

ANAIS DO XIII TURISMO
EM DEBATE

Reflexões temporais
sobre o turismo na
AMAZÔNIA



13° TURISMO EM DEBATE



**Reflexões temporais
sobre o turismo na
AMAZÔNIA**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

Reitor: Emmanuel Zagury Tourinho

Vice-Reitor: Gilmar Pereira da Silva

Pró-Reitor de Administração: Raimundo da Costa Almeida

Pró-Reitora de Ensino de Graduação: Loiane Prado Verbicaro

Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-graduação: Maria Iracilda da Cunha Sampaio

Pró-Reitor de Extensão: Nelson José de Souza Junior

Pró-Reitor de Relações Internacionais: Edmar Tavares da Costa

Pró-Reitor de Desenvolvimento e Gestão de Pessoal: Ícaro Duarte Pastana

Pró-Reitora de Planejamento: Cristina Kazumi Nakata Yoshino

COMISSÃO EDITORIAL DO ICSA

Editora do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas

Diretor Geral: Armando Lírio de Souza

Diretor Adjunto: Paulo Moreira Pinto

CONSELHO EDITORIAL

Editor: Gilberto de Souza Marques

Editor Assistente: Rubens Ferreira da Silva

Armando Lírio de Souza

Paulo Moreira Pinto

Luiz Otávio Maciel da Silva

Silvia Cristina da Costa Stockinger Flores

Silvia Helena Ribeiro Cruz

Wanderlino Demetrio Castro de Andrade

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CPI)

Turismo em Debate (13. : 2022 : Belém, Pa)

Anais do XIII Turismo em Debate : reflexões temporais sobre o turismo na Amazônia / Diana P. Sá Alberto, organizadora dos Anais. – Belém: ICOSA, 2023.

164 p. : il.

ISBN 978-65-994227-7-5

1 Turismo – Amazônia – Congressos. 2. Turismo e Estado – Amazônia. 3. Turismo sustentável. 4. Alberto, Diana P. Sá, org. I. Título

CDD 338.4791811

Rubens da S. Ferreira – CBR-2 1108

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS
FACULDADE DE TURISMO
Direção Prof.^a Dr.^a Sílvia H. R. Cruz
Vice-direção Prof. Dr. Fabricio L. S. Mendes

Organização Geral do Evento
Prof.^a Dr.^a Jéssika Paiva França

Organização da Comissão Científica
Prof.^a Dr.^a Diana P. Sá Alberto

Organização dos Anais
Prof.^a Dr.^a Diana P. Sá Alberto

Projeto Gráfico e Diagramação
Ione Sena

Ficha Catalográfica
Prof. Dr. Rubens da Silva Ferreira

Revisão textual
Juliana de Araujo

Realização
Escritório Modelo de Práticas
Acadêmicas em Turismo EMPACTUR
Faculdade de Turismo FACTUR

Apoio
Universidade Federal do Pará
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Grupo de Pesquisa em História do
Turismo na Amazônia GPHTA

Realização



Apoio



Sumário

7	ApRESENTAÇÃO
15	Conferência de Abertura: “Reflexões sobre a História do Turismo na Amazônia: uma breve análise sobre a história do turismo moderno na região norte do Brasil”
35	GT 1 Espaços públicos de lazer e turismo na cidade
57	GT 2 Políticas públicas de lazer e turismo
75	GT 3 Turismo, cultura e patrimônio
99	GT 4 Turismo, economia e mercado de trabalho
123	GT 5 Turismo comunitário, sustentabilidade e ambiente
137	GT 6 História das viagens e do turismo na Amazônia
163	Comissão de Organização e Científica



Apresentação

Desde o século XVI até começo do século XX, a Amazônia recebeu um contingente de viajantes com diferentes propósitos, entre estes os exploradores em busca de riquezas para as metrópoles europeias, exploração de grande parte das populações originárias, depois vieram os naturalistas em busca da diversidade de plantas e animais, junto com pintores, para colocar no papel e tinta o que a floresta tinha. A partir do século XX até o momento, a Amazônia ainda é vista como espaço para a exploração de minérios, dada riqueza em sua biodiversidade, e do conhecimento sobre o que ainda resta das primeiras civilizações.

Nesse contexto, o turismo surge como força na conformação de um fenômeno que tem feito parte do construto do espaço amazônico. De tal modo que o que se tem de referências é que, desde a década de 1970, o movimento turístico na região já acontecia. E foi nesse mesmo momento que a investigação do turismo, em caráter científico, iniciou em 1979 quando a primeira turma de profissionais na área formou-se no curso de Turismo na Universidade Federal do Pará (UFPA).

O curso de Turismo da UFPA abriu, na metade da década de 1970, um novo olhar sobre essa atividade que já acontecia, embora ainda não tivesse intervenção científica e de qualificação profissional. O curso de Turismo também ampliou o conhecimento nas Ciências Sociais Aplicadas no antigo Centro Socioeconômico (CSE), atual Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA) da UFPA. Garantiu, também, novas possibilidades de investigação nas áreas que foram primárias na investigação do turismo, entre elas a Administração e a Economia.



E assim, ao longo desses mais de 45 anos de atuação e com as mudanças estruturais nas Instituições de Ensino Superior (IES), hoje a Faculdade de Turismo formou dezenas de egressos, que estão nas mais diferentes áreas do turismo e naquelas em que este se faz presente indiretamente. Turismólogos pesquisadores, professores do ensino superior, empreendedores no mercado de agenciamento, hotelaria, alimentação, eventos e lazer.

Também estão presentes no poder público desde secretarias municipais de turismo, secretarias estaduais até no Ministério do Turismo (MTUr). E nas áreas em que hoje é necessária a presença de um profissional de turismo, como nas de cultura, patrimônio (museus), meio ambiente, esportes etc.

A FACTUR, nos últimos 20 anos, tem, em seu quadro de professores e técnicos administrativos, formações que vão da graduação até o doutorado. Com treze (13) docentes, destes doze (12) com doutorado e um (1) com mestrado. Dos dois (2) técnicos administrativos, um tem mestrado e outro, graduação. Nos últimos anos, a formação se manteve como foco central do corpo docente e administrativo para atender às novas mudanças pelas quais a UFPA estava passando: ter, no seu corpo docente, maior número de professores qualificados para melhorar a qualidade do ensino da graduação e, conseqüentemente, dos cursos de pós-graduação *lato* e *stricto sensu* oferecidos pela instituição, assim como no incentivo ao corpo administrativo.

Para atender à demanda de discutir as produções feitas na FACTUR, os eventos técnicos científicos foram os principais espaços em que estudantes, professores, pesquisadores e o mercado tiveram para sentar e debater o que estava acontecendo no turismo da Amazônia. Muitos eventos aconteciam na cidade de Belém que contemplavam fórum de estudantes, de empreendedores, ainda assim a Faculdade de Turismo precisava de evento específico para apresentar o que docentes e alunos produziam dentro da UFPA.

E em 2002 é que foi realizada a primeira edição do Turismo em Debate, trazendo o que professores discutiam em suas aulas, junto com alunos (as). Trabalhos na área a hotelaria, do patrimônio foram os primeiros temas a serem discutidos. E com isso a FACTUR consegue ao longo dos anos ganhar uma identidade científica com o Turismo em Debate que foi crescendo a cada ano.

Ao longo desses 20 anos de edição, o VIII Turismo em Debate, do ano de 2012, foi um dos mais importantes devido à sua magnitude em trazer palestrantes nacionais, como os professores: Dr.a Luzia Neide Coriolano, da Universidade Estadual do Ceará (UECE), e Dr. Davis Gruber Sansolo, da Universidade do Estado de São Paulo (Unesp). A participação de congressistas também foi muito expressiva, sendo 256 congressistas, além de 32 alunos envolvidos na organização do evento.

O tema abordado foi Turismo de Base Comunitária: Debatendo Experiências e Desmistificando Conceitos, que contemplou, naquele momento, o que era discutido acerca desse tema. Sendo esse um dos diferenciais do Turismo em Debate, posto que traz à luz do conhecimento temas contemporâneos que revelam como a Faculdade de Turismo acompanha as mudanças e as discussões que constroem o fenômeno turístico atual.

Após dois anos (2020 e 2021) sem eventos presenciais em virtude da pandemia de Covid-19, realizou-se a edição XIII do Turismo em Debate 2022 com o tema: **Reflexões temporais sobre o Turismo na Amazônia**. Este foi marcado pelo retorno do encontro entre professores, alunos, ex-professores e o mercado turístico. Com tema proposto, foi pensada uma programação relevante com professores de outras instituições do Brasil: 1) uma homenagem às primeiras professoras do curso de Turismo em decorrência de seu pioneirismo e trabalho; 2) mesa de debates com atuais personagens do mercado de agenciamento, gastronomia e hospedagem local; e 3) apresentação de trabalhos científicos, com alunos de graduação, pós-graduação e pesquisadores do turismo e áreas afins.

O evento iniciou-se com a Conferência de Abertura **Reflexões sobre a História do Turismo na Amazônia: uma breve análise sobre a história do turismo moderno na região norte do Brasil**, proferida pelo Prof. Dr. Airton Cavenaghi da Universidade Anhembi Morumbi de São Paulo (UAM/SP), cuja abordagem versou sobre o modo como a história tem sido uma nova disciplina para entender elementos do turismo, tais como hospedagem, transportes etc. O pesquisador conseguiu fazer uma ampla discussão da história do turismo no Brasil até chegar à Amazônia. O convite ao palestrante foi feito pela Prof.a Dr.a Diana P. Sá Alberto, a qual, atualmente, investiga a relação entre Turismo, História e Gênero na Amazônia. A referida palestra está em formato de artigo nesse caderno de resumos.

Na sequência, foi proferida a Mesa Redonda **47 anos de Produção do conhecimento de Turismo na Amazônia** com a participação dos professores Ma. Marilsa Daguer Ewerton, Me. Álvaro do Espírito Santo, Dr.a Silvia Helena Ribeiro Cruz e mediação da professora Dr.a Jéssika França. O debate apontou as principais iniciativas de pesquisa, ensino e extensão que compunham a formação do corpo docente e das produções em conjunto com os discentes da Faculdade de Turismo nesses mais de 40 anos de pesquisa científica em turismo na Amazônia.

Para encerrar a manhã, realizou-se uma **homenagem às professoras Marilsa Daguer Ewerton, Ana Catarina Tancredi e Ângela do Espírito Santo**. Elas foram as primeiras docentes da Faculdade de Turismo, consolidando a base para o atual quadro da FACTUR. As docentes contribuíram com a formação do curso de turismo da construção administrativa na UFPA até a produção científica e com diversos projetos por diversas regiões no estado do Pará, em especial, no arquipélago do Marajó.

A programação científica do evento, o XIII Turismo em Debate, contou com 6 **Grupos de Trabalhos**, divididos em: GT 1 – Espaços públicos de lazer e turismo na cidade; GT 2 – Políticas públicas de lazer e turismo; GT 3 – Turismo, cultura e patrimônio; GT 4 – Turismo, economia

e mercado de trabalho; GT 5 – Turismo comunitário, sustentabilidade e ambiente; GT 6 – História das viagens e do turismo na Amazônia. Todos buscando contemplar as disciplinas do Projeto Pedagógico de Curso (PPC), assim como as áreas de atuação dos docentes por meio de seus projetos de ensino, de extensão e pesquisa atuantes na faculdade. Os GTs garantiram uma diversidade de discussões demonstrando a atualidade do estudo do turismo na Amazônia.

O **GT 1 – Espaços públicos de lazer e turismo na cidade**, coordenado pela **Prof.a Dr.a Jéssika Paiva França**, discutiu a importância e a funcionalidade dos espaços de lazer e turismo no âmbito da cidade, enfatizando questões e processos como: direito ao lazer, sociabilidade, cidadania, hospitalidade pública, segregação socioespacial, valorização do solo urbano, gentrificação, entre outras. As formas de uso e apropriação desses espaços também ganham destaque por possibilitarem o encontro entre diferentes culturas, congregando moradores locais, turistas e visitantes. Sob a coordenação das professoras **Dr.a Vânia Lúcia Quadros e Ma. Juliana Hamoyb**, o **GT 2 – Políticas públicas de lazer e turismo** contribuiu com as atuais configurações dos estudos de políticas públicas relacionadas ao lazer e ao turismo nas três esferas: municipal, estadual e federal. Além de apresentar a relevância da construção acerca dessas legislações como elementos significativos para o desenvolvimento da atividade turística e de lazer na região metropolitana de Belém e em outros espaços na Amazônia.

Temas como cultura e patrimônio fizeram parte do **GT 3 – Turismo, cultura e patrimônio**, coordenado pelos **professores Dr. Raul Campos e Dr.a Maria Augusta Freitas**, o grupo de trabalho contemplou temas relacionados a patrimônio e museus e sua relação/ interação com turistas/visitantes. Ampliando o debate sobre o conceito de cultura em suas diversas vertentes e integração do turismo, tais como: gastronomia e seus desdobramentos socioculturais, e do patrimônio como parte integrante da produção teórica e prática do turismo cultural na Amazônia.

As investigações também passaram pelo mercado de trabalho com o **GT 4 – Turismo, economia e mercado de trabalho**, cujo objetivo foi apresentar itens de discussão relacionados ao empreendedorismo: opção de negócios profissionais; hospitalidade comercial na experiência de serviços, propostas que oportunizem a discussão do atual cenário do mercado de trabalho em turismo e no lazer, principalmente, após a Covid-19. Evidenciando a necessidade de reestruturação do campo de trabalho no turismo e nas atividades de lazer da população após confinamento e novas regras de sociabilidade, sendo o GT coordenado pelos **professores Dr. Eduardo Gomes e Dr. Lúcio Bentes**.

Para atender às demandas atuais de discussão sobre ambiente e populações tradicionais na Amazônia, o **GT 5 – Turismo comunitário, sustentabilidade e ambiente**, coordenado pelos **professores Dr.a Silvia Helena Cruz e Dr. Fabricio Lemos**, contou com pesquisas atuais e discussões sobre a produção e teoria do turismo de base comunitária na região metropolitana e amazônica. O turismo também se manteve como foco de investigação relacionado à sustentabilidade, ambiente e mercado, dialogando com questões naturais e humanas.

Por fim, o **GT 6 – História das viagens e do turismo na Amazônia**, coordenado pelas **professoras Dr.a Diana Alberto e Dr.a Giselle Assis**, trouxe discussões nas áreas da História e da Antropologia, cujo foco centrou-se em apresentar atuais discussões sobre a historiografia das viagens e dos viajantes. Ampliando o debate acerca da história do turismo no Brasil. De modo a possibilitar diálogos entre a literatura de viagem e o turismo na Amazônia sob a ótica de homens e mulheres viajantes que aqui estiveram desde o século XVI até começo do século XX.

Para o encerramento das atividades, o evento contou com a mesa redonda **2 Marketing digital e Novas tecnologias de informação e distribuição de produtos turísticos**, centrando-se em tecnologias e mercado turístico em Belém. Temas como hospedagem, agenciamento e gastronomia estavam entre os assuntos proferidos pelos empreendedores: **Priscila Costa**, da agência de viagens “Brasileiros em Cancún”; **Marcos**

Médice, que atua como publicitário e influenciador gastronômico; e o casal **Raquel e Leandro Ferreira**, proprietários da empresa Monotour, com a mediação feita pela **Prof.a Ma. Milene Castro**. Para finalizar, a palestra de encerramento **Turismo e História: diálogos sobre a história do turismo na Amazônia**, com a Prof.a Dr.a Diana Alberto, tratou das reflexões entre turismo, história e gênero na Amazônia.

A docente apresentou parte de sua tese de doutorado acerca da trajetória de cientistas que fizeram viagens na Amazônia no começo do século XX: Emília Snethlage pelo Museu Paraense Emilio Goeldi (MPEG); e Heloísa Alberto Torres pelo Museu Nacional do Rio de Janeiro (MNRJ). Ao investigar por meio de fontes históricas a vida dessas mulheres, a pesquisa demonstrou que, nas suas viagens, alguns elementos do estudo do turismo se faziam imprescindíveis, como pensar o conceito do *Grand Tour*, a grande viagem, além de elementos como hospedagem, alimentação e transportes, surgidos em suas cartas pessoais e institucionais quando faziam tais deslocamentos.

Diana Priscila Sá Alberto
Professora Adjunta da Faculdade de Turismo
ICSA/UFPA

Conferência de abertura: “Reflexões sobre a História do Turismo na Amazônia: uma breve análise sobre a história do turismo moderno na região norte do Brasil”

*Airton José Cavenaghi*¹

Resumo: Nesta comunicação, pretende-se discutir a construção da história do turismo na região amazônica pelo ponto de vista de diferentes documentações e análises. Observa-se nesta proposta, a exposição de análises já estruturadas, além de propor outras metodologias para a percepção da história do turismo na região. Não é objeto dessa análise aprofundamento das ideias já apresentadas, mas sim demonstrar que documentações pouco exploradas podem elucidar novas interpretações de memórias. Neste aspecto a região amazônica precisa também ser percebida pela multidisciplinaridade das ciências e não apenas pela sua realidade econômica como tradicionalmente é feito.

Palavras-chave: História; Turismo; Amazônia; Possibilidades interpretativas.

INTRODUÇÃO

Ao se propor falar sobre a História do Turismo na região Amazônica, é necessário analisar as possibilidades interpretativas desenvolvidas e também pensar como a metodologia de composição da análise da chamada História do Turismo é realizada e pensada pelos pesquisadores que se debruçam sobre o tema.

¹ Professor pesquisador do PPG em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi (UAM-SP). E-mail: acavenaghi@gmail.com.



A interpretação do desenvolvimento das modernas práticas turísticas, na região Norte do Brasil, é um assunto pouco estudado e reflete posturas interpretativas sobre a história do turismo, que se concentram, em especial, em regiões nas quais a atividade reflete o processo econômico que, historicamente, no país, concentrou-se próximo ao nosso litoral.

As ligações oceânicas e, sobretudo, as navegações de cabotagem, levavam as pessoas às diferentes partes do país. A entrada dos meios de comunicação, via foz do rio Amazonas, criou, tradicionalmente, possibilidades de acesso à região Norte, que, de forma estrutural, não possuía estradas carroçáveis e tinha, em seus rios, a tradição de condução de pessoas em pequenas embarcações. Não é necessário dizer que o isolamento estrutural da região retardou, de maneira significativa, o desenvolvimento de qualquer atividade próxima daquilo que hoje chamamos de turismo. Esse fato transformou a região em foco de estadia de viajantes na busca de aventuras do conhecimento, ou “Viagens Filosóficas”, nos moldes do que fez Alexandre Rodrigues Ferreira ao final do século XVIII, relatando e mapeando regiões do Amazonas e do Mato Grosso. Não se analisam aqui, também, a historiografia da expansão portuguesa e espanhola na região, vinculada ao antigo processo de exploração colonial.

O que se pergunta é: quando a região Amazônica passou a ser vista também como receptivo de turistas nos modelos analíticos pensados na modernidade? Nosso ponto de partida é identificado pela expressão “turismo de massa”, a qual, para Boyer (2003, p. 10), passa a ser observado pelo crescimento dos meios de comunicação logo após a Segunda Guerra Mundial.

Argumenta-se aqui que o crescimento desses meios estruturais, associados aos deslocamentos de pessoas, navios, automóveis e aviões, aproximaram locais antes de difícil acesso. As regiões amazônicas, além das populações ribeirinhas, ainda eram locais distantes e totalmente desconhecidos, fator que pode ser considerado negativo como herança de identificação de atrativos e possibilidades de fluxos turísticos.

Apesar desse fator negativo, esse antigo isolamento levou a preservação de um patrimônio biológico e cultural que, na atualidade, é o principal fator de atratividade de pessoas para a região em atividades de lazer.

Além disso, a história do turismo, na região, apropriou-se de elementos muito interessantes dessa ocupação humana inicial e passou a utilizá-la, em época contemporânea, como elemento estrutural de suas atuais práticas turísticas.

Pesquisas sobre o assunto: uma preocupação

Em pesquisa realizada na base de dados da CAPES, em 8 de outubro de 2022, utilizando a cronologia de busca entre os anos de 1991 e 2022, com as palavras-chaves “Turismo” e “Amazônia”, em português, foram encontrados 543 resultados, nesse caso, abrangendo revistas, teses e relatórios. Com essa mesma seleção e recorte cronológico, utilizando-se agora as palavras-chave em língua inglesa, “*Tourism*” e “*Amazonia*”, os resultados diminuem, reduzindo para 399 resultados.

Para a combinação das palavras-chave “Turismo”; “Amazônia”; “História”, foram encontradas apenas duas referências diretas, a saber: AZEVEDO LUINDIA, Luiza Elayne. *Etnoarte Indígena: Signo, Símbolo Y Turismo. Signo Y Pensamiento*, v. 29, n. 57, p. 236-47, 2010; SANTOS, Danielle Marian Araujo dos; CARVALHO, Joelma Monteiro de Carvalho; ANJOS, Francisco Antonio dos. *Turismo étnico indígena no Amazonas: mitos e territórios que contam histórias. Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, v. 13, n. 3, p. 901-27, 2021.

Ambas as referências não exploram, diretamente, a historicidade do turismo na região amazônica e expõem análises de situações atuais do fenômeno turístico já estabelecido e em curso.

O problema a ser considerado aqui refere-se, talvez, a uma falta de abrangência da base de dados CAPES, ou de certo descuido dos pesquisadores com o uso do recurso de recuperação de dados, concernentes à correta exposição das palavras-chave. No caso da

segunda opção, é um problema bem recorrente de pesquisadores que negligenciam a força de recuperação de dados em bases on-line, descuidando-se do correto uso das palavras-chave.

Nesse caso, há uma dispersão de resultados como também um “apagamento” de pesquisas, prejudicando o desenvolvimento de futuras análises sobre o assunto. Independentemente dessa questão, há uma historicidade do turismo na região amazônica, e tal fato deve ser considerado e pesquisado. Esse problema deve ser revertido conforme o estudo de metodologias de pesquisas avançam e padronizam-se, mormente aquelas associadas às regras de publicação em periódicos específicos da área.

O uso correto das palavras-chave garante a recuperação das informações e ajuda novos pesquisadores na produção de novas pesquisas. A regra é simples: se o assunto é turismo e história de um fenômeno local ou global, duas das palavras-chave terão de ser obviamente “turismo” e “história”. Observar essa simples apresentação da pesquisa realizada assegura sua recuperação e, dessa forma, sua exposição e futura citação em trabalhos a serem realizados.

Quais fatores contribuíram para o início do turismo como um fenômeno na região amazônica?

Como afirmado anteriormente, a análise aqui exposta parte da ideia de Boyer (2003, p. 10), para o qual, o turismo como fenômeno que conhecemos hoje tem sua explosão após a Segunda Grande Guerra.

Optou-se também pela exposição de uma cronologia histórica, sendo conveniente lembrar que esse tipo de exposição possui aspectos negativos e positivos. Negativos, pois não pode ser o único modelo interpretativo, afinal, a História é um processo de “longa duração”, como nos lembra Fernand Braudel, e um fato isolado não é o “centro interpretativo da questão”. Ele é parte de um todo e “não só a ponta do *iceberg*”, como também o mar no qual esse mesmo bloco de gelo está flutuando.

Positivo, visto que a percepção do desencadeamento dos fatos, como um modelo inicial para pensar uma pesquisa, ajuda os pesquisados a organizar sua interpretação e, em certos aspectos, isolar o objeto de estudo relacionado.

No ano de 2006, a Embratur elaborou uma publicação comemorando seus 40 anos de fundação. Essa publicação, feita de maneira cronológica, tem como característica principal a exposição de datas significativas para o turismo no Brasil e associa ao fenômeno, por exemplo, a criação de estruturas materiais ligadas ao seu desenvolvimento, como no caso da inauguração do hotel Copacabana Palace no ano de 1923. Nesse artigo, por exemplo, também não se nega a força que a história da hotelaria no Brasil representa para a interpretação da história do turismo.

O que essa análise expõe aqui é a forma como a divulgação de uma cronologia, por um órgão oficial de governo, pode influenciar e limitar pesquisas na área. Independentemente desse fato, a cronologia da Embratur é significativa para entender o fenômeno turístico na região Norte do país e no Brasil como um todo, dado que ajuda a perceber como aquela região entrou no “radar” das instituições e como as pessoas perceberam a Amazônia como um potencial turístico.

Pensando na Amazônica e nas características de seus rios de planície e de suas zonas alagáveis, inicialmente, a condução de visitantes seria possível apenas por barcos, de maneira que é Mário de Andrade, em seu livro “O turista aprendiz”, que nos traz as primeiras impressões sobre o local. Em um primeiro momento sobre as águas e o território,

Foz do Amazonas... Estávamos todos trêmulos contemplando da torre-de-comando o monumento mais famanado da natureza. E vos juro que não tem nada no mundo mais sublime. Sete quilômetros antes da entrada já o mar estava barreado de pardo por causa do avanço das águas fluviais. Era uma largueza imensa gigantesca rendilhada por um anfiteatro de ilhas florestais tão grandes que a menorzinha era maior que Portugal. (ANDRADE, 2015, p. 66)

Em um segundo momento, sobre os aspectos culturais:

Belém: Passeio sublime pelo mercado. Provamos tanta coisa, que embora fosse apenas provar, ficamos empanturrados. Tudo em geral gostoso, muita coisa gostosíssima, porém fica sobrando uma sensação selvagem, não só na boca: no ser”. (ANDRADE, 2015, p. 73)

Mário de Andrade em suas impressões, nas décadas iniciais do século XX, revela-nos uma Amazônia indomável e impenetrável com sua natureza “idílica” e é essa a impressão que será divulgada em futuros projetos turísticos a serem desenvolvidos na região. Pelo isolamento e características de seu bioma original, não podemos nos esquecer de que outra floresta, no caso a Mata Atlântica, explorada em seus recursos desde a época inicial de povoamento do Brasil, havia perdido mais da metade de sua biodiversidade até aquele momento. Por outro lado, sempre chamada erroneamente de “terra intocada”, em ideia divulgada desde as pesquisas arqueológicas iniciais da primeira metade do século XX e apenas contestada após 1977, a Amazônia mostrou que o “idílico” da floresta é quem deveria ser aproveitado para a atração desse turista.

Meios de transporte

O problema dos caminhos para o interior do território amazônico é uma situação que, até os dias atuais, ainda se realiza, prioritariamente, pelo uso de canoas e de pequenas embarcações de traços nativos encontradas em abundância na região. Ainda nessa caracterização, tem-se a rabeta, uma canoa com motor de popa com um braço longo para evitar contato da hélice do barco com local de pouca profundidade como os igarapés.

Alguns, em especial, na região do porto da cidade de Belém, apelidam esse tipo de embarcação de “tuc-tuc” em virtude do barulho característico de seus motores. Esses modelos menores, que podem

levar entre dez e vinte pessoas, chamam-se a voadeira. O próprio nome já traduz sua funcionalidade: ser mais rápida. Entre as grandes embarcações, caracterizam-se sobretudo, a Obidense, originária da cidade de Óbidos-PA, daí seu nome, uma embarcação que chega a ter três andares, com calado baixo para vencer lugares pouco profundos e capazes de transportar muitas pessoas e cargas.

A caracterização desse tipo de transporte mostra o vínculo que o meio natural estabelece com o desenvolvimento do cotidiano da região e, em termos turísticos, isso já era apontado por Mario de Andrade, em seu livro “O turista aprendiz”, na descrição do barco que utilizou para a realização de sua viagem ao final da década de 1920.

O transporte aéreo no Brasil tem início também no final da década de 1920. Nessa época, o governo brasileiro autoriza o uso de aviões, especialmente, aviões anfíbios, como o *Dornier J Wal*, de projeto alemão, mas construídos pela *Costruzioni Meccaniche Aeronautiche S.A.*, na Itália (8 a 12 passageiros), e que passam a ser operados pela Varig em 1927. Esse tipo de aeronave tornou-se referência na região Norte, sobretudo, após a Segunda Grande Guerra Mundial, com a utilização dos aviões anfíbios norte-americanos, chamados Catalina usados, principalmente, pelo então Correio Nacional.

Na atualidade, o uso de aviões anfíbios é raro, ficando para o transporte de cargas e passageiros, ainda associado a grandes embarcações, como também na utilização de estradas de rodagem construídas durante o Regime Militar ditatorial no Brasil.

Na construção de estradas de rodagem no Brasil, maiormente, depois da inauguração de Brasília em 1960, observa-se a irradiação de posturas e costumes associados ao transporte rodoviário. Essa situação não aconteceu da noite para o dia, mas pode ser identificada nesse momento. A região Norte passa a ser acessível por meio de rodovias construídas no meio da floresta amazônica, como no caso emblemático da Transamazônica, que ainda possui vários trechos sem asfalto e em constante manutenção, em virtude do avanço da vegetação.

Tornar-se importante estabelecer que com o aparecimento de estradas de rodagem ocorre uma análise de mudança de foco nos negócios turísticos no Brasil. O litoral, que sempre despertou o desejo de visitação e ainda hoje ser o preferido do turista, passa a disputar espaço com outras regiões, como, por exemplo, o clássico roteiro das Minas Gerais e suas “cidades históricas”. Basta lembrar que o Grande Hotel Ouro Preto, planejado por Oscar Niemeyer, foi edificado em 1940, inaugurando uma mudança de foco do fluxo turístico para o interior do País.

Mesmo assim a região Norte ainda não apresentava possibilidades concretas para um deslocamento rodoviário satisfatório. Oliveira Neto (2019) nos lembra que o processo se inicia ano final dos anos de 1950 com “[...] a abertura de duas grandes rodovias em direção à região Amazônica, a Belém-Brasília e a Brasília-Acre”.

Nota-se que a análise aqui proposta não contempla o deslocamento aéreo, pois se trata de um contexto bastante incipiente nesse momento da história do Brasil, além do eixo Sul-Nordeste, seguindo também o contexto litorâneo.

“Governar é abrir estradas”

Citado, inicialmente, pelo presidente paulista Washington Luís, ainda na década de 1920, o bordão desenvolvimentista foi também adotado pelo então regime militar ditatorial após 1964. De tal modo que Andrade e Tavares (2012) argumentam que o processo de turistificação da região amazônica foi objeto da ideologia de um Estado soberano, planejador e nacionalista que visava integrar essa região ao contexto nacional. Nesse aspecto, os anos de 1970 abririam possibilidade de integração do modelo desenvolvimentista e resgate da expressão da natureza domada e idílica.

Figura 1 – Propaganda do Ministério do Turismo em 1972 relacionada ao desenvolvimento da região amazônica



Fonte: Embratur 40 anos (BRASIL, 2006, p. 45).

Mediante tal perspectiva, a Amazônia passa a ser vista como a região a ser dominada pelo processo desenvolvimentista do governo. O processo de desmatamento estava atrelado à construção das estradas, visto que os espaços, deixados às margens das rodovias construídas, foram utilizados para projetos de colonização, como também para a criação de gado.

O movimento que persiste até os dias atuais causa surpresas no mínimo irônicas. Como no caso do estado do Acre cujo desmatamento destrói a tradicional cultura extrativista milenar da região com a abertura de enormes clareiras de florestas, além disso esses mesmos espaços revelaram estruturas arqueológicas, no caso, os famosos geoglifos, que atestam a ocupação da floresta há, pelo menos, 2000 anos antes do presente. Tais descobertas passam a ser consideradas e estudadas como propostas de atratividade turística, associadas à visita de sítios arqueológicos pertencentes ao Patrimônio Cultural Brasileiro.

A proposta de turistificação da região amazônica, associada ao projeto desenvolvimentista, nasce ligada a uma elitização do turismo. E o principal exemplo encontra-se na criação de locais que interagem com a floresta e eram acessíveis apenas a grupos de alto poder aquisitivo.

A dinamização do turismo na Amazônia, como setor planejado e rentável, objetiva causar um impacto sobre as atividades econômicas, com reflexos nos níveis de emprego, renda e investimentos, justificando plenamente pelo apoio especial das várias esferas governamentais e a mobilização da iniciativa privada. (SUDAM, 1977, p. 7 *apud* TAVARES, 2021, p. 14)

O principal exemplo da presença da iniciativa privada encontra-se na fundação do Hotel Tropical de Manaus. Inaugurado nos anos de 1970, o este fazia parte do grupo Varig, que, na época, era a principal empresa aérea do Brasil. “Os 611 apartamentos viviam lotados de celebridades que visitavam a região. Mas, com a falência da Varig, o hotel também entrou em decadência” (INSTITUTO DURANGO DUARTE, 2022).

O hotel foi concebido, originalmente, como uma arquitetura futurista que buscava uma interação com a floresta. Sérgio Bernardes, arquiteto idealizador, previu um projeto de uma grande cúpula que isolaria o empreendimento das intempéries advindas da Natureza. A expressão de domesticação da natureza era nítida na concepção do projeto, apesar desse futurismo, a edificação do hotel não se realizou.

A construção seguiu o padrão tradicional e concebeu uma estrutura que articulava a floresta e o rio, embora fosse de difícil sustentabilidade econômica em função, basicamente, de seu isolamento e não interação com outros estabelecimentos, como, por exemplo, os fornecedores de insumos diários usados no empreendimento.

Figura 2 – Hotel Tropical (Manaus-AM)



Fonte: Sem data e autoria².

O setor hoteleiro, na região amazônica, tem um histórico bastante interessante e merece, no futuro, um estudo mais detalhado a partir de dados encontrados nos chamados Anuários do IBGE, desde a primeira publicação no ano de 1968.

Podemos observar a seguinte descrição dos dados, em termos de quantidade dos estabelecimentos hoteleiros, em cada ano apontado:

- **1968:** Rondônia (21); Acre (24); Amazonas (21); Roraima (4); Pará (91); Amapá (5);
- **1969:** Rondônia (19); Acre (24); Amazonas (19); Roraima (4); Pará (97); Amapá (5);
- **1970-1972:** Rondônia (25); Acre (27); Amazonas (34); Roraima (2); Pará (151); Amapá (7).
- **1972-1974:** Rondônia (61); Acre (37); Amazonas (50); Roraima (1); Pará (184); Amapá (6);

² Disponível em: <https://idd.org.br/iconografia/hotel-tropical-de-manaus/>. Acesso em: 16 jan. 2022.

- **1977:** Rondônia (98); Acre (45); Amazonas (77); Roraima (12); Pará (300); Amapá (7);
- **1981:** Rondônia (123); Acre (46); Amazonas (135); Roraima (11); Pará (351); Amapá (10)³.

Nos anos pesquisados, foi possível observar um crescimento significativo nos meios de hospedagem, principalmente, nos estados do Amazonas e Pará. O crescimento do número de estabelecimentos no estado do Amazonas coincide com a proposta desenvolvimentista do governo brasileiro à época. No que concerne ao aumento do número de meios de hospedagem no estado do Pará, há um crescimento bastante expressivo, mas que já era considerável desde a primeira apresentação dos dados.

Esse fato nos revela alguns questionamentos: por estar próximo à região da foz do rio Amazonas, o estado do Pará estaria mais bem preparado para atividades turísticas, desde antes do modelo militarista de desenvolvimento regional? Estados como o de Rondônia terão um acréscimo significativo no desenvolvimento de seus meios de hospedagem, sobretudo, após a chegada da rodovia em sua região?

Tais questionamentos ajudam a direcionar futuras pesquisas sobre a história do turismo na região amazônica e demonstram possibilidades interessantes de direcionamento dos estudos e não apenas aqueles vinculados à discussão de leis e diretrizes governamentais. Nesse sentido, olhar os dados dos anuários do IBGE, de forma crítica, associando-os a outros documentos da época (jornais, revistas e fotografias), pode ajudar a corroborar ou não com os dados apresentados. O desenvolvimento de equipamentos turísticos, por exemplo, pode refletir a adoção de diferentes modelos de segmentação turística, ainda pouco observados em estudos realizados até o momento.

³ Fonte: Anuários IBGE (vários anos). Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html>. Acesso em: 16 jan. 2022.

Chamamos a esse procedimento “triangulação documental”, ou seja, mais de uma fonte confirma o questionamento proposto inicialmente. É necessário observar que deve haver certa independência dessas mesmas fontes, ou seja, uma não pode ser resultado da apresentação da outra e não deve ser resultado, indireto ou direto, de uma informação recolhida em outra.

Em várias produções textuais sobre a história do turismo, escritas no Brasil, é comum observar esse erro de metodologia de pesquisa: não há uma preocupação de distanciamento das fontes utilizadas. Talvez o ofício de historiador seja pouco observado e muitas pesquisas tornam-se uma espécie de relatos memorialistas, nos quais os documentos apenas ilustram o relato historiográfico e não são utilizados como sequência do suporte analítico no textual produzido. Esse fato é muito comum na utilização de imagens que, por exemplo, não “falam” com o manancial documental produzido.

Perspectivas amazônicas: uma revisão metodológica?

Associado às questões discutidas até aqui, o método de “triangulação documental” oferece possibilidades interessantes na solução de problemas documentais. A perspectiva braudeliana, que observa a história de longa duração, demonstra a manutenção da visão desenvolvimentista observada desde a época do regime militar ditatorial no Brasil.

Tanto que a própria estruturação das primeiras faculdades de turismo, no país, reflete esse posicionamento, como aquelas que focaram grande parte de sua grade curricular inicial em disciplinas de administração e em eventos posicionadores e exclusivos na criação do fenômeno turístico: manifestações folclóricas e festas regionais. Observa-se o fenômeno não como processado em sua significação como festividade, mas tão somente atrelado a seu posicionamento como possibilidade econômica de geração de recursos turísticos.

Em virtude disso, o estudo da história do turismo na Amazônia não pode mais negligenciar o passado territorial amazônico e a sua demografia histórica. O patrimônio cultural existente é um artifício importante de resgate de uma história cotidiana, como também de formulação de uma memória de visitação. A floresta não   apenas a biodiversidade preservada e a memória de seus habitantes que nasceram e viveram vinculadas a esse elemento vivo. A natureza   motivadora do fenômeno de visitação, embora também seja parte da memória daquele que recebe esse visitante.

O território amazônico e a atratividade do Patrimônio Cultural

Ao se manifestar sobre a identidade do Patrimônio Cultural de um determinado local, apela-se, maiormente,   sua historicidade e antiguidade. Ainda que este seja um erro constante na determina o da atratividade turística, pouco   falado de sua no o de pertencimento, ou seja, como a memória vinculada ao patrimônio formou o cotidiano do habitante.

No caso da região amazônica, a atratividade turística se vinculou   biodiversidade em fun o, principalmente, do erro histórico de se achar que a floresta nunca havia sido habitada. Dois princípios orientaram essa questão. O primeiro pela relativa preserva o da floresta amazônica, resultado direto do isolamento, além de seu uso econômico principal no período, vinculado ao extrativismo, com especial aten o ao ciclo da borracha vivido no final do século XIX e na primeira metade do século XX. E o segundo por não terem sido encontrados vestígios de estruturas que demonstrassem a presença de grandes civiliza es, partindo-se do princípio da arqueologia colonialista do início do século XX.

Com as a es desenvolvimentistas orientadas pela ditadura do regime militar na segunda metade do século XX, associadas   abertura de estradas, o desmatamento, sobretudo, para a cria o de gado e a explora o de garimpos ilegais, criou-se outro significado econômico

para a floresta. Essa questão mostrou a necessidade de se pensar questões de preservação de seus povos originais e de seu cotidiano.

A destruição dos costumes dos povos originários contribuiu diretamente para a não criação de um sentimento de pertencimento. A identidade dos povos no local ficou presa à realidade de migrantes, em grande número, advindos das regiões nordestinas, gerando, em alguns casos, uma ausência de apego ao local migrado. Para esse grupo de migrantes, o sentido de valor da floresta era menor que o sentimento da posse da terra.

Esse fato era comum naquele momento histórico e também observado em frentes pioneiras ao sul do estado do Paraná e a oeste do estado de São Paulo. O que se observa na Amazônia, na atualidade, é o resgate de sentimento de pertença, oferecido pela presença de comunidades originárias, e a nova visão do conceito de patrimônio cultural, observada na época contemporânea também em sua imaterialidade.

A criação de elementos de atratividade turística na região amazônica, associada à nova realidade de percepção de seu patrimônio cultural, possibilitou entender a região e a sua diversidade territorial como um rico manancial para se pensar a sustentabilidade de negócios turísticos, observando a realidade cultural local e a estruturação de sua própria política social.

Considerações Finais

Os atuais estudos sobre as realidades sociais, políticas e econômicas, na região amazônica, demonstram possibilidades anteriormente não imaginadas na percepção da interdisciplinaridade das ciências. A floresta e seus habitantes, como no caso do turismo, observam a construção de novas situações de visitação e atratividade.

A percepção da segmentação do ecoturismo, a vivência em comunidades originárias, a inserção e a exposição de vestígios

arqueológicos, além de demonstrações materiais de antigas civilizações, como no caso dos achados arqueológicos relacionados aos geoglifos do estado do Acre, demonstram essas novas realidades de atratividade turística com a inserção de um modelo robusto de sustentabilidade.

A questão da história do turismo não deve ficar mais presa apenas aos grandes acontecimentos, de forma que urge demonstrar suas novas possibilidades de análises. Mostrar, ainda, contextos materiais e imateriais do patrimônio e de como estes se articulam na construção de um cotidiano próprio e pertinente à regionalidade territorial de cada um.

Alguns pensamentos clássicos devem ser revistos, tais como: pensar que a cerâmica marajoara é a única cerâmica produzida na antiguidade amazônica. Ou ainda, as pinturas rupestres, no paredão do sítio arqueológico Serra da Lua, com 41 painéis, localizado no município de Monte Alegre, noroeste do Pará. Antes consideradas fruto de um período específico de ocupação humana, as pinturas de Monte Alegre indicam uma ocupação descontínua da região desde 12 mil até 500 anos atrás (COSTA; NEVES, 2007).

A percepção dessa antiguidade de ocupação da região amazônica é um novo modelo para criação de uma atratividade turística que vai além da realidade da biodiversidade e agrega um valor turístico único que tem, na preservação da floresta, uma parceria incontestável.

Referências

ASSUNÇÃO, P. **História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX**: Viagens, espaço e cultura. Santana de Parnaíba: Manole, 2012.

BARBOSA, Y. M. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002 (Coleção ABC do Turismo).

BOYER, M. **História do turismo de massa**. Trad. Viviane Ribeiro. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

- COSTA, Fernando W.; NEVES, E. G. **Arqueologia Amazônica**. Manaus-AM: Secretaria de Cultura, 2007.
- CRUZ, S. H. R.; SIQUEIRA MENDES, F. L. (Orgs.). **Turismo: gestão e desenvolvimento na Pan-Amazônia**. Belém-PA: Paka-Tatu, 2021.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Catálogo**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html>. Acesso em: 16 jan. 2022.
- OLIVEIRA NETO, T. As rodovias na Amazônia: uma discussão geopolítica, **Confins**, [S.L.], v. 501, setembro 2019. DOI: <https://doi.org/10.4000/confins.21176>
- PACHECO, A. S. (org.) **Estudos Culturais em cidades e florestas**. Rio Branco-AC: Nepan, 2019.
- PIRES, M. J. **Raízes do Turismo no Brasil**. 2. ed. Santana de Parnaíba: Manole, 2002.
- REJOWKI, M. *et al.* Desenvolvimento do Turismo moderno. *In*: REJOWSKI, M. (Org.). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 22, n. 44, p. 289-310, 2002.
- URRY, J. **O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.

Bibliografia Apresentação

- ANDRADE, M. **O turista aprendiz**. Edição de texto apurado, anotada e acrescida de documentos por Telê Ancona Lopez, Tatiana Longo Figueiredo; Leandro Raniero Fernandes, colaborador. Brasília, DF: Iphan, 2015.

ANDRADE, T. K.; TAVARES, M. G. C. O projeto de integração Amazônica visto pela turistificação dos lugares., **Confins**, [S.I.], v. 14, mar. 2012. Disponível em: <http://journals.openedition.org/confins/746>. Acesso em: 11 out. 2022.

BRASIL. **Lei federal nº 6. 513 de 20 de dezembro de 1977**. Dispõe sobre a criação de Áreas Especiais e de Locais de Interesse Turístico; sobre o Inventário com finalidades turísticas dos bens de valor cultural e natural; acrescenta inciso ao art. 2º da Lei nº 4.132, de 10 de setembro de 1962; altera a redação e acrescenta dispositivo à Lei nº 4.717, de 29 de junho de 1965; e dá outras providências. Brasília, 1977. Brasília, DF: Presidência da República, 1977.

Embratur 40 anos. Brasil: Ministério do Turismo, 2006.

INSTITUTO DURANGO DUARTE.

<https://idd.org.br/iconografia/hotel-tropical-de-manaus/>

TAVARES, M. G. C. Turismo e políticas públicas na Amazônia brasileira, **Confins** [S.I.], v. 49, mar. 2021. DOI: <https://doi.org/10.4000/confins.35348>

TAVARES, M. G. C. Turismo e Desenvolvimento na Amazônia Brasileira: o caso do arquipélago do Marajó – Pará. Encontro de Geógrafos da América Latina, 12, Montevideo, Uruguai, 2009. **Anais...** Montevideo: 2009. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/23.pdf>

Grupos de Trabalho do XIII Turismo em Debate



2022

GT 1



**Espaços públicos de lazer
e turismo na cidade**

**Prof.^a Dr.^a Jéssika Paiva França
Coordenadora**

Tipos e formas de lazer na Universidade Federal do Pará

Vinicius Silva da Rocha¹

Jéssika Paiva França²

Resumo: Os estudos sobre os tipos e formas de lazer dentro de instituições públicas de ensino superior, ao mesmo tempo em que despertam interesse nos estudiosos da área, apresentam escassez de bibliografia, sendo esta uma das **justificativas** para a realização desta pesquisa, que teve como **objetivo** identificar e analisar as principais formas e tipos de lazer dentro da Universidade Federal do Pará (UFPA), *campus* Belém. No que tange à compreensão das atividades de lazer dentro da UFPA, teve como de partida o entendimento do importante papel social da universidade quanto à ressonância social em diferentes áreas, dentre elas, o lazer. Nesse sentido, poderá favorecer para além do acesso ao ensino, oportunizando espaço de convivência coletiva e experiências propiciadoras de sociabilidade, qualidade de vida e cidadania. Nesse contexto, é válido enfatizar que o lazer é entendido por muitos estudiosos contemporâneos, dentre eles Marcellino (1990), como cultura no sentido amplo, vivido em um tempo interligado à esfera do trabalho, objetivando a busca pela satisfação pessoal e envolvendo as dimensões tempo, espaço, cultura, trabalho etc. A proposta investigativa tem uma importância significativa no que concerne entender a dinâmica do lazer como uma atividade exercida, habitualmente, dentro do *campus* e que melhora a qualidade de vida de quem a pratica, pois, conforme autores como Cardoso, Andrade,

¹ Graduando em Turismo na Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: viniciusrtur@gmail.com.

² Docente da Faculdade de Turismo da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: jfranca@ufpa.br.



Santos e Rechia (2020, p. 309), “[...] são necessárias ações permanentes que viabilizem experiências ampliadas no tempo de lazer dentro da universidade, visando à formação pessoal e humana dos sujeitos”. Quanto à **metodologia**, a investigação seguiu uma abordagem quantitativa, sendo aqui apresentados resultados parciais obtidos através do *Google Forms* no período compreendido entre os dias 3 e 17 de outubro de 2022. Nesse período, obteve-se retorno de 107 alunos, que responderam a cinco perguntas sobre o lazer dentro da instituição. Vale destacar que a UFPA fornece *internet* gratuita à sua comunidade acadêmica, o que contribuiu para o uso do *Google Forms* como instrumento de pesquisa e coleta de informações junto aos discentes desta instituição. Autores como Andres, Moreschi, Rodrigues e Ferst (2022) consideram que os formulários eletrônicos facilitam a disseminação da pesquisa aos entrevistados, além de favorecer a estruturação e análise dos dados coletados. Esse formulário foi compartilhado pelas redes sociais e divulgado em cartazes espalhados pelo *campus* da Universidade tendo como público-alvo os discentes de graduação. Sendo um dos motivos para a escolha dessa ferramenta de pesquisa a possibilidade de alcançar um número significativo e diverso de estudantes das mais variadas graduações. Dentre os principais **resultados** obtidos: questionado sobre qual atividade de lazer costumam realizar no tempo disponível dentro do *campus* 64,5% votaram no lazer social, outros 25,2%, no lazer intelectual e outros 9,3% votaram no lazer físico. Somente 0,9% votou no lazer manual. Quando questionados sobre qual o conceito (de 1 a 5, onde 1 é Ruim e 5 é Excelente) dariam à UFPA como espaço propiciador de lazer, 34,6% deram o conceito 3, os demais, 30,8% deram o conceito 4, e somente 15,9% consideraram Excelente as possibilidades de lazer no *campus*, destinando a nota 5. O conceito Ruim foi atribuído por 4,7% dos entrevistados. Dentre os principais espaços de lazer dentro da UFPA, de acordo com os entrevistados, apresentam destaque os seguintes: 1) Complexo do Vadião; 2) Orla do *campus*; 3) Mirante; e 4) Centro Acadêmico.

Palavras-chave: Lazer; Espaço público; Universidades; Democratização; Qualidade de vida.

Referências

ANDRES, F. C. *et al.* The use of the Google Forms platform in academic research: Experience report. **Research, Society and Development**, [S. I.], v. 9, n. 9, p. e284997174, 2020. DOI:10.33448/rsd-v9i9.7174

CARDOSO, G. R.; ANDRADE, S. M. B.; SANTOS, K. R. V.; SANTOS, A. C.; RECHIA, S. Lazer na Universidade: Espaços e Equipamentos Possíveis? **LICERE** – Revista do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, [S. I.], v. 23, n. 2, p. 283-308, 2020. DOI: 10.35699/2447-6218.2020.24041

MARCELLINO, N. C. **Lazer e educação**. São Paulo: Papirus, 1990.

Potencialidades turísticas na área urbana da fronteira franco-amapaense

Samara Sampaio¹
Tatiane Costa da Silva²
Maria Elza de Souza Braga³

Resumo: O turismo engloba diversos setores que, direta ou indiretamente, influenciam na economia, na sociedade e no meio ambiente. Devido à sua característica principal, que envolve o deslocamento do viajante do seu local de origem, o turismo deve ser pensado para além do turista, considerando o ambiente e os moradores locais. Assim o turismo mostra-se também como uma atividade vulnerável, suscetível a mudanças, sendo capaz de gerar efeitos positivos e/ou negativos. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2001, p. 3), o turismo “compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros”. Com uma apreensão social, Lemos (*apud* BELTRÃO, 2001, p. 19) aponta o turismo como “um fenômeno social em que a sua força econômica é vital para a melhoria da qualidade de vida, por meio das muitas atividades que propicia e que, sem uma conscientização, torna-se impraticável”. Destarte, percebe-se, nessa conceituação, uma preocupação social, na qual estudos e planejamentos fazem parte,

¹ Bacharel em Turismo, Universidade Federal Fluminense. E-mail: samara.sampaio@ifpa.edu.br.

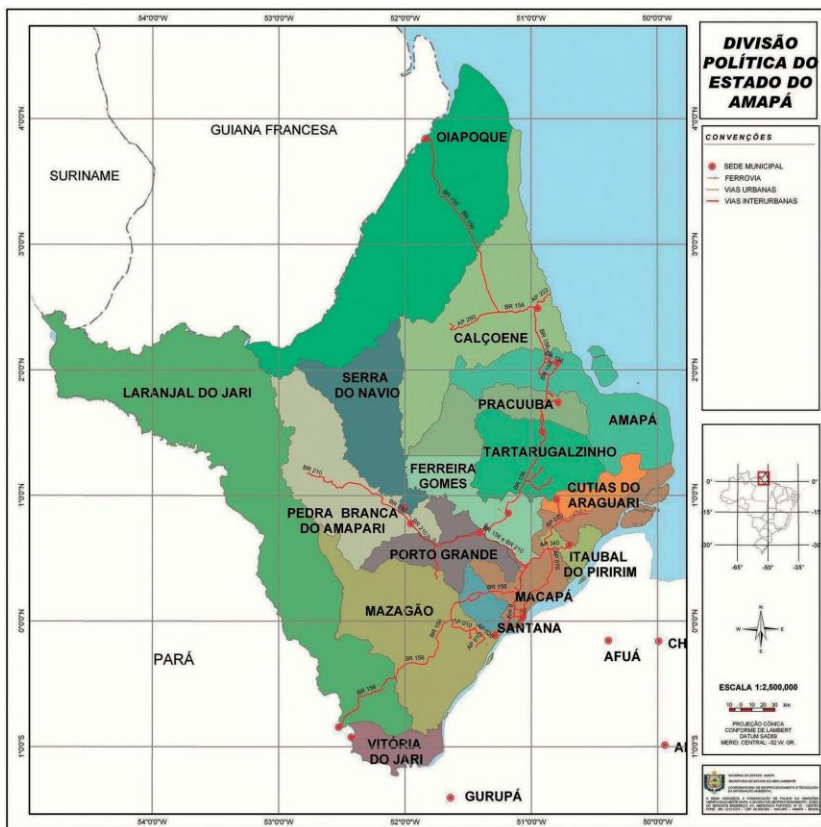
² Bacharel e Licenciada em Geografia, Universidade Federal do Amapá. E-mail: tatiane_geografa@hotmail.com.

³ Bacharel em Turismo, Universidade Federal do Amapá. E-mail: maria.braga@ifpa.edu.br.



de modo indissociável, da atividade turística, que traz considerável desenvolvimento à região. Conforme Beni (1999), o turismo poderia se tornar uma alternativa para o desenvolvimento dos municípios, visto o seu importante efeito econômico, social, ambiental, político, no entanto, a atividade deve ser planejada de forma responsável e sustentável, sendo assim um importante instrumento de aceleração. Vale ressaltar que o fenômeno turístico está além das questões particularmente econômicas e envolve questões sociais, culturais, ambientais entre outras. No Brasil, os atrativos naturais são o cartão-postal do País no *marketing* turístico para o exterior. As diversas praias, rios, florestas, cachoeiras, entre outros são os principais destinos turísticos buscados pelos turistas domésticos ou estrangeiros no país. Com isso, o objetivo principal desta pesquisa é apresentar as potencialidades turísticas localizadas no município de Oiapoque, extremo norte do estado do Amapá, região Amazônica do Brasil, que faz fronteira com a Guiana Francesa, território ultramarino da França, conforme observado no mapa 1. O percurso metodológico traçado para esta pesquisa incluiu duas fases. Na primeira, a técnica utilizada foi a pesquisa bibliográfica para a composição do embasamento teórico através de artigos, teses, dissertações, livros e *e-books*. Na segunda, realizou-se a pesquisa *in loco*, possibilitando identificar as potencialidades turísticas localizadas na parte urbana da cidade.

Mapa 1 – Divisão Política do Amapá



Fonte: Ministério Público do Estado do Amapá (MP-AP) (ano).

O município de Oiapoque apresenta diversos atrativos naturais e culturais apresentados neste trabalho. É importante frisar que o local é considerado o principal destino turístico dos moradores da Guiana Francesa, uma vez que, devido à proximidade e ao baixo custo para uso dos locais, em comparação com o local de origem, torna o Oiapoque, em especial, aos finais de semana, o segundo lar dos guianenses. Em relação à infraestrutura básica e turística, a cidade conta com muitas unidades habitacionais, táxis e mototáxis, restaurantes, terminal rodoviário, segurança pública, bancos, casa de câmbio, hospital, entre outros. As viagens da capital Macapá a Oiapoque são diárias e levam em média 10h de viagem, visto que a distância é de aproximadamente 500 km através da rodovia BR-156. Na orla do município, é possível observar dois monumentos presentes na principal via da cidade: o monumento intitulado Aqui começa o Brasil (Figura 1) e o recém-inaugurado letreiro com o nome da cidade. A ponte binacional (Figura 2), que liga o Brasil à Guiana Francesa, compõe o cenário ideal para os registros fotográficos dos turistas sobre o belo Rio Oiapoque, divisor natural dos dois países. Caminhando pela avenida principal, o turista se depara com o Monumento do Laudo Suíço (Figura 3), que apresenta a Sentença delimitando o Rio Oiapoque como fronteira entre o Brasil e a França. Logo na saída da Oiapoque, existem muitos balneários ao longo da rodovia BR-156, como a Chácara Paixão do Rouxinol (Figura 4), com restaurante e locais de lazer e descanso para toda família. Há também o Rancho Km 9 (Figura 5), com corredeiras naturais do Rio Pantanari, tirolesa, passeio de caiaque, redário, restaurante e bar.

Figura 1 – Monumento Aqui Começa o Brasil e letreiro Eu Amo Oiapoque.



Fonte: Elza Souza (2022)

Figura 2 – Ponte Binacional.



Fonte: Prefeitura Municipal de Oiapoque

Figura 3 – Monumento Laudo Suíço.



Fonte: Elza Souza (2022)

Figura 4 – Chácara Paixão do Rouxinol



Fonte: Elza Souza (2022)

Figura 5 – Rancho Km 9.



Fonte: Elza Souza (2022)

O município possui vários atrativos naturais, como cachoeiras, balneários, além do vale do rio Uaçá. Porém, ao realizarmos a pesquisa de campo, foi possível observar que são necessárias melhorias nos locais, como a segurança e a iluminação dos Monumentos Laudo Suíço e Aqui Começa o Brasil, dado que, no período noturno, os espaços ficam escuros e sem segurança, tornando inviável o passeio pelos pontos citados. Quanto aos balneários, os preços praticados são as principais reclamações dos visitantes. Em relação à Ponte Binacional, o horário de funcionamento também não é favorável, visto que às 18h ela é fechada. Nesse sentido, o Estado deve atuar como um instrumento que procura integrar e melhorar o comportamento de cada um dos segmentos que compõem a cadeia produtiva do setor turístico para que a eficiência destes possibilite o desenvolvimento de suas bases locais (BARQUERO, 2001) contribuindo, assim, para o desenvolvimento local.

Palavras-chave: Turismo; Lazer; Destino; Oiapoque; Franceses;

Referências

- AMAPÁ. Ministério Público. Disponível em: <https://mpap.mp.br/acoes?view=article&id=190:divisao-politico-administrativa-e-populacao&catid=111>. Acesso em: 5 out. 2022.
- BARQUERO, A. V. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Porto Alegre: UFRGS/Fundação de economia e estatística, 2001.
- BELTRÃO, O. D. **Turismo: a indústria do século XXI**. Osasco: Novo Século, 2001.
- BENI, M. C. Análise do desempenho institucional do Turismo na administração pública. In: CASTROGIOVANNI, A. C.; GASTAL, S. (Org.). **Turismo Urbano: cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- OIAPOQUE. **Prefeitura Municipal de Oiapoque**. Disponível em: <http://www.oiapoque.ap.gov.br/turismo>. Acesso em: 5 out. 2022.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

Praça da República espaço de manifestações populares na década de 1980

Julienne Lobato Seabra¹

Lucidalva Silva de Sousa²

Resumo: Ao longo dos séculos, as praças sofreram mudanças significativas na sua função. A princípio a praça era denominada de largo, definida como espaço aberto para manifestações, cuja principal função estava ligada às práticas religiosas. Segundo Bahia e Paiva (2019), no século XIX, a denominação praça é institucionalizada, assim ela se torna um espaço para as práticas de lazer. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo identificar as manifestações culturais na praça da República na década de 1980 e apresentar possíveis resultados obtidos no projeto Grupo de Pesquisa sobre a História do Turismo na Amazônia (GPHTA), coordenado pela professora Diana Priscila Sá Alberto, da Faculdade de Turismo da Universidade Federal do Pará. A pesquisa justifica-se por entender como a população utilizava a praça para as manifestações culturais e observar como estas ocorreriam nesse período por meio das fontes históricas, bem como o processo de transformação da praça de locus religioso para um espaço de festa profana. A abordagem metodológica da pesquisa está fundamentada nas fontes históricas, estas são notícias publicadas no “Jornal O Estado do Pará” nos anos de 1980, encontradas na hemeroteca da Biblioteca Pública Arthur Vianna. Conforme Pinsky (2008), fontes históricas revelam parte da história vivenciada em uma determinada época, produto da ação dos seres humanos. As fontes, encontradas durante

¹ Universidade Federal do Pará, Graduanda em Turismo. E-mail: julienne.seabra@icsa.ufpa.br.

² Universidade Federal do Pará, Graduanda em Turismo. E-mail: lucidalva.sousa@icsa.ufpa.br.



a pesquisa, levam-nos a perceber que, no ano de 1980, a Praça da República era um espaço que reunia milhares de brincantes, dado que, no período do carnaval, reuniam-se em blocos oficializados, de rua e em escolas de samba que levavam alegria e folia à praça. Diante disso, observa-se que, em determinada época, pessoas de classes sociais mais altas desprezavam o carnaval por ser uma manifestação popular. E a partir dessa marginalização, surgiram os bailes de máscaras, que era uma forma de elitizar o carnaval, porém, logo estes também ganharam as ruas chegando às classes mais baixas através dos ranchos, corsos e escolas de samba (JUNIOR, 2019). As fontes relatam alguns fatos negativos que aconteceram na praça, o que fez com que alguns dirigentes de escolas de samba deixassem de desfilar. Isso se dava em razão das inúmeras ocorrências de brigas e confusões, mesmo tendo uma rigorosa, e até violenta, fiscalização policial, tumultuavam e banalizavam o carnaval. Outra ocorrência frequente era a prática do *topless*. Alguns brincantes esperavam com ansiedade para ver as moças despidas, outros viam como desrespeito e um ato obsceno, contudo, com o passar do tempo, essa prática, apesar das repressões, tornava-se moda durante o carnaval e em outras festividades. Como resultado preliminar, a pesquisa evidenciou que a Praça da República, na década de 1980, era um dos principais espaços destinados ao carnaval, sendo um local de encontro de diversos blocos carnavalescos da época. Além disso, para controlar os brincantes, ocorria a repressão de forma truculenta por parte da polícia. De tal modo que é possível inferir que a grande maioria dos brincantes da época era da população periférica que via a praça como um espaço para a manifestação popular.

Palavras-chave: Praça; Manifestações Populares; Carnaval.

Referências

FRANÇA, J. P. *et al.* Espaços públicos, lazer e cidade: conformação de praças públicas em Belém-Pará. **Nova Revista Amazônica**, [S.I.], v. 7, n. 2, p. 183-207, 2019.

JUNIOR, R. L. O carnaval como manifestação popular: um paralelo entre a concepção beltraniana de carnaval em Recife e Olinda e o surgimento do carnaval carioca. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S.I.], v. 17, n. 39, p. 181-196, 2019.

PINSKY, C. B. (Org.). **Fontes históricas**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

VIANNA, A. **Acervo da Hemeroteca**. Belém: Biblioteca Arthur Vianna, 2022.

Reflexões sobre a relação do lazer com a qualidade de vida da pessoa idosa

Melinah Bezerra de Souza¹

Jéssika Paiva França²

Maria Augusta Freitas Costa³

Resumo: O trabalho aborda a relação entre lazer e envelhecimento identificando as principais dificuldades para o acesso de pessoas idosas aos espaços públicos e usufruto do lazer na cidade, fomentando reflexões sobre a importância do lazer para o bem-estar físico e mental da pessoa idosa. Nessa perspectiva, o **objetivo** central deste estudo foi analisar os principais desafios que o público da terceira idade enfrenta para usufruto do lazer nos espaços públicos. A **metodologia** seguiu uma abordagem qualitativa, sendo realizados levantamentos bibliográficos e documentais para o aprofundamento das categorias e conceitos de lazer, espaço público e envelhecimento aliado à investigação e à reunião de dados secundários gerais e recorte empírico da pesquisa circunscrito no município de Ananindeua, região metropolitana de Belém, bem como a realização de trabalho de campo em duas áreas desse município: a Feira da Cidade Nova VI e o Complexo Esportivo da Cidade Nova VIII, onde foram realizadas entrevistas com grupo específico: interlocutores na faixa etária de 60 a 75 anos, totalizando 15 entrevistas efetuadas entre junho e julho de 2019 por meio de formulários semiestruturados.

¹ Discente da FACTUR/UFPA. Graduanda do curso de Bacharelado em Turismo. E-mail: melinahbsouza@gmail.com.

² Docente da FACTUR/UFPA. Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela USP. E-mail: jfranca@ufpa.br.

³ Docente da FACTUR/ICSA. Doutora em Geografia pela UNESP/Pres. Prudente. E-mail: augustageotur@gmail.com.



Cada formulário possuía quatro perguntas, sendo três objetivas e uma subjetiva. Para compreender como o lazer se apresenta para os idosos nos dias atuais, utilizaram-se as concepções e referências teóricas de Marcellino (2007) sobre a prática do lazer e as barreiras interclasses sociais que engendram as faixas etárias que saem do mercado de trabalho, sendo estas barreiras do lazer. E as bases de Souza (2006) que assesta sobre a possibilidade de pessoas chegarem à terceira idade, atualmente, com a melhora da qualidade de vida, relacionada aos avanços da medicina e disseminação de informações sobre a importância de cuidados da saúde associados à ampliação dos sistemas de atendimento à população, inclusive, práticas realizadas ao ócio e tempo livre, como entretenimento, recreação, divertimento etc. A partir da análise das 15 entrevistas realizadas, os **resultados** apontam que os principais motivos à escolha do local para realizar uma atividade, em seu tempo livre, é a *segurança* seguida de fatores vinculados à *saúde* dos idosos da faixa etária em questão no município de Ananindeua. Na *segurança*, aparecem aspectos relacionados tanto ao policiamento quanto à estrutura adequada à mobilidade e à proximidade dos meios de acessibilidade. Na *saúde*, aparecem aspectos atrelados à prática de exercícios, a exemplo das caminhadas e alinhamento de prazer proporcionado pelo lazer, e a contribuição para a saúde física e mental. Além disso, constatou-se, como principais impedimentos e dificuldades à prática do lazer, a longa rotina de trabalho, problemas de saúde, comodismo e, principalmente, pouca ou nenhuma oferta de espaços destinados a esse fim. Ademais, detectaram-se, como elementos essenciais ao estímulo e à ampliação do lazer da terceira idade nas áreas em estudo, a revitalização das praças, da quadra de esportes e academias, assim como a promoção de atividades como aula de dança, cinema ao ar livre, caminhadas em grupo, hidroginástica e prática de educação física. Para isso, entende-se a necessidade do envolvimento de múltiplos setores da sociedade e de políticas voltadas à dinamização dos espaços públicos na cidade, pois corroboram com efetiva e real possibilidade de contemplar a população

idosos dessa região, o que indica ser necessário vincular as práticas de lazer com a disseminação da cultura e atendimentos da área da saúde sem custos para o público da terceira idade.

Palavras-chave: Lazer; Envelhecimento; Qualidade de Vida; Espaços públicos.

Referências

MARCELLINO, N. C. Algumas aproximações entre lazer e sociedade. **Animador Sociocultural** – Revista Ibero-americana, [S.L.], v. 1, n. 2, p. 5, maio/set. 2007.

SOUZA, H. M. R.; FILHO, W. J.; SOUZA, R. R. **Turismo e Qualidade de Vida na Terceira Idade**. Santana de Parnaíba: Manole, 2006. 23 p.

GT 2



Políticas públicas de lazer e turismo

Dr.^a Vânia Lúcia Quadros
Ma. Juliana Hamoy
Coordenadoras

Gestão Pública Municipal na Região Metropolitana de Belém

Larissa Gabriele Ferreira Moraes¹

Vânia Lúcia Quadros Nascimento²

Resumo: Este trabalho apresenta os resultados parciais de uma pesquisa sobre a gestão, a política pública e o planejamento do turismo em municípios da Região Metropolitana de Belém (RMB), composta por Ananindeua, Belém, Benevides, Castanhal, Marituba, Santa Bárbara e Santa Izabel. Justificou-se pela necessidade de estudar o fomento da atividade em municípios que pretendem ser destinos turísticos. Partiu-se do questionamento: como e por quem é realizada a gestão pública do turismo nos municípios da Região Metropolitana de Belém, no estado do Pará? Objetivou-se, então, descrever a gestão e o perfil dos gestores do turismo nos municípios da RMB. Como base analítica e metodológica, utilizou-se o Modelo de Fluxos Múltiplos de John W. Kingdon (1995; 2007; 2011), que fornece os subsídios necessários para analisar a gestão do turismo entendida e a se pensar, consoante a ele, como uma comunidade de políticas públicas e para caracterizar os gestores de turismo, participantes ativos da formulação da política pública. Para o alcance do objetivo, foram realizadas pesquisas bibliográfica e documental e entrevistas semiestruturadas no período de outubro de 2020 a fevereiro de 2022. Convém, desse modo, sintetizar o Modelo de Fluxos Múltiplos. Kingdon (1995; 2007; 2011) estabelece que os fluxos múltiplos são: fluxo de problemas (*problems stream*); fluxo de políticas

¹ Universidade Federal do Pará, Graduada em Turismo. E-mail: larissamoraes.ferreira@gmail.com.

² Universidade Federal do Pará, Turismóloga. E-mail: vaniaquadros.ufpa@gmail.com.



públicas (*policy stream*); e fluxo político (*political stream*). Cada um deles flui de modo independente no sistema político e sofre influências de fatores distintos que reverberam em suas dinâmicas. O fluxo de problemas é influenciado pelos indicadores, eventos-foco e *feedback* sobre programas existentes. O das políticas públicas congrega com as alternativas criadas nas comunidades de políticas públicas para servirem como soluções, sendo pensadas e criteriosamente selecionadas, considerando a viabilidade técnica, a harmonia com os valores dos membros das comunidades e a antecipação de restrições. E o fluxo político sofre influência do clima ou humor político, nesse caso, municipal, das mudanças internas nos governos e das forças políticas organizadas. Ainda que a existência independente dos fluxos seja verdadeira, a conexão entre eles pode ocorrer parcial ou totalmente. Quando a conexão entre os três fluxos ocorre totalmente, acontece a abertura de uma janela de políticas públicas (*policy window*). Tal abertura propicia a atuação do empreendedor de políticas públicas (*policy entrepreneur*) na defesa de um tema/problema que necessita ser resolvido, cuja solução se converte em benefícios futuros para ele. O empreendedor de políticas públicas pode ser encontrado tanto no grupo dos participantes ativos visíveis quanto no dos invisíveis. Integram o primeiro grupo os representantes máximos do Executivo e do Legislativo e seus assessores mais diretos, representantes de partidos políticos, comitês de campanha eleitoral e a mídia especializada em turismo. Eles influenciam mais o estabelecimento da agenda, enquanto aqueles que compõem o segundo grupo influenciam mais a especificação das alternativas e são os servidores públicos do segundo escalão do Executivo e do Legislativo, acadêmicos, pesquisadores, consultores e analistas de grupos de interesse. A formulação da política pública de turismo ocorre no solo fértil, segundo o modelo analítico, constituído pelo entendimento governamental sobre a relevância da área, o espaço concedido para o debate acerca do setor e a consideração no que concerne ao que a economia turística pode promover. Como previsto no Modelo de Fluxos

Múltiplos, o fluxo político sofre influências da mudança de governo que produz, então, alterações internas. Os resultados encontrados apontam que, de acordo com as leis orgânicas dos municípios da RMB, eles devem dispor de uma estrutura mínima capaz de gerir e promover a atividade turística em seus limites territoriais, mas o que diferencia a atividade turística neles é o fato de ser gerida de maneira diferenciada em cada um deles. Em Ananindeua, identificou-se que, inicialmente, a Secretaria Municipal de Turismo havia sido extinta, contudo não foi possível precisar quando isso aconteceu. No município de Belém, o órgão gestor de turismo é a Coordenadoria Municipal de Turismo (BELEMTUR), sendo que o ordenamento turístico municipal iniciou em de 18 de março de 1986, com a Lei Ordinária nº 7.341. Passaram a compor o sistema de gestão do turismo, no município, o Conselho Municipal de Turismo (CMT) em 1998 e o Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR) em 2011. Em Benevides, a pasta do turismo é associada à do meio ambiente, constituindo a Secretária Municipal de Gestão do Meio Ambiente e Turismo (SEMMAT). Em Castanhal, a legislação sobre a estrutura da gestão administrativa do município aponta que, em 2017, foi instituído o Programa Municipal de Incentivo ao Turismo (PROMTUR) e, em 2019, foi criado o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), ambos vinculados à Secretária Municipal de Indústria e Comércio. No município de Marituba, em 2009, foram criados o Departamento de Turismo do município de Marituba, o Conselho Municipal de Turismo de Marituba (COMTUR), como órgão de assessoramento ao Departamento, e o Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR) para captações orçamentárias. Porém, em 2014, houve uma reorganização na estrutura administrativa no município, tendo sido criada a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Trabalho, Emprego e Renda (SEDETER), realocando a pasta do turismo, antes vinculada à Secretaria Municipal de Cultura Municipal. Quanto à Santa Bárbara do Pará, em janeiro de 2003, a estrutura administrativa do município indicava a existência da Secretaria Municipal de Educação,

Cultura, Desportos e Turismo, constituída pelo Departamento de Cultura, Desportos e Turismo. Em setembro de 2010, com a reestruturação da administração do município, a Secretaria Municipal de Cultura, Desporto e Turismo passou a integrar o rol dos “III - ÓRGÃOS DE ATIVIDADES-FINS”. E, em 2013, foram propostas novas alterações na estrutura da administração municipal, com uma nova disposição das secretarias e demais órgãos municipais, modificando a seção “III - ÓRGÃOS DE ATIVIDADES-FINS” para “IV - ÓRGÃOS DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA”, o que englobou também a Secretaria Municipal de Cultura, Desporto e Turismo. Destaca-se que, em Santa Bárbara, inexistem os demais componentes do sistema de turismo, quais sejam o conselho e o fundo municipal de turismo, como encontrado em outros municípios da RMB. Por fim, no que concerne ao município de Santa Izabel do Pará, foi observada a existência da Secretaria Municipal de Cultura, Lazer, Turismo e Desportos (SECULTD), sendo que, em 2017, foi sancionada a criação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), ambos vinculados à SECULTD. Registra-se, ainda, que o fluxo político foi influenciado pela mudança de gestão ocorrida em 2016, gerando duas reeleições e cinco mudanças administrativas para os próximos quatro anos. O resultado das eleições gerou mudanças nos órgãos gestores municipais de turismo e na composição interna deles. O clima político novamente mudou em 2020, com seis eleições e apenas uma reeleição. Em relação ao período anterior, foi possível identificar continuidades, como a conservação de estruturas de gestão, tal como a Coordenadoria de Turismo de Belém (BELEMTUR) em Belém, bem como o agrupamento do turismo com outras pastas, como em Ananindeua, onde o turismo passou a integrar a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SEDEC). Foi possível identificar, também, mudanças como a criação do Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Ananindeua (COMDET) pela Lei nº 3.144, de 28 de maio de 2021 (ANANINDEUA, 2021). Para a

caracterização do perfil dos gestores municipais de turismo, planejou-se entrevistar os responsáveis pelo turismo nos sete municípios. Todavia, apenas três gestores dispuseram-se a fornecer a entrevista, sendo eles os de Ananindeua, Benevides e Marituba. Assim sendo, dois gestores são do sexo masculino e um do feminino. Um gestor e uma gestora possuem formação em Turismo. Dois deles foram pioneiros, pois não havia órgão de turismo na gestão anterior. No entanto, a mudança política, em decorrência da eleição, propôs o fomento ao turismo em virtude do potencial que os municípios possuem. Enquanto a outra gestora avança no cargo, pois a gestão anterior já reconhecia a necessidade de um órgão para gerir o turismo no município. Conclui-se que a gestão do turismo, nos municípios da RMB, é realizada de maneira diversificada, posto que, muitas vezes, ocorre a vinculação do turismo a outros setores e departamentos. Há um órgão exclusivo para gestão do turismo apenas em Belém, a BELEMTUR. Nos demais municípios, as secretarias congregam outras pastas, como é caso de Ananindeua, Benevides, Castanhal, Marituba, Santa Bárbara do Pará e Santa Izabel do Pará. Trata-se de uma prática que simboliza o uso do turismo como apoio ao município em detrimento de um trabalho independentemente da pasta. A ausência de mão de obra especializada na área, bem como do interesse político no tema, contribui para o protelamento do desenvolvimento pleno, amplo e duradouro dos potenciais turísticos da região. Conclui-se, desse modo, que a janela de oportunidade que possibilitou o fomento ao turismo nos municípios da RMB foi proporcionada pela reeleição dos gestores máximos do Executivo dos municípios, os prefeitos.

Palavras-chave: Gestão Pública do Turismo; Políticas Públicas de Turismo; Modelo de Fluxos Múltiplos; Região Metropolitana de Belém.

Referências

ANANINDEUA. **Lei nº 3.144, de 28 de maio de 2021**. Cria o Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Ananindeua – COMDET, e dá outras providências. Ananindeua, PA, 24 jun. 2021. p. 1-5. Disponível em: https://ananindeua.pa.gov.br/midias/legislacao/725_lei_n_3.144_28_de_maio_de_2021.pdf. Acesso em: 24 jun. 2021.

BELÉM (Município). **Lei Ordinária nº 7.341, de 18 de março de 1986**. Belém, PA, 18 out. 1986. Disponível em: http://www.belem.pa.gov.br/semaj/app/Sistema/view_lei.php?lei=7341&ano=1986&tipo=1. Acesso em: 21 jun. 2021.

KINGDON, J. W. Agenda setting. *In*: THEODOULOU, S. Z.; CAHN, M. A. (Org.). **Public policy: the essential readings**. New Jersey, USA: Prentice Hall, 1995. p. 105-113.

KINGDON, J. W. **Agendas, alternatives, and public policies**. 2th. ed. updated. [S.I.]: Longman Classics, 2011.

KINGDON, J. W. Juntando as coisas. *In*: SARAIVA, E.; FERRAREZI, E. (Org.). **Políticas públicas: coletânea**. Brasília, DF: ENAP, 2007. p. 225-246.

Política pública de turismo e desenvolvimento local: estudo de caso área urbana da fronteira franco-amapaense

Maria Elza de Souza Braga¹

Samara Sampaio²

Tatiane Costa da Silva³

Resumo: A partir de 2004, o turismo no Brasil passou a ser trabalhado de maneira regionalizada, orientado, oficialmente, pelo Programa de Regionalização do Turismo (PRT), o qual fazia parte do Plano Nacional de Turismo 2003-2007. No Amapá, cinco municípios estão no Mapa do Turismo Brasileiro e dividem-se em três categorias: Macapá – Categoria A; Oiapoque – Categoria C; Serra do Navio – Categoria D; Santana – Categoria D; e Tartarugalzinho – Categoria D. As cidades nas categorias A, B e C contam com 95% dos empregos formais na rede de hospedagem, 87% dos estabelecimentos formais de meios de hospedagem e 93% do fluxo doméstico têm fluxo internacional. Os municípios das categorias D e E reúnem características de cidades geradoras de fluxo turístico (AMAPÁ, 2016). De acordo com o Plano Estadual de Turismo (2016) vigente, o estado possui 5 regiões turísticas, conforme consta no mapa (Figura 1) abaixo:

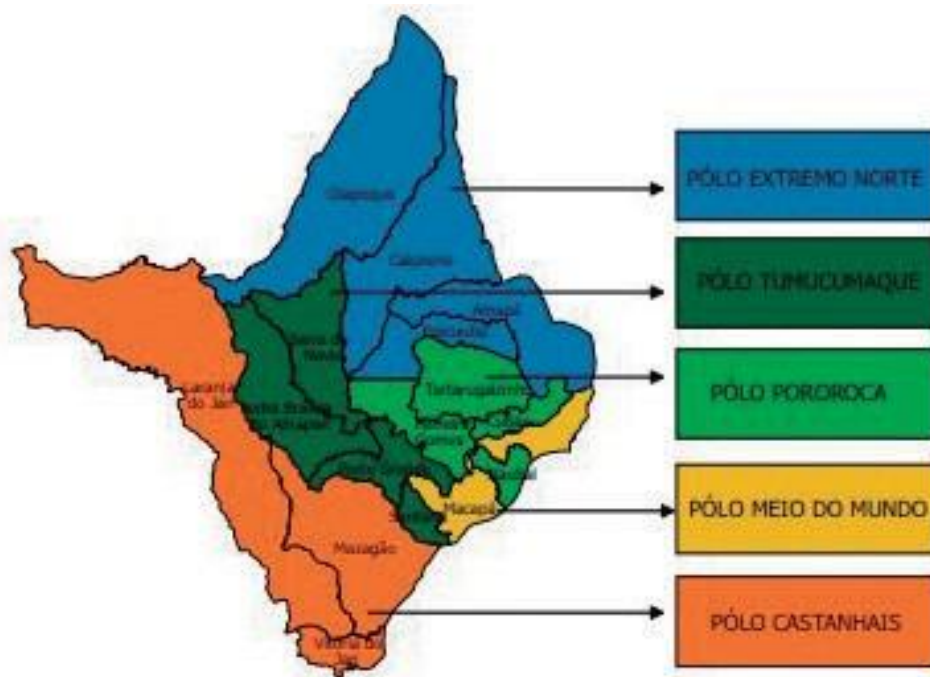
¹ Bacharel e Licenciada em Geografia, UNIFAP. E-mail: tatiane_geografa@hotmail.com.

² Bacharel em Turismo, UFF. E-mail: samara.sampaio@ifpa.edu.br.

³ Bacharel em Turismo, UNIFAP. E-mail: maria.braga@ifpa.edu.br.



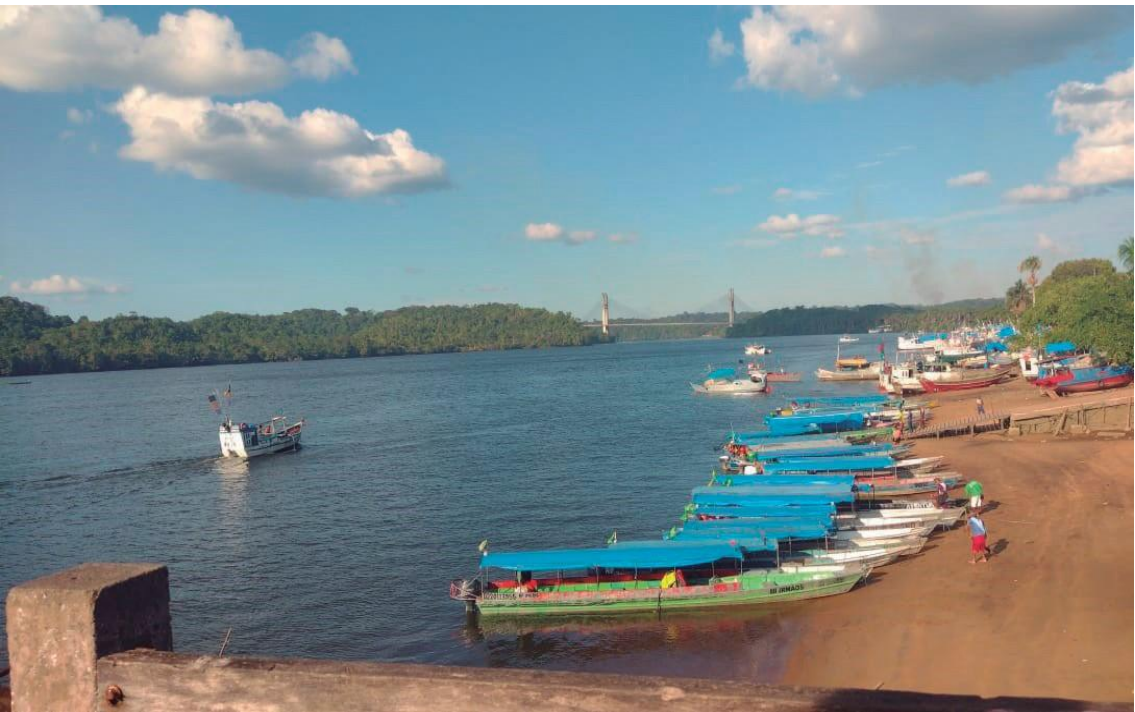
Figura 1 – Mapa dos polos turísticos do Amapá



Fonte: Secretaria de Turismo do Estado do Amapá (SETUR/AP) (2015).

O local de estudo será o município do Oiapoque, situado no polo turístico – Extremo Norte, onde Calçoene, Amapá e Pracuúba também fazem parte. O objetivo desta pesquisa é analisar as políticas públicas de turismo voltadas para a região do Oiapoque. A metodologia foi estruturada com base na pesquisa qualitativa, ao passo que o percurso metodológico traçado para esta pesquisa incluiu duas fases. Na primeira fase, a técnica utilizada foi a pesquisa bibliográfica para a composição do embasamento teórico através de artigos, teses, dissertações, livros e *e-books*. Na segunda fase, foi feita a pesquisa *in loco*, onde foi possível identificar as potencialidades turísticas localizadas na parte urbana da cidade.

Figura 2 – Rio Oiapoque



Autoria: Tatiane Costa (2022).

No contexto das políticas pública do turismo e do planejamento turístico, o papel do Estado é representado como um ator que potencializa o desenvolvimento e o crescimento da atividade turística em regiões menos favorecidas, planejando e alocando infraestruturas, visando melhorar a qualidade de vida dos moradores locais (TRENTIN; FONSECA FILHO, 2020). Segundo Dias (2003), política pública é o conjunto de ações executadas pelo Estado, enquanto sujeito, dirigidas a atender às necessidades de toda a sociedade. De acordo com Fratucci (2009), as políticas públicas são sempre resultados de decisões deliberadas a partir de um conjunto de alternativas propostas para solução de determinados dilemas ou questões de comunidades específicas. Conforme consta no Plano Estadual de Turismo (2016), a região tem grande potencial turístico para as atividades de ecoturismo, observação, cultural, base comunitária e arqueoturismo, no entanto, após visita ao local, foi observado que ela possui uma infraestrutura básica e turística incipiente. Devido à fronteira com a Guiana Francesa e a proximidade com Suriname e Guiana, o fluxo de turistas estrangeiros na região é intenso e aumentou com a construção da Ponte Binacional sobre o rio Oiapoque, conforme apresentado na Figura 2.

Resultados

A partir do estudo realizado, nota-se que o local de estudo possui um grande potencial para a atividade turística, entretanto, para que o turismo resulte em efeitos positivos para a comunidade, é necessário haver o planejamento das atividades turísticas, estimulando o desenvolvimento harmonioso do turismo em todas as escalas. Segundo Hall (2001), o planejamento turístico costuma ser uma “combinação de considerações econômicas, sociais e ambientais” que repercutem no seu desenvolvimento. Assim, o papel do Estado é garantir que a população tenha direito de usufruir dos benefícios proporcionados pelo turismo, ocasionando o bem-estar social.

Palavras-chave: Política Pública de Turismo; Plano Estadual de Turismo; Regionalização; Planejamento; Oiapoque.

Referências

AMAPÁ. Novo mapa do turismo brasileiro dá mais visibilidade para os municípios turísticos. Disponível em: <https://www.portogrande.ap.gov.br/noticia/1507/novo-mapa-do-turismo-brasileiro-da-mais-visibilidade-para-os-municipios-turisticos>. Acesso em: 10 out. 2022.

AMAPÁ. Secretaria Estadual de Turismo. **Plano Estadual de Turismo**. Disponível em: https://editor.amapa.gov.br/arquivos_portais/publicacoes/SETUR_1bb8f4257dfe44dd4c60ec08589735eb.pdf. Acesso em: 10 out. 2022.

BANTIM, N. R.; FRATUCCI, A. C. Gestão regional do turismo – participação e representatividade no Conselho Regional de Turismo das Agulhas Negras- RJ. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 108-124, jan./abr. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i1.1487>

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

FRATUCCI, A. C. Refletindo sobre a gestão dos espaços turísticos: perspectivas para as redes regionais de turismo. **Revista Turismo em Análise**, [S.I.], v. 20, n. 3, p. 391-408, 2009. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14192>. Acesso em: 10 jul. 2021.

HALL, C. M. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução: E. Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001.

TRENTIN, F.; FONSECA FILHO, A. S. Gestão pública em turismo: coordenação e comunicação no processo de inventário da oferta turística. **Caderno Virtual de Turismo**, [S.I.], v. 20, n. 1, 2020. DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.20n1.2020.1768>

Turismo em Tucuruí (PA): desafios para o planejamento e a gestão

Márcia Celleny Mousinho Castro¹

Eduardo Lima dos Santos Gomes²

Resumo: O objetivo do estudo é avaliar a relevância do Turismo como uma estratégia de desenvolvimento regional para o município de Tucuruí (PA), buscando analisar o comportamento das pessoas por meio do olhar e do ouvir acerca do que vem ser o turismo e as suas práticas de planejamento e gestão advindas da estrutura orgânica política desse município paraense, segundo a Lei Geral do Turismo (LGT) nº 11.771/2008, norteando a potencialidade do atrativo natural a um processo de engenharia turística promissora de forma a contribuir com o crescimento econômico da região. Para o fazimento de evidências e resultados, enquadrou-se o presente trabalho sob a égide da escola filosófica da Teoria Crítica (PANOSSO NETO; NECHAR, 2014), adotando a pesquisa qualitativa e quantitativa com a aplicação da técnica da amostragem não probabilística não intencional e uso do instrumento questionário para uma amostragem de 85 residentes no período de 7 a 14 de outubro do corrente ano via e-mail. De fato, salienta-se que o incentivo aos estudos mais críticos no turismo reverbera a possibilidade de compreender os complexos problemas enfrentados pela dinâmica do turismo na sociedade capitalista atual e, mais ainda, na Amazônia

¹ Bacharel em Administração, ICOSA/UFPA, Graduanda em Bacharelado em Turismo, ICOSA/UFPA, Pós-graduanda no curso de especialização em Empreendedorismo e Inovação em Negócios Turísticos, ICOSA/UFPA. E-mail: marcia.castro@icsa.ufpa.br.

² Doutorado em Ciências Socioambientais – Desenvolvimento Regional Sustentável, NAEA/UFPA. E-mail: egomes@ufpa.br.



brasileira. Com isso, posiciona-se filosoficamente em escolas que tecem o contradiscurso ao positivismo, tentando ser uma alternativa para os estudos do turismo em sociedades periféricas de desenvolvimento. Não obstante, arrisca-se a evidenciar ser perceptível o comportamento de conscientização e da importância do turismo por parte dos moradores com relação ao desenvolvimento sustentável econômico, que, atrelado às ações de políticas públicas, possa atribuir melhorias à sociedade. Contudo, urge a necessidade da responsabilidade afetiva e da formação de capital relacional com o fito de estar preparados para assumir uma aceitação de inovação e criação de empreendimentos turísticos ou qualificar os existentes, prevalecendo-se do elo institucional atribuído pela LGT (2008) com elaboração de planejamento de políticas públicas e de projetos empreendedores sustentáveis que impulsionem o turismo como fonte de crescimento socioeconômico no município. Nota-se que, devido à colonialidade ser mascarada pela face da modernidade e permeada pelas tecnologias sociais que encobrem o comportamento colonialista, a gestão pública do turismo é cética e sem perspectivas de capilaridades no território. Outrossim, a práxis do pensamento colonialista presente não corrobora para que haja um desenvolvimento do processo de forma conjunta. No que concerne à abordagem do turismo, é compreensivo firmar sua postura como educação empreendedora e incentivo à melhoria de vida na região do entorno do Lago da UHE Tucuruí-PA, considerando Beni (2004) que adequa, a partir da Teoria dos Sistemas (BERTANLANFY, 2010), o sistema de Turismo (SISTUR) para que a atividade turística possa ser desenvolvida através de uma visão sistêmica, analisando, de forma ampla, todo o percurso da produção, distribuição e consumo que envolve as ações e reações dos elementos envolvidos. Sendo uma ferramenta de extrema importância na elaboração e execução de planos deliberados em conjunto com os atores, permeando ações de Políticas Públicas que possam atribuir melhorias socioeconômicas ou socioambientais. Assim, já pressupõe Schumpeter (1997) que o desenvolvimento econômico deve ser inserido

em um meio competitivo e inovador. Algo que a atividade turística vem moldando e adaptando nessa economia 4.0. Logo, pode-se afirmar, a partir da literatura nacional e internacional, que o Turismo é uma estratégia de desenvolvimento que os *stakeholders* podem fazer uso com propósito a somar com as ações das políticas públicas direcionadas ao território.

Palavras-chave: Turismo; Planejamento; Políticas Públicas; Economia; Desenvolvimento.

Referências

BENI, M. C. **Turismo:** planejamento turístico; turismo; sistema de turismo. São Paulo: SENAC, 2004. 515 p.

BERTALANFFY, L. V. **Fundamentos, desenvolvimento e aplicações.** Tradução de Francisco M. Guimarães. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PANOSSO NETTO, A.; NECHAR, M. C. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 120-144, jan./mar. 2014.

SCHUMPETER, J. A. **Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** Tradução de Maria Silva Passos. Sorocaba, SP: Nova Cultural Ltda; Círculo do Livro Ltda, 1997.

GT 3



Turismo, cultura e patrimônio

**Professores Dr. Raul Campos
Dr.^a Maria Augusta Freitas
Coordenadores**

Caminhos da Fé: um olhar sobre o Auto do Círio durante a pandemia

Nicole Ferreira Vaz¹

Maria Augusta Freitas Costa²

Resumo: O Auto do Círio é um cortejo realizado nas ruas de Belém como expressão artística, cultural e religiosa que se tornou um bem associado ao patrimônio imaterial Círio de Nazaré, festa da religiosidade paraense e um atrativo turístico significativo da localidade. Neste artigo, procurou-se analisar a relação entre a efetivação desse cortejo e as restrições turísticas durante a pandemia. Partindo de uma abordagem qualitativa, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e documental em artigos, livros, monografias e dados de relatórios, o levantamento de dados em meios de comunicação (*internet*, jornais, revistas) e o acompanhamento das redes sociais dos organizadores do Auto do Círio (*YouTube, Instagram e Twitter*). Como referencial teórico, utilizaram-se: Brígida (2008), Bittencourt (2018) e Rocque (2014) acerca do Auto do Círio; Rocque (2014), Frugoli e Bueno (2014) e Iphan (2004) para o Círio de Nazaré; Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) e Machado e Dias (2009) sobre o turismo e cultura; e Leme (2020) e Oliveira (2017) a respeito das redes sociais. Os resultados da pesquisa indicaram a paralisação das celebrações presenciais do cortejo do Auto do Círio entre os anos de 2020 e 2021, período de eclosão e disseminação da pandemia de Covid-19, que iniciou no Brasil em fevereiro de 2020 e no Estado do Pará em março do mesmo ano; e o uso constante

¹ Universidade Federal do Pará, Graduanda do Curso de Turismo. E-mail: nicolefvaz@yahoo.com.br.

² Universidade Federal do Pará, Doutora em Geografia. E-mail: augustageotur@gmail.com.



das redes sociais nos dois anos de pandemia com intensificação nas plataformas *YouTube*, *Instagram* e *Twitter*, que foram utilizadas para divulgação das atividades do Auto, em especial, o *YouTube*, como contraponto às medidas de restrições dos fluxos turísticos na cidade de Belém, provocadas pelo estabelecimento do *lockdown*, proibição de aglomerações e cancelamento dos eventos paraenses. Assim, por meio do *YouTube* dos organizadores, foram transmitidos durante os anos de 2020 e 2021, nas sextas-feiras que antecedem o Círio, vídeos de homenagens à festa do Círio de maneira artística. Utilizando-se as estações do espetáculo para cada momento, os vídeos detinham encenações teatrais, danças, canções, orações, poesias e histórias contadas de aspecto único, manifestando e interpretando suas homenagens à santa. Nesse sentido, os vídeos apresentaram elementos que remetem ao cortejo presencial. Além disso, os aplicativos *WhatsApp* e *Google Forms* foram usados para expandir as informações criando lista de transmissões, inscrições para oficinas virtuais e para os vídeos que seriam usados na transmissão. Dessa forma, constatou-se que as homenagens à Virgem de Nazaré, durante o Auto do Círio no período da pandemia, foram apresentadas mesmo sem os festejos do Círio de Nazaré e toda a movimentação econômica e turística daí decorrente. Logo, percebeu-se que o Auto do Círio manteve suas celebrações no período pandêmico com adaptações, criando alternativas nas redes sociais e sendo as principais ferramentas para continuar levar as homenagens à Virgem de Nazaré.

Palavras-chave: Auto do Círio; Círio de Nazaré; Pandemia; Turismo; Redes Sociais.

Referências

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural**: orientações básicas. Coordenação-Geral de Segmentação. Brasília, DF: MTur, 2006.

BRÍGIDA, M. S. O Auto do Círio: Festa, Fé e Espetacularidade. **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 35-48, 2008.

BITTENCOURT, N. M. B. **Auto do Círio**: a organização da informação sobre um patrimônio construído pela Universidade Federal do Pará. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Museologia) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.

FRUGOLI, R; BUENO, M. S. O Círio de Nazaré: relações entre o sagrado e o profano. **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 7, n. 1, p. 135-155, janeiro de 2014.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Dossiê Círio**. Pará: IPHAN/PA, 2004.

LEME, M. C. S. A contribuição das redes sociais para o compartilhamento do conhecimento. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 7., 2020, Maceió. **Anais...** Maceió, 2020. Disponível em: https://editorarealize.com.br/editora/anais/conedu/2020/TRABALHO_EV140_MD4_SA19_ID7462_01102020191051.pdf. Acesso em: 15 out. 2022.

MACHADO, G. C.; DIAS, R. Patrimônio Cultural e Turismo: educação, transformação e desenvolvimento local. **Patrimônio**: Lazer & Turismo, v. 6, n. 8, p. 1-11, 2009.

OLIVEIRA, J. N. YouTube como fonte de conhecimento: análise sobre como o YouTube auxilia na construção da vida profissional e na desintermediação das práticas em grupos de camada popular.

In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Anais... Curitiba, 2017. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/>

nacional2017/resumos/R12-0723-1.pdf. Acesso em: 15 out. 2022.

ROCQUE, C. **História do Círio e da festa de Nazaré**. Belém: IOE, 2014.

Estação Ferroviária de Icoaraci: identidade cultural e turismo

Alexandra do Socorro Serrão¹

Luana Larissa Araújo de Alcântara²

Raul Ivan Raiol de Campos³

Resumo: A identidade é uma categoria extremamente diferenciada dentro das ciências humanas e sociais. Pode ser abordada em relação à questão de gênero, pode ser definida a partir da religião que se professa, pode ser construída, e geralmente o é, com a contribuição da atividade profissional que uma pessoa exerce, está intimamente ligada ao grupo étnico ao qual pertencemos, o que inclui outras categorias como língua, costumes etc. Através da memória e da construção da identidade de um povo, surge o turismo com a perspectiva de preservar a cultura e fazer dela um produto turístico que tem uma demanda específica, pois quem procura esse tipo de turismo quer outro tipo de atração que é conhecer o Patrimônio Cultural daquela localidade. A cultura como atrativo turístico é considerada uma atividade econômica de importância global, que abarca elementos econômicos, sociais, culturais e ambientais. A relação existente entre cultura e turismo é, visivelmente, notada quando o turismo se apropria das manifestações culturais, da arte e dos artefatos da cultura. Por sua vez, a cultura também se apropria do turismo no que diz respeito à formatação das expressões culturais para o desenvolvimento do turismo. Diante dessa perspectiva, o presente trabalho tem o objetivo de analisar a estação ferroviária de Icoaraci como atrativo turístico

¹ Estudante do curso de Turismo. E-mail: alexandracardoso54@gmail.com.

² Estudante do curso de Turismo. E-mail: luanaaraujo97@gmail.com.

³ Professor da Universidade Federal do Pará. E-mail: raulcampos@ufpa.com.



e sua contribuição na identidade cultural dos residentes locais. A metodologia utilizada para este trabalho fundamentou-se na pesquisa bibliográfica, grande parte foi feita por meio de livros, jornais e revistas, e na pesquisa documental, realizada por intermédio de documentos da biblioteca central e do terminal ferroviário contribuindo, dessa forma, para a referente pesquisa. Justifica-se esse caminho em razão da importância histórica da estação ferroviária que, na segunda metade do século XIX em meio à *Belle Époque*, representava a melhoria no sistema de transporte, ao possibilitar maior circulação de mercadorias, propiciando o desenvolvimento das atividades comerciais dos produtos que recebia via fluvial, sendo um espaço participante no processo de criação da identidade histórico-cultural. Inaugurada em 7 de janeiro de 1906, funcionou entre os anos de 1906 e 1964, estando localizada na praça Paz de Carvalho bem do lado da Igreja de São João Batista e Nossa Senhora das Graças matriz de Icoaraci, a estação era o último ramal da estrada Belém-Bragança. O trem fazia o percurso pelas principais vias da cidade, seguia pela rodovia Augusto Montenegro e, em seguida, pegava a rua Tito Franco, atual Avenida Almirante Barroso. O trem transportava passageiros e mercadorias, porém a estação era mais que um entreposto para o ponto de encontro da população local, uma vez que trazia modernidade e momentos de integração da população. Com os novos valores introduzidos na sociedade naquela época, pelo progresso, modernidade e industrialização, constatou-se que a antiga estação deixou muitas lembranças e sentimentos passados de pai para filho, de avô para neto. Carinhosamente, é necessário rememorar as falas ou a memória da beleza, variações de cores, fermentando e gerando a identidade dos moradores passando de geração a geração. Atualmente, a estação é local para exposição de movimentos artísticos, em que são desenvolvidas feiras culturais, dança e exposições de artistas locais, contribuindo para a construção e incentivo turístico na visitação ao espaço. Conclui-se que identidade/identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características

que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda, a partir de um mesmo ideal (HALL, 2005, p.106). Sendo a estação uma marca da história e da identidade dos residentes locais, trata-se de uma opção turística de amplo conhecimento e cultura.

Palavras-chave: Identidade; Cultura; Atrativo Turístico; Turismo.

Referências

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. 106 p.

MOLETTA, V. F. **Turismo Cultural**. Porto Alegre: SEBRAE/RS. 1998.

SANTOS, B. S. Modernidade, identidade e a cultura de fronteira. **Rev. Sociol. USP**, São Paulo, v. 5, n. 1-2, p. 31-52, 1993.

SOARES, K. H. G. G. *et al.* **As formas de morar na Belém da Belle-Époque (1870-1910)**. 2008. 247 f. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Faculdade de História, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.

Histórias de Carnaval: um estudo de caso da cidade de Belém, Pará

*Milene de Cássia Santos de Castro*¹

Resumo: A prática de eventos se dá por meio de acontecimentos pensados com objetivos previamente determinados, seja em âmbito social, empresarial ou científico. A reclusão forçada, proveniente da pandemia da Covid-19, alterou a dinâmica de realização de eventos e aglomerações em nível mundial. No entanto, infere-se que influências culturais, mais especificamente relacionadas ao setor musical, também alteraram o modo de experimentar a cultura carnavalesca em Belém. Todavia, a necessidade de mercado se redesenhou e, assim, novos modelos de produção foram criados, a exemplo as *lives*². Para Sarges (2002), os festejos e celebrações de rua, entre os séculos XIX e XX, sendo meios de lazer e devoção entre a população belenense, ocorriam em praticamente todos os espaços públicos de Belém. As mudanças urbanísticas e de higienização, impostas por Antônio Lemos, não alteraram o diverso calendário de eventos da cidade e possibilitaram ao trabalhador pobre a expressão de suas tradições e práticas culturais. Por conseguinte, o Carnaval foi o principal motivador para o primeiro ordenamento no espaço público destinado a eventos, devido a um conflito com a ideia de projeto civilizatório relacionado à ordem e aos bons costumes. Foram criadas várias normas e proibições que empobreceram o Carnaval de rua belenense (SARGES, 2002). Para Costa (2016), o Carnaval no Pará se divide em três fases: 1) *Carnaval*

¹ Mestra em Turismo, UFPA. E-mail: castro.milene2010@gmail.com.

² Transmissões ao vivo realizadas por meio de redes sociais.



*de Entrudo*³, de 1695 a 1844; 2) *Carnaval Pós-entrudo*, de 1844 a 1934; e 3) *Carnaval da Era do Samba*, de 1934 até a atualidade. No entanto, o autor sinaliza que a fase do Carnaval da Era do Samba se divide em duas etapas: 1) *Batalhas de confete*, de 1934 a 1957; 2) *Carnaval de avenida*, a partir de 1957. O Carnaval de Entrudo também realizado em Curitiba, dava-se na área central da cidade e pela classe operária a partir de uma “guerra” de laranjinha e água de cheiro, sendo, posteriormente, combatida pelos gestores municipais (BLUM, 2013). Borges (2016) relata que, no Carnaval paraense, a prática do entrudo se deu por intermédio dos colonizadores portugueses. Posteriormente, a cultura do Carnaval de Pernambuco e do Rio de Janeiro também é inserida nas práticas paraenses através do comércio marítimo entre seus centros comerciais. Costa (2016) viabiliza informações sobre a terceira fase do Carnaval Paraense e sinaliza como uns dos principais marcos o aparecimento da primeira Escola de Samba, no estilo carioca, no ano de 1934. Borges (2016) elenca a abrangência das escolas de samba como fortalecedor de vínculos sociais e simbólicos promovendo, em Belém, laços identitários e culturais entre seus brincantes que conviviam em espaços comuns, como agremiações, clubes e centros comunitários. Segundo Costa (2016), os aspectos cariocas foram introduzidos no Carnaval belenense através de Raimundo Manito, um operário que morou por alguns anos no Rio de Janeiro. Por conseguinte, em 1957, o Carnaval belenense passou a ser organizado pela Prefeitura de Belém e o Carnaval aos moldes cariocas perduraram, como: o samba, os sambas-enredo e a alas temáticas. O autor ressalta a popularidade e a centralidade cultural da festa em Belém durante as décadas de 1970 a 1980 e elenca a Praça da República⁴, no período chama de Largo da Pólvora, como o principal lugar de convergência do evento (COSTA, 2016). Borges (2016) infere

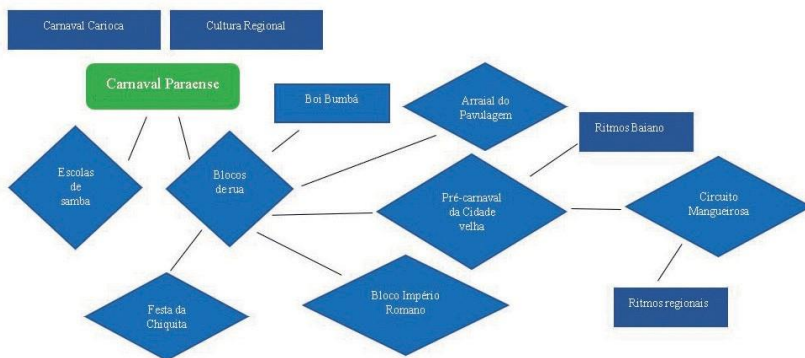
³ Antiga celebração que acontecia nos três primeiros dias antes da Quaresma e que foi substituída pelo atual Carnaval.

⁴ Local de realização dos desfiles das escolas de samba belenenses até o ano de 1982.

que Raimundo Manito, ao criar a primeira escola de samba de Belém, teve como meta dar visibilidade ao Carnaval do bairro do Jurunas. Desse modo, em um primeiro momento, desenvolveu o bloco “Quem Fala de Nós tem Paixão” com bateria e uso de tamborins na percussão, estes que, nesse período, não eram conhecidos na cidade. Posteriormente, já na categoria de escola de samba, passou a se chamar “Rancho Não Posso Me Amofiná”. Importante ressaltar que, na fase das *batalhas de confete*, as Escolas de Samba e blocos de rua possuíam calendários distintos e suas atividades eram patrocinadas, geralmente, por empresas privadas e pela prefeitura de Belém. No entanto, as escolas de samba, sobretudo, no período oficial de Carnaval, eram convidadas a participar dos eventos promovidos pelos blocos (COSTA, 2016). Elementos regionais foram introduzidos e construíram um modo diferenciado de experienciar o Carnaval belenense em comparação ao Carnaval carioca, por exemplo: a) porta estandarte e balizas, infere-se através dos maracatus e cordões carnavalescos; b) temáticas regionais nos sambas-enredo; c) sambas-enredo de ritmo mais lento; d) uso de materiais regionais nas alas e alegorias; e) vocabulário local, uso do termo: brincante⁵ para referenciar o participante de blocos e escolas de samba; f) o Concurso Rainha das Rainhas, criado em 1947, com o intuito de escolher a melhor fantasia das representantes de clubes locais. A partir do entendimento apresentado por Costa (2016), sugere-se que a influência externa, proveniente do Rio de Janeiro, promoveu um festejar diferenciado para o belenense em comparação com as práticas realizadas anteriormente, embora os brincantes tenham construído novos modos de vivenciar a festa. Nesse sentido, novas formas de vivenciar o Carnaval e em outros períodos do ano são observados na Figura 1.

⁵ Também utilizado em grupos juninos: cordões de pássaro, quadrilhas etc.

Figura 1 – Fluxograma dos folguedos⁶ de Carnaval na cidade de Belém na fase Carnaval na Era do Samba



Fonte: Adaptado de Costa (2016) e entrevista de Elói Iglesias (2021).

A Figura 1 representou ramificações do Carnaval na área urbana de Belém, identificadas a partir da pesquisa bibliográfica e documental, de modo que os espaços em que as festas ocorriam, muitas vezes, poderiam ser os mesmos. Todavia, entende-se que apenas o compartilhamento do espaço não foi determinante para a criação de novas manifestações culturais. Entretanto, a espacialidade, proveniente desses espaços, inspirou a produção de novas expressões culturais, do qual se pode citar o Arraial do Pavulagem, a Festa da Chiquita etc., bem como a mesma vivência cultural, na qual festas populares durante o ano se mesclavam e compartilhavam os brincantes (COSTA, 2016). No que concerne à caracterização do estudo de caso, Gil (2002) sinaliza como um estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos com a finalidade de conhecer ampla e detalhadamente um assunto específico. O estudo de caso se define como um estudo empírico e tem por finalidade investigar fenômenos atuais. Logo, as implicações práticas do artigo são: o Carnaval belenense passa por processos de expansão e retração constantemente, entretanto, tem se mostrado resiliente e apto às novas tendências e às

⁶ Manifestações culturais relacionadas a dança, música e teatro.

necessidades do mercado consumidor, ao pensar o Carnaval como um produto, e aos seus brincantes, que percebem o Carnaval como uma expressão cultural.

Palavras-chave: Carnaval; Bloco de Rua; Manifestações culturais; Estudo de Caso; Belém-PA.

Referências

BORGES, A. M. F. Rancho: escola de samba, patrimônio cultural e cidadania em Belém do Pará. **Revista Terceira Margem Amazônia**, [S.I.], v. 2, n. 7, p. 315-335, 2017.

BLUM, C. G. **Carnaval curitibano**: o “lugar” de uma festa popular na cidade. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2013.

COSTA, T. L. Carnaval e música carnavalesca em Belém do Pará: tradições e hibridismos. **ArtCultura** – Revista de História, Cultura e Arte, v. 18, n. 32, p. 75-92, jan./jun. 2016.

GIL, A. C. Como classificar as pesquisas? *In*: **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SARGES, M. N. **Belém**: Riquezas Produzindo a Belle-Époque (1870/1912). Belém: Paka-Tatu, 2002.

As mídias sociais e os Centros de Visitações em espaços de interesse turístico: a experiência do Solar Barão do Guajará

Ingrid Caroline Bezerra Assunção¹

Denize Silva Leal²

Vânia Lúcia Quadros³

Resumo: O Centro de Visitação Solar Barão do Guajará (CVSBG) foi criado com o intuito de promover a visitação pública no referido Solar em 2018, integrando o Programa de Extensão Centro de Visitação em Espaços de Interesse Turístico (CVEITUR), do qual já fazia parte o Centro de Visitação Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença (CVEOP). Entretanto, havia a necessidade de difusão dos serviços ofertados, da estrutura e da história do Solar e do Estádio Olímpico por meio das plataformas digitais. Então, foram criados perfis do CVEOP e do CVSBG no *Facebook* e no *Instagram*, que eram geridos de modo amador pelas equipes dos respectivos centros de visitação. Porém, tornou-se imprescindível que tais mídias recebessem atenção específica e efetiva. Assim sendo e visando “[...] expandir, coordenar e consolidar os pontos de memória digital e comunicação turística dos Centros de Visitação em Espaços de Interesse Turístico, com ênfase nos centros do Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença (CVEOP) e do Solar Barão do Guajará (CVSBG)” foi criado, em 2019, o Projeto

¹ Universidade Federal do Pará, Discente de Turismo. E-mail: ingrid.assuncao@icsa.ufpa.br.

² Universidade Federal do Pará, Discente de Turismo. E-mail: denize.leal@icsa.ufpa.br.

³ Universidade Federal do Pará, Turismóloga. E-mail: vaniaquadros.ufpa@gmail.com.



de Extensão Patrimônio, Memória e Comunicação Turística: resgate e promoção digital de Centros de Visitação em Espaços de Interesse Turístico (NASCIMENTO, 2019, p. 2). Tal projeto possibilitou ampliar a visibilidade dos dois Centros nas mídias sociais digitais, ressaltando-os como atrativos turísticos paraenses e incentivando a visitação deles, tanto pela população local como pelos turistas nacionais e internacionais. Ressalta-se que o projeto “ganha solo fértil com o avanço da chamada era digital, especialmente no atual momento de pandemia e pós-pandemia” (NASCIMENTO, 2022, p. 3). De acordo com Castrogiovanni (s.d.), as redes sociais digitais se constituem como recursos maximizadores da produção, compartilhamento e acesso a conteúdos relacionados à atividade turística. Nesse sentido, a rede mundial de computadores está intimamente relacionada com a atividade turística, sobretudo, no que tange à promoção e à divulgação de informações textuais e imagéticas dos destinos turísticos mundiais. Em meio às adversidades causadas pela pandemia, a tecnologia despontou, de maneira mais concreta, eficiente e efetiva, como uma ferramenta de acesso e compartilhamento de informações, transformando as mídias sociais em instrumentos essenciais. Nesse contexto, a pesquisa ora relatada surgiu da necessidade de entender o papel das mídias sociais de centros de visitação de espaços turísticos no período pandêmico e no retorno das atividades presenciais. O objetivo consistiu em analisar o perfil do Centro de Visitação Solar Barão do Guajará no *Instagram* no período de 2018 a 2022. Para tanto, fez-se a divisão do período estudado em três momentos: o primeiro de 09/08/2018 a 17/03/2020, considerado pré-pandêmico; o segundo, de 21/03/2020 a 18/05/2022, classificado como pandêmico; e o terceiro, 23/05 a 11/10/2022, denominando a retomada das atividades presenciais no Solar. Em seguida, tomou-se variável de análise a métrica de alcance, contabilizando-se a evolução dela nos três momentos definidos. Desse modo, identificou-se que, no primeiro período (09/08/2018 a 17/03/2020), foram postadas 43 publicações, com alcance total de 5.234 pessoas; sendo, em média, 122 pessoas por

publicação. No segundo período (21/03/2020 a 18/05/2022), foram 104 publicações, com alcance total de 69.827 pessoas, sendo a média de 671 pessoas por publicação. No terceiro período (23/05 a 11/10/2022), foram 21 publicações, cujo alcance total foi de 29.673 pessoas, e a média de 1.413 pessoas por publicação. Nota-se que o maior alcance total foi durante a pandemia de Covid-19, quando o deslocamento das pessoas foi limitado, medida adotada pelos órgãos competentes para combater a propagação do vírus, bem como os espaços turísticos foram fechados para a visitação pública. O mesmo aconteceu com a média de pessoas por publicação, que também semostrou maior durante a pandemia. Todavia, o número de seguidores do Centro no *Instagram* duplicou após a reabertura do Solar para visitação pública, gerando a maior média por publicação no terceiro momento. Isto, pois, no primeiro período estudado, o CVSBG tinha 1.379 seguidores. No transcurso do período pandêmico, esse número aumentou para 1.650 seguidores e, no terceiro período, passou a somar 3.371 seguidores. Portanto, a situação gerada pela pandemia evidenciou, ainda mais, as mídias sociais como plataformas de comunicação e acesso à informação, podendo ser apresentada como uma tendência na lógica de gestão das atividades turísticas. Em vista disso, caracterizam-se como ferramentas de divulgação e promoção essenciais para o fomento ao turismo nesse novo período pós-pandemia.

Palavras-chave: Turismo; Mídias Sociais; Centro de Visitação Solar Barão do Guajará; Pandemia da Covid-19; Belém do Pará.

Referências

CASTROGIOVANNI, C. **A complexidade do espaço turístico e a sustentabilidade**. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/54167398/A-Complexidade-do-Espaco-Turistico-e-a-Sustentabilidade>. Acesso em: 22 out. 2022.

NASCIMENTO, V. L. Q. Projeto de Extensão Patrimônio, Memória e Comunicação Turística: resgate e promoção digital de Centros de Visitação em Espaços de Interesse Turístico. Belém: FACTUR/UFPA, 2019.

NASCIMENTO, V. L. Q. Projeto de Extensão Comunicação Turística, Mídias Sociais e Memória: resgate e promoção digital de Centros de Visitação em espaços de interesse turístico. Belém: FACTUR/UFPA, 2022.

As mídias sociais como ferramenta para a promoção de espaços de interesse turístico: a experiência do Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença

Denize da Silva Leal¹

Ingrid Caroline Bezerra Assunção²

Vânia Lúcia Quadros³

Resumo: O Centro de Visitação Estádio Olímpico do Pará (CVEOP) integra o Programa de Extensão Centro de Visitação em Espaços de Interesse Turístico (CVEITUR) e foi implantado em 2016 com o objetivo de gerir atividades de visitação no Estádio Olímpico Edgar Proença (EOP), também denominado Estádio Mangueirão na cidade de Belém do Pará. O vínculo com as plataformas digitais teve início em 2017, com a criação do blog Mangueirão da Memória (NASCIMENTO, 2017). Paralelamente ao blog, foram criados perfis do EOP no *Facebook* e no *Instagram*, que eram administrados pela equipe do CVEOP. Em 2019, foi criado o Projeto de Extensão Patrimônio, Memória e Comunicação Turística: resgate e promoção digital de Centros de Visitação em Espaços de Interesse Turístico com o intuito de “[...] expandir, coordenar e consolidar os pontos de memória digital e comunicação turística dos Centros de Visitação em Espaços de Interesse Turístico, com ênfase nos centros do Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença (CVEOP) e do Solar Barão do Guajará (CVSBG)” (NASCIMENTO, 2019, p. 2). Com

¹ Universidade Federal do Pará, Discente de Turismo. E-mail: denize.leal@icsa.ufpa.br.

² Universidade Federal do Pará, Discente de Turismo. E-mail: ingridassuncaa@gmail.com.

³ Universidade Federal do Pará, Turismóloga. E-mail: vaniaquadros.ufpa@gmail.com.



isso, as mídias sociais do EOP (blog, *Facebook* e *Instagram*) passaram a ter uma equipe exclusiva para geri-las, dado o montante de atividades a serem realizadas e o tempo necessário para tanto. Atualmente, a comunicação dos Centros de Visitação, via mídias sociais, “Ganha solo fértil com o avanço da chamada era digital, especialmente no atual momento de pandemia e pós-pandemia” (NASCIMENTO, 2022, p. 3). Assim, a se pensar como Leal (2020), as mídias sociais se tornaram uma ferramenta importante para a comunicação dos espaços de interesse turístico. Nesse sentido, a pandemia mundial foi um desafio para a criação de conteúdo para as redes sociais do EOP, pois foi necessário replanejar o cronograma de publicações que são construídos a partir de “levantamentos regulares de dados, fatos e imagens em jornais impressos e nas versões on-line, na internet, em livros, em periódicos e nos arquivos dos próprios Centros de Visitação” (NASCIMENTO, 2022, p. 7). Nesse contexto, o objetivo da pesquisa foi analisar o desempenho das redes sociais entre os anos de 2018 e 2022, com a necessidade de entender o perfil on-line do EOP no período pandêmico e no retorno das atividades presenciais. Utilizaram-se as métricas expostas no *Instagram*, que registram e demonstram o alcance das postagens em âmbito nacional e internacional, tal como uma pesquisa, aplicada em agosto de 2021, sobre a intenção de visitação no EOP no cenário pós-pandemia. No período de 09/08/2018 a 17/03/2020, antes da pandemia do Covid-19, a plataforma virtual tinha o objetivo de expor fotos dos visitantes do EOP, capturadas durante as visitas presenciais ao Estádio, havendo cerca de 35 visualiza es de internautas para cada uma das 188 publica es, perfazendo um alcance total de 6.594 pessoas. No período pandêmico mais restritivo, entre 21/03/2020 e 03/05/2022, notou-se um crescimento, em média, de 440 visualiza es por publica o, 104 publica es e alcance total de 45.781 pessoas, tendo sido fundamental adaptar o conteúdo das publica es, isso porque as atividades presenciais estavam suspensas. Portanto, novos quadros interativos foram criados com o objetivo de manter a intera o dos internautas, tais como:

Curiosidades CVEOP e Memórias do Bandola. Por fim, no período de 26/05/2021 a 09/10/2022, o *Instagram* do CVEOP teve um alcance total de 9.931 pessoas, 12 publicações e 827 visualizações por publicação, um crescimento de quase o dobro em relação ao período anterior. De acordo com a pesquisa sobre a intenção de visitação no EOP, aplicada em 2021, 100% dos respondentes demonstraram interesse em visitar o Estádio no cenário pós-pandemia. No tocante às medidas de prote o da Covid-19, cerca de 33,3% consideraram que a experiência de visita o, nos espaços turísticos, seria boa e 66,7% avaliaram como ótima. Porém, cerca de 94,4% avaliaram como necessária a utiliza o de máscaras e álcool em gel. Vale ressaltar que o Governo do Estado do Pará iniciou um projeto de reforma no EOP, em fevereiro de 2021, que ainda está em execu o. Embora as atividades presenciais permaneçam suspensas por tempo indeterminado, existe uma grande expectativa por parte dos internautas que visitam o *Instagram* do EOP quanto ao retorno das atividades presenciais. Conclui-se que a comunica o digital tornou-se, por meio das mídias sociais, uma forte aliada para a gestão de espaços de interesse turísticos durante a pandemia, visto que o alcance delas aumentou durante e após o período mais restritivo imposto em virtude da medida de combate   Covid-19. As mídias sociais são também fundamentais para o fomento da prática turística no cenário pós-pandemia, dado que os turistas/internautas as buscam para conhecer mais sobre os locais e destinos turísticos que pretendem visitar.

Palavras-chave: Turismo; Redes Sociais; Centro de Visita o; Mangueirão; Pandemia.

Referências

LEAL, D. S. As mídias sociais e os Centros de Visitação em Espaços de Interesse Turístico. Congresso Brasileiro de Extensão Universitária, 9., 2020, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: 2020.

NASCIMENTO, V. L. Q. **Projeto de Extensão Mangueirão da Memória**: resgate digital e patrimonial do Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença. Belém: FACTUR/UFPA, 2017.

NASCIMENTO, V. L. Q. **Patrimônio, Memória e Comunicação Turística**: resgate e promoção digital de Centros de Visitação em Espaços de Interesse Turístico. Belém: FACTUR/UFPA, 2019.

NASCIMENTO, V. L. Q. **Projeto de Extensão Comunicação Turística, Mídias Sociais e Memória**: resgate e promoção digital dos centros de visitação em espaços de interesse turístico. Belém: FACTUR/UFPA, 2022.

GT 4



**Turismo, economia e
mercado de trabalho**

**Professores Dr. Eduardo Gomes
Dr. Lúcio Bentes
Coordenadores**

Uma análise sobre os egressos da Faculdade de Turismo da Universidade Federal do Pará de 1975 a 2020

Pâmela Natália Beltrão Leal¹

Silvia Helena Ribeiro Cruz²

Resumo: O turismo é uma atividade que esteve presente em épocas distintas da sociedade e consolidou-se como um fator de desenvolvimento social complexo segundo Montejano (2011) a partir da Revolução Industrial. Assim, os estudos sobre esse tema têm ampliado suas definições e discussões com o passar dos anos e estabilizaram-se não só como um fator importante de desenvolvimento socioeconômico, mas também como área de estudo. O ensino superior de turismo no Brasil surgiu no momento em que os destinos turísticos deste estavam concorrendo frente a outros países, como forma de impulsionar a economia nele. Em uma época em que a atuação turística era pensada somente pelo viés economicista, houve um grande incentivo governamental por meio de políticas públicas para esse setor, como a criação da Agência Brasileira de Turismo (Embratur), que tinham como finalidade melhorar os serviços oferecidos aqui e apresentar outras regiões como destinos turísticos, assim como incentivar essa área de estudo com o objetivo de qualificar pessoas para fomentar tal ação nacionalmente (HALLAL; MULLER, 2014). A atividade turística e seus setores são os que mais crescem no País e têm muita relevância para a economia, pois são notáveis seus desdobramentos nas cidades e municípios como fator de crescimento socioeconômico. Segundo dados

¹ Discente da Faculdade de Turismo. E-mail: pamelabeltraoleal123@gmail.com.

² Docente da Faculdade de Turismo, UFPA. E-mail: silhcruz@gmail.com.



do Ministério do Turismo (2022), 319,2 mil empregos foram gerados pelo Turismo no Brasil entre 2020 e 2022, alcançando o mesmo volume de empregos antes da pandemia. São mais de 50 segmentos que possuem características dessa área, a qual abrange diversas esferas de atuação, níveis de escolaridade e trabalhos formais e informais, portanto, um campo de atuação profissional complexo. Dessa maneira, o aumento dessa prática deixa muitos questionamentos acerca de sua qualificação e gera dúvidas sobre o âmbito do exercício profissional e o mercado de trabalho para os graduados das universidades, dado que existe uma diferença de formação entre os bacharéis em Turismo, guias e pessoas capacitadas que trabalham nos vários segmentos desse ramo. Logo, as inquietações que motivaram este estudo estão relacionadas com a complexidade das práticas turísticas, suas interferências no ensino dos bacharéis e as perspectivas mercadológicas concernentes a essa área de estudo, considerando que a graduação da Universidade Federal do Pará é voltada para a difusão de planejadores e gestores da atividade turística. Assim, busca-se compreender como os egressos da Faculdade de Turismo da UFPA estão inseridos no mercado de trabalho. Para tanto, utilizou-se como método o estudo de caso, junto à pesquisa bibliográfica e documental sobre o curso superior de Turismo nas universidades brasileiras e na UFPA, e também aplicação de questionários com os egressos, contendo perguntas estruturadas sobre o curso, mercado de trabalho, atuação profissional e o ensino na universidade. Esta pesquisa está em andamento e tem como objetivos delimitar, através de seus resultados, os fatores que contribuem para a complexidade desse campo de atuação profissional e a relação entre universidade e mercado de trabalho.

Palavras-chave: Turismo; Ensino Superior; Mercado de Trabalho.

Referências

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo já registra mesma movimentação financeira de antes da pandemia, afirma CNC. **Gov. br**, 14 jul. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-ja-registra-mesma-movimentacao-financeira-de-antes-da-pandemia-afirma-cnc>. Acesso em: 12 jul. 2022.

HALLAL, D. R.; MULLER, D. **A Embratur e os Cursos Superiores de Turismo no Brasil**. 1970-1976. v. 6. Caxias do Sul: Rosa dos Ventos, 2014.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do Mercado Turístico**. 2 ed. São Paulo: Roca, 2001.

YIN, R. K. **Estudo de caso: Planejamento e Métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Iandê Amazônia Turismo: estudo de mercado da viabilidade da criação de uma *Online Travel Agency* (OTA) em Belém do Pará

*Benedita Gabriela Lemos Ramos*¹

*Giselle Castro de Assis*²

Resumo: O tema desta pesquisa é o Turismo 4.0 e a evolução do agenciamento gerando oportunidades de negócio para a criação de uma *Online Travel Agency* (OTA) na Amazônia. O nome escolhido para a agência foi Iandê, que, em tupi-guarani, significa **nós** e **nosso**, como forma de valorizar a identidade cultural da Amazônia. O turismo moderno surgiu com o inglês Thomas Cook, considerado o “pai” do turismo por ter realizado a primeira organização de viagem em 1841. Dez anos depois, em 1851, ele fundou a agência *Thomas Cook & Son*, considerada a segunda agência mais antiga do agenciamento internacional. No Brasil, oficialmente, a primeira agência de turismo brasileira foi fundada em São Paulo no ano de 1943, chamada de “Agência Geral do Turismo” (BRAGA, 2007). Transcorridas décadas, vários foram os fatores de relevância para a evolução histórica do agenciamento no Brasil e no mundo. A chegada da indústria 4.0 trouxe inovações mercadológicas interligando a tecnologia aos diversos setores. Para Boaria *et al.* (2022), o advento das tecnologias digitais da Indústria 4.0 permite que as empresas se envolvam em relacionamentos dinâmicos com seus clientes, parceiros e fornecedores, compartilhando conhecimento e integrando processos, possibilitando, também, o surgimento do

¹ Universidade Federal do Pará, Bacharel em Turismo. E-mail: benedita.ramos@icsa.ufpa.br.

² Universidade Federal do Pará, Docente e Pesquisadora. E-mail: gassis@ufpa.br.



Turismo 4.0, que é o produto de uma fusão de várias tecnologias aplicadas ao *trade* turístico em todas as suas esferas (ARAÚJO *et al.*, 2020). Devido à pandemia causada pelo Coronavírus (SARSCoV-2) em 2020, intensificaram-se as inovações e tecnologias com o objetivo de aproximar pessoas e facilitar os negócios durante esse período. Com isso, as OTAs ganharam maior visibilidade e competitividade que as agências físicas, pois essas agências comercializam os mesmos produtos e serviços que as convencionais, como hospedagem, passagens, pacotes de viagens e roteiros, mas com o diferencial de usar a plataforma virtual para obter interações de forma instantânea com o público-alvo. Além disso, estão abertas 24h por dia, 7 dias por semana, proporcionando mais interatividade e comodidade aos clientes. Nesse contexto, surgiu a seguinte questão de pesquisa: a cidade de Belém, como principal portão de entrada para a Amazônia, possui uma OTA no turismo receptivo? Após análise na base de dados do Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), identificou-se que do universo de 515 agências de turismo cadastradas no estado do Pará na plataforma apenas 140, ou seja, 27% possuem um *site*. E as outras 375, que correspondem aos 73% restantes, não possuem. Ademais, a capital paraense possui uma alta capacidade turística, segundo os dados do anuário da Secretaria Municipal de Planejamento (SEGEP), da renda gerada pelo turismo só em 2017, Belém gerou um faturamento de U\$\$ 132.206.337, que equivale a 62% dos U\$\$ 209.518.75 arrecadados pelo estado. Conforme o Plano Municipal de Turismo de Belém (2021), 30,5% dos visitantes que chegam a Belém buscam turismo e lazer. Com base nesses dados, definiu-se para esta pesquisa o seguinte objetivo: realizar uma análise SWOT da viabilidade da criação de uma agência on-line especializada no atendimento ao turismo receptivo em Belém do Pará. A metodologia utilizada baseou-se na SWOT que possibilitou identificar variáveis de ambiente interno e externo: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Oportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Além disso, estão sendo realizadas pesquisas de campo com os viajantes identificados como

4.0 com o objetivo de avaliar o uso de tecnologias no comportamento de compra de produtos e serviços turísticos. A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenários, sendo base para a gestão e o planejamento estratégico de uma organização. Trata-se de um sistema simples para posicionar, ou verificar, a estratégia da empresa no ambiente em questão (DAYCHOUW, 2007). Dessa forma, a análise constatou: **Forças:** utilizar os mecanismos do turismo 4.0; baixo custo; ativar o *marketing* digital; e valorizar a identidade local. **Fraquezas:** a dependência de tecnologia; falta de mão de obra qualificada; e limitação de investimento dos setores públicos e privados. **Oportunidades:** Fragilidade dos concorrentes na customização da oferta de serviços; *marketing*; sistema colaborativo com restaurantes, hotéis, transportes, entre outros; e o aumento do turismo doméstico, em virtude do período pós-pandêmico, e internacional, devido aos voos diretos que chegam ao aeroporto de Belém. **Ameaças:** ausência de políticas públicas e monopólio de agência tradicional no mercado com boa prestação de serviço, ligado à grande quantidade de concorrentes menores que não agregam valor ao serviço, mas que oferecem preços muito competitivos. Como resultados preliminares, foram identificados, através da análise SWOT, a fragilidade na receptividade desses visitantes, a ausência de OTAs em Belém e a viabilidade de mercado para a criação da agência.

Palavras-chave: Turismo 4.0; Indústria 4.0; OTAs; Análise SWOT; Agências de turismo receptivo.

Referências

ARAÚJO, T. *et al.* Um estudo sobre modelo de gestão dos negócios com ênfase no turismo 4.0. **Revista turismo estudos & práticas**, 2020. 11 p.

BELÉM. Coordenadoria Municipal de Turismo. **Plano Municipal de Turismo de Belém**. Belém, PA: BELEMTUR, 2022. Disponível em: <https://belemtur.belem.pa.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/PLANO-MUNICIPAL-DETURISMO-VERSAO-FINAL-2021-1.pdf>. Acesso em: 19 out. 2022.

BELÉM. Secretaria Municipal de Planejamento. **Anuário de Belém**. Belém, PA, 2020. Disponível em: <https://anuario.belem.pa.gov.br/wpcontent/uploads/2020/12/Tabela-9-Turismo-1.pdf>. Acesso em: 19 out. 2022.

BOARIA, F. *et al.* Indústria 4.0 e o Turismo: uma perspectiva bibliométrica. **Ateliê do Turismo**, [S.I.], v. 6, n. 2, p. 206-231, 2022. DOI: <https://doi.org/10.55028/at.v6i2.16355>

BRAGA, D. C. (Org.) **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DAYCHOUW, M. **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

GAVIOLI, A. 4 tendências para as viagens no mundo pós-Covid, segundo o conselho global de turismo. **Infomoney**, 1 out. 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/consumo/4-tendencias-para-as-viagens-no-mundo-pos-covid-segundo-o-conselho-global-de-turismo/>. Acesso em: 19 out. 2022.

O *Marketing* turístico como estratégia de disseminação da cultura sul-coreana *Hallyu* em Belém do Pará

*Thais Silva Ribeiro*¹

*Izabelle Pinto Rangifo*²

*José Lúcio Bentes do Nascimento*³

Resumo: A presente pesquisa trata da ascensão da cultura sul-coreana e o modo que ela impacta na região amazônica, especificamente, em Belém. Os objetivos do trabalho são demonstrar o impacto do *marketing* turístico como estratégia de expansão da cultura *Hallyu* e seus resultados entre jovens e adultos na cidade de Belém do Pará, analisar como a Coreia do Sul tem se promovido no Brasil e sua consequência na Amazônia e quantificar seu efeito envolvendo o *marketing* da cultura *Hallyu* e seus elementos. O estudo apresenta abordagem qualitativa e quantitativa com aplicação de questionário on-line para o público-alvo, levantamento bibliográfico e documental em livros e artigos, além de utilização de *sites* sobre *Hallyu*, globalização no turismo, mercado turístico e *marketing* turístico. A “onda” *Hallyu*, fenômeno do consumo contemporâneo de fluxo e disseminação da cultura popular coreana, iniciada nos anos 90, tornou-se um dos principais movimentos de exportação cultural da Coreia do Sul. O fenômeno foi precursor da exportação das produções cinematográficas, produtos alimentícios, denominados como *K-Drama*, *K-pop*, *K-Beauty*, *K-Food* e *K-Style*. Segundo Park, Simon e Kazimot (2021), a *internet* contribuiu para o

¹ Universidade Federal do Pará, Graduanda. E-mail: thaisribeiroparizotto@gmail.com.

² Universidade Federal do Pará, Graduanda. E-mail: izabellerangifo@gmail.com.

³ Universidade Federal do Pará, Doutor. E-mail: lbentes@ufpa.br.



avanço mundial das produções coreanas. A exportação da *Hallyu* foi essencial para a promoção turística do país. Como afirma, Billig e Silva (2022), a globalização por sua ação expansiva da *internet* e meios de comunicação foi uma aliada no processo de utilização da cultura pop sul-coreana pelo governo para a promoção internacional do país. Roll (2018) diz que nações com marca forte e positiva, no cenário internacional, são mais atrativas para turistas. Conclui-se que o poder atrativo do *marketing*, na demanda de mercado, por meio da *Hallyu* e sua promoção no mercado internacional têm um crescimento expansivo entre jovens e adultos da sociedade globalizada, não só no turismo da Coreia do Sul, mas em outros países e cidades, em particular, em Belém do Pará. O Brasil tem se tornado um grande consumidor da cultura *Hallyu*, sendo o terceiro país que mais consome *K-Dramas* (QUEIROGA, 2021). Belém, segundo um levantamento feito pela Kocowa, plataforma de *streaming* de produções coreana, em 2020, está entre as 10 cidades brasileiras que mais consomem seus conteúdos. De acordo com resultados obtidos do questionário on-line, pode-se afirmar que, na cidade de Belém, a cultura coreana atinge públicos de todas as idades, mas é entre jovens de 16 a 27 anos que o fenômeno é mais consumido. A *internet* continua a ser a principal aliada da expansão da *Hallyu* na cidade. A pesquisa aponta, ainda, que mais da metade dos entrevistados teve seu primeiro contato de forma on-line. Em Belém, o mercado de empreendimento da cultura sul-coreana ainda é retraído, porém seu consumo é assíduo entre o seu público. Entretanto, o interesse por eventos voltados para o público de *K-pop* tem aumentado na cidade. A pesquisa aponta, também, que a promoção da cultura coreana tem impactado positivamente a imagem do país de origem entre jovens e adultos em Belém, embora pressuponha que o país asiático ainda é conservador, a Coreia do Sul também obtém a imagem de um país desenvolvido com infraestrutura, tecnologia e muitos atrativos turísticos entre os jovens e adultos que responderam ao questionário. Conforme os achados da pesquisa, a *Hallyu* é uma das principais ferramentas utilizadas como recurso do

marketing turístico para fortalecer a imagem do país. Nessa perspectiva, a pesquisa apresentada confirma que os impactos dessa promoção na cidade de Belém se dão através da influência na cultura em processos que vão das indumentárias até produtos de beleza em seu dia a dia. Isso gera o interesse dos fãs em conhecer a Coreia do Sul e também se deslocarem para visitar outras cidades no Brasil, em virtude de poder usufruir de shows ou eventos voltados para o *K-pop*. Conclui-se que essa expansão não se deu de forma orgânica e sem planejamento. O processo de globalização foi essencial para estimular o governo coreano a promover o país e a *Hallyu* no turismo internacional impactando na moda e no comportamento dos jovens de países e cidades tão longínquas do continente asiático, dentre eles, o Brasil, especificamente, Belém do Pará, na Amazônia.

Palavras-chave: *Hallyu*; Globalização; Turismo; Marketing turístico.

Referências

BILLIG, O.; SILVA, A. A expansão do Hallyu: o uso da diplomacia cultural e seus impactos na economia Sul-Coreana. **Revista Conjuntura Global**, [S.I.], v. 11, n. 1, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/cg.v11i1.81508>

PARK, H. S.; SIMON, A.; KAZIMOTO, P. University Students Perceptions of Korean Wave and Its Impact on Their Views of Korea and Korean Culture. **Human Behavior, Development and Society**, [S.I.], v. 22, n. 1, 2021. Disponível em: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/hbds/article/view/243718>. Acesso em: 26 ago. 2022.

QUEIROGA, L. Na onda do K-pop: como a Hallyu fez do Brasil o terceiro maior consumidor de K-dramas na pandemia. **O Globo**, 10 jul. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/na-onda-do-pop-como-hallyu-fez-do-brasil-terceiro-maior-consumidor-de-dramas-na-pandemia-25098742>. Acesso em: 15 out. 2022.

ROLL, M. Country Branding Strategies for Nations and Companies. **Martin Roll**, December 2018. Disponível em: <https://martinroll.com/resources/articles/branding/country-branding-strategies-for-nations-and-companies/>. Acesso em: 10 set. 2022.

Cidade da Energia e Hospitalidade: uma análise do bem receber sob a ótica dos moradores de Tucuruí - PA

*Layra Isis R. Castro de Souza*¹

*Talyta Martins Costa*²

*Jose Lúcio Bentes do Nascimento*³

Resumo: A hospitalidade possui ampla participação no fenômeno turístico, sendo considerada um item fundamental para a boa proposição do turismo. Assim, objetiva-se analisar a percepção da comunidade local acerca da hospitalidade na cidade de Tucuruí (PA). O processo metodológico se deu através de uma pesquisa qualitativa realizada na cidade, com a aplicação de um formulário de pesquisa entre moradores da cidade. Como resultado, observaram-se falhas na infraestrutura da cidade e nos demais serviços atrelados ao turismo, afetando, dessa forma, diretamente, na hospitalidade local. O presente trabalho tem por objetivo analisar a hospitalidade na cidade de Tucuruí por meio de uma pesquisa realizada na cidade, com ênfase na percepção de seus moradores. A hospitalidade tem tomado vasta proporção no Turismo, sendo considerada um dos fatores mais relevantes da atividade turística, assume um papel de suma importância nos atores que compõem o fenômeno turístico. Por isso, na ótica de Dias (2002), Camargo (2004) e Lashley (2008), acolher bem é uma dádiva. Ser hospitaleiro envolve acolher o próximo em um ritual de conquista, confiança e segurança, de modo que um destino turístico que não possui estrutura, dificilmente

¹ Acadêmica do Curso de Bacharel em Turismo, UFPA. E-mail: layrais18@gmail.com.

² Acadêmica do Curso de Bacharel em Turismo, UFPA. E-mail: talyta.mtc@gmail.com.

³ Professor Doutor em Turismo, UFPA. E-mail: lbentes@ufpa.br.



conseguirá, ser hospitaleiro, com isso induzirá a insatisfação no visitante (NASCIMENTO, 2019). Segundo o autor, a hospitalidade é tema em evidência, mas exige o máximo de atenção nas discussões e nas práticas cotidianas. Uma cidade hospitaleira precisa estar estruturada para receber os turistas, pois eles esperam chegar e ser bem recebidos pelo local escolhido para visitar. Desse modo, cientificamente, a dimensão social requer, em sua composição, atitudes generosas percebidas no tempo e no espaço, ratificadas também no modelo de Camargo (2008). Grinover (2007) afirma que a hospitalidade é, portanto, uma relação especializada entre dois atores: aquele que recebe e aquele que é recebido; ela se refere entre um, ou mais hóspedes, e uma instituição, organização social, isto é, uma organização integrada a um sistema que pode ser institucional, público, privado ou familiar. Nesse sentido, a escolha da temática mencionada se deu pela necessidade de analisar como os moradores têm visto a hospitalidade, e qual a representatividade do ato de bem receber na localidade. O desenvolvimento da atividade turística tem um papel significativo na economia do mundo inteiro, afinal, é considerada uma das principais geradoras de renda de uma determinada localidade. De acordo com Panosso Netto (2010), o turismo é um dos setores mais globalizados da economia mundial, historicamente, desenvolveu-se e aperfeiçoou-se nos últimos 100 anos, tanto que o século XX ficou conhecido como “século do turismo”. Logo, é necessária a devida atenção a esse importante setor da economia e sociedade. Conforme Nascimento (2019), os setores de turismo e hospitalidade podem transformar localidades se bem planejados e geridos com recursos necessários ao seu desenvolvimento via geração de divisas, emprego, valorização cultural e respeito às questões ambientais. Aspectos a serem alcançados com planejamento adequado e vontade política dos governantes, particularmente, na realidade da região Norte da Amazônia. Na Amazônia, o estado do Pará é conhecido fora de seus limites por ser a terra de um povo hospitaleiro, acolhedor, alegre e cordial (HOLANDA, 1995; SEBRAE, 2003 *apud* NASCIMENTO,

2019 p. 49). Corroborando a afirmação, em Tucuruí, essa visão ainda perdura por gerações, dado que a população local mantém a tradição de acolher os turistas. Na pesquisa de campo, foi perceptível que os moradores são hospitaleiros e cordiais com os visitantes. Para pesquisa, foi aplicado pelos discentes o quantitativo de dezenove (19) formulários de pesquisa, em caráter quantitativo, em dois dias da viagem de campo, compreendido entre os dias 27 e 28 de novembro de 2018. Aplicou-se em lugares estratégicos do centro da cidade de Tucuruí, cuja maior parte foi realizada no setor comercial da cidade, situado nas proximidades da Avenida Lauro Sodré, com comerciantes e moradores que passavam ao longo da avenida, bem como na entrada do Tucuruí *Shopping* e na feira municipal da cidade. Desse modo, buscaram-se locais com grande circulação de pessoas para obter êxito e um maior número de respostas com a comunidade local. Dentre os relatos dos moradores entrevistados, destacamos uma entrevistada, a senhora Maria, moradora de Tucuruí, como segue:

A cidade está abandonada, não se vê ação do poder público nem para os moradores locais, a cidade se encontra esquecida, não tem estrutura para receber turistas. A orla onde seria um dos principais pontos turísticos está em uma obra inacabada, não se vê mais um fluxo de turistas, antes tinha mais, a cidade não tem estrutura para receber turistas PcDs, as calçadas estão quebradas, não têm rampa, a insegurança também é grande (D. Maria, em resposta ao formulário de pesquisa, 2018).

Questionada sobre o bem receber na cidade, dona Maria relata: “Para ser bem recebido? Na calamidade que se encontra aqui, é impossível ser bem recebido”. Diante do exposto, compreende-se que o município comete falhas no acolhimento dos visitantes, relacionada à infraestrutura local. A maioria dos moradores respondeu de forma igualitária: a cidade de Tucuruí necessita de melhorias no que se refere ao bem receber. Diante dos resultados levantados, constatamos que, embora a cidade de

Tucuruí detenha alguns espaços naturais que podem ser utilizados pelo turismo e a existência da Usina Hidrelétrica (UHE) de Tucuruí, o que tem acontecido, segundo abordado pelos questionados, é a falta de interesse dos governantes em investir na infraestrutura da cidade e no turismo. Apesar de o município deter o maior indutor da atividade turística na localidade, que é a UHE Tucuruí, podendo ser apontado como de grande potencial, não constam ações práticas voltadas para a atividade turística. Apontamento também detectado pelos pesquisadores. A cidade apresenta estrutura turística básica para um polo regional, contendo equipamentos diversificados voltados para a hospitalidade, como hotéis, pousadas, dispositivos de alimentos e bebidas satisfatórios, também possui implementos para o entretenimento e lazer. A ida para as praias, no entorno da cidade, e a travessia para os espaços, pertencentes ao município de Breu Branco, também são indicativos de atrativos para o turismo. Entretanto, a estrutura da cidade necessita de melhorias, como dispor de um terminal fluvial, acessibilidade para portadores de mobilidade reduzida; reforma dos equipamentos de lazer, como praças, orla, feira municipal, farol; revitalização das vias da cidade; capacitação para os profissionais do turismo; sinalização nas ruas; promoção do turismo; fazer uso da UHE como um ponto turístico para visitação e atrair público que tenha interesse em conhecê-la. Constatou-se a falta da participação da iniciativa privada para atuar em conjunto com o poder público e a Universidade Federal do Pará (UFPA) para aprimoramento da hospitalidade em alinhamento com a atividade turística, tendo em vista a ausência de programações voltadas ao público nos equipamentos hoteleiros e afins. Estes são, finalmente, os resultados.

Palavras-chave: Atividade; Bem receber; Hospitalidade; Turismo; Tucuruí.

Referências

GRINOVER, L. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

NASCIMENTO, J. L. B. **O nível de satisfação do hóspede nos meios de hospedagem comercial em desenvolvimento**. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2019.

PANOSSO NETTO, A. **O que é Turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2010.

Vírus da Ignorância: o impacto do negacionismo científico ao setor turístico brasileiro nos últimos 2 anos

Carlos Jesus Pereira Costa¹

Resumo: Conforme Dye (1984), entende-se por política pública “o que o governo escolhe ou não fazer”. Dessa forma, o presente trabalho objetiva investigar, analisar e demonstrar como a propagação intencional do negacionismo científico prejudicou a sociedade e o setor turístico brasileiro nos últimos 2 anos. Segundo cientistas, se não fosse a gestão negacionista do presidente da República na pandemia, 480 mil mortes seriam evitadas (VALERY, 2021). No entanto, o impacto do negacionismo científico não se limita aos números de óbitos da crise sanitária. Outro reflexo da administração pública instável está na gestão das atividades turísticas que “acumularam, do início da pandemia, em 2020 a dezembro de 2021, uma perda total de R\$ 473,7 bilhões nas receitas” (NEDER, 2022). O projeto cá redigido avalia algumas das ações e discursos negacionistas colocados em prática pelo governo federal nos último 2 anos, sobretudo, durante o cenário pandêmico. Exemplifica-se a negação da letalidade da Covid-19 (SARS-CoV-2) pelo presidente da República, os discursos contra o controle de contágio viral, o incentivo à aglomerações e a lentidão em criar políticas públicas que “evidenciou a necessidade de atuação do Estado para a proteção dos consumidores/turistas” (TRENTIM; MORAES; GUIMARÃES, 2020), assim como a falha na missão constitucional de garantir à população pobre brasileira os meios necessários para se manter frente à crise econômica e de saúde pública. Para a formulação do estudo, utilizou-se como metodologia

¹ Discente do Curso de Turismo, Universidade Federal do Pará. E-mail: carlos.costa@icsa.ufpa.br.



três tipos de pesquisas, sendo elas bibliográficas (por meio da leitura de livros, artigos e revistas), documentais (através da análise das notas taquigráficas da CPI da pandemia e de relatórios da anistia internacional) e qualitativa. O estudo justifica-se pela investigação de dados e fontes e pelo esclarecimento dos reais impactos do negacionismo científico à sociedade brasileira e ao turismo do País. No tocante ao referencial teórico, buscou-se o trabalho de cientistas renomados, ao exemplo de Sagan (2000), Harari (2018) e Pasternak (2021); de jornalistas, como Gössling (2020) e Valery (2021); assim como turismólogos e estudiosos do setor turístico, tal como Souza (2021), Clemente, Andrade e Santos (2020). Alguns resultados preliminares foram traçados a respeito do impacto do negacionismo científico ao turismo, visto que o estudo não foi concluído. O resultado principal trata-se da desconsideração da letalidade da Covid-19 pelo governo federal durante o período da pandemia, atrelado ao atraso na compra de vacinas, que resultou em mais de 600 mil mortos no Brasil, além dos ataques aos profissionais da saúde, cientistas e pesquisadores, o que gerou um caos na saúde pública brasileira, sobretudo, pela ausência de políticas econômicas e sociais no transcurso do período pandêmico – ações essas que garantiriam que medidas não farmacológicas de prevenção pudessem ser colocadas em práticas e, portanto, diminuir o contágio ao mesmo tempo em que se tratariam dos infectados. Nesse sentido, não há dúvidas de que as ações de governantes citadas anteriormente, ou as ausências delas, prejudicaram e atrasaram a retomada do setor turístico brasileiro por, dessa maneira, prolongar o problema em vez de agir de forma pragmática contra ele. Por conseguinte, é fundamental que se tenha a ciência como aliada do turismo – uma vez que esse ramo de estudo (turístico) ainda não é considerado ciência –, primeiro para a constituição de políticas públicas pragmáticas para o setor, principalmente, nos períodos de crise, seja nas esferas sociais, econômicas e/ou de saúde pública; segundo, para entender a história e o contexto do espaço no qual está inserido o indivíduo e como opera o mercado com as gestões públicas e

a aplicação da lei; e terceiro, para a compressão dos riscos sistemáticos do culto à ignorância, não só para o Brasil ou o Turismo, mas também para a própria humanidade.

Palavras-chave: Turismo; Negacionismo; Políticas públicas; Economia.

Referências

CLEMENTE, A. C. F.; ANDRADE, L. G.; STOPPA, E. A.; SANTOS, G. O. Políticas públicas frente aos impactos econômicos da Covid-19 no Turismo. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, [S. I.], v. 8, n. 14, p. 73-85, 2020.

DYE, Thomas D. **Understanding Public Policy**. Englewood Cliffs, Nova Jersey: PrenticeHall. 1984.

GÖSSLING, S. *et al.* Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal Of Sustainable Tourism**: Taylor & Francis Online, [S.I.], 27 abr. 2020.

HARARI, Y. N. **21 lições para o século 21**. Trad. Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

NEDER, V. Turismo deixou de faturar R\$ 473,7 bi com pandemia, diz CNC. **CNN**, 10 fev. 2022.

PASTERNAK, N. Cinco negacionismos do governo que se tornaram a marca da pandemia no Brasil. **O Globo**, 27 mar. 2021.

SAGAN, C. **O mundo assombrado pelos demônios**: a ciência vista como uma vela no escuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SOUZA, M. C. C. O Estado e o turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S.I.], v. 15, n. 1, p. 2137, 2 jan. 2021.

TRENTIM, F.; MORAES, C. C. A.; GUIMARÃES, V. L. Políticas públicas de turismo na pandemia de Covid-19: análise à luz das funções de governo. **Turismo e Sociedade**: Revista UFPR, Curitiba, v. 13, n. 2, p. 183-208, ago. 2020.

VALERY, G. Brasil ultrapassa marca ‘evitável’ de 600 mil mortes por covid-19. **Rede Brasil Atual**, 27 de mar. 2021.

GT 5



**Turismo comunitário,
sustentabilidade e ambiente**

**Professores Dr.^a Silvia Helena Cruz
Dr. Fabricio Lemos
Coordenadores**

A comercialização do pescado no mercado do Ver-o-Peso em Belém: a importância da atividade para pescadores, comerciantes e consumidores

José Raimundo Carneiro Gomes

Resumo: O trabalho teve seu desenvolvimento no Mercado Municipal Bolonha de Peixe, ou Mercado de Ferro, ou somente Ver-o-Peso, situado na cidade de Belém, estado do Pará, partindo de visitas no local, pesquisas bibliográficas e artigos que abordaram o tema, bem como audiovisual para obter o máximo de informações com o propósito de traçar o funcionamento da cadeia produtiva, investigando desde a origem, transporte e venda do pescado para o consumidor final no mercado do Ver-o-Peso, assim como a distribuição para outros centros comerciais. Foram, ainda, pesquisadas as formas corretas de escolha do peixe no ato da compra com orientação para armazenar e preparar o produto, além de dicas para eliminar o mau cheiro, ou seja, o pitiú das mãos. Tendo o Mercado do Ver-o-Peso como local deste estudo, o trabalho se fundamentou em obras de autores locais, principalmente, daqueles que abordaram as questões inerentes ao tema ora investigado, que deram embasamento à tese em questão, citando os que trabalharam com assuntos relacionados a transporte no local comercializado, tais como Oliveira *et al.* (2016). Quanto à parte que dá importância à vida social dos pescadores e sua subsistência, ou seja, o lado antropológico, a obra de Quaresma (2000) e Silva (2016) tratam da rede de integração desses atores que, diariamente, trabalham e frequentam o mercado. Este trabalho visa demonstrar a importância do comércio do pescado e sua cadeia produtiva para os autores envolvidos nessa transação no mercado do Ver-o-Peso e em outros destinos comerciais. Esclarecer



o consumidor para adquirir um produto de qualidade através de informações dos órgãos responsáveis. Informa sobre a limpeza tanto dos utensílios utilizados na preparação, quanto na higienização das mãos, para eliminar o *pitiú*. Investigar o percurso do pescado desde sua origem até a venda ao consumidor, visto que se torna interessante conhecer essa cadeia produtiva pesqueira, que compreende: pesca, transporte, armazenamento e venda. Verificar a importância da pesca artesanal e seus seguimentos na economia do Estado do Pará, que gera e renda aos ribeirinhos e vendedores do Ver-o-Peso. Esclarecer o consumidor sobre os procedimentos corretos ao comprar o peixe. O método de pesquisa foi a qualitativa, com viés exploratório, baseado ainda na etnografia do local. Com visitas ao local, fundamentou-se também em pesquisas bibliográficas, artigos científicos, livros de autores, que fizeram abordagens sobre o tema ora proposto, audiovisuais e em sites, como o Google Acadêmico. Assim com base nessas informações, talvez tenha sido possível chegar ao objetivo antes traçado. O trabalho teve seu desenvolvimento no mercado da Ver-o-Peso, o maior mercado a céu aberto da América Latina, além de agregar o complexo turístico. Com várias denominações, Mercado Municipal Bolonha de Peixe ou Mercado de Ferro ou somente Ver-o-Peso, é um mercado público, feira livre, zona portuária de pequeno porte e praça brasileira inaugurado em 1901, que faz parte do Complexo do Ver-o-Peso, situado na cidade paraense de Belém, estado do Pará, na avenida Portugal, no bairro da Campina, às margens da baía do Guajará, ao lado da Estação das Docas. A movimentação no mercado começa de madrugada, conforme Leitão (2010), “às atividades de desembarque, comercialização e distribuição de pescado no Ver-o-Peso, ocorrem diariamente a partir da meia-noite e envolvem diversos atores divididos em dois mundos distintos: o meio aquático e o terrestre”. O transporte tem que ser especializado, conforme Ballou (2006 *apud* LEITÃO, 2010, p. 488):

A perecibilidade, o cuidado no manejo do pescado e a necessidade de investimentos em ativos específicos para a atuação no mercado exige que os agentes se especializem em determinadas atividades ou verticalizem suas operações, sejam elas a pescaria, a venda ou a prestação de serviços correlatos como o transporte e armazenagem de acordo com os limites financeiros e a capacidade de execução de cada agente.

Os barcos vêm do Baixo Amazonas, região do Salgado e Ilha do Marajó, que trazem em torno de 100 espécies para serem diariamente, chegando em torno de 12 a 15 toneladas por dia. Os peixes mais nobres, como pescada amarela e corvina, são de maiores valores, já as espécies mais procuradas são filhote, dourada e tainha. Conforme Silva (2016, p. xx), “a rede social total, para circulação do pescado – **Rede** – é composta de pessoas que se inter-relacionam desde a organização da viagem, antes da pesca propriamente dita, pelo transporte até a **Pedra**”.

Pescadores das geleiras desembarcam a produção comercializada em caixas contentoras que seguem para as mãos dos viradores, responsáveis por auxiliar o balanceiro nas pesagens e por realizar a troca de caixas de transporte, que vêm da embarcação por caixas dos compradores. Após o desembarque, os volumes solicitados são conferidos na presença do comprador e do balanceiro com todas as anotações sobre pesos e valores registrados em cadernetas de apontamentos. Pesados, os produtos são, então, entregues aos carregadores, que farão o transporte até os veículos dos compradores (OLIVEIRA; DINIZ; LEITÃO, 2016, p. 490).

Essa comercialização é efetuada entre os vários atores que comercializam o produto, inclusive, de outros estados do País, que é estabelecida na Pedra, segundo Oliveira Neto *et al.* (2016, p. 488), dado que

Os compradores são representados por feirantes, peixeiros, inclusive do Mercado do Peixe do próprio Ver-o-Peso, uma vez que na *Pedra* as vendas são no atacado e compradores de

restaurantes, supermercadistas e distribuidores de pescado de outras regiões do estado ou mesmo de grandes centros urbanos como Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro (OLIVEIRA NETO *et al.*, 2016, p. 488).

Especificamente na Ilha de Algodal (Maiandeuá), conforme Quaresma (2000, p. 8), “a população desta comunidade é composta, basicamente, por pescadores que dependem do fluxo e refluxo das marés para a prática de sua principal fonte de subsistência, a pesca”. Esse comércio popular no Ver-o-Peso é de vital importância para a subsistência de várias famílias que moram nas ilhas, posto que, segundo Quaresma (2000, p. 8), “pesca e agricultura favoreceram constituição, permanência e crescimento de uma população que desenvolveu um modo de vida particular e integrado as disponibilidades dos recursos naturais”. Na ocasião de efetuar a compra do produto pelo consumidor, alguns cuidados terão que ser tomados na escolha do produto, tanto na higiene do local de comercialização, como na aparência do peixe, segundo a Coordenadoria de Desenvolvimento dos Agronegócios (CODEAGRO) da Secretaria de Cultura e Abastecimento de São Paulo (SP).

De acordo com Thaís Moron Machado, pesquisadora da Unidade Laboratorial de Referência em Tecnologia do Pescado do IP, a escolha do local onde será comprado o pescado é muito importante: o ambiente deve ser limpo e agradável. Peixe de qualidade tem odor fresco/marinho, cheiro ruim é sinal que já teve início o processo de deterioração. O peixe pode ser oferecido à população na forma fresco (acondicionado em gelo) e na forma congelada. Na forma fresco, o pescado exposto deve estar envolto em gelo, para evitar sua deterioração. Os olhos do peixe fresco devem ser brilhantes e não devem estar fundos. Além disso, as guelras precisam estar avermelhadas, brilhantes e sem a presença de muco (CODEAGRO, xxxx, p. xx).

Em conformidade com Silva (2016), existe toda uma sociabilidade entre os atores através do transporte, sendo, porém, iniciada desde

antes da viagem, tornando-se, desse modo, um ponto positivo para a cadeia produtiva. Fica evidente, portanto, a grande importância do mercado do Ver-o-Peso para todos os segmentos que lá atuam, porque desse comércio são gerados emprego e renda. Necessita, ainda, de uma gestão mais atuante do órgão responsável, isso dado que, conforme Silva (2016), é preciso que “[...] a atividade de recepção e circulação do pescado na cidade permaneça viva e se mantenha atual, social e culturalmente, independente da gerência direta do poder público”. Este trabalho gerou, também, um audiovisual, que, com imagem, narração e música, procura mostrar todo o contexto explorado nesta pesquisa.

Palavras-chave: Ver-o-Peso; Pescado; Produção; Consumo; Qualidade.

Referências

- LEITÃO, W. M.; SOUSA, I. S. Pescadores insulares e mercados: aspectos das relações de reciprocidade no comércio de pescado no Pará. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi – Ciências Humanas**, Belém, v. 1, p. 53-64, 2006.
- OLIVEIRA NETO, A. *et al.* Coordenação do comércio atacadista de pescado no mercado do Ver-o-Peso, em Belém-Pará. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 54, p. 483-496, 2016.
- QUARESMA, H. D. A. B. **O desencanto da princesa:** pescadores tradicionais e turismo na área de Proteção Ambiental de Algodual/Maiandeua. Belém: NAEA, 2003.
- QUARESMA, H. D. A. B. Unidades de conservação, pescadores e turismo: a experiência da área de preservação ambiental Algodual/

Maiandeuá-PA (Paper 134). **Papers do NAEA**, Belém, v. 9, n. 1, 2000.

RAIMUNDO, M. G. M. (Org.). **Pescado: saúde e nutrição**. São Paulo: Coordenadoria dos Desenvolvimento dos Agronegócios, 2014. 56 p.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Agricultura e Abastecimento. **Pescado é Saúde – uso do frio**. São Paulo: Secretaria de Agricultura e Abastecimento, 2016. 40 p. Disponível em: <http://www.codeagro.agricultura.sp.gov.br> Acesso em: 18 out. 2022.

SILVA, L. J. D. **Pedra, redes e malha na circulação do pescado do Ver-o-Peso ao meio urbano de Belém do Pará**. 2016. 268 f. Tese (Doutorado) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2016.

Olhares sobre mulheres, TBC e sustentabilidade ambiental na Amazônia paraense: o caso da FLONA Tapajós/Belterra-PA

Janise Maria Monteiro Rodrigues Viana¹

Helena Dóris de Almeida Barbosa²

Ligia Terezinha Lopes Simonian³

Resumo: Para além da diversidade biológica, a Amazônia é composta por sua heterogeneidade sociocultural, advinda dos múltiplos sujeitos que a constituem (SIMONIAN, 2001; SCHMINK; GÓMEZ-GARCÍA, 2016). Pode-se dizer que a presença da exuberância da região é formada por sua biodiversidade e sua sociodiversidade (TORRES, 2005; WOLFF, 2011), composta por homens e mulheres que, milenarmente, vêm povoando seu território. Nesse sentido, este trabalho se debruça sobre as mulheres amazônidas, representadas pelas caboclas, seringueiras, indígenas, ribeirinhas, pescadoras, quilombolas, coletoras, mulheres urbanas, entre outras, com seus saberes, fazeres, atuações, realidades, perspectivas e histórias. Faz-se urgente o (re)conhecimento e a valorização dos papéis e saberes femininos, assim como a reflexão

¹ Bacharel em Turismo, Estudante de Pós-Graduação, doutorando no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) da UFPA. E-mail: janiseviana2014@gmail.com.

² Docente/pesquisadora aposentada e colaboradora da FACTUR/ICSA, Instituto Histórico e Geográfico do Pará (IHGP), Doutora em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido da UFPA. E-mail: hdoris65@gmail.com.

³ Doutora em Antropologia, Professora integrante do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido do Núcleo de Altos Estudos amazônicos (NAEA) da UFPA. E-mail: simonianl@gmail.com.



sobre quem são essas mulheres, o que pensam e como atuam no contexto amazônico diverso. Nessa direção, destacam-se as mulheres da Amazônia paraense que reivindicam seu valor e reconhecimento como sujeitas pensantes e ativas na sociedade brasileira. Entende-se que essas mulheres foram e são silenciadas pela história que há muito as trata como selvagens ou desimportantes, sendo ainda exploradas e invisibilizadas, sobretudo, como seres humanos (CHAVES; CÉSAR, 2019). Ao se refletir quanto à sociedade amazônica, o Turismo insere-se nessa discussão, especialmente, a partir de um viés interdisciplinar, haja vista que desde o século passado tal atividade vem se consolidando como presença constante na região, maiormente, sob uma perspectiva interdisciplinar, dado que, por meio do diálogo entre as várias ciências, proporciona contribuições teórico-metodológicas significativas para o estudo e aplicabilidade no ambiente amazônico (PINTO; SIMONIAN; MONTEIRO, 2015). Por se tratar de um dos principais modos de intercâmbio cultural entre diferentes povos em uma concepção para além dos potenciais benefícios de caráter econômico, a atividade turística pode oportunizar o aprofundamento das relações com os espaços visitados para a promoção do respeito pela diversidade e para uma valorização maior ou não da cultura e das especificidades do “outro”. Com base no exposto, questiona-se como mulheres amazônidas compreendem o Turismo de Base Comunitária (TBC) e como suas atuações nessa prática contribuem ou não para se pensar a sustentabilidade ambiental na Amazônia paraense. O objetivo é levantar categorias que possibilitem conduzir essa investigação a partir da compreensão e do significado do TBC e da sustentabilidade ambiental sob a perspectiva de gênero. Acredita-se que o Turismo pode ser pensado, também, como elemento que contribui para uma igualdade de gênero e para o empoderamento econômico, político e social das mulheres, isso porque, segundo a *World Tourism Organization* (UNWTO, 2020), em âmbito mundial, a maioria das pessoas que atua na atividade são mulheres, tanto ocupando cargos em empregos formais, quanto informais. Portanto, a atividade turística

pode oportunizar ao público feminino visibilidade e um meio de serem inseridas no empreendedorismo na obtenção de geração de renda. No entanto, ressalta-se que, mesmo com um contexto favorável e de presença majoritária, as mulheres ainda ocupam postos de menor importância em relação aos homens, quando não são invisibilizadas. Assim, tomase como objeto de estudo um grupo de mulheres moradoras na comunidade de Jamaraquá situada na Floresta Nacional (FLONA) do Tapajós, que trabalham com o TBC. A FLONA constitui-se como uma unidade de conservação da natureza de uso sustentável, que integra o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), administrada pelos Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). Localizada no oeste paraense, integra o município de Belterra nas proximidades de um dos principais destinos turísticos do estado do Pará, Santarém. Ambos os municípios integram a Região Turística do Baixo Tapajós (PARÁ, Portaria nº 164/2019/GEPS/SETUR). De cunho qualitativo, a pesquisa embasa-se em levantamento bibliográfico, análise documental, pesquisa de campo com observação da comunidade citada, uso de entrevistas semiestruturadas, registro fonográfico e fotográfico. Quanto à perspectiva metodológica, optou-se pelo estudo de caso como estratégia de pesquisa, haja vista que se busca aprofundar a pesquisa sobre um determinado grupo social (GIL, 2008). Têm-se como principais questionamentos, que conduzem o desenvolvimento do trabalho, as seguintes questões: qual a compreensão das mulheres de Jamaraquá acerca do TBC? Quem são essas mulheres? Como se inseriram no fazer turístico e quais são seus limites e perspectivas? Quais os desdobramentos que o TBC pode gerar para as mulheres atuantes na atividade? A possibilidade de ganho econômico com a atividade tem contribuído para o processo de autovalorização das mulheres? Indaga-se também: de que maneira o poder público vem atuando para o TBC na localidade? Essas mulheres atuam em alguma associação/entidade relacionada ao TBC e à UC? Como atuam em prol dos objetivos das UC? Destaca-se que a pesquisa ainda continua em andamento como parte de

uma pesquisa doutoral, e os resultados preliminares evidenciam que a relevância da atuação e compreensão feminina no contexto amazônico é múltipla e envolve aspectos econômicos, sociais, políticos, culturais e ambientais. As mulheres de Jamaraquá compreendem o TBC como uma prática conduzida pela comunidade e voltada à comunidade. Elas são mulheres que fogem da imagem do exotismo amazônico fácil, reivindicam igualdade, fraternidade, resistência e democracia. Possuem uma conexão profunda com a terra, a floresta e a água, como a sua casa, o seu lugar, o seu pertencimento. Atuam como condutoras de turismo, artesãs, cozinheiras, recepcionistas, gestoras dos seus negócios e desenvolvem múltiplas atividades simultaneamente. Muitas adquiriram conhecimentos sobre o TBC por meio de treinamentos e parcerias com o ICMBio e instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O envolvimento com a atividade ocorreu por incentivo de colegas mulheres, parentes da própria comunidade e por incentivo do ICMBio e da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA). O TBC tem proporcionado renda, espírito de coletividade, valorização, autorreconhecimento como mulher e possibilidade de contato com pessoas e culturas diversas. O poder público é inoperante no que se refere ao apoio às práticas desenvolvidas por elas, necessitando, assim, de uma parceria mais eficaz e significativa. A maioria dessas mulheres participa de associações comunitárias tendo em vista o planejamento, a organização e a melhoria da atividade. Como principais limites, ressaltam a necessidade de aprendizagem de idiomas, mais apoio do poder público e participação de mais mulheres. Para elas, a UC representa as suas vidas, pois é onde habitam e de onde retiram seu sustento. Contribuem para a sustentabilidade ambiental no trato e atenção com os recursos naturais. Apresentam uma afetividade com a natureza, visivelmente, presente em suas práticas sociais e em suas posturas políticas bem definidas no âmbito da defesa da floresta. Essas mulheres querem a floresta em pé e lutam por justiça ambiental. O TBC se configura como uma presença constante em Jamaraquá,

evidenciando-se que a presença feminina é essencial para a atividade turística embasada na comunidade e para a sustentabilidade ambiental e reprodução sociocultural.

Palavras-chave: TBC; Mulher; Floresta Nacional do Tapajós; Sustentabilidade

Referências

CHAVES, F. N.; CÉSAR, M. R. A. O silenciamento histórico das mulheres da Amazônia brasileira. **Revista Extraprensa**, [S. I.], v. 12, n. 2, p. 138-156, 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PARÁ. Imprensa Oficial do Estado do Pará. **Portaria nº 164/2019/GEPS/SETUR**. Dispõe sobre a regionalização do turismo no Estado do Pará e dá outras providências.

PINTO, P. M.; SIMONIAN, L. T. L.; MONTEIRO, M. A. El turismo como núcleo de estudio interdisciplinario [Re] construcción de los procedimientos y adecuaciones metodológicas. **Estudios y Perspectivas em Turismo**, [S.I.], v. 24, p. 450-469, 2015.

SCHMINK, M.; GÓMEZ-GARCÍA, M. A. Embaixo do dossel: gênero e florestas na Amazônia. **Centro Internacional de Pesquisa Florestal**. Bogor (Indonésia): CIFOR, 2016.

SIMONIAN, L. T. L. Mulheres, Gênero e desenvolvimento na Amazônia brasileira: resistência, contradições e avanços. *In:*

SIMONIAN, L. T. L. (Org.). **Mulheres da floresta amazônica entre o trabalho e acultura**. Belém: UFPA/NAEA, 2001. p. 33-68.

TORRES, I. C. **As novas amazônidas**. Manaus: Editora da UFAM, 2005.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). **Gender and tourism**. Disponível em: <https://www.unwto.org/gender-and-tourism>. Acesso em: 15 jun. 2020.

WOLF, C. S. Mulheres da Floresta: outras tantas histórias. **Revista Estudos Amazônicos**, [S.I.], v. 6, n. 1, p. 21-40, 2011.

GT 6



**História das viagens e do
turismo na Amazônia**

**Professoras Dr.^a Diana Alberto
Dr.^a Giselle Assis
Coordenadoras**

A aviação comercial e o turismo em Belém-PA década de 1980

*Thais Conceição Miranda Farias*¹
*Diana Priscila Sá Alberto*²

Resumo: A aviação teve início desde o processo de civilização, em que a principal inspiração do homem foram os pássaros. O ser humano tinha um grande sonho e logo se tornou um objetivo a ser alcançado: conseguir voar um dia. Desse modo, sempre procurou estudar sobre tal possibilidade e aperfeiçoou seus métodos de estudos e, a partir daí, o seu desenvolvimento teve um curso acelerado. Com a aviação se expandindo a cada momento, devido à guerra, foi crucial e estratégica a criação de um aeroporto no Norte do país, embora *a priori* houvesse somente um objetivo (o de rota estratégica militar). Com o fim da guerra, houve um crescimento e investimento significativos no setor aéreo, tanto que as primeiras companhias aéreas surgiram inovando com voos para o Norte do País, e Belém-PA passou a ser rota de ida e vinda de passageiros, principalmente, daqueles interessados em conhecer a Amazônia (LIMA, 2020). Com base nessa questão, este trabalho propõe-se a analisar a história da aviação comercial em Belém e suas iniciais relações com o turismo na capital. Pesquisas e recortes de jornais da década de 1980 apontavam que a integração e a fomentação do turismo no País foram feitas através de incentivos das companhias aéreas em parceria com os outros setores do ramo turístico, como as agências de viagens e hotéis,

¹ Discente da Faculdade de Turismo, Universidade Federal do Pará. E-mail: thais.farias@icsa.ufpa.br.

² Doutora em História Social da Amazônia, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, UFPA e Docente da Faculdade de Turismo/UFPA. E-mail: dianaalberto@ufpa.br.



grandes eventos, como congressos e leilões também foram essenciais para estimular o turismo. Assim como foram criadas, pelas grandes empresas, as viagens de incentivo para funcionários que alcançassem suas metas na empresa, cujas regiões Norte e Nordeste eram destinos turísticos. A escolha do tema iniciou-se observando o cenário à minha volta e o desejo de se saber como tudo começou, em específico, aqui em Belém-PA, além do intuito de provocar e apontar pesquisas mais profundas sobre este tema. Isso porque é de conhecimento público que a aviação, atualmente, é uma grande fomentadora do turismo, e não apenas em Belém, mas em todo o mundo. No que concerne aos caminhos metodológicos para esse trabalho, foram realizados com base na pesquisa bibliográfica e documental e no levantamento do período de 4 meses até o momento sobre o tema. Para realizar a pesquisa: solicitamos o apoio aos colaboradores do aeroporto, porém sem grandes sucessos; utilização de fontes históricas como no livro da Infraero e em alguns *sites*, além da pesquisa em fontes históricas como jornais da década de 1980, coletados na Hemeroteca da Biblioteca Nacional Digital (BRASIL, 2022). Tendo isso como base, no final do século XIX, depois de várias tentativas, o que era um sonho, tornou-se realidade. Por volta do ano de 1898, época em que começaram a surgir vários nomes, como Santos Dumond, os irmãos Wright, dentre tantos outros, precursores de uma ideia que surgia e era aperfeiçoada ao longo dos anos. De tal modo que foi se tornando cada vez mais próximo o tão sonhado voo através de um avião, embora somente após a 2ª guerra mundial (1939-1945) os primeiros voos tenham ganhado força total para serem utilizados para o setor comercial, em 1960 passou a ser um meio de transporte imprescindível. No Brasil, os voos “testes” iniciaram-se por volta de 1910, mas somente a partir de 1927 ocorreu, de fato, o início dos voos comerciais no Brasil, fortemente influenciados através dos voos charters (voos fretados). Em 1934, ano em que existiam as aeronaves e eram utilizadas nas guerras, a Força Aérea militar iniciou as obras para a construção do aeroporto internacional de Belém,

antes chamado apenas como Val-de-cães, pois logo serviria como rota essencial e de cunho estratégico para os novos aviões militares que saíam das fábricas do Canadá e dos Estados Unidos e faziam um traslado para o norte da África e Europa (INFRAERO, 2022). A história do transporte surgiu com a necessidade humana, pois a sua residência não era fixa, ao passo que foram se desenvolvendo outras necessidades como a de transportar cargas e pessoas de forma mais rápida. Com esse intuito, os meios de transporte refletem a necessidade humana que foi desenvolvida, aprimorando-se ao longo do tempo (SANTOS *et al.*, 2010). A partir da teoria estudada, da breve pesquisa de campo e da leitura das fontes, pode-se apresentar como resultados preliminares que a pesquisa de campo demonstrou as poucas informações encontradas/coletadas e as poucas empresas aéreas que atuaram aqui no estado quando o aeroporto foi inaugurado até o momento. Ainda assim foram cruciais para fomentar o desenvolvimento do turismo no estado. *A priori* a construção do aeroporto era apenas para servir como rota militar e, simultaneamente a isso, para alguns poucos voos comerciais. E a partir desses voos, começaram a surgir vários outros, de forma que, com o fim da guerra, houve um grande investimento no ramo aeroviário, inclusive, no aeroporto de Belém, visto que precisou passar por uma grande reforma, em duas etapas, para que houvesse um conforto melhor, em visto do crescente número de passageiros. Quanto ao turismo, houve certa influência, porque acabam impactando de forma direta (indireta, pois não é todo passageiro que viaja a lazer). Tais fatos evidenciam que a história do aeroporto teve uma grande mudança a partir da década de 1980, época na qual o aeroporto internacional de Belém passou por um grande projeto de reformulação para poder iniciar obras, que ocorreram apenas na década seguinte, cujo propósito era para que, futuramente, houvesse uma grande estrutura, visto que se tornaria um aeroporto internacional, dado que o crescimento e a visibilidade dele era apenas o início da sua modernização. Mediante o exposto é factível afirmar que os setores turísticos estão interligados à aviação, de modo que se pode

concluir que o turismo, em Belém/PA, teve um alavancamento muito forte graças aos voos domésticos e internacionais que o aeroporto proporciona desde a época da sua fundação até os dias atuais.

Palavras-chave: Aviação; Turismo; Belém-PA.

Referências

BRASIL. Biblioteca Nacional Digital. **Hemeroteca digital**. Jornal Diário do Pará. Disponível: www.bn.gov.br. Acesso em: 15 set. 2022.

INFRAERO AEROPORTOS. Histórico de contratos com a Delta Construções S/A. **Infraero, 5 maio 2016**. Disponível em: <https://www4.infraero.gov.br/aerportos/aeroporto-internacional-de-belem-val-de-cans-julio-cezar-ribeiro/sobre-o-aeroporto/historico>. Acesso em: 17 jul. 2022.

LIMA, V. História da aviação e desenvolvimento do avião. **Anima Educação e o desenvolvimento do avião**. 2020. 49 f. Monografia (Graduação em Ciências Aeronáuticas) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/8148/1/TCC%20PRONTO%20PDF.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2022.

SANTOS, P.; PAULA, A.; MARQUES, A.; ZARDO, D. A História e a Importância do Transporte para o Turismo. CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS, 6., 13p., 2010, Foz do Iguaçu, PR, Unioeste. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2010.

História do Turismo na Ilha do Mosqueiro: possibilidades de investigação na *Belle Époque* (1870/1910)

*Dirceu dos Anjos Moraes*¹

*Diana Priscila Sá Alberto*²

Resumo: As praias foram e ainda são áreas de lazer de grande importância para a sociedade. São espaços plurais em que se encontra uma gama de pessoas, de diversas classes sociais e gêneros. Entretanto, até final do século XIX, na Europa, os balneários costeiros eram lugares frequentados apenas pela elite. Segundo Urry (1996), as praias europeias eram um lugar para socialização, descanso, cuidado da saúde. Para além dessas questões, havia o fato de ostentar o *status* de viajar, que, em sua maioria, era exercido apenas pela elite, dado que apenas esse grupo social podia custear, bem diferente da forma atual, tanto no público, quanto na forma de uso e nas viagens. No Brasil, Santana, Silva e Guidice (2020) comentam brevemente sobre a história do litoral baiano no artigo produzido sobre turismo e transformações litorâneas da metrópole baiana, em que a família Real foi quem trouxe o hábito de veraneio ao litoral brasileiro. No Norte do Brasil, algo semelhante acontecia com o crescimento da venda internacional do látex e a descoberta da vulcanização deste, tanto que os estados do Pará e Amazonas viveram a chamada *Belle Époque*, período entre 1870 e 1910, época na qual, através da extração e venda do insumo, conseguiram transformar, estruturalmente, suas capitais, sendo Belém, capital do

¹ Discente em Bacharelado em Turismo, Faculdade de Turismo/UFPA. E-mail: dosanjos.dirceu@gmail.com.

² Doutora em História Social da Amazônia, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, UFPA e Docente da Faculdade de Turismo/UFPA. E-mail: dianaalberto@ufpa.br.



Pará, a principal via de escoamento da produção (SARGES, 2000). A partir dessa contextualização, esta pesquisa traz o seguinte problema: como o período da “*Belle Époque*” poderia ter influenciado o turismo dentro da Ilha de Mosqueiro? Com base na problemática, o objetivo deste trabalho é apresentar como os dados históricos acerca da “*Belle Époque*” influenciaram o turismo na Ilha de Mosqueiro por meio de documentos que registram as primeiras atividades de lazer Ilha. Este trabalho justifica-se primeiro pela expectativa do autor de compreender a história da Ilha de Mosqueiro, ampliando o conhecimento pelo período da *Belle Époque* e por tratar-se de um tema inédito para a investigação na Faculdade de Turismo. A metodologia baseou-se na pesquisa bibliográfica sobre história do turismo e praias para ampliar a discussão teórico do tema Gil (2017) e na análise documental, esta última muito empregada na história, que busca nas fontes possíveis dados que corroborem com os fatos levantados, em que diversos documentos são utilizados para confirmação de dados (PINSKY, 2008). O campo de estudo e o material estudado advêm de pesquisa on-line no acervo da hemeroteca da Biblioteca Nacional Digital (BRASIL, 2022), na qual foram pesquisados jornais do século XIX, destes destacaram-se: o Diário de Belém (1868); o Correio Paraense (1892); e o República (1900). Ao ampliar a discussão teórica, tem-se que Urry (1996) começa abordando os balneários marítimos europeus desde o século XVIII até o XXI, discorrendo como o turismo se desenvolveu nesse período e como influenciou na economia e estruturação nos balneários e cidades. Já Krippendorf (2009), considerado pioneiro no turismo sustentável, através de recortes temporais, analisa o comportamento do turismo, do turista, da economia e da sociedade em seus aspectos sociais e cria suas teses para a humanização do turismo e das viagens. Os dois autores recorrem à história para mostrar o crescimento e desenvolvimento do turismo e mostram como este influenciou a história desses locais em vários níveis. Após a análise das fontes, algumas considerações foram feitas: os recortes dos jornais Diário de Belém, Correio Paraense

e República de Janeiro de 1900 apresentaram informações sobre a necessidade da criação da freguesia de Nossa Senhora do Ó, na ponta do Mosqueiro, até as primeiras notícias de banhos nas praias e o lazer na Ilha do Mosqueiro. No Correio Paraense, o tema sobre a criação da freguesia ocorreu a partir de narrativa do Sr. José do Ó, que deliberou assunto, sem muito se aprofundar, mas esperava, de forma positiva, a criação da Freguesia quando as discussões do projeto tivessem início logo. No Diário de Belém, notou-se a questão do banho (de rio), ele apresentou, ainda, que as praias estavam concorridas e careciam ser tomadas medidas administrativas para a preservação dos bons costumes e moral para que a proibição existente de “pessoa alguma despida tomar banho na ponte” fosse estendida “a todo perímetro de povoação; desde o Cacoalinho até a Praia Grande, à exceção, menores de oito anos de idade”. No periódico República, têm-se notícias dos primeiros banhos em uma das viagens de caráter excursionista para Ilha, com data e horário de ida e volta, sendo apresentada como opção de lazer para a sociedade local com anúncio de duas embarcações dominicais para “as costumadas viagens de recreio, Juruty e Gaivota, sendo o primeiro para a Ilha de Mosqueiro, em dois horários, manhã e tarde”. A partir da análise feita entre o referencial teórico e as fontes, algumas notas conclusivas são apresentadas: a relação das praias com a sociedade brasileira é bastante antiga; e, na Amazônia, a relação com os rios já era um hábito cultural. A história da Ilha de Mosqueiro é significativa para região, posto que o uso dela para o lazer foi para além da *Belle Époque*, em virtude de a praia e o banho desde o século XIX terem sido parte do cotidiano. E a exploração da borracha auxiliou para ampliar as opções lazer que foram expressas na ida para a Ilha. Os recortes remetem ao período do *boom* gomífero na Amazônia, se relacionado com a criação e crescimento estrutural e populacional da Ilha, mas também, com a procura por um espaço de lazer, a necessidade da introdução do código de conduta para que o lazer fosse bem aproveitado, respeitando a moral e os bons costumes, e a linha fluvial dominical para recreação, com

horários definidos de embarque e desembarque, mostram a preocupação com os que viajavam para a Ilha, assim como foi notável a existência de um fluxo para ela em busca de lazer e recreação. Por fim, as fontes têm indícios de que o lazer e a recreação, durante o período da *Belle Époque*, podem ter influenciado o turismo na Ilha de Mosqueiro.

Palavras-chave: Turismo; História; Ilha de Mosqueiro; *Belle Époque*.

Referências

- BRASIL. Biblioteca Nacional Digital. **Hemeroteca digital**. Jornal Diário do Pará. Disponível: www.bn.gov.br. Acesso em: 15 set. 2022.
- GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- KRIPPENDOF, J. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- PISNKY, C. B. (Org.). **Fontes históricas**. 2. Imp. São Paulo: Contexto, 2008.
- SANTANA, M. D. O.; SILVA, M. P.; GUIDICE, D. S. O papel do turismo nas transformações espaciais no litoral da região metropolitana de Salvador: o caso de Mata de São João. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 68-88, set./dez. 200. DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i3.1900>
- SARGES, M. N. **Belém**: Riquezas produzindo a *Belle Époque* (1870-1912). Belém: Paka-Tatu, 2000.
- URRY, J. **O Olhar do turista** – lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001. p. 34-48.

Os eventos de Turismo em Belém-PA na década de 1980

Flávia Tamires Reis Pimentel¹
Camilly Maria Coutinho da Conceição²
Diana Priscila Sá Alberto³

Resumo: A formação da história do turismo no Brasil tem ganhado espaço nos últimos 20 anos na academia, seja por eventos como os da Associação Nacional de História (ANPUH), e mais recentemente na Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo (ANPTUR). Na região Sudeste, existem debates sobre a historicidade da atividade turística, como, por exemplo, na hotelaria, acerca de eventos nacionais como o Carnaval, entre outros temas feitos por Castro, Guimarães, Magalhães (2013). Na região Norte, em especial, em Belém/PA e na Amazônia, são recentes as pesquisas sobre a relação entre o turismo e a história. A investigação feita por Alberto (2022) apontou como podem ser vistas as relações de viagens científicas feitas por mulheres, e suas escritas e vivências de campo. Com base nessa apresentação inicial, este resumo tem como objetivo apresentar as primeiras notas jornalísticas sobre os eventos científicos que ocorreram em Belém do Pará durante o ano de 1984 direcionados ao turismo. Esse tema justifica-se para esse evento por apresentar como uma de suas propostas a ampliação do estudo do turismo com a história. E por

¹ Graduanda em Turismo, Universidade Federal do Pará. E-mail: flavia.pimentel@icsa.ufpa.br.

² Graduanda em História, Universidade Federal do Pará. E-mail: camilly.conceicao@ifch.ufpa.br.

³ Doutora em História Social da Amazônia, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, UFPA e Docente da Faculdade de Turismo/UFPA. E-mail: dianaalberto@ufpa.br.



meio disso, compreender a dinâmica do desenvolvimento do turismo na capital, seja parte acadêmica e empreendedora. Este resumo também poderá servir de base para futuras investigações sobre a história do turismo na região amazônica a partir de Belém-PA. Como o tema é uma investigação inicial, os processos metodológicos têm o referencial teórico pautado em artigos e produções sobre história do turismo no Brasil, como Assunção (2012), Pires (2002) e Cavenaghi (2011), que apresentam uma teoria importante para compreender o olhar acerca do turismo por intermédio das fontes históricas e de narrativas de viajantes. Com relação à coleta de dados, estas se basearam em fontes de jornais feitas por pesquisa de campo no acervo da Hemeroteca da Biblioteca Arthur Vianna do Centro Cultural Tancredo Neves (CENTUR), assim como pesquisa no acervo da Hemeroteca da Biblioteca Nacional Digital. Os jornais são do período de 1980, com destaque para o ano de 1984. As fontes para a pesquisa em história são o campo do pesquisador (PINSKY, 2008), que podem ser acervos físicos ou ambientes on-line (acervos digitalizados). Ao fazer uma breve contextualização teórica, entende-se que os eventos são elementos importantes que trazem dados para investigar a história do turismo no território nacional. O Carnaval foi uma dessas manifestações que deixaram pistas históricas significativas para entender a relação da festa com a vinda de turistas para o Brasil (CASTRO *et al.*, 2012). Na formação dessa teoria que contempla a história e o turismo, o artigo de Cavenaghi (2011) sobre a história da hotelaria em São Paulo aponta como os primeiros almanaques e memoriais do século XIX auxiliaram na divulgação dos meios de hospedagem naquele período. E a partir dos textos de Pires (2002) e Assunção (2012), tem-se uma ampla visão da história do turismo, vindas, principalmente, da história dos viajantes. Tais pesquisas têm a investigação de Alberto (2022) acerca de duas mulheres cientistas que estiveram na Amazônia no começo do século XX, cujas pesquisas apresentaram elementos que ligam a história do turismo, por meio do *Grand Tour*, como uma viagem de conhecimento. Assim,

com base nessa breve incursão teórica à pesquisa, em um dos jornais de significativa circulação em Belém em 1984, como Diário do Pará, verificaram-se importantes notas sobre o turismo na capital. A pesquisa nas fontes apontou que os eventos de cunho científico tinham como foco a parte empreendedora e eram destaque nas colunas sociais (BRASIL, 2022). Dessa forma, ajudam a ampliar a historicidade da atividade em Belém e até seus desdobramentos para o estado do Pará. Como uma pesquisa inicial, são apontados alguns resultados preliminares, entre eles, é que o turismo tinha significativa relevância nos debates da época, pois as fontes indicaram notas críticas com relação a algumas ações que precisavam ser tomadas por parte do poder público na época, como a antiga Companhia Paraense de Turismo (PARATUR). Outra questão levantada como resultado foi o destaque dado ao 1º Congresso Estadual de Turismo, que aconteceu entre 28/11 e 01/12/1984 no CENTUR. Aqui também se tem ênfase na falta de espaços para grandes eventos em turismo na cidade. Assim, esta breve pesquisa aponta para futuras novas investigações que poderão dar uma caracterização histórica significativa para o turismo não somente em Belém, como para a Amazônia.

Palavras-chave: Eventos; Turismo; História; Belém-PA.

Referências

ALBERTO, D. P. S. **Emília Snethlage e Heloísa Alberto Torres:** ciência, gênero e turismo na Amazônia do século XX. 2022. 270 f. Tese (Doutorado em História Social da Amazônia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2022.

ASSUNÇÃO, P. **História do Turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX** – viagens, espaço e cultura. Santana de Parnaíba: Manole, 2012.

BRASIL. Biblioteca Nacional Digital. **Hemeroteca digital**. Jornal Diário do Pará. Disponível: www.bn.gov.br. Acesso em: 15 set. 2022.

CAVENAGHI, A. Hotéis Paulistanos: das razões da hospedagem urbana na cidade de São Paulo e as notícias em almanaques e memoriais do século XIX. **Turismo em Análise**, [S.I.], v. 22, n. 1, p. 119-145, abr. 2011.

PINSKY, C. B. (Org.). **Fontes históricas**. 2. imp. São Paulo: Contexto, 2008.

PIRES, M. J. **Raízes do Turismo no Brasil** – hóspedes, hospedeiros e viajantes do século XIX. 2 ed. Santana de Parnaíba: Manole, 2002.

A importância e contribuição invisibilizada da periferia no Turismo

Cicero Mirosmá Pinheiro de Assis¹

Diana Priscila Sá Alberto²

Resumo: O bairro da Terra Firme, cuja denominação foi criada de forma irônica por habitantes, tem uma área 243,66 ha ou 2,4366 Km² e localiza-se na porção Sul da cidade de Belém, fazendo divisa com os bairros do Guamá, Canudos, Marco, Curió Utinga e Universitário. Com uma localização considerada privilegiada à medida que, via transporte urbano, está aproximadamente a cerca de 20 minutos das áreas centrais. A Terra Firme (atual Montese) é bairro considerado periférico e constituiu-se por volta do século XVIII, com uma ocupação que visava às necessidades implícitas por volta de 1930. Tendo apenas na década de 1950 sofrido um processo acentuado de ocupação pela população de baixa renda advinda do interior do estado do Pará e de estados do Nordeste, particularmente, do Maranhão (ALVES, 2010). Essa necessidade de ocupação lhe trouxe a condição de periferia. No que concerne ao problema de pesquisa deste trabalho, desenvolveu-se sob a contextualização do controle social na região e questiona: apesar do estigmatizado signo da violência que pesa sobre o bairro, podem existir, na Terra Firme, inúmeras manifestações que buscam a amplificação da cidadania e projetos que seguem a ligação entre o lazer e o turismo? Pensando nessa contribuição direta e indireta de associações, a exemplo

¹ Bacharel em Turismo, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. E-mail: cicero.assis@icsa.ufpa.br

² Doutora em História Social da Amazônia, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, UFPA e Docente da Faculdade de Turismo/UFPA. E-mail: dianaalberto@ufpa.br.



do Coletivo Boi Marronzinho, que fomenta cultura, lazer e turismo, este trabalho vem expor os benefícios que a periferia traz para a comunidade superando a imagem/memória que a violência deixou para os visitantes/turistas. Justifica-se tendo como maiores referências as portas que o bairro da Terra Firme, atualmente denominada por Montese, abriu para um dos autores do trabalho que vive há 23 anos por lá. Espaço esse que trouxe visões de futuro, além de muitas oportunidades, de tal forma que se tem a ciência de que, expondo esses benefícios, será uma forma de enaltecer esse território e quebrar alguns estereótipos pesados acerca da favela, além dos benefícios e das vertentes ligadas ao turismo para um ambiente periférico. A metodologia utilizada fundamentou-se na leitura de referenciais sobre conceitos e importância da periferia e turismo, também em pesquisa com colaboradores culturais e de fomento para o turismo da área. A pesquisa realizada e o objeto de estudo ocorrem na Associação do Boi Marronzinho, Associação Cultural do Bairro da Terra Firme que atua com diversas atividades, além da presença do Boi-Bumbá, onde se trabalha a importância de não deixar esquecer a cultura popular. Também atende a temáticas como sustentabilidade, respeito à diversidade e à inclusão. O barracão do Boi Marronzinho também agrega projetos como o Projeto vida sem fome, que consiste na entrega de sopa para pessoas em situação de fome, principalmente, devido à pandemia de 2020 a 2022. Tem-se conceituado e entendido por que a existência da periferia veio à tona por questões e necessidades socioeconômicas, como bem abordado por Tiaraju D'Andrea (2020). Mesmo com as limitações que essas áreas periféricas enfrentam, ainda assim são capazes de agregar às comunidades novos sentidos voltados à cultura e às segmentações do turismo nesses espaços como forma de união, empreendimento e sobrevivência e ascensão social (DURHAM, 1986). Além disso, pode-se levar em consideração a forma como o Turismo entra nesse espaço como viés de rentabilidade, trazendo visão empreendedora e particular para esse território como ajuda para essa comunidade, como um reforço institucional e não só fomentador

de cultura, lazer e turismo, mas também de renda (CARVALHO, 2012). Tem-se como resultado e exemplo a Associação Cultural Boi Marronzinho, na qual houve entrevista com uma das representantes que ressaltou a relevância desses movimentos culturais, conseguindo, facilmente, atrelar tais atividades a lazer e a um segmento do turismo. Foram expostas também a condição de sociabilidade e a apresentação de novas culturas e nichos percebidos entre usuários e representantes. Tanto que essa troca de valores faz parte de uma cultura periférica, que pode, nas palavras da representante, oferecer uma relação com a ancestralidade e possíveis saberes passados de geração para geração.

Palavras-chaves: Periferia; Turismo; Terra Firme; Associação Cultural.

Referências

ALVES, E. S. **Marchas e contramarchas na luta pela moradia na Terra Firme (1979-1994)**. 2010. 143 f. Dissertação (Mestrado em História Social da Amazônia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2010.

CARVALHO, P. Factores determinantes do turismo internacional de negócios: uma revisão de literatura. *Jornadas Luso-Espanholas de Gestión Científica*, 22., Vila Real. 2012. **Anais...** Vila Real, 2012.

DURHAM, E. “A sociedade vista da periferia”. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n. 1, v. 1, 1986.

Eventos religiosos e o turismo em Belém-PA: um estudo sobre o evento anual chamado “Aniversário da Assembleia de Deus”

Rebeka Silva da Silva¹

Gabriela da Silva Leal²

Giselle Castro de Assis³

Resumo: O presente trabalho compreende os eventos de aniversário da Assembleia de Deus, a qual, por ter sido fundada em Belém no ano de 1911 por Daniel Berg e Gunnar Vingren, tornou a cidade um ponto de referência para a história da igreja, sendo hoje o lócus principal das atividades dessa denominação. Com base nisso, esta pesquisa tem como objetivo levantar os possíveis impactos gerados pelo evento anual chamado “Aniversário da Igreja Assembleia de Deus” na cadeia produtiva do turismo de Belém-PA e seus efeitos para o fomento do turismo religioso na cidade. De acordo com o IBGE (2010), 42.275.440 pessoas se declaram evangélicas, das quais 12.314.410 são adeptas à Assembleia de Deus, reconhecida como a maior igreja evangélica/protestante pentecostal do Brasil (OLIVEIRA, 2018; SILVEIRA, 2019). Nesse sentido, é possível perceber o grande número de brasileiros pertencentes a essa denominação, fator que impulsiona o mercado de viagens religiosas. Apesar de a Assembleia de Deus aparecer em diferentes estudos científicos, a abordagem, em sua maioria, é de estudos religiosos ou teológicos (MARIN, 2014; OLIVEIRA, 2018; SILVEIRA, 2019; PEREIRA, 2021), não sendo encontrados trabalhos

¹ Graduanda em Turismo, UFPA. E-mail: rebekakayme42@gmail.com.

² Graduanda em Turismo, UFPA. E-mail: gabrielaleal275@gmail.com.

³ Doutora em Antropologia, UFPA. E-mail: gassis@ufpa.br.



voltados para o turismo. Sendo assim, esta pesquisa se faz necessária tanto para avaliar o desenvolvimento do turismo religioso no estado do Pará, através dos eventos religiosos, como para analisar se essa prática pode impactar, positiva ou negativamente, os moradores locais. A metodologia seguiu uma abordagem qualitativa e quantitativa, ou seja, “utiliza-se tanto dos dados estatísticos como subjetivismo” (MATTOS, 2020, p. 49). Inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre as seguintes temáticas: contexto histórico da Assembleia de Deus; desenvolvimento do turismo e do turismo religioso; impactos dos eventos nas cidades sede a partir de artigos selecionados na Plataforma CAPES e *Google Acadêmico*. Para levantamento dos dados quantitativos, foram aplicados questionários fechados durante o Grande Culto de Celebração do Aniversário da Assembleia de Deus em Belém. Um dos critérios metodológicos para o levantamento dos dados foi a aplicação dos questionários somente para visitantes, incluindo os turistas, ou seja, aqueles que pernoitam na cidade, quanto os excursionistas, os que não pernoitam no local (UNWTO, 2014). O turismo caracteriza-se pelo deslocamento de pessoas de forma não permanente a determinado local ou evento específico, enquanto os eventos surgiram da necessidade do homem de se comunicar (DIAS, 1996). Portanto, ligadas entre si, ambas as atividades exigem certo grau de deslocamento, assim como hospitalidade daqueles que recebem e uma infraestrutura básica. Outro fato em comum é a intenção de promover algo, seja o destino em si ou a celebração. O segmento de turismo religioso pode ser realizado em diferentes locais como em “festas religiosas celebradas periodicamente, espetáculos e representações teatrais de cunho religioso, congressos, encontros, seminários ligados às atividades de evangelização dos fiéis e, principalmente, viagens a lugares sagrados” (GAZONI, 2003, p. 97). Ou seja, está presente em diferentes tipos de eventos, atuando conjuntamente com o turismo de eventos com o intuito de reduzir a sazonalidade, característica do turismo tradicional, haja vista que os eventos oferecem ao turista razões para visitar as localidades em períodos de baixa estação.

Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2019), o segmento de turismo religioso gera cerca de R\$ 15 bilhões por ano, possuindo, em 2019, 513 festas religiosas inscritas no calendário nacional de eventos. Esse dado revela que o turismo religioso é muito desenvolvido em nível nacional, demonstrando seu potencial para gerar benefícios para a localidade. A prática do turismo e a de eventos geram impactos para as localidades, sejam eles positivos ou negativos. Portanto, o planejamento surge como meio de minimizar os impactos danosos aos destinos, a fim de maximizar os benefícios oriundos dessas atividades. Alguns autores destacam que os impactos podem ser classificados em categorias distintas, contudo, na prática, se entrelaçam, sendo eles: sociais, ambientais, econômicos, políticos e culturais (PANOSSO NETTO, 2010; MARUJO, 2015; SCHMITT, 2020). Entretanto, a maioria dos estudos sobre impactos está voltada ao econômico, em virtude de ser mais mensurável. Na pesquisa de dimensionamento do setor de eventos, feita pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), em 2013, com 2,7 mil empresas em todo o Brasil, constatou-se que “foram realizados 590.913 eventos nos 9.445 espaços disponíveis no País, reunindo 202.171.787 pessoas e gerando uma receita estimada de R\$ 209,2 bilhões” (ABEOC, 2014, p. 7). Em pesquisa recente sobre o turismo de eventos em Fortaleza, realizada por meio da parceria entre a CETUR, IPDC, UNIFOR e Visite Ceará (UNIFOR, 2018, p. 6), “com 3.308 entrevistados em 26 eventos”, constatou-se que o gasto total dos turistas de eventos é de R\$ 549,6 milhões de reais, ou seja, são recursos externos que impactam diretamente na economia cearense. Vale destacar que o governo do Ceará passou a investir nesse setor com a construção de grande centro de eventos, possibilitando o fomento dessa atividade no local. Diante disso, conclui-se que o setor de eventos contribui para o desenvolvimento da economia dos destinos-sede a partir da receita gerada, da geração de empregos e dos impostos. Os resultados e discussão dos dados apresentados, a seguir, são resultado da pesquisa de campo realizada em junho de 2022, com 69 respondentes,

durante a “Grande Celebração de Aniversário da Assembleia de Deus”, por seus 111 anos de existência. O evento foi selecionado devido ao seu tempo de existência e importância para a cidade, sendo a Grande Celebração o momento que reúne a maior quantidade de visitantes com a participação de cerca de 20 mil pessoas. O questionário visa analisar o impacto econômico do evento com base nos principais elementos componentes da cadeia produtiva do turismo: transporte; hospedagem; alimentação; operadoras e agências (LINS, 2017). Quanto à procedência dos respondentes, 84% são residentes da região Norte, 10% da região Nordeste e 5% da região Sudeste. Em relação ao meio de transporte utilizado, destaca-se o uso de ônibus com 71% dos respondentes, além disso 16% deles informaram ter feito a viagem com o uso de carro particular, isso ocorre em razão de grande parte dos respondentes ser de municípios do entorno de Belém. Enquanto 9% utilizaram avião, ou seja, o deslocamento de pessoas de outros estados é bem pequeno, gerando baixo impacto no setor de aviação. Em relação à hospedagem, 65% não utilizaram meios de hospedagem, não pernoitando na cidade. Além disso, 19% se hospedaram na casa de amigos/parentes, demonstrando que o evento é composto por uma forte rede de relacionamentos. Segundo a pesquisa de campo, apenas 16% hospedaram-se em hotéis, o que revela baixo impacto na cadeia hoteleira. Em relação à forma de organização da viagem, 77% organizaram a viagem com o auxílio de amigos/parentes e 10% individualmente, além de 7% dos respondentes que organizaram a viagem com o auxílio da igreja/pastor. Sendo assim, os serviços de agenciamento turístico não são consumidos, isso se deve ao fato de, habitualmente, o pastor/líder dessas igrejas assumir o papel de agente de viagens. Além disso, esse contexto remonta à estrutura da Igreja Assembleia de Deus, a qual se caracteriza pelo evangelismo pessoal, em que a palavra é pregada às pessoas próximas, a fim de ganhar seus amigos e parentes para Cristo (OLIVEIRA, 2018; PEREIRA, 2021). Referente ao local em que realizaram as refeições, 52% se alimentaram

no local do evento, entretanto, foi constatado que os respondentes já traziam suas refeições para consumir no local. Além destes, 23% realizaram suas refeições na casa de parentes/amigos, outros 16% consumiram alimentos em lanchonetes/restaurantes de Belém. Ou seja, os empreendimentos alimentícios da cidade sede do evento não foram, em suma, alcançados. Quanto à motivação para participar do evento, 46% escolheram a opção “agradecimento a Deus”, seguido de 33% da orientação dos pastores e 20% tradição familiar. Em um estudo sobre o Círio de Nazaré, evento de cunho católico que ocorre na cidade de Belém, a pesquisa identificou que 60% dos visitantes tinham como motivação para participar “motivos religiosos e não religiosos”, enquanto somente 21% possuíam motivação exclusivamente religiosa (SERRA, 2014). Portanto, semelhante ao que ocorre no evento da Assembleia de Deus, a religião ainda é a principal motivação para participar desses eventos, embora não seja a única. Segundo Bohn (2004), o poder de influência das lideranças evangélicas é grande em virtude do nível de religiosidade de seus membros, o qual é medido pela frequência com a que se participa de missas ou de cultos, além de serem mais presentes na vida dos fiéis. No que tange à participação no evento, a figura do pastor é bastante relevante, visto que possui papel preponderante na organização, divulgação, motivação e companhia da viagem. Em relação ao meio de transporte utilizado para o traslado até o local do evento, foi possível identificar que 71% deles utilizaram as caravanas dos templos. Vale destacar que essas caravanas retornam ao local de origem logo após o encerramento da Grande Celebração de aniversário, não pernoidando ou consumindo qualquer produto da cidade sede. O uso de carro foi apontado por 20% dos respondentes, seguido de 6% de ônibus de linha. Portanto, o impacto econômico gerado no setor de transporte pautou-se somente no fretamento de ônibus utilizado pelas caravanas. Esse foi o setor da cadeia produtiva com maior grau de impacto direto pelo evento em estudo. Os dados coletados, nesta pesquisa, apontam que o evento de Aniversário da Assembleia de Deus é composto por uma demanda

de visitantes dos interiores do estado do Pará, o que possibilita a sua viagem de ida e volta no mesmo dia, ou seja, não utilizam os serviços da cadeia produtiva do turismo. Sendo assim, apesar de sua magnitude, o evento não impacta significativamente nos elementos da cadeia produtiva do turismo, não contribuindo, desse modo, para o fomento do turismo religioso em Belém. Ainda assim, a partir dos resultados, nota-se que o evento apresenta um grande potencial na captação de turistas para a cidade, em que o pastor detém papel fundamental em relação ao tempo de permanência e estadia dos visitantes, devido ao poder de influência sobre seus membros. Conclui-se que a organização do evento anual de Aniversário da Assembleia de Deus poderia desempenhar papel relevante na divulgação de Belém como destino sede aos turistas, colaborando para o desenvolvimento do turismo religioso na cidade de fundação da primeira igreja dessa denominação.

Palavras-chave: Eventos Religiosos; Turismo Religioso; Turismo de Eventos; Assembleia de Deus.

Referências

ABEOC. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil 2013**. São Paulo: Eventos. EXPO Editora, 2014.

BOHN, S. R. Evangélicos no Brasil: Perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral. **Opinião Pública**, Campinas, v. X, n. 2, p. 288-338, out. 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Fé movimentou setor turístico no Brasil (2019)**. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2019/08/fe-movimentou-setor-turistico-no-brasil>. Acesso em: 17 maio 2022.

DIAS, V. D'Arriaga. **Organização de eventos**: guia prático e relato de experiências. São Paulo: Intermediário, 1996.

GAZONI, J. L. Aproveitamento turístico de recursos mítico-religiosos: os Passos de Anchieta. *In*: DIAS, R.; SILVEIRA, E. J. S. (Org.). **Turismo religioso**: ensaios e reflexões. Campinas, SP: Alínea, 2003.

IBGE. **Censo 2010**. Amostra Religião. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/23/22107>. Acesso em: 11 abr. 2022.

LINS, B. S. **Cadeia produtiva do turismo**: a experiência de Petrópolis. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2017.

MARIN, J. R. A Assembleia de Deus nos anos de 1990: a “Década da Colheita”. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 12, n. 34, p. 436-464, abr./jun. 2014.

MARUJO, N. O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. **Revista Delos**, [S.I.], v. 8, n. 22, Junio 2015.

MATTOS, S. M. N. **Conversando sobre metodologia de pesquisa científica**. Porto Alegre: FI, 2020.

OLIVEIRA, M. C. **O surgimento da Igreja Assembleia de Deus em Belém do Pará: a importância de Gunnar Vingren e Daniel Berg**. 2018. Trabalho de conclusão de Curso (Graduação em Teologia) – Centro Universitário de Maringá, Distrito Federal, 2018.

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2010.

PEREIRA, G. C. S. Origem do movimento Pentecostal no Brasil – Assembleia de Deus de 1910 a 1950. **AD AETERNUM – Revista de Teologia**, [S.l.], n. 2, p. 235-249, 2021.

SCHMITT, D. **Avaliação dos impactos econômicos de eventos locais a partir do modelo input-output**: Uma análise da Bauernfest, a festa do colono alemão de Petrópolis - RJ. Osiris Ricardo Bezerra Marques, orientador. Niterói, 2020. 120 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020.

SERRA, D. R. O. **O processo de turistificação do espaço em santuários e eventos católicos**: uma análise sobre o Círio de Nazaré em Belém-PA. 2014. 185 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2014. Programa de Pós-Graduação em Geografia.

SILVEIRA, M. N. **História e Doutrina da Assembleia de Deus no Brasil**: um estudo de caso. Dissertação (Mestrado em Teologia) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

UNIFOR (Org.). **Impacto econômico do turismo de eventos realizados em Fortaleza 2018**. Fortaleza: LABOTIPO, 2018.

UNWTO, 2014. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Acesso em: 6 set. 2022.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). **Glossary of tourism terms**. New York:

Comissão Organizadora e Científica

Organizadora dos Anais do Turismo em Debate 2022

Diana Priscila Sá Alberto

Comissão Organizadora EMPACTUR

Prof.a Dr.a Jéssika Paiva França (Organizadora)

Prof.a Ma. Milene de Castro

Discentes Bolsistas e Voluntários EMPACTUR

Aleandra Veloso Ribeiro

Ana Beatriz Sarmento

Carla Alcilene da Silva Aguiar

Carlos Jesus Pereira Costa

Davi Nascimento Farias da Silva

Daniel Silva da Rosa

Elidia dos Santos Barros

Elizabeth Paulino da Costa

Flávia Tamires Reis Pimentel

Ivaneide Santos da Silva

Izabelle Cristina Fonseca

Jorge Gabriel da Conceição Costa (designer gráfico do evento)

Juliana Alves dos Reis

Julienne Lobato Seabra

Luane Eunice Gomes da Silva

Luan Carlos Ramos Porfírio

Lucas Fonseca Gomes de Oliveira

Lucas Salatiel Calazans de Araújo

Matheus Paulo da Silva Miranda

Nathália Saint-Clair de Matos Costa Nascimento

Rhafla Cristina Silva dos Reis



Tainar Braga Moraes
Talyta Teles Abreu
Willyane Thays Silva da Silva
Yngrid Thainá Almeida Melo

Tecnologia e transmissão on-line

Wendel Tavares de Carvalho (Bach. em Turismo)

Discentes Bolsistas da FACTUR

Gabriela de Souza Ferreira
Gleiciane de Melo Alves

Comissão Científica

Prof.a Dr.a Diana P. Sá Alberto (Organizadora)
Prof.a Dr.a Jéssika Paiva França
Prof. Dr. Eduardo Gomes
Prof. Dr. Fabrício Lemos
Prof.a Dr.a Giselle de Castro Assis
Prof. Dr. José Lúcio Bentes
Prof.a Ma. Juliana Hamoy
Prof.a Dr.a Maria Augusta F. Canal
Prof. Dr. Raul Campos
Prof.a Dr.a Silvia Helena R. Cruz
Prof.a Dr.a Vânia Lúcia Quadros

Equipe Secretaria da FACTUR

Téc. Me. Aldo Lisboa
Téc. Grad. Alexandra Amaral



ISBN: 978-65-994227-7-5

