos do TBC	O TBC surge como mecanismo de defesa e proteção do território e de seus recursos naturais contra agentes externos e especulação imobiliária.	2
	O TBC surge como alternativa de trabalho e renda para a comunidade.	2
	O TBC surge como alternativa para incluir minorias em atividades produtivas (negros, indígenas, quilombolas, ribeirinhos, LBTQIA+, mulheres, moradores da periferia urbana, pessoas com deficiência etc.).	2
PONTUAÇÃO MÁXIMA		6

Fonte: o autor (2021).

No *ID 9*, discutimos o percentual de pessoas ocupadas direta e indiretamente com o TBC, considerando que pelo menos 10% da comunidade precisa estar envolvida de alguma maneira com a atividade para que ela possua alguma relevância nesse aspecto, seja por meio da oferta de bens e serviços turísticos ou por exercer atividades típicas da produção associada ao turismo, como a produção e venda de produtos para empreendimentos turísticos ou a prestação de serviços de manutenção nesses estabelecimentos.

Quadro 18 – ID 9 - Pessoas ocupadas na atividade em alguma atividade remunerada

INDICADOR	VARIÁVEIS (SELECIONAR APENAS UMA ALTERNATIVA)	PESOS
ID 9 - Pessoas ocupadas na atividade em alguma atividade remunerada	Menos de 10% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	1
	De 10% a 30% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	3
	De 31% a 50% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	5
	De 51% a 70% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	7
	De 71% a 90% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	9
	Acima de 90% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA		10

Fonte: o autor (2021).

Em complemento ao indicador anterior, o *ID 10* pretende compreender até que ponto a renda gerada pelo TBC possui relevância para as pessoas ocupadas na atividade. Porém, a dependência do turismo é um aspecto que merece cuidado, pois pode acabar estimulando o desaparecimento das atividades econômicas tradicionais, como a pesca artesanal e a agricultura familiar. Diferente do que costuma ser estimulado no turismo tradicional, o cenário desejável para as comunidades é aquele em que o TBC proporciona rendimentos significativos aos indivíduos envolvidos com a atividade, não chegando a ser a sua principal fonte de renda, mas sim uma atividade que complementa a renda principal das famílias, normalmente oriunda de atividades tradicionais locais. Por isso, essa variável possui o maior peso do indicador aqui discutido.

Quadro 19 – ID 10 - Relevância da renda gerada pelas atividades do TBC

INDICADOR	VARIÁVEIS (SELECIONAR APENAS UMA ALTERNATIVA)	PESOS
ID 10 - Relevância da renda gerada pelas atividades do TBC	O TBC não tem influência na geração de renda na comunidade.	0
	O TBC proporciona rendimentos esporádicos à comunidade envolvida, mas não representa uma atividade econômica significativa.	3
	O TBC proporciona rendimentos significativos à comunidade envolvida, representando a principal fonte de renda local.	6
	O TBC proporciona rendimentos significativos aos indivíduos envolvidos com a atividade, atuando como uma fonte complementar à renda gerada pelas atividades tradicionais locais.	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA		10

Fonte: o autor (2021).

O *ID 11* busca avaliar a qualidade dos serviços essenciais relacionados ao TBC, itens que foram sugeridos pelos entrevistados e pelos profissionais e pesquisadores que validaram o ITBC. Foram 5 os serviços relacionados para avaliação dos equipamentos turísticos das comunidades, conforme quadro abaixo:

Quadro 20 – ID 11 - Serviços relacionados à iniciativa/projeto

Nº	SERVIÇO	DESCRIÇÃO
1	Atendimento	Está relacionado ao acolhimento e à hospitalidade das pessoas que prestam algum serviço relacionado ao TBC na comunidade, como recepcionistas, condutores, guias de turismo etc.
2	Higiene	Relacionado à limpeza no ambiente dos equipamentos turísticos da comunidade e nos espaços que são frequentados pelos turistas e visitantes.
3	Segurança	Relacionado à obediência das normas de segurança pelos equipamentos turísticos, sinalização e manutenção de infraestrutura física.
4	Diversidade de atividades	Refere-se às opções de atividades de lazer e entretenimento oferecidas aos turistas e visitantes, como passeios, shows, oficinas, trilhas etc.
5	Acessibilidade	Avalia as condições de acesso dos equipamentos turísticos da comunidade para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

Fonte: o autor (2021).

Por fim, o ID 12 volta-se para a infraestrutura básica da comunidade, condição indispensável para garantir o desenvolvimento do TBC no território de forma estruturada. Além de possibilitar apontar os principais gargalos de infraestrutura da comunidade que dificultam o crescimento do turismo, esse indicador pretende contribuir pra identificar até que ponto a iniciativa conseguiu, durante o seu tempo de existência, atrair investimentos públicos que melhoraram esse aspecto. Os itens avaliados foram: saneamento básico, limpeza urbana, acesso, segurança e sinalização.

No caso dos dois últimos *IDs*, deve ser atribuído um índice que varia de 0 para *Não Atende* – quando esse item compromete o desenvolvimento do TBC –, 1 para *Atende* – quando esse item não compromete o desenvolvimento do TBC – e 2 para *Surpreende* – quando esse item contribui para destacar positivamente o TBC na comunidade.

Ao final do preenchimento do ITBC, a iniciativa/projeto avaliada pode chegar até 100 pontos distribuídos entre os pesos das variáveis relacionadas aos 12 indicadores anteriormente apresentados. Ao todo, foram definidos 4 níveis de

desenvolvimento do TBC, cuja pontuação necessária para alcançá-los está relacionada no quadro abaixo:

Quadro 21 – Níveis de desenvolvimento do TBC com base no resultado do ITBC

NÍVEL	CATEGORIA	PONTUAÇÃO OBTIDA	DESCRIÇÃO
1	Incipiente	Até 30 pontos	A iniciativa/projeto de TBC ainda não gera benefícios significativos à comunidade, apresentando conflitos e limitações em diversos indicadores. Por sua fragilidade, não é recomendada a disponibilização no mercado turístico.
2	Relevante	De 31 a 50 pontos	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região e apresenta alguns benefícios importantes à comunidade, mas ainda registra conflitos e limitações em diversos indicadores. Por apresentar diversas potencialidades, recomendamos a disponibilização cautelosa no mercado turístico.
3	Estruturada	De 51 a 70 pontos	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região e apresenta benefícios relevantes à comunidade, apesar da existência de alguns conflitos. Por atender aos principais requisitos da modalidade, recomendamos sua ampla promoção no mercado turístico nacional.
4	Consolidada	Acima de 70 pontos	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região, podendo ser referenciada nacionalmente, gera benefícios relevantes à comunidade e consegue fazer boa gestão dos seus conflitos. Atende aos principais requisitos da modalidade, se destacando em algumas áreas. Recomendamos sua ampla promoção no mercado turístico nacional e internacional.

Fonte: o autor (2021).

Embora seja um instrumento que propõe a construção de padrões de referência sobre o TBC no Brasil, é importante dizer que a sua aplicação deve considerar a especificidade de cada território que, por sua vez, pode apresentar características ou variáveis não contempladas pelo ITBC. Ele precisa funcionar como uma estratégia dinâmica, uma metodologia aberta e flexível que leva em consideração a relação que cada comunidade estabelece com a atividade turística. Apesar de recomendarmos a neutralidade de quem aplicará o instrumento, preferencialmente técnicos e pesquisadores especializados em TBC ou representantes da gestão da iniciativa/projeto avaliado, o mesmo deve ser empático às características de cada território e registrar as suas impressões pessoais que não conseguem ser contempladas pelos indicadores pré-estabelecidos.

Como exercício prático, na próxima seção colocamos à prova a efetividade do ITBC a partir de sua aplicação na Resex Prainha do Canto Verde, no litoral cearense.

## 6.2 A PRAINHA DO CANTO VERDE ENTRE CANTOS E DESENCANTOS

A Reserva Extrativista Prainha do Canto Verde ou simplesmente comunidade da Prainha, como é popularmente conhecida, está localizada no litoral leste do Estado do Ceará, especificamente no município de Beberibe, a 126 km da capital Fortaleza. A área corresponde a 11,54 ha e possui elevado valor econômico, pois está situada entre alguns dos principais destinos turísticos da região.

Mapa 20 – Localização da Prainha do Canto Verde



Fonte: Google Maps (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Assenta-se em uma porção do litoral sobre um campo de dunas, ocupando, em grande parte, afloramentos das antigas falésias e margeada por lagoas e planícies alagáveis. Com uma população de aproximadamente 1.200 habitantes, a Prainha, que registrou o início do seu povoamento em meados do século XIX, tem na pesca artesanal a sua principal atividade econômica e uma história de defesa do direito à terra que já dura mais de 30 anos (ROCHA, 2014).

Figura 1 – Imagem aérea da Prainha do Canto Verde



Fonte: Coordenação Executiva da Rede TUCUM (2020).

Entre o fim da década de 1970 e início da de 1980, a comunidade iniciou o que viria a ser a sua principal bandeira: a disputa pelo direito à moradia e posse da terra. Isso foi resultado dos primeiros episódios de grilagem e aumento da especulação imobiliária que correram neste período. Os primeiros movimentos organizados pela população local, motivados pelo forte processo de especulação de terras, a crescente crise de degradação ambiental, a falta de oportunidades de emprego e a precariedade dos sistemas de saúde e educação, culminaram com a criação da Associação de Moradores da Prainha no início da década de 1990 (MENDONÇA, 2004).

Figura 2 – Associação de Moradores da Prainha



Fonte: o autor (2020).

Alguns anos depois, precisamente no dia 04 de abril de 1993, acontece um marco na história da Prainha, quando 4 pescadores na jangada comunitária chamada *S.O.S Sobrevivência* iniciaram uma viagem de protesto contra a pesca predatória, a especulação imobiliária, o turismo selvagem e a falta de apoio do governo do Ceará em relação a essas pautas. Sobre esse fato, Scharer (2003, p. 294) relata que esses pescadores, “com o apoio logístico de duas mulheres da comunidade viajando de carro, chegaram no Rio de Janeiro em um esplendoroso dia de sol, sendo esperados por Dorival Cayimmi, uma multidão de torcedores e a imprensa nacional e internacional” (2003, p. 294).

Figura 3 – Pescadores da Prainha que viajaram em protesto até o Rio de Janeiro (da esquerda para a direita: Michelle Schärer, Edilson Fernandez, Mamede Dantes de Lima, Francisco da Silva, Francisco Abílio e Marlene Fernandes)



Fonte: Associação de Moradores da Prainha do Canto Verde (1993).

Assim como ocorreu em todo litoral nordestino nos anos de 1990, a costa cearense tornou-se supervalorizada em virtude do lazer e do turismo impulsionados pelas políticas públicas federais da época, especialmente o PRODETUR/NE-NE, o que tornou esses destinos alvos de disputas entre investidores e as comunidades tradicionais que tentavam resistir às pressões exercidas pelo mercado turístico e imobiliário (CRUZ, 2001).

Segundo consta no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) do litoral leste cearense (GOVERNO DO CEARÁ, 2008) a Prainha foi beneficiada diretamente pelo PRODETUR/NE-NE com a construção da rodovia CE-040 que impulsionou o tráfego de turistas pela região. Por sua localização privilegiada, a comunidade sofre até hoje com as pressões e com os conflitos territoriais que surgiram após anos de especulação imobiliária e pelo interesse de redes nacionais e internacionais de empreendimentos turísticos.

Foi nesse contexto que os moradores locais enxergaram que o turismo, promovido de forma responsável, poderia deixar de ser uma ameaça e se tornar uma oportunidade para chamar a atenção do poder público e disseminar as suas pautas de lutas sociais da comunidade. Diante disso, em 1997 a Associação de Moradores cria um Conselho de Turismo e propõe o *Projeto Turístico Socialmente Responsável da Prainha do Canto Verde*, fruto de uma pesquisa realizada na própria comunidade, visando conhecer o interesse dos nativos em relação à atividade.

Um das primeiras ações desta iniciativa foi a realização de visitas técnicas em outros destinos litorâneos da região, como Canoa Quebrada, Parajuru e Praia das Fontes, a fim de levantar dados sobre o desenvolvimento turístico dessas localidades (FABRINO, 2013). O Projeto de turismo da Prainha surge com o objetivo de “desenvolver o turismo ecológico de forma comunitária para melhorar a renda e o bem-estar dos moradores; preservando os nossos valores culturais e os recursos naturais da nossa região” (SCHARER, 2003, p. 235).

O conjunto paisagístico formado pela praia, dunas e coqueirais, somando-se às atividades típicas ligadas à pesca artesanal e ao estilo de vida simples da comunidade, fez com que a Prainha logo obtivesse destaque nacional e fosse alvo de diversas reportagens que evidenciavam o modelo de turismo que estava sendo implementado no local.

Figura 4 – Conjunto de habitações da Prainha com a paisagem das dunas ao fundo



Fonte: Coordenação Executiva da Rede TUCUM (2020).

Mesmo em um período em que o TBC ainda era pouco conhecido no Brasil, a proposta do projeto de turismo da Prainha mostrava-se alinhada aos princípios dessa modalidade ao estimular a participação comunitária em torno de pautas sociais relevantes para o território. Além disso, foi por meio do turismo que, em 2001, a Associação de Moradores mobilizou diversos debates públicos com os agentes do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) a fim de regulamentar o território da Prainha como uma área protegida.

Após diversas negociações, no dia 08 de junho de 2009, foi instituída a Reserva Extrativista da Prainha do Canto Verde por meio do Decreto Federal nº 0-002/2009<sup>22</sup>, em um período em que o TBC já era uma realidade daquele lugar e despertava a atenção de pesquisadores e viajantes. Segundo o Artigo 2º do Decreto, a Resex “tem por objetivo proteger os meios de vida, a cultura e garantir a utilização e a conservação dos recursos naturais renováveis tradicionalmente utilizados pela população extrativista da comunidade [...]” (BRASIL, 2009, p. 01).

Figura 5 – Imagem da placa oficial em alusão à criação da Resex



Fonte: o autor (2020).

<sup>22</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/dnn/dnn12059.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/dnn/dnn12059.htm). Acesso em 16 de Agosto de 2021.

Além disso, a criação da Reserva representou a principal medida de combate à pesca predatória e às intervenções imobiliárias irregulares, proibindo construções realizadas por pessoas que não sejam moradores da Prainha, que por sua vez, também não podem negociar a venda ou o aluguel dos seus imóveis sem respeitar as diretrizes federais. Porém, o que parecia ter sido o desejo da maioria dos moradores e uma solução que protegeria a localidade da especulação imobiliária e do turismo predatório, acabou gerando opiniões adversas e conflitos que resultaram na criação de uma associação independente que defende o desenvolvimento do turismo de massa e critica a criação da Resex:

Figura 6 – Imagem de placa instalada pela Associação Independente de Moradores da Prainha

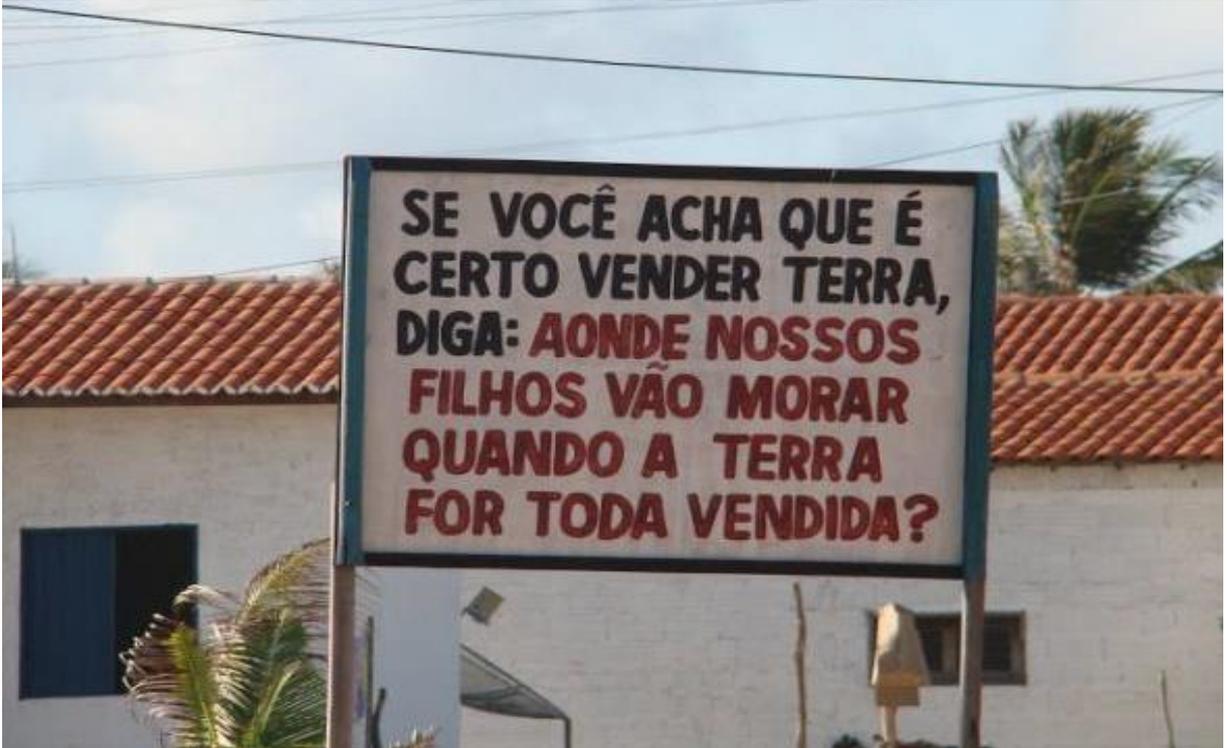


Fonte: o autor (2020).

Os conflitos também são percebidos quanto à organização comunitária em torno do turismo, aspecto que sempre foi destaque na comunidade, quando notamos que nem todos os empreendedores locais que atuam na atividade defendem ou praticam os princípios do TBC. Há aqueles que atuam de forma mais individualizada e apoiam a chegada de empresários externos à comunidade, agentes que têm a intenção de investir em negócios turísticos que possuam um perfil mais hegemônico.

Esse fenômeno põe em risco o modo de vida tradicional da comunidade e o direito dessa população de permanecer na terra, principal motivo das históricas lutas travadas pelos nativos desde a ocupação do território.

Figura 7 – Imagem de placa instalada pela Associação de Moradores da Prainha repudiando a postura dos que defendem o fim da Resex



Fonte: o autor (2020).

Apesar desse cenário, a Prainha ainda permanece como uma das principais referências em TBC no Brasil, pois as conquistas relacionadas a essa atividade ocorreram pela soma de esforços da maioria dos moradores, aliada ao apoio das universidades e de instituições do terceiro setor. O poder público, por sua vez, muito pouco tem feito pelo desenvolvimento turístico da comunidade, diferentemente do que se observa nos destinos tradicionais da região, onde as políticas públicas são mais presentes e, conseqüentemente, a interferência do mercado se mostra mais forte.

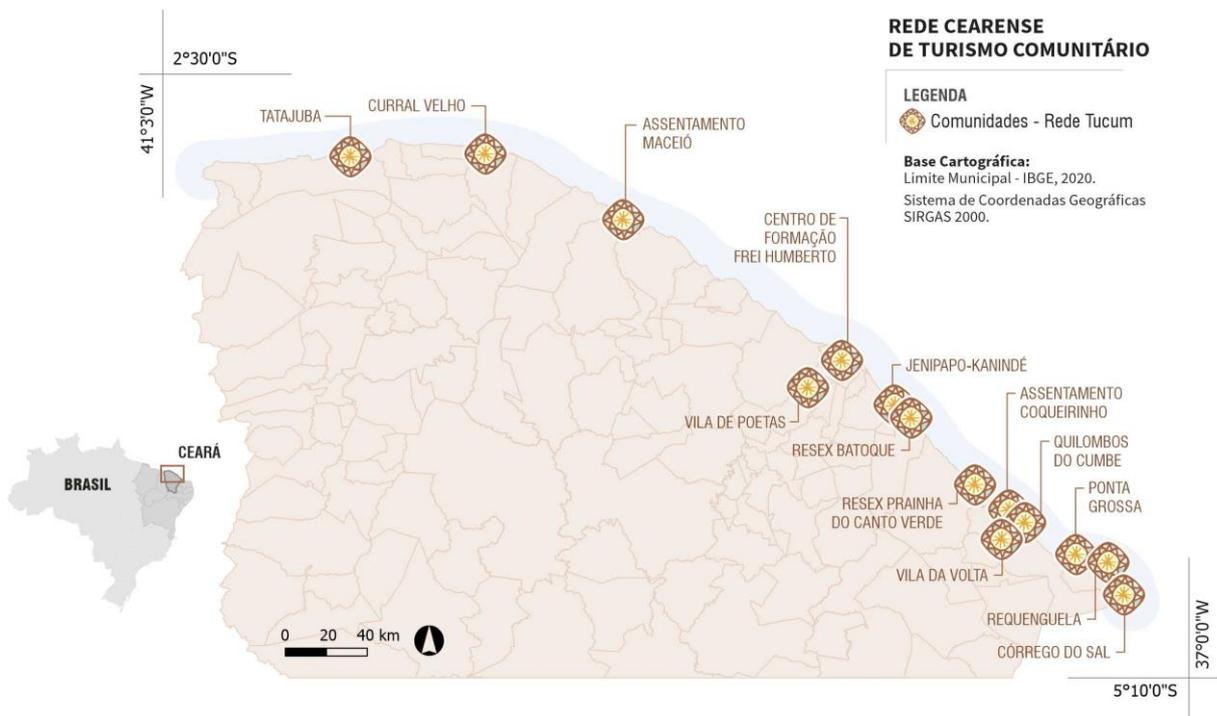
A organização comunitária da Prainha ainda consegue resistir às verticalidades que pressionam o território e seduzem parte dos moradores a renunciar às conquistas alcançadas com a criação da Resex pelo desejo de negociar a posse da terra com os empresários do setor imobiliário e turístico. Na produção do espaço, resistências aos padrões globais de desenvolvimento representam as principais

manifestações de horizontalidades que, como pontuou Santos (2006), são contra racionalidades, pois atuam como formas de convivência e de regulação criadas a partir do próprio território e que se mantêm nele a despeito da vontade de unificação e homogeneização típica das verticalidades.

Outra contribuição importante que fortaleceu ainda mais as ações de resistência da comunidade e, especialmente a estruturação de uma proposta de TBC, foi a criação da Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM). Lançada oficialmente em 2008 durante o II Seminário Internacional de Turismo Sustentável realizado em Fortaleza, por iniciativa da Associação de Moradores da Prainha em parceria com o Instituto Terramar, a Rede TUCUM articulou a organização de outras comunidades cearenses que despontavam para o turismo, assim como havia ocorrido com a Prainha.

O trabalho desenvolvido pela Rede TUCUM vai ao encontro dos principais aspectos do TBC que foram discutidos ao longo desta tese, pois ela compreende a atividade como “uma oportunidade para as populações tradicionais possuírem o controle efetivo sobre as transformações no seu território, sendo diretamente responsáveis pelo planejamento e gestão das atividades, das estruturas e dos serviços turísticos propostos” (MARTINS, 2013, p. 07). A Rede é formada por representantes de populações indígenas, pescadores/as e agricultores/as que oferecem serviços turísticos de hospedagem, alimentação, trilhas ecológicas e passeios pelo litoral. Atualmente, 14 comunidades integram a TUCUM, conforme mostra o Mapa 21:

Mapa 21 – Comunidades que integram a Rede TUCUM



Fonte: Rede TUCUM (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Quanto aos objetivos da TUCUM, a sua cartilha de boas práticas apresenta o seguinte: i) Promover formas de oferta turística locais para garantir às populações tradicionais a permanência em seu território e possibilitar a continuidade das atividades econômicas tradicionais (em particular a pesca e a agricultura), dando visibilidade às lutas sociais para reconhecimento das comunidades participantes; ii) Oferecer aos viajantes responsáveis de todo o mundo a oportunidade de conhecer e vivenciar experiências de Turismo Comunitário junto às populações tradicionais (MARTINS, 2013, p. 08).

Assim como ocorre nos objetivos, notamos que os princípios e diretrizes da Rede TUCUM em relação ao TBC estão intimamente articulados com as dimensões de análise da atividade que foram estabelecidas na quinta seção, como demonstra o quadro abaixo:

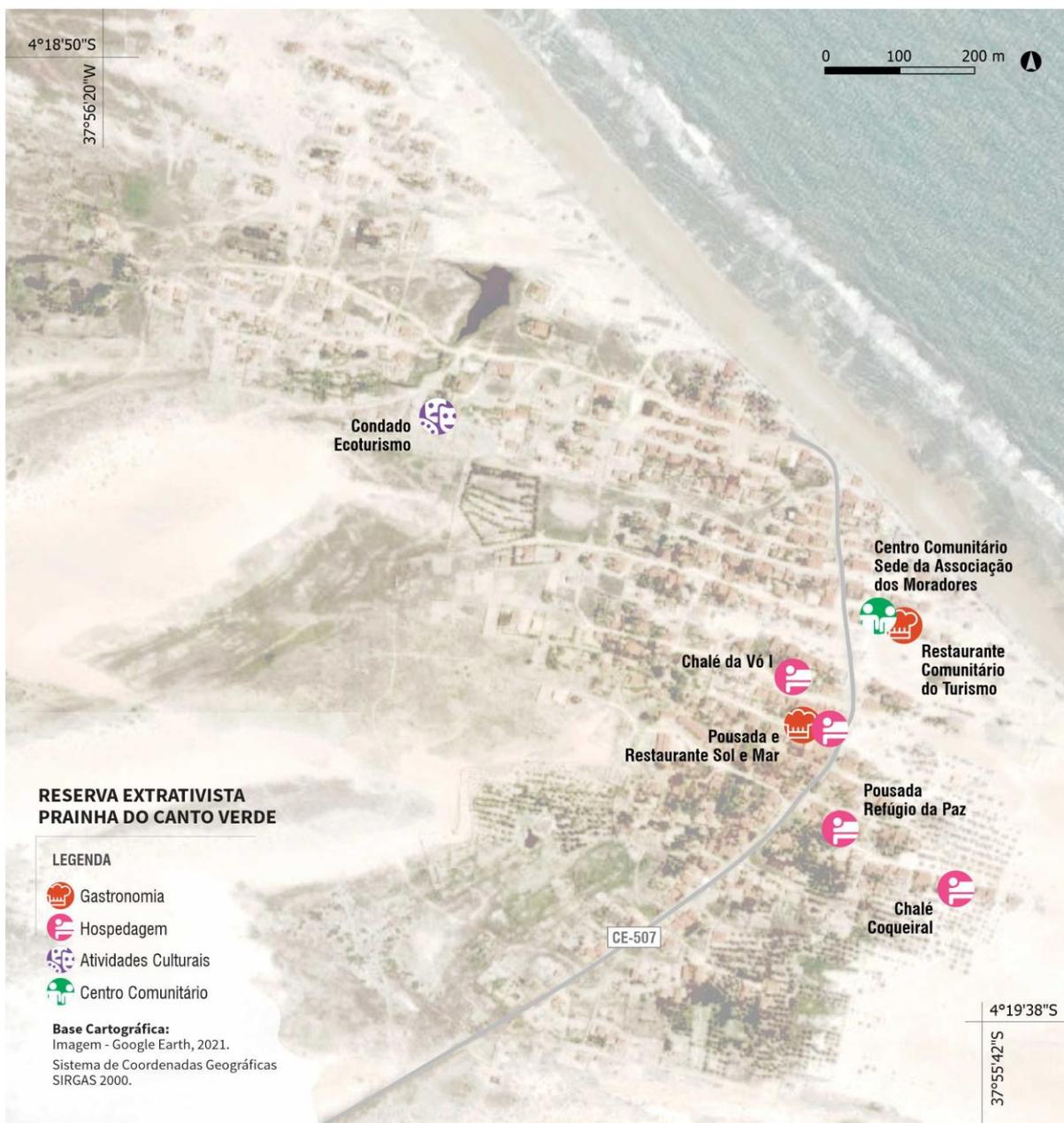
Quadro 22 – Relação das dimensões do TBC com as diretrizes da Rede TUCUM

DIMENSÕES DE ANÁLISE PROPOSTAS NA TESE	DIRETRIZES DA REDE TUCUM RELACIONADAS
Propósito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Turismo Comunitário se fundamenta na diversidade de culturas e tradições, promovendo a valorização da produção, da cultura e das identidades locais.</li> <li>• O Turismo Comunitário fundamenta-se na construção de uma relação entre sociedade, cultura e natureza que busque a justiça ambiental.</li> </ul>
Governança	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O planejamento e a gestão das atividades são de responsabilidade da organização comunitária local.</li> <li>• O Turismo Comunitário promove o relacionamento direto e constante entre grupos que também desenvolvem a experiência de um turismo diferente, estabelecendo relações de cooperação e parceria entre si.</li> </ul>
Participação Comunitária	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As atividades de Turismo Comunitário são desenvolvidas por grupos organizados e os projetos são coletivos.</li> </ul>
Acesso a Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Turismo Comunitário se baseia na ética e na solidariedade para estabelecer relações comerciais e de intercâmbio entre a comunidade e os visitantes.</li> </ul>
Trabalho e Renda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O Turismo Comunitário se integra à dinâmica produtiva local, sem substituir as atividades econômicas tradicionais.</li> <li>• O Turismo Comunitário busca promover geração e distribuição equitativa da renda na comunidade.</li> </ul>

Fonte: elaborado pelo autor (2021) a partir de MARTINS (2013, p. 10-11).

A Rede TUCUM e o Instituto Terramar, juntos, foram proponentes de um dos 50 projetos apoiados pelo MTur em 2008 e analisado aqui nesta pesquisa, cujo título é *Turismo Comunitário: Afirmando Identidades e Construindo Sustentabilidade*. O contrato com o MTur aportou ao projeto R\$ 124.836,00 (cento e vinte e quatro mil oitocentos e trinta e seis reais) e foi assinado em 4 de dezembro de 2008, com tempo de execução de 2 anos. Abaixo, é possível conferir no Mapa 22 a indicação dos principais equipamentos da comunidade que compõem a cadeia produtiva do TBC atualmente:

Mapa 22 – Equipamentos que compõem a cadeia produtiva do TBC na Prainha



Fonte: Rede TUCUM (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Segundo o senhor Roberto Goes, morador da Prainha e um dos fundadores da Rede TUCUM, o recurso captado junto ao governo federal, em 2008, foi de “extrema importância para consolidar a Rede como uma das principais articuladoras do turismo comunitário no Brasil, além de possibilitar investimentos em qualificação profissional das comunidades que faziam parte da TUCUM naquela época”<sup>23</sup>.

<sup>23</sup> Entrevista realizada em 27/01/2020 e registrada no diário de campo.

Figura 8 – Placa de divulgação da Rede TUCUM na Prainha



Fonte: o autor (2020).

Todos os aspectos aqui apresentados credenciaram a experiência da Resex Prainha do Canto Verde para recepcionar a aplicação do ITBC como principal teste de viabilidade técnica a que foi submetida a ferramenta<sup>24</sup>. O processo de avaliação foi sistemático e resultou em vários encontros virtuais com a coordenação executiva do projeto ao longo de 2020 e 2021, a fim de validar as impressões do pesquisador e discutir aspectos que não puderam ser captados durante a visita presencial realizada nos primeiros meses de 2020, antes da deflagração da pandemia do Covid-19. O resultado dessa avaliação será apresentado na próxima seção.

### 6.3 RESULTADOS DA APLICAÇÃO DO ITBC NA PRAINHA

<sup>24</sup> Com o intuito de aprimorarmos ainda mais o instrumento de aplicação, ele também foi utilizado em 5 experiências de TBC que integram a Rede Nacional de Experiências e Turismo Criativo (RECRITA), da qual o pesquisador é cofundador e conselheiro. As comunidades foram: Lagoinha (Belo Horizonte/MG), Chã de Jardim (Areia/PB), Ilha de Deus (Recife/PE) e Bomba do Hemetério (Recife/PE). Por não serem nosso objeto de estudo, o resultado da aplicação do ITBC nessas localidades não foi discutido no âmbito desta pesquisa.

Antes de discutirmos os indicadores avaliados na experiência da Prainha, é importante alertar que a análise proferida em torno dessas dimensões e suas variáveis não obedeceu, necessariamente, a ordem com que eles foram preenchidos no formulário do ITBC. Isso porque, em alguns momentos, sentimos a necessidade de intercruzar os indicadores para garantir melhor compreensão do seu nível de relevância em relação ao projeto avaliado. Consideramos que a ferramenta precisa ser fluída e sistêmica, pois todos os indicadores precisam dialogar entre si e gerar interpretações mais assertivas acerca da iniciativa/projeto de TBC que está sendo avaliado.

A aplicação do ITBC na Prainha<sup>25</sup> contou com o apoio integral da coordenação executiva da Rede TUCUM, representada pela senhora Beatriz Goes, e pelo senhor José Roberto, um dos idealizadores do TBC na comunidade. Ambos, nativos da Prainha, foram entrevistados ao longo da pesquisa. Além disso, a experiência do pesquisador e a sua formação em turismo foram essenciais para avaliação do desempenho de alguns indicadores observados na prática, sobretudo aqueles que demandavam uma percepção de usuário e não de promotor da iniciativa, como nos casos relacionados aos serviços oferecidos pela iniciativa/projeto e à infraestrutura disponível na comunidade.

Dados gerais sobre a comunidade e a origem do Projeto que recebeu o apoio do MTur em 2008 já foram elucidados na seção anterior. Mas, alguns pontos merecem ser novamente destacados uma vez que acarretam pontos importantes ao ITBC. É o caso do tempo de existência da iniciativa/projeto, visto que a Prainha possui uma das experiências de TBC mais antigas do Brasil, com mais de 10 anos de existência, alcançando assim *3/3<sup>26</sup> pontos no ID 2 - Tempo de existência da iniciativa/projeto*. Vale ressaltar que essa iniciativa só ganhou repercussão nacional com a criação da Rede TUCUM, movimento que mobilizou outras comunidades que despontaram para o TBC na costa cearense e conseguiu captar recursos e apoio técnico de diversas instituições governamentais e não governamentais do País.

---

<sup>25</sup>A ferramenta que foi aplicada na comunidade e validada pela coordenação executiva da Rede TUCUM pode ser conferida no Apêndice D.

<sup>26</sup> Utilizaremos esta grafia para relacionar: score de pontos alcançados pela iniciativa/total de pontos disputados no ID.

O agente indutor responsável pela criação da Rede TUCUM e pela candidatura do projeto de TBC da Prainha ao Edital nº 001/2008 do MTur, foi o Instituto Terramar. Fundada em 1993, trata-se de uma organização não governamental sem fins lucrativos, portanto do terceiro setor, cujo objetivo é desenvolver ações de cunho socioambientalista na zona costeira do Ceará (TERRAMAR, 2021). Ganhou notoriedade pela atuação na “garantia de direitos coletivos e individuais de comunidades tradicionais costeiras do Ceará, em especial os direitos ao meio ambiente, ao território, à diversidade cultural, ao trabalho e ao exercício político” (TERRAMAR, 2021, p.01).

Apesar de possuir sua sede na cidade de Fortaleza, capital cearense, o Instituto Terramar tem demonstrado atuação direta nos territórios onde os conflitos socioambientais se destacam, especialmente na Prainha, como relata Beatriz Goes:

“O Instituto Terramar não atua somente na Prainha. Ele também dá apoio à outras comunidades da Rede TUCUM. Eles nos dão apoio quando a gente precisa de uma mediação de uma assembleia de turismo ou quando a gente pretende fazer algum projeto para o turismo local ou algum evento em que precisamos de assessoria. Então, eles dão esse tipo de apoio e a gente realmente planeja junto com eles antes, dentro do planejamento anual, já definimos quando a gente vai precisar do apoio deles.”

Como outras comunidades da região também demandam o apoio deste agente indutor em relação aos seus projetos, sua contribuição para o desenvolvimento do TBC na Prainha ocorre conforme são acionados pela instância de governança local, o que lhes atribui *3/5 pontos no ID 3 - Relação do Agente Indução com a iniciativa/projeto.*

Figura 9 – Assembleia Geral realizada pelo Instituto Terramar e pela Rede TUCUM no município de Itapipoca-CE, com a participação de representantes da Prainha



Fonte: Coordenação Executiva da Rede TUCUM (2014).

Através da criação de um Conselho de Turismo, que reúne os atores locais que mais se relacionam com a atividade turística, a Associação de Moradores da Prainha tem atuado diretamente na gestão do TBC na comunidade e na interlocução com o Instituto Terramar. Esse Conselho é formado por empreendedores do turismo, comerciantes, ambientalistas e outras lideranças comunitárias que exercem o papel de mobilizadores no território.

Segundo Beatriz Goes e José Roberto, a Associação está em dia com as suas obrigações normativas, possui regimento interno constantemente revisado e um funcionamento efetivo na comunidade, pois acolhe e discute pautas que vão além do turismo. Mesmo a criação da Associação Independente de Moradores da Prainha, em 2009, que possui uma pauta liberal em relação ao direito à terra e critica a regulamentação da Resex, parece não ter abalado a representatividade da entidade mais antiga.

Em conversa informal com diversos moradores durante a pesquisa de campo, percebemos que a preocupação com a especulação imobiliária e com a degradação dos recursos naturais locais, lutas históricas da comunidade e que levaram à sua organização em torno da primeira Associação, ainda é um sentimento muito presente

no território, apesar das pressões externas e da cooptação de alguns moradores pelo atrativo discurso do mercado imobiliário. Essa questão pode ser identificada na fala de José Roberto:

“O maior desafio que a gente tem para enfrentar hoje é a questão da especulação. Eu acho que é o maior desafio que a gente enfrenta hoje porque toda comunidade tem isso e a nossa também, por ser uma reserva, também não é diferente. É um dos maiores desafios além da gente conscientizar aqueles que já tão agregados com a gente, que eles também têm dificuldade e os nossos outros parceiros da comunidade também. Esse é o maior desafio que a gente enfrenta hoje.”

A participação em redes, como a TUCUM e a Torisol, fortalece ainda mais a instância de governança local, pois possibilita conexões com outras realidades brasileiras, gera oportunidade de investimentos e a troca de experiência com territórios que têm enfrentado conflitos semelhantes. Portanto, apesar dos problemas existentes na comunidade atualmente, a instância de governança local tem demonstrado organização e ampla atuação no território no que tange a defesa dos direitos dos moradores e na gestão do TBC, de forma a estimular que esta atividade possa continuar dando maior repercussão às pautas mais tradicionais. Assim, em relação ao *ID 1 - Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto*, a iniciativa/projeto de TBC da Prainha obteve *12/12 pontos*, o máximo possível em um indicador que exerce uma influência significativa no desempenho dos demais.

Se a relação entre a iniciativa/projeto com o agente indutor, representado aqui pelo Instituto Terramar, tem ocorrido de forma harmoniosa e importante ao desenvolvimento do TBC na Prainha, o mesmo não tem ocorrido em relação ao poder público, especialmente no âmbito municipal. Segundo Beatriz Goes, todas as gestões que assumiram a Prefeitura de Beberibe desde a criação do projeto de turismo da Prainha fazem promessas de apoio à comunidade, mas acabam privilegiando os destinos turísticos tradicionais da região:

“Toda gestão que muda aqui da prefeitura vem na Prainha de Canto Verde, promete mil coisas de turismo comunitário, mas aí quando a gente vai ver nas redes sociais eles fazem toda uma divulgação de um pacote somente para as falésias de Morro Branco ou de Praia das Fontes, que são locais conhecidos mundialmente, mas não incluem nada de Prainha, nem as outras comunidades vizinhas. Sempre é assim.”

Ela ainda confessa que a comunidade sempre esperou um apoio mais expressivo da gestão municipal, pois a experiência da Prainha é reconhecida nacionalmente não só pelo desenvolvimento do TBC, mas também por sua história de lutas pelo direito à terra que inspirou tantas outras comunidades no País. Ela também denuncia o fato de a gestão municipal já ter recebido, há alguns anos, recursos financeiros do governo federal para realizar investimentos da Resex, mas até agora a comunidade aguarda por esses benefícios, como lamentou a entrevistada:

“A prefeitura daqui de Beberibe já recebeu recursos, a gente sabe que já recebeu recursos por ter uma reserva extrativista no município e nunca reconheceu isso. A gente nem soube. Soubemos depois que eles receberam esse recurso. E o que fizeram, ninguém sabe. Mas foi muito dinheiro para poder ajudar a Prainha. Eles receberam, mas nunca deram participação, então é complicado.”

Já a relação com o Governo Estadual é um pouco mais próxima, segundo Beatriz. Houve um período em que o atual governador do Estado de Ceará, Camilo Santana, recebeu a coordenação executiva da Rede TUCUM e apoiou a construção de um Projeto de Lei para fortalecimento do TBC na região, que segundo a entrevistada ainda se encontra em situação de análise na Assembleia Legislativa do Estado. Ela complementa, afirmando:

“O governador Camilo Santana é bem aberto, ele conhece a realidade da Prainha, alguns deputados também. Inclusive, a gente teve uma conversa com alguns deputados recentemente e que eles estão sempre abertos. Muitos deputados já conhecem a Prainha pessoalmente, alguns deles já vieram para o turismo comunitário.”

O senhor José Roberto, um dos fundadores da Associação de Moradores da Prainha, também faz questão de enaltecer o olhar do governador, mas pondera que ainda falta uma interlocução mais efetiva entre a Rede TUCUM e a gestão Estadual a fim de atrair ações de fortalecimento das comunidades cearenses:

“O governador conhece bastante o litoral, então isso facilita. Mas ainda é uma disputa e eu acho que a gente não está utilizando muito do nosso potencial nessa disputa. Era pra ter sentado com o governador e ter fechado com ele um pacote exclusivamente pra fortalecer as comunidades da Rede, mas isso ainda não ocorreu.”

Quanto ao governo federal, não há evidências da sua atuação no desenvolvimento do TBC na Prainha desde o aporte dado pelo MTur, ainda durante a gestão do presidente Lula, que também foi responsável pela regulamentação da Resex. Já a gestão do presidente Jair Bolsonaro, eleito em 2018, ao contrário do que demandam as áreas protegidas no Brasil, tem dado diversas manifestações de fragilização da política ambiental brasileira, encorajando e favorecendo o acesso do mercado imobiliário a essas áreas, como vem ocorrendo com a Prainha nos últimos anos. Diante do cenário exposto, que não identificou contribuições diretas do Estado ao desenvolvimento do TBC na Prainha, apesar da sua boa relação com o governador, a iniciativa/projeto obteve apenas *2/6 pontos* no *ID 4 - Relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado*.

Sobre o nível de participação comunitária, foi identificado que, embora exista um modelo de governança representativo e a existência de pautas sociais que mobilizam a comunidade, o engajamento no TBC atualmente se dá pelo interesse direto dos atores locais em relação às atividades econômicas que constituem esta cadeia produtiva. Segundo Beatriz, muitos nativos ainda permanecem pouco interessados sobre a questão do turismo, mesmo sendo uma atividade importante para a comunidade há vários anos:

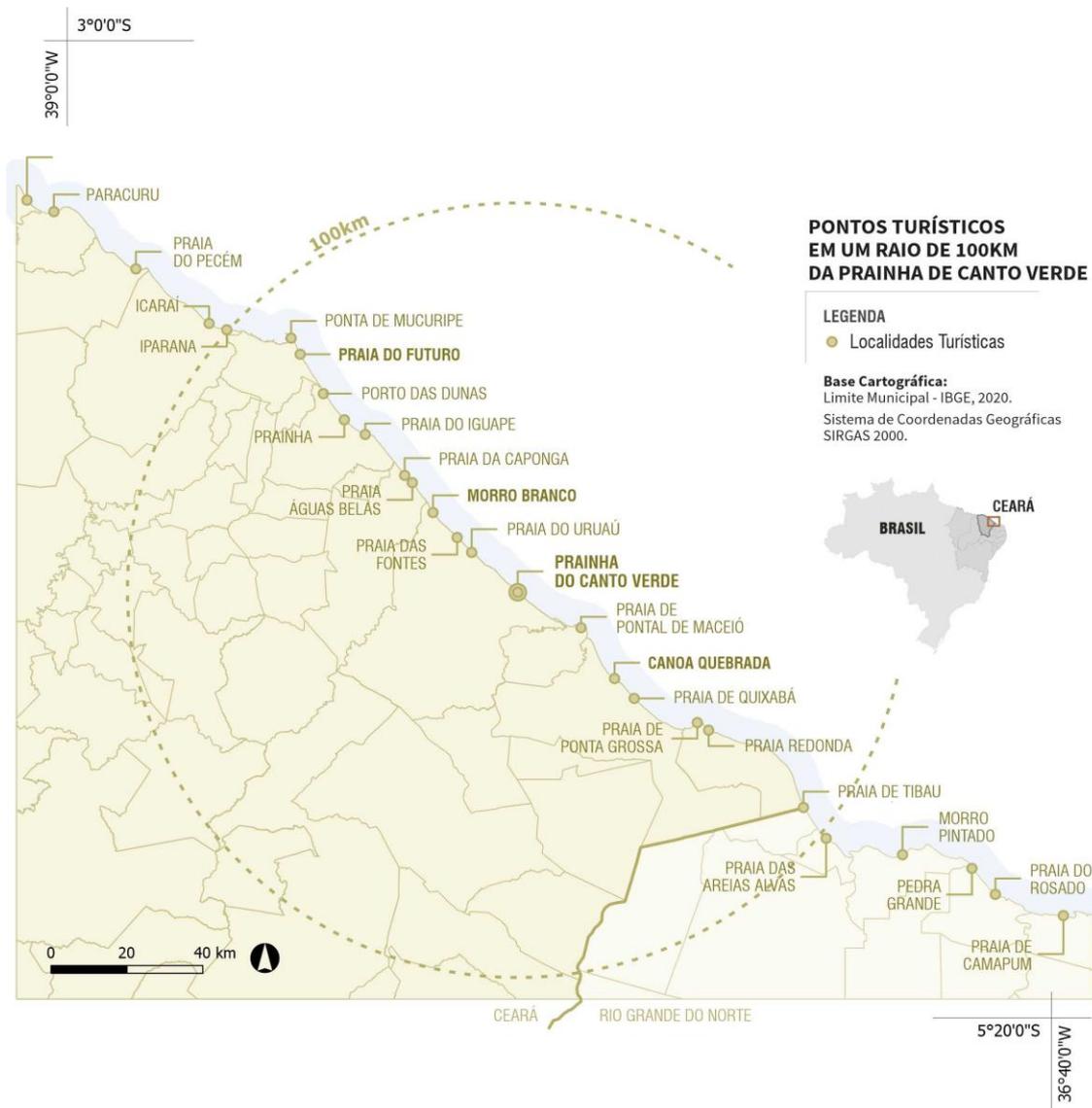
“Têm pessoas na comunidade, infelizmente, que não têm essa visão, que não participa de movimentos comunitários. Então eles desconhecem ou conhecem vagamente o turismo comunitário. Nunca tiveram o interesse de se aprofundar no assunto, conhecer melhor e conhecer os benefícios que já trouxe e traz a comunidade até hoje.”

Por isso, do planejamento e da gestão comunitária do TBC normalmente costumam participar empreendedores, comerciantes e lideranças que possuem uma relação mais próxima com a atividade. Mesmo considerada uma dimensão importante do ITBC, a participação comunitária precisa ser constantemente estimulada e animada pela instância de governança local, caso contrário pode haver um esfriamento natural em relação ao interesse dos moradores locais pelo assunto. Acreditamos que o surgimento de uma associação independente, mesmo sem a ampla legitimidade do território, pode ter contribuído para dispersar a população da Prainha no que se refere às ações desenvolvidas no âmbito da Rede TUCUM. Ainda assim, no *ID 5 - Nível de participação comunitária* a iniciativa/projeto consegue obter *6/10 pontos*, pois embora não consiga alcançar toda a comunidade, a instância de

governança local ainda consegue estimular a participação regular dos principais atores da cadeia produtiva do turismo em espaços de discussão, planejamento e gestão da atividade.

Podemos afirmar que o bom nível de participação comunitária dos empreendedores do TBC da Prainha também é resultado do acesso ao mercado que foi conquistado, o que faz a iniciativa/projeto pontuar em todos os quesitos do *ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado*, obtendo *12/12 pontos*. Sobre essa questão, vários aspectos a favorecem, a começar pela sua localização geográfica privilegiada, tendo outros destinos turísticos importantes do litoral leste cearense localizados em um raio de até 50 km de distância.

Mapa 23 – Destinos turísticos localizados há uma distância de até 100 km da Prainha



Fonte: o autor (2021). Ilustração: Ariely Teixeira.

Desta forma, a origem dos turistas e visitantes que procuram a Prainha acaba sendo predominantemente regional, tendo como principais polos emissores os destinos visualizados no Mapa 23. Esse aspecto, junto com o número de instituições de ensino técnico e superior que organizam viagens de campo à comunidade ao longo do ano, estabelece uma regularidade semanal do seu fluxo turístico, registrado em maior quantidade nos finais de semana, variável que acrescenta 6/6 pontos ao ID 7 - *Regularidade do Fluxo Turístico*.

Outro aspecto importante é a parceria que alguns empreendedores do TBC, especialmente proprietários de meios de hospedagem, estabeleceram com agências e operadoras tradicionais de turismo. Embora haja uma preocupação da Rede TUCUM e de pesquisadores com a manutenção dos princípios da modalidade que não costumam dialogar com a prática do turismo convencional e de massa, é importante reconhecer que essas parcerias são estratégias positivas de penetração em um mercado que ainda é pouco explorado no cenário nacional. É, portanto, uma forma diminuir a sazonalidade do fluxo turístico da comunidade e fazer com que turistas com outros perfis possam experimentar produtos e serviços de qualidade em uma comunidade tradicional.

Todavia, Beatriz afirma que essas parcerias não são articuladas pela Rede TUCUM, e sim uma iniciativa de cada empreendedor. Para que a preocupação com a descaracterização da atividade não se concretize, como temem alguns autores, é preciso que a Rede monitore essas parcerias e oriente empreendedores locais a assegurar que os princípios do TBC continuem sendo promovidos, independente do canal de comercialização utilizado.

Tradicionalmente, a comercialização dos serviços de TBC da Prainha ocorre por meio das plataformas digitais da Rede TUCUM, principalmente através do site institucional ou do seu perfil no Instagram. Pelo primeiro canal, o interessado por conferir mais detalhes da iniciativa/projeto, conhecer um histórico das comunidades participantes, acessar publicações e personalizar o roteiro que deseja realizar:

Figura 10 – Imagem da página inicial do site da Rede TUCUM

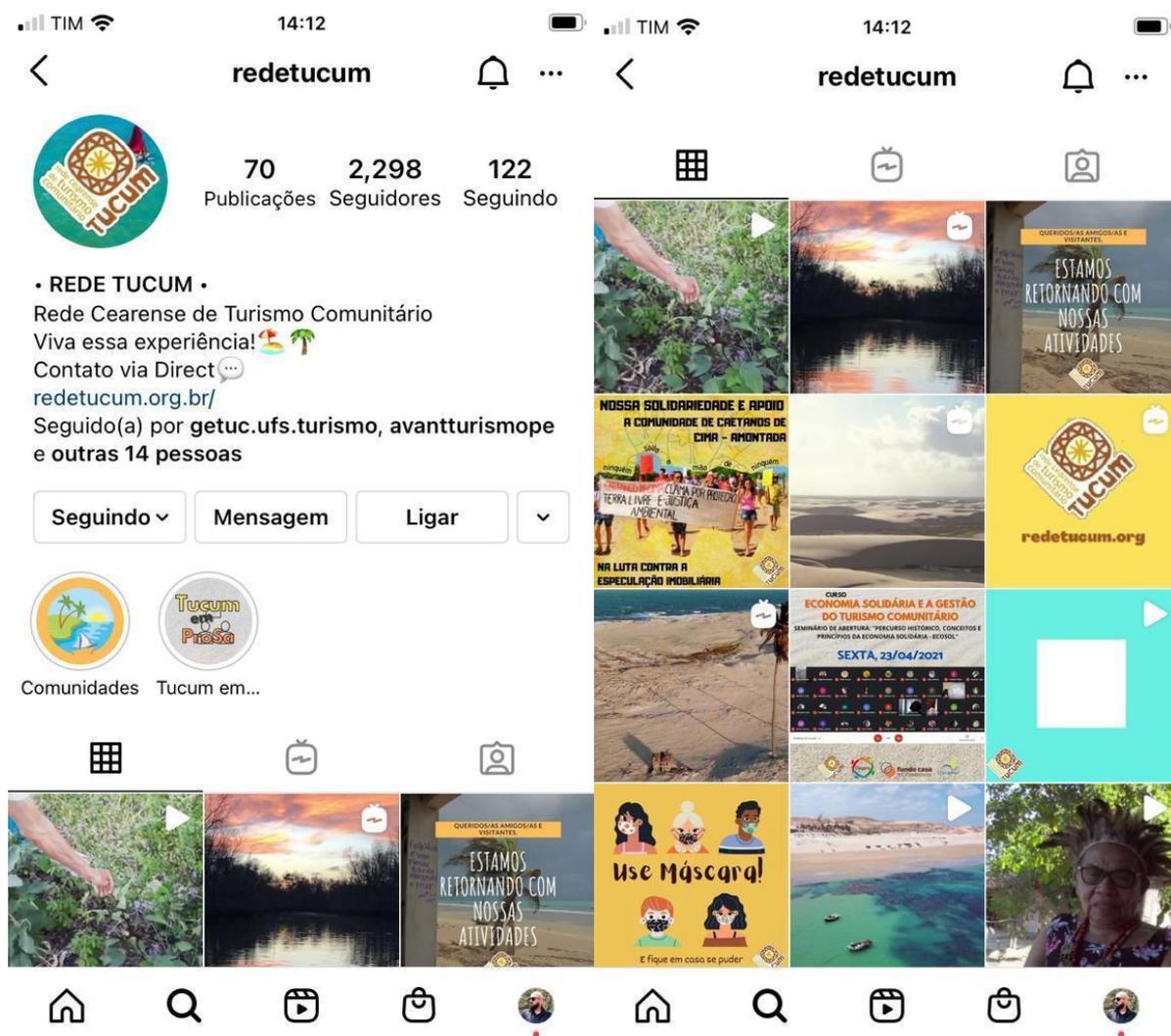


Fonte: TUCUM (s.d)<sup>27</sup>.

Já pelo Instagram, ferramenta utilizada desde 2016 pela iniciativa/projeto, é possível observar fotos das comunidades que fazem parte da Rede TUCUM e notícias sobre eventos em que elas estão envolvidas. Esse canal também é utilizado para contatos com a coordenação executiva da Rede e para o agendamento de passeios, procedimento esse utilizado pelo pesquisador ao reservar sua estada, em fevereiro de 2020, para realização da pesquisa de campo. Com a pandemia do Covid-19, percebemos que as redes sociais começaram a ser utilizadas com maior regularidade por diversas iniciativas de TBC, especialmente a que vem sendo avaliada nesta seção, que, por sua vez, registra mais de 50% das suas publicações realizadas desde a deflagração do cenário pandêmico mundial:

<sup>27</sup> TUCUM, Rede. **Quem somos**. Disponível em: <http://www.redetucum.org.br/rede-tucum/>. Acesso em 02 de Agosto de 2021.

Figura 11 – Perfil do Instagram da Rede TUCUM



Fonte: redetucum<sup>28</sup>.

Sobre o *ID 8 - Caminhos propositivos do TBC*, as entrevistas semiestruturadas realizadas com Beatriz Goes e com José Roberto, as conversas informais com moradores e empreendedores da Prainha, além da consulta à cartilha de normas da Rede TUCUM (MARTINS, 2013), nos fizeram perceber que a iniciativa/projeto foi criada para atender todos os caminhos propositivos listados no referido indicador, obtendo *6/6 pontos* na sua avaliação. Apesar de surgir inicialmente como um mecanismo de defesa e proteção do território contra agentes externos e especulação imobiliária, o TBC na Prainha também foi promovido como alternativa de trabalho e renda, com especial atenção às populações mais vulneráveis, como mulheres e pessoas negras.

<sup>28</sup> A página pode ser encontrada no endereço: <http://www.instagram.com/redetucum>.

Com relação ao que trata o *ID 9 - Pessoas ocupadas na atividade em alguma atividade remunerada*, Beatriz afirma que aproximadamente 500 moradores da Prainha estão envolvidos direta e indiretamente com o TBC, o que representa 40% de sua população local, resultando em *5/10 pontos* na avaliação deste indicador. A entrevistada ressalta que é comum a procura de moradores, que ainda não estão envolvidos com a atividade, para manifestar o seu interesse em fazer parte dessa cadeia produtiva junto à coordenação executiva da Rede TUCUM:

“Eles procuram a gente da coordenação e perguntam como é que funciona para fazer parte do turismo, como faz para ter uma pousada, um chalé, ser guia da comunidade. Nós damos todo o suporte, orientamos e falamos dos princípios do projeto.”

Contudo, o interesse de novos empreendedores também é discutido no âmbito do Conselho de Turismo da Prainha, que analisa as propostas e valida a entrada ou não desses interessados. Esse procedimento, segundo José Roberto, é utilizado para garantir que o turismo proporcione benefícios coletivos e não apenas individuais, como relata:

“As pessoas que querem trabalhar com o turismo comunitário precisam entender que ele não é igual ao turismo que é praticado pelas grandes empresas, porque esse não valoriza os povos tradicionais. Pelo contrário, é um turismo predatório que ajuda a ‘vender’ as nossas terras, nossa moradia. As pessoas que querem investir no turismo comunitário precisam entender que a lógica é diferente, todo mundo precisa ganhar.”

Outro aspecto que é abordado junto às pessoas que desejam empreender no TBC é a expectativa sobre o nível de renda gerado pela atividade. Muitos acabam procurando essa alternativa como forma de substituir atividades produtivas que são tradicionais ao território, como é caso da pesca artesanal, acreditando que o turismo pode gerar rendimentos mais significativos com um esforço menor. Beatriz ressalta que, “se estamos falando de turismo comunitário, é pra que esta atividade funcione como um complemento de renda e não como atividade principal”, realidade que ela garante ser cuidadosamente monitorada na Prainha.

Mas, para validarmos essa informação foi preciso conhecer a realidade de alguns empreendedores locais do TBC. Durante a estada do pesquisador na comunidade, foram realizadas conversas informais com proprietários de pousadas,

chalés, restaurantes, estabelecimentos comerciais e condutores de passeios turísticos pela região. Ao todo, foram abordados 12 nativos que estão inseridos de forma direta ou indireta no turismo. Todos confirmaram que o TBC os tem proporcionado uma renda significativa, porém complementar à atividade que eles já desenvolviam na comunidade, a maioria envolvida com a pesca artesanal.

Dessa forma, a iniciativa/projeto alcança *10/10 pontos* no *ID 10 - Relevância da renda gerada pelas atividades do TBC*, visto que a atividade tem proporcionado rendimentos significativos aos indivíduos envolvidos com ela, atuando como uma fonte complementar à renda gerada pelas atividades tradicionais locais que, por sua vez, ainda se mantêm preservadas apesar das constantes ameaças às proteções sociais garantidas pelo decreto que regulamentou a Resex.

Os *IDs 11 e 12* exigiram do pesquisador um olhar de usuário, de viajante adepto ao TBC. Não significa dizer que pesquisadores e empreendedores locais não possam liderar a sua aplicação, mas alertamos para a necessidade de distanciar-se da iniciativa/projeto para que a sua relação com o mesmo não venha a prejudicar a análise das variáveis relacionadas aos indicadores. Elas, por sua vez, interferem de forma direta na experiência e na percepção de quem pratica esta modalidade de turismo, enquanto os indicadores anteriores interferem de forma indireta. Todavia, o bom resultado desempenhado nos *IDs de 1 a 10*, acaba contribuindo para que as questões relacionadas aos serviços prestados e à infraestrutura da comunidade tornem-se consequência de uma atividade bem estruturada e consolidada no território.

Em casos em que for possível abordar visitantes e turistas que se encontram praticando o TBC promovido pela iniciativa/projeto avaliado, pode-se enriquecer ainda mais a avaliação dos itens finais do ITBC. No nosso caso, durante a estada na Prainha, infelizmente não tivemos contato com outros viajantes, apenas com os promotores da iniciativa/projeto. Porém, a coordenação executiva da Rede TUCUM dispunha de diversas avaliações realizadas por usuários acerca das variáveis apresentadas nos *IDs 11 e 12*, o que nos ajudou estabelecer um parâmetro de avaliação mais justo.

Com base nisso, podemos afirmar que o TBC na Prainha surpreende em praticamente todos os itens do *ID 11 - Serviços relacionados à iniciativa/projeto*, alcançando *9/10 pontos* disputados. Tudo é estruturado de forma muito cuidadosa para que a expectativa do visitante ou do turista seja superada, mesmo aqueles que já possuem o hábito de conhecer experiências de turismo desenvolvidas em

comunidades tradicionais e, portanto, apresentam um olhar mais sensível e tolerante em relação à organização desta cadeia produtiva.

Apenas no quesito Acessibilidade não se observou nenhuma medida por parte da iniciativa/projeto que costume surpreender ou chamar a atenção dos usuários, pois as pousadas e chalés possuem apenas condições mínimas para receber pessoas com deficiência e os passeios realizados pela comunidade ainda não são adaptados para recepcionar esse público. Sobre essa questão, Beatriz argumenta:

“Aos poucos, a gente vem se adaptando a isso. Uma das pousadas foi beneficiada recentemente pela Lei Aldir Blanc<sup>29</sup> e conseguiu fazer a sua adaptação. As demais, uma ou outra pousada já tinha coisas mínimas. Mesmo quando os quartos são no segundo andar, eles sempre preparam uns dois quartos no térreo para atender principalmente esse público.”

Já no *ID 12 - Infraestrutura básica da comunidade*, Beatriz afirma que dificuldades relacionadas à limpeza urbana ainda podem ser observadas no local, apesar de não causarem transtornos à experiência do usuário. Prova disso é que o pesquisador não chegou a registrar nenhum problema nesse aspecto. Mas, precisamos entender que as variáveis aqui analisadas vão além do turismo e do que o turista vai ou não vivenciar, já que sua estada na comunidade é curta. São questões que precisam ser discutidas no ambiente vivido, no dia a dia dos moradores, que podem resvalar na atividade turística com maior ou menor intensidade.

Como exemplo, Beatriz menciona o problema do acúmulo de lixo em alguns pontos da comunidade por onde o turista não costuma transitar, mas que incomodam e prejudicam a qualidade de vida dos nativos. Segundo ela, isso ocorre em função da descontinuidade da gestão pública, obrigando a Associação de Moradores da Prainha reivindicar, sistematicamente, ações que minimizem esse problema, como afirma:

“O maior problema que a gente enfrenta todos os anos, principalmente quando muda de gestão, é a questão do lixo. Porque sempre quando muda de gestão, muda a empresa que trabalha com o lixo, aí muda as pessoas que trabalham. A gente tenta resolver internamente, mas é porque é um problema da comunidade com a prefeitura que faz a coleta.”

---

<sup>29</sup> A Lei nº 14.017, de 29 de Junho de 2020, dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020.

Outro ponto que precisa ser melhorado na comunidade é a sinalização. Embora seja possível encontrar placas indicativas na CE 040 (Figura 12), dentro da comunidade as sinalizações se restringem à indicação da Resex (Figura 5) e da Rede TUCUM (Figura 8), com ausência de placas de sinalização turística que destaquem os atrativos e os empreendimentos turísticos locais.

Figura 12 – Placa indicando o acesso à Prainha na CE 040



Fonte: o autor (2020).

Segundo Beatriz, a Prainha já possuiu placas de sinalização turística, mas que, infelizmente, foram retiradas. Ela justifica que essa era uma pauta que já vinha sendo discutida pela Rede TUCUM, mas acabou perdendo fôlego após a deflagração da pandemia mundial do Covid-19. Mas, apesar dos problemas com o lixo e com a sinalização turística da comunidade, a Prainha obtém 8/10 pontos no ID 12.

Como pôde ser notado, o processo de aplicação do ITBC com base na experiência da Resex Prainha do Canto Verde, demandou diversos encontros com a coordenação executiva da Rede TUCUM após a nossa visita de campo que, na oportunidade, ainda não levava consigo os indicadores de desenvolvimento da atividade, pois eles só começaram a ser estruturados nos meses seguintes a partir do

acúmulo de informações, leituras e debates com outros representantes de iniciativas/projetos de TBC apoiados em 2008 pelo MTur.

Por fim, o resultado da aplicação do ITBC na Prainha gerou um índice de 82 pontos, o que caracteriza a iniciativa/projeto como *consolidada*, ou seja, uma *experiência reconhecida nacionalmente, gera benefícios relevantes para a comunidade e consegue fazer boa gestão dos seus conflitos*. Além disso, atende aos principais requisitos do TBC, se destacando em algumas áreas. Recomendamos, assim, sua ampla promoção no mercado turístico nacional e internacional.

Como todo instrumento de avaliação, sugerimos a reaplicação do ITBC a cada 2 anos, pelo menos. Esse período foi definido junto aos pesquisadores e empreendedores de TBC que validaram as variáveis e os pesos definidos para cada indicador. Durante esse intervalo, podem se estabelecer novos conflitos no território, mudanças no modelo de gestão da iniciativa/projeto, surgimento de políticas públicas, além de ampliação ou diminuição da cadeia produtiva local que podem vir a modificar o nível de estruturação e desenvolvimento do TBC.

#### 6.4 ESTRATÉGIA DE ACESSO E DIVULGAÇÃO DO ITBC

A fim de possibilitar que o ITBC seja alcançado por todas as iniciativas em atividade no Brasil, foi criada uma plataforma virtual, ainda em fase teste, que pretende disponibilizar a ferramenta de avaliação aqui construída no formato online, o que permitirá a sua fácil aplicação por lideranças comunitárias, empreendedores, gestores públicos e acadêmicos que atuam diretamente no desenvolvimento do TBC no país.

Portanto, esta seção tem a intenção de apresentar a arquitetura desta plataforma virtual, que poderá ser conferida através de endereço na web, além de sugerir estratégias para disseminar a sua utilização por todo o país. Para garantir a praticidade no seu manuseio, a plataforma virtual terá apenas duas seções: uma *homepage* e uma área exclusiva para indivíduos cadastrados. A intenção desta última é monitorar o acesso das pessoas ao ITBC, construir uma rede de interessados pela temática e estimular a construção de um mapa nacional sobre as iniciativas ativas atualmente.

A plataforma virtual foi construída sob uma identidade visual leve e que remete à espacialização das iniciativas, um dos principais procedimentos metodológicos

adotados nesta pesquisa, dispostas na figura que alude a um mapa do Brasil conforme se observa na Figura 14:

Figura 13 – Logomarca do ITBC

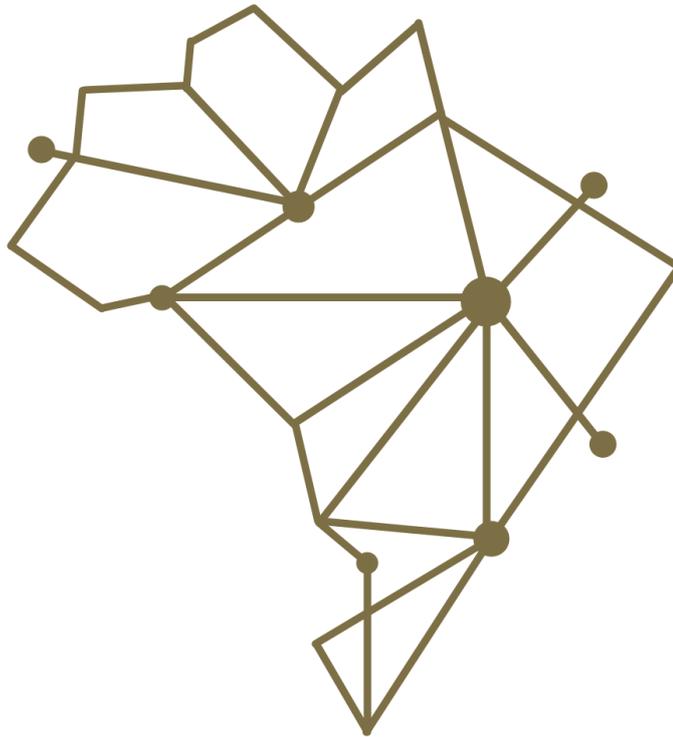


Ilustração: Lelê Colab (2021).

Como pode ser observado na imagem anterior, também traz na sua composição visual a conexão entre os diversos pontos, que por sua vez apontam para o processo de georreferenciamento de iniciativas de TBC mapeadas e avaliadas por meio do ITBC. Conectar comunidades e estimular a troca de conhecimentos e de saberes locais pretende ser uma das principais funcionalidades do ITBC, como já abordamos.

No topo da *homepage* expomos a logomarca do ITBC, acompanhada por um pequeno texto que resume o objetivo da ferramenta, dispostos em um *background* na cor marrom, conforme observamos na Figura 14. Essa tonalidade foi definida com base em pesquisa junto aos representantes das 19 iniciativas/projetos de TBC pesquisados neste trabalho e, segundo eles, remete à natureza, à cultura tradicional e à simplicidade característica desta modalidade de turismo.

Figura 14 – Topo da *homepage* do ITBC

Fonte: o autor (2021).

O acesso ao formulário de aplicação do ITBC pode ocorrer por meio de um botão com a especificação “Avalie sua iniciativa” localizado abaixo do texto que resume o objetivo da ferramenta. Ao seu lado, outro botão com a especificação “Baixe o manual de aplicação” disponibilizará ao usuário da plataforma um documento, em arquivo PDF, com orientações acerca da utilização do ITBC, contendo uma revisão teórica sobre esta modalidade de turismo e o detalhamento que levou a construção da ferramenta aqui estruturada. Esse documento poderá ser acessado pelo público geral que visitar a plataforma, independentemente de serem membros cadastrados.

Ainda no topo da *homepage*, no canto superior direito, encontra-se o botão para cadastro de novos membros no site ou acesso à área exclusiva (Figura 15) por indivíduos que já realizaram o seu cadastro na plataforma e que comprovem sua relação com a iniciativa/projeto de TBC que pretendem avaliar. Ao acessar essa área, eles poderão conferir e atualizar as suas informações pessoais e também acessar o formulário online do ITBC para aplicação na comunidade onde atuam.

Figura 15 – Área de acesso exclusivo aos indivíduos cadastrados no site

The image shows a user profile page titled "Minha conta". On the left, there is a profile card with a red circular avatar containing the letter "J" and the name "João Paulo". Below it is a button labeled "IDTBC Minha Conta". The main content area is titled "Minha conta" and includes a "Desconectar" button and an "Atualizar informações" button. The page is divided into three sections: "Informação pública" (public information), "Conta" (account details), and "Configurações da conta" (account settings). The "Informação pública" section shows the user's profile is visible to all members and includes a text input field for the display name, currently containing "João Paulo". The "Conta" section allows editing account information, including the login email (tesedejp@gmail.com), name (João), surname (Paulo), and phone number. The "Configurações da conta" section includes a dropdown menu for the community page URL. A copyright notice at the bottom reads "© 2021 por João Paulo da Silva."

Fonte: o autor (2021).

O acesso ao ITBC se dará por meio do aplicativo *Google Forms* (Figura 16), onde todas as informações preenchidas pelo usuário cadastrado, no momento da avaliação de alguma iniciativa brasileira de TBC serão encaminhadas para a avaliação do autor desta tese, que por sua vez também será o gestor da plataforma. Caso seja necessário, podemos contactar o indivíduo que aplicou a ferramenta para validar algumas informações lá contidas e, ao final, gerar o índice de desenvolvimento da iniciativa avaliada.

Figura 16 – Primeira e última páginas do *Google Forms* destinado à aplicação do ITBC

**ID-TBC**

Prezado(a) respondente,

O Índice de Desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária (ID-TBC) foi resultado de ampla pesquisa durante minha tese de doutorado, realizada no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano da Universidade Federal de Pernambuco.

O objetivo principal desta ferramenta é produzir parâmetros de referência que auxiliem pesquisadores, empreendedores, gestores públicos do turismo e instâncias de governança dos territórios. A sua efetividade depende do conhecimento prévio do avaliador(a) acerca da iniciativa/projeto de TBC avaliado.

Além disso, esperamos que o ID-TBC possa assegurar o alcance dos seguintes objetivos específicos:

- Mapear conflitos socioespaciais que interferem no desenvolvimento do TBC e os impactos gerados nas comunidades e sua população;
- Monitorar e avaliar constantemente o desenvolvimento do TBC nos territórios a partir de indicadores que apontem os reais benefícios gerados;
- Subsidiar a construção de estratégias efetivas para impulsionar o crescimento ordenado do TBC nas comunidades brasileiras, amenizar os conflitos territoriais e os impactos negativos relacionados à expansão do turismo.

Após preencher esse formulário, entraremos em contato com você para validar as informações, divulgar o índice final da iniciativa/projeto avaliado e solicitar autorização para incorporá-las no Mapa do TBC.

Atenciosamente,  
João Paulo.

tesedejp@gmail.com [Alternar conta](#) Envie novamente para salvar.

A foto e o nome associados à sua Conta do Google serão registrados quando você fizer upload de arquivos e enviar este formulário.. Só o e-mail informado por você faz parte da sua resposta.

**INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES**

O preenchimento dessa seção é opcional. Aqui você pode anexar arquivos que agreguem valor às informações aqui preenchidas.

Anexe pelo menos 03 imagens da iniciativa/projeto de TBC em boa resolução e livre de direitos autorais:

[Adicionar arquivo](#)

Anexe documentos, trabalhos acadêmicos, peças de divulgação e outros materiais relevantes sobre a iniciativa/projeto:

[Adicionar arquivo](#)

Coloque o link de um vídeo representativo sobre a iniciativa/projeto de TBC:

Sua resposta

[Voltar](#) [Próxima](#) Página 4 de 5

\*Obrigatório

Fonte: o autor (2021).

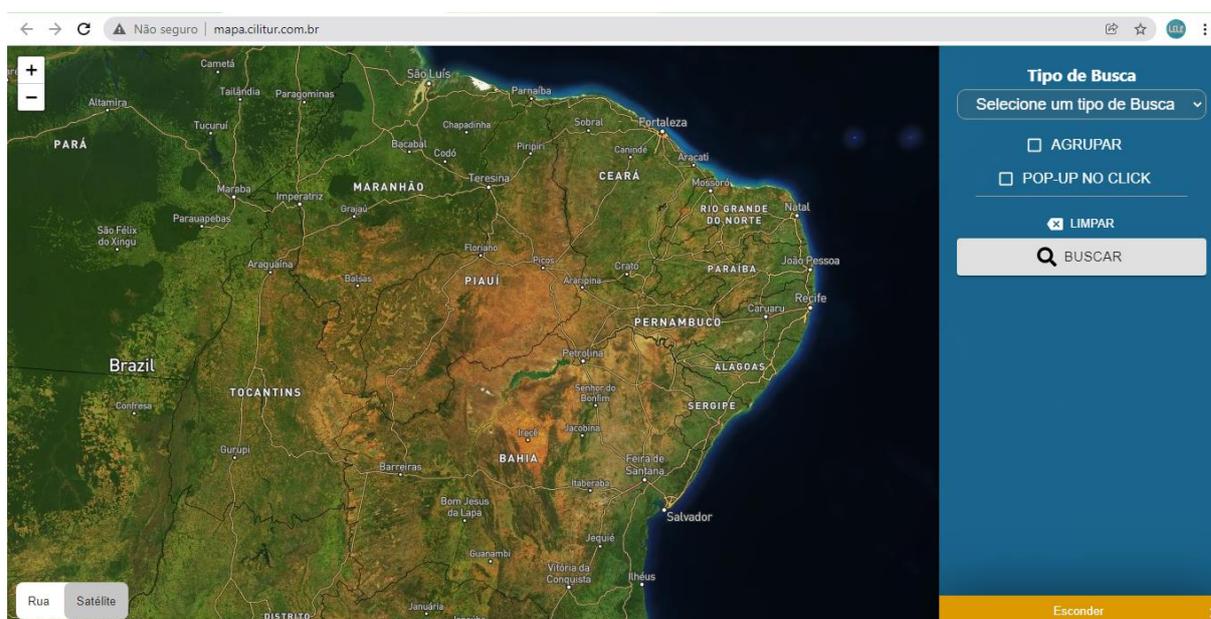
Os pesos referentes às variáveis dos 12 indicadores do ITBC, já definidos e apresentados nesta seção, foram inseridos nas questões correspondentes utilizando a opção *Criar teste: atribua pontuações a questões e permita a correção automática* disponível nas configurações do aplicativo *Google Forms*. Ao final do preenchimento, o próprio aplicativo gera o índice final da iniciativa avaliada, que pode ir de 0 a 100 pontos. No formulário, além de avaliar os indicadores aqui já discutidos e testados na experiência da Prainha, na seção anterior, também serão solicitadas informações complementares sobre a iniciativa de TBC, tais como arquivos de imagens e vídeos que complementam os dados preenchidos no *Bloco 1* do ITBC.

Foram utilizadas questões nos seguintes formatos, disponibilizados pelo *Google*: 1 questão de *resposta longa*, 2 questões de *upload* de arquivos, 2 questões de *caixa de seleção*, 6 questões de *múltipla escolha*, 11 questões de *respostas curtas* e 20 questões de *grade de múltipla escolha*. Caso o respondente queira corrigir alguma informação fornecida no momento do preenchimento ITBC, ele poderá

solicitar autorização ao gestor da plataforma para editar o formulário submetido e atualizar o índice de desenvolvimento da iniciativa de TBC por ele avaliada<sup>30</sup>.

As iniciativas avaliadas pelo ITBC e posteriormente validadas pelo gestor da plataforma poderão ser georreferenciadas em um mapa dinâmico construído como parte dos resultados do Projeto de Pesquisa desenvolvido pelo grupo de pesquisa CILITUR, com apoio do CNPq através da chamada universal MCTI/CNPq nº 28/2018, como mostra a Figura 17. Caso seja autorizado pelo respondente, este mapa poderá ajudar a divulgar informações gerais sobre a sua iniciativa de TBC, além do seu índice de desenvolvimento conferido ao final da aplicação da ferramenta.

Figura 17 – Mapa dinâmico do CILITUR



Fonte: CILITUR (2021), disponível em <http://mapa.cilitur.com.br/>.

A importância da disponibilização dessas informações em um mapa é fundamental para disseminação do conhecimento produzido acerca das iniciativas brasileiras de TBC, dos seus avanços e conflitos ainda não solucionados. Isso poderá estimular a articulação entre representantes de outras iniciativas para troca, entre elas, de conhecimentos sobre as experiências de suas comunidades.

O mapa demonstrado na Figura 17 estará disponível para o público geral, independentemente de estarem cadastrados na plataforma, podendo ser acessado

<sup>30</sup> Uma demonstração do *layout* completo do ITBC no *Google Forms* pode ser conferida por meio do link: <https://forms.gle/QKgXGJxAQeHvJu439>.

através de um botão localizado na *homepage* do ITBC, conforme pôde ser observado na Figura 18.

Figura 18 – Área com o botão de acesso ao mapa das iniciativas de TBC



Fonte: o autor (2021).

Também pretendemos expor na *homepage* depoimentos de diversos representantes de iniciativas de TBC com as quais o autor desta tese manteve contato ao longo da pesquisa. No fim da página disponibilizaremos a relação das instituições que apoiaram diretamente a construção da pesquisa e da ferramenta ITBC, como também uma seção contendo o *Mapa do site* e os *Contatos*:

Figura 19 – Rodapé da *homepage* do ITBC.



Fonte: o autor (2021).

Ressaltamos que a arquitetura da plataforma virtual aqui apresentada encontrava-se, no momento da finalização desta tese, em fase de estruturação e aperfeiçoamento. Deverão ser discutidas novas funcionalidades e recursos que melhore o seu desempenho e otimizem o uso do ITBC em todo o país por um público cada vez maior de interessados na temática.

Uma vez finalizada e devidamente testada, sua divulgação ocorrerá em espaços de discussão sobre o TBC, como comunidades virtuais, eventos científicos, grupos de pesquisa, redes comunitárias com foco no desenvolvimento do turismo, governanças regionais de turismo, além de organizações públicas ou privadas sem fins lucrativos que promovam ou pretendam promover ações ligadas ao desenvolvimento do TBC, como prefeituras, governos estaduais, institutos, associações, organizações sociais, entre outras.

## 7 CHEGAMOS, MAS É SÓ O COMEÇO

Após quatro anos e meio, chegamos. Talvez não da forma como foi planejado em Setembro de 2016, quando nos candidatamos a uma vaga no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano da UFPE. De lá pra cá, muita coisa aconteceu no país que influenciou as andanças da nossa pesquisa: mudanças no cenário político, retrocessos sociais, aumento da desigualdade e pandemia mundial causada pelo Covid-19. Apesar disso, acreditamos na relevância da nossa contribuição ao campo de estudos do turismo e do planejamento urbano no Brasil.

Nosso objeto, o Turismo de Base Comunitária (TBC), modalidade nacionalmente difundida em meados de 2008 quando, na oportunidade, o Ministério do Turismo (MTur) lançou um edital de chamamento público para apoiar financeiramente iniciativas brasileiras, foi o nosso instrumento de diálogo com a realidade nacional. Ao todo, foram apoiadas 50 iniciativas/projetos de TBC espalhadas por todas as regiões brasileiras e mais de R\$ 5.500.000,00 (cinco milhões e quinhentos mil reais) destinados ao desenvolvimento das propostas aprovadas.

Nesse período, foi depositada no TBC a esperança de estimular o desenvolvimento econômico de comunidades tradicionais, gerar inclusão social e ajudar a reduzir os níveis de desigualdade historicamente presentes nesses territórios. Era preciso saber até que ponto essa expectativa havia sido cumprida e se, de fato, o TBC contribuiu para melhorar as condições de vida das comunidades que foram beneficiadas pelos projetos apoiados com recursos do governo federal. Entre idas e vindas na literatura sobre o assunto, sobretudo nos trabalhos produzidos nos últimos 12 anos, percebemos que embora os benefícios que a modalidade pode gerar sempre tenham sido evidenciados pelos autores, notamos a ausência de um aprofundamento sobre os desdobramentos espaciais produzidos pelo TBC, tampouco sobre os conflitos que permeiam a gestão desses territórios em relação à atividade turística.

Por isso, já nas primeiras seções desta tese, confirmamos a nossa hipótese ao perceber que a ausência desse aprofundamento tem nos impossibilitado a aferição dos resultados efetivos do TBC, tornando-o suscetível a análises que ocultam ou pouco exploram os conflitos e as contradições que surgem no âmbito dos territórios e as relações que eles estabelecem com agentes do Estado e do mercado turístico. A construção do Índice do Turismo de Base Comunitária, aqui denominado de ITBC, passou a ser, portanto, o nosso principal objetivo.

Para começar, sabíamos que era preciso entender o país para compreender as oportunidades e os conflitos gerados pelo estímulo ao TBC. Mas, também foi por meio deste objeto de estudo que encontramos formas de descortinar um importante debate sobre a desigualdade social brasileira e sobre a cooptação de comunidades tradicionais pelos agentes que produzem e reproduzem o espaço urbano às custas de um desenvolvimento que é bom no discurso, mas que ainda chega pra poucos.

Ao propormos, como ponto de partida, a discussão sobre alguns aspectos da formação social brasileira e a reprodução/combate da desigualdade na atividade turística por meios das políticas públicas federais implementadas nos últimos anos, encontramos abrigo nos trabalhos de Jessé Souza, que nos ajudaram a entender a desigualdade social brasileira, fenômeno sólido e institucionalizado, resultado de um racismo estrutural que desencadeou o surgimento de segmentos sociais da população completamente desprovidos de condições de acesso aos direitos básicos previstos na constituição, a quem o autor denominou de *ralé brasileira*.

Além disso, essa leitura do Brasil nos permitiu enxergar como o discurso de combate à desigualdade social tem sido o mote das principais políticas públicas de turismo implementadas no país desde o fim dos anos de 1980, do PRODETUR/NE-NE até o último Plano Nacional de Turismo executado pelo governo da presidenta Dilma Rousseff, que chegou ao fim em 2016 após processo de *impeachment*. Esse discurso serviu para legitimar essas políticas públicas diante das populações residentes nos territórios que recepcionaram essas ações. Ao acreditar no turismo como uma saída para os problemas locais, a maioria desses territórios não conseguiu resistir às intervenções do Estado que, na prática, mantiveram a agenda liberal de desenvolvimento econômico e beneficiaram as grandes corporações imobiliárias e turísticas.

Eis que nesse cenário surge o estímulo ao TBC, modalidade que agrega ao discurso das políticas públicas de turismo o elemento da inclusão social. O próximo passo, portanto, foi o de realizar uma revisão teórica desta temática para desconstruir conceitos e discursos já consolidados, mas ainda distantes da realidade das comunidades tradicionais brasileiras. Ao sair do romantismo que pairava o debate sobre o TBC, propusemos uma atualização da sua definição ao considerarmos como um *modelo de gestão que ocorre em escala local no qual a atividade turística é controlada e determinada pela comunidade, de forma cooperada, sem deixar de se*

*articular com o Estado e o mercado a fim de potencializar oportunidades de trabalho e renda para os seus habitantes e contribuir para fortalecer suas causas coletivas.*

Nossa abordagem considera que o TBC é meio e não fim. Uma forma de assegurar a participação comunitária no processo de construção, operação, gestão e monitoramento da atividade turística em territórios que apresentam vulnerabilidades sociais e econômicas, normalmente caracterizados como comunidades tradicionais. Transferir o controle da atividade para a comunidade não significa, contudo, isolar-se para as possibilidades que podem ser articuladas junto ao Estado e ao mercado.

Quando a participação ocorre de forma sólida no território, espontaneamente ou estimulada por um agente indutor (organizações do terceiro setor, academia ou empresas privadas, por exemplo), a comunidade consegue pautar a relação que se estabelece com o Estado e o mercado, caracterizando uma horizontalidade. Se isso não ocorre, essa relação acaba imprimindo verticalidades que fragmentam ainda mais o território e aumentam a sua vulnerabilidade às intervenções e interesses do mercado global.

O último aspecto da definição de TBC aqui apresentada diz respeito aos propósitos para os quais essa modalidade é promovida no território. Assim como nós o utilizamos como instrumento para conduzir e justificar a nossa leitura sobre a formação social brasileira e criticar o *modus operandi* das políticas públicas de turismo, muitas comunidades utilizam o TBC para dar voz às suas causas e lutas sociais, como o direito à terra e à moradia, a geração de trabalho e renda, a inclusão produtiva de minorias sociais, entre outras.

A partir desse entendimento, estabelecemos que as 50 iniciativas de TBC apoiadas em 2008 pelo governo brasileiro seriam o recorte de análise empírico desta pesquisa, o nosso estudo de caso, pois são fruto de projetos pioneiros desenvolvidos nas comunidades brasileiras, cercados de muita expectativa em relação aos ganhos que poderiam ser gerados nesses territórios. O primeiro levantamento sobre essas iniciativas, ainda na fase exploratória, já acusava parte dos conflitos que viriam a ser abordados no decorrer da pesquisa, tais como as dificuldades de acesso ao mercado e nas relações com o agente indutor, que contribuíram para a descontinuidade de alguns projetos.

Deste levantamento, já foi possível compreender que o desenvolvimento do TBC dependeria da harmonia entre cinco dimensões: propósito da iniciativa, governança, participação comunitária, acesso a mercado e trabalho e renda. Partimos

então para a mobilização direta de atores que representavam as iniciativas apoiadas pelo MTur, onde conseguimos realizar entrevistas semiestruturadas, via Google Meet, com representantes de 19 dos 50 projetos beneficiados, alcançando assim 28 cidades espalhadas por todas as regiões brasileiras. Coordenadores, técnicos e lideranças comunitárias envolvidas diretamente com a execução dos projetos eram os perfis mais comuns entre os entrevistados.

O resultado dessas entrevistas nos possibilitou ilustrar, por meio de mapas, a forma como o TBC havia repercutido no território desde a sua implementação em 2008. Quanto ao propósito das iniciativas/projetos, podemos afirmar que a geração de trabalho e renda foi o mote principal para garantir a mobilização e o engajamento das comunidades no desenvolvimento do TBC. Portanto, foi o argumento central para gerar interesse das comunidades nesta atividade, pois a maioria delas ainda é constituída por populações historicamente submetidas aos altos índices de vulnerabilidade social e econômica que têm na falta de oportunidades de trabalho e renda dignas o seu aspecto mais impulsionador.

Porém, em alguns projetos outras questões foram priorizadas, especialmente a defesa dos territórios que sofrem com a pressão de agentes imobiliários e lutam pelo direito à terra e à moradia, além da busca pela inclusão de segmentos sociais marginalizados, como negros, mulheres, LGBTQIA+ e as pessoas com deficiência, por exemplo. Isso ocorreu com maior intensidade nas regiões Sudeste e Sul do país, onde metade dos projetos pesquisados registraram tais prioridades como o propósito do TBC que viria a ser estimulado nas suas respectivas comunidades.

Em relação ao modelo de governança adotado pela maioria das iniciativas, notou-se uma ampla atuação das organizações do terceiro setor, não só assumindo o papel de proponentes que lançaram candidaturas ao Edital do MTur, mas especialmente como agentes de indução do TBC nos territórios que recepcionaram os recursos federais, atuando diretamente no planejamento e na gestão da atividade. Este aspecto está atrelado, em parte, ao baixo volume de recursos financeiros destinados às iniciativas aprovadas, que por sua vez atraiu organizações de pequeno porte, como ONGs e associações comunitárias. Mas, por outro lado, este fenômeno também se deve ao fato dessas organizações já registrarem um histórico de atuação nas comunidades com o desenvolvimento de outros projetos sociais, o que as legitimava perante às exigências do chamamento público.

Nos chamou a atenção, porém, o fato de alguns territórios terem apresentado dificuldade na relação com o agente indutor, principalmente quando este era externo à comunidade onde o TBC estava sendo estimulado. Este aspecto foi apontado como o principal conflito pela maioria das iniciativas de TBC, pois repercutia negativamente na mobilização e no engajamento das comunidades em relação ao turismo. Além disso, outros conflitos importantes gerados pelo processo de implementação do TBC foram registrados na pesquisa, tais como à falta de preparação técnica e de qualificação profissional dos indivíduos que atuam na cadeia produtiva local e as relações de poder que tornaram os projetos alvo de agentes que buscavam obter promoção política.

A participação comunitária representa a dimensão que mais diferencia o TBC das demais modalidades de turismo, que por sua vez costumam deixar de fora do planejamento e da gestão da atividade os representantes das comunidades tradicionais que se encontram entre os principais corredores turísticos brasileiros. Por essa razão, parte-se do princípio que a participação comunitária é uma condição que precisa estar presente em todos os processos de implementação da atividade, desde a construção da proposta até a operacionalização dos serviços que serão oferecidos pela cadeia produtiva local.

No caso dos projetos pesquisados, o estímulo à participação ocorreu em tempos distintos. Enquanto algumas iniciativas/projetos foram construídas junto com as comunidades antes de sua candidatura ao Edital do MTur, na intenção que, uma vez aprovadas, as propostas atendessem plenamente as demandas desses territórios, a maioria não realizou a mobilização das comunidades na fase de construção das propostas, aspecto que resultou na baixa efetividade de alguns projetos em relação aos resultados esperados pelas comunidades ou mesmo na sua descontinuidade.

Atualmente, alguns projetos ainda registram uma baixa adesão das comunidades ao TBC, especialmente aquelas que estão localizados na Região Sudeste. Isto tende a ocorrer quando os projetos não geram o número de ocupações que foram prometidas e, por essa razão, acabam desmobilizando e desmotivando a população local. Já a Região Norte tem demonstrado um significativo envolvimento das comunidades no planejamento e execução do TBC nas suas comunidades, seja de forma parcial ou total. De um modo geral, quando as comunidades possuem outras pautas prioritárias que vão além da geração de trabalho e renda, embora esta seja

fundamental, percebe-se que a participação comunitária ocorre de forma mais espontânea.

Sobre o acesso ao mercado, um dos maiores gargalos do TBC, a relação com empresas do turismo convencional ainda demonstra ser um aspecto delicado para algumas iniciativas brasileiras, isto porque a aproximação com essas empresas pode contaminar os princípios da modalidade, temem alguns especialistas. Porém, afastar-se dessas oportunidades pode gerar um isolamento das iniciativas e agravar a sua dificuldade de penetração no mercado, embora todas tenham utilizado as redes sociais como principal ferramenta de promoção e comercialização e a maioria tenha realizado parcerias com agências e operadoras de turismo.

Percebemos que as comunidades que participam mais ativamente do planejamento e da gestão do TBC tendem a estabelecer relações mais harmoniosas e menos dependentes com os agentes do mercado turístico tradicional, evitando que as pautas que motivaram o desenvolvimento desta modalidade de turismo sejam desvirtuadas com a inserção das comunidades em roteiros e circuitos do turismo de massa.

A última dimensão explorada na pesquisa diz respeito a geração de trabalho e renda proporcionada pelo TBC, que demonstrou ser relevante para a maioria dos projetos pesquisados, onde mais de 30% dos moradores das comunidades atendidas encontram-se ocupados em atividades ligadas direta ou indiretamente ao turismo. Na mesma proporção, encontram-se os projetos que garantiram a complementação da renda dos moradores ocupados com o TBC, que por sua vez costuma figurar como uma alternativa de trabalho à ocupação principal dos atores locais que atuam na cadeia produtiva do turismo das suas comunidades.

É consenso entre os autores que foram estudados aqui nesta tese que o TBC é um modelo de atividade econômica que deve atuar de maneira complementar nas comunidades, não sobrepondo-se às suas atividades tradicionais, que ajudam a identificar as especificidades culturais e produtivas de cada território. Esta perspectiva foi respeitada pela maioria dos projetos apoiados pelo Edital do MTur, demonstrando que as comunidades encararam o TBC como uma ocupação importante, mas sem tornar-se dependente do turismo.

Foi a partir dessas evidências e discussões que estruturamos o ITBC, na promessa de ajudar a mensurar os impactos efetivos do TBC nas comunidades brasileiras, identificar conflitos e contribuir para a construção de estratégias que

fortaleçam ainda mais essas iniciativas. A ferramenta foi organizada com base nas dimensões de análise que conduziram a parte mais importante da nossa pesquisa e se transformaram em 12 indicadores capazes de avaliar o estágio de desenvolvimento de um projeto de TBC, além de apontar caminhos a serem seguidos pelos agentes indutores e demais atores locais que atuam na linha de frente desta modalidade.

Esses indicadores, assim como as variáveis que a eles estão relacionadas, passaram por um intenso processo de validação através da consulta aos 19 representantes das iniciativas brasileiras de TBC aqui pesquisadas, além de mais 37 profissionais, pesquisadores e representantes de outras iniciativas que não foram objetos de estudo desta tese, mas com as quais o pesquisador já nutria uma relação pessoal.

O ITBC foi testado na Resex Prainha do Canto Verde, comunidade localizada no litoral leste cearense, uma das primeiras iniciativas de TBC que surgiram no Brasil, ainda na década de 1990, por meio do movimento de pescadores e pescadoras artesanais que lutaram pelo direito à terra e viram no turismo um instrumento capaz de ampliar o alcance e o impacto de suas lutas. Anos depois, junto com outras comunidades cearenses, a Prainha lidera a criação da Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM), um dos projetos beneficiados pelo Edital do MTur em 2008 e que se tornou referência nacional em TBC.

As informações coletadas para a aplicação do ITBC na Prainha ocorreram em vários momentos. Num primeiro, através de pesquisa de campo na própria comunidade realizada em fevereiro de 2020, antes da deflagração da pandemia mundial causada pelo Covid-19, fenômeno que mudava o curso da nossa pesquisa naquele momento. Depois, através de várias entrevistas semiestruturadas realizadas de forma online com a coordenação executiva da Rede TUCUM, onde obtivemos informações complementares sobre a iniciativa e validamos o resultado final da aplicação do ITBC, que por sua vez gerou um índice de 82 pontos e reafirmou o estágio de consolidação em que se encontra a experiência da Prainha.

Na intenção de disseminarmos o acesso ao ITBC para que outras iniciativas possam ser avaliadas, propusemos a construção de uma plataforma virtual que abrigará a ferramenta, um manual de aplicação e um mapa interativo onde as iniciativas avaliadas serão automaticamente georreferenciadas. Através dessa estratégia, também pretendemos ampliar a visibilidade das iniciativas brasileiras de

TBC que se encontram ativas e gerar conexões entre elas para a troca de aprendizados e estímulo a parcerias para o desenvolvimento de projetos e ações.

É importante reconhecer que a deflagração da pandemia do Covid-19 no período em que iniciávamos a nossa coleta de dados imprimiu importantes limitações a esta pesquisa, pois ambicionávamos realizar uma abordagem *in loco* das iniciativas de TBC que foram mobilizadas, mas que em função dos riscos sanitários e da suspensão por longo período de algumas atividades econômicas, entre elas o turismo, foi preciso adaptar os nossos procedimentos metodológicos.

Dessa forma, fazemos aqui algumas recomendações para que futuros estudos sobre o TBC no Brasil discutam aspectos que não conseguimos contemplar nesta tese, tais como:

- i. Realizar estudos de campo em outras iniciativas/projetos de TBC apoiados pelo Edital do MTur em 2008 a fim incorporar a visão de outros atores locais que participaram ou participam diretamente da atividade, com vistas a validar os aspectos discutidos no âmbito das dimensões de análise propostas nesta tese;
- ii. Aprofundar-se nas iniciativas/projetos de TBC que não vingaram, revelando e discutindo os aspectos que resultaram no seu insucesso;
- iii. Comparar as iniciativas/projetos apoiadas pelo MTur em 2008 com experiências recentes de TBC no que se refere aos processos de implementação da atividade, modelos de gestão, conflitos socioespaciais, estratégias de acesso ao mercado e os propósitos que justificaram o seu surgimento;
- iv. Abordar a relevância da dimensão ambiental no desenvolvimento do TBC a fim de construir novos indicadores que deem conta desta questão;
- v. Avaliar sistematicamente o ITBC para garantir a sua efetividade e, se necessário, rever ou acrescentar indicadores e variáveis de análise que estejam constantemente ajustados à realidade das comunidades brasileiras;

Encerramos esta pesquisa torcendo para que o caminho aqui percorrido não se esgote, se renove e continue apontando horizontes possíveis ao desenvolvimento do TBC no Brasil e que esta modalidade possa, se não cumprir totalmente a promessa

feita pelas políticas públicas de turismo, ao menos contribuir para descortinar a realidade das comunidades tradicionais do país e de suas demandas econômicas e sociais. Que dê constante atenção à relação entre o Estado e mercado, denunciando formas de turismo que se apropriam do espaço e extorquem dessas comunidades as suas chances de almejar melhores condições de vida. Além disso, continue contribuindo para o debate sobre um Brasil que possui sua formação social pautada no racismo, no silenciamento da luta de classes e nos processos de exclusão capitaneados por uma elite do atraso. Que, enfim, um outro turismo seja possível.

## REFERÊNCIAS

ABREU, L. M. **Uma “viagem” de inclusão: turismo, desenvolvimento e território.** (Tese de Doutorado). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 2010.

ALVES-MAZZOTTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa.** São Paulo: Pioneira, 1998.

ARAUJO, C. P. **Terra à vista! O litoral brasileiro na mira dos empreendimentos turísticos imobiliários.** (Tese de Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. São Paulo: 2011.

\_\_\_\_\_. VARGAS, H. C. Empreendimentos turísticos imobiliários: um novo modelo de ocupação do litoral brasileiro. In: **Anais do IV Colóquio Internacional sobre o Comércio e a Cidade**, 2013.

\_\_\_\_\_. Investimentos imobiliários e meios de hospedagem. In: VARGAS, H.C.; ARAUJO, C.P. **Arquitetura e Mercado Imobiliário.** Barueri, São Paulo: Manole, 2014.

\_\_\_\_\_. Paraísos à beira-mar: os empreendimentos turísticos imobiliários. In: VARGAS, H. C.; PAIVA, R. A. **Turismo, arquitetura e cidade.** Barueri, São Paulo: Manole, 2016.

\_\_\_\_\_.; ABREU, L. M. Urbanización turística y desarrollo desigual en la costa nordeste de Brasil: el papel de PRODETUR/NE/NE. In: FERNANDES, L. (Org.). **Henry Lefebvre y la producción del espacio: entramados de resistencia al capitalismo.** 1ed. Montevideo: Gráfica Mosca, 2021.

BALLESTEROS, E. R.; CARRIÓN, D. S. **Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social.** Quito: Abya-Yala, 2007.

BARRETO, M. N. **Turismo, Políticas Públicas e Relações Internacionais.** Campinas: Papirus, 2003.

BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e a experiência brasileira**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BEETON, S. **Community Development Through Tourism**. Australia: Land Links, 2006.

BENI, M. **Política e Planejamento do Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petropolis: Vozes, 1974.

BERITELLI, P. Cooperation among Prominent Actors in a Tourist Destination. **Annals of Tourism Research**, 2011, v. 38, n. 2, p. 607-629, 2011.

BLACKSTOCK, K. A critical look at community based tourism. **Community Development Journal**, volume 40, número 1, pp. 39-49, 2005.

BORDENAVE, J. E. D. **O que é participação**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

BRANDÃO, J. O. S. **Turismo de Base Comunitária: ressignificando a concepção de comunidade**. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Brasília. Programa de Pós-Graduação em Turismo. Brasília-DF: 2014.

BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R.; DELAMARO, M. Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil. In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (orgs). **Turismo de Base Comunitária:**

diversidade de olhares e a experiência brasileira. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

CARRIERI, A. P. **A gestão ordinária**. (Tese elaborada para concurso de Prof. Titular) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

CARVALHO, A. G. **Turismo e Produção do Espaço no Litoral de Pernambuco**. (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo. São Paulo: 2009.

CAVALCANTE, K. B. **Estado e política de turismo: o caso da Via Costeira de Natal**. (Dissertação de Mestrado) Programa de Pós-graduação em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 1993.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 4ª. Ed. São Paulo: Cortez, 2000.

COELHO, M. H. P.; SAKOWSKI, P. A. M. **Perfil da mão de obra do turismo no Brasil nas atividades características do turismo e em ocupações**. Brasília: IPEA, 2014.

CORIOLANO, L. N. (Org). **Turismo, Território e Conflitos Imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012.

\_\_\_\_\_.; LIMA, L. C. (Orgs.) **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

\_\_\_\_\_. **O turismo comunitário no Nordeste brasileiro**. *In*: BARTHOLO, R., SANSOLO, D. G. e BURSZTYN, I. (Orgs). Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

CRUZ, R. C. A. **Turismo e impacto em ambientes costeiros: Projeto Parque das Dunas-Via Costeira, Natal (RN)**. (Dissertação de Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

\_\_\_\_\_. **Política de Turismo e Território**. São Paulo: Contexto, 2001.

\_\_\_\_\_. Desenvolvimento desigual e turismo no Brasil. **Confins** [En ligne], 36 | 2018, mis en ligne le 02 juillet 2018.

\_\_\_\_\_. **Geografias do Turismo**: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.

\_\_\_\_\_. Políticas Públicas de Turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Geosul**, Florianópolis, v. 20, n. 40, p. 27-43, jul/dez, 2005.

\_\_\_\_\_. **Turismo, produção do espaço e desenvolvimento desigual**. In: BARTHOLLO, R., SAN SOLO, D. G. e BURSZTYN, I. (Orgs). Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

DAMATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DANTAS, E. W. C. et al. Nordeste Brasileiro Fragmentado: de uma região com bases naturais a uma de fundamentação econômica. In: SILVA, J. B. da; DANTAS, E. W. C.; ZANELLA, M. E.; MEIRELES, A. J. A. (Orgs). **Litoral e sertão: natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão gráfica, 2006. p. 23-43.

DEÁK, C. Acumulação travada no Brasil e a crise nos anos 80. In: DEÁK, C.; SCHIFFER, S. **O processo de urbanização no Brasil**. São Paulo: Edusp, 1999. p. 19-48.

DEMO, P. **Participação é conquista**: noções de política social participativa. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1996.

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

ESCOREL, S. **Clarificando os conceitos:** desigualdade, pobreza, marginalidade, exclusão. O que significa exclusão social? Mimeo, 28 p. 1997.

FABRINO, N. H. **Turismo de Base Comunitária:** dos conceitos às práticas e das práticas aos conceitos. (Dissertação de Mestrado). Centro de Desenvolvimento Sustentável. Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

FAORO, R. **Os donos do poder:** formação do patronato político brasileiro. 3ª edição. São Paulo: Globo, 2001.

FERNANDES, F. **A Integração do Negro na Sociedade de Classes.** Vol. II, Ed. Globo, São Paulo, 2008.

FERNANDES, F. **A revolução burguesa no Brasil:** ensaio de interpretação sociológica. 6ª edição. São Paulo: Editora Contracorrente, 2020.

**FIPE.** Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE. Estudo da Demanda Turística Internacional. Brasília, FIPE, 2006.

FONSECA, M. A. P. **Espaço, políticas de turismo e competitividade.** Natal: EDUFRN, 2005.

FREYRE, G. **Casa-grande & senzala.** Global, São Paulo, 2006.

FURTADO, C. **Raízes do subdesenvolvimento.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 220p.

GOEDERT, A. R. **Governança em rede de desenvolvimento e experiência em Santa Catarina.** (Tese de Doutorado em Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

**GOVERNO DO CEARÁ.** Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS: Polo Litoral Leste. PRODETUR/NE, 2008. Disponível em:

<http://antigo.turismo.gov.br/images/pdf/Publica%C3%A7%C3%B5es/PDITS/LITORAL%20LESTE.pdf>. Acesso em 30 de Julho de 2021.

GIL, G. **A Novidade**. Rio de Janeiro: Atlantic Records, 1994.

GUZMÁN, T. J. L-G.; CAÑIZARES, S. M. S. Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. **REVESCO** Nº 99, p.85-103, Tercer Cuatrimestre, 2009.

HAESBAERT, R. Concepções de território para entender a desterritorialização. In: SANTOS, M. et al. (Orgs.) **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2011. p. 43-71.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. São Paulo: Vozes, 1987.

HALLACK, N.; BURGOS, B.; CARNEIRO, D. M. R. Turismo de base comunitária: estado da arte e experiências brasileiras. **Ambientalmente sustentável**, ano VI, vol. I, 2011.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. Tradução: Carlos Szlak. São Paulo: Annablume, 2005.

HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**. 26ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. 220p.

**IBGE**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD 2018: Rendimento de todas as fontes 2018. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101673\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101673_informativo.pdf). Acesso em 20 de Outubro de 2019.

**INSTITUTO ETHOS.** Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas. Banco Interamericano de Desenvolvimento: 2015. Ebook.

**IPEA.** Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas. Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo – SIMT. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/extrator/simt.html>. Acesso em 21 de Abril de 2020.

IRVING, M. A. Reinventando a Reflexão sobre Turismo de Base Comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 108-121.

JAMAL, T. B. e GETZ, D. Collaboration theory and community tourism planning. **Annals of Tourism Research**, Volume 22, Número 1, pp. 186-204, 1995.

LEFEBVRE, H. **Espaço e política.** Belo Horizonte, Editora UFMG, 2008.

LENÁ, P. Novos atores sociais, desenvolvimento sustentável e organizações não governamentais. In: BECKER, B. K.; MIRANDA, M. (Orgs.) **A geografia política do desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 1999. p. 273-296.

LIMA, C. V. F. M. **Urbanização Turística no Litoral Sul de Pernambuco: o caso do município de Tamandaré.** (Dissertação de Mestrado) Programa de Pós-graduação em Geografia. Universidade Federal de Pernambuco. Recife: 2006.

LTDS, Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social. **Relatório Técnico: Marco Referencial Teórico para o Turismo de Base Comunitária.** Rio de Janeiro: PEP/COPPE/ UFRJ, 2011.

MCDONALD, R.; JOLIFFE, L. **Cultural rural tourism: Evidence from Canada – Annals of Tourism Research**, 30(2): 307-322, 2003.

MALDONADO, C. O turismo rural comunitário na América Latina. In: BARTHOLO, R., SANSOLO, D. G. e BURSZTYN, I. (Orgs). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

MATTOS, C. G. L. de; CASTRO, P. A. de. **Etnografia e Educação: conceitos e usos**. Campina Grande: EDUEPB, 2011.

MARTINS, R (Org.). **Caderno de Normas da Rede Tucum - Rede Cearense de Turismo Comunitário**. Fortaleza: Instituto Terramar, 2013.

MENDONÇA, C. et al. **Una experiencia de turismo de base comunitaria en El Valle Sagrado, Perú**. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2010.

MENDONÇA, L.C. **A invenção de Porto de Galinhas**. Recife: Persona, 2004.

MENDONÇA, T.; IRVING, M. Turismo de base comunitária: a participação como prática no desenvolvimento de projetos turístico no Brasil - Prainha do Canto Verde, Beberibe (CE). **Caderno Virtual de Turismo**, 4 (4), 2004, 12-22.

MENDONÇA, T.C.M. Turismo socialmente responsável da Prainha do Canto Verde: uma solução em defesa do local herdado. In: BARTHOLO, R., SANSOLO, D.G, BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base comunitária: Diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 289-301.

MITCHELL, J.; MUCKOSY, P. **A misguided quest: community-based tourism in Latin America**. Overseas Development Institute. 2008, p. 102-103.

MITRAUD, S. (Org.) **Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável**. Brasília: WWF Brasil, 2003.

**MMA**. Ministério do Meio Ambiente. Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro (PNGC II). Disponível em:

[https://www.mma.gov.br/estruturas/orla/\\_arquivos/pngc2.pdf](https://www.mma.gov.br/estruturas/orla/_arquivos/pngc2.pdf). Acesso em 13 de Agosto de 2019.

MORAES, A. C. R. **Contribuições para a Zona Costeira do Brasil**. São Paulo: Hucitec/Edusp, 1999.

**MTUR**. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico do Turismo Brasileiro 2019 Ano base 2018. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05/item/381-anuario-estatistico-de-turismo-2019-ano-base-2018/381-anuario-estatistico-de-turismo-2019-ano-base-2018.html>. Acesso em 20 de Agosto de 2019.

\_\_\_\_\_. Anuário Estatístico do Turismo Brasileiro 2020 Ano base 2019. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html#:~:text=Anu%C3%A1rio%20Estat%C3%ADstico%20de%20Turismo%202020%20%2D%20Ano%20Base%202019&text=A%202%C2%AA%20edi%C3%A7%C3%A3o%20do%2047%C2%BA,o%20entendimento%20do%20seu%20conte%C3%BAdo>. Acesso em 30 de Março de 2021.

\_\_\_\_\_. Plano Nacional de Turismo 2013-2016. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano\\_nacional\\_2013.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf). Acesso em 24 de Maio de 2019.

\_\_\_\_\_. Anuário Estatístico de Turismo – 2012: volume 39, ano base 2011. Brasília, 2012. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso em 15 de Dezembro de 2017.

\_\_\_\_\_. Chamada Pública MTur nº 001/2008 – Apoio às iniciativas de turismo de base comunitária. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/convenios\\_contratos/selecao\\_p\\_rojetos/Edital\\_Chamada\\_Pxblica\\_de\\_Projetos\\_0012008.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/convenios_contratos/selecao_p_rojetos/Edital_Chamada_Pxblica_de_Projetos_0012008.pdf). Acesso em 01 de Fevereiro de 2017.

\_\_\_\_\_. MTUR divulga novo mapa do turismo brasileiro. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/6456-mtur-divulga-novo-mapa-do-turismo-brasileiro.html>. Acesso em 05 de Outubro de 2017.

\_\_\_\_\_. Plano Nacional de Turismo 2003-2007: Diretrizes, Metas e Programas. Brasília, 2003. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/plano\\_nacional\\_turismo\\_2003\\_2007.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2003_2007.pdf). Acesso em 25 de Novembro de 2017.

\_\_\_\_\_. Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão. 2007. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/plano\\_nacional\\_turismo\\_2007\\_2010.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf). Acesso em 17 de Novembro de 2017.

\_\_\_\_\_. Programa de Regionalização do Turismo. Diretrizes. 2013. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/images/programas\\_acoes\\_home/PROGRAMA\\_DE\\_REGIONALIZACAO\\_DO\\_TURISMO\\_-\\_DIRETRIZES.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf). Acesso em 08 de Dezembro de 2017.

\_\_\_\_\_. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Diretrizes Operacionais. Brasília, 2004.

PETROCCHI, M. **Turismo**: Planejamento e Gestão de Polos turísticos. São Paulo: Futura, 2001.

PINHEIRO, L. L. Turismo comunitário: alguns apontamentos conceituais. In: X Encontro Nacional de Turismo de Base Local - ENTBL. **Anais...**, João Pessoa, 2007.

PORTELLI, A. Tentando aprender um pouquinho: algumas reflexões sobre a ética na história oral. **Projeto História**. São Paulo, v. 15, p. 13-49, abr. 1997.

PRADO JÚNIOR, C. **História Econômica do Brasil**. 47ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2006. 364p.

QUEIROZ, L. M. A. **A Gestão Pública e a Competitividade de Cidades Turísticas: a experiência da cidade de Salvador** (Tese de Doutorado) Barcelona: Universitat de Barcelona, 2005.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

REED, M. G. Power relations and community-based tourism planning. **Annals of Tourism Research**, Volume 24, Número 3, pp. 566-591, 1997.

REVISTA PANROTAS. **Black Money: onde estão os profissionais negros do Turismo?** Disponível em: [https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2018/11/black-money-onde-estao-os-profissionais-negros-do-turismo\\_160537.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2018/11/black-money-onde-estao-os-profissionais-negros-do-turismo_160537.html). Acesso em 31 de Janeiro de 2020.

RODRIGUES, A. B. Percalços do planejamento turístico: o PRODETUR/NE-NE. In:\_\_\_\_\_. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3ed. São Paulo: Hucitec, 2001. P.147-162.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFSM (ReA)**, Santa Maria, v. 2, p. 250-269, maio/ago. 2009.

SAMPAIO, C. A. C. **Pensando o conceito de turismo comunitário**. Belo Horizonte: ANPTUR, 2008.

\_\_\_\_\_. **Turismo como fenômeno humano: princípios para pensar a ecossocioeconomia do turismo e sua prática sob a denominação turismo comunitário**. Santa Cruz do Sul: UDUNISC, 2005.

\_\_\_\_\_.; LESAMA, M. F.; ARAÚJO, J. R.; MENDEZ, E. O. **Perspectiva do turismo**

comunitário, solidário e sustentável. In: SAMPAIO, C. A. C.; HENRÍQUEZ, C.; MANSUR, C (Orgs.). **Turismo comunitário, solidário e sustentável: da crítica às ideias e das ideias à prática**. Blumenau: EDIFURB, 2011.

\_\_\_\_\_, COUTINHO, G., & RODRIGUES, L. Fatores motivacionais do turista comunitário: O caso do projeto bagagem. In: **Anais... IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, São Paulo, 2012.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2006. 174p.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: EDUSP, 2014.

\_\_\_\_\_. O Retorno do Território. In: SANTOS, M.; DE SOUZA, M. A.; SILVEIRA, M. L. (Org.). **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: ANPUR-Hucitec, 2002.

SCHWARCZ, L. M. **Sobre o Autoritarismo Brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SELVA, V. S. F. Litoral da Área de Proteção Ambiental (APA) de Guadalupe: de ambiente natural a espaço do turismo. **Revista Nordestina de Ecoturismo**, Aquidabã, v.5, n.1, Nov, Dez 2011, Jan, Fe, Mar, Abr, 2012.

SILVA, J. P. **Para além das colinas do campo: estudo de potencialidade da Comunidade de Palmeiras para o Turismo Rural**. 2007. (Monografia em Graduação em Turismo) - Faculdades Integradas de Vitória de Santo Antão, Vitória de Santo Antão-PE, 2007.

\_\_\_\_\_.; JESUS, P.; FONSECA, J.M.; Turismo, economia solidária e inclusão social em Porto de Galinhas, PE. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p.325-340, dez. 2011.

SILVA, K.; RAMIRO, R.; TEIXEIRA, B. Fomento ao Turismo de Base Comunitária: a experiência do Ministério do Turismo. In: BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e a experiência brasileira**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

SILVA, R. B. **Educação comunitária: além do estado e do mercado? A experiência da Campanha Nacional de Escolas da Comunidade**. CNEC (1985-1998). Campinas, SP. Autores Associados, 2003.

SOUZA, J. **A Ralé Brasileira: quem é e como vive**. 3ª edição. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2020.

\_\_\_\_\_. **A classe média no espelho Rio de Janeiro**: Estação Brasil, 2018.

\_\_\_\_\_. **A tolice da inteligência brasileira: ou como o país se deixa manipular pela elite**. São Paulo: LeYa, 2015.

\_\_\_\_\_. (Org.). **A invisibilidade da desigualdade brasileira**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

\_\_\_\_\_. **A construção social da subcidadania: por uma sociologia política da modernidade periférica**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

SOUZA, M. J. P. O Território: sobre o espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. de (Org.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

TAVEIRA, M. **Turismo e Comunidades de Praia em São Miguel do Gostoso: Processo de Turistificação no litoral potiguar**: Natal-RN: Novas Edições Acadêmicas, 2018.

TERRAMAR, Instituto. **Sobre Nós**. Disponível em: <http://terramar.org.br/sobre-nos-2/quem-somos/>. Acesso em 16 de Agosto de 2021.

TOSUN, C. Expected nature of community participation in tourism development. **Tourism Management**, v. 27, p. 493-504, 2006.

VAN BREUGEL, L. **Community-based tourism: Local participation and perceived impacts – A comparative study between two communities in Thailand.** (Dissertação de Mestrado) Master Social and Cultural Science. Radboud University of Nijmegen. 2013. 83 p.

VIANA, A. L. B. **Modelos relacionais para a organização e o desenvolvimento regional do turismo.** (Tese de Doutorado) Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul, Brasil, 2012.

VIEIRA, A. R. M. **Planejamento e políticas públicas de turismo:** análise dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo no Polo São Luís-MA. Brasília (Dissertação de Mestrado) Universidade de Brasília, 2011.

WEARING, S.; MCDONALD, M. The development of community-based tourism: rethinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 10, n. 3, p. 191- 206, 2002.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Travel & Tourism Economic Impact 2012 Brazil.** Disponível em: [http://wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/brazil2012.pdf](http://wttc.org/site_media/uploads/downloads/brazil2012.pdf). Acesso em 13 de Março de 2019.

WWF-Internacional. **Guidelines for community-based ecotourism development.** 2001. Disponível em: <https://wwf.panda.org/?12002/Guidelines-for-Community-based-Ecotourism-Development>. Acesso em 10 de Março de 2019.

ZAPATA, T. (Org.). **Desenvolvimento Local e a Nova Governança.** Recife-PE: Livro Rápido – Elógica, 2009.

**APÊNDICE A – QUADRO SÍNTESE DOS PROJETOS DE TBC APOIADOS PELO  
EDITAL Nº 001/2008 DO MTUR**

<b>NACIONAL</b>										
Estado	Categoria Espacial Local	Experiência/Projeto	Agente Indutor/Proponente	Vigência convênio	Valor liberado (R\$)	Situação junto ao MTur	Breve descrição da iniciativa	Situação atual da iniciativa		
								Status	Acesso ao mercado	Participação comunitária
								BA MA CE PR PA SC	Várias (Cidades Litorâneas/ Zona rural ou área de preservação ambiental)	Na bagagem, práticas de turismo sustentável (Apoio ao Turismo de Base Comunitária)

REGIÃO SUDESTE										
Estado	Local/ Categoria Espacial	Experiência/Projeto	Agente Indutor/ Proponente	Vigência convênio	Valor liberado (R\$)	Situação junto ao Mtur	Breve descrição da iniciativa	Situação atual da iniciativa		
								Status	Acesso ao mercado	Participação comunitária
ES	Vitória (Metrópole/Cidade Litorânea)	Preservação do mangue e gastronomia nas ilhas Caeiras (Ecobase Ilha das Caeiras)	Terceiro Setor (Instituto Capixaba de Ecoturismo – ICE)	30/12/2008 a 31/03/2011	120.000,00	Normal	A Ilha das Caeiras recebe visitantes atraídos pela paisagem natural, pelos restaurantes que oferecem gastronomia típica, como também por algumas manifestações culturais tradicionais, como as desfiladeiras de siri, que podem ser observadas em atividade nas portas de suas casas localizadas no bairro.	Ativa	A comercialização dos produtos e roteiros relacionados à Unidade de Conservação é feita pela própria Ecobase.	A comunidade participa por meio da oferta de bens e serviços turísticos na área que compreende a Unidade de Conservação.
ES	Vitória e Região Metropolitana a (Metrópole/Cidade Litorânea)	Artesanato, história e turismo de base Comunitária (Nossa Terra Nossa Arte)	Terceiro Setor (Movimento Vida Nova Vila Velha – Movivê)	29/12/2008 a 30/12/2010	148.262,00	Normal	Aqui o objetivo foi o de oferecer oportunidades de convívio entre moradores e visitantes, considerando o fortalecimento dos núcleos familiares, incentivando sua integração, com aumento do tempo de convivência entre seus membros, valorização da mulher e combate ao trabalho infantil. Havia uma proposta de criação de uma Comissão de Acompanhamento para tomada de decisões sobre o projeto.	Ativa parcialm ente	Não há evidências de roteiros de TBC sendo comercializados na região onde o projeto atuou.	A participação comunitária se deu apenas por meio de processos de qualificação dos artesãos situados no perímetro dos roteiros oferecidos pelo mercado convencional.
MG	Araponga, Rosário de Limeira e Fervedouro (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Forró rural e vivência agroecológica com hospedagem caseira: uma mistura que dá ritmo (Boas Práticas para	Terceiro Setor (Centro de Pesquisas e Promoção Cultural – Cepec)	28/07/2009 a 17/03/2011	136.490,00	Inadimpl ente por falta de prestação o de contas	Reconhecida pelo Parque Estadual da Serra do Brigadeiro, a região tem atrativos, como as festividades religiosas, juninas, as folias de reis e cavalgadas nas montanhas. As comunidades ofertam vivência com a cultura local por meio de hospedagem domiciliar.	Ativa parcialm ente	O mercado convencional não costuma comercializar os roteiros de TBC da região. Esse processo ocorre de maneira sazonal e é operado por receptivos locais.	O projeto prevê um permanente monitoramento realizado pelas próprias lideranças comunitárias participantes ou por entidade parceiras.

MG	Brumadinho (Zona rural ou área de preservação ambiental)	o Turismo Comunitário) Inhotim: o museu a céu aberto com produtos da comunidade local (Fortalecimento da Rede de Produção Comunitária para o Turismo em Brumadinho)	Terceiro Setor (Instituto Cultural Inhotim)	30/12/2008 A 31/07/2010	134.055,00	Prestação de Contas em Análise	Próximo a Belo Horizonte, o município de Brumadinho é famoso não apenas por suas belas paisagens montanhosas, mas igualmente por abrigar o Instituto Inhotim. Considerado um dos maiores museus de arte contemporânea a céu aberto do mundo, com cerca de 500 obras de mais de 100 artistas de diversas nacionalidades, conta também com um Parque Ambiental de 600 hectares. O Instituto promove também a comercialização de produtos artesanais como geleias, doces, licores e cachaaças elaborados pela comunidade local. Há o estímulo de envolvimento de associações comunitárias no processo de gestão da atividade turística local.	Ativa parcialmente	Foi formada uma rede como mais de 50 empresários da região que apoiam o desenvolvimento do turismo local, com foco na inclusão socioproductiva. Após a tragédia ambiental ocorrida em 2019 na região, as ações de TBC estão relacionadas ao museu Inhotim.	A população local, sobretudo os pequenos empreendedores, é incluída em momentos de qualificação para atuar nas ações de turismo que estão relacionadas ao museu Inhotim.
MG	Gouveia (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Iguaias para os olhos e o paladar: preciosidades do Circuito dos Diamantes (Implantação do Turismo de Vilarjeo no Distrito de Cuiabá, Gouveia – Circuito dos Diamantes)	Terceiro Setor (Associação dos Moradores do Distrito de Cuiabá)	08/09/2009 A 11/05/2011	134.730,00	Prestação de Contas aprovada com ressalvas	Iguaias como o cobu e o saboroso frango ao molho pardo, ícones da gastronomia local, são degustadas com um tempero inigualável à beira de um fogão à lenha, cercado de hospitalidade e boa prosa. Esses são alguns dos traços culturais de um vilarejo tipicamente rural que se revela aos visitantes em um cenário onde é possível, ainda, a prática do ecoturismo em uma das mais belas regiões de Minas Gerais.	Ativa	O circuito de TBC é operado por diversas agências e operadoras de turismo convencionais da região.	A gestão do circuito é feita por associações comunitárias existentes nas cidades contempladas pela iniciativa.
RJ	Paraty (Cidade litorânea)	Riquezas culturais e naturais (Promoção do turismo de base	Terceiro Setor (Instituto Amigos da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica – IA-RBMA)	29/12/2008 A 06/03/2010	147.300,00	Normal	Com mais de 80% de seu território protegidos por unidades de conservação da natureza, Paraty oferece aos visitantes um pedaço preservado da Mata Atlântica e um importante patrimônio	Ativa	Os roteiros de TBC são comercializados por agências e operadoras de turismo da região. Porém, o visitante pode acessar serviços, sobretudo de hospedagem, que são	As comunidades tradicionais participam por meio da oferta de produtos e serviços turísticos, como

RJ	Rio de Janeiro (Metrópole/Cidade Litorânea)	comunitária em Paraty: capacitação em gestão sustentável e qualificação profissional em meios de hospedagem)	Terceiro Setor (Ação Comunitária do Brasil – ACB)	29/12/2008 13/09/2010	150.000,00	Prestação de contas rejeitada	histórico. Pousadas familiares localizadas em comunidades como Trindade, Sono e Ponta Negra oferecem intensa convivência entre visitantes e moradores.	Inativa	oferecidos por moradores locais.	também em fóruns de discussão e eventos promovidos na região e que abordem o TBC.
RJ	Angra dos Reis (Cidade Litorânea)	Campings domiciliares – aproximando turistas e comunidade ilha Grande (O Povo Aventureiro - Fortalecimento do Turismo de Base Comunitária)	Academia (Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – Fapur)	31/12/2008 11/12/2010	148.234,09	Prestação de contas aprovada ressalvas	Localizada na Reserva Biológica da Praia do Sul, ilha Grande, a Vila do Aventureiro oferece ao visitante grande variedade de atrativos, como praias, trilhas ecológicas, prática do surf e mergulho. Na vila o turista pode vivenciar a cultura local por meio de hospedagens domiciliares, campings e bares nos quintais das casas dos moradores. A gestão do turismo local é feita pelo proponente. A comunidade participa por meio da oferta de bens e serviços turísticos.	Ativa	A relação com o mercado ocorre de forma controlada, normalmente mediada pela universidade e pelo poder público. A maioria dos equipamentos e serviços turísticos encontrados na região é de propriedade dos moradores locais.	A população local parece ter um controle significativo sobre as ações de turismo na comunidade, que possui a maior parte dos serviços turísticos sob a responsabilidade e dos moradores locais.

RJ	Rio de Janeiro (Metrópole/Cidade Litorânea)	Criatividade e solidariedade na produção artesanal do Morro do Cantagalo (Tecendo Redes de Turismo Solidário)	Terceiro Setor (Associação das Costureiras Autônomas do Morro do Cantagalo)	Não há informações disponíveis sobre este convênio no Portal da Transparência.	No Morro do Cantagalo são realizadas visitas guiadas com interação com seus moradores. Nestas é possível conhecer a produção artesanal local (trabalho em arte naïf). Durante as visitas, os turistas são recebidos na quadra da escola de samba, onde se realizam apresentações culturais, venda de produtos e apresentação da comunidade e dos diferentes atores locais.	Ativa parcialmente	Os circuitos ao Morro do Cantagalo são operados por agências de turismo convencionais localizada na cidade, que chamam a iniciativa de Favela Tour.	Nos circuitos denominados de Favela Tour, a comunidade local não costuma participar do seu planejamento e operação. Participa apenas com a oferta de bens e serviços turísticos aos visitantes que são trazidos pelas agências e operadoras da cidade.		
RJ	Rio de Janeiro (Metrópole/Cidade Litorânea)	Brincadeiras solidárias: mudando a vida de jovens nas favelas (Turismo no Morrinho)	Terceiro Setor (ONG Morrinho)	Não há informações disponíveis sobre este convênio no Portal da Transparência.	Surgiu a partir de uma brincadeira, a maquete de 300 m² a céu aberto, no bairro de Laranjeiras, reproduz um complexo de favelas cariocas e deu origem à ONG Morrinho, que oferece formação e capacitação para jovens e adolescentes da comunidade. Atualmente a organização contempla quatro empreendimentos: a TV Morrinho, o Morrinho Turismo, o Morrinho Exposição e o Morrinho Social.	Ativa	Os circuitos à comunidade são operados pela própria ONG, que criou um empreendimento denominado "Morrinho Turismo". Trata-se de um negócio social que oferece experiências aos turistas e apoia a formação de jovens das comunidades cariocas.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente. A comunidade participa por meio da oferta de bens e serviços turísticos.		
RJ	Rio de Janeiro (Metrópole/Cidade Litorânea)	Cultura, artes e paisagens na ilha de Paquetá (Reviver Paquetá)	Terceiro Setor (Casa de Artes Paquetá)	21/09/2009 A 13/06/2011	149.730,00	Prestação de contas rejeitada	A ilha de Paquetá oferece ao visitante um importante patrimônio natural e cultural, e preservados. A travessia da barca pela Baía de Guanabara leva o visitante a uma viagem no tempo, bucólica e romântica. Além disso, o turista encontra um bom serviço de informações, guias, exposições e venda de arte e artesanato local, recitais, rodas de choro, saraus etc.	Ativa	Os circuitos de TBC à ilha de Paquetá são operados por uma agência especializada.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais. A comunidade participa por meio da oferta de bens e serviços turísticos.

RJ-SP	Angra dos Reis e Paraty (RJ) e Ubatuba (SP) (Cidades litorâneas)	Tesouros culturais das comunidades caiçaras, indígenas e quilombolas (Caiçaras, indígenas e quilombolas: construindo juntos o turismo cultural da Região da Costa Verde)	Terceiro Setor (Associação de Moradores do Quilombo do Campinho da Independência)	29/12/2008 A 28/02/2012	499.912,40	Prestação de contas em análise	O cenário cultural de Paraty e região transborda os limites dos centros históricos e urbanos. A região, que abrange o sul do município de Angra dos Reis, Paraty e o norte de Ubatuba, guarda segredos da terra e tesouros tradicionais. O turista encontra artesanato de materiais diversos, como cipó e taquara, gastronomia que vai do preparo de peixes pelas comunidades caiçaras à deliciosa feijoada do restaurante do Quilombo do Campinho, danças, lendas, passeios ecológicos e visitas às produções.	Ativa	Os circuitos ao Quilombo são operados por agências especializadas em turismo de experiência.	Os atores sociais são incluídos no projeto por meio de oficinas de diagnóstico com cada comunidade, para levantar problemas e potencialidades do turismo e discutir os cenários que a comunidade deseja para o futuro. Todas as iniciativas de turismo encontradas no Quilombo são operadas por moradores locais.
RJ-SP	Angra dos Reis (RJ), Paraty (RJ) e São José do Barreiro (SP) (Cidades litorâneas/ Zona rural ou área de preservação ambiental)	Nas trilhas do Parque Nacional da Serra da Bocaina (Ecoturismo de Base Comunitária da Região da Trilha do Ouro)	Terceiro Setor (Sociedade Angrense de Proteção Ecológica – Sape)	16/07/2009 A 11/02/2011	150.000,00	Prestação de contas rejeitada	Na trilha do Ouro, o visitante encontra pousadas e pequenos restaurantes familiares e diversas opções de roteiros. Cavalgadas, trekking, canoagem e voo livre são algumas opções de ecoturismo oferecidas na região do Mosaico da Bocaina.	Ativa	O circuito "Trilha do Ouro" é operado por associações locais, onde é possível contratar condutores locais, passeios, transporte e outros serviços turísticos apoiados pelo ICMBIO.	As comunidades participam do projeto por meio da oferta de produtos e serviços turísticos, mas também são engajadas em processos de discussão mobilizados pelo ICMBIO.
SP	Guaruja (Cidade Litorânea)	História, interação e lazer na Praia Branca (Centro de Capacitação em Turismo e Hospitalidade de Base	Estado (Prefeitura Municipal de Guarujá)	Não há informações sobre este convênio no Portal da Transparência.			A Praia Branca, localizada na Serra do Guararu, oferece ao turista uma variedade de roteiros. As ruínas da Capela Ermida de Santo Antônio de Guaiabá, construída em 1550, são um dos atrativos culturais encontrados pelo turista. A pesca é um excelente meio de interação entre a comunidade e o visitante, que ainda	Ativa	Os circuitos de TBC à Praia Branca são ofertados por algumas agências de turismo da região.	A comunidade participa essencialmente por meio da oferta de bens e serviços turísticos. Não há evidências da participação da comunidade no processo de

SP	Juquitiba (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Comunidade da Vila da Prainha Branca, Guarujá)	Interação entre turistas e comunidade no cotidiano (Turismo com Base Comunitária em Juquitiba (Vale do Ribeira, SP): Conclindo a Preservação da Mata Atlântica com Geração de Renda e Trabalho)	Terceiro Setor (Vilae Civilis – Instituto para o Desenvolvimento, Meio Ambiente e Paz)	15/12/2008 A 25/01/2010	150.000,00	Prestação de contas em análise	encontra a prática de surf, o mergulho, a canoagem e a vela. Por se tratar de um projeto de qualificação, não fica claro como a comunidade é envolvida na gestão do projeto.	Aliva	A experiência mais consistente de TBC existente na região é o Circuito Quilombola, uma iniciativa dos quilombos do Vale do Ribeira com o apoio do Instituto Socioambiental, uma organização que apoia a iniciativa por meio da capacitação dos moradores locais. A operação do circuito é feita pelo próprio Instituto, sem relações com o mercado convencional.	A gestão do turismo local é feita pelo Instituto Socioambiental em parceria com os quilombos, que por sua vez estimulam a participação comunitária em processos de qualificação.	gestão do turismo local, que é liderado pela prefeitura municipal.
SP	Peruibe (Cidade litorânea)	Comunidade descoberta no litoral paulista (Apoio à Iniciativa de Turismo de Base Comunitária no Município de Peruibe)	Lazer e descoberta no litoral paulista (Apoio à Iniciativa de Turismo de Base Comunitária no Município de Peruibe)	Terceiro Setor (Associação Amigos de Bairro da Vila Barra do Una)	01/06/2009 A 08/02/2011	149.400,00	Prestação de contas em análise	Visitar Peruibe, realizar atividades de lazer como caminhadas, trilhas e pesca esportiva e ainda conhecer um vilarejo de pescadores artesanais é uma rica experiência para o turista. A Barra do Una é um vilarejo que permite a descoberta dos saberes e sabores da cultura calçara.	Ativo	O mercado convencional não costuma oferecer circuitos de TBC na região, embora haja uma ampla participação dos moradores locais na oferta de bens e serviços turísticos, mas sem uma governança sólida que atue na gestão comunitária do destino.	O proponente tenta estimular o engajamento comunitário no turismo, mas a participação comunitária é incipiente nos processos de gestão do TBC.	

REGIÃO CENTRO-OESTE										
Estado	Local/ Categoria Espacial	Experiência/Projeto	Agente Indutor/ Proponente	Vigência convênio	Valor liberado (R\$)	Situação junto ao MTur	Breve descrição da iniciativa	Situação atual da iniciativa		
								Status	Acesso ao mercado	Participação comunitária
GO	Pirenópolis (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Aconchego no interior de Goiás (Valorização da Cultura Popular para o turismo em Pirenópolis)	Terceiro Setor (Comunidade Educacional de Pirenópolis – Coepl)	Não há informações sobre este convênio no Portal da Transparência.		Situação junto ao MTur	Cidade tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) por seu conjunto arquitetônico, urbanístico, paisagístico e histórico. Pirenópolis é um aconchegante destino que oferece feiras de artesanato ao ar livre, culinária diversificada que vai da comida tipicamente goiana à gastronomia internacional e convívio com os moradores no ritmo pacato do interior de Goiás. Saraus, oficinas de mosaico e barro e projetos de educação ambiental podem ser conhecidos pelos turistas.	Ativa	Não há evidências da relação desta experiência com o mercado tradicional. A visitação a Oca da Terra e ao Espaço Demonstrativo de Agroecologia, produtos criados a partir do projeto, é organizada pela própria COEPI.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões e na prestação de serviços turísticos.
GO	Pirenópolis (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Sustentabilidade de no Cerrado brasileiro (Um Vale Verde de Verdade)	Terceiro Setor (Instituto de Permacultura e Ecovilas do Cerrado – Ipec)	14/09/2009 a 31/12/2010	124.900,00	Prestação de contas aprovada	Além do turismo histórico e das atividades de aventura, Pirenópolis vem se consolidando na prática da permacultura, uma maneira sustentável de ocupar um espaço, restaurar uma paisagem degradada e utilizar os recursos naturais de forma consciente e planejada. Essa nova forma de pensar e agir vem sendo difundida em escolas e comunidades rurais pelo Ecocentro Ipec. O turista pode conhecer o Ipec e as ações de sustentabilidade por meio de visitas.	Inativo	Não há evidências da relação desta experiência com o mercado tradicional. A visitação ao Ecocentro é organizada pelo próprio IPEC.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões e na prestação de serviços turísticos.

MT	Barão de Meigaço (Zona rural ou área de preservação ambiental)	O pantanal na vivência cotidiana na Colônia Z-5 de Pescadores (Guardiões do Pantanal)	Estado (Secretaria de Estado de Trabalho, Emprego, Cidadania e Assistência Social do MT)	Não há informações disponíveis sobre este convênio no Portal da Transparência.	As comunidades ribeirinhas de Barão de Meigaço são detentoras do conhecimento ecológico tradicional. Os visitantes têm a oportunidade de compartilhar da sabedoria ancestral dessas comunidades por meio da hospedagem nas residências dos pescadores, que oferecem rede, lamparina para pesca e ainda a típica culinária pantaneira. A Colônia Z-5 de Pescadores oferece serviços como hospedagem, alimentação, e pilotagem dos barcos para pesca.	Inativo	Não há evidências da continuidade do Projeto atualmente.	Não há evidências da continuidade do Projeto atualmente.
----	--	---	--	--	---	---------	--	--

REGIÃO SUL										
Estado	Categoria Espacial Local	Experiência/Projeto	Agente indutor/Proponente	Vigência convênio	Valor liberado (R\$)	Situação junto ao MTur	Breve descrição da iniciativa	Situação atual da iniciativa		
								Status	Acesso ao mercado	Participação comunitária
PR	Antonina, Morretes, Guaraqueçaba e Paranaguá (Cidades litorâneas)	Turismo protagonizado por cooperativa de moradores no Litoral Norte do Paraná (Deslocament os: Ecoturismo de Base Comunitária no Litoral Norte do Paraná)	Terceiro Setor (Sociedade de pesquisa em vida selvagem e educação ambiental – SPVS)	20/07/2009 a 12/11/2010	150.000,00	Prestação de contas em análise	O visitante pode realizar caminhadas, trilhas, oficinas de artesanato, pesca de tarrafa, entre outras atividades nos roteiros oferecidos pela Cooperguara, cooperativa que agrupa produtores e empreendedores das comunidades de Guaraqueçaba, como artesãos, produtores de mel, meios de hospedagem e pescadores, entre outros.	Ativa	Existem diversas opções de roteiros e circuitos de TBC que são operados pela Cooperguara, uma agência de turismo constituída por representantes da sociedade civil, apoiada pela SPVS.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões.
PR	Turvo (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Hospedagem familiar solidária na conservação da floresta de araucária (Turismo Solidário – Conservando a Floresta com Araucária)	Terceiro Setor (Instituto Agroflorestal Bernardo Hakvoort – IAF)	19/11/2008 a 27/01/2010	100.000,00	Prestação de contas rejeitada	O município busca consolidar a hospedagem familiar, por meio da qual é possível ao visitante vivenciar o dia-a-dia da comunidade. Localizada em uma das maiores reservas nativas de pinheiro-do-paraná, a comunidade utiliza recursos da floresta de araucária, como o pinhão, no preparo de iguarias oferecidas aos turistas, além de produzir sustentavelmente mais de 20 espécies de ervas medicinais, aromáticas e condimentares. A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais.	Ativa	A intenção do projeto foi o de consolidar a hospedagem domiciliar como uma alternativa de renda aos moradores locais. Porém, a disseminação de residências que se transformaram em meios de hospedagem é incipiente. Os circuitos turísticos na região são operados por agências locais e externas.	A comunidade participa por meio da oferta de bens e serviços turísticos. Não há maiores evidências da participação comunitária no processo de gestão do destino.
PR	Morretes (Zona rural ou área de	Produtos artesanais e hospedagem	Academia (Fundação) Universidade	29/12/2008 a 23/09/2010	104.880,00	Prestação de contas	Conhecer os processos de alimentos como mandioca e cana-de-açúcar, ainda	Ativa	Foi estimulada a criação de uma governança local denominada de "Zona de	A gestão do turismo local é feita pelo

	preservação ambiental)	domiciliar na Serra do Mar (Fortalecimento do TBC na Conservação de Modos de Vida de Comunidades do Rio Sagrado, Morretes, PR)	e Regional de Blumenau – Furb)	em análise	realizados com técnicas coloniais, hospedar-se nas casas dos membros da comunidade, experimentar produtos artesanais como a cachaca de banana e o licor de canela são alguns exemplos do que pode ser usufruído pelo turista que visita Morretes e povoados próximos em plena Serra do Mar paranaense.				Educação”, um arranjo produtivo local que atua na organização e na comercialização dos circuitos de TBC da região.	proponente em parceria com outras instituições locais, que estimulam a participação comunitária no planejamento do destino turístico.
SC	Praia Grande (Cidade litorânea/ Zona rural ou área de preservação ambiental)	Turismo de base comunitária: câniõs e cultura colonial (Turismo: Estratégia de Sustentabilidade de para o Sul de SC)	Terceiro Setor (Associação dos Colonos Ecologistas do Vale Mampituba – Acevam)	Prestação o de contas em análise	Praia Grande possui cultura colonial europeia, sua comunidade é constituída por descendentes de portugueses e italianos. Essa herança pode ser identificada por meio do artesanato como as colchas de retalhos de tecidos. Outras possibilidades de interação com a comunidade são o turismo rural, as práticas de ecoturismo e as hospedagens de pequeno porte com estrutura familiar.	142.030,00	15/12/2008 a 30/11/2010	Ativa	Os circuitos de TBC, assim como outros roteiros turísticos, são operados por agências e operadoras da própria região.	A proponente, em parceria com outras instituições locais, participa da gestão do turismo local e estimulam a participação comunitária na tomada de decisões.
SC	Santa Rosa de Lima (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Roteiros acolhedores no meio rural (Destino Referência em Turismo Rural de Base Comunitária)	Terceiro Setor (Associação Acolhida na Colônia)	Prestação o de contas enviada para análise	Oferta turística organizada por agricultores familiares nos municípios de Antápolis, Rancho Queimado, Santa Rosa de Lima e Urubici. Para os visitantes, o destino oferece o compartilhamento do modo de vida da comunidade por meio de hospedagem, alimentação, lazer, venda de bens produzidos nas propriedades e participação nas atividades agrícolas.	133.546,11	08/12/2008 a 16/08/2010	Ativa	A Associação Acolhida na Colônia funciona como um receptivo da região, comercializando produtos, serviços e diversos circuitos de TBC entre as propriedades familiares que estão vinculadas à instituição.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões.
SC	Joinville (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Desenvolvime nto do artesanato: mudando o cotidiano das mulheres do campo de Joinville	Estado (Fundação Municipal de Desenvolviím ento Rural 25 de Julho)	Não há informações disponíveis sobre este convênio no Portal da Transparência.	Além das inúmeras e diversificadas opções de passeios ecológicos, o município oferece um vasto calendário de eventos culturais, como o Festival de Dança e a Festa das Flores. No meio rural, grupos de			Ativa	Os circuitos de TBC, assim como outros roteiros turísticos, são operados por agências e operadoras da própria região.	A proponente, em parceria com outras instituições locais, participa da gestão do turismo local e estimulam a

RS	Porto Alegre (Metrópole/Zona rural ou área de preservação ambiental)	(Saberes e Fazer Artesanais das Mulheres Rurais de Joinville e Região de Santa Catarina)	Roteiro temático: Caminhos Rurais de Porto Alegre (Estruturação do Roteiro Caminhos Rurais)	Iniciativa privada (Cooperativa de Formação e Desenvolvimento do Produto Turístico Ltda. – Coodestur)	20/07/2009 a 12/11/2010	147.560,00	Prestação de contas em completa mentação	mulheres trazem em trabalhos artesanais os saberes e fazeres do campo. A gestão do turismo local é feita pelo proponente. A comunidade participa por meio da oferta de bens e serviços turísticos.	Ativa	A comercialização dos serviços, produtos e circuitos ligados ao TBC é feita pela empresa "Caminhos Rurais" que foi criada com esta finalidade.	participação comunitária na tomada de decisões.
RS	Santo Antônio da Patrulha (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Cultura e religiosidade (Turismo rural solidário – Promovendo Desenvolvimento Comunitário Sustentável)	Tercelro Setor (Grupo Interdisciplinar Ecopolis)	19/11/2008 a 27/01/2010	150.000,00	Inadimplente	influenciada pelas culturas açoriana, alemã e africana, a região oferece visitas a locais de lidas rurais, participação em eventos folclóricos, visitas a museus e o conhecimento do artesanato e da culinária locais. O visitante também pode interagir de forma direta no processo da produção de derivados da cana-de-açúcar, cuja transformação na região ainda é feita de forma tradicional e rústica em engenhos. A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais.	Ativo	A Rota da Cachapa, produto criado por meio do engajamento com empreendedores rurais, é comercializada por algumas agências de turismo da região.	Não há evidências atualmente da participação comunitária no processo de gestão do turismo local.	

REGIÃO NORTE										
Estado	Local/ Categoria Espacial	Experiência/Projeto	Agente Indutor/ Proponente	Vigência convênio	Valor liberado (R\$)	Situação junto ao MTur	Breve descrição da iniciativa	Situação atual da iniciativa		
								Status	Acesso ao mercado	Participação comunitária
AM	Barcelos (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Visitantes e ribeirinhos na preservação da região amazônica (PROJETO: Fortalecendo o TBC na Resex do Rio Unin)	Terceiro Setor (Fundação Vitória Amazônica – FVA)	30/06/2009 a 30/04/2011	149.670,00	Prestação de contas em análise	Destino de pesca esportiva procurado por brasileiros e estrangeiros, Barcelos também é palco de eventos culturais, entre os quais se destacam danças, bois-bumbás e quadrilhas. Para o turista que busca aliar a descoberta da Amazônia à conservação da natureza, Barcelos possibilita atividades como passeios de barco no Rio Negro com os ribeirinhos e compras de artesanato de fibras naturais, entre outras.	Ativa	Os circuitos de TBC, assim como outros roteiros turísticos, são operados por agências e operadoras da própria região.	A gestão do turismo local pelo ICMBIO em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na prestação de serviços e oferta de produtos turísticos.
AM	Manaus e Novo Airão (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Colidiano das populações do Rio Negro (TBC no baixo Rio Negro: Bases para o Desenvolvimento Sócio-Ambiental)	Terceiro Setor (Instituto de Pesquisas Ecológicas – IPE)	18/08/2009 a 21/03/2011	148.158,00	Normal	Inserida no Corredor Ecológico Central da Amazônia, maior área de proteção ambiental contínua do mundo, a região do baixo Rio Negro oferece visitas às comunidades caboclas e indígenas, nas quais é possível interagir com o cotidiano dessas populações.	Ativa	Não há evidências de parcerias com agências de turismo. A comercialização dos produtos e serviços de TBC é feita pela própria comunidade, com o apoio do IPE.	A gestão do turismo local pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões e na prestação de serviços turísticos.
PA	Santarém (Zona rural ou área de	Cultura ribeirinha cabocla –	Terceiro Setor (Centro de	31/12/2008 a 06/11/2010	147.766,50	Prestação de contas	Os roteiros turísticos oferecidos na região têm duração de 5 a 10 dias e os	Ativa	Não há evidências de parcerias com agências de turismo. A	A gestão do turismo local pelo proponente

	preservação ambiental)	Reserva Tapajós, Arapiuns (Ecoturismo de Base Comunitária no Polo Tapajós)	Estudos Avançados de Promoção Social e Ambiental – Projeto Saúde e Alegria)	08/12/2008 a 01/08/2010	140.832,00	Inadimplente	visitantes, hospedados nos barcos ou nas casas dos moradores, participam de atividades nas comunidades interagindo com a cultura ribeirinha cabocla, remanescente de quilombolas e comunidades indígenas, nas quais a tradição oral é passada há gerações.	Ativa	Não há evidências de parcerias com agências de turismo. A comercialização dos produtos e serviços de TBC é feita pela instituição proponente.	em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões e na prestação de serviços turísticos.
PA	Praia do Pesqueiro e Ilha de Marajó (Cidades litorâneas)	Praia do Pesqueiro: hospedagem domiciliar no desenvolvimento da comunidade tradicional (VEM – Viagem Encontrando Marajó)	Terceiro Setor (Associação das Mulheres do Pesqueiro – Asmupesq)				A praia do Pesqueiro está localizada na Reserva Extrativista Marinha do Soure, área em que predominam os ecossistemas de manguezais. Na região o visitante tem a oportunidade de compartilhar um pouco do dia-a-dia dos habitantes em hospedagens domiciliares na Vila do Pesqueiro. A pesca artesanal, o extrativismo da andiroba, o artesanato típico, a culinária e as danças típicas, como carimbó e lundu, são outros atrativos que a região oferece.	Ativa	Não há evidências de parcerias com agências de turismo. A comercialização dos produtos e serviços de TBC é feita pela instituição proponente.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões e na prestação de serviços turísticos.
PA	Curuçá (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Ecoturismo de base comunitária entre praia e Igarapés (Cooperativa de Ecoturismo Comunitário de Curuçá)	Terceiro Setor (Instituto Peabiru)	07/10/2009 a 07/09/2011	149.999,00	Prestação de serviço	O visitante que chega a Curuçá tem a possibilidade de realizar trilhas entre praia e Igarapés e visitar casas de farinha, sempre em conjunto com a comunidade. Pode conhecer também a Praia da Romana, primeira praia de mar aberto após a Foz do Rio Amazônia. Esta praia é habitada somente por pescadores, que contam suas histórias. Durante a noite, é possível assistir apresentações de carimbo. A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a	Ativa	Não há evidências de parcerias com agências de turismo. A comercialização dos produtos e serviços de TBC é feita pela instituição proponente.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões e na prestação de serviços turísticos.

TO	Palmas (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Aventura, culinária local e artesanato de Taquaraçu (Plano de Apoio ao Turismo de Base Comunitária em Taquaraçu)	Estado (Prefeitura Municipal de Palmas)	19/06/2009 a 31/01/2011	109.548,00	Prestação o de contas enviada para análise	participação comunitária na tomada de decisões. Região serrana, Taquaraçu atrai visitantes que procuram o turismo de aventura. segmento no qual se destaca. O município possui restaurantes de comida caseira e meios de hospedagem, além de uma Casa do artesanato com artigos típicos locais.	Inativa	A comercialização dos circuitos da região é feita por agências de turismo, mas não há especialidade no TBC.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente. Não há mais informações de como as comunidades são inseridas.
----	--	--	--	-------------------------------	------------	---	--	---------	---	--

REGIÃO NORDESTE										
Estado	Categoria Espacial/Local	Experiência/Projeto	Agente indutor/Proponente	Vigência convênio	Valor liberado (R\$)	Situação junto ao MTur	Breve descrição da iniciativa	Situação atual da iniciativa		
								Status	Acesso ao mercado	Participação comunitária
AL	Maceió (Metrópole/Cidade Litorânea)	Bordando as tramas do turismo no Pontal da Barra (Plano de Desenvolvimento Estratégico)	Terceiro Setor (Associação dos Moradores e Amigos do Pontal da Barra – Amapo)	Não há informações sobre este convênio no Portal da Transparência.	147.179,52	Situação MTur	O patrimônio cultural do Pontal da Barra é um dos grandes atrativos que a região oferece ao visitante. Também procurado pelas atividades recreativas dos roteiros entre as ilhas e canais das lagoas Mundaú e Manguaba, o destino oferece ainda bordados, de origem portuguesa, cuja técnica de montagem é semelhante à da confecção de redes de pesca.	Ativa parcialmente	As visitas turísticas ao Bairro são comercializadas por agências de turismo da região, mas sem foco no TBC, que está representado apenas pela organização das artesãs que comercializam no bairro.	Não há evidências das estratégias de gestão, que vêm sendo adotadas no local, tampouco se a participação comunitária está sendo estimulada na tomada de decisões.
AL	Maceió (Metrópole/Cidade Litorânea)	Onde tem rede tem renda: artesanato e gastronomia na Comunidade do Riacho Doce (Tramas em Riacho Doce)	Terceiro Setor (Instituto Magna Maier – IMM)	26/06/2009 a 30/06/2010	147.179,52	Prestação de contas rejeitada	Inserido na APA, Costa dos Corais, o distrito de Riacho Doce possui uma das mais belas e tranquilas praias alagoanas. A região abriga uma tradicional vila de pescadores, cujas mulheres são responsáveis pelo artesanato e pelos quitutes, vendidos à beira da estrada que liga a capital a Maragogi. As práticas e técnicas artesanais são passadas de geração a geração.	Inativa	As visitas turísticas ao local são comercializadas por agências de turismo da região, mas sem foco no TBC.	Não há evidências das estratégias de gestão que vêm sendo adotadas no local, tampouco se a participação comunitária está sendo estimulada na tomada de decisões.
BA	Lençóis (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Diversidade cultural e tradição oral (Trilhas Grãos de Lençóis)	Terceiro Setor (Associação Grão de Luz)	29/12/2008 a 07/10/2010	150.000,00	Prestação de Contas Em Análise	O município no Parque Nacional da Chapada Diamantina oferece belos cenários, com ricas manifestações culturais, preservadas pelos grupos de reisados, capoeira, maculelê, baianas e samba de roda. Por meio da tradição oral dos Grãos, educadores populares	Ativa	Os roteiros turísticos de TBC são operados pela própria proponente. Não há evidências do envolvimento com outras agências de turismo.	A gestão do turismo local é feita pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a

BA	Ilhéus, Itacaré e Uruçuca (Cidades litorâneas)	Comunidades pesqueiras e cultura afro-brasileira na Costa do Cacau (Base Local Ecoturismo – Promovendo o Turismo de Base Comunitária na Costa do Cacau)	Terceiro Setor (Associação de Afro Desenvolvido em Casa do Boneco de Itacaré)	30/12/2009 a 20/10/2011	137.364,15	Prestação de Contas Em Análise	que a mantém a cultura viva, os visitantes compartilham histórias de vida, músicas e danças. O visitante poderá participar das trilhas guiadas, guiadas pelos quilombolas e vivenciar a preservação da cultura local.	Ativa	A comercialização dos roteiros turísticos locais é feita por agências de turismo da região.	A gestão do turismo local é feita pela Câmara e Turismo da Costa do Cacau, que por sua vez estimulam a participação comunitária na tomada de decisões e na prestação de serviços turísticos.
BA	Caravelas (Cidades litorâneas)	Ecoturismo no Complexo Estuarino do Cassurubá (Ações Prioritárias para a Organização e Inserção Comunitária na Implantação e Gestão de Atividades Ecoturísticas no Complexo Estuarino do Cassurubá)	Terceiro Setor (Associação de Estudos Costeiros e Marinhos – Ecomar)	30/06/2009 a 30/12/2010	148.915,68	Prestação de Contas Em Análise	Na Costa das Baleias o município de Caravelas é o principal acesso para o Parque Nacional Marinho dos Abrolhos, que exhibe recursos naturais e culturais, com potencial para o desenvolvimento do ecoturismo. O programa permitirá ao visitante conhecer o ecossistema local e realizar caminhadas em trilhas na restinga e canoagem, entre outras. A cultura local também poderá ser vivenciada com a aprendizagem de técnicas tradicionais de pesca, gastronomia e artesanato.	Ativa	A comercialização dos roteiros de TBC existentes é feita por agência de turismo da região e monitorados pelo ICMBio.	A gestão do turismo local pelo ICBio em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na prestação de serviços e oferta de produtos turísticos.
BA	Lençóis (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Patrimônio arquitetônico desenvolvido sustentável	Terceiro Setor (Associação de Condutores de Visitantes)	26/12/2008 a 02/07/2010	108.000,00	Prestação de Contas Em Análise	Abrangido por três unidades de conservação, o município de Lençóis se apresenta como um dos mais importantes polos de ecoturismo do Estado. Para os adeptos dos	Ativa	A comercialização dos roteiros de TBC existentes é feita por agência de turismo da região, em parceria com a proponente.	A gestão do turismo local pelo proponente em parceria com outras instituições

CE	Nova Olinda (Zona rural ou área de preservação ambiental)	(Formação de lideranças para o desenvolvimento do turismo de base comunitária)	de Lençóis – ACVL Associação dos Empresários de T da C Diamantina)	Terceiro Setor (Fundação Casa Grande – Memorial do Homem do Cariri)	1º convênio: 29/12/2008 a 12/12/2010 2º convênio: 10/09/2010 a 09/09/2012	1º convênio: 148.500,00 2º convênio: 299.700,00	1º convênio: Prestação de contas rejeitada 2º convênio: Prestação de Contas Em Análise	Com outras cidades, Nova Olinda compõe o Vale do Cariri, berço cultural do Ceará. O visitante poderá conhecer um pouco da cultura dos povos do sertão do Cariri pelas visitas ao sítio mitológico e arqueológico – Memorial Homem do Cariri – e às oficinas de artesanatos. Outro atrativo da região é a vivência com a comunidade local: a Coopagran oferece serviços de hospedagem domiciliar, visitação à produção artesanal e gastronômica local, além da produção cultural dos jovens da Fundação Casa Grande.	Ativa	A comercialização dos roteiros de TBC é feito pelo proponente em parceria com a Associação dos Guias de Turismo do Cariri Cearense.	locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na prestação de serviços e oferta de produtos turísticos.
CE	Zona costeira de Ceará (Cidades litorâneas)	Sociedade, cultura e natureza: bases para o turismo solidário - Região costeira do Ceará Turismo Comunitário: Afirmando Identidades e Construindo	Terceiro Setor (Instituto Terramar e Rede TUCUM)	04/12/2008 a 17/12/2010	Normal	124.836,00	Com a consolidação da TUCUM, Rede Cearense de Turismo Comunitário, a zona costeira do Estado vem fortalecendo um turismo diferente. Através das 10 comunidades que fazem parte da rede, a TUCUM oferece uma maneira autêntica de conhecer a região, aliando belas paisagens à valorização das culturas tradicionais. A região possibilita a interação com a vida simples de comunidades de pescadores	Ativa	A comercialização dos roteiros de TBC é feito pelo proponente em parceria com outras instituições locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na prestação de serviços e oferta de produtos turísticos.	locais, que por sua vez estimulam a participação comunitária na prestação de serviços e oferta de produtos turísticos.	

CE	Quixadá (Zona rural ou área de preservação ambiental)	Associativismo : base para a sustentabilidade de – Assentamento rural Tijuca Boa Vista/ Turismo Rural Comunitário do Assentamento Rural Tijuca Boa Vista	Terceiro Setor (Centro Ecológico Aroeira)	30/07/2009 a 13/11/2010	121.500,00	Normal	artesanais, marisqueiras, agricultores e artesãos. Além disso, oferece a oportunidade de conhecer manguezais, campos de dunas móveis e fixas, lagoas, falésias, fontes de água doce e mares cristalinos. Passeios de jangada, calamarã, carros de boi, danças, teatro, trilhas e caminhadas ecológicas são algumas das possibilidades de interagir com a vida local e com a paisagem. O Assentamento Tijuca Boa Vista encontra-se a 17 km da sede do município de Quixadá. Os principais atrativos são as caminhadas em duas trilhas interpretadas, passeios a cavalo, de charrete e de carro de boi, além de banhos de açude, rio e pescaria. Para o visitante ainda são oferecidos atrativos culturais como as instalações de produção culinária e de artesanato, a cultura artística da população local e as manifestações folclóricas e unidades produtivas. No assentamento, as ações voltadas para a implementação do turismo solidário buscam fortalecer a agricultura familiar a economia local, a partir do desenvolvimento rural sustentável. Os serviços de hospedagem e alimentação são prestados na casa-sede, transformada em Pousada Rural e Restaurante Regional Comunitário.	Aliva	A comercialização dos roteiros de TBC no local é feita pela Associação de Moradores do Assentamento. Não há evidência da participação de agências de turismo convencionais.	A gestão do TBC é feita pela Associação de Moradores do Assentamento, que por sua vez estimulam a participação comunitária na prestação de serviços e oferta de produtos turísticos.	CE	Assaré (Zona rural ou área de	No Assaré de Patativa o turismo de base	Terceiro Setor (Universidade)	09/06/2009 a 31/08/2010	110.880,00	Prestação de contas rejeitada	Localizada na região da Chapada do Araripe, Assaré é a cidade natal do grande poeta popular Patativa do	Inativa	Não há evidências da continuidade do Projeto atualmente.	Não há evidências da continuidade do
----	---	--	---	-------------------------------	------------	--------	--	-------	--	--	----	-------------------------------------	--	-------------------------------------	-------------------------------	------------	--	--	---------	--	--



MA	Santo Amaro do Maranhão (Cidade litorânea)	Comunidade e turistas nos Lençóis Maranhenses: relações solidárias na promoção do desenvolvimento sustentável/ Central de Turismo do Município de Santo Amaro	Estado (Prefeitura Municipal de Santo Amaro)	28/10/2009 a 04/12/2010	150.000,00	Aguardando prestação de contas	narrativos acerca da flora e dos ancestrais indígenas, apresentando árvore genealógica e artefatos. Uma das portas de entrada do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, Santo Amaro oferece oportunidades de conhecer novas paisagens dos Lençóis. Durante sua estada, o turista pode se hospedar nas pousadas domiciliares geridas pela comunidade local, compartilhando o modo de vida e as suas atividades cotidianas.	Ativa parcialmente	Não há evidências de que a Central de Turismo de Santo Amaro foi efetivada. As ações de TBC estão sendo lideradas atualmente pela UFMA e IFMA.	A UFMA e o IFMA tem apoiado a gestão do TBC no local, estimulando a participação comunitária na prestação de serviços e oferta de produtos turísticos.
PE	Ipojuca (Cidade litorânea)	O artesanato e a economia solidária em Porto de Galinhas/ Potencialização do Turismo de Base Comunitária no Porto de Galinhas	Terceiro Setor (Instituto de Apoio Técnico Especializado à Cidadania – latec)	01/09/2009	00,00	Rejeitada	Destino tradicional do turismo de sol e praia do nordeste brasileiro, Porto de Galinhas, oferece também a oportunidade de conhecer a produção artesanal comunitária que valoriza a cultura e as tradições locais. O projeto não chegou a ser implementado.	Inativo	Não há evidências da continuidade do Projeto atualmente.	Não há evidências da continuidade do Projeto atualmente.
RN	Maxaranguape (Cidade litorânea)	Manifestações culturais e práticas solidárias em Maxaranguape/ Outro Turismo Acontece: Turismo Solidário e Cultura Popular Nordestina	Terceiro Setor (Associação para Equidade de Gênero e Transformação Social Zuleika Angel Jones – Associação Zuzu Angel)	Não há informações sobre este convênio no Portal da Transparência.			Um dos municípios do Polo Costa das Dunas, Maxaranguape tem a maior reserva de formação em recifes de corais em área litorânea, além do maior parque de dunas do Estado. Como localidade campestre, de população rural, oferece várias formas de manifestações da cultura popular nordestina, como boi de reis, lapinhas, pastoril de fitas, zambê e coco de roda, entre outras. Por meio desses atrativos naturais e culturais, os visitantes participam da vida comunitária. Como hospedagem, o município	Inativo	Não há evidências da continuidade do Projeto atualmente.	Não há evidências da continuidade do Projeto atualmente.

SE	Indiaroba (Cidade litorânea)	No Mangue Seco, práticas de turismo de base comunitária/ Estruturação e Fortalecimento do Turismo de Base Comunitária do Povoado Terra Caída	Terceiro Setor (Sociedade de Estudos Múltiplos, Ecológica e de Artes – Sociedade Semear)	Não há informações disponíveis sobre este convênio no Portal da Transparência.	oferece espaços para acampamento e hospitalidade solidária. Inserida na APA Litoral Sul, a comunidade de Terra Caída oferece uma diversidade de recursos naturais, como as praias de Mangue Seco, as lagoas, dunas e restingas remanescentes de Mata Atlântica. Os visitantes têm ainda a oportunidade de acompanhar o dia-a-dia do povoado e o ritmo lento da pesca artesanal, além de observar e interagir com os usos e costumes dos moradores da região, bem narrados por Jorge Amado na sua famosa obra Tietê.	Ativa parcialmente	A comercialização de roteiros e passeio turísticos para a região é feita por agências de turismo convencionais. Porém, não há evidências das ações de TBC e como elas são comercializadas.	Não há evidência do modelo de gestão do TBC no local.
----	------------------------------------	---	--	--	--	--------------------	--	---

## **APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO APLICADO COM OS REPRESENTANTES DAS INICIATIVAS DE TBC PESQUISADAS**

### **BLOCO 1 - DADOS GERAIS DA INICIATIVA (Informações já coletadas)**

- 1 – Nome da iniciativa/projeto
- 2 – Território de atuação
- 3 – Agente indutor
- 4 – Instância de governança
- 5 – Situação da iniciativa (ativa/inativa)

### **BLOCO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA INICIATIVA**

- 1 – Produtos e serviços comercializados
- 2 – Público-alvo (perfil e origem)
- 3 – Regularidade da iniciativa
- 4 – Número de pessoas atendidas direta e indiretamente pela iniciativa (aprox..)
- 5 – Formas de promoção e comercialização dos produtos e serviços
- 6 – Parcerias e apoios capitaneados

### **BLOCO 3 – IMPACTOS DA INICIATIVA**

- 1 – Motivação para o desenvolvimento do TBC neste território
- 2 – Principais dificuldades encontradas na implementação do projeto
- 3 – Formas de estímulo a participação popular
- 4 – Resistência da população em relação ao projeto
- 5 – Melhorias no território após a implementação do projeto
- 6 – Modelo de gestão do projeto

### **BLOCO 4 – ANTES E DEPOIS DO TBC (Destinado aos projetos que encontram-se ativos)**

- 1 – Em relação às famílias envolvidas com o projeto, descreva as mudanças ocorridas em relação às seguintes dimensões:

- a) Trabalho e renda
- b) Consumo de bens e serviços
- c) Acesso à direitos e políticas sociais
- d) Condições de moradia
- e) Acesso ao lazer, à cultura e entretenimento

2 – Em relação à comunidade envolvida com o projeto, descreva as mudanças ocorridas em relação às seguintes dimensões:

- a) Infraestrutura e serviços básicos
- b) Infraestrutura e serviços turísticos
- c) Comércio
- d) Equipamentos culturais e de lazer
- e) Equipamentos públicos

## APÊNDICE C – MATRIZ DO ITBC

### Bloco 1 – Sobre a iniciativa/projeto

DADOS GERAIS	
<b>Nome da iniciativa/projeto</b>	
<b>Endereço</b>	
<b>Contatos da iniciativa/projeto</b>	
<b>Nome da Comunidade</b>	
<b>Localização</b>	
<b>Nº de habitantes</b>	
<b>Principais atividades produtivas</b>	
AGENTE INDUTOR	
<b>Nome</b>	
<b>Categoria</b>	( ) Estado ( ) Terceiro Setor ( ) Privado ( ) Academia
<b>Sede</b>	( ) Externa à comunidade ( ) Na própria comunidade

<b>SOBRE O TERRITÓRIO</b>	
<b>Categoria</b>	<input type="checkbox"/> Quilombo <input type="checkbox"/> Aldeia indígena <input type="checkbox"/> Comunidade de praia <input type="checkbox"/> Comunidade urbana <input type="checkbox"/> Comunidade ribeirinha <input type="checkbox"/> Comunidade rural <input type="checkbox"/> Favela
<b>Área protegida</b>	<input type="checkbox"/> Sim. Tipo: _____ <input type="checkbox"/> Não
<b>ATIVIDADES DE TBC DESENVOLVIDAS PELA INICIATIVA/PROJETO (MÚLTIPLA ESCOLHA)</b>	
<input type="checkbox"/> Alimentação <input type="checkbox"/> Hospedagem <input type="checkbox"/> Condução de passeios e visitação <input type="checkbox"/> Produção e venda de artesanato local <input type="checkbox"/> Atividades culturais (eventos, feiras, shows, exposições etc.) <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Outra: _____	
<b>PROCEDÊNCIA DO FLUXO TURÍSTICO (MÚLTIPLA ESCOLHA)</b>	
<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional	
<b>PERCENTUAL DE PESSOAS DA COMUNIDADE ENVOLVIDAS DIRETA OU INDIRETAMENTE COM A INICIATIVA/PROJETO</b>	
<input type="checkbox"/> Até 10% <input type="checkbox"/> Entre 11% e 20% <input type="checkbox"/> Entre 21 e 30% <input type="checkbox"/> Entre 31 e 40% <input type="checkbox"/> Entre 41% e 50% <input type="checkbox"/> Acima de 50%	

**Bloco 2 – Índice das Iniciativas/Projetos de TBC**

INDICADOR	TIPO DE PREENCHIMENTO	VARIÁVEIS	PESOS	RESULTADO
ID 1 - Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto	MÚLTIPLA ESCOLHA	A iniciativa não possui instância de governança.	0	
		Existência de instância de governança (fórum, comitê, instituto, coletivo ou associação local) que atua no planejamento e gestão do TBC.	3	
		A instância de governança possui regimento interno ou estatuto da entidade.	3	

		<p>A iniciativa/projeto integra redes de turismo ou similares regionais/nacionais.</p> <p>A instância de governança possui transversalidade e atua em outras pautas além do turismo (meio ambiente, trabalho e renda, educação etc.).</p>	3	
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>12</b>	
		Menos de 01 ano de existência.	0,5	
		De 01 a 05 anos de existência.	1	
		Acima de 05 até 10 anos de existência.	2	
		Acima de 10 anos de existência.	3	
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>3</b>	
		Não contribui com a iniciativa/projeto.	0	
		Contribui pontualmente com o desenvolvimento da iniciativa/projeto.	1	
		Contribui sistematicamente com o desenvolvimento da iniciativa/projeto.	3	
		Atua diretamente junto à iniciativa/projeto por meio de apoio técnico.	5	
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>5</b>	
		Não há relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado.	0	
		Possui boa relação com poder público municipal/estadual, mas sem impacto direto na iniciativa/projeto.	2	
		Possui boa relação com o poder público municipal/estadual com impactos significativos na iniciativa/projeto.	4	
		A iniciativa/projeto possui amplo trânsito nas esferas municipal, estadual e federal e consegue articular oportunidades sistemáticas para a comunidade.	6	
ID 2 - Tempo de existência da iniciativa/projeto	APENAS UMA ALTERNATIVA			
ID 3 - Relação do Agente Indução com a iniciativa/projeto	APENAS UMA ALTERNATIVA			
ID 4 - Relação da iniciativa/projeto com as esferas do Estado	APENAS UMA ALTERNATIVA			

		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>6</b>
ID 5 - Nível de participação comunitária	APENAS UMA ALTERNATIVA	Não há registros de participação efetiva da comunidade no desenvolvimento do TBC.	0
		A comunidade é estimulada a participar do planejamento e da gestão do TBC, mas a adesão não ultrapassa 20% da comunidade.	3
		Entre 21% e 50% da comunidade, especialmente aqueles que atuam diretamente com as atividades de turismo, participam regularmente do planejamento e da gestão do TBC.	6
		Mais de 50% da comunidade está envolvida com o planejamento e tomadas de decisão sobre o TBC.	10
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>
ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado	MÚLTIPLA ESCOLHA	Não foram registradas estratégias de acesso a mercado da iniciativa/projeto de TBC.	0
		A iniciativa de TBC está localizada em um raio de até 50 km de proximidade de destinos indutores de fluxo turístico da região.	3
		Parcerias com agências de turismo convencionais locais e regionais para a comercialização dos produtos e serviços de TBC.	3
		Criação de mecanismos endógenos de comercialização dos produtos e serviços de TBC.	3
		Promoção da iniciativa em mídias sociais e plataformas digitais ( <i>Instagram, AirBnb, Facebook</i> etc.).	3
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>12</b>
ID 7 - Regularidade do Fluxo Turístico	APENAS UMA ALTERNATIVA	A iniciativa/projeto de TBC ainda não registra fluxo turístico.	0
		Esporádica - os empreendedores registram turistas e visitantes poucas vezes ao longo do ano, apenas em temporadas específicas ou por grupos organizados previamente agendados.	2
		Mensal - os empreendedores registram turistas e visitantes em datas específicas ao longo do mês, normalmente grupos organizados previamente agendados.	4



			complementar à renda gerada pelas atividades tradicionais locais.		
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>	
ID 11 – Serviços relacionados à iniciativa/projeto	DEFINIR PESO PARA CADA VARIÁVEL	Hospitalidade		Não atende (0); Atende (1); Surpreende (2)	
		Higiene			
		Segurança			
		Diversidade de atividades			
		Acessibilidade			
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>		
ID 12 - Infraestrutura básica da comunidade	DEFINIR PESO PARA CADA VARIÁVEL	Saneamento		Não atende (0); Atende (1); Surpreende (2)	
		Limpeza urbana			
		Acesso			
		Segurança			
		Sinalização			
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>		
			<b>PONTUAÇÃO FINAL DA INICIATIVA/PROJETO</b>	<b>100</b>	

**Resultado final - Níveis de maturidade da iniciativa/projeto**

<b>NÍVEL</b>	<b>TIPO</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>	<b>PONTUAÇÃO</b>	<b>ASSINALE O NÍVEL CORRESPONDENTE A INICIATIVA AVALIADA</b>
01	Incipiente	A iniciativa/projeto de TBC ainda não gera benefícios significativos à comunidade, apresentando conflitos e limitações em diversos indicadores. Por sua fragilidade, não é recomendada a disponibilização no mercado turístico.	Até 30 pontos	
02	Relevante	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região e apresenta alguns benefícios importantes à comunidade, mas ainda registra conflitos e limitações em diversos indicadores. Por apresentar diversas potencialidades, recomendamos a disponibilização cautelosa no mercado turístico.	De 31 até 50 pontos	
03	Estruturada	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região e apresenta benefícios relevantes à comunidade, apesar da existência de alguns conflitos. Por atender aos principais requisitos da modalidade, recomendamos sua ampla promoção no mercado turístico nacional.	De 51 a 70 pontos	
04	Consolidada	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região, podendo ser referenciada nacionalmente, gera benefícios relevantes à comunidade e consegue fazer boa gestão dos seus conflitos. Atende aos principais requisitos da modalidade, se destacando em algumas áreas. Recomendamos sua ampla promoção no mercado turístico nacional e internacional.	Acima de 70 pontos	

## APÊNDICE D - ITBC APLICADO NA PRAINHA DO CANTO VERDE

### Bloco 1 – Sobre a iniciativa/projeto

DADOS GERAIS	
<b>Nome da iniciativa/projeto</b>	Turismo Comunitário da Resex Prainha do Canto Verde/Rede TUCUM
<b>Endereço</b>	Centro Comunitário da RESEX Prainha do Canto Verde (RESEX Prainha do Canto Verde, Beberibe-CE, s/n, CEP 62840-000)
<b>Contatos da iniciativa/projeto</b>	Site: <a href="http://www.praihadocantoverde.org.br">www.praihadocantoverde.org.br</a> / <a href="http://www.redetucum.org.br">www.redetucum.org.br</a> Instagram: @redetucum Facebook: <a href="https://www.facebook.com/turismocomunitariopraihadocantoverde">facebook.com/turismocomunitariopraihadocantoverde</a> E-mail: Fone: (85) 98166-7180 (Beatriz Goes - Coordenação)
<b>Nome da Comunidade</b>	Prainha do Canto Verde
<b>Localização</b>	Beberibe – CE (Litoral Leste)
<b>Nº de habitantes</b>	1.200
<b>Principais atividades produtivas</b>	Pesca artesanal
AGENTE INDUTOR	
<b>Nome</b>	Instituto Terramar
<b>Categoria</b>	( ) Estado ( X ) Terceiro Setor ( ) Privado ( ) Academia

<b>Sede</b>	( X ) Externa à comunidade ( ) Na própria comunidade
<b>SOBRE O TERRITÓRIO</b>	
<b>Categoria</b>	( ) Quilombo ( ) Aldeia indígena ( X ) Comunidade de praia ( ) Comunidade urbana ( ) Comunidade ribeirinha ( ) Comunidade rural ( ) Favela
<b>Área protegida</b>	( X ) Sim. Tipo: Reserva Extrativista ( ) Não
<b>ATIVIDADES DE TBC DESENVOLVIDAS PELA INICIATIVA/PROJETO (MÚLTIPLA ESCOLHA)</b>	
( X ) Alimentação ( X ) Hospedagem ( X ) Condução de passeios e visitação ( X ) Produção e venda de artesanato local ( X ) Atividades culturais (eventos, feiras, shows, exposições etc.) ( X ) Transporte ( ) Outra: _____	
<b>PROCEDÊNCIA DO FLUXO TURÍSTICO (MÚLTIPLA ESCOLHA)</b>	
( ) Local ( X ) Regional ( ) Nacional ( ) Internacional	
<b>PERCENTUAL DE PESSOAS DA COMUNIDADE ENVOLVIDAS DIRETA OU INDIRETAMENTE COM A INICIATIVA/PROJETO</b>	
( ) Até 10% ( ) Entre 11% e 20% ( X ) Entre 21 e 30% ( ) Entre 31 e 40% ( ) Entre 41% e 50% ( ) Acima de 50%	

**Bloco 2 – Índice das Iniciativas/Projetos de TBC**

INDICADOR	TIPO DE PREENCHIMENTO	VARIÁVEIS	PESOS	RESULTADO
ID 1 - Nível de estruturação da governança adotada pela iniciativa/projeto	MÚLTIPLA ESCOLHA	A iniciativa não possui instância de governança.	0	-
		Existência de instância de governança (fórum, comitê, instituto, coletivo ou associação local) que atua no planejamento e gestão do TBC.	3	3



			A iniciativa/projeto possui amplo trânsito nas esferas municipal, estadual e federal e consegue articular oportunidades sistemáticas para a comunidade.	6	-
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
			Não há registros de participação efetiva da comunidade no desenvolvimento do TBC.	0	-
			A comunidade é estimulada a participar do planejamento e da gestão do TBC, mas a adesão não ultrapassa 20% da comunidade.	3	-
			Entre 21% e 50% da comunidade, especialmente aqueles que atuam diretamente com as atividades de turismo, participam regularmente do planejamento e da gestão do TBC.	6	6
			Mais de 50% da comunidade está envolvida com o planejamento e tomadas de decisão sobre o TBC.	10	-
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>	<b>6</b>
			Não foram registradas estratégias de acesso a mercado da iniciativa/projeto de TBC.	0	-
			A iniciativa de TBC está localizada em um raio de até 50 km de proximidade de destinos indutores de fluxo turístico da região.	3	3
			Parcerias com agências de turismo convencionais locais e regionais para a comercialização dos produtos e serviços de TBC.	3	3
			Criação de mecanismos endógenos de comercialização dos produtos e serviços de TBC.	3	3
			Promoção da iniciativa em mídias sociais e plataformas digitais ( <i>Instagram, AirBnb, Facebook</i> etc.).	3	3
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
			A iniciativa/projeto de TBC ainda não registra fluxo turístico.	0	-
			Esporádica - os empreendedores registram turistas e visitantes poucas vezes ao longo do ano, apenas em temporadas específicas ou por grupos organizados previamente acendados.	2	-
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
ID 5 - Nível de participação comunitária	APENAS UMA ALTERNATIVA				
ID 6 - Diversidade de estratégias de acesso ao mercado	MÚLTIPLA ESCOLHA				
ID 7 - Regularidade do Fluxo Turístico	APENAS UMA ALTERNATIVA				

			Mensal - os empreendedores registram turistas e visitantes em datas específicas ao longo do mês, normalmente grupos organizados previamente agendados.	4	-
			Semanal - os empreendedores registram turistas e visitantes em alguns dias, especialmente nos finais de semana.	6	6
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
			O TBC surge como mecanismos de defesa e proteção do território e de seus recursos naturais contra agentes externos e especulação imobiliária.	2	2
			O TBC surge como alternativa de trabalho e renda para a comunidade.	2	2
			O TBC surge como alternativa para incluir minorias em atividades produtivas (negros, indígenas, quilombolas, ribeirinhos, LBTQIA+, mulheres, moradores da favela, pessoas com deficiência, etc.).	2	2
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
			Menos de 10% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	1	-
			De 10% a 30% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	3	-
			De 31% a 50% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	5	5
			De 51% a 70% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	7	-
			De 71% a 90% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	9	-
			Acima de 90% da comunidade está ocupada direta e/ou indiretamente em atividades de TBC.	10	-
			<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>	<b>5</b>
			O TBC não tem influência na geração de renda na comunidade.	0	-
			O TBC proporciona rendimentos esporádicos à comunidade envolvida, mas não representa uma atividade econômica significativa.	3	-
ID 8 - Caminhos propositivos do TBC	MÚLTIPLA ESCOLHA				
ID 9 - Pessoas ocupadas na atividade em alguma atividade remunerada	APENAS UMA ALTERNATIVA				
ID 10 - Relevância da renda gerada pelas atividades do TBC	APENAS UMA ALTERNATIVA				

		<p>O TBC proporciona rendimentos significativos à comunidade envolvida, representando a principal fonte de renda local.</p> <p>O TBC proporciona rendimentos significativos aos indivíduos envolvidos com a atividade, atuando como uma fonte complementar à renda gerada pelas atividades tradicionais locais.</p>	6	-
			10	10
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
ID 11 – Serviços relacionados à iniciativa/projeto	DEFINIR PESO PARA CADA VARIÁVEL	Hospitalidade		2
		Higiene		2
		Segurança	Não atende (0); Atende (1); Surpreende (2)	2
		Diversidade de atividades		2
		Acessibilidade		1
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
ID 12 - Infraestrutura básica da comunidade	DEFINIR PESO PARA CADA VARIÁVEL	Saneamento		2
		Limpeza urbana		1
		Acesso	Não atende (0); Atende (1); Surpreende (2)	2
		Segurança		2
		Sinalização		1
		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ID</b>	<b>10</b>	<b>8</b>
<b>PONTUAÇÃO FINAL DA INICIATIVA/PROJETO</b>			<b>100</b>	<b>82</b>

**Resultado final - Níveis de maturidade da iniciativa/projeto**

NÍVEL	TIPO	DEFINIÇÃO	PONTUAÇÃO	ASSINALE O NÍVEL CORRESPONDENTE A INICIATIVA AVALIADA
01	Incipiente	A iniciativa/projeto de TBC ainda não gera benefícios significativos à comunidade, apresentando conflitos e limitações em diversos indicadores. Por sua fragilidade, não é recomendada a disponibilização no mercado turístico.	Até 30 pontos	
02	Relevante	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região e apresenta alguns benefícios importantes à comunidade, mas ainda registra conflitos e limitações em diversos indicadores. Por apresentar diversas potencialidades, recomendamos a disponibilização cautelosa no mercado turístico.	De 31 até 50 pontos	
03	Estruturada	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região e apresenta benefícios relevantes à comunidade, apesar da existência de alguns conflitos. Por atender aos principais requisitos da modalidade, recomendamos sua ampla promoção no mercado turístico nacional.	De 51 a 70 pontos	
04	Consolidada	A iniciativa/projeto de TBC é reconhecida na região, podendo ser referenciada nacionalmente, gera benefícios relevantes à comunidade e consegue fazer boa gestão dos seus conflitos. Atende aos principais requisitos da modalidade, se destacando em algumas áreas. Recomendamos sua ampla promoção no mercado turístico nacional e internacional.	Acima de 70 pontos	X

**Responsável pelas informações:** Beatriz Goes

**Relação com a iniciativa avaliada:** Coordenadora Executiva da Rede TUCUM e moradora da Prainha do Canto Verde