



Universidade de Brasília - UnB
Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS
Doutorado em Desenvolvimento Sustentável

TESE

**MOSAICO DA SUSTENTABILIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS:
cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado
Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses**

Doutoranda: Helena Araújo Costa

Orientador: Prof. Dr. Elimar Pinheiro do Nascimento

Brasília
Agosto 2009





Universidade de Brasília - UnB
Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS
Doutorado em Desenvolvimento Sustentável

TESE

**MOSAICO DA SUSTENTABILIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS:
cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado
Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses**

Doutoranda: Helena Araújo Costa

Orientador: Prof. Dr. Elimar Pinheiro do Nascimento

Tese de Doutorado

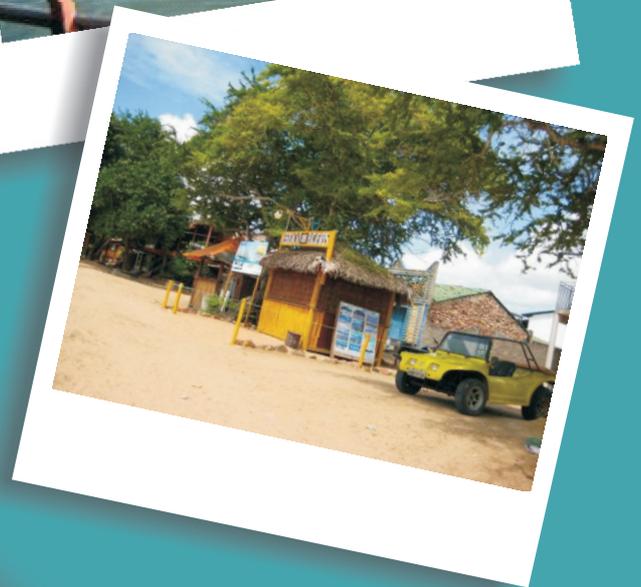
Brasília
Agosto 2009





Parte I

(RE)CONHECENDO AS PEÇAS DO MOSAICO



Parte II

(RE)COMBINANDO AS PEÇAS DO MOSAICO



Costa, Helena Araújo

Mosaico da sustentabilidade em destinos turísticos:
cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro
integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses/
Helena Araújo Costa.

Brasília, 2009.

296 p.: il.

Tese de Doutorado. Centro de Desenvolvimento Sustentável.
Universidade de Brasília, Brasília.

1. Cooperação. 2. Conflito. 3. Micro e pequenas empresas
(MPE). 4. Sustentabilidade. 5. Turismo. I. Universidade de
Brasília. CDS.

II. Título.

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir cópias desta tese e emprestar ou vender tais cópias, somente para propósitos acadêmicos e científicos. A autora reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte desta tese de doutorado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito da autora.

Helena Araújo Costa

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL – CDS

Mosaico da sustentabilidade em destinos turísticos:
cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado
Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses

Helena Araújo Costa

Tese de Doutorado submetida ao Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Doutor em Desenvolvimento Sustentável, área de concentração em Política e Gestão Ambiental.

Aprovado por:

ELIMAR PINHEIRO DO NASCIMENTO – Doutor, Centro de Desenvolvimento Sustentável – CDS/UnB
(Orientador)

JOSÉ AROUDO MOTA – Doutor, Centro de Desenvolvimento Sustentável – CDS/UnB
(Examinador Interno)

JOSÉ AUGUSTO DRUMMOND – Doutor, Centro de Desenvolvimento Sustentável – CDS/UnB
(Examinador Interno)

VINÍCIUS LAGES – Doutor, Sebrae Nacional
(Examinador Externo)

TOMÁS DE AQUINO GUIMARÃES – Doutor, Faculdade de Administração, Ciências Contábeis, Economia e Ciência da Informação – FACE/UnB
(Examinador Externo)

Brasília-DF, 28 de agosto de 2009

À minha mãe, ao meu pai e aos meus irmãos, primordiais na minha vida e na construção deste caminho.

Ao Bruno, o melhor companheiro em qualquer travessia.

AGRADECIMENTOS

A beleza desta tese-mosaico nasce das diversas mãos habilidosas que colaboraram em sua construção. Especiais agradecimentos a:

José, meu professor de mosaico, pelos ensinamentos sobre a beleza da imperfeição na arte com tesselas de vidro e de pedra.

Dr. *Elimar Nascimento*, meu orientador, pelos desafios na reflexão sobre a complexidade das tesselas sociais e do pensamento, com a inquietação suficiente e a calma necessária. Também pelas lições de profissionalismo e sensibilidade, pelas orientações e desorientações.

Aos membros da banca. Dr. *Tomás de Aquino*, por ter despertado em mim vontade e confiança para buscar o doutorado, bem como pelo estímulo a prosseguir na carreira acadêmica.

Dr. *Vinícius Lages*, pelas reflexões provocativas desde o primeiro projeto da tese e por compartilhar comigo tantas perguntas, ainda que sem respostas.

Dr. *Aroudo Mota*, pelos ensinamentos da estatística e exemplos de vida ao longo do doutorado.

Dr. *José Augusto Drummond*, pela leitura criteriosa do trabalho.

Bruno Cardozo, pelos cuidados comigo em cada dia do doutorado e por este amor que seguirá pela vida. Por compreender minhas longas ausências para estudos e pesquisas. Finalmente, por todo o apoio, prático e emocional, na preparação dos dados e do trabalho final.

Dr. *Alexandre Costa*, pelo estímulo a moldar novos futuros e novos pensamentos. Pelas conversas, reflexões e conquistas nascidas de conselhos ousados, assim como pela ajuda na organização do trabalho.

Francinalda Rocha, pela incomparável energia aplicada na organização e execução dos trabalhos de campo.

Dra. Iara Brasileiro, pela acolhida no CDS desde a inscrição para o doutorado.

Colegas do *LETS/CDS*, Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade, pelas ricas discussões. Especialmente, a *David Bouças* e *João Paulo Tasso*, pessoas que admiro tanto pelo companheirismo quanto pelo profissionalismo.

Paulo Tavares, pelo suporte estatístico e busca de soluções para os dados quantitativos.

Eleusina e família, pelo auxílio na preparação dos dados e referências.

Dr. *Rhodri Thomas*, Dr. *Xavier Font* e *Andrew Eaglen* pelos desafios lançados, pelas oportunidades de absorver novas influências durante o período no *International Centre for Responsible Tourism (ICRT)*. Também aos meus colegas doutorandos do ICRT pelas perguntas compartilhadas.

Renata Távora e Dr. *Frédéric Mertens*, pelo aprendizado e alegre parceria nas análises de redes sociais.

Aos meus *colegas de doutorado*. Especialmente, a *Marcelo Persegona*, pela presteza com as ilustrações geográficas e a *Camila Rodrigues*, pelo carinho na revisão da seção sobre impactos do turismo.

Dra. Milene Takasago, pela revisão de medidas e raciocínios referentes a questões econômicas.

Tatiana Derze, pelo cuidadoso *design* dos mosaicos que enfeitam o trabalho.

Cristina Carvalho que, com toda a doçura que lhe é própria, me recebeu tantas vezes em sua casa e me encorajou a seguir em frente.

Meus amigos, em especial *Alice Plakoudi*, *Jaqueline Trinta* e *Renata Camargo*, pela amizade incondicional na presença e na ausência.

Capes, pelo suporte financeiro no Brasil e na Inglaterra.

Finalmente, agradeço a cada um dos respondentes da pesquisa, pelo tempo dedicado em ajudar a encontrar pistas para responder às questões que me acompanharam, noite e dia, nos últimos anos.

 criação do mosaico é uma arte fascinante baseada em paradoxos que devem ser abraçados. Entre eles estão as peças, múltiplos objetos simples fundidos em uma totalidade complexa e singular; a irregularidade que floresce da escolha deliberada e, com frequência, a criação cuidadosa que surge a partir da destruição. Tais paradoxos são reunidos pelo mosaicista quando princípios de outras artes são aplicados. Ao modelar as tesselas como um escultor, ao escolher as cores como um pintor e ao tecer padrões como um artesão, o/a mosaicista apresenta sua própria visão.”

(LOCKTOV e CLAGETT, 2002)

RESUMO

Esta tese trata de relações sociais que envolvem micro e pequenas empresas (MPE) no roteiro turístico integrado que perpassa Jericoacoara (Ceará), o Delta do Parnaíba (Piauí) e os Lençóis Maranhenses (Maranhão), também chamado Costa Norte. O objetivo é identificar nas relações sociais os aspectos de cooperação e conflito que produzem condições favoráveis à sustentabilidade nos destinos turísticos da região analisada e os fatores que atuam sobre tais relações. A pesquisa compõe-se de três etapas metodológicas — a primeira, de cunho exploratório, emprega observações, análise de dados secundários e entrevistas não-estruturadas. A segunda etapa, qualitativa, usa dados de entrevistas semiestruturadas. A terceira é quantitativa e conta com questionários aplicados em 213 MPE do turismo nos três destinos turísticos-âncora da Costa Norte: Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas. A análise dos dados do *survey* é feita com técnicas estatísticas uni, bi e multivariadas; além de técnicas de análise de redes sociais. A comparação entre características das MPE nos três destinos turísticos mostra diferenças significativas em relação a: importância relativa do turismo para a localidade; perfil da demanda; estrutura produtiva: porte, idade e atividade principal das empresas; sazonalidade; flutuação média de empregados; origem dos proprietários e relação com o local. Os resultados apontam ações de cooperação mais elaboradas e sistemáticas das MPE como aquelas que mais favorecem a sustentabilidade do destino, a exemplo de participação em conselhos municipais, a promoção de treinamentos em conjunto e a educação ambiental do turista, todas mais expressivas em Barreirinhas. Outras ações, como compras conjuntas, montagem de pacotes em grupo e cuidados partilhados com a unidade de conservação refletem no aumento do lucro individual da MPE. Por outro lado, a indicação de outras empresas não tem impactos sobre os resultados averiguados. Poucos percebem resultados positivos dos conflitos, tais como melhoria das relações, da cidade e valorização da comunidade. Uma pequena parcela entende que os conflitos contribuíram para a formação e o fortalecimento de grupos. Todavia, observações complementares reforçam a noção de que conflitos foram condicionantes da cooperação, que surge como tentativa de lidar com as divergências. Entre os fatores que aparentam influenciar as relações analisadas estão: o momento do ciclo de vida do destino e a conseqüente importância do turismo para a dinâmica da economia local; maior ou menor dependência dos recursos naturais da unidade de conservação para o turismo; polaridade dos conflitos locais empreendidos pelas MPE; relevância da roteirização para o sucesso comercial do destino; permeabilidade do governo local para as demandas do setor turístico; (falta de) regulação das atividades do turismo; existência de esferas de diálogo entre atores sociais locais; sazonalidade do destino, entre outros. Conclui-se que a falta de conflitos não é condição suficiente ou necessária para a cooperação emergir e que nem toda cooperação ou conflito das MPE favorece automaticamente a sustentabilidade. Alguns desdobramentos de ambas as relações são capazes de contribuir positivamente para a sustentabilidade do destino turístico.

Palavras-chave: cooperação; conflito; micro e pequenas empresas (MPE); sustentabilidade; turismo

ABSTRACT

This study focuses on social relationships which involve micro and small tourism businesses situated on Costa Norte, coastal zone formed by municipalities of three north eastern Brazilian counties named *Ceará*, *Piauí* and *Maranhão*. The research aims to identify components of cooperation and conflict on relationships developed by micro and small tourism firms which contribute to building positive conditions for destination sustainability as well as factors which influence those relations. The research methods were organized in three stages. The first one is an exploratory view based not only on non-structured interviews but also on field observation and secondary data research. The second represents a qualitative approach based on semi-structured interviews. The third consists on a survey, based on structured questionnaires, which was undertaken with 213 micro and small tourism businesses located in the three main tourism destinations along the mentioned region: *Jericoacoara*, *Parnaíba* and *Barreirinhas*. The data analysis combined descriptive and multivariate statistical techniques besides methods of social network analysis. Some features which differentiate the three destinations arose from their comparison: participation of the tourism sector in local economies, tourist demand characteristics, size, age and main activities of the firms, seasonality, the average number of employees per year, entrepreneurs' origins and, finally, their linkage to the place. The observed results suggest that more systematic cooperation is more keen to contribute for destination sustainability such as participation in local committees; shared staff training and environmental education targeting tourists. All three cooperative actions are more remarkable in *Barreirinhas*. Moreover some other cooperative actions – such as collective buying, tour package organization and shared care to the conservation area – impact on the firm profit increase. On the other hand, cooperative actions such as recommendation of other businesses have not presented any impacts on the investigated parameters of sustainability. Just a few indicated positive results from conflicts such as improvements of relations and destinations, besides the rise of community perceived value. However some observations show that conflicts are relevant for cooperation since cooperative actions can emerge as attempts to deal with previous divergences. Briefly, some factors which may affect the analysed relationships are regarding as: the destination life cycle point which also addresses the importance of the tourism sector for the local economy; the level of dependency on the natural resources from the conservation area for tourism; the polarity of main local conflicts development by the firms; the importance of the integrated route policy for the commercial success of the destination; the responsiveness of local government to the tourism trade requests; (lack of) regulation of tourism activities; existence of an arena for local tourism stakeholders' dialogue; destination seasonality, among other factors. To conclude is remarkable that the absence of conflict is not a sufficient nor a necessary condition for cooperation to emerge. Furthermore, neither all kinds of cooperation nor conflict contribute automatically for sustainability even though some manifestations of them can result in positive conditions for tourism destination sustainability.

Key words: cooperation; conflict; micro and small tourism businesses; sustainability; tourism

RESUMEN

Este trabajo trata de relaciones sociales que abarcan micro y pequeñas empresas (MPE) en los destinos turísticos de la Costa Norte, zona costera que va más allá de los municipios de Ceará, Piauí y Maranhão. El objetivo de la tesis es identificar en las relaciones sociales los aspectos de cooperación y conflicto, que producen condiciones favorables para la sustentabilidad de los destinos turísticos en la región examinada, y los factores que actúan sobre estas relaciones. La investigación consta de tres etapas metodológicas: la primera, de carácter exploratorio con empleo de observaciones, análisis de datos secundarios y entrevistas no estructuradas. La segunda es cualitativa, mediante entrevistas medio estructuradas. La tercera es cuantitativa y cuenta con la aplicación de cuestionarios junto con 213 MPE del turismo en los tres destinos turísticos anclas de la Costa Norte: Jericoacoara, Parnaíba y Barreirinhas. El análisis de datos del *survey* se hace con técnicas estadísticas uni y multivariadas, además de técnicas para el análisis de redes sociales. La comparación entre las características de las MPE en los tres destinos muestra diferencias en relación con: importancia relativa del turismo para la localidad; perfil de la demanda; estructura productiva: tamaño, edad y actividad principal de las empresas; coyuntura; fluctuación media de los empleados; origen de los propietarios y relación con el lugar. Los resultados muestran acciones de cooperación más elaboradas y sistemáticas como las que más favorecen a la sustentabilidad del destino, como la participación en los consejos municipales; promoción de entrenamientos conjuntos y de educación ambiental del turista, todas más expresivas en Barreirinhas. Otras acciones, como compras conjuntas, montaje de paquetes en grupo y cuidados compartidos con la unidad de conservación reflejan el aumento del beneficio individual de la MPE. Acciones como la indicación de otras empresas no tienen ningún impacto sobre los resultados investigados. Pocos se dan cuenta de algunos resultados positivos a los conflictos, como la mejora de las relaciones y de la ciudad; valorización de la comunidad. Una pequeña parcela comprende que los conflictos contribuyeron para la formación y fortalecimiento de los grupos. Todavía, observaciones complementarias refuerzan los conflictos como condicionantes de la colaboración, que surge al tratar de hacer frente a las divergencias. Sucintamente, entre los condicionantes que parecen influir en las relaciones examinadas están: el momento del ciclo de vida del destino y la consecuente importancia del turismo para la dinámica de la economía local; mayor o menor dependencia de los recursos naturales de la unidad de conservación para el turismo; polaridad de los conflictos locales realizados por las MPE; importancia de la ruta hacia el éxito comercial del destino; permeabilidad del gobierno local para las demandas del sector turístico. Se concluye que la falta de conflictos no es condición suficiente o necesaria para la cooperación emerger. Además, no toda la cooperación o conflicto de las MPE favorecen a la sustentabilidad, sino que algunos desdoblamientos entre ambas relaciones son capaces de contribuir positivamente para la sustentabilidad del destino turístico.

Palabras clave: cooperación; conflicto; micro y pequeñas empresas (MPE); sustentabilidad; turismo.

RÉSUMÉ

Cette étude traite les rapports sociaux qui impliquent les micro et petites entreprises (MPE) dans les destinations touristiques de la Côte Nord, littoral du Ceará, Piauí et Maranhão. Le but est d'identifier, dans les rapports sociaux, les aspects de coopération et le conflit provoqués par les conditions favorables au développement durable des destinations touristiques de la région, et comment ces facteurs influent sur ces rapports. Ceci en trois étapes méthodologiques: la première, exploratrice, utilisant observations, analyse de données secondaires et entretiens non structurés. La seconde est qualitative, avec entretiens semi structurés. La troisième est quantitative, avec application de questionnaires aux 213 MPE du tourisme dans les trois destinations, symboles de la Côte Nord: Jericoacoara, Parnaíba et Barreirinhas. L'analyse des données de *survey* est faite sur des techniques statistiques uni et multi variées; et techniques d'analyse de réseaux sociaux. La comparaison entre les caractéristiques des MPE dans les trois destinations montre les différences concernant: importance relative du tourisme pour la région; profil de la demande; structure productive: importance, âge et activité principale des entreprises; saisonnalité; fluctuation moyenne d'employés; origine des propriétaires et rapport avec le lieu. Il en résulte des actions de coopération plus élaborées et systématiques comme celles favorisant davantage le développement durable de la destination, exemple: participation dans les conseils municipaux; promotion de formations ensemble et de l'éducation environnementale du touriste, toutes plus expressives à Barreirinhas. D'autres actions comme achats conjoints, montage de forfaits en groupe et soins partagés avec l'unité de conservation, reflètent sur l'augmentation du bénéfice individuel de la MPE. Des actions comme indication d'autres entreprises n'influencent pas les résultats. Peu sont ceux qui perçoivent des résultats positifs aux conflits, tels qu'améliorations des rapports et de ville; valorisation de la communauté. Pour une minorité, les conflits ont contribué à la formation et au renforcement de groupes. Cependant, des observations complémentaires renforcent les conflits comme conditionneurs de coopération, dans la tentative de faire face aux divergences. Succinctement, les conditionneurs paraissant influencer les relations analysées sont: moment du cycle de vie de la destination et importance conséquente du tourisme sur la dynamique de l'économie locale; importance plus ou moins grande de la dépendance des ressources naturelles de l'unité de conservation pour le tourisme; polarité des conflits locaux entrepris par les MPE; relevance de la création d'itinéraires pour le succès commercial de la destination; perméabilité du gouvernement local pour demandes du secteur touristique; (manque de) réglementation des activités touristiques; existence de sphères de dialogues entre les acteurs sociaux locaux; saisonnalité de la destination, entre autres. Conclusion, le manque de conflits n'est pas une condition suffisante ou nécessaire pour faire émerger la coopération. De plus, on constate que toute coopération ou conflit des MPE ne favorise pas automatiquement le développement durable, mais que certains dédoublements des deux rapports peuvent contribuer positivement à la durabilité de la destination touristique.

Mots-clés: coopération; conflit; micro et petites entreprises (MPE); durabilité; tourisme.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização da Costa Norte.....	26
Figura 2 – Sistema de turismo	27
Figura 3 – Imagem de satélite com destaque para a Costa Norte	28
Figura 4 – Unidades de conservação federais e principais atrativos turísticos da Costa Norte.....	28
Figura 5 – Escores dos IDH municipais na Costa Norte.....	31
Figura 6 – Alternativas de transporte para o turista na Costa Norte.....	37
Figura 7 – Principais destinos turísticos da Costa Norte e seus atrativos principais.....	37
Figura 9 – Modelo do ciclo de vida de destinos turísticos	67
Figura 10 – Áreas pesquisadas dos municípios	117
Figura 11 – Redes de parceiros das MPE do turismo na Costa Norte	184
Figura 12 – Inserção das MPE com conflitos na rede de parcerias da Costa Norte	187
Figura 13 – Rede de parceiros das MPE do turismo por categorias	188
Figura 14 – Redes de parceiros das MPE do turismo em Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas	189
Figura 15 – Distribuição das parcerias por categoria e por destino.....	192
Figura 16 – Redes de parceiros das MPE do turismo entre os destinos turísticos	193
Figura 17 – Correlações entre ações e dimensões da sustentabilidade dos resultados.....	212
Figura 18 – Rede de conflitos das MPE da Costa Norte	219
Figura 19 – Rede de conflitos das MPE de Jericoacoara.....	220
Figura 20 – Rede de conflitos das MPE de Parnaíba.....	221
Figura 21 – Rede de conflitos das MPE de Barreirinhas	221

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – <i>Ranking</i> decrescente dos escores de IDH nos municípios da Costa Norte, 1991 e 2000..	32
Tabela 2 – Estabelecimentos na Costa Norte, de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) da Pesquisa Anual do Comércio (% , 2006)	34
Tabela 3 – Média de salários mínimos mensais por funcionário, em MPE de hospedagem e alimentação nos três estados estudados (2006)	35
Tabela 4 – Composição empresarial do turismo na Costa Norte (2006).....	41
Tabela 5 – Universo do <i>survey</i> e respondentes válidos	117
Tabela 6 – Flutuação sazonal dos empregados nas empresas de turismo da Costa Norte	135
Tabela 7 – Cursos realizados nas MPE do turismo na Costa Norte.....	142
Tabela 8 – Principal motivação para iniciar MPE de turismo na Costa Norte	151
Tabela 9 – Síntese das concordâncias e discordâncias, por destinos (%)*	163
Tabela 10 – Conflitos percebidos na Costa Norte	170
Tabela 11 – Frequência das ações conjuntas na Costa Norte (%)	177
Tabela 12 – Análise comparativa da participação das MPE em ações conjuntas, em ordem decrescente e por destino	181
Tabela 13 – Média de citações de parceiros da rede agregada da Costa Norte	185
Tabela 14 – Inserção das MPE com conflitos na rede de parcerias da Costa Norte: média de citações	187
Tabela 15 – Densidade e média de citações das MPE dentro de cada destino turístico.....	190
Tabela 16 – Média de citações das MPE entre Jericoacoara, Barreirinhas e Parnaíba	194
Tabela 17 – Principais aspectos da cooperação na Costa Norte	210
Tabela 18 – Correlações entre participação na Rota das Emoções e outras ações conjuntas	211
Tabela 19 – Principais aspectos dos conflitos na Costa Norte.....	233

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Notícias selecionadas sobre o roteiro integrado “Rota das Emoções” na mídia	40
Quadro 2 – Organizações empresariais e produtivas direta ou indiretamente ligadas ao Turismo por município da Costa Norte	42
Quadro 3 – Organizações não-governamentais atuantes na Costa Norte em 2007	45
Quadro 4 – Síntese de impactos negativos e positivos vinculados ao turismo na região de Jericoacoara	52
Quadro 5 – Síntese de impactos negativos e positivos vinculados ao turismo na região do Delta	55
Quadro 6 – Síntese de impactos negativos e positivos vinculados ao turismo na região dos Lençóis Maranhenses	57
Quadro 7 – Resumo dos aspectos metodológicos da investigação qualitativa	115
Quadro 8 – Temas e variáveis do questionário	119
Quadro 9 – Resumo dos aspectos metodológicos da investigação quantitativa	123
Quadro 10 – Características que mais diferenciam as relações sociais nos destinos	164
Quadro 11 – Conflitos que diferenciam os destinos na Costa Norte	171
Quadro 12 – Conflitos em Barreirinhas: entendendo os “meninos de rua”	175
Quadro 13 – Ações conjuntas discriminantes das localidades da Costa Norte	182
Quadro 14 – Razões para cooperar discriminantes das localidades	199
Quadro 15 – Resultados discriminantes da cooperação nos destinos da Costa Norte	208
Quadro 16 – Principais resultados da participação em conselhos municipais	212
Quadro 17 – Principais ações conjuntas e resultados favoráveis à sustentabilidade na Costa Norte	213
Quadro 18 – Razões para participação em conselhos municipais e em ações de educação ambiental do turista	216
Quadro 19 – Principais conflitos e resultados favoráveis à sustentabilidade	234

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Atividade principal das MPE de turismo, por cidade	127
Gráfico 2 – Anos de atuação das MPE do turismo por cidade em 2008	128
Gráfico 3 – Composição de micro e pequenas empresas por cidade	130
Gráfico 5 – Formalidade das MPE do turismo por cidade	132
Gráfico 6 – Flutuação de funcionários das MPE do turismo por cidade	134
Gráfico 7 – Principais clientes das MPE do turismo na Costa Norte	136
Gráfico 8 – Principais clientes das MPE do turismo por cidade	137
Gráfico 9 – Principais formas de acesso dos clientes das MPE do turismo por cidade	138
Gráfico 10 – Faturamento advindo do turismo por cidade	140
Gráfico 11 – Participação em cursos por cidade	141
Gráfico 12 – Distribuição de nativos e não-nativos por cidade	146
Gráfico 13 – Escolaridade dos proprietários e gerentes por atividade principal das MPE do turismo	148
Gráfico 14 – Intenção de permanência por cidade	150
Gráfico 15 – Motivação para iniciar o negócio, por cidade	152
Gráfico 16 – Características percebidas nos destinos segundo grau de concordância	161
Gráfico 17 – Associações empresariais ativas na Costa Norte	166
Gráfico 18 – Citações das associações empresariais ativas na Costa Norte, por cidade.....	167
Gráfico 19 – Propensão a participar de novas associações de MPE na Costa Norte.....	169
Gráficos 20, 21 e 22 – Percepção dos conflitos com Prefeitura, moradores/comunidade e órgãos ambientais, por localidade.....	171
Gráfico 23 – Ações conjuntas das quais já participou	179
Gráfico 24 – Razões para cooperar na Costa Norte	198
Gráfico 25 – Realização pessoal como razão para cooperar, por cidade	199
Gráficos 26, 27, 28 – Detalhamento das razões discriminantes para cooperar por cidade: diminuir custos; atrair mais turistas e preservar atrativos naturais.....	200
Gráfico 29 – Resultados da cooperação das MPE na Costa Norte.....	205
Gráficos 30, 31, 32 – Resultados da cooperação das MPE, por destino	206
Gráfico 33 – Resultados da Cooperação: aumentou o lucro	209
Gráfico 34 – Resultados da cooperação: mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	209
Gráfico 35 – Principais conflitos das MPE do turismo na Costa Norte	218
Gráfico 36 – Resultados dos conflitos na Costa Norte	231
Gráfico 37 – Sazonalidade da cooperação, por cidade	238
Gráfico 38 – Sazonalidade do conflito, por cidade.....	239

LISTAS DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira
Adetur-Jeri – Agência de Desenvolvimento do Turismo de Jericoacoara
ADRS – Agência de Desenvolvimento Regional do Ceará, Piauí e Maranhão
Aetre – Associação das Empresas de Turismo da Rota das Emoções
APA – Área de Proteção Ambiental
APL – Arranjo Produtivo Local
BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Ibama – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
IDH – Índice de Desenvolvimento Humano
ITCP – Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares
MCT – Ministério da Ciência e Tecnologia
MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MPE – Micro e Pequena(s) Empresa(s)
MTur – Ministério do Turismo do Brasil
OCDE – Organização para o Comércio e Desenvolvimento Econômico da Organização das Nações Unidas
OMT – Organização Mundial do Turismo
ONG – Organização(ões) Não-Governamental(ais)
Piemtur – Empresa de Turismo do Piauí
PN – Parque Nacional
PNT – Plano Nacional de Turismo
Pnud – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
Prodetur – Programa de Desenvolvimento do Turismo
Resex – Reserva Extrativista
Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa
Semace – Secretaria de Meio Ambiente do Ceará
Senac – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SME – Small and Medium Size Enterprises
TALC – Tourism Area Life Cycle
UC – Unidade de Conservação
Unep – United Nations Environment Programme
UNIDO – United Nations Industrial Development Organization
WTTC – World Travel & Tourism Council

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
PARTE I: (RE)CONHECENDO AS PEÇAS DO MOSAICO	25
CAPÍTULO 1. A COSTA NORTE	26
1. SISTEMA DE TURISMO	26
1.1. Ambientes do Turismo: natural, social e econômico.....	28
1.1.1. <i>Ambiente Natural</i>	28
1.1.2. <i>Ambiente Social</i>	30
1.1.3. <i>Ambiente Econômico</i>	33
1.2. Destinos Turísticos, Turistas, Origens e Rotas.....	35
2. ATORES SOCIAIS DO TURISMO.....	41
2.1. Mercado: empresas de turismo, cooperativas produtivas e associações	41
2.2. Estado: poderes federal, estadual e local.....	42
2.3. Organizações não-governamentais	44
2.4. Entidades de Suporte: técnico, tecnológico e de fomento	46
3. IMPACTOS NEGATIVOS E POSITIVOS RELACIONADOS AO TURISMO	46
3.1. Região de Jericoacoara.....	50
3.2. Região do Delta do Parnaíba.....	53
3.3. Região dos Lençóis Maranhenses.....	55
CAPÍTULO 2. CONCEITOS DA PESQUISA	59
1. DESTINOS TURÍSTICOS E SUSTENTABILIDADE.....	59
1.1. Sustentabilidade: breve história de um conceito.....	59
1.2. Turismo Sustentável: o argumento da sustentabilidade no turismo.....	62
1.3. Destinos turísticos: sustentabilidade e ciclo de vida	66
1.4. Favorecer a sustentabilidade de destinos: critérios e indicadores.....	70
2. MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPE): DESENVOLVIMENTO, SUSTENTABILIDADE E TURISMO.....	74
2.1. Pequenas empresas, desenvolvimento e sustentabilidade	74
2.2. MPE do turismo e sustentabilidade do destino turístico	78
2.3. MPE do turismo: definição, características e inserção na cadeia produtiva	80
2.4. Relacionamentos entre MPE na literatura do turismo: competição e cooperação.....	84
3. COOPERAÇÃO E CONFLITO: EM BUSCA DE ENTENDER AS RELAÇÕES SOCIAIS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	88
3.1. Interfaces entre cooperação e conflito: uma leitura da complexidade social.....	88
3.2. Conflito construtivo, cooperação perversa: revendo algumas ideias vigentes.....	91
3.3. Perspectivas teóricas sobre relações sociais de cooperação e conflito	93
3.3.1. <i>Teoria dos Jogos: estratégias de cooperação para enfrentar conflitos</i>	93
3.3.2. <i>Teoria da Ação Coletiva: interesses, free riders e tamanhos de grupos nas relações sociais</i>	96
3.3.3. <i>Teoria das Instituições: regras, normas e governança na regulação de relações sociais</i>	98
3.3.4. <i>Teoria do Capital Social: cooperação e confiança no desenvolvimento local</i>	101
3.3.5. <i>Teoria da Dívida: perspectiva do antiutilitarismo nas relações sociais</i>	104
3.3.6. <i>Teoria da Aglomeração: relações sociais entre empresas e desenvolvimento local</i>	106
3.4. Um mosaico de teorias	108
CAPÍTULO 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS	112
1. ETAPA I: PESQUISA EXPLORATÓRIA	112
2. ETAPA II: PESQUISA QUALITATIVA.....	113
3. ETAPA III: PESQUISA QUANTITATIVA (<i>SURVEY</i>)	115
3.1. Universo da pesquisa	116
3.2. Instrumento de coleta de dados: concepção, pré-teste e questões.....	118
3.3. Análise dos Dados.....	120
PARTE II: (RE)COMBINANDO AS PEÇAS DO MOSAICO	124
CAPÍTULO 4. PERFIL DAS MPE DO TURISMO DA COSTA NORTE.....	125
1. CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS	125
1.1. Atividade Principal e Idade das MPE.....	125
1.2. Porte	129

1.3. Formalidade do estabelecimento	131
1.4. Flutuação de funcionários na baixa e na alta estação	132
1.5. Características dos clientes	135
1.6. Faturamento advindo do turismo	139
1.7. Cursos realizados	141
2. CARACTERIZAÇÃO DOS PROPRIETÁRIOS/SÓCIOS E GERENTES	143
2.1. Considerações sobre os respondentes e suas funções	144
2.2. Origem	144
2.3. Idade, gênero e escolaridade	147
2.4. Relação com o local: tempo de moradia e intenção de permanência.....	149
2.5. Motivações para iniciar o negócio.....	151
2.6. Outra ocupação profissional	153
3. PRINCIPAIS CONCLUSÕES.....	154

CAPÍTULO 5. RELAÇÕES SOCIAIS DE COOPERAÇÃO E CONFLITO NOS DESTINOS TURÍSTICOS DA COSTA NORTE 159

1. RELAÇÕES SOCIAIS NO DESTINO: O AMBIENTE PERCEBIDO PELAS MPE DO TURISMO	159
1.1. Características das relações entre MPE nos destinos	160
1.2. Associações empresariais ativas e propensão de participar de novas Associações.....	165
1.3. Conflitos percebidos nos destinos turísticos: órgãos ambientais, comunidade e prefeituras	170
2. RELAÇÕES SOCIAIS DAS MPE DO TURISMO	176
2.1. Cooperação	176
2.1.1. <i>Ações conjuntas</i>	176
2.1.2. <i>Rede de parceiros</i>	183
2.1.3. <i>Razões para cooperar</i>	196
2.1.4. <i>Resultados da cooperação</i>	204
2.1.5. <i>Cooperação entre MPE e resultados percebidos: correlações</i>	210
2.2. Conflito	217
2.2.1. <i>Principais conflitos das MPE</i>	217
2.2.2. <i>Razões para a ocorrência dos conflitos</i>	223
2.2.3. <i>Desdobramentos dos conflitos: tentativa de solução</i>	227
2.2.4. <i>Resultados dos conflitos</i>	230
2.2.5. <i>Conflitos das MPE e resultados percebidos: correlações</i>	233
2.3. Sazonalidade nas relações sociais de cooperação e conflito das MPE	237
3. PRINCIPAIS CONCLUSÕES.....	240

APRECIANDO A DINÂMICA DO MOSAICO: CONSIDERAÇÕES FINAIS 249

Apêndice A: Entrevistados na etapa exploratória	272
Apêndice B: Entrevistados na etapa qualitativa	274
Apêndice C: Detalhamento sobre o universo da pesquisa	276
Apêndice D: MPE participantes do <i>survey</i>	277
Apêndice E: Instrumento de coleta de dados do <i>survey</i>	280
Apêndice F: Respondentes válidos e cálculos relativos ao Capítulo 4	283
Apêndice G: Tabelas complementares ao Capítulo 4	285
Apêndice H: Respondentes válidos e cálculos relativos ao Capítulo 5	290
Apêndice I: Tabelas complementares ao Capítulo 5	291

Introdução

Esta tese trata de relações sociais que envolvem micro e pequenas empresas no roteiro integrado formado pelas regiões de Jericoacoara (Ceará), Delta do Parnaíba (Piauí) e Lençóis Maranhenses (Maranhão), também conhecido como Costa Norte.

As relações sociais, constitutivas da sociedade, compreendem simultaneamente aspectos de cooperação e conflito. O termo cooperação é compreendido de forma ampla, como interações no campo da convergência. Elas podem ser traduzidas como a existência de parcerias, que variam em nível de envolvimento e de estruturação, indo desde a indicação informal de outras empresas à participação em associações formalmente constituídas. Conflitos, por sua vez, são entendidos como interações que materializam discordância, geralmente permeados pelo confronto de interesses, valores e concepções divergentes.

O valor da pesquisa científica, normalmente, é proporcional à sua capacidade de desestabilizar algumas noções preestabelecidas, gerando a necessidade de superá-las por meio da elaboração de reflexões capazes de enriquecer o nosso olhar sobre o mundo e da criação de estratégias adequadas à sua operacionalização. Esta pesquisa se articula na crítica a duas lacunas identificadas nas pesquisas contemporâneas referentes às micro e pequenas empresas (MPE) ligadas ao turismo:

1. escassez de estudos empíricos que reconhecem a cooperação e o conflito como aspectos constitutivos das relações sociais, essenciais à coesão social e à formação de atores;
2. falha em contemplar a sustentabilidade como padrão do desenvolvimento resultante das relações entre atores sociais, incluindo as empresas.

A primeira noção, presente em teorias sociológicas e em estudos das relações entre organizações, assenta-se sobre uma visão ilusoriamente segmentada das relações sociais. Como resultado, os estudos optam por investigar ou a cooperação ou o conflito, deixando à margem as dinâmicas que tais elementos guardam entre si. Essa premissa tem como fundo um julgamento valorativo maniqueísta: a cooperação como boa e frutífera; o conflito como disfuncional e patológico, sob o prisma do desenvolvimento.

Busca-se neste trabalho resgatar a análise integral das relações sociais, entendendo que se ater a uma de suas faces implica um reducionismo que não dá conta da complexidade das relações, no caso, aquelas que as micro e pequenas empresas estabelecem entre si e com outros atores sociais. Parte-se do princípio que cooperação e conflito existem como faces de uma mesma moeda, já que as sociedades operam sempre em uma tensão de harmonia e desarmonia, associação e competição. Em diferentes

momentos, cada uma dessas faces aparece de modo mais marcante, tornando-se mais facilmente observada, o que proporciona uma dialética constante.

A segunda premissa baseia-se nos estudos sobre relacionamento entre os produtores em diversos setores produtivos – tais como cerâmica, calçados, frutas, vestuário –, em que atribuem-se vantagens à cooperação entre pequenas empresas, como economias de escala e escopo, redução dos custos de transação, promoção de desenvolvimento local e crescimento econômico. Pouca atenção é dada à questão de o desenvolvimento promovido pelas ações conjuntas ter um padrão sustentável, ou seja, se atinge eficiência econômica, conservação ambiental e equidade social simultaneamente. Como implicação direta da inserção da sustentabilidade nesta abordagem está o entendimento de que ela pode emergir como resultado das relações sociais empreendidas pelos atores.

Do enfrentamento dessas lacunas emerge uma série de perguntas: Como se constituem as relações sociais entre MPE em destinos turísticos? E delas com outros atores sociais, como entes do governo e da sociedade civil? Quais são os fatores que influenciam a dinâmica da cooperação e do conflito? A cooperação favorece a sustentabilidade do desenvolvimento, enquanto o conflito a mina? Ou ambos são partes integrantes da construção da sustentabilidade? Se sim, como?

Algumas suposições carentes de verificação acompanham tais perguntas, entre elas a de que cooperação e conflito moldam-se mutuamente; e que a falta de conflitos não é condição suficiente ou necessária para fazer emergir a cooperação. Supõe-se também que ambas as relações são importantes para configurar arranjos sociais capazes de contribuir para o desenvolvimento sustentável do destino. Ademais, a cooperação não seria boa por si, tal como o conflito não é ruim em si mesmo, pois ambos podem ser favoráveis ou não à sustentabilidade. Enfim, do encontro entre questionamentos e expectativas, surge a pergunta que guia a investigação:

Como as relações sociais que envolvem micro e pequenas empresas (MPE) favorecem a sustentabilidade nos destinos turísticos?

A elucidação das razões, ações e resultados das relações sociais estabelecidas por pequenas empresas – entre si e com outros atores sociais – é especialmente relevante para os formuladores das políticas públicas de desenvolvimento local e regional, no turismo ou em qualquer outro setor. Afinal, faz parte de suas pautas atuais o estímulo às atitudes cooperativas, à sinergia empresarial e ao ganho em escala.

Deveriam essas iniciativas buscar lugares idealmente não-conflitivos para que prospere a cooperação? Será que esse fomento tende a ser mais produtivo em ambientes

menos conflitivos? Não seria preciso adotar medidas preventivas capazes de evitar supostos ou possíveis resultados perversos da cooperação? Como extrair o melhor da coexistência cooperação–conflito para a sustentabilidade de destinos turísticos? A resposta a essas perguntas parece vital e aqui o que se pretende é iniciar uma reflexão que possibilite enfrentá-las.

Para que políticas públicas de turismo lidem com o binômio cooperação–conflito, é preciso compreender inicialmente o modo como esses dois aspectos das relações sociais afloram e se relacionam no campo das MPE ligadas às atividades turísticas. A intenção da presente pesquisa é justamente analisar empiricamente o modo como se relacionam as empresas de porte reduzido e como essas relações se vinculam com a questão da sustentabilidade.

Tendo em vista esse objetivo, delimitou-se uma região para efetuar a verificação empírica. Era preciso um lugar onde o turismo fosse uma atividade relevante, tornando maior a probabilidade de haver arranjos e articulações entre os atores locais em torno dessa temática. Entre as várias opções existentes no país, a região selecionada foi a Costa Norte, formada por doze municípios na zona litorânea dos estados do Maranhão, Ceará e Piauí. Os seus eixos centrais para o turismo são o Parque Nacional de Jericoacoara, o Delta do Parnaíba e o Parque Nacional de Lençóis Maranhenses. Essa região é designada pelas políticas públicas federais como “Costa Norte”, algumas vezes “Polo Costa Norte”; pelo Sebrae como “Roteiro CEPIMA” (Ceará, Piauí e Maranhão); e pelo nome fantasia de “Rota das Emoções” em sua promoção comercial.

A escolha da Costa Norte, se justifica por uma série de fatores, entre eles: o contexto de pobreza, o dinamismo da atividade turística e a fragilidade ambiental, que a tornam especialmente fértil para análises de cunho socioambiental. Além disso, existe sobre essa região uma crescente atenção das políticas públicas, com destaque para intervenções vinculadas ao turismo e ação pioneira nacional de criação de um consórcio interestadual para o turismo dentro da perspectiva da roteirização. Outro fator que favoreceu a escolha é o fato de que o planejamento estratégico da Costa Norte, realizado por Sebrae *et al.*(2006), tem como visão de futuro tornar essa região “um destino sustentável de referência nacional e internacional”. Trata-se de uma região para a qual é pertinente a preocupação de sustentabilidade, em meio ao surgimento de um conjunto de conflitos e ações de cooperação, tanto no âmbito do setor privado quanto no seio do setor público, e também entre os dois.

A opção pela Costa Norte como área de estudo se deu, sobretudo, pela possibilidade de comparação entre destinos heterogêneos ligados entre si pela ideia da roteirização, o que favorece análises comparativas potencialmente ricas.

Metaforicamente, o desafio empreendido é estudar essa região como quem constrói um mosaico. Na arte do mosaico, as tesselas, devidamente organizadas, interagem para compor um quadro complexo. Nele é perceptível, a cada momento, tanto a sua identidade – dada pelas formas, cores e texturas – quanto a sua participação no conjunto, dada pela sua localização e pelas relações que aquelas estabelecem com as demais. Transferindo esse quadro explicativo para a realidade social, pode-se apresentar um determinado destino turístico como um mosaico formado por uma série de MPE e outras partes – tais como entidades de governo, de mercado e da sociedade civil –, cada qual com suas peculiaridades, que estabelecem uma série de relações entre si e com outros atores sociais. Em cada um desses destinos turísticos, combinam-se atrações, estruturas físicas construídas e naturais, produtos e serviços, atores sociais e organizações que produzem, fomentam e regulam o turismo. Nesses espaços o turismo apresenta diversas combinações possíveis de impactos, presentes e futuros, positivos e negativos.

Exagerando nas cores, aparecem duas combinações de possibilidades. Há um turismo que gera potencial para preservação de áreas naturais por meio de manejo de impactos, geração de renda de modo desconcentrado para os seus entornos, minimização da pobreza, valorização de culturas e oportunidades para gestão participativa do destino turístico em longo prazo e contínua atração de turistas em quantidades equilibradas. Tais condições são entendidas como favoráveis para a sustentabilidade como padrão do desenvolvimento, na medida em que proporcionam equilíbrio entre preservação de recursos naturais e promoção de crescimento econômico com inclusão social.

Outra possibilidade é a de um turismo que segrega os turistas dos moradores, marginaliza culturas, concentra ganhos, repassa danos a terceiros, ao consumir inadequada ou excessivamente os recursos comuns. Esse turismo mantém ou agrava condições de pobreza e fragilidades ambientais, ocasionando queda de competitividade para os destinos e gerando condições escassas para o equilíbrio dinâmico requerido pelo tripé da sustentabilidade.

Naturalmente, essa dicotomia não ocorre de forma tão clara no mundo real, em que se misturam elementos positivos e negativos. A idealizada expectativa de que todos os impactos caminhem na mesma direção geralmente não ocorre na indisciplinada realidade. Portanto, a imagem que se adota é do mosaico, em vez do quebra-cabeça, já que não existe resposta única ou correta nos encaixes, mas infinitas possibilidades de arranjos dos inúmeros elementos de um destino turístico, os quais podem favorecer ou não a sustentabilidade. Assim, é necessário conhecer o suporte (o contexto dos locais em que a atividade turística ocorre), as tesselas (os múltiplos atores sociais do turismo) e a argamassa que as une (as múltiplas relações sociais de cooperação e conflito). A análise dos padrões formados por esse mosaico permitirá avaliar em que medida as relações

existentes contribuem ou não para a sustentabilidade dos destinos turísticos, levando em consideração o equilíbrio entre as suas dimensões.

Portanto, o **objetivo geral** desta tese é analisar as relações sociais de cooperação e conflito que envolvem MPE do turismo e que produzem condições favoráveis à sustentabilidade dos destinos da Costa Norte, bem como os fatores condicionantes que atuam sobre essas relações.

Por sua vez, seus **objetivos específicos** são quatro:

1. caracterizar o sistema de turismo da Costa Norte em seus aspectos ambientais, sociais, econômicos e os impactos do turismo sobre a região;
2. identificar e descrever os atores sociais relevantes da cadeia do turismo na Costa Norte, em particular as micro e pequenas empresas (MPE);
3. analisar os aspectos de cooperação e conflito das relações sociais das MPE do turismo, assim como as razões de sua ocorrência e os seus resultados sobre a sustentabilidade do turismo nos destinos;
4. investigar as especificidades e os condicionantes das relações sociais das MPE, por meio da comparação entre os três principais destinos turísticos da Costa Norte: Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas.

Para a consecução dos objetivos, o estudo foi realizado em três etapas metodológicas que conciliam abordagens qualitativas e quantitativas. A primeira tem cunho exploratório, com emprego de observações, análise de dados secundários e entrevistas não-estruturadas com 36 atores sociais vinculados ao turismo em 9 municípios da região. A segunda etapa é qualitativa, com uso de entrevistas pessoais semiestruturadas perante 53 atores relevantes do turismo em 11 municípios da região e nas capitais dos respectivos estados. A terceira é quantitativa e conta com aplicação de questionários num conjunto de 213 MPE do turismo nos três destinos turísticos-âncora da Costa Norte: Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas. A análise dos dados do *survey* é feita com técnicas estatísticas uni, bi e multivariadas, além de ferramentas de análise de redes sociais.

A pesquisa problematiza as relações entre MPE como interações sociais e se interessa por investigar quais encaixes de tais empresas podem gerar benefícios ou reduzir malefícios para o meio ambiente, empresas e moradores dos destinos em que se encontram. O foco de análise recai especialmente sobre as micro e pequenas empresas (MPE) do setor do turismo, respectivamente aquelas com até 9 funcionários e de 10 a 49 funcionários.

Para tanto, são analisadas em primeira instância as características das MPE e dos seus responsáveis, para depois investigar as relações de cooperação e conflito que as MPE estabelecem (1) entre si e os outros entes produtores do turismo localmente, (2) com os

governos e os órgãos ambientais (3) com os moradores. Previna-se o leitor de que o turista, apesar de reconhecido como parte fundamental da atividade econômica e do fenômeno social do turismo, não será focalizado em razão de a abordagem recair sobre os atores sociais que participam da cadeia de relações que compõem a oferta turística dos destinos. O trabalho se interessa por explicar razões e verificar resultados ligados aos relacionamentos estabelecidos pelas empresas. A comparação entre os destinos pertencentes ao roteiro com as suas similaridades e diferenças, potencializa o alcance teórico e explicativo do trabalho.

O foco no turismo tem relação com a complexidade inerente a esse fenômeno, bem como com a carência de estudos sobre pequenas empresas no setor. Embora ressaltada a relevância socioeconômica de tais empresas no contexto do turismo, ainda são poucos os estudos que se debruçam sobre elas. Certamente, esse corpo de literatura cresceu e obteve contribuições a partir de diversos focos, porém continua a padecer de limitações, como o alto custo de se obter dados primários, em virtude da pulverização de tais empresas, e da escassez de dados mais específicos sobre pequenas empresas de turismo no Brasil.

Apesar de tais dificuldades, o foco nesse segmento de empresas pode ser justificado em razão da composição do setor, já que a maioria das empresas de turismo é de pequena escala, realidade que o Brasil divide com diversos outros países. Além disso, existe uma expectativa de que pequenas empresas desempenhem um papel importante no desenvolvimento local e regional, principalmente quando organizadas em torno de redes de cooperação. A abordagem aqui empreendida apresenta potencial de replicação para outros setores produtivos. Em uma esfera de análise mais ampla, poderá servir como insumo para o desenho de políticas públicas de desenvolvimento focadas na questão de aglomerações produtivas em outros setores, na medida em que adentra os processos sociais envolvidos nas relações que apresentam resultados favoráveis à sustentabilidade.

Todavia, a tese convive com desafios teóricos próprios do trânsito entre várias disciplinas, da aceitação da complexidade do objeto de estudo e do conhecimento em si. Um deles é o de absorver as transversalidades entre conceitos, ou encaixes múltiplos entre as peças do mosaico, lidando com a dificuldade de administrar influências teóricas distintas, suas riquezas e contradições.

Outro desafio é responder à pergunta da investigação de modo preciso, sem contudo recair em determinismos reducionistas sobre relações sociais. Certamente, admitir a multiplicidade de elementos na esfera social exige enfrentar o desafio de conhecer as relações e seus resultados, num ambiente em que nenhum deles pode ser isolado de suas inúmeras influências. É feita a tentativa de compreender os resultados das relações, reconhecendo que os acontecimentos sociais são influenciados por uma extensa gama – possivelmente infinita – de fatores. Ademais, as relações sociais em si são nada mais que

uma parte dos vetores que atuam rumo ou contra um padrão mais sustentável de desenvolvimento.

Há também o desafio de contemplar diversos métodos e técnicas que refletem a multiplicidade de olhares, surgida a partir das variadas influências. A busca é por compor o instrumental do trabalho, de modo a tornar complementares essas perspectivas e valorizar o diálogo entre suas potencialidades. Manter o rigor e o balanço de espaços dados a cada um consiste em recorrente esforço de equilíbrio dinâmico. Esse aspecto pode ser encarado como a maior dificuldade enfrentada pelo trabalho, considerando que essa é uma tentativa que retira o pesquisador dos campos de segurança disciplinar e o coloca frente a frente com a necessidade de compreender territórios que escapam às áreas de especialização.

Por fim, este trabalho divide o último de seus desafios com os demais que almejam discutir sustentabilidade. Ao tratar de um tema associado a um futuro indeterminado e longínquo, surgem os obstáculos temporais de se investigar relações sociais e seus resultados em um horizonte temporal determinado pelo prazo estipulado para a pesquisa. Todos os desafios mencionados tendem a se apresentar àqueles que se aventuram nos mosaicos interdisciplinares, e essa é a proposta fundamental do Centro de Desenvolvimento Sustentável da UnB.

Em paralelo aos desafios mencionados, ou como consequência deles, o leitor deve perceber que várias conclusões emergiram do estudo no que concerne às relações entre micro e pequenas empresas bem como sobre a contribuição de tais atores sociais sobre a sustentabilidade. Porém não foi possível demonstrar exatamente em que medida estas relações, quando se revestem da natureza de conflito ou cooperação, impactam na sustentabilidade dos destinos.

O trabalho está estruturado em duas partes. A primeira, de título “(Re)conhecendo as Peças do Mosaico”, apresenta o local de estudo, a base teórica em que o trabalho se apoia e os aspectos metodológicos envolvidos na pesquisa. Essa parte é composta por três capítulos. O Capítulo 1 descreve o sistema de turismo do local de estudo, a Costa Norte. Ele caracteriza seus ambientes natural, social e econômico, e apresenta os impactos do turismo nas três principais regiões: Jericoacoara, Delta do Parnaíba e Lençóis Maranhenses. Para isso emprega informações coletadas a partir das duas primeiras etapas da pesquisa, exploratória e qualitativa, para familiarizar o leitor com o local. O Capítulo 2 apresenta, de modo articulado, os três elementos teóricos principais da pesquisa: destinos turísticos, MPE e relações sociais e contém a sustentabilidade como o recorte transversal a todos os temas. O Capítulo 3, voltado para aspectos metodológicos, explica as etapas da pesquisa, os métodos e as técnicas aqui empregados.

A segunda parte, chamada “(Re)combinando as Peças do Mosaico”, apresenta os resultados das pesquisas de campo e discute-os em dois capítulos. O Capítulo 4 caracteriza

os respondentes, as empresas e os empresários das MPE do turismo que participam da pesquisa que, a partir de agora, por simplicidade na linguagem, se chamará “MPE do turismo da Costa Norte” ou simplesmente MPE. O Capítulo 5 apresenta as relações sociais percebidas no ambiente do destino turístico onde a MPE está sediada e as relações de cooperação e conflito nas quais as MPE estão envolvidas, analisando as suas manifestações, os principais atores, as razões e os resultados.

A tese finaliza com considerações finais que abordam os principais resultados obtidos com a pesquisa, avalia a eficácia das escolhas teórico-metodológicas e sinaliza algumas indicações para investigações futuras que dão continuidade ao estudo do tema.

CAPÍTULO 1. A COSTA NORTE

O Capítulo 1 tem como objetivo caracterizar o sistema de turismo da região sob estudo, descrevendo, de forma sintética, os ambientes natural, social e econômico, para então expor seus destinos turísticos em uma relação dinâmica entre atores sociais, rotas e destinos. Ao final, explicita os impactos do turismo nas três principais regiões: Lençóis Maranhenses, Delta do Parnaíba e Jericoacoara.

1. SISTEMA DE TURISMO

A Costa Norte é o roteiro turístico que consiste em uma faixa litorânea que perpassa três estados – Maranhão, Piauí e Ceará (Figura 1).

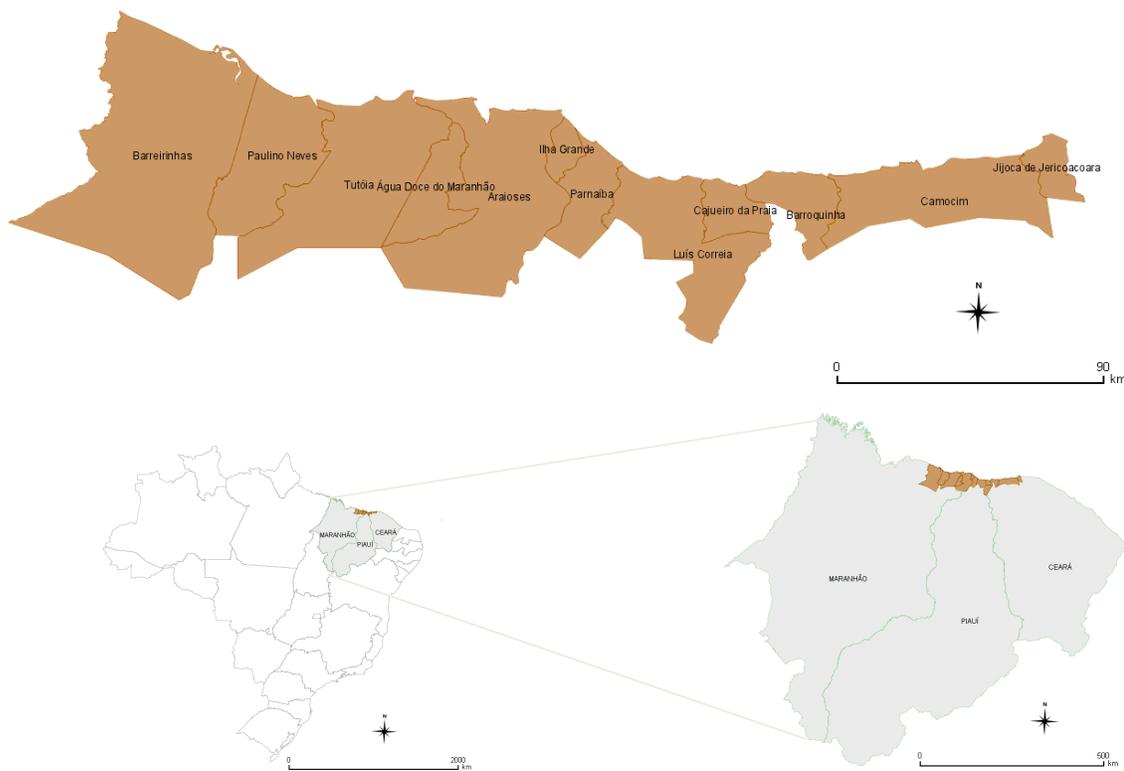


Figura 1 – Localização da Costa Norte

Fonte: elaboração própria

Em linha reta, a região totaliza cerca de 300 quilômetros e é composta por doze municípios organizados em três regiões:

- Região dos Lençóis Maranhenses (MA): Araioses, Tutóia, Água Doce do Maranhão, Paulino Neves e Barreirinhas;
- Região do Delta do Parnaíba (PI): Cajueiro da Praia, Luís Correia, Ilha Grande e Parnaíba;
- Região de Jericoacoara (CE): Jijoca de Jericoacoara, Camocim e Barroquinha.

Optou-se por descrever o local de estudo, a Costa Norte, a partir de uma visão integradora, proporcionada pela abordagem de sistemas de Leiper (2003). A abordagem de sistemas serve para tratar da compreensão do contexto e retratar relacionamentos entre partes constituintes (HALL, 2001). No turismo, a visão sistêmica é comumente adotada, em razão do grande número de interações entre aspectos distintos da atividade e da necessidade da organização do estudo dele como fenômeno (BENI, 2003).

Diversas modelagens podem ser encontradas na literatura (STEAR, 1987; HALL, 2001; BENI, 2003). Entretanto, é de Leiper (2003) o modelo que compreende o espaço físico-geográfico, base material de uma atividade inerentemente ligada aos deslocamentos e integrada a dimensões importantes para se discutir a sustentabilidade: ambientes naturais, sociais e econômicos; atores sociais e múltiplos impactos. Tal modelo representa com clareza e simplicidade necessárias o fluxo de turistas que sai de uma origem, a sua residência permanente, em direção a um destino por meio de uma rota, o que fornece uma noção da dinâmica própria do turismo (Figura 2).

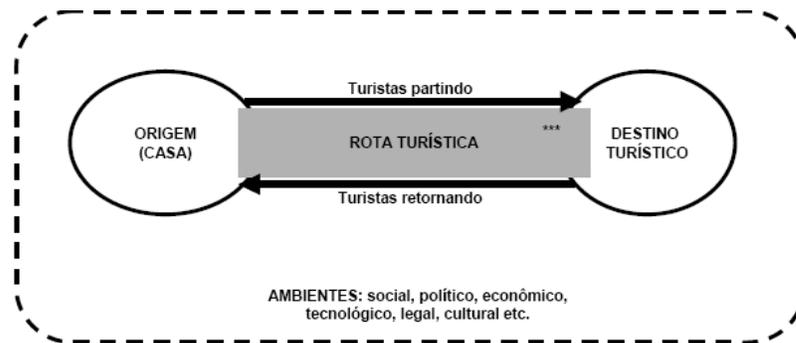


Figura 2 – Sistema de turismo
Fonte: Leiper (2003)

Primeiramente, são descritos os ambientes natural, social e econômico do turismo na Costa Norte. Em seguida, os seus destinos turísticos, a dinâmica de relação entre as rotas e os destinos, os seus atores e os impactos do turismo nas três principais regiões da Costa Norte.

1.1. Ambientes do Turismo: natural, social e econômico

1.1.1. Ambiente Natural

Ambientalmente, o território estudado apresenta uma forte diversidade, composta principalmente por falésias, campos de dunas de areia fixas e móveis, lagoas temporárias e permanentes, manguezais, matas, praias, ilhas, carnaubais, caatinga e cerrado (FONTELES, 2004; PORTAL DO MAR, 2006). As condições de temperatura se caracterizam pela pequena amplitude anual e por valores médios que variam de 25°C a 27°C. As precipitações médias anuais, na maioria dos municípios, superam 1.200 mm. Esses ecossistemas apresentam três aspectos relevantes: a fragilidade, a biodiversidade e a importância para a produtividade aquática (LIMA/COPPE/UFRJ, 2006).



Figura 3 – Imagem de satélite com destaque para a Costa Norte

Fonte: elaboração própria, a partir de imagem do Google Earth; sem escala.

Encontram-se ao longo da citada costa, entre outras unidades de conservação, dois Parques Nacionais (Lençóis Maranhenses e Jericoacoara) e duas Áreas de Proteção Ambiental federais (Delta do Parnaíba e Jericoacoara). Esses são os atrativos naturais de maior interesse turístico da região e sobre os quais o trabalho se assenta (Figura 4).

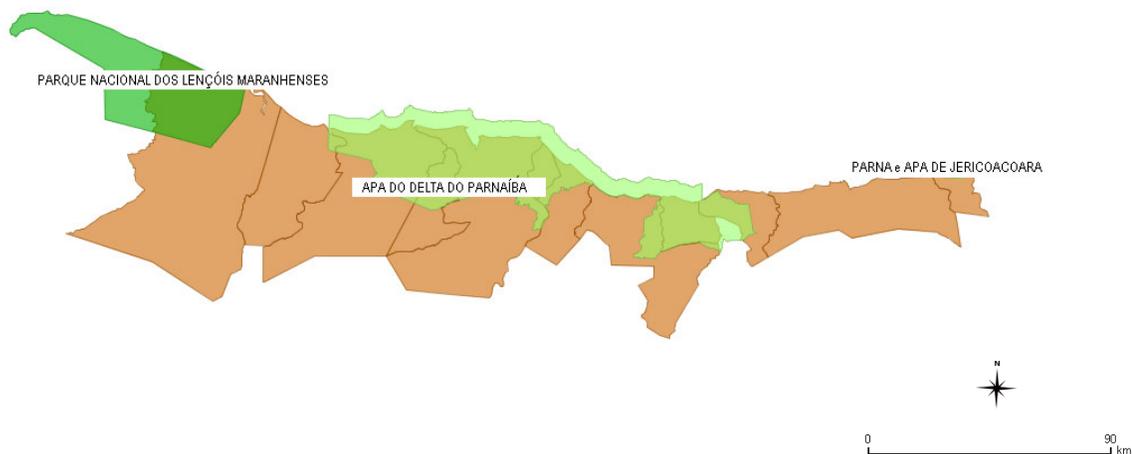


Figura 4 – Unidades de conservação federais e principais atrativos turísticos da Costa Norte

Fonte: elaboração própria

Existem outras unidades de conservação federais na Costa Norte, como a Reserva Extrativista Marinha (Resex) do Delta do Parnaíba e a Reserva Particular de Patrimônio Natural (RPPN) da Ilha do Caju. Dentre as UC estaduais, há a APA da Lagoa da Jijoca. No que tange às UC municipais, há a APA da Praia de Maceió e a de Tatajuba, ambas em Camocim.

O Delta do Parnaíba, entre o Piauí e o Maranhão, nasce na Chapada das Mangabeiras, no extremo sul do Piauí, percorrendo quase 1.500 km até se dividir em cinco canais ou braços: Luís Correia, Canárias, Caju, Melancieira e Tutóia. O delta é um tipo de embocadura múltipla ramificada em várias dezenas de ilhas (mais de 70), separadas por canais, considerado Área de Proteção Ambiental (APA), segundo Decreto Federal de 28/08/1996, envolvendo áreas do Maranhão, Piauí e Ceará, e perfazendo um perímetro de 460.812 m de extensão, incluindo a área marítima. A região do Delta do Parnaíba abriga condições fisiográficas e ecológicas bastantes complexas, dotadas de originalidade ímpar. Afinal, trata-se da única formação deltaica das Américas localizadas em mar aberto (IBAMA, 2006).

O PN dos Lençóis Maranhenses situa-se no litoral oriental do Maranhão e tem o município de Barreirinhas como principal portão de entrada. A interface do PN abrange três municípios: Primeira Cruz, ocupando cerca de 6,89% da área da UC; Santo Amaro, com 42,15%, e Barreirinhas, com 44,86% (AECID *et al.*, 2004). O PN foi criado pelo Decreto Federal nº 86.060, de 02/06/1981, e combina campos de dunas móveis com chuva abundante e a presença de rios. Esse PN tem 155 mil hectares de área cortada por dunas, rios, lagoas, manguezais, restingas e é responsável pela preservação de um ecossistema único. O clima é quente semiúmido, seco por quatro a cinco meses, com média de temperatura de 26°C. São as chuvas que garantem aos Lençóis um raro fenômeno geológico, formado ao longo de milhares de anos. As águas pluviais formam lagoas de água doce que se espalham em praticamente toda a área do PN, a poucos metros da água salgada (IBAMA, 2006).

O PN de Jericoacoara, com 6.295 hectares de área, foi criado a partir da recategorização parcial da Área de Proteção Ambiental de Jericoacoara, estabelecida pelo Decreto nº 90.379, de 29/10/1984, nos municípios de Jijoca de Jericoacoara e Cruz, no estado do Ceará. O clima da região é quente e úmido, com chuvas do verão ao outono, e com temperatura oscilando entre 35°C e 22°C, numa estiagem de cinco a seis meses. O ambiente costeiro é composto por paisagens distintas: serrote, restinga, dunas, lagoas, tabuleiro, manguezal, gramados halofíticos e praias. Sua vegetação é composta de cerrado, caatinga, vegetação de porte herbáceo e gramíneas. Na fauna a presença mais marcante é da diversidade de famílias de aves, cerca de 38 (IBAMA, 2006).

Os principais problemas ambientais no território da Costa Norte dizem respeito à contaminação das águas e/ou do solo por esgoto e dejetos de produção como a carcinicultura, seguido pela ocupação de áreas frágeis e consequente desmatamento e perda de qualidade ambiental. Institucionalmente, também foram reveladas fragilidades na gestão das unidades de conservação ao longo da costa, principalmente em razão da falta de pessoal e de recursos (LIMA/COPPE/UFRJ, 2006). Não obstante, a natureza desses atrativos incrementa o potencial de conflitos entre exploração turística e conservação ambiental.

1.1.2. Ambiente Social

A Costa Norte, no ano 2000, totalizava 385 mil habitantes, com previsão de chegar a 420 mil no ano de 2006 (IBGE, 2006). Municípios como Jijoca de Jericoacoara, Água Doce do Maranhão e Araisos têm predominância de população rural, que chega a atingir 70% do total em cada localidade. Já Barroquinha, Camocim, Ilha Grande e Parnaíba têm a maioria da população urbana.

A população da região conta com fortes variações demográficas. Enquanto Parnaíba apresenta uma densidade de 303 hab/km², Paulino Neves, no outro extremo, tem 11,8 hab/km². É ilustrativo que 35% da população da região analisada esteja concentrada apenas na cidade de Parnaíba, e que 50% de toda a população da região encontra-se nos três principais municípios turísticos do roteiro – Barreirinhas, Parnaíba e Jijoca de Jericoacoara (IBGE, 2006).

A Costa Norte é uma região pobre, o que fica demonstrado por seus indicadores de saúde, alfabetização e renda, condensados em baixos escores de IDH municipais (Figura 5).

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, 2000
Municípios da Região Costa Norte

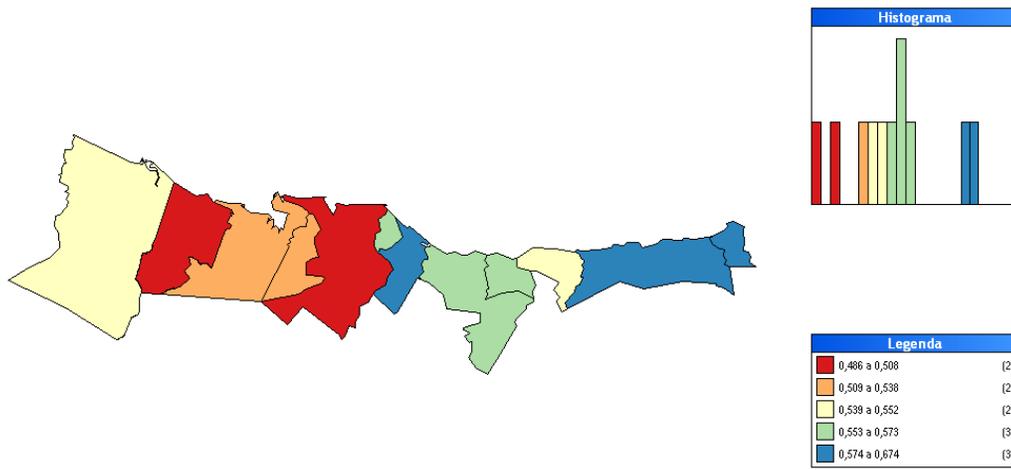


Figura 5 – Escores dos IDH municipais na Costa Norte

Fonte: Pnud (2006), sem escala

Todos os municípios da Costa Norte apresentavam, em 2000, IDH menores do que as médias do Brasil (0,766) e mesmo o do Nordeste (0,676), variando do mais baixo, de Araioses (0,486), ao mais alto, de Parnaíba (0,579), ainda que sem fortes dispersões (PNUD, 2006).

No ano 2000, 34.906 pessoas (9,1% da população da região) viviam em municípios com um IDH municipal entre 0,350 e 0,500. As demais, representando 218.349 (56,6%), entre 0,500 e 0,650; 132.282 (34,3%) viviam com IDH entre 0,650 e 0,800 (PNUD, 2006). Isso mostra que a maior parte da população vivia em níveis de baixo a médio desenvolvimento. Vê-se também que nenhum dos municípios apresenta níveis superiores ao desse indicador, já que não há caso que supere o valor de 0,674. ¹

Tomando uma perspectiva histórica, percebe-se que todos os municípios tiveram um aumento de seus escores de IDH no horizonte temporal de 1991 a 2000, com Parnaíba permanecendo no primeiro lugar e Camocim em segundo (Tabela 1).

¹ O limite superior do índice é um, e melhor quanto mais próximo desse valor.

Tabela 1– *Ranking* decrescente dos escores de IDH nos municípios da Costa Norte, 1991 e 2000

Município	IDH Municipal, 1991	Município	IDH Municipal, 2000
Parnaíba (PI)	0,589	Parnaíba (PI)	0,674
Camocim (CE)	0,483	Camocim (CE)	0,629
Barreirinhas (MA)	0,464	Jijoca de Jericoacoara (CE)	0,623
Jijoca de Jericoacoara (CE)	0,448	Luís Correia (PI)	0,573
Tutóia (MA)	0,445	Cajueiro da Praia (PI)	0,563
Ilha Grande (PI)	0,443	Ilha Grande (PI)	0,561
Luís Correia (PI)	0,438	Barreirinhas (MA)	0,552
Cajueiro da Praia (PI)	0,418	Barroquinha (CE)	0,551
Água Doce (MA)	0,414	Tutóia (MA)	0,538
Araioses (MA)	0,406	Água Doce (MA)	0,529
Barroquinha (CE)	0,403	Paulino Neves (MA)	0,508
Paulino Neves (MA)	0,401	Araioses (MA)	0,486

Fonte: Pnud (2006)

Enquanto municípios como Jijoca de Jericoacoara, Luís Correia, Cajueiro da Praia, Barroquinha e Paulino Neves subiram no *ranking*, Ilha Grande permaneceu estável em sexto lugar. Já as demais localidades caíram no *ranking* regional.

O índice de Gini, da distribuição de renda, do Brasil era 0,65 no ano 2000. Quanto maior o valor, mais forte é a concentração de renda. Dentre os municípios da região Costa Norte, o município com o melhor valor é Ilha Grande (PI), ou seja, menor concentração, com a marca de 0,52. Praticamente a totalidade da população da Costa Norte (91,4%), no ano 2000, vivia em municípios com índice de Gini entre 0,58 e 0,60 (PNUD, 2006). Ou seja, ainda que maioria das pessoas da região vivesse em locais com menor desigualdade que a média do Brasil, esse índice pode apenas estar refletindo a condição de pobreza na região e não uma realidade propriamente inclusiva com necessidades básicas asseguradas.

A situação de pobreza da região pode ser atestada por outros indicadores. A taxa de analfabetismo é elevada, em torno de 30% (IBGE, 2006). Em 2000, a taxa de alfabetização do Brasil era 86,37%, enquanto na Costa Norte o município com maior taxa de alfabetizados era Parnaíba (PI), não atingindo portanto a média brasileira. Por outro lado, o município com o pior valor era Araioses (MA), com cerca de metade de sua população local alfabetizada.

Ainda no ano 2000, as taxas de mortalidade infantil em municípios como Araioses, Paulino Neves e Ilha Grande encontram-se na casa de 80 por mil habitantes, superando em muito a média brasileira (30 por mil habitantes). A expectativa de vida ao nascer também se situa abaixo da média nacional, ao passo que a taxa de fecundidade supera a média do país (PNUD, 2006).

A esperança de vida ao nascer do Brasil era de, aproximadamente, 68 anos no ano 2000. Dentre os municípios da região Costa Norte, Jijoca de Jericoacoara (CE), porém, apresentava idade mais avançada, com um valor de 64 anos, enquanto Araioses (MA), com o pior valor, não passava de 55 anos. Dessa forma, cerca de 65% da população da região

tem expectativa de vida aquém da média brasileira, vivendo entre 60 e 63 anos (PNUD, 2006).

Indicadores de saneamento básico mostram a carência de serviços básicos na região, já que a coleta de lixo é praticamente inexistente em Água Doce do Maranhão, Araiões, Paulino Neves, Tutóia e Cajueiro da Praia, todos com cobertura entre zero e 10%. Em outros, está em torno de 20%, caso de Barreirinhas, Barroquinha e Luís Correia. Tais localidades tendem a ter como destino para o lixo a queima na propriedade, o que mostra a fragilidade da prestação desse serviço público e os potenciais riscos ambientais causados por essa prática (IBGE, 2006).

1.1.3. Ambiente Econômico

Alguns municípios, particularmente os chamados âncoras (Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas), têm como atividade produtiva mais relevante o turismo. A participação do turismo chega ao patamar de 82,4% do PIB de Jijoca de Jericoacoara (SEBRAE *et al.*, 2006). Ademais, tem-se a pesca em Camocim, Barreirinhas e Tutóia; e produtos agropecuários como relevantes em Paulino Neves (40%), Araiões (31%) e Água Doce do Maranhão (32%) (IBGE, 2006).

São raras as indústrias na região, com exceção de Parnaíba e Camocim, em geral nos setores de alimentação e vestuário (IBGE, 2006). Existem 5.376 estabelecimentos comerciais ou de serviços (IBGE, 2006) nos doze municípios do roteiro. Eles estão concentrados, em sua maioria, no ramo chamado “comércio, reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos” com pouco mais de 3.000 estabelecimentos, que representam 57% das empresas da Costa Norte (IBGE, 2006).

Em contrapartida, a agricultura e a administração pública apresentam as menores parcelas, cerca de 0,5% dos estabelecimentos. Alojamento e alimentação participam com cerca de 6% das empresas, totalizando, conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) da Pesquisa Anual do Comércio (IBGE, 2006), 322 empresas em todos os municípios (Tabela 2). Em todos os ramos que a citada pesquisa aborda, Parnaíba é a cidade que possui maior concentração em todos os subitens, mostrando uma maior intensidade de produção econômica.

Tabela 2 – Estabelecimentos na Costa Norte, de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) da Pesquisa Anual do Comércio (% , 2006)

Atividade	Costa Norte total	Costa Norte %
A. Agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal	29	0,54
B. Pesca	95	1,77
C. Indústrias extrativas	32	0,59
D. Indústrias de transformação	330	6,14
E. Produção e distribuição de eletricidade, gás e água	7	0,13
F. Construção	74	1,37
G. Comércio, reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos	3.066	57,03
H. Alojamento e alimentação	322	5,99
I. Transporte, armazenagem e comunicações	125	2,32
J. Intermediação financeira, seguros, previdência complementar e serviços relacionados	129	2,39
K. Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	181	3,36
L. Administração pública, defesa e seguridade social	22	0,41
M. Educação	111	2,06
N. Saúde e serviços sociais	111	2,1
O. Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	742	13,80
TOTAL	5.376	100%

Fonte: IBGE (2006)

Tomando por base o ambiente econômico formado pelas empresas de turismo nos três estados da Costa Norte, revelou-se uma tendência de crescimento em atividades como transporte de turistas, hospedagem, agências de viagem e serviços de guias, conforme cadastro do Ministério do Turismo (INSTITUTO MARCA BRASIL *et al.*, 2006).

Ainda que não tenha sido possível apurar os salários pagos em cada município, uma perspectiva estadual acerca dessa variável socioeconômica mostra que os menores salários médios mensais do País, com base no Cadastro Central de Empresas² (IBGE, 2005), calculados em salários mínimos, eram pagos na região Nordeste. No Piauí a média encontrada é de 2,4 salários mínimos, enquanto no Ceará e no Maranhão é de 2,5 salários mínimos³ (IBGE, 2005).

Em 2006, a região Nordeste manteve a média mais baixa de salários pagos no Brasil, de 2,6 salários mínimos. Os menores salários são pagos exatamente por unidades das pequenas e médias empresas e outras organizações, no valor de “1,7 salário mínimo médio, ou seja, 52,8% abaixo da média salarial do País e 29,2% abaixo da média salarial das pequenas e médias empresas e outras organizações” (IBGE, 2006). A Tabela 3 apresenta a remuneração média mensal por funcionário em MPE dos setores de hospedagem e alimentação no Maranhão, Piauí e Ceará.

² “Acervo de dados sobre a atividade econômica do País, reunindo informações cadastrais e econômicas oriundas de pesquisas anuais da Instituição, nas áreas de Indústria, Construção, Comércio e Serviços, e da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, do Ministério do Trabalho e Emprego” (IBGE, 2005)

³ Salário mínimo médio: R\$ 286,67 em 2005. Calculado pela soma de todos os valores mensais do salário mínimo ao longo do ano, dividida por doze.

Tabela 3 – Média de salários mínimos mensais por funcionário, em MPE de hospedagem e alimentação nos três estados estudados (2006)

Unidade da Federação	Faixas de pessoal ocupado	Salários médios mensais em salários mínimos
Maranhão	0 a 4	1,4
	5 a 9	1,1
	10 a 19	1,2
	20 a 29	1,2
	30 a 49	1,2
Piauí	0 a 4	1,4
	5 a 9	1,1
	10 a 19	1,1
	20 a 29	1,2
	30 a 49	1,1
Ceará	0 a 4	1,3
	5 a 9	1,0
	10 a 19	1,1
	20 a 29	1,1
	30 a 49	1,1

Fonte: Cadastro Central de Empresas (IBGE, 2006)

O salário médio mensal na ocupação de alojamento e alimentação apresentou variações de acordo com o porte da empresa, quando analisadas as categorias detalhadas. Pôde-se verificar nos três estados que a média de salários mensais foi maior para empresas com até 4 funcionários (micro), e menor, na medida em que se alcançava a categoria de 30 a 49 funcionários (pequena empresa).

1.2. Destinos Turísticos, Turistas, Origens e Rotas

Inicial e eventualmente, turistas percorriam o território com apoio de empreendedores informais e conhecedores da região, que a atravessavam com veículos de tração nas quatro rodas, conforme levantado a partir de depoimentos de empresários locais. Aos poucos, a demanda passou a ser mais constante e foram surgindo empresas formais, com melhoria dos pontos de recepção, sobretudo nas pequenas cidades. Segundo relatos de empreendedores locais, esse percurso já é realizado há 13 anos, ainda que tenha passado a receber atenção governamental há cerca de quatro anos.

As estatísticas do turismo existentes em estudos sobre a Costa Norte referem-se apenas a Barreirinhas e Jericoacoara, onde foram realizadas pesquisas pelos respectivos governos estaduais. Apesar de limitados, os dados disponíveis informam que os turistas da região são nacionais, em sua maior parte. Em Barreirinhas, correspondem a 95% do total do fluxo, dos quais 24% são provenientes do estado de São Paulo. Em Jericoacoara, os turistas nacionais respondem por 66,1% do movimento, cerca de 30% originários do estado de São Paulo. Dentre os turistas internacionais, os quatro maiores emissores para a Costa

Norte são, em ordem decrescente de grandeza, Holanda, França, Argentina e Suíça (SEBRAE *et al.*, 2006).

O fluxo de turistas nas duas cidades mais turísticas da Costa Norte totalizou quase 160.000 pessoas no ano de 2004, sendo cerca de 80.754 em Barreirinhas e 74.725 em Jijoca de Jericoacoara (SEBRAE *et al.*, 2006). A cidade de Camocim detinha menos de 10% do fluxo de turistas de Jericoacoara, segundo dados de 2004. Isso mostra que, ainda que seja considerada região de grande potencial turístico no País, com indicações pelo governo federal no Plano Cores do Brasil (MTUR, 2005), o turismo é concentrado em alguns poucos locais, principalmente Barreirinhas e na Vila de Jericoacoara.

A maior parte dos turistas se concentra na faixa etária entre 26 e 50 anos, com escolaridade predominante variando entre nível médio e superior. A renda mensal está na casa de R\$ 3.000 para ambas as localidades. Em Jericoacoara, porém, registra-se um gasto diário inferior (R\$ 60,00) a Barreirinhas (R\$ 103,22) e uma permanência muito superior, de 8 dias em Jericoacoara e 3 dias em Barreirinhas (SEBRAE *et al.*, 2006). Isso é importante para estimar impactos do turismo nas esferas socioeconômica e ambiental. Ou seja, o impacto econômico, que pareceria reduzido onde o gasto é inferior, pode se tornar maior com uma permanência mais longa. Uma permanência mais longa, contudo, pode acarretar impactos danosos para o meio ambiente, dependendo do padrão de consumo dos turistas. Para estimar os ganhos socioeconômicos do turismo para o destino, é relevante também mensurar o multiplicador econômico para o local. Isso mostra em que medida há vazamento da renda gerada pela atividade turística para outros locais que suprem o destino com insumos.

Em locais com maior histórico de turismo como Jericoacoara, os moradores apontam mudanças do perfil do turista. *Hippies*, nos anos 1970, se hospedavam com os pescadores. Hoje são jovens esportistas ou turistas que buscam lazer na praia, hospedando-se em hotéis caros e elevando o custo de vida local (FONTELES, 2004).

Normalmente, quando provenientes de outros estados, a rota obrigatória dos turistas passa por, no mínimo, uma das capitais. De lá nasce a possibilidade de chegar aos pontos do roteiro por via terrestre, seja de transporte coletivo, automóvel próprio, alugado, ou transportes inerentemente turísticos, como as caminhonetes das agências de receptivo. Quando em uma das cidades da Costa Norte, o turista pode percorrer o roteiro de veículo 4x4 aliado a barcos, lanchas e balsas (Figura 6).



Figura 6 – Alternativas de transporte para o turista na Costa Norte
 Fonte: LIMA/COPPE/UFRJ (2006).

O turismo no território está principalmente vinculado ao lazer, contemplação, esporte e aventura no meio ambiente natural da zona costeira. As duas paisagens mais importantes, por sua exclusividade, são os Lençóis Maranhenses e o Delta do Parnaíba, mas o território mais conhecido turisticamente é a Vila de Jericoacoara (distrito do município de Jijoca de Jericoacoara)⁴, em razão da praia, do charme da vida simultaneamente rústica e internacional e das condições favoráveis para a prática de esportes como *wind* e *kite surf* (Figura 7).

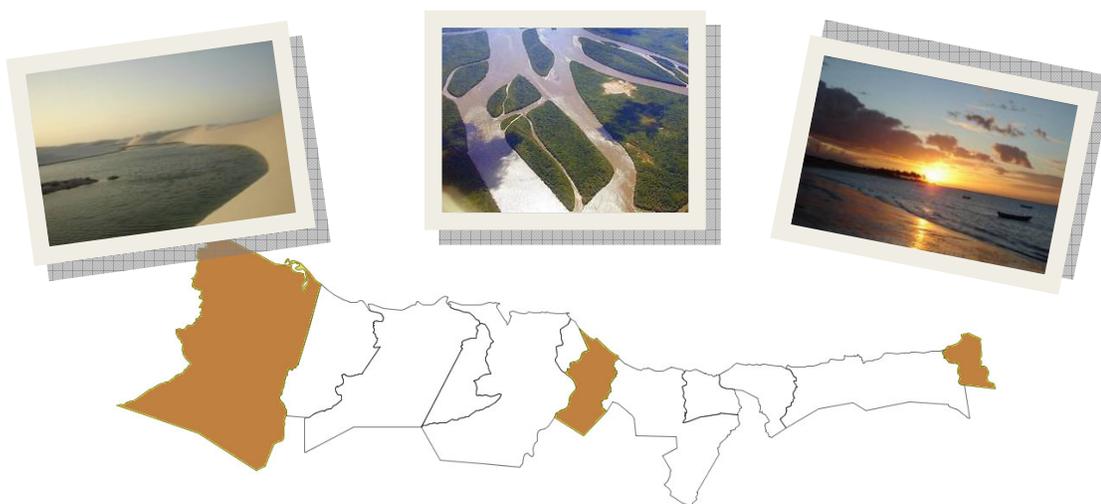


Figura 7 – Principais destinos turísticos da Costa Norte e seus atrativos principais
 Fonte: elaboração própria; sem escala

⁴ No trabalho, quando se diz Jericoacoara, remete-se à vila ou distrito municipal, em razão de o turismo ocorrer lá e não na sede do município.

Além dos atrativos principais, existem os complementares, como o rio Preguiças, Atins e Caburé, em Barreirinhas; os Pequenos Lençóis, em Paulino Neves; a observação dos guarás, em Tutóia. No Piauí, além das ilhas do Delta (atingidas via Parnaíba) e da praia da Pedra do Sal, em Ilha Grande, existem a praia de Luís Correia e o Projeto Peixe-boi em Cajueiro da Praia. No Ceará, os atrativos são voltados para turismo de sol e praia, e são atrativos complementares as praias de Camocim, as lagoas de Jijoca e a visitação à Vila de Tatajuba.

A comercialização do roteiro nas origens (local de residência permanente do turista) se faz principalmente por operadoras nacionais especializadas em turismo de aventura ou ecoturismo⁵. Os preços para o pacote terrestre de 12 dias variam de R\$ 2.600,00 a R\$ 3.400,00 por pessoa.⁶

O turismo na Costa Norte ocorre de maneira sazonal e cada destino apresenta uma dinâmica peculiar. Merece atenção a disparidade entre as localidades investigadas. Percebe-se que os destinos apresentam estágios de vida bastante diferenciados. Alguns são iniciantes no turismo doméstico, outros destinos são considerados consolidados, tanto no mercado nacional quanto internacional. Há uma forte distinção entre os destinos no que diz respeito ao fluxo de turistas e aos serviços turísticos oferecidos. Jericoacoara apresenta equipamentos turísticos mais sofisticados e responde pela maior parte do fluxo de turistas estrangeiros na Costa Norte. A região dos Lençóis Maranhenses, que conta com uma infraestrutura turística mais simples, vem atraindo um número crescente de turistas nacionais e começa a despertar interesses em mercados emissores internacionais. Na região do Delta do Parnaíba, a atividade turística é a mais incipiente em termos de demanda, predominando o fluxo regional e local (LIMA/COPPE/UFRJ, MTUR, 2006).

As demais localidades ocupam atualmente uma posição predominantemente de rota e não de destinos na lógica do roteiro. Isso porque têm um fluxo residual de turistas e uma baixa profissionalização de tal atividade. No caso de Ilha Grande, o turismo é marginal – o local funciona exclusivamente como ponto de passagem para passeios no Delta; caso semelhante ocorre em Araíoses, cujas ilhas servem de ponto de pouso para os passeios. Em outros municípios o turismo é ainda incipiente como Paulino Neves, Tutóia, Camocim e Cajueiro da Praia. Finalmente, em outros, como Barroquinha e Água Doce do Maranhão, o turismo praticamente inexistente em fluxos e estrutura produtiva.

A Costa Norte tem sofrido intervenções de programas de desenvolvimento específicos para o turismo, como o Prodetur Nordeste I e II. Eles recebem demandas crescentes para considerar com maior destaque a sustentabilidade relacionada às suas ações, levando à

⁵ A exemplo da Cia. Ecoturismo (SP), Ambiental Expedições (SP) e Pisa Trekking (SP), em março de 2008.

⁶ Cotação em www.ciaaventura.com.br, www.ambiental.tur.br. Acesso em 20 ago. 2007.

elaboração dos PDITS (Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável) (PRODETUR CEARÁ BRASIL, 2002).

As notícias sobre o roteiro turístico integrado da Costa Norte são relativamente recentes, datando de 2003, ano da criação do Ministério do Turismo. Mais recentemente, tanto o governo federal quanto os estaduais e o Sebrae dedicam-se ao fortalecimento dele, que surge como fruto do Programa de Regionalização do Turismo. Na política pública, os roteiros são evocados pelo Plano Nacional de Turismo – PNT (MTUR, 2003) em seu macroprograma 4 – Estruturação e Diversificação da Oferta Turística –, que concentra programas e projetos para o desenvolvimento regionalizado do turismo no Brasil, de onde a roteirização surge como forma de atuação sobre o território e como resultado do processo de regionalização. Segundo o MTur, a roteirização é um instrumento “de inclusão social, resgate e preservação dos valores culturais e ambientais existentes” (MTUR, 2005c, p. 5). O foco do processo de roteirização deve ser a construção de parcerias, cujos resultados esperados são (MTUR, 2005c, p. 6):

- atuação de **micro e pequenas empresas** no mercado turístico [*grifo próprio*];
- ampliação e diversificação da oferta turística;
- inserção de municípios nas regiões e roteiros turísticos;
- consolidação de roteiros turísticos mais competitivos;
- criação e ampliação de postos de trabalho;
- aumento e melhoria na distribuição de renda;
- favorecimento da inclusão social e redução das desigualdades regionais e sociais;
- aumento da visitação, da permanência e do gasto médio do turista;
- fortalecimento da identidade regional;
- consolidação de uma estratégia de desenvolvimento regional.

A partir de 2004, o Ministério do Turismo e o Sebrae passaram a trabalhar de maneira mais intensiva na Costa Norte, dando-lhe publicidade. Assim, o roteiro foi inserido em atividades de alcance nacional, a exemplo da participação no Salão do Turismo nas edições de 2005 e 2006, com estande exclusivo e no TAM Show 2005. Houve a participação de empresários locais em projetos como “Vivências Brasil”, “Caravana Brasil”, “Excelência em Turismo”, “Jornadas Empresariais”, entre outros. Além disso, foram atraídas para a região iniciativas como visitas de jornalistas e operadores de turismo especializados.

Atualmente, é possível perceber os sinais da conformação de roteiro integrado, tal como a sua oferta por receptivos nas localidades-âncora, e mesmo nas capitais dos estados, e em operadoras de alcance nacional e internacional. Observa-se ainda a presença em *websites* e ações de mídia que tratam o roteiro como um todo e não apenas as localidades em separado. Ocorre até mesmo o início do reconhecimento por parte dos

empresários da noção de destinos complementares integrados em forma de roteiro (Quadro 1). No entanto, essa representação simbólica é frágil, sendo mais comum a referência aos negócios e aos destinos de forma isolada.

Estados consolidam primeiro consórcio de turismo do Brasil (26/06/2007, Elza Muniz, Governo do Piauí)

Piauí, Maranhão e Ceará consolidaram, nesta terça-feira, 26, a criação do Consórcio Público Interestadual, que cria o Roteiro Integrado e a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável, cujo propósito é dinamizar e integrar o turismo sustentável nos três Estados. Do evento, que ocorreu no Residence Flat, em Barreirinhas (MA), participaram a ministra do Turismo, Marta Suplicy, os governadores Wellington Dias (PI) e Jackson Lago (MA), secretários de Turismo do Ceará, Bismark Maia, e dos 12 municípios diretamente envolvidos pelo consórcio.

A ministra Marta Suplicy destacou o pioneirismo que está ocorrendo na região. "Será um modelo para várias regiões do Brasil", disse. Segundo ela, a iniciativa dos três Estados vai ao encontro da percepção do Ministério do Turismo, que este ano elegeram 65 roteiros no País, dentre os quais o Delta do Parnaíba, no Piauí, Jericoacoara, no Ceará, e Lençóis Maranhenses. Em reunião com os governadores dos três Estados, na noite dessa segunda-feira, 25, a ministra anunciou a liberação de R\$ 8 milhões para a construção do aeroporto de Barreirinhas (região dos Lençóis Maranhenses), considerado estratégico para o roteiro.

O objetivo é fazer do roteiro um destino sustentável de referência nacional e internacional [...]

Roteiro Integrado ganha agência (Diário do Nordeste, 15/02/2008)

O desenvolvimento do turismo nos estados do Ceará, Piauí e Maranhão terá um grande aliado a partir desta semana. Foi instalada na última quarta-feira, dia 13, em Camocim, a Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável, uma iniciativa dos governos dos três Estados e do Projeto Roteiro Turístico Integrado. [...]

Jeri-Delta-Lençóis, a Rota das Emoções é um roteiro único no País, pois envolve natureza, aventura, cultura e esportes. O destino abrange dois parques e uma área de proteção ambiental, com quase 300 quilômetros a serem percorridos. A Rota das Emoções possui cerca de 550 empreendedores, entre meios de hospedagem, restaurantes, agências de viagens e demais serviços turísticos.

Entre as metas do Projeto Roteiro Integrado estão: elevar em 20% os meios de hospedagem nesses destinos, aumentar em 15% a permanência dos turistas na região, reduzir a sazonalidade e, é claro, incrementar em 20% o faturamento do setor turístico. Efetivamente o consórcio passa a funcionar integrando os roteiros. Entendemos que a instalação da agência vai beneficiar a todos os Estados envolvidos. É uma parceria importante entre o governo do Piauí, Sebrae, governos do Maranhão e do Ceará, que passa a ser referência para a formação de outros consórcios desse tipo no País, afirma o secretário de Turismo do Piauí, Silvio Leite.

Rota das Emoções é referência de integração interestadual no País (Vanessa Brito, Agência Sebrae de Notícias – 18/06/2008)

Um roteiro que soma mar, sol, aventura, esporte e cultura num cenário magnífico, que abrange a costa de três estados nordestinos. Além disso, esse destino turístico brasileiro se tornou exemplo para outros, pelo fato de integrar ações do Ministério do Turismo, três governos estaduais, unidades do Sebrae, prefeituras, associações e instituições parceiras.

Assim é a Rota das Emoções, denominação escolhida por meio de voto, na região, para o trecho de litoral com aproximadamente 300 km de extensão, composto pelas atrações e belezas naturais de Jericoacoara (CE), Delta do Parnaíba (PI) e Lençóis Maranhenses (MA). Atualmente esse destino é considerado um dos principais polos de ecoturismo e turismo de aventura, sol e mar do País. Desde fevereiro, se tornou referência nacional ao gerar o primeiro consórcio de turismo do País e a Agência de Desenvolvimento Sustentável Rota das Emoções [...].

Além de gerar o primeiro consórcio de turismo interestadual do País, a Rota das Emoções também levou à implantação da Agência de Desenvolvimento Sustentável da Rota das Emoções (ADS), que contempla doze municípios da região.

O Mtur realizou, nos últimos anos, ações estruturais nesse roteiro relacionadas com a melhoria da malha rodoviária, dos serviços, abastecimento de água e energia elétrica e na promoção econômica, social, cultural e artística da região. Este ano, estão previstos recursos da ordem de R\$ 11 milhões do Mtur para a Rota das Emoções [...]

Quadro 1 – Notícias selecionadas sobre o roteiro integrado "Rota das Emoções" na mídia
Fonte: elaboração própria a partir de reportagens citadas

2. ATORES SOCIAIS DO TURISMO

Os atores sociais do turismo presentes no território da Costa Norte podem ser categorizados conforme o interesse central do estudo: (1) do mercado, no qual se encontram as empresas; (2) do Estado; (3) da sociedade civil organizada; (4) das entidades de suporte técnico, tecnológico e de fomento.

2.1. Mercado: empresas de turismo, cooperativas produtivas e associações

No mercado, o foco recai sobre as empresas turísticas de micro e pequeno porte. Os subsetores compreendidos são os de hospedagem, receptivo e transporte turístico de passageiros, além de suas respectivas associações. Ao se tratar especialmente das empresas turísticas, registram-se aproximadamente 400 estabelecimentos de hospedagem, receptivo e alimentação no território da Costa Norte.⁷ A maior parte é concentrada no Ceará (192), enquanto os demais estados sediam por volta de 100 empreendimentos. Essas quantidades são somente aproximações, em virtude da dinâmica própria de micro e pequenos negócios, normalmente informais, ainda ser sujeita ao intenso rodízio de aberturas e fechamentos sem registros (Tabela 4).

Tabela 4 – Composição empresarial do turismo na Costa Norte (2006)

Estado	Local	Empresas de alimentação	Empresas de hospedagem	Empresas de receptivo	Total de empresas
PI	Parnaíba	25	25	6	31
PI	Ilha Grande	8	0	0	8
PI	Luís Correia	11	12	0	23
PI	Cajueiro da Praia	13	7	0	20
PI	Região do Delta	57	44	6	107
CE	Barroquinha	8	2	0	10
CE	Camocim	37	16	1	54
CE	Jijoca de Jericoacoara sede	16	3	0	19
CE	Jericoacoara distrito	40	58	7	105
CE	Região de Jericoacoara	103	81	8	192
MA	Barreirinhas	14	25	12	51
MA	Paulino Neves	8	6	0	14
MA	Tutóia	10	9	-	19
MA	Água Doce do Maranhão	-	-	-	-
MA	Araioses	15	5	0	20
MA	Região dos Lençóis	47	45	12	104
	TOTAL	207	170	26	403

Fonte: elaboração própria a partir de Sebrae *et al.* (2006) e folheteria promocional do roteiro

⁷ Fonte: SEBRAE *et al.* (2006) e folheteria promocional do roteiro.

Na Costa Norte, são encontradas iniciativas de associativismo entre empresas e produtores autônomos, tais como: “bugueiros” (motoristas de bugues em Jericoacoara), “toyoteiros” (motoristas de toyotas em Barreirinhas), artesãos, guias e “lancheiros” (pilotos de lanchas no Delta), para usar a denominação regional (Quadro 2).

Municípios	Organizações de produtores autônomos
Parnaíba	Associação dos Taxistas Associação dos Empresários de Receptivo Associação dos Monitores Ambientais do Delta
Ilha Grande	Associação das Artesãs Associação dos Catadores de Caranguejo Associação das Rendeiras
Luís Correia	Roteiro Prima Classe Associação dos Barraqueiros da Praia
Cajueiro da Praia	Associação de Condutores de Turismo de Barra Grande
Camocim	Associação dos Taxistas Associação dos Bugueiros Sindicato dos Restaurantes, Hotéis, Pousadas e Similares Roteiro Prima Classe Associações dos Pescadores e Marisqueiras
Jijoca de Jericoacoara	Associação das Camionetas de Jijoca de Jericoacoara Associação dos Cavaleiros Associação dos Bugueiros Associação dos Transportes Alternativos Associação das Pousadas APJERI Associação dos Guias Associação do <i>Kite</i> e <i>Windsurf</i> Grupo de Capoeira
Barreirinhas	Roteiro Prima Classe Associação dos Toyoteiros Associação dos Lancheiros Associação dos Guias Associação das Artesãs
Paulino Neves	Associação das Artesãs
Tutóia	Associação das Artesãs Associação de Pescadores e Marisqueiras Associação dos Portuários

Quadro 2 – Organizações empresariais e produtivas direta ou indiretamente ligadas ao Turismo por município da Costa Norte

Fonte: pesquisa da autora

Essas associações têm sido fomentadas pelo Sebrae em praticamente todos os municípios, por meio de seus escritórios descentralizados. O fomento conduz à criação de núcleos empresariais que participam do Comitê Gestor do Roteiro Integrado e de associações empresariais locais.

2.2. Estado: poderes federal, estadual e local

Diversas políticas públicas e intervenções governamentais federais e estaduais ocorrem no espaço de estudo. Foram identificados, em 2006, no plano federal, 35

programas associados com os estados e municípios, de acordo com LIMA/COPPE/UFRJ (2006):

a. Ministério do Turismo, com o Prodetur NE II, um programa financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e pelo Banco do Nordeste (BN); o Programa de Regionalização do Turismo; a atuação do Departamento de Capacitação e Produção Associada ao Turismo – DCPAT com o projeto “Turismo Sustentável” em áreas prioritizadas⁸; Plano Cores do Brasil; Plano Aquarela; Plano Turismo Sustentável e Infância, e o Projeto Orla;

b. Ministério do Meio Ambiente, com o Zoneamento Econômico Ecológico (ZEE); Projeto da Conservação e Utilização Sustentável da Biodiversidade (PROBIO); Programa Nacional de Gerenciamento Costeiro (GERCO); Programa de Avaliação do Potencial Sustentável de Recursos Vivos (REVIZEE);

c. Ibama/ICMBio, com projeto de educação ambiental no Parque Nacional de Jericoacoara, em parceria com a Cooperação Espanhola (AECID), supervisão do Parque dos Lençóis e Projeto Peixe-Boi, em Cajueiro da Praia, iniciativa da Fundação Mamíferos Aquáticos e do Ibama;

d. Ministério da Defesa, por meio da INFRAERO e do Programa Federal de Auxílio aos Aeroportos (PROFAA);

e. Ministério de Minas e Energia, por meio do Plano Decenal de Expansão de Energia (PDEE 2006/2015), Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica (PROINFA) e Programa Luz para Todos;

f. Ministério da Integração Nacional, por intermédio de projetos de irrigação do DNOCS e da CODEVASF;

g. Ministério do Desenvolvimento Social, por meio do Programa Bolsa Família;

h. Ministério da Educação, com o Brasil Alfabetizado; a Educação de Jovens e Adultos (EJA); o FUNDEF, o FNDE e o FUNDESCOLA;

i. Ministério do Desenvolvimento Agrário, pelo PRONAF, com assentamentos;

j. Ministério da Saúde, por meio do Programa da Saúde da Família (PSF), o de agentes comunitários e o de saúde bucal;

k. Ministério do Trabalho e Emprego, por meio do Programa de Economia Solidária e o Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT).

⁸ Áreas prioritizadas são aquelas que apresentam baixo IDH, fragilidade ambiental e potencial turístico de atração internacional. Os três destinos turísticos principais da Costa Norte estão inseridos no projeto, ao lado de municípios nos arredores do PN da Serra da Capivara (PI).

Dentre os programas identificados, 17 incorporavam todos os municípios da Costa Norte. Jijoca de Jericoacoara, Camocim e Parnaíba são os mais contemplados com quantidade de programas, seguidos por Barroquinha e Barreirinhas.

Em nível estadual, há secretarias de turismo, meio ambiente e desenvolvimento sustentável. Existem as secretarias estaduais de turismo e meio ambiente, a saber: Conselho de Políticas e Gestão do Meio Ambiente – Ceará (apesar de se chamar conselho, tem *status* de secretaria e foi criado em seu lugar); Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Naturais – Maranhão; Secretaria de Meio Ambiente do Piauí (Escritório Regional Litoral Norte); Secretaria de Turismo do Estado do Ceará; Secretaria de Turismo do Maranhão; Empresa de Turismo do Piauí – Piemtur.

O levantamento das estruturas públicas locais realizado com as Prefeituras⁹ mostra que a maioria dos municípios, 9 dentre os 12, têm alguma forma de autoridade local de meio ambiente e/ou turismo. Exclusivamente para o turismo, são encontradas secretarias em apenas 3 (três) municípios – Jijoca de Jericoacoara, Cajueiro da Praia e Barreirinhas. Apenas em Paulino Neves existe uma mesma secretaria para meio ambiente e turismo.

2.3. Organizações não-governamentais

As organizações não-governamentais foram entendidas como associações comunitárias e movimentos sociais de atuação ambientalista com interesse no turismo e sua interface no território. Ainda não se conta com estimativa da quantidade de organizações na região, mas sim com o delineamento daquelas mais estruturadas e pertencentes a redes nacionais. Foram identificadas, por meio de pesquisas de dados secundários e da visita de campo exploratória, as ONG apresentadas no Quadro 3.

⁹ Por meio de contato telefônico em março de 2007.

Municípios¹⁰	Organizações de trabalhadores e comunitárias	Organizações ambientalistas
Parnaíba	Centro de Assistência aos Movimentos Populares de Parnaíba Centro Regional de Assessoria e Capacitação	Aliança Mandu: Fundação Kellog, Care, Instituto FloraVida, CEDES SOS Natureza Fundação Parnaíba Viva Fundação Rios Terra-Mangue Centro Nacional de Populações Tradicionais e Desenvolvimento Sustentável
Ilha Grande	-	AJPIG – Associação dos Jovens Protagonistas de Ilha Grande
Luís Correia	-	Fundação SOS Natureza
Camocim	Associação Comunitária dos Moradores de Tatajuba	Fórum das Organizações da Sociedade Civil do Vale do Coreaú
Jijoca de Jericoacoara	Associação dos Moradores Conselho Comunitário Associação Comunitária de Mangue Seco	Lagoa Viva Instituto Terramar Fórum Defesa da Zona Costeira Portal do Mar SOS Jeri
Barreirinhas	Associação de moradores	Jovens Verdes Rio Cidadania – Caburé
Paulino Neves	PIVOT Brasil (UNICEF)	ONG Orvalho Tudo pelo Meio Ambiente
Tutóia	PIVOT Brasil (UNICEF)	Grupo Aguapé Fundação Cultural Assistencial e Ecológica o Homem e a Natureza
Araioses	-	Instituto Ilha do Caju

Quadro 3 – Organizações não-governamentais atuantes na Costa Norte em 2007

Fonte: pesquisa da autora

Existem inúmeras iniciativas locais de pequenas organizações com caráter comunitário, de assistência social, profissional e ambientalista. Elas têm um alcance normalmente limitado ao local e estão presentes, inclusive, nas menores localidades da Costa Norte, a exemplo das ONG Orvalho, Aguapé e Jovens Verdes. As suas características comuns são a fragilidade, o pouco alcance de suas ações, a informalidade e a escassez de recursos.

Percebeu-se, no sentido da organização social e da participação da sociedade civil, a inserção inicial de organizações não-governamentais com maior envergadura e que pertencem a redes nacionais e internacionais. Elas colocam a problemática ambiental e do desenvolvimento sustentável da região em pautas de maior alcance. É o caso da ONG cearense Terramar, que participa de fóruns de ONG de alcance nacional, como o Fórum de

¹⁰ Os municípios não mencionados não tiveram nenhuma organização identificada.

Defesa da Zona Costeira Cearense (FDZCC), bem como de articulações internacionais para o turismo como o *Global Tourism Network*.

Poucas dessas redes têm clara visibilidade no território, mas começam a surgir parcerias de trabalhos entre elas e delas com universidades dos estados e financiadores internacionais, a exemplo da Aliança Mandu, que inclui a Universidade Estadual do Piauí, ONG internacionais, como Care, WWF e Fundação Kellog, para atuar em questões socioambientais nos municípios piauienses da Costa Norte. Essa tendência mostra a internacionalização do interesse pela região.

2.4. Entidades de Suporte: técnico, tecnológico e de fomento

As organizações de suporte consideradas incluem universidades federais e estaduais dos três estados, entes de apoio técnico, como Sebrae (estaduais e locais), Senac, Embrapa, entre outros com a característica de prover informações e assistência técnica. Dentre essas organizações, o Sebrae destacou-se nos depoimentos, sendo um ator considerado crucial para a mudança de comportamentos e para consolidar a visão da Costa Norte, a partir de seus trabalhos com as MPE. Além dessas, foi identificada a presença da Cooperação Espanhola, em parceria com o MTur e com a Universidade Federal do Rio de Janeiro, com ação acerca das Incubadoras de Cooperativas Populares (ITCP), implementada em Barreirinhas e em fase de implementação em Parnaíba e Jericoacoara.

Quanto ao envolvimento da academia com os atores do roteiro, destacam-se aquelas de caráter público e com papel mais proeminente no Ceará e no Piauí. No Ceará, as universidades (UFCE, UECE, UVA) aparecem em pesquisas e fazem parceria com o Ibama. Expressiva parte da atuação das universidades e das ONG na região faz frente às inadequações do Prodetur Nordeste e busca por alternativas como o turismo comunitário. No Piauí, a academia tem presença na cidade de Parnaíba e participa de projetos com ONG e com a EMBRAPA Meio Norte, que trabalha para desenvolver soluções em cultivo de ostras e inclusão social de jovens na região. Aparecem ativamente as universidades federal e estadual envolvidas com projetos de extensão em assuntos de meio ambiente, que têm interfaces com o turismo. O envolvimento da academia maranhense na região de Barreirinhas é mais tímido, com poucas intervenções ou citações por parte dos entrevistados.

3. IMPACTOS NEGATIVOS E POSITIVOS RELACIONADOS AO TURISMO

No momento em que pode promover diversas externalidades positivas, o turismo também pode gerar comprometimentos sociais, econômicos e ambientais ao local

(SWARBROOKE, 2000; RUSCHMANN, 2002; KRIPPENDORF, 2003). Uma análise resumida e sistemática de impactos do turismo, contemplando esferas econômicas, socioculturais e físicas, foi oferecida por Leiper (1995):

a. **Impactos econômicos:** estes impactos advêm principalmente do fato de os turistas atuarem como consumidores temporários no local visitado. Entre os impactos positivos listados estão (LEIPER, 1995):

- ganhos de divisas e créditos na balança de pagamentos em nível nacional;
- faturamento das empresas, tendo em vista a gama de negócios que servem ao turista;
- taxas e impostos para os governos;
- emprego e renda pessoal, considerando que em locais bastante turísticos grande parte dos trabalhadores têm sua renda vinculada a negócios do turismo, direta ou indiretamente;
- efeito multiplicador econômico, entendido como uma medida de fluxos consequentes de sucessivas rodadas de atividade econômica. Pode ser calculado em função do emprego, da renda, dos gastos, entre outras medidas;
- estrutura de lazer para moradores locais incrementada em razão da presença do turista.

Alguns autores entendem, em resumo, que o turismo tende a oferecer impactos econômicos positivos para o destino, devendo estes ser confrontados com seus custos socioculturais e ambientais (GRIFFIN e BOELE, 1997). Entretanto, esses autores tendem a esquecer de apontar impactos econômicos negativos que podem advir do turismo. Entre eles, podem ser citados inflação e acréscimo no custo de vida da população local, em razão do maior poder aquisitivo dos turistas; especulação imobiliária; aumento do poder de consumo, o que pode impactar tanto culturalmente quanto ambientalmente na localidade; por fim, o foco excessivo no turismo como “monocultura”, desviando recursos e interesses de outras atividades econômicas regionais tradicionais (VALLS, 2006). O excesso de dependência do turismo é poucas vezes percebido como problema, porém, é uma temática crucial para questões de sustentabilidade e para a sobrevivência econômica regional (URRY, 1999; SHARPLEY, 2000).

b. **Impactos socioculturais:** Leiper (1995) admite que ocorrem mudanças em crenças, valores, comportamentos e costumes na medida em que os habitantes interagem com o turista. Existe bastante divergência entre autores quanto a essas

mudanças serem positivas ou negativas. Segundo o entendimento do autor as duas opções podem ocorrer. Entre os impactos negativos, são citados:

- turistas excedendo a capacidade de carga, principalmente quando ocorre turismo de massa, originando perda de hospitalidade por parte do morador, o que pode ser entendido como exemplo de saturação das capacidades de carga psicológica ou social (LIU, 2003);
- perda de origens da cultura local e comoditização, na medida em que as tradições passam a ser replicadas para atender a demandas de um turismo de massa;
- prejuízos às culturas tradicionais em virtude do efeito demonstração criado a partir do estereótipo de riqueza ou do estilo de vida relacionados à origem dos turistas;
- empregos com baixo valor agregado: em destinos turísticos, grande parte das ocupações geradas diretamente pela atividade apresentam baixos salários e baixo *status* social;
- neocolonialismo: a atividade de algumas empresas multinacionais do turismo é entendida por alguns autores como nova forma de colonização. Ainda mais alarmante é a visão de Norgaard, que entende o ecoturismo em países pobres visitados por pessoas advindas de países ricos como um modo de perpetuar a desigualdade (NORGAARD, 1999);
- turismo e conduta imoral, entre os quais estão o uso de drogas, a prostituição e o crime. Nessas situações, Leiper (1995) reconhece, em parte, os turistas como vítimas e, em parte, como agentes.

Entre os impactos positivos, porém, o autor cita os encontros entre locais e turistas; o renascimento cultural (de artesanatos e costumes) proporcionado pelo interesse dos turistas em conhecer a localidade (LEIPER, 1995).

c. **Impactos em ambientes físicos:** nesta categoria são compreendidos ambientes naturais e construídos. Entre os impactos negativos, são citados por Leiper (1995):

- Conflitos advindos de prejuízos do turismo de massa ao ambiente físico: energia, ar, água, vegetação;
- Poluição da paisagem e excesso de infraestrutura construída;
- Segregação física entre locais e turistas por meio da construção de espaços para turistas que excluem moradores.

Entre os impactos positivos, foram identificados pelo autor a revitalização para uso turístico de lugares históricos abandonados e a recuperação do interesse por proteger áreas naturais, em função de seu uso turístico. Além disso, podem advir do turismo ganhos como

instalação de equipamentos para coleta e destinação de resíduos, obras de saneamento e repercussão positiva sobre a saúde da população.

De modo resumido, são recorrentes na literatura afirmações de que o turismo tem um grande potencial de gerar renda e distribuição, promover desenvolvimento regional, além de apresentar um alto consumo de produtos e serviços localmente (CAVALCANTI, 1999; LAGE e MILONE, 2001; GOELDNER *et al.*, 2002; OCDE, 2008). Tal argumentação assenta-se em pressupostos de que o turismo traz o consumidor para o local, importa divisas e gera uma dispersão interessante de seus gastos, inclusive entre parcelas mais pobres da população (LAGE e MILONE, 2001; WORLD BANK, 2006).

Poucos estudos mostram a efetiva realização desses potenciais positivos do turismo (LIU, 2003). Segundo Sharpley (2000), o turismo continua polarizado e reforçando desigualdades regionais e internacionais, ainda que surjam novos centros atrativos em países marginalizados. Como ilustração, a OCDE (2008) afirma que 60% dos desembarques mundiais em 2007 estiveram concentrados em seus trinta países-membros.¹¹ A operacionalização local do turismo continua ainda concentrada em suas elites políticas e econômicas, gerando enclaves e guetos, e os grupos continuam verticalizados e polarizadores em suas operações (OCDE, 2008).

A noção de turismo sustentável está diretamente ligada com tais impactos tratados de modo sistêmico. Afinal, turismo sustentável é aquele que contribui para o desenvolvimento sustentável do destino em que ocorre (HUNTER, 1997). Para Swarbrooke (2000), o turismo sustentável não é apenas o que incorre em proteção ambiental, mas também o ligado à viabilidade econômica de longo prazo e à justiça social.

Esse desafio não é somente tecnocrático, mas sim político, já que medidas para tornar o turismo e o destino mais sustentáveis trazem benefícios para uns e prejuízos para outros (SWARBROOKE, 2000). Isso mostra a relevância de serem estudadas as relações sociais de cooperação e de conflito que se dão na atividade turística. Considerar as contradições nas interações e nos usos sobre o espaço é relevante quando se trata do turismo em UC, como Parques Nacionais e APAs encontrados na Costa Norte.

Uma série de questões delicadas são comuns a áreas protegidas no Brasil¹² porque existe um embate constante entre “a natureza utilizada para atender às demandas humanas e também protegida contra a ação antrópica” (IRVING *et al.*, 2008 p. 01). Entre os principais desafios estão: ocupações irregulares; pressões humanas excessivas sobre os recursos;

¹¹ Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, Coreia, República Tcheca, Dinamarca, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Islândia, Irlanda, Itália, Japão, Luxemburgo, Holanda, Nova Zelândia, Noruega, Portugal, Eslováquia, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia, Reino Unido, Estados Unidos.

¹² Para aprofundamento em questões referentes a unidades de conservação no Brasil, consultar DRUMMOND, José Augusto; FRANCO, José Luiz A. & NINIS, Alessandra B. **O Estado das Áreas Protegidas no Brasil**. Brasília, ago. 2006. Disponível em: <http://www.unbcds.pro.br/pub/index.cfm?CODE=01&COD=27&X=219>. Acesso em 19 jun. 2009.

poluição; tensões de uso; necessidade de promover participação das comunidades nas decisões (MATTOS e IRVING, 2003; LIMA/COPPE/UFRJ, 2006), todos agravados em contextos de pobreza como a Costa Norte. Especialmente em se tratando dos parques, vulnerabilidades ligadas “a dificuldade de contratação e manutenção de funcionários, a monitoramento precário das atividades ilegais, a fraca aplicação das leis” (RODRIGUES, 2009, p. 60) são prementes no Brasil e nos parques em questão. Ademais, entre outros dilemas, existe a problemática da proibição da permanência de comunidades tradicionais em determinadas unidades de conservação, ante a simultânea ampliação da exploração do local por indivíduos externos, como turistas (ARRUDA, 1999).

Além desses problemas práticos, na implementação de turismo e atividades de lazer em parques nacionais, emergem choques de visões. Surgem expectativas de que os parques tenham um caráter que vai além de espaço de proteção de biodiversidade. Os parques passam, então, a ser valorizados pelo potencial gerador de alternativas financeiras para sua gestão e para a economia do entorno (RODRIGUES, 2009). Não obstante, é atribuído a eles também uma função educacional, de potencializar mudanças comportamentais dos visitantes em relação à natureza (ZIMMERMANN, 2006).

A partir do uso turístico, emergem também as dificuldades de construção e implementação de regras de exploração não-predatória por entes privados de atrativos situados em espaços públicos, para equilibrar a democratização, como o controle do acesso para evitar sobrecarga do sistema natural e para gerar ganhos para o parque, os seus visitantes, e os moradores do entorno (PASQUALI, 2006; RODRIGUES, 2009).

Considerando as peculiaridades do turismo em áreas naturais protegidas, a seguir são apresentados os impactos relacionados ao turismo nos destinos da Costa Norte. A visão expressa surge das entrevistas realizadas nas fases exploratória e qualitativa da pesquisa. Os problemas e dilemas discutidos podem ser associados ao turismo, como consequências dele ou como condicionantes do desenvolvimento da própria atividade no futuro, no contexto de áreas naturais protegidas.

3.1. Região de Jericoacoara

A Vila de Jericoacoara está situada em uma APA circunvizinha a um PN. A vila concentra grande parte do fluxo de turistas da Costa Norte. É o destino turístico de maior atratividade internacional e reputação, dotado de oferta mais diversificada. Ainda que seja uma APA (desde 1984) cercada por um parque nacional (desde 2002), não está imune a diversos impactos socioambientais negativos (MOLINA, 2007).

De vila de pescadores, Jericoacoara passou a ser um destino internacional a partir de meados da década de 1980 (MOLINA, 2007). A vila transmite a concepção de “aldeia

global¹³ pela presença de inúmeras identidades refletidas pela culinária, produtos comercializados, conexão à rede de comunicação global ou, até mesmo, nas pessoas de diferentes origens que passeiam ou trabalham na região.

O destino se ressentia da baixa estação, embora ela abranja um período curto de tempo. Os entrevistados a identificam com o período após o carnaval e antes da semana santa. O início do ano é voltado, em grande parte, para o turismo doméstico. A partir de agosto, o turismo é predominantemente internacional, ocasionando uma alta nos preços de hospedagens e passeios. Essa é a época mais rentável para os empreendedores e comerciantes da cidade.

Os povoados dos arredores de Jericoacoara – Córrego do Urubu, Córrego da Forquilha, Lagoa Grande, Mangue Seco e Guriú – são localidades pobres e carentes de infraestrutura básica. Os modos de vida dessas localidades são distintos da imagem de sol e mar. São comunidades pesqueiras ou com relação estreita com o mangue e que seguem uma vida rural, com a agricultura e a criação de pequenos animais para alimentação. Todos assentam suas práticas de subsistência na agricultura (feijão, milho e mandioca), em atividades extrativistas (como a cata do caranguejo) e na pesca, sem inserção significativa em qualquer mercado. As populações residentes desses povoados fornecem mão-de-obra para Jericoacoara, principalmente Mangue Seco. O Córrego do Urubu é o único desses povoados que apresenta uma estrutura inicial de pousadas às margens da Lagoa Azul, com cerca de cinco meios de hospedagem com preços mais acessíveis que os de Jericoacoara. O alto custo de vida em Jericoacoara aponta para essa tendência de, cada vez mais, dotar as áreas próximas de estrutura capaz de suprir as necessidades e o fluxo de visitantes, diante das limitações físicas de expansão.

Camocim, limítrofe com o município de Jijoca de Jericoacoara, tem uma estrutura ocupada pelo turismo regional em épocas de carnaval e feriados, bem como por viajantes a negócios durante o restante do ano. Existe um *resort* conhecido por sua escassa ocupação, já que a cidade pouco atrai o turista cujo perfil demanda uma hospedagem com tal característica.

Diversas vezes foi mencionado, durante as entrevistas no estado do Ceará, que o padrão de desenvolvimento de Jericoacoara é indesejável para ser transplantado para outras localidades, por ser entendido como excludente e massificador. Esse comentário aparece especialmente nos discursos provenientes de Camocim e Barroquinha.

Os impactos positivos e negativos apresentados no Quadro 4 são, evidentemente, mais visíveis nas localidades onde a atividade turística já se desenvolveu com mais força.

¹³ Termo cunhado por Marshall McLuhan no livro *The Medium is the Massage*. O autor entende que ocorre a conexão do mundo, como uma “aldeia global”, a partir da comunicação de massa.

Região de Jericoacoara	
Impactos negativos	Impactos positivos
Ocupação desordenada da orla	Geração de trabalho e renda
Excesso de resíduos carentes de tratamento	Atração de obras de saneamento básico
Intensidade do tráfego de veículos sobre as dunas e destruição da sua vegetação	Melhoria dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística na Vila de Jericoacoara
Exclusão de povoados do entorno na dinâmica do turismo	Valorização do patrimônio natural
Especulação imobiliária	Dinamização das economias locais
Mudança de hábitos locais	Estímulos à organização social e produtiva do turismo e de bens complementares
Excesso de foco no turismo como atividade produtiva, com abandono de atividades tradicionais	
Aumento do custo de vida	
Tráfego de drogas e exploração sexual de menores	
Agravamento de disputas fundiárias	

Quadro 4 – Síntese de impactos negativos e positivos vinculados ao turismo na região de Jericoacoara

Fonte: pesquisa da autora

Evidenciam-se efeitos negativos na Vila de Jericoacoara, onde houve o deslocamento da população local para a periferia e para outros povoados, em função da venda de seus terrenos para empresários do turismo, do aumento de custo de vida e da falta de oportunidades de trabalho, principalmente para aqueles que tradicionalmente viviam da pesca (FONTELES, 2004). Entre os efeitos sociais negativos, há registros de problemas de tráfico de drogas, violência e exploração sexual de menores, atribuídos ao turismo.

O excesso de resíduos, em razão da própria visitação, poderia ser entendido como um impacto de alguma forma relacionado ao turismo, bem como um condicionante para o futuro dessa atividade. Contudo, é preciso esclarecer que, quando se trata de lixo e poluição, as respostas mostraram o próprio morador como responsável, conforme os entrevistados, em razão do acondicionamento indevido dos resíduos e da falta de mecanismos organizados para essa finalidade. Ademais, quanto aos turistas, foi recorrente nas falas dos entrevistados que o comportamento do turista regional (Sobral, Fortaleza) é o que apresenta menor grau de comprometimento com a preservação ambiental. Os demais turistas (nacionais e estrangeiros), segundo os atores locais, demonstram maiores preocupações ambientais e não apresentam comportamentos nocivos ao meio ambiente quanto aos locais onde deixam lixo. Indiretamente, porém, o seu alto nível de consumo pode estar relacionado ao grande volume de resíduos produzidos em pousadas, hotéis, restaurantes, etc.

O trânsito de veículos sobre as dunas do parque gera um impacto ambiental negativo considerável, tendo em vista a fragilidade da vegetação que protege as dunas contra a ação constante dos ventos. Impacto negativo semelhante pode ser encontrado em Tatajuba, município de Camocim, em que o intenso trânsito de bugues sobre as dunas provocaram uma redução de seu tamanho, como apontam os moradores.

Um dos impactos mais significativos advindos do crescimento turístico de Jericoacoara é a mudança dos hábitos locais. Em Mangue Seco, por exemplo, a antiga comunidade de pescadores teve as suas práticas de subsistência alteradas em função da sua inclusão na atividade turística. Hoje é comum pessoas das áreas vizinhas trabalharem em pousadas, restaurantes em Jericoacoara e abandonando suas antigas atividades, como a pesca e a agricultura. Nesse ponto, a pesquisa revela que é preciso cautela com as inferências, afinal, existem pessoas que afirmaram optar por trocar de atividade tendo em vista a aspereza das atividades tradicionais.

O turismo no Parque Nacional de Jericoacoara, apesar dos inúmeros impactos negativos, proporciona impactos positivos, também mais visíveis em Jericoacoara. Entre eles se destacam a geração de trabalho e renda às populações locais e do entorno; obras de saneamento básico, principalmente na melhoria do abastecimento de água e energia; melhoria dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística; valorização do patrimônio natural; dinamização das economias locais; estímulos à organização social; envolvimento de organizações/organismos externos à localidade para promover a organização da cadeia turística e produtiva local.

3.2. Região do Delta do Parnaíba

Grande parte do turismo no Delta se dá em áreas protegidas, tanto na Área de Proteção do Delta do Parnaíba quanto na Reserva Extrativista. O município de Parnaíba é o principal núcleo de suporte ao turista e constitui o principal portão de entrada para a visitação do Delta do Parnaíba. Contudo, Parnaíba é uma cidade que tem participação tímida do turismo. Em sua essência, é centro comercial regional de grande relevância tanto para os municípios dos arredores do Piauí como para as ilhas do Delta, que pertencem em grande parte ao Maranhão.

Dos estados componentes da Rota das Emoções, o Piauí é o que tem o fluxo turístico mais incipiente e que exige diversos investimentos, sobretudo em infraestrutura urbana. A reduzida visibilidade dos atrativos turísticos piauienses, possivelmente, responde pela fraca visitação. Tal constatação provém da percepção dos atores locais, tendo em vista que não existem estatísticas consolidadas de fluxo de visitação para o roteiro.

O consórcio assinado pelos três estados – Ceará, Maranhão e Piauí – vem ampliando neste último as expectativas acerca da movimentação. A posição estratégica do Piauí – entre os dois estados – privilegia a visitação nas suas localidades, como afirmam os atores locais. Todavia, as cidades piauienses, como Parnaíba, são principalmente pontos de passagem dos visitantes dos Parques Nacionais dos Lençóis Maranhenses e de Jericoacoara. Aqueles que operam o turismo do Delta afirmam que o turista que percorre o

roteiro tende a ficar apenas uma noite em Parnaíba e seguir rumo a um dos outros principais atrativos.

Na costa leste piauiense está Cajueiro da Praia, um local crescentemente inserido no turismo. Ilha Grande, por sua vez, é limítrofe com o município de Parnaíba e tem uma das principais entradas para o passeio no Delta realizado por meio de transporte de voadeiras ou lanchas rápidas. Para alcançar o Porto dos Tatus, os turistas se deslocam pelo município por terra a partir de Parnaíba, porém pouco ou nada interagem com a população local. As principais atividades produtivas locais são a cata de caranguejo e a agricultura, além de grandes propriedades de exploração da carnaúba. Atualmente, existem iniciativas de fomento à hospedagem familiar na ilha por meio da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP/COPPE/UFRJ) e um projeto do Sebrae/Parnaíba voltado para o resgate das raízes culturais locais. Um dos pontos de maiores divergências locais é a instalação no município de um grande empreendimento internacional de hospedagem e lazer, que é visto de modo bastante controverso localmente.

A Ilha das Canárias, parte da Resex do Delta, abriga cinco comunidades. Apenas duas (Morro do Meio e Canárias) recebem alguma visitação, ainda que não consistam em atrativos por si mesmas, posto que constituem pontos de parada rápida nos passeios do Delta. A primeira, que fica ao longo do igarapé,   passagem para os barcos que ligam Tutóia ao Porto dos Tatus, em Ilha Grande, servindo especialmente a moradores da região. A segunda, por sua vez, na condi o de maior comunidade da Ilha das Canárias (1.200 pessoas organizadas em cerca de 320 famílias)   ponto de passagem para o passeio do Delta a partir do Porto dos Tatus. Ela oferece uma pequena estrutura de hospedagem e alimenta o, servindo como ponto de parada durante o trajeto de voadeiras. Em suma, em suas paradas, a discreta visita o pouco contribui ou interage com a comunidade (MATTOS, 2008).

Na região do Delta, os principais impactos ambientais negativos foram correlacionados   falta de saneamento básico nas cidades. Esse problema pode ser vinculado ao turismo em Luís Correia, já que na alta esta o sofre com ocupa o excessiva, que não pode ser suportada pela infraestrutura. Então, apresenta como impactos negativos advindos do turismo concentrado em sua alta esta o o acúmulo de lixo nas vias públicas, bem como o comprometimento da limpeza das praias e atrativos turísticos. Nos outros locais, pouco ou quase nada desse problema pode ser atribuído ao turismo. O impacto mais visivelmente vinculado   atividade turística   a existência de conflitos entre pescadores e esportistas de *kite surf* na praia de Barra Grande, em Cajueiro da Praia. Afinal, os pescadores revoltam-se contra a prática do esporte porque acreditam que espanta os peixes (Quadro 5).

Região do Delta do Parnaíba	
Impactos negativos	Impactos positivos
Contaminação da água em virtude de falta de tratamento de dejetos	Geração de trabalho e renda
Conflitos de uso de recursos: pescadores <i>versus</i> esportistas de <i>kite surf</i>	Obras de saneamento básico
	Diversificação das economias locais
	Oferta de cursos de capacitação voltados à produção do artesanato local
	Valorização do patrimônio natural
	Estímulos à organização social e produtiva do turismo

Quadro 5 – Síntese de impactos negativos e positivos vinculados ao turismo na região do Delta
Fonte: pesquisa da autora

Mais do que impactos negativos a partir do turismo, a região do Delta apresenta problemas que condicionam e limitam o desenvolvimento dessa atividade. Em todas as localidades a água tem passado a apresentar níveis de contaminação em função de dejetos lançados. Em primeira instância, isso afeta a qualidade de vida e a saúde daquela população. No futuro, pode também ser uma limitação agravada, caso o turismo passe a ocorrer com maior intensidade, gerando maior pressão. Parnaíba apresentou a poluição sonora causada por publicidade volante (bicicletas, carros de som) e casas de *show* noturnas; falta de saneamento básico (água, esgoto, etc.); resíduos sólidos, o que reitera o fato de não haver infraestrutura adequada para coleta e disposição de tais resíduos.

Em Cajueiro da Praia foram classificados por parte de entrevistados como graves problemas ambientais que limitam o desenvolvimento do turismo no local, a carcinicultura e a pesca com bomba, principalmente a partir de Chaval. Sobre esse último, diz-se que pessoas da região pagam para habitantes do município soltarem bombas caseiras e assim fazerem a pescaria, destruindo todo tipo de vida em um raio de 100 metros. O conflito mais relevante se deu em função da morte de um peixe-boi em 2007.

Os impactos positivos do turismo nessa região, mencionados no Quadro 5, dizem respeito à geração de trabalho e renda, melhoria de infraestrutura, valorização da cultura e do meio ambiente da região.

3.3. Região dos Lençóis Maranhenses

A região dos Lençóis Maranhenses ocupa, atualmente, a segunda colocação no quantitativo de visitação entre os destinos da Costa Norte. Com base em dados não-oficiais apresentados pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) de Barreirinhas, constatou-se que em 2006 mais de 50.000 pessoas estiveram no PN dos Lençóis Maranhenses, em apenas um dos trechos de visitação – Lagoa Azul e do Peixe. Ao contrário da informação encontrada no Parque Nacional de Jericoacoara, a realidade do turismo nos Lençóis Maranhenses é de longos períodos de baixa estação (cerca de nove

meses do ano de baixa e três meses de alta). O significativo fluxo de visitantes é concentrado nos meses de janeiro e julho (no ano de 2006, mais de 35% do fluxo de visitantes se concentrou nesses meses).

As cidades abrangidas em torno do PN apresentam realidades distintas. Enquanto Barreirinhas recebe expressivo fluxo de visitantes, outras são praticamente desconhecidas do público – Paulino Neves e Tutóia. Essas últimas são pouco procuradas e timidamente inseridas nos roteiros e passeios, fato esse refletido nesses municípios na pequena oferta de pousadas e restaurantes e na inexistência de agências de receptivo.

A cidade de Paulino Neves atrai, conforme depoimentos colhidos na comunidade, turistas regionais vindos de São Luís e turistas estrangeiros em busca de um lugar mais calmo e com estrutura mais rústica que Barreirinhas. O mais grave complicador é o acesso precário à região, feito exclusivamente por veículos 4x4, embora seja ponto de dormida conveniente para quem faz o roteiro integrado. Nos Pequenos Lençóis, os motoristas dirigem sobre as dunas, o que não é permitido nos limites do PN.

Tutóia tem a sua dinâmica vinculada mais ao Piauí que ao Maranhão. É localizada entre o Delta do Parnaíba e os Pequenos Lençóis, e tem sido ponto de apoio dos passeios no Delta do Parnaíba. A cidade apresenta condições de apoio para uma pequena demanda de visitantes. Ademais, o baixo fluxo de turistas não é suficiente para manter estruturas turísticas, como hotéis e equipamentos, como lanchas voadeiras. Na visão da comunidade local, o desenvolvimento turístico ainda precisa percorrer um caminho longo e, portanto, não motiva as pessoas a investir nos equipamentos e na diversificação de serviços turísticos.

Os impactos do turismo são mais visíveis em Barreirinhas, onde ele aparece com mais expressividade. Nos demais locais, os impactos não podem ser diretamente vinculados à atividade turística, mas podem condicionar suas condições de ocorrência. A maioria dos entrevistados em Barreirinhas percebe que vários benefícios vieram do turismo, tais como a elevação do poder aquisitivo da população e da oferta de trabalho. Todos concordam porém que Barreirinhas cresceu abruptamente em virtude do turismo, iniciado há cerca de 10 anos, sem qualquer preparo, como relatam diversos entrevistados (Quadro 6) .

Região dos Lençóis Maranhenses	
Impactos negativos	Impactos positivos
Ocupação desordenada da orla	Geração de trabalho e renda
Excesso de resíduos carentes de tratamento	Melhoria dos equipamentos, serviços e infraestrutura
Intensidade do tráfego de veículos sobre as dunas	Valorização do patrimônio natural
Exclusão de povoados do entorno na dinâmica do turismo	Crescente profissionalização da mão-de-obra;
Especulação imobiliária	Dinamização das economias locais
Abandono de atividades tradicionais	Crescente preocupação ambiental e de preservação do ecossistema da região
Tráfego de drogas e prostituição	Estímulos à organização social e produtiva do turismo e de bens complementares
Assoreamento de rios e lagoas	
Poluição das águas	

Quadro 6 – Síntese de impactos negativos e positivos vinculados ao turismo na região dos Lençóis Maranhenses
Fonte: pesquisa da autora

Percebem-se também danos ligados à atividade turística desregrada tanto na ocupação territorial, quanto no que se refere a problemas com drogas e prostituição. A relevância que a atividade turística tem hoje leva a crescentes demandas por parte da população quanto a melhor estrutura para atrair e ampliar a permanência do turista na cidade.

Existem incoerências entre o plano de manejo do PN dos Lençóis Maranhenses e o Plano Diretor do município de Barreirinhas, que podem impactar tanto social quanto ambientalmente a prática do turismo na cidade. As divergências encontradas nos planos facilita conflitos entre o poder público municipal, empresários locais e o ICMBio/Barreirinhas, e se referem ao zoneamento de áreas sujeitas a limitações de uso e ocupação. A principal problemática é de o plano diretor prever zonas de expansão urbana dentro da zona de amortecimento do parque. O plano diretor é permissivo na instalação de empreendimentos de qualquer escala, natureza e proporção no povoado de Caburé, que é extensão da zona de amortecimento do PN, Área de Proteção Ambiental e Área de Proteção Permanente (restinga), logo, incompatível com a utilização turística atual (SILVA, 2008).

Em Barreirinhas, fica também evidenciada a ocupação desordenada do espaço e a formação de favelas. Isso possivelmente é vinculado à expulsão do nativo para zonas periféricas e à migração de pessoas em busca de trabalho em uma cidade que passa por um aumento do fluxo turístico. Entre os efeitos sociais negativos associados ao turismo percebidos pelos entrevistados locais, há registros de problemas de tráfico de drogas, violência e exploração sexual de menores.

Dentre os impactos positivos averiguados, com base no período inicial de exploração do turismo na região dos Lençóis Maranhenses até os dias atuais, existem reflexos na geração de trabalho e renda às populações locais que viviam, na sua maioria, de atividades de subsistência; obras de saneamento básico, principalmente de melhoria do abastecimento

de água e energia; construção e melhoria dos equipamentos e infraestrutura turística. Também foram feitos investimentos na profissionalização da mão-de-obra local, além de estímulos à organização social, entre outros.

Em uma visão agregada da região, o ponto que mais chama atenção é a disparidade da condição do turismo entre os municípios da região. Isso revela uma heterogeneidade que enriquece a visão comparada que o trabalho propõe. A partir de diferentes estágios da presença do turismo, que resulta em distintos patamares de impactos positivos e negativos, revelam-se ressentimentos de dois tipos: daqueles municípios que se consideram marginalizados pelo turismo, como Camocim e Paulino Neves; mas também daqueles que tiveram um crescimento desordenado como Jericoacoara. De maneira geral, apesar dos impactos negativos gerados pelo turismo, percebe-se em todas as cidades uma expectativa, talvez superestimada, quanto aos ganhos com o a atividade, que pode, algumas vezes, causar efeitos danosos a outros setores da economia.

Este primeiro capítulo trouxe especificidades dos atores e dos contextos da região estudada, a partir de uma visão sistêmica do turismo. A partir dele, o leitor se familiariza com o local de estudo e constrói uma noção que servirá como base para a reflexão teórica a seguir, e para a interpretação dos resultados a serem apresentados mais adiante.

CAPÍTULO 2. CONCEITOS DA PESQUISA

O Capítulo 2 tem como objetivo construir a base teórica para a reflexão empírica empreendida pela pesquisa. É composto por três seções, que oferecem uma visão integradora, e não segmentada, dos conceitos. A primeira seção trata de desenvolvimento sustentável de destinos turísticos, com ênfase na combinação teórica de três elementos: destinos turísticos, sustentabilidade e pequenas empresas de turismo no Brasil. A segunda discute as ligações entre empresas de pequeno porte, desenvolvimento e sustentabilidade, e lança o olhar sobre as relações entre MPE do turismo. Por fim, a terceira traz abordagens teóricas sobre relações sociais de cooperação e conflito, ao mesmo tempo em que desenha a intersecção entre relações sociais, desenvolvimento e sustentabilidade. Ao final do capítulo é proposto o diálogo entre as abordagens teóricas que servem como lentes para a interpretação da realidade estudada.

1. DESTINOS TURÍSTICOS E SUSTENTABILIDADE

1.1. Sustentabilidade: breve história de um conceito

Historicamente, o marco da preocupação com o conceito de desenvolvimento sustentável reside na década de 1970. Nessa época, Schumacher (1977) chamava atenção para problemas de produção e consumo, enfatizando que o modelo de produção imperante era nocivo para o meio ambiente e para o próprio homem. Em 1972, houve a publicação do relatório do Clube de Roma, que evidenciava fatores limitantes do crescimento e mostrava a inviabilidade de perpetuação de seu padrão. No mesmo ano houve a criação do PNUMA e a realização da conferência de Estocolmo (SACHS, 2002; 2004). Pela primeira vez, foram discutidos aspectos ecológicos e políticos, o conceito de ecodesenvolvimento, que foi gradativamente substituído pelo de desenvolvimento sustentável (SACHS, 2000). Na década de 1980, foi publicado o Relatório Brundtland (1987). Em 1992 foi realizada a ECO 92, momento a partir do qual o debate foi com aceso mais vigor no Brasil (GUIMARÃES, 1997; PEARCE, 2002).

O desenvolvimento sustentável pressupõe uma estratégia de desenvolvimento que não se baseia em uso predatório da natureza. Pelo contrário, desencoraja ações ameaçadoras a longo prazo tanto para os ecossistemas quanto para a base biofísica da economia, tais como “ineficiência, lixo, poluição [...]”. Por outro lado, “impulsiona aquilo que é desejado, como sucede com renda real, emprego, bem-estar, um ambiente limpo,

paisagem bela, segurança pessoal, um uso balanceado de recursos naturais” (CAVALCANTI, 1999, p. 30).

Nessa linha, as políticas públicas com olhar na sustentabilidade devem estimular setores capazes de adicionar valor e contribuir para diminuir a degradação. Segundo Cavalcanti (1999), o ecoturismo é uma alternativa construtiva, desde que gere empregos e cuide do meio ambiente e da cultura locais.

A origem do termo sustentabilidade está associada ao reconhecimento da *finitude* de recursos que têm o potencial de limitar o crescimento econômico (DALY, 1999; 2004). Ou seja, a ideia de sustentabilidade deixa subjacente a conotação de restrição no presente, em consideração a um futuro que também carecerá de recursos para se viabilizar. Em poucas palavras, os fundamentos do desenvolvimento sustentável podem ser traduzidos como: visão holística, considerações de longo prazo e equidade (SHARPLEY, 2000). Tangenciando o aspecto da visão holística, Norgaard (1999) afirma: nenhuma abordagem separada resolveria questões de tamanha complexidade. Afinal, a sustentabilidade expressa a interdependência entre pessoas e o mundo natural, buscando a persistência de características necessárias e desejadas para as pessoas, as organizações, as comunidades e os ecossistemas por um longo período de tempo ou indefinidamente (HARDI e ZDAN, 1997), abordando o segundo fundamento evidenciado por Sharpley (2000).

Como argumenta Lenzi (2006), somente acreditar na possibilidade de conciliação entre produção econômica e proteção ambiental não é próprio do discurso do desenvolvimento sustentável. O que o diferencia é sua ligação com questões de justiça social, democracia, direitos humanos e obrigações, tanto com gerações presentes quanto com as futuras. Fundamentalmente, o desenvolvimento sustentável tem como questão inerente a conciliação do desenvolvimento econômico com as necessidades de preservar o ambiente, distribuir riquezas e utilizar os fluxos e fundos naturais a longo prazo (BINSWANGER, 1999). Essa visão é, ainda, balizada por princípios como a precaução, a responsabilidade intergeracional, a democracia, a participação, o respeito à sociobiodiversidade e a ética no uso dos recursos (HERRERA, 1984; BURSZTYN, 1995; SACHS, 1995; RODRIGUES, 1998; SANTA-RITA, 2000; FREY, 2001; CAPRA, 2002; DUARTE e WHERMANN, 2002; PENA-VEGA, 2003; LEFF, 2004; HOPWOOD, 2005; THEODORO, 2005; BURSZTYN e BURSZTYN, 2006).

É preciso ter em vista que tais preocupações estão centradas no atendimento de necessidades humanas básicas, conforme apresenta o Relatório Brundtland. Lenzi (2006) afirma entretanto que, ainda que o desenvolvimento sustentável seja uma concepção antropocêntrica, permite que questões não-antropocêntricas sejam consideradas quando se inclui uma reforma democrática no “pacote da sustentabilidade”, passando a incluir outras

racionalidades, entre elas outras razões para proteger o meio ambiente que não somente as utilitárias.

Entre as mais amplas discussões que dizem respeito ao antropocentrismo do conceito está a compreensão do que seriam as necessidades humanas básicas a serem atendidas, considerando os vínculos morais e de justiça a que o conceito de desenvolvimento sustentável se prende. A dificuldade reside no fato de que as necessidades são social e culturalmente determinadas, o que torna delicada a missão de estipular o que é básico e o que é secundário, ou equilibrar necessidades presentes e futuras (LENZI, 2006). Apesar de reconhecer essa dificuldade, é necessário buscar uma saída operacionalizável para a incorporação do conceito na formulação de políticas, ações, projetos e as suas respectivas avaliações. Em poucas palavras, é possível compreender que podem ser chamadas de minimamente sustentáveis¹⁴ aquelas ações que:

1. previnem, eliminam ou atenuam impactos negativos no presente e no futuro;
2. oferecem acesso mais equitativo aos recursos do planeta, tanto para as gerações presentes como futuras;
3. oferecem espaço para processos democrático-deliberativos na tomada de decisões.

Ainda que o desenvolvimento sustentável seja amplamente disseminado como conceito e abordagem, existem duas críticas recorrentes na literatura. A primeira refere-se ao paradoxo contido na expressão, como afirma Rodrigues (1998). Afinal, a autora entende que a expressão está vinculada à ideia de progresso que, por sua vez, se liga diretamente à noção de crescimento econômico e domínio humano sobre a natureza, em vez do equilíbrio, que é parte essencial da sustentabilidade. Em uma linha semelhante, Sharpley (2000) advoga que o desenvolvimento tem os seus próprios objetivos, assim como a sustentabilidade, e que tais objetivos são diferentes, concluindo haver um contrassenso na própria expressão desenvolvimento sustentável.

A segunda crítica, possivelmente ainda mais presente, julga o conceito como vago, confuso e de difícil operacionalização (GUIMARÃES, 1997). Isso passa a ser lugar-comum nas críticas ao conceito. Se esse conceito, porém, é essencialmente ético, e não científico, como muitos buscam e esperam, Veiga (2006) entende que sempre terá algo de contraditório. Faz parte do conhecimento que aceita o fato da complexidade transitar entre paradoxos.

Diversos autores reconhecem que o desenvolvimento sustentável passou a ter reconhecimento mundial e um conteúdo normativo forte (LENZI, 2006). Em suma, sustentabilidade é uma proposta qualificadora do desenvolvimento, que relaciona justiça social, qualidade de vida, equilíbrio entre uso e capacidade de regeneração ambiental,

¹⁴ Sustentabilidade mínima: “elementos que têm a capacidade de contribuir para a satisfação de nossas necessidades básicas em vários cenários culturais”. (LENZI, 2006, p. 106)

longevidade e retornos econômico-financeiros. Isso dá origem ao trevo de três folhas clássicas da sustentabilidade de que tratam Nascimento e Vianna (2007): eficiência econômica, conservação ambiental e equidade social. Esses três aspectos são primordiais e só se pode pensar em sustentabilidade a partir do momento em que suas dimensões estão conectadas e equilibradas.

1.2. Turismo Sustentável: o argumento da sustentabilidade no turismo

Se a busca pela sustentabilidade é hoje um desafio planetário (SACHS, 2000), o assunto é recorrente nos estudos de diversos campos, inclusive do turismo, em virtude da representatividade dessa atividade no mundo atual.

Em 2007, o turismo produziu uma receita mundial de cerca de US\$ 7 bilhões, com previsões de alcançar US\$ 13 bilhões em 2017, indicando um crescimento de 4,3% ao ano. Nesse mesmo ano, estimava-se que o turismo representava 3,6% do Produto Interno Bruto Mundial e 8,3% da mão-de-obra empregada no mundo, ou seja, 1 emprego a cada 12 no mundo (WTTC, 2007). Ainda, dentre os países-membros da OCDE (2008), o turismo representou no ano de 2007 entre 2% e 12% do PIB; 3% a 11% dos empregos e 30%, em média, da exportação de serviços.

Especialmente em mercados emergentes e em desenvolvimento – tais como China, Índia, países do sudeste asiático, do continente africano, do Oriente Médio e da América Latina, onde se insere o Brasil, o turismo cresceu a uma taxa média de 6% a 8% na última década (WTO, 2008). Esse conjunto de países apresentou crescimento equivalente ao dobro daquele demonstrado por mercados industrializados e consolidados mundialmente no mercado turístico durante o mesmo período (WTO, 2008).

Como sugerem Harrison (1996) e Saarinen (2006), o crescimento do turismo traz consigo razões para preocupações. Afinal, ele é mais que um negócio, um processo ou uma atividade geradora de impactos. É um conjunto complexo de sistemas que inclui a economia, os ambientes naturais e os construídos pelo homem, as relações entre os países emissores e receptores de turistas, e as relações entre os lugares onde o turismo ocorre e o restante da sociedade (BURNS, 2002).

O modo como se desenvolve o turismo está sujeito ao paradigma econômico dominante de cada época. Se na década de 1960 era aceitável o discurso da modernização – com total atenção para o crescimento econômico que a atividade turística pode gerar, independentemente de seus impactos negativos – a partir da década de 1980 começaram aparecer mudanças nos discursos (SHARPLEY, 2000). Às críticas feitas aos resultados do mercado livre, da liberalização e da privatização, concomitantemente também emergiram críticas ao turismo, tendo em vista os danos da excessiva exploração de locais turísticos.

Em seguida, na tendência do desenvolvimento alternativo, surgem as preocupações ambientais como os limites para o crescimento, onde está inserido o debate voltado para o ecodesenvolvimento e o desenvolvimento sustentável (SHARPLEY, 2000). Portanto, no início da década de 1990, toma força o discurso do turismo sustentável (SAARINEN, 2006).

A definição mais disseminada sobre o turismo sustentável entende que ele reúne as três dimensões básicas da sustentabilidade, evitando ameaças econômicas, sociais e ambientais (WTO, 2004). Ou seja, para ser sustentável, é preciso que o turismo seja sustentado economicamente, mas também ambientalmente prudente e socialmente incluyente. Dessa forma, o turismo encontra-se com o conceito de sustentabilidade, na busca de outros futuros possíveis com maior capacidade de continuidade da atividade e sobrevivência dos destinos.

Contudo, a ideia de turismo sustentável padece de grandes limitações. Muitas vezes, fica vinculada apenas às modalidades alternativas de turismo (SHARPLEY, 2000), ou seja, àqueles tipos chamados de responsável, brando, *soft*, ecológico, endêmico, de baixo impacto, alternativo (RUSCHMANN, 2002). Apesar de receberem inúmeros termos na literatura, em geral essas experiências compartilham alguns traços: lugares extraordinariamente conservados, pequena escala de visitação, indústria controlada localmente e atenção especial para respeito à capacidade de carga ambiental e social (GRIFFIN e BOELE, 1997).

Mesmo que essas diretrizes possam ser consideradas pertinentes diante da preocupação com a sustentabilidade dos destinos, o entendimento do turismo sustentável extrapola tais modalidades alternativas de turismo por duas razões. Em primeiro lugar, porque essas modalidades tendem a enfatizar sustentabilidade ecológica em detrimento dos demais fundamentos da sustentabilidade (SHARPLEY, 2000), chegando a confundir-se com o segmento de ecoturismo. A discussão sobre as diferenças entre turismo sustentável e ecoturismo já avançaram o suficiente¹⁵, mostrando que o próprio ecoturismo pode ou não ser alinhado às premissas de sustentabilidade, a depender do modo como é implementado. Em segundo lugar, esse viés analítico pode resultar na redução das possibilidades de compreender a realidade, pois grande parte dos destinos turísticos não se alinha a essas características intocadas (HARRISSON, 1996; LIU, 2003).

Pelo entendimento mais atual, onde há turismo de massa, possivelmente haja maior carência de preceitos de sustentabilidade (DIAS, 2003a; SWARBROOKE, 2000, WTO, 2004). Do resultado da absorção dessas noções de sustentabilidade pode advir a afetação do delineamento de estratégias de políticas nacionais e internacionais do turismo, da condução das operações turísticas e dos relacionamentos mantidos entre as empresas do setor (UNEP, 2008).

¹⁵ Para esse assunto, ver Swarbrooke (1999).

Pergunta-se, então, existe um turismo realmente sustentável? Essa é uma pergunta feita por muitos estudiosos, certificadores e curiosos para a qual a resposta mais plausível seria negativa. O que se alcança é uma conclusão parametrizada: “este destino é mais sustentável que aquele”; “este empreendimento é mais sustentável que aquele”. Isso ocorre porque não há um padrão, uma régua única que decida se algo é ou não sustentável, ainda que essa seja a busca incessante das certificações. Logo, a sustentabilidade não é um atributo pertencente a determinada tipologia ou segmento do turismo, mas sim um padrão de desenvolvimento a ser perseguido para qualquer escala ou característica da atividade turística (CLARKE, 1997). Em poucas palavras, o turismo sustentável é entendido como aquele compatível ou que contribui para o desenvolvimento sustentável nos destinos em que ocorre, seja em modalidades convencionais ou alternativas.

Seria oportuno perguntar o que o turismo sustentável deve sustentar? Tal pergunta foi feita por McCool (2001) em seus estudos, que mostram não obter uma resposta unificada. O autor identificou divergências entre o entendimento de alguns atores sociais do turismo. Diversos entrevistados destacaram estritamente a sobrevivência a longo prazo do setor e dos negócios turísticos, sem levar em conta preocupações sociais, culturais e ambientais. Isso poderia ser chamado turismo sustentado, embora não-sustentável, inspirado na adjetivação de Sachs (2004) para o desenvolvimento. Turismo sustentado é aquele que garante a sua reprodução econômica e a sua viabilidade em longo prazo. Entretanto, ele poderia ser degradador dos recursos naturais e/ou ser excludente, considerando a sua incapacidade de oferecer oportunidades de acesso às pessoas que assim desejam, seja em seu usufruto, seja em sua produção.

Já o “turismo sustentável, por sua vez, requer crescimento sustentável da contribuição do turismo para a economia e o uso sustentável dos recursos e do ambiente” (LIU, 2003, p. 462), aliado à contribuição para equidade. Em outras palavras, deve ser conduzido dentro de premissas pertinentes à sustentabilidade (HARRISON, 1996) tais como:

- manter a produtividade da base de recursos atual tendo em vista o bem-estar físico e social das pessoas e dos ambientes, incluindo aspectos culturais;
- manter a biodiversidade e evitar mudanças ambientais irreversíveis, de acordo com o princípio da precaução;
- assegurar a equidade entre gerações e dentro da mesma geração, incluindo aspectos de participação social (GRIFFIN e BOELE, 1997).

A literatura voltada para turismo sustentável é alvo de diversas críticas, como apontam Sharpley (2000); Leiper (1995); Harrison (1996), Liu (2003), entre outros. Leiper (1995) reconhece duas fragilidades como principais: a interpretação artificial dada aos ambientes inerentemente complexos e o fato de ela tratar da sustentabilidade apenas no destino

turístico. Afinal, a sustentabilidade de uma atividade está ligada ao seu sistema e não apenas a uma parte dele (LEIPER, 1995). Portanto, concentrar-se apenas na dimensão local leva a ignorar a dimensão mais ampla que a sustentabilidade necessita para ser pensada, como afirma Saarinem (2006).

Para que o turismo seja considerado sustentável, a sustentabilidade deveria ser rastreada e garantida em seus pontos básicos de ocorrência: origens do turista, rotas e destinos, dado que a atividade turística provoca impactos em todos esses locais. Como exemplifica Leiper (1995), é preciso prosperidade econômica na origem para que o turista tenha recursos para sair em viagem, assim como é necessária segurança nas rotas para que ele se transporte. Não obstante, há impactos causados pela ausência desse turista em seu local de residência, tais como redução em consumo de água e de intensidade do tráfego, bem como há impactos (não estudados pela literatura) relativos ao seu retorno (LEIPER, 1995). Apesar disso, por questões ligadas à viabilidade das pesquisas, a literatura continua focada na sustentabilidade dos destinos, o que também é a abordagem desta tese.

Harrison (1996), por sua vez, destaca a fragilidade dos autores que se dedicam ao tema do turismo sustentável ao tratar de impactos socioculturais. O autor os acusa de oferecer uma visão simplista quando reconhecem a comunidade receptora do turismo como plana, consensual e homogênea, como se não houvesse interesses diversos e mutáveis ao longo do tempo quanto ao turismo que se quer desenvolver e quanto o que se espera dele. Essa concepção, certamente, abre espaço para refletir sobre relações sociais, como propõe este trabalho, inclusive para o lugar do conflito entre os atores.

A literatura de turismo e sustentabilidade também pode ser criticada por tender a se apoiar apenas em argumentos de “manutenção” para a sobrevivência, em vez de compreender que a sustentabilidade pede uma combinação entre elementos de continuidade e elementos de mudança (HARRISON, 1996, p. 81). Ou seja, sustentabilidade não é somente perenidade e estabilidade, pois pressupõe também adaptação e mudança, o que pode encontrar apoio na literatura dos sistemas abertos, complexos e adaptáveis de Morin (2005).

A orientação “turismocêntrica” (SHARPLEY, 2000, p.11) também é tomada como uma fragilidade que pode comprometer o objetivo de desenvolvimento sustentável por meio do turismo. Afinal, o turismo sozinho não pode responder pelo desafio sistêmico do desenvolvimento sustentável de uma localidade, já que este se dá por uma conjunção mais ampla de vetores, em que o turismo é apenas um componente (SHARPLEY, 2000; HUNTER, 2002) essencial ou não, a depender da dinâmica do local em que se insere. Isso remete à necessidade de enxergar não somente as áreas circunvizinhas, mas também as atividades complementares ao turismo e concorrentes dele, na busca por uma visão mais holística da realidade, tendo como foco a sustentabilidade do desenvolvimento.

Críticas foram direcionadas também ao fato de que a literatura do turismo sustentável se ocupa de questões locais, em detrimento da consideração de questões em escala global (SAARINEN, 2006). Liu (2003) prossegue com as críticas, apontando que existe grande limitação dos indicadores de sustentabilidade do turismo e que a tentativa de determinação de níveis absolutos de desenvolvimento, limites ou patamares por meio da capacidade de carga e outros indicadores, redundaram em pouco sucesso em razão da falta de visão sistêmica.

Uma das críticas mais recorrentes remonta à falta de clareza e à dificuldade de execução do conceito de desenvolvimento sustentável. Todavia, Saarinen (2006, p. 1124) argumenta que, apesar dessas limitações, a noção de sustentabilidade oferece uma plataforma comum para os atores sociais do turismo “interagirem, negociarem e refletirem sobre os resultados de suas ações frente aos limites de crescimento do meio ambiente”, oferecendo subsídio para a reflexão aqui empreendida.

1.3. Destinos turísticos: sustentabilidade e ciclo de vida

O turismo usa recursos finitos e pode gerar o seu próprio declínio quando promove mudanças nas características que consistem nos atrativos turísticos iniciais sobre os quais o destino foi construído. Afinal, os diferenciais do destino para competir com outros podem ser reduzidos quando afloram efeitos negativos sobre o meio ambiente, prejudicando o seu potencial de atração em relação a outras localidades que atendem a público semelhante e reduzindo a demanda turística (HASSAN, 2000; CARÚS-RIBALAYGUA, 2003).

O destino turístico que negligencia a sustentabilidade do turismo em longo prazo pode degradar os atrativos e distorcer as vantagens competitivas de ter produtos turísticos limpos e autênticos. Ou seja, a depender do modo de conduzir as ações em busca de resultados positivos em curto prazo, pode exercer uma influência na contramão do que seria a proposta de uma estratégia de desenvolvimento sustentável e da construção de um destino turístico competitivo.

Isso mostra que destinos turísticos, assim como suas pequenas empresas, também encaram a tragédia dos comuns (HARDIN, 1968). Afinal, indivíduos agindo racionalmente podem levar recursos livres à escassez, em razão do uso exagerado, mesmo sem essa intenção. A fim de satisfazer seus próprios objetivos – que podem ser de vender experiências turísticas na praia de Jericoacoara, nas dunas dos Lençóis Maranhenses ou nas ilhas do Delta – os indivíduos podem causar o colapso da base natural que atrai o turista e distingue o destino de outros.

O modelo de Johnston e Tyrrell (2005) mostra que o aumento do número de turistas, quando as demais variáveis se mantêm constantes, aumenta a lucratividade dos negócios,

que é a expectativa central das pequenas empresas de turismo no curto prazo. A lucratividade só tende ao aumento, porém, se as condições ambientais são mantidas ou melhoradas, porque os turistas estariam propensos a pagar mais pelo produto turístico. Caso contrário, os recursos se desgastam e o destino é, paulatinamente, abandonado pelo turista exigente.

A aparente saída do problema tem o potencial de inaugurar um círculo vicioso de destinos deteriorados: baixa lucratividade, baixo reinvestimento, crescente necessidade de atrair mais e mais turistas carentes de sensibilização para cuidar do local, que tendem a impactar ainda mais negativamente o ambiente (JOHNSTON e TYRRELL, 2005). Como resultado da queda de qualidade ambiental e da redução de lucros marginais das empresas, pode-se esperar impactos negativos no nível de emprego, na dinâmica de migração e na qualidade de vida da população, entre outros aspectos.

Essa ideia, de forma simplificada, está presente no modelo do ciclo de vida dos destinos (Tourism Areas Life Cycle – TALC) de Butler (1980), amplamente utilizado pela academia.¹⁶ Baseado no marketing de produtos, o TALC é um modelo do estudo da evolução de destinos. A curva hipotética em forma de sino é composta por fases, como mostra esquematicamente a Figura 9:

- (1) o surgimento do destino com o envolvimento e a exploração do turismo;
- (2) o desenvolvimento;
- (3) a consolidação;
- (4) a estagnação;
- (5) o declínio ou
- (6) possível rejuvenescimento das atrações.

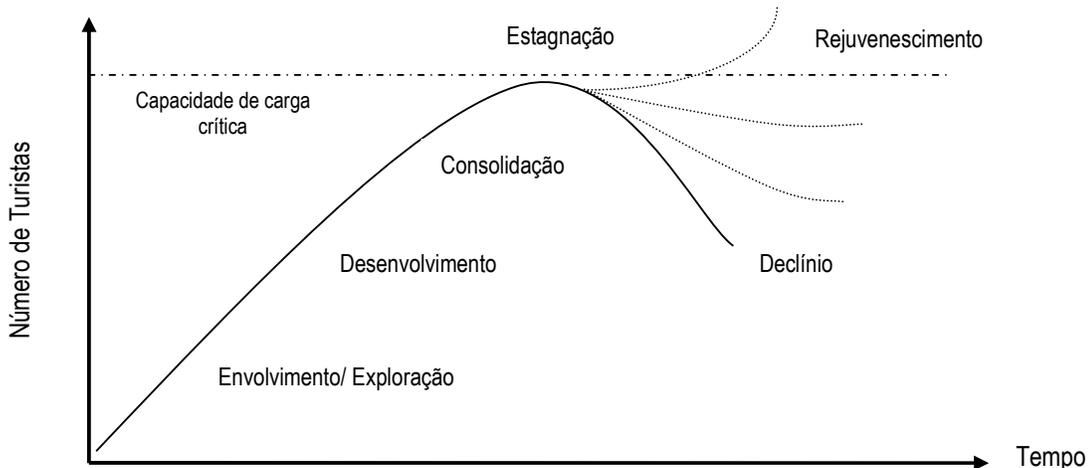


Figura 9 – Modelo do ciclo de vida de destinos turísticos

Fonte: Butler (1980)

¹⁶ Exemplos de utilização do TALC podem ser encontrados em Buhalis (2000), Lunas (2000), Weaver (2000), Lundtorp e Wanhill (2001), Hovinen (HOVINEN, 2002), Ruschmann (2002), Russel e Faulkner (2004), Moore (2005), Flores (2006) e Claver-Corteés *et al.*(2007).

O modelo considera, basicamente, o número de turistas, a capacidade de carga e a atratividade do local ao longo do tempo. Em linhas gerais, parte do pressuposto que no início existem turistas com um perfil explorador e em baixa quantidade, poucas facilidades de acesso e muito contato com os locais. Entretanto, a divulgação faz o local se tornar mais popular e atrair mais pessoas, mudar o perfil do turista e aumentar a infraestrutura até o ponto em que a qualidade ambiental, física e social seja afetada negativamente. Isso pode levar a um declínio da atratividade do destino, principalmente quando se baseia em recursos naturais ou históricos.

Ainda que seja considerada como a teoria clássica da evolução dos destinos (VALLS, 2006) e representar o mais significativo paradigma sobre o desenvolvimento de destinos (LUNDTORP e WANHILL, 2001), o TALC tem sofrido diversas críticas (EVANS *et al.*, 2003). Entre elas, Weaver (2000) aponta que a trajetória do modelo é apenas um cenário do que pode ocorrer, sendo um modelo ideal e com pouca correspondência real.

Obviamente, nem todos os destinos experimentam ciclos tão claros (BUTLER, 1980). Mas isso também não invalida o modelo. Sob o espectro da sustentabilidade dos destinos, uma de suas principais contribuições é esclarecer que os atrativos turísticos não são infinitos e sugerir que são também não-renováveis, a fim de provocar consciência sobre a necessidade de protegê-los (BUTLER, 1980). O modelo traz também uma noção de dinâmica e incerteza, questionando o pressuposto implícito ao planejamento do turismo de que uma área hoje turística assim o será indefinidamente.

Considerar tal modelo conduz à reflexão sobre outras questões: somente é possível entender como turismo sustentável aquele que ocorre na fase inicial, com poucos turistas, pouca intervenção em infraestrutura e impactos reduzidos? Seriam as fases de estagnação e de declínio do destino possíveis respostas às demandas da sustentabilidade ou seriam condições contrárias a ela?

Aparentemente, de acordo com o momento de vida de cada destino, diferentes posturas podem ser exigidas do desenvolvimento do turismo para que ele possa contribuir para a sustentabilidade. Hunter (1997), evitando a rigidez do paradigma do turismo sustentável, discute quatro momentos do destino.

O primeiro é chamado **Pré-Turismo**. Ou seja, em locais com clara ligação entre pobreza e deterioração ambiental que não apresentem atividade turística e que tenham potencial de atração, o turismo pode surgir como alternativa para romper o ciclo de pobreza, ao oferecer alternativas para a população. Nesse caso, o turismo que contribui para a sustentabilidade pode ser entendido como aquele que gera alternativas menos degradantes do que as atividades previamente estabelecidas (mineração, pesca predatória, caça de animais, desmatamento, degradação de mangues, etc.), podendo até funcionar como um inibidor para a instalação de atividades mais danosas do ponto de vista socioambiental.

Esse caso assemelha-se à situação de cidades da Costa Norte, tais como Cajueiro da Praia, Barroquinha, Paulino Neves e Tutóia.

Destinos Iniciais são locais que estão nos primeiros passos do ciclo de vida do turismo. Diretrizes de turismo sustentável podem inclusive desencorajar a existência do próprio turismo ou limitar fortemente a sua ocorrência em função da conservação. Nesse caso, prevaleceria o desejo de manter os atributos originais do local, podendo incorrer em licenças restritivas para acesso e construção. Na Costa Norte, Parnaíba e Camocim são as cidades mais independentes economicamente do turismo e mais industrializadas, por isso não se encaixam perfeitamente nessa categoria. Todavia, por serem iniciais como destinos turísticos nacionais e internacionais, podem ser considerados como exemplos aproximados.

Destinos em Desenvolvimento são áreas com turismo recente e ligação valorativa direta com aspectos ambientais. Neles, a promoção do turismo sustentável inclui aplicação de preceitos da capacidade de carga, melhoria de tecnologias para uso dos recursos, realização de zoneamento, imposição de limites de acesso a certas áreas, refinamento de experiências turísticas que fazem uso de atributos naturais e reorientação das posturas empresariais por meio de estímulos e punições. Na Costa Norte, aparentemente, Barreirinhas é a cidade que mais se aproxima desse caso.

Enfim, existem os **Destinos Consolidados**, entendidos como antigos enclaves que têm a sua economia baseada na atividade turística e que já sofreram grandes impactos ambientais. Nesse caso, diretrizes de turismo sustentável perpassam a tentativa de manutenção desses locais, que já iniciaram um processo de decadência, evitando a quebra da economia local com a falência da estrutura produtiva. A queda abrupta do número de turistas possivelmente geraria redução de empregos, renda e de lucratividade de negócios, como sugerem Johnston e Tyrrell (2005). Ainda que a qualidade ambiental fosse restabelecida, dificilmente as perdas socioeconômicas poderiam ser recompensadas para os moradores e empresários locais. Em nome da sustentabilidade do local, seria necessário um processo de redução paulatina da dependência do turismo como atividade econômica única, minimizando a danosa “monocultura do turismo” (VALLS, 2006). Além disso, deveria relacionar-se com seu entorno, via de regra excluído do processo anterior, a fim de evitar degradação dos arredores ainda preservados e promover transbordamento dos benefícios. Na Costa Norte, Jericoacoara e Luís Correia seriam os casos mais próximos a essa realidade.

Isso mostra que o turismo sustentável pode ter múltiplas interpretações e significados, como sugere Hunter (1997). Portanto, perceber essas novas possibilidades na lógica dos destinos turísticos pode auxiliar na composição de políticas públicas apropriadas a cada

caso, em relação a sua história e suas tendências futuras, incorporando a sustentabilidade como padrão de desenvolvimento a diferentes tipos de turismo e destinos.

A sustentabilidade quando incorporada ao comportamento dos consumidores pode ter rebatimento nos produtores do turismo: desde a escolha de fornecedores, ajustes nas operações, nas escolhas de destinos, como mostram produtos turísticos chamados "responsáveis". Afinal, se o consumidor-turista valoriza tais atributos, gera estímulos para que empresas obtenham certificações e criem novos produtos permeados por experiências e filosofias que melhor se adequem a tais demandas, gerando um ciclo virtuoso.

Em termos práticos, a inserção de preceitos de sustentabilidade na produção do turismo começa a ser vista em iniciativas voluntárias como selos, prêmios e acordos dentro da indústria do turismo, com vistas a tornar o produto turístico mais sustentável e competitivo dentro de uma parcela do mercado consumidor do turismo que valoriza tais aspectos (GRIFFIN e BOELE, 1997; FONT e HARRIS, 2004).¹⁷

1.4. Favorecer a sustentabilidade de destinos: critérios e indicadores

Se o desenvolvimento sustentável pode ser refletido por uma variedade de fatores sociais, econômicos e ambientais interconectados entre si e com dimensões temporais de longo prazo, ele deve ser monitorado constantemente (HARDI e ZDAN, 1997; CALLENS e TYTECA, 1999). Existem algumas dificuldades, porém, em relação à mensuração e à construção de indicadores. A primeira delas é ampla gama de atores sociais e ambientes envolvidos sistemicamente quando se trata de sustentabilidade, e a segunda, o fato de o horizonte temporal ser distante ou infinito.

Fica nítido que um dos maiores desafios para mensurar a sustentabilidade reside no fato de ela ser dinâmica e não estática. Sustentabilidade não é algo a ser atingido, mas um processo contínuo (PROOPS *et al.*, 1999). Logo, as perguntas centrais que podem ser respondidas por indicadores de sustentabilidade são: como saber se dada estratégia para o desenvolvimento sustentável está obtendo sucesso ou está no caminho correto? Como reconhecer o desenvolvimento sustentável? (BOSSEL, 1999; NSSD, 2006). Para isso são empregados indicadores, que são medidas quantitativas e/ou qualitativas do estado de algo que parece importante segundo as nossas orientações (BOSSEL, 1999). O objetivo dos indicadores é de agregar dados, simplificando as informações (HARDI e ZDAN, 1997), com o propósito de avaliar tendências em relação a metas; comparar lugares e situações; prover informações e antecipar futuras condições (VAN BELLEN, 2005). Indicadores podem ser

¹⁷ Isso pode ser visto em uma gama de empresas que trabalham com o mote de turismo sustentável, incluindo apoio a projetos locais, inserção de pequenos empreendedores em seus pacotes turísticos, emprego de mão-de-obra local, redução de poluição no transporte, neutralização de emissões de gás carbônico, entre outras iniciativas. Exemplos: Geckos Adventures (www.geckosadventures.com) e Exodus (www.exodus.co.uk). Ver ainda iniciativas como www.responsibletravel.co.uk e premiações como www.responsibletourismawards.co.uk.

empregados também para descrever estados do sistema, detectar mudanças e mostrar relações de causa e efeito (FARRELL e HART, 1998).

Existe na literatura uma grande variedade de metodologias que se propõem a acompanhar e relatar o desenvolvimento sustentável (MEADOWS, 1998; VAN BELLEN, 2005; VEIGA, 2006). Para cumprir com suas funções, os indicadores podem ser isolados, fazer parte de um conjunto ou formar um índice composto. Tanto os isolados quanto os agregados são vastamente criticados pela literatura. Os primeiros, por sua limitação, para representar sistemas mais complexos, e os outros, por usarem métodos controversos de agregação (FARRELL e HART, 1998; VEIGA, 2006). Dessa forma, os conjuntos de indicadores parecem ser a alternativa mais interessante para os fins deste trabalho.

Muitas organizações públicas e do terceiro setor em inúmeros países vêm atendendo ao apelo deflagrado pela Agenda 21 para o desenvolvimento de mecanismos de monitoramento do desenvolvimento sustentável (FARRELL e HART, 1998). Assim, em uma tentativa para organizar tantos esforços na criação de indicadores de desenvolvimento sustentável, surgiram os Princípios de Bellagio, contendo as seguintes indicações quanto à avaliação do desenvolvimento sustentável (HARDI e ZDAN, 1997):

- apresentar visão clara e metas;
- incluir visão holística;
- considerar elementos essenciais, escopo adequado, enfoque prático;
- participação, comunicação efetiva;
- continuidade e capacidade institucional de manter o processo de avaliação.

Apesar da disponibilidade de diversos sistemas de avaliação de sustentabilidade, Van Bellen (2005) chama a atenção para a carência de aspectos mais complexos, como a multidimensionalidade do conceito de desenvolvimento sustentável; a transparência do processo; os tipos de variáveis investigadas e o recorte transversal das metodologias. A tarefa mais desafiadora para pensar a sustentabilidade do turismo é desenvolver uma maneira efetiva e prática de mensurar o que isso significa, segundo alerta Liu (2003), evitando a limitação da maioria dos estudos de impacto do turismo – o descarte dos efeitos cumulativos dos impactos (WALL, 1997).

Houve proposta de medir a sustentabilidade do turismo de acordo com diversos sistemas de indicadores e diferenciadas perspectivas. Especificamente para o turismo, existem iniciativas mais ou menos complexas. Os indicadores são diversos, tanto como as técnicas empregadas para analisar a sustentabilidade. Como exemplo, para aferição da sustentabilidade, autores usaram distintas perspectivas como base: o olhar do governo local (DYMOND, 1997); os dados fornecidos por estatísticas oficiais e por entrevistas em

profundidade com atores diversos do destino (VERA-REBOLLO e BAIDAL, 2003), a percepção dos turistas (COTTRELL *et al.*, 2004).

A mais nova contribuição da OMT (WTO, 2004) para o assunto resultou em um compêndio vasto de indicadores para serem usados de acordo com a natureza do destino e com o que se deseja mensurar. Tais indicadores podem ser empregados para medir mudanças internas na estrutura do turismo, fatores externos que afetam o turismo ou impactos causados pelo turismo, oferecendo uma interessante visão sistêmica. Mais especificamente para o turismo em rotas, como o caso da Costa Norte, é recomendado o foco em indicadores da organização geral, da cooperação e da integração entre os atores sociais, resultando em cinco parâmetros principais: integridade da rota; conflitos e cooperação da comunidade concernentes ao turismo; intensidade de uso dos recursos naturais; impactos econômicos da atividade turística e apoio local ao desenvolvimento do setor (WTO, 2004).

Outras propostas têm como intenção medir o desempenho do destino, aparentemente aliando perspectivas de competitividade e sustentabilidade (FARRELL e HART, 1998; KO, 2001; MILLER, 2001; DWYER e KIM, 2003; VALLS, 2006). Não é do escopo deste trabalho formular um conjunto de indicadores, mas sim apurar contribuições que possam ser utilizadas como parâmetros na compreensão dos resultados das relações sociais sobre a sustentabilidade dos destinos em que ocorrem.

No âmbito do destino turístico, uma possibilidade interessante para oferecer uma visão integradora das ações estratégicas e dos impactos em termos de sustentabilidade é a matriz utilizada por Hanson *et al.* (2000 apud NSSD, 2006) em seus estudos no Paquistão. O autor compõe uma lista das ações tomadas (promoção da participação, investimentos, comunicação, etc.) e das possíveis intervenções em cinco aspectos referentes ao desenvolvimento sustentável: conservação da biodiversidade; proteção de processos ecológicos; alívio da pobreza; saúde melhorada e melhoria da eficiência econômica. Ainda que de maneira simples, oferece uma possibilidade de mostrar preocupação com resultados ligados à sustentabilidade de sistemas, sem necessariamente adotar complexos modelos de monitoramento e sem quantificar variáveis. Afinal, como pondera Meadows (1998), uma das principais dificuldades de monitorar a sustentabilidade é encontrar dados confiáveis para suprir os indicadores previstos, o que é especialmente verdadeiro para a região sob investigação.

Contribuições também válidas foram encontradas em estudos que abordam a certificação do turismo sustentável. Processos de certificação servem como referência, por medirem o turismo sustentável, a despeito de, em alguns casos, tentarem ofertar uma visão restrita de resultados passados e não das dimensões temporais futuras que a sustentabilidade exige. Outra limitação das certificações de turismo sustentável para

realidades como as do Brasil foi apontada por Font e Harris (2004). Os autores identificaram 59 programas de certificação registrados pela OMT em 2002. Apenas 7 eram exclusivamente para países em desenvolvimento e mostrando que 40% dos critérios referiam-se, exclusivamente, a aspectos gerenciais ou impactos estritamente ambientais. Somente a partir de 2002, começaram a ser incorporados novos aspectos na mensuração do turismo sustentável para fins de certificação. São questões de justiça social, alívio da pobreza, comércio justo, gênero, participação social, relações de trabalho, qualidade de vida de produtores e comunidade (FONT e HARRIS, 2004). Inspirados nos indicadores recomendados pelos autores, eis alguns parâmetros interessantes de serem incorporados na investigação de resultados das relações sociais entre as MPE que favorecem a sustentabilidade dos destinos turísticos:

- respeito às leis de proteção ambiental
- geração de emprego para moradores locais
- melhoria de infraestrutura para turistas e locais
- contribuição com projetos para comunidade local
- realização/encorajamento de processos de participação social e diálogo
- educação ambiental do turista.

Esses parâmetros são interessantes porque permitem acessar dimensões complementares da preocupação com a sustentabilidade, pois contemplam respectivamente questões de conservação ambiental e do bom uso dos bens de uso comum; apresentam interface socioeconômica com a população e a questão da distribuição de riquezas no âmbito da população como indicativo de rumo à equidade; questões territoriais, sociais e de bem-estar da população local e a dimensão institucional e de governança dos destinos. Do ponto de vista das micro e pequenas empresas, protagonistas nesta investigação, é interessante acrescentar questões de saúde econômico-financeira, indispensável para garantir sobrevivência em longo prazo desses atores sociais.

2. MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPE): DESENVOLVIMENTO, SUSTENTABILIDADE E TURISMO

Após a discussão de contribuições referentes ao turismo e à sustentabilidade, nesta seção o foco é trazido para as micro e pequenas empresas. São agregados aspectos que dizem respeito ao desenvolvimento e à sustentabilidade no contexto das empresas de pequeno porte, ou seja, à importância de tomá-las em consideração na promoção do desenvolvimento sustentável em razão de seus impactos efetivados e potenciais.

Não escapa ao interesse desta seção a conceituação de micro e pequenas empresas, bem como a integração com a perspectiva do turismo. Finaliza-se, então, com o entendimento preciso sobre o porte e as atividades das MPE no turismo, bem como das relações entre tais atores e o modo de abordar os relacionamentos entre MPE na literatura do turismo.

2.1. Pequenas empresas, desenvolvimento e sustentabilidade

Pequenas empresas compõem um universo de estudo amplo e erroneamente homogeneizado, visto que compreendem inúmeras atividades e setores que pouco têm em comum (GOSS, 1991). Existem visões favoráveis e desfavoráveis quanto ao papel de pequenas empresas na sociedade. O discurso moderno de que pequenas empresas podem ser socialmente benéficas encontra-se principalmente ancorado na noção de *small is beautiful* (SCHUMACHER, 1997), que fornece substrato para entendê-las como benignas, não-violentas e humanas (GOSS, 1991). Esse discurso tem estado presente nas políticas públicas internacionais desde a década de 1980, colocando-as em oposição às grandes empresas. Dentro dessa lógica, as pequenas empresas tendem a ser consideradas positivas no contexto de uma crise moral e ambiental (GOSS, 1991), premissa também levada a cabo pelo discurso da sustentabilidade.

Dentro dessa concepção, as pequenas empresas são consideradas vitais para a economia de mercado de cada país por causa de sua capacidade de criar empregos, especialmente em tempos de recessão, de gerar inovação, de serem marcas do espírito empreendedor e de fomentarem espaço para competição de mercado (SMITH *et al.*, 2003). As micro, pequenas e médias empresas são tomadas como dinamizadoras de economias locais e como potenciais geradoras de crescimento e desenvolvimento endógeno (AMATO NETO, 2000; COSTA, 2001).

Mundialmente, em virtude de seu número expressivo, são muitos os recursos que as pequenas empresas utilizam na produção de bens e serviços, e é grande a quantidade de

pessoas que elas empregam, tornando-as críticas para a problemática da sustentabilidade. Como ilustração, dados de 1994 e 1995 da Austrália mostram que 97% das empresas eram pequenas e respondiam por metade da mão-de-obra empregada no setor privado (GERRANS e HUTCHINSON, 2000). Por essas razões, elas são fontes de grandes impactos locais, seja nos ecossistemas, seja na socioeconomia (HILLARY, 2000). A partir disso, autores como Hillary (2000, p. 19) são enfáticos ao afirmar: “se sustentabilidade é um objetivo significativo para as sociedades, as empresas de pequeno porte devem ser inseridas no processo”.

No setor de turismo, corroborando essa afirmativa, um estudo conduzido em Creta (Grécia) apontou que quanto menores as empresas de hospedagem, maiores os benefícios para a economia local (ANDRIOTIS, 2002). Afinal, os menores meios de hospedagem pertencem a famílias locais, compram mais de fornecedores locais e empregam mais moradores da própria ilha.

Entretanto, os maiores potenciais atribuídos às ações das pequenas empresas no que toca ao desenvolvimento local tendem a não se realizar quando elas agem isoladamente, já que sozinhas não têm poder de barganha ou eficiência para realizar tarefas estratégicas vinculadas ao mercado e a inovações do produto (RAMIREZ-RANGEL, 2001). Conexões ou relacionamentos entre tais organizações são entendidos como fontes de vantagens competitivas para as empresas individuais e para as suas localidades (JARILLO, 1988; BESSANT e FRANCIS, 1999; CASAROTTO FILHO e PIRES, 1999; MEYER-STAMER, 2001). A partir de experiências empíricas, surgem relações de cooperação entre pequenas e médias empresas com externalidades positivas para os locais em que se encontram, tais como oferta de trabalho no local, mobilidade social, mudança de fluxos migratórios e fortalecimento do tecido produtivo (COSTA, 2001).

Sachs (2000) entende que empresas de pequeno porte ocupam um lugar de destaque na busca por sustentabilidade porque possibilitam mudar o padrão vigente de distribuição de renda. Para fortalecê-las, o autor sugere a combinação de várias políticas complementares, tais como: a promoção de ações afirmativas para estimular a formalização dos negócios e o empreendedorismo coletivo, bem como a atividade empresarial compartilhada e a competitividade de pequenos produtores; o estabelecimento de conexões entre empresas de diferentes portes e o uso de compras do governo para aquecer a produção de pequenas empresas. Percebe-se, então, que a articulação entre empresas de pequeno porte é novamente ressaltada como promotora de fortalecimento e de desenvolvimento local.

Se por um lado existem argumentações recheadas de conotações positivas quanto às pequenas empresas, entendendo que elas podem criar um ambiente local inovador e economicamente ágil, por outro lado há argumentações que destacam as suas limitações. Empresas de pequena escala compartilham algumas características que as fragilizam.

Dentre elas, a alocação de grande parte do patrimônio do proprietário no negócio; as equipes de gestão tendem a ser incompletas e dotadas de pouco conhecimento específico de gestão empresarial como *marketing* e finanças; são altamente sujeitas às dificuldades externas e têm pouco ou nenhum poder para influenciá-las (PAGE *et al.*, 1999). Especialmente em países pobres, elas são conhecidas por deterem tecnologias ultrapassadas, contarem com gestão pouco estruturada, desconhecerem partes da legislação, além de terem pouco capital para investimento (HILLARY, 2000; SEBRAE, 2005b).

No Brasil, o conjunto das micro e pequenas empresas responderam, em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais (SEBRAE, 2005b). Todavia, três aspectos são destacados como característicos na realidade das MPE brasileiras:

- o alto número anual de aberturas,
- a baixa participação em redes associativas e
- o expressivo número de falências.

Como ilustração, são constituídas anualmente em torno de 470 mil novas empresas (SEBRAE, 2004). Entre empresas extintas ou não, respectivamente, 85% e 90% não participam de nenhuma ação cooperativa. E, por fim, a taxa de mortalidade consolidada nacional em 2002 foi de 49,4% para as empresas com até dois anos de existência. Os custos sociais dos fechamentos de empresas de pequeno porte mostram que, com o encerramento de 772.679 empresas nos anos de 2000 a 2002, houve perda de 2,4 milhões de ocupações, contribuindo para o crescimento das taxas de desemprego e da atividade informal, levando a desperdícios potenciais da ordem de R\$ 19,8 bilhões (SEBRAE, 2004).

Especialmente no setor do turismo, outros desafios estão relacionados ao fato de haver tantas pequenas empresas: a necessidade de intermediários para alcançar mercados mais distantes, a dificuldade de comunicação com inúmeras outras empresas e a escassez de pesquisas (SMITH, 2006). Isso leva a crer que uma gestão menos profissionalizada, pouco capitalizada e com pressões menores para adoção de conceitos de administração contemporânea – como responsabilidade socioambiental – propicia que as pequenas empresas originem fortes impactos negativos em nível agregado. Além de custos sociais, Smith *et al.* (2003) averiguaram que as pequenas empresas reconhecem que há pressões para modificar o seu comportamento ambiental. Entretanto, grande parte julga que o seu impacto é irrelevante, levando-as a posturas reativas ou inativas quando se trata de questões ambientais (CLARKE, 2004).

O impacto total das pequenas empresas em forma de poluição e degradação ambiental é desconhecido. Existem estimativas, porém, que apontam que 70% da poluição industrial mundial de todos os setores reunidos provém das empresas de pequeno porte

(HILLARY, 2000). Ainda que reconheça as pequenas empresas como muito heterogêneas, Hillary (2000) conclui que elas desconhecem os seus impactos ambientais e grande parte da legislação ligada ao tema, além de ignorar a importância da sustentabilidade. Sobretudo, diz a autora, tais empresas são difíceis de alcançar, mobilizar e engajar em ações de melhoria ligadas ao ambiente. Corroborando esse ponto de vista com uma ilustração brasileira da dimensão ambiental no contexto das MPE, uma investigação realizada com microempresários no vale do São Francisco em Sergipe mostrou que, apesar de terem sido registradas diversas formas de poluição ambiental, as empresas analisadas não têm adotado medidas diferentes e pouco se preocupam com questões ambientais (FARIAS e TEIXEIRA, 2002).

Traçando uma análise dentro da lógica empresarial, a questão da sustentabilidade é mais bem aceita quando traduzida como a noção de “responsabilidade corporativa”, que pode ser traduzida em negócio lucrativo, que poupa o meio ambiente, que cuida da força de trabalho e que gera oportunidades para a comunidade local (UNEP, 2005).

Existe, no entanto, uma visão cética em relação ao papel positivo de entes privados na busca pela sustentabilidade. Sachs (2000) chama a atenção para o fato de que há uma tendência historicamente observável, atribuída ao mercado, de as empresas trocarem a preocupação de longo prazo com o meio ambiente pela rentabilidade no curto prazo. Muito embora sejam conhecidas inúmeras empresas que buscam padrões de sustentabilidade, via de regra, trata-se da realidade de grandes organizações privadas (FARIAS e TEIXEIRA, 2002). Muitas multinacionais e indústrias que operam em setores como petróleo, celulose e mineração (VINHA, 2003) sofrem fortes pressões de investidores e outros atores para que se tornem sustentáveis e se revistam da imagem da responsabilidade social, oferecendo melhores condições para funcionários, para a comunidade, para a natureza e para os investidores.

A partir do paralelo que pode ser feito com indivíduos, vieses distintos explicam relações de empresas com a preservação ambiental (DALY, 1999). Duas explicações alternativas para a preservação seriam: (1) pelo valor intrínseco da natureza, ou seja, a preservação em favor de sentimento, prazer, contemplação e altruísmo; ou (2) pelo valor instrumental e material de uso dos recursos (MOTA, 2001). A primeira alternativa considera a preservação relacionada ao valor de existência de matas, animais, hábitos, entre outros atributos, interpretados como atrativos turísticos ou cênicos, em razão de um compromisso subjetivo com as próximas gerações, como sugerido pelo Relatório Brundtland (1987).

Em contrapartida, a segunda alternativa, quando aproximada das empresas de turismo, apresenta viés utilitarista e pode advir da necessidade de se construir um destino competitivo a longo prazo, com foco no valor de troca do meio ambiente, seja natural, social ou cultural. O destino precisa manter a longo prazo os seus atrativos, o modo de vida,

reduzir custos, criar ou manter sua reputação e conquistar mercados para a própria sobrevivência do turismo como negócio. Atualmente, populariza-se um entendimento de que a geração da competitividade do destino ambientalmente frágil pode residir na restrição do fluxo e do tempo de permanência (ao invés de seu aumento), no controle de capacidade de cargas, na diminuição dos impactos negativos do comportamento dos turistas e, possivelmente, no aumento da renda vinculada à atividade e do contato sadio com a comunidade. Isso tudo poderia ser considerado como o conjunto dos padrões de sustentabilidade para o turismo.

2.2. MPE do turismo e sustentabilidade do destino turístico

Ao conduzir a discussão para micro e pequenas empresas de turismo, cabe pensar as razões que as levariam a preservar o meio ambiente e promover inclusão social de modo deliberado, não obstante todos os desafios da sobrevivência do negócio. Afinal, essas empresas não detêm o valor de marca e reputação global das grandes; nem sofrem pressões sociais e legais tão intensas; nem têm capital e outros recursos para investir em áreas que não as finalísticas de seus estabelecimentos.

Jogando luz sobre esse assunto pouco explorado, Horobin e Long (1996) investigaram a sensibilidade ao tema da sustentabilidade entre as pequenas empresas de turismo nos arredores de um parque nacional na Inglaterra, englobando intenções e ações efetivadas. Ainda que o conceito de sustentabilidade explorado pelos autores seja mais estreito do que aquele aqui adotado, os resultados são relevantes. As pequenas empresas de turismo investigadas concordaram fortemente com as sentenças que mostravam premissas da sustentabilidade. Isso não surpreende, pois é fácil concordar com os princípios. Entretanto, apesar de a maioria aceitar a ligação entre seus negócios e o meio ambiente, a maior parte nunca agiu nesse sentido por falta de motivação ou de tempo. Enquanto a maior parte dos empresários discordou em reduzir o número permitido de turistas no destino, concordou que os seus impactos devam ser mais bem administrados, para reduzir o comprometimento do meio ambiente local, já que o futuro do destino depende de recursos bem cuidados. Apesar de não-conclusivo, o estudo mostra que dentre os empresários que tendem a discordar das premissas da sustentabilidade estão aqueles mais voltados para o lucro como motivação primordial (HOROBIN e LONG, 1996).

As motivações do proprietário para estabelecer e gerir o negócio têm se mostrado relevantes para a explicação do comportamento de empresários de MPE do turismo (HOROBIN e LONG, 1996; DEWHURST e HOROBIN, 1998; THOMAS, 1998; HALL e RUSHER, 2004). Afinal, se tais motivações moldam escolhas e objetivos comerciais dos empresários de pequeno porte (THOMAS, 1998), poderiam também influenciar o

relacionamento que a empresa estabelece com outros atores sociais e com o local onde opera, tangenciando aspectos de responsabilidade ante o desafio do desenvolvimento sustentável. Estudiosos do comportamento de proprietários de pequenos negócios entendem que as motivações para iniciar os negócios podem ser diversas, variando de razões econômicas, como o lucro, a razões psicológicas, como necessidade de realização, enfrentamento do risco e independência. Há aqueles que combinam múltiplas características, dando origem a tipologias sociológicas que auxiliam a entender o comportamento de pequenas empresas (GOSS, 1991; DEWHURST e HOROBIN, 1998).

Especialmente no turismo, estudos mostram que os objetivos e ações das pequenas empresas são fortemente influenciados por fatores não-econômicos. A exemplo de estudos com pequenas empresas de turismo em Gana, questões como religião, hábitos em relação ao dinheiro e normas sociais de hospitalidade podem influenciar o modo de fazer negócios das MPE do turismo, além de impactar diretamente sobre os resultados e implementação de políticas públicas desenhadas para elas (GARTNER, 2002).

Outra característica marcante das MPE do turismo é a falta de experiência dos empresários ao estabelecer o negócio, explicada pelas reduzidas barreiras de entrada no setor (BRAMWELL e LANE, 2000; HALL e RUSHER, 2004). Sobretudo, o estilo de vida aparece como um objetivo estratégico das MPE do turismo (HALL e RUSHER, 2004). Questões pessoais desejadas pelo empreendedor, como escolha por morar em determinado local pitoresco, alcançar uma vida mais calma, praticar *hobbies*, aparecem como fatores cruciais de serem entendidos no contexto das MPE do turismo (THOMAS, 1998; HALL e RUSHER, 2004; THOMAS, 2004). A partir desse raciocínio, são desafiadas concepções estritamente racionalistas e neoclássicas para participação em parcerias (THOMAS, 2007), bem como em conflitos.

Pesquisas sobre micro e pequenas empresas de turismo trazem outro aspecto interessante para reflexões contidas nesta tese. Como apresentado, estudos na Inglaterra demonstram predominância de motivações não-econômicas entre os empresários de MPE de turismo. Contudo, surpreende que pequenos empresários do turismo nessas pesquisas mostrem baixa relevância dos objetivos referentes à comunidade em que vivem. As prioridades foram centradas em si – em objetivos como independência, liberdade, criatividade –, nos turistas como clientes e nos investidores (DEWHURST e HOROBIN, 1998). Apenas em último lugar emergem preocupações com a comunidade. Ou seja, motivações não-econômicas em nada garantem maior compromisso com condições mais favoráveis para a coletividade.

Tal constatação enseja que se repense a expectativa de alguns como Davies (2001 apud Thomas, 2007) de que pequenas empresas com raízes na localidade onde operam possuam maior senso de responsabilidade e, por isso, maior tendência ao envolvimento

com parcerias em prol do local. É também pretensioso, ou ingênuo, afirmar que pequenas empresas com raízes no local necessariamente ajam de modo mais cuidadoso com o ambiente e levem em conta as necessidades da comunidade de modo geral. Em outras palavras, nem toda motivação não-econômica para agir resulta em resultados favoráveis para a sustentabilidade, bem como não se pode imputar às motivações econômicas a promoção de condições contrárias à sustentabilidade. Afinal, no estudo de Horobin e Long (1996), mesmo as MPE do turismo motivadas principalmente por questões econômicas estariam dispostas a agir diferentemente caso houvesse acréscimo de lucro como resultado.

Todavia, entre as MPE do turismo existem, conforme observado por Thomas (2007), aquelas que operam dentro de um conjunto de prioridades voltado para melhorias do local onde vivem. Consistem em um grupo específico e não em uma característica comum a elas. Isso revela a existência de um grupo de pequenas empresas que agem conforme uma ideologia coerente com um estilo de vida do proprietário chamadas “empresas ideológicas”, das quais se esperam maiores articulações e preocupações com o local em que se inserem (THOMAS, 2007).

A partir da literatura é possível compor um quadro referencial heterogêneo, porém frutífero, em relação às motivações das MPE do turismo e, por conseguinte, para pensar os resultados alcançados e as relações estabelecidas por elas perante o desafio da sustentabilidade.

Há expectativas de que a criação e as ações de MPE no turismo sejam fortemente motivadas por questões não-econômicas, o que traz um novo e interessante elemento à discussão sobre relacionamentos entre elas. É possível supor que tais motivações influenciem o envolvimento (ou afastamento) de MPE do turismo em relações sociais de cooperação e conflito, e que questões ligadas à realização pessoal estejam fortemente marcadas entre as razões para iniciar os negócios e para cooperar com outras MPE.

2.3. MPE do turismo: definição, características e inserção na cadeia produtiva

No Brasil, 97% das empresas de turismo têm até 19 pessoas ocupadas e empregam cerca de 60% da mão-de-obra do setor (IBGE, 2007). Como ilustração, na Europa 94% do total de empresas de turismo emprega até 10 pessoas (COMISSIÓN EUROPÉA, 2003). Na Áustria, 90% dos negócios do turismo empregam menos de 10 pessoas, enquanto na região da Andaluzia, na Espanha, 89% das agências de viagem e 81% dos hotéis empregam menos de 10 pessoas (OCDE, 2008). Esse quadro mostra a predominância das empresas de porte reduzido dentro do setor, justificando parte da atenção dada ao tema. Afinal, empresas de pequeno porte, especialmente as micro, representam um papel comercial fundamental no turismo não apenas por sua quantidade predominante quanto pelo contato

direto com o turista, tornando-as responsáveis por grande parte da experiência turística ofertada pelo destino (CLARKE, 2004).

Internacionalmente, variam os padrões usados para qualificar o porte da empresa, variando também conforme sua natureza industrial ou de serviços (OCDE, 2002), usando como parâmetros o número de pessoas ocupadas e/ou o faturamento bruto¹⁸, sendo o primeiro o critério mais usual (HILLARY, 2000). Thomas (2000) aponta que estudos do uso da categoria “pequenas empresas no turismo” denotam a mesma variedade encontrada na literatura mais geral. O autor entende que, apesar de as pequenas empresas no turismo já serem consideradas prioritárias para políticas públicas de diversos países, incluindo do Reino Unido e da Europa ocidental, pouco se debate sobre o que essa categoria realmente abarca, podendo gerar confusão dentro da literatura consultada.

Definições teóricas e operacionais variam nas considerações sobre o faturamento bruto, recursos disponíveis, capital de giro, entre outros. Como exemplo, as SME (*small and medium enterprises*), ou seja, pequenas e médias empresas, variam de até 500 funcionários na Dinamarca, 250 empregados no Reino Unido e até 100 no Brasil (HILLARY, 2000). Já a Comissão Europeia define as pequenas e médias empresas como firmas com menos de 25 empregados. A Austrália entende como pequenas as empresas com menos de 20 empregados e as médias aquelas que apresentam de 20 a 199 funcionários (SMITH, 2006).

No Brasil, os valores de faturamento anual bruto para classificar os portes das empresas são amplamente utilizados pelos órgãos financiadores. O Sebrae (2007) oferece como alternativa simplificada para a classificação das empresas, a utilização do número de pessoas ocupadas, de acordo com a atividade¹⁹. Para o setor de serviços, são entendidas como microempresas aquelas com até 9 pessoas ocupadas e como pequenas empresas aquelas com 10 a 49 pessoas ocupadas. É interessante notar que a literatura internacional preocupada com pequenas empresas discute sempre a categoria conhecida como “pequenas e médias” (SME em inglês ou PME em português). Entretanto, as micro e pequenas (MPE) são focalizadas aqui em função das características da região estudada e do interesse de conhecer os mecanismos de relacionamentos sociais das empresas de portes mais reduzidos.

No Brasil, o IBGE (2007) apontou um quadro macroeconômico para o turismo em que 352.224 empresas operam principalmente nos segmentos característicos do turismo²⁰, com

¹⁸ No Brasil, o BNDES (2005) define como pequena empresa aquela cuja receita operacional bruta anual seja superior a R\$ 1.200 mil (um milhão e duzentos mil reais) e inferior ou igual a R\$ 10.500 mil (dez milhões e quinhentos mil reais). As microempresas não são contempladas por essa categorização.

¹⁹ A Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, sancionada em dezembro de 2006, considera o faturamento como critério para classificação. Porém este trabalho emprega a definição parametrizada pelo número de pessoas ocupadas pois ela permite localizar com maior facilidade quais as empresas a serem pesquisadas com margem de erro muito pequena.

²⁰ São considerados segmentos característicos do turismo aqueles “que deixariam de existir em quantidade significativa, ou para os quais o nível de consumo seria sensivelmente diminuído, em caso de ausência de

valor bruto agregado de produção de R\$ 76 bilhões, o que representa 2,47% das pessoas ocupadas e 3,36% (R\$ 15,3 bilhões) do total das remunerações no País. Dentro desse quadro, as empresas de pequeno porte²¹, apesar de representarem 97,15% do total de empresas do setor, responderam por uma receita operacional líquida de somente 26,29% do total. As exceções foram atividades desportivas e de lazer, alimentação e agências de viagens, nas quais as pequenas empresas representavam, respectivamente, 77,1%, 59,4% e 46,6% da receita operacional líquida gerada.

Para o conjunto da economia brasileira, o turismo apresentou uma composição mais intensiva de mão-de-obra em sua estrutura produtiva do que a observada para outros setores (IBGE, 2007). Considerando o pessoal ocupado no setor, as empresas de pequeno porte, em 2003, foram responsáveis por 60% dos trabalhadores, gerando R\$ 5,5 bilhões em salários e outras remunerações, ou seja, 35,8% do total de remunerações do setor. Os dados mostram que, mesmo representando numericamente a minoria (2,8%), as empresas médias e grandes (20 ou mais pessoas) responderam por 73,70% do total estimado para a receita operacional líquida das atividades do turismo, apresentando uma estrutura ainda concentrada de produção nas grandes companhias e fragilidade por parte da grande massa de pequenas empresas (IBGE, 2007).

Tal constatação da realidade brasileira pode ser comparada a dados da OCDE (2008). A OCDE (2008) afirma que, para os seus países-membros, micro, pequenas e médias empresas em destinos turísticos, além de serem numericamente dominantes em quantidade e em número de empregados, são dominantes em faturamento. Esta última constatação não se aplica para a estrutura da produção do turismo no Brasil.

Obviamente, o turismo não é formado apenas por pequenas empresas, mas também por grandes cadeias verticais internacionais de hotéis e empresas de aluguel de carros, o setor também tem marcante presença de inúmeros intermediários (ACERENZA, 2002; KRIPPENDORF, 2003; CURY, 2004). As cadeias relacionam-se em diversas escalas (TREMBLAY, 1998), de mercados locais a internacionais.

No turismo, pode-se dizer que existe uma relação entre o porte das empresas e as atividades desempenhadas por elas dentro da cadeia produtiva. Dentro de uma realidade internacional, as pequenas empresas de turismo, geralmente, estão ligadas a atividades vinculadas de recepção, entretenimento, alimentação e acomodação (OCDE, 2008). Grandes empresas predominam em elos da cadeia produtiva voltados para transporte aéreo, agências de viagem e operadoras. Assim, em uma visão geral, os fornecedores de

visitantes, e para os quais é possível obter informações estatísticas" (IBGE, 2007, p. 1). Tal estudo pode ser criticado por incluir todas as empresas de alimentação do País em suas estatísticas, provocando uma noção superestimada do setor de turismo. Todavia, são os dados mais específicos e atualizados sobre o turismo consolidados por fonte oficial de informações estatísticas brasileiras.

²¹ Consideradas pelo IBGE com até 19 empregados, diferentemente da classificação aqui adotada.

insumos primários tendem a ser pequenos empreendimentos, cooperativas e autônomos. Eles, por sua vez, relacionam-se com pequenas empresas locais ou regionais de receptivo ou com grandes empresas (ou seja, intermediados ou não por outras) que, para a comercialização final, relacionam-se com agências de viagem que são, em grande parte, pequenas empresas novamente.

Portanto, além de compreender o porte como um dos recortes da pesquisa, é preciso ponderar sobre dois aspectos: quais empresas são reconhecidas como empresas de turismo e quais são os atores sociais envolvidos em suas relações. Com essa intenção, vale lembrar que Thomas (2000) chama a atenção para o fato de que a maior parte da literatura se concentra somente em hotéis, dando pouco espaço para os outros negócios que compõem a cadeia do turismo.

A partir da contribuição de estudo de Lins (2000) sobre o turismo em Florianópolis, podem ser considerados atores sociais relevantes: empresas de hospedagem, alimentação, lazer e serviços (como organização de viagens, etc.), organizações públicas locais e estaduais; instituições privadas de apoio e promoção do turismo; organismos corporativos de representação do empresariado turístico; organizações que fornecem formação técnica e superior em turismo. Essa sugestão encontra apoio em autores que se dedicam ao estudo de relações de cooperação entre empresas de pequeno porte e competitividade como Casarotto Filho e Pires (1999) e Meyer-Stamer (1999). Todavia, apresenta limitações como a de não considerar outras organizações sociais além das empresariais, descartando movimentos sociais, ONG de caráter comunitário e comitês locais, importantes em razão de representarem esferas de participação social (FREY, 2001; JACOBI, 2003; TEIXEIRA, 2005). A segunda limitação, e que merece maior espaço de discussão aqui, diz respeito ao próprio entendimento acerca das empresas de turismo.

É bastante comum a classificação da empresa como pertencente ao setor do turismo a partir do consumo do turista, ou seja, a partir da demanda e não da oferta, como criticam Leiper (2003) e Souto-Maior (2005). Para Leiper (2003), a abordagem do turismo a partir de sua teoria da industrialização parcial dessa atividade faz aflorar duas para considerar a empresa como pertencente ao turismo: se dispõe de estratégias com foco no turista (competindo com outras do setor) e se mantém relacionamentos de cooperação (com outras empresas do setor para atrair e servir o turista). A concepção inclui os relacionamentos das empresas de turismo em sua essência, o que converge com interesses desta pesquisa, e impacta diretamente o delineamento de quem são as empresas de turismo, questão pouco problematizada no estudo do turismo no Brasil. Contudo, a operacionalização do conceito de Leiper (2003) é difícil por causa da necessidade de averiguar em campo caso a caso, para classificação das empresas como turísticas ou não, a partir da análise de suas estratégias

corporativas. A fim de refinar, porém, o escopo da pesquisa, são consideradas empresas de turismo aquelas que atendem a três condições²²:

1. exercem atividades próprias do turismo: de receptivos turísticos, meios de hospedagem, empresas de transporte turístico ou alimentação;
2. têm turistas como a maioria de seus clientes, em detrimento de moradores;
3. estão localizadas em zonas de maior trânsito de turistas nas cidades investigadas.

2.4. Relacionamentos entre MPE na literatura do turismo: competição e cooperação

Empresas de turismo, como as de quaisquer outras atividades, desenvolvem relacionamentos diversos, entre eles os de competição e os de cooperação, como denomina a literatura empresarial.

A cooperação, em uma primeira aproximação, pode ser entendida como o trabalho conjunto tendo em vista determinado fim (JAMAL e GETZ, 1995). No âmbito de pequenas empresas, a cooperação é vista antes como uma estratégia de sobrevivência, uma alternativa organizacional para empresas que desejam investir em sua permanência no mercado, e não como relação social (DOTTO e WITTMANN, 2003). A absorção da cooperação pelo universo das empresas ensejou o surgimento de uma nova forma de organização, para além da hierarquia e do mercado: a rede (JARILLO, 1988; POWELL, 1990). Nela a cooperação e a confiança aparecem como elementos capazes de gerar vantagens competitivas que podem ser compartilhadas (KHANNA *et al.*, 1998; BESSANT e FRANCIS, 1999).

O principal foco da argumentação que apoia a cooperação entre as MPE, inclusive no turismo, defende que os seus resultados são capazes de gerar ganhos para as empresas envolvidas. Os resultados, que se confundem com motivos para cooperar, são resumidos em três focos conforme a contribuição de Fyall e Garrod (2005): (1) produtos; (2) mercado; (3) recursos e riscos. Os produtos podem ser diversificados, com lançamento de novos itens, ou incrementados, com a incorporação de aspectos que adicionam mais valor. Os mercados podem ser ampliados ou protegidos por meio da criação de barreiras de entrada, da redução da competição e da melhoria de posicionamento. Por fim, quanto aos recursos e riscos, as razões podem ser entendidas como a redução do custo de criação de novos produtos, de produção e de inserção no mercado; agregação de recursos para investimento,

²² Não são incluídas no escopo da pesquisa agências de turismo emissivo, ou seja, aquelas que enviam o morador local para outros destinos, já que essas não mantêm relação direta com o desenvolvimento turístico do destino em que se localizam. Também não são inseridas as empresas de alimentação fundamentalmente voltadas para o morador, o trabalhador local e as residências alugadas para temporadas.

e a diminuição de riscos e incertezas (FYALL e GARROD, 2005). Os autores oferecem um exemplo de ações conjuntas: formação de central de compras e de reservas; partilha de habilidades e treinamentos; união em associações e consórcios para angariar maior poder político.

A competição, por sua vez, pode ser entendida como um tipo de relação que pressupõe rivalidade e individualismo entre as organizações (SELIN e BEASON, 1991; KHANNA *et al.*, 1998; TREMBLAY, 1998; WATKINS e BELL, 2002; LEIPER, 2003; GULATI *et al.*, 2004). Pode ser categorizada como um tipo de conflito indireto em que as partes fazem esforços paralelos em busca de um mesmo prêmio (SIMMEL, 1969) – o cliente, no caso, o turista; os recursos naturais empregados na atividade turística ou os recursos financeiros escassos para investimentos –, seja na órbita pública ou privada (WILKINSON e MARCH, 2008).

No universo das pequenas empresas, existem conotações positivas e negativas acerca da competição. Por um lado, ela pode ser vista como fonte de vantagens competitivas por impulsionar inovações (HOFFMANN e COSTA, 2008); por outro, pode revelar uma disputa desleal que compromete a sobrevivência de todas as unidades.

A competição é tão relevante para a lógica de atuação das pequenas empresas no turismo que apareceu nos estudos de Page *et al.* (1999) indicada como o principal obstáculo para o desenvolvimento das pequenas empresas de turismo, a partir da ótica de empresários neozelandeses e ingleses. A competição local concentrou a maioria das respostas, em detrimento de outros fatores, inclusive competição com empresas grandes, impostos ou força de trabalho.

A cooperação é um meio de reduzir prejuízos da competição interna ao grupo. A competição encoraja movimentos conjuntos e articulação interna. Como exemplo mencionado por Simmel (1969), tem-se os vendedores de livros de certa localidade que combinam o máximo desconto que pode ser dado ao consumidor, ou dos comerciantes que combinam entre si um horário de fechamento na busca de se isentarem de prejuízos pela concorrência desmedida.

Pode-se dizer que existem, no turismo, vantagens específicas advindas da cooperação entre empresas de pequeno porte. Entre elas, há o desenvolvimento de *marketing* cooperativo e coesão da imagem do destino, melhorias de comunicação e aumento das forças de *lobby* (SELIN e BEASON, 1991), ligações entre operadoras e agências de turismo; formação de pacotes de viagens; sistemas unificados de reservas; execução de pesquisas em parceria; estabelecimento conjunto de políticas de preços e divulgação; acordos sobre mão-de-obra e empregos; esquemas de treinamento comuns; canais de troca de informação; participação em associações (TREMBLAY, 1998; LEIPER, 2003), parcerias público-privadas, coalizões entre governos e planejamento intersetorial. A

"instalação de parcerias e associações em um destino turístico poderia fortalecer os negócios e aumentar a competitividade do município por meio da redução dos custos e maximização dos resultados" (POGGI E BORGES e RUSCHMANN, 2004 , p. 227), alcançáveis por meio da aquisição de suprimentos, e da distribuição, ampliação e divulgação dos produtos turísticos locais (SELIN e CHÁVEZ, 1995).

Avaliando os tipos de parcerias, alguns estudos realizados com pequenas empresas de turismo na Austrália mostraram que operadoras geram o maior número de ações conjuntas com fornecedores, que parcerias existem no turismo com múltiplas propostas: diminuir custos, aumentar acesso aos mercados, etc. Por fim, esclarecem que os governos locais mostram pouca preocupação em engajar-se em parcerias, apesar das sinergias esperadas (WILKINSON e MARCH, 2008). Outro estudo realizado com pequenas empresas na Austrália averiguou a diferença na propensão a cooperar, quando comparadas pequenas empresas de diferentes ramos de atividade em cidades essencialmente turísticas (SOUTO-MAIOR, 2005). A autora mostra que as empresas mais estreitamente ligadas ao turismo (hospedagem e atrações turísticas) apresentam um padrão de resposta que revela maior tendência para a cooperação, enquanto empresas que trabalhavam indiretamente com o setor turístico (vestuário, beleza, facilidades, supermercados, decoração) demonstraram menos propensão a cooperar, corroborando proposições de Leiper (2003).

Avançando nessa discussão, Thomas (2007) adiciona que pequenas empresas de turismo que se movem por certos princípios dos proprietários apresentam maior tendência de estabelecer parcerias com outras que compartilhem as mesmas ideologias e, especialmente, quando o futuro da empresa depende da prosperidade do local.

Por fim, quatro são as principais contribuições do corpo de literatura acerca de cooperação entre pequenas empresas no turismo para esta reflexão:

1. compreender que a atividade principal das empresas pode influenciar a propensão a cooperar e entrar em conflito com atores sociais do turismo;
2. que tal propensão pode crescer quanto maior for o envolvimento da empresa com a atividade turística, seja pelo número de clientes que são turistas, ou ainda mais especificamente, pela proporção do faturamento advindo de gastos de turistas;
3. a propensão a participar da cooperação e do conflito pode estar diretamente ligada com as motivações para estabelecer o negócio, as quais podem ser econômicas ou não-econômicas, principalmente quando se trata das escolhas de estilo de vida implícitas nas decisões do empresário de pequenos negócios em turismo;
4. a relação estabelecida com o destino, que é o local de operação das empresas, pode ser tão mais voltada para a sustentabilidade quanto maior for a percepção de dependência da empresa em relação à prosperidade do local, sendo ainda possível pensar que a intenção de permanecer indefinidamente no local traduza essa dependência.

Quanto ao conflito, ele aparece na literatura do turismo de distintas maneiras. Há estudos com ênfase na relação entre turistas e habitantes (MAITLAND, 2008), impactos de guerras, terrorismo ou conflitos étnicos no turismo (SONMEZ *et al.*, 1999), em discussões focadas nos conflitos territoriais sobre uso e gestão de recursos (MELO e IRVING, 2007; VALLEJO, 2007) ou mesmo a argumentação em favor do turismo como uma atividade que diminui os conflitos e aumenta a tolerância²³ entre os povos.

Ainda que o conceito de comunidade esteja frequentemente presente na discussão de turismo sustentável, os conflitos inerentes à vida social são ignorados. Isso dá uma conotação de que a comunidade é homogênea e afetada de modo similar pelo turismo, o que não representa a realidade (RICHARDS e HALL, 2002). Poucas exceções, a exemplo do trabalho de Wilkinson e March (2008), levam o conflito em consideração na análise de redes no turismo. Os autores reconhecem que existe um contínuo entre as relações, que podem variar da simbiose a uma relação predatória proporcionada pela disputa por recursos escassos. Contudo, apesar de avançar na consideração do conflito, principalmente na forma de competição, os autores replicam a visão de que é necessário resolver conflitos para aflorar a cooperação, não considerando a hipótese da sua positividade para a conformação do tecido social.

Apenas Lovelock (2002) foi identificado como um autor que introduz na discussão da sustentabilidade do turismo o aspecto do conflito. O autor reconhece que toda a literatura da área tende a valorizar a cooperação, a colaboração e as parcerias como positivamente vinculadas ao turismo sustentável, mas não considera o conflito entre os atores sociais como construtivo, principalmente em áreas ambientalmente delicadas (LOVELOCK, 2002). O autor mostra, porém, que o conflito entre ONG e outros atores, em função da preservação ambiental, pode gerar impactos positivos para a sustentabilidade do destino, alimentando uma discussão que será feita na próxima seção.

²³ Conforme concepção da Organização Mundial do Turismo (UNWTO). Disponível em www.unwto.org.

3. COOPERAÇÃO E CONFLITO: EM BUSCA DE ENTENDER AS RELAÇÕES SOCIAIS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Os mercados e os entes privados que os compõem podem ser estudados não somente como abstrações, mas também como estruturas sociais, de acordo com as formas de interação entre os atores, as regras de coordenação, maneiras de negociação e de relacionamento (ABRAMOVAY, 2004). Esse é o pano de fundo desta seção, que aborda conexões teóricas entre cooperação e conflito e das relações com seus potenciais resultados individuais e compartilhados, em busca de insumos para compreender as relações sociais que se estabelecem entre MPE no contexto da sustentabilidade. Os arranjos institucionais são um dos temas centrais do debate do desenvolvimento sustentável, e a preocupação crucial é investigar quais são os mais promissores (GLASBERGEN, 2007).

3.1. Interfaces entre cooperação e conflito: uma leitura da complexidade social

O conflito e a cooperação são formas de interação entre indivíduos, grupos, organizações e coletividades cujas formas permitem descrever qualquer grupo social (BOBBIO *et al.*, 1995).

Cooperação é entendida como o trabalho conjunto para uma certa finalidade (JAMAL e GETZ, 1995). Sugere uma predisposição para agir voluntariamente em nome de objetivos compartilhados ou complementares, variando em seus níveis de formalidade, centralidade de poder, envolvimento dos participantes, metas, tipos de ações, motivações e processos (WATKINS e BELL, 2002; FRANCO, 2007). Outro importante aspecto da cooperação, chamado por Gray (2007 p.30) de “parcerias colaborativas”, é o fato de serem mecanismos necessários para organizar interessados nos domínios em que o problema não pode ser resolvido por apenas um ator social isolado. Isso se aplica bem ao entendimento da gestão de destinos turísticos, seus recursos e espaços de uso comum. Em poucas palavras, no cerne do entendimento da cooperação está a partilha de objetivos comuns, ou ao menos convergentes.

No campo da divergência, está a relação de conflito. Conflitos, de modo geral, são entendidos como interações que expressam discordância, divergência (MCINTYRE, 2007), ações de rivalidade e individualismo (TREMBLAY, 1998; WATKINS e BELL, 2002; LEIPER, 2003). É importante notar que um conflito social emerge quando dois ou mais indivíduos ou grupos manifestam objetivos incompatíveis (KRIESBERG, 2003). Os adversários podem ser indivíduos, organizações ou conjuntos grandes como governos, partidos, que exibem suas crenças, objetivos e intenções.

A consideração dessas relações isoladamente carece de complexidade, tendo em vista que ambas têm funções sociais e são menos antagônicas do que supunham muitos teóricos (BIRNBAUM, 1995). Por isso, surge a necessidade de integrar cooperação e conflito nos mesmos modelos analíticos (HARSANYI, 1977). Afinal, conflito e cooperação não podem ser separados, já que são fases de um mesmo processo, que sempre inclui algo de ambos (COSER, 1961). Isso permite a percepção de que qualquer um dos extremos interpretativos (pela ótica da pura cooperação ou puro conflito) é limitado para estudar as relações sociais em sua complexidade.

Uma estrutura social é produzida pelas interações entre relações de conflito e relações cooperativas (SIMMEL, 1969). Tal interação pode ser vista com clareza quando membros se unem em forma de cooperação ou coalizão contra inimigos comuns, pois as funções conectivas do grupo desenvolvidas pelo conflito cria fronteiras, tornando mais robusta a consciência grupal (COSER, 1961; SIMMEL, 1969). Portanto, é de se pressupor que cooperação e conflito não se opõem radicalmente e que o tecido social não se forma exclusivamente com um ou outro tipo de relação.

Uma incursão em estudos com viés sociológico mostra que, tradicionalmente, tais relações eram tratadas de forma antagônica, dividindo as abordagens teóricas entre duas principais interpretações da realidade (BIRNBAUM, 1995; BOBBIO *et al.*, 1995):

1. pela perspectiva da integração: a ordem e o consenso adquirem destaque (NASCIMENTO, 2001). O conflito é visto como patológico e disfuncional. Esta visão embasa o entendimento que os conflitos devem ser prevenidos, contidos ou eliminados (KRIESBERG, 2003);

2. pela perspectiva do conflito: harmonia e equilíbrio são vistos como estranhos à sociedade, naturalmente conflituosa. O conflito tem relações com a vitalidade, a possibilidade de mudança e a coesão. Ele é entendido como inerente à dinâmica social e não carrega a conotação negativa de distúrbio da ordem. Simmel (1969) destaca-se como a principal referência dessa abordagem da teoria de conflito, tendo influenciado fortemente os trabalhos nesse campo com sua visão sobre a natureza e função social dos conflitos (BIRNBAUM, 1995; NASCIMENTO, 2001).

Como ilustrações das divergências acerca do conflito, Hobbes e Marx oferecem contrapontos. O primeiro atribui a luta de todos contra todos a um tempo em que não havia Estado ou regulação central, ou seja, uma sociedade anacrônica. O segundo entende que no passado existia uma sociedade harmoniosa que não é mais possível em razão da luta de classes (BIRNBAUM, 1995). Ao conflito de classes foi dada grande centralidade ao longo do século XX. Entretanto, críticos consideram essa visão ultrapassada, pois o principal conflito da sociedade moderna se dá em razão da diferença de autoridade entre grupos, e não em virtude dos meios de produção (DARHENDORF, 1992). Nascimento (2001) analisa a

existência de dois conflitos centrais gerados a partir da estrutura da sociedade moderna: (1) conflito entre espaço político-nacional e espaço econômico mundial; (2) conflito entre espaço econômico da desigualdade e espaço político da igualdade. Este segundo elemento faz emergir novos atores complexos e articulados em torno de questões de identidade como gênero, raça ou mesmo por direitos como consumidores, moradores de determinado bairro, etc. Afloram o ambientalismo, o feminismo, os direitos civis, os direitos dos homossexuais e outros como centros da mobilização social pela primeira vez na história. Alguns autores os denominam novos movimentos sociais (GOHN, 1997). Com sua ascensão, surgem novas estruturas organizativas de ações coletivas, bem como uma relação variada, disseminada e em diversas camadas de organizações, movimentos e indivíduos que permitem o alcance de seus objetivos através de novas estratégias de ação (CASTELLS, 1999; 2000).

Nesse ínterim, é o conflito que coloca em risco o *status quo*, as condições em que alguns estão confortáveis e articulam-se para defendê-las. Os conflitos podem ter várias origens, entre elas a luta pela manutenção ou pela mudança da distribuição do poder; a frustração deflagrada por alguma privação e, ainda, diferenças referentes a normas ou valores culturais associados a identidades (XIMENES, 2006). Todavia, partes em conflitos não têm apenas objetos de disputa, têm também alguma zona de trânsito comum, um campo em que dividem crenças, objetivos ou valores (KRIESBERG, 2003).

Os conflitos são diferentes entre si, podendo ser mais ou menos importantes, ameaçadores e irreparáveis (GRAY *et al.*, 2007). Eles, ainda, evoluem de formas distintas e variam de acordo com múltiplas dimensões, forças, recursos²⁴ e objetivos. Até mesmo o envolvimento dos atores se dá em graus diferentes (BIRNBAUM, 1995; BOBBIO *et al.*, 1995; LITTLE, 2001). Nascimento (2001) contribui metodologicamente para a continuidade de estudos ao sugerir que sejam levados em consideração para se analisar o conflito atributos como: sua natureza, os atores envolvidos, seus interesses em jogo, seus recursos disponíveis para a disputa, o espaço de interação, o objeto sob disputa, a lógica de evolução do conflito, os mecanismos de mediação e a tipologia. Aparentemente, semelhante linha lógica seria apropriada para analisar relações cooperativas.

O conflito existe porque, naturalmente, pessoas e organizações têm interesses, personalidades, necessidades e objetivos próprios, muitas vezes conflitantes. Sobretudo, entra-se em conflito para estabelecer e conservar as identidades e fronteiras das sociedades e dos grupos, o que leva Coser (1964, p. 34) a crer, a partir de contribuições de Simmel (1969), que “um certo grau de conflito está longe de ser disfuncional, é um elemento essencial na formação de um grupo e da persistência de sua vida”. Se esses são os motivos

²⁴ Neste trabalho, não serão tratados os conflitos violentos, ainda que a violência seja um recurso a ser empregado em situações conflituosas, como sugerem Bobbio *et al.* (1995). Assim como não se abordará o conflito violento, não será abordada a cooperação gerada por meio de coerção sugerida por Gillinson (2004).

que levam o conflito a existir, quais seriam os motivos para o seu fim? Simmel (1969) aponta alguns: desaparecimento do objeto em disputa; vitória; conciliação ou irreconciliação sedimentada.

3.2. Conflito construtivo, cooperação perversa: revendo algumas ideias vigentes

A noção que frequentemente permeia estudos de relações entre empresas nega a coexistência das duas relações e tende a considerar que “organização é preferível à fragmentação; cooperação é preferível ao conflito” (LOVELOCK, 2002, p. 7).

A discussão objetiva rever os pressupostos acerca dos efeitos positivos do conflito e dos efeitos danosos da cooperação. Para tanto, recorre-se à argumentação de que nem sempre a cooperação é frutífera, tampouco o conflito é sempre prejudicial e aniquilador (PRIMO, 2005). Em outras palavras, nem toda cooperação é socialmente produtiva (NORTH, 1990), nem todo conflito é socialmente destrutivo (NASCIMENTO, 2001), o que reforça a necessidade de reconhecer sua coexistência na realidade social e abordar ambas as relações na proposta de compreensão das relações sociais com potencial de favorecer a sustentabilidade.

Entende-se que tanto a cooperação quanto o conflito que envolvem as MPE possuem vantagens e desvantagens para as empresas e para os locais onde elas estão inseridas. O trabalho pondera que a cooperação pode ser favorável ou não à sustentabilidade, tal como o conflito. Logo, a ideia revisitada é da cooperação como “boa” em si, e o conflito, por outro lado, como “mau” em qualquer circunstância.

No discurso que embasa as vantagens advindas da cooperação, ela é situada não apenas como central para a gestão do turismo, mas também fundamental para determinar o sucesso de estratégias de mercado (FYALL e GARROD, 2005). Basicamente, é advogada a participação de empresas em parcerias, independentemente de seu porte, porque pode reduzir custos, combinar forças para alcançar economias de escala, dividir recursos e riscos, gerando mais eficiência do ponto de vista isolado da empresa.

No caso das empresas de micro e pequeno portes, a literatura fundamenta que as vantagens podem ser convertidas em ganhos de desenvolvimento para o local ao gerar externalidades positivas como incremento da produtividade, interiorização do desenvolvimento, aumento da renda da população, crescimento das exportações (CAPORALI e VOLKER, 2004), melhoria de condições de acesso a mercados e a fornecedores; ampliação da infraestrutura local; geração de conhecimento e inovação, entre outros (CASSON e GIUSTA, 2007), mostrando resultados favoráveis que a cooperação pode trazer para a empresa e para o local. Essa análise contempla aspectos de

desenvolvimento. Contudo, as questões de sustentabilidade permanecem alheias à problemática dos resultados das relações entre as MPE, seja do ponto de vista da preservação do uso dos recursos naturais, da promoção de ganhos coletivos ou do encorajamento à equidade social.

Expandindo a reflexão para a questão da sustentabilidade e com ela trazendo a noção de ganhos sociais coletivos, há casos em que a cooperação pode gerar prejuízos para aqueles que não estão envolvidos no grupo ou para a sociedade (GAMBETTA, 2000; GILLINSON, 2004). Esse é o caso da corrupção, dos cartéis²⁵ empresariais, dos acordos da máfia (AXELROD, 1990), e das quadrilhas (GAMBETTA, 2000). Aqui se revela uma interface entre competição e cooperação que pode redundar em mecanismos que trazem benefícios para as empresas que abandonam certas práticas de competição, porém resultam em danos para terceiros, nesse caso, os consumidores (SIMMEL, 1969). Surgem algumas indagações como a exclusão e o protecionismo que práticas cooperativas podem gerar, incorrendo em fechamento do mercado e possível eliminação da competição. Isso, ainda que possa ser conveniente para as empresas envolvidas, compromete o acesso de novos entrantes e pode originar estagnação e corrupção das práticas comerciais locais, abrindo a possibilidade de comprometer no futuro a própria qualidade do produto turístico oferecido pelo destino.

Casson e Giusta (2007) usam a expressão “efeitos perversos da cooperação” entre negócios, para indicar como eles restringem o comércio e concentram poder. Portanto, podem levar a perdas difusas e ganhos concentrados para poucos, consistindo em exemplos de que a cooperação nem sempre é “socialmente produtiva”, como ressaltado por North (1990). As perdas geradas pelos efeitos perversos da cooperação são comumente vinculadas às esferas dos direitos individuais dos consumidores, ligados à perspectiva predominantemente econômica. Tais perdas, porém, podem ser consideradas dentro de uma perspectiva social, pois têm relação com liberdades individuais e coletivas. Dentro de uma preocupação sistêmica com a sustentabilidade, emergem preocupações com danos ambientais que tais práticas podem gerar.

Paralelamente, podem ser apuradas vantagens e desvantagens do conflito. Certamente, há conflitos destruidores, como exemplos dados por Schelling (THE ROYAL SWEDISH ACADEMY OF SCIENCES, 2005b). Entre os conflitos com resultados nocivos para os locais, aventam-se aqueles que destroem oponentes, limitam o diálogo, geram

²⁵ “Cartel é um acordo ou prática concertada entre concorrentes para fixar preços, dividir mercados, estabelecer quotas ou restringir produção, ou adotar posturas pré-combinadas em licitação pública. Os cartéis ‘clássicos’, por implicarem aumentos de preços e restrição de oferta e nenhum benefício econômico compensatório, causam graves prejuízos aos consumidores tornando bens e serviços completamente inacessíveis a alguns e desnecessariamente caros para outros. Por isso, essa conduta anticoncorrencial é considerada, universalmente, a mais grave infração à ordem econômica existente”, conforme o Ministério da Justiça brasileiro em seus esclarecimentos sobre Direito Concorrencial (<http://www.mj.gov.br/data>). Acesso em jun. 2009.

perdas de oportunidade de desenvolver a cidade, prejuízos de oportunidades para negócios ou danos ambientais graves ou irreversíveis. No âmbito dos negócios, há danos causados pela excessiva concorrência ou deslealdade nela. Mas nem todos os conflitos são contraproducentes (COSER, 1964; KRIESBERG, 2003). Aqueles considerados “construtivos” são os que não contam com violência e ampliam a possibilidade de diálogos entre grupos. Kriersberg (2003) exemplifica alguns: embates para preservação do meio ambiente, para depor um regime autoritário, para ter o direito de votar. O autor chama a atenção para o fato de um conflito devidamente regulado e institucionalizado constituir um meio efetivo para promover a justiça e contribuir para organização da sociedade em longo prazo.

Para o local, resultados positivos dos conflitos podem ser observados quando promovem modificação e criação de novas leis; facilitam o desenvolvimento de novas estruturas institucionais, a elevação da consciência de normas antes latentes, a intensificação da participação na vida social (COSER, 1961). Para as MPE, espera-se que o engajamento em conflitos gere benefícios como a criação de novas normas, a influência sobre as políticas e a amplificação da força de suas opiniões (THOMAS, 2007), que isoladamente não chegam a impactar os ambientes sociais e políticos em que estão inseridas. Aumentar o diálogo entre atores sociais relevantes; angariar incrementos de infraestrutura requerida para o trabalho das MPE; proteger melhor o meio ambiente; gerar mais condições de inclusão da população local por meio do trabalho podem ser especulados como alguns resultados positivos dos conflitos

3.3. Perspectivas teóricas sobre relações sociais de cooperação e conflito

Algumas perguntas essenciais afloram quando se trata de relações sociais: por que cooperar e entrar em conflito? Qual o lugar da regulação de tais relações? Quais os determinantes e resultados delas? Essas perguntas podem ser respondidas de diferentes maneiras, dependendo da linha teórica que o autor segue explícita ou implicitamente. Nesta seção buscaram-se diferentes luzes teóricas sobre relações de cooperação e conflito a fim de se apropriar de elementos que possam auxiliar na compreensão das relações estabelecidas por MPE do turismo.

3.3.1. Teoria dos Jogos: estratégias de cooperação para enfrentar conflitos

A Teoria dos Jogos é uma abordagem bastante conhecida tanto para se estudar cooperação (AXELROD, 1990) quanto conflitos (RAPOPORT, 1998). Sua perspectiva possibilita a consideração de ambas as relações de forma conjunta, como mostram os

trabalhos de Harsanyi (1977) e Aumann e Schelling²⁶ (THE ROYAL SWEDISH ACADEMY OF SCIENCES, 2005b).

Para Granovetter (1978), essa é a linha teórica mais desenvolvida quanto à ação racional em relações mutuamente dependentes. Uma de suas principais vantagens está em oferecer uma nova maneira de pensar sobre os conflitos, possibilitando refletir sobre eles, sem necessariamente intervir ou resolver (AUMANN e HART, 1992; RAPOPORT, 1998).

Algumas das características principais da Teoria dos Jogos são (RAPOPORT, 1998):

- racionalidade assumida dos indivíduos. Ou seja, indivíduo racional leva em consideração possíveis consequências de suas ações, percebe ordem de preferência entre as ações possíveis, escolhe ação que o leve ao pretendido e compreende que outros podem ter outras preferências;
- presume utilidade e preferências, além do conhecimento delas por parte dos jogadores. Ainda, o que quer que seja preferido demonstra a utilidade máxima, mesmo que seja solidariedade, cooperação, compaixão;
- contempla escolha, cálculos e preferências; a existência de estratégias, que são programas ou planos estabelecidos antes do jogo;
- assume que comunicação e confiança impactam diretamente o resultado do jogo, além das regras e das estruturas formais;
- entende que o adversário é inteligente e capaz de também formular estratégias para maximizar sua própria utilidade.

Refletindo sobre a interface entre cooperação e conflito, o dilema dos prisioneiros desponta como um instrumental amplamente utilizado, sendo a expressão mais conhecida da Teoria dos Jogos (RAPOPORT, 1998). Em uma visão geral, o dilema trata de jogos com soma diferente de zero, sem confiança, sem comunicação entre as partes e indivíduos perfeitamente racionais. Uma das principais conclusões advindas dele mostra que tal padrão de interação pode levar a um resultado desastroso, quando revelado o paradoxo de que a ação individual racional leva a resultados coletivos irracionais, desafiando a crença de que seres racionais podem apenas alcançar resultados racionais. Afinal, os interesses imediatos dos indivíduos contrapõem-se à alocação ótima dos recursos em uma perspectiva socialmente ampliada (ABRAMOVAY, 2000; 2004). Fazendo uma analogia, o mesmo

²⁶ Para demonstrar a evidência da linha teórica, nove prêmios Nobel de Economia (*Nobel Memorial Economic Prize*) foram dados para teóricos que trabalharam com aplicações da Teoria dos Jogos na compreensão de interações de conflito e cooperação. Os prêmios nos anos de 1994 foram dados a Nash, Selten e Harsanyi; em 1996, a Vickrey; em 2005, a Aumann e Schelling; em 2007, a Hurwicz, Maskin e Myerson. Em especial, o prêmio atribuído a Aumann e Schelling, em 2005, foi justificado pelo fato de terem oferecido contribuições para pensar as instituições e regras que levam indivíduos a agir de modo coletivamente produtivo, o que se relaciona com o prêmio de 2007, voltado para evolução das instituições (THE ROYAL SWEDISH ACADEMY OF SCIENCES, 2005b; a).

comportamento pode ser verificado no relacionamento entre empresas (OLAVE e AMATO NETO, 2001).

No âmbito da Teoria de Jogos, a hipótese de Rapoport (1998) é de que os conflitos podem ser de diferentes tipos: debate, luta e jogo. Debate é o conflito em que há um embate de convicções que pode ser expresso em palavras para convencer interlocutores. Lutas são conflitos em que é impossível expressar opiniões em palavras e em que se busca causar danos ao adversário. Por fim, jogos são os conflitos em que os oponentes lutam por objetivos incompatíveis dentro de regras estabelecidas anteriormente e com interesse não de destruir o outro. Ou seja, existe a cooperação entre rivais para o cumprimento das regras apesar dos interesses opostos. Em virtude dessa interface entre conflito e cooperação, torna-se a categoria de conflito de Rapoport (1998) interessante para esta análise.

Ademais, jogos com mais de dois participantes permite concluir, em que se pode fazer a escolha conjunta da estratégia, ocasionando interação entre cooperação e conflito mais uma vez. Afinal, a presença de mais de dois jogadores gera capacidade de coalizão, ou seja, união e coordenação de estratégias tanto para vantagens individuais quanto para vantagens coletivas expressas pela soma entre os ganhos dos membros desse grupo (RAPOPORT, 1998).

Podem ser identificadas três razões para que jogos de estratégia sirvam como bom modelo de comportamento racional das pessoas: (1) serem nítidos os conflitos de interesse; (2) estarem disponíveis alternativas de ação em cada fase; (3) pessoas avaliarem e levarem em consideração as consequências, não apenas de suas ações, mas das ações dos demais jogadores que não estão sob seu controle (RAPOPORT, 1998).

Diversas críticas foram direcionadas à Teoria dos Jogos, dentre elas a característica excessivamente normativa e o fato de fornecer prescrições ambíguas (RAPOPORT, 1998); ter o número limitado de pessoas como uma fragilidade (GRANOVETTER, 1978); tratar de decisões simultâneas e independentes (RAPOPORT, 1998); esquivar-se da impossibilidade humana de atribuir escala de intervalo de utilidades a qualquer conjunto de resultados (AXELROD, 1990).

Resta a dúvida se a maior parte das críticas deve ser feita à teoria em si, que é matemática em sua essência (RAPOPORT, 1998), ou à limitação para sua aplicação como uma teoria normativa do comportamento humano em situações de conflito e cooperação. De fato, tal teorização não considera amizade ou laços afetivos na dinâmica da interação social.

Ao transitar pela abordagem dos jogos, Axelrod (1990) contribui com a pergunta: por que cooperar em um mundo formado fundamentalmente por indivíduos egoístas? Os trabalhos do autor sobre a evolução da cooperação levam a crer que ela existe, mesmo em ambientes de oportunismo, porque há expectativas de interações futuras em que é preferível ter um parceiro que um adversário. A partir disso, a estratégia considerada mais

interessante é aquela conhecida como *tit-for-tat*²⁷ em que o indivíduo coopera até que o outro deixe de cooperar e, desse momento em diante, passa a seguir a regra da reciprocidade.

Logo, de acordo com tal perspectiva, são necessárias relações diretas, recíprocas e repetidas para aflorar a cooperação (AXELROD, 1990). Aumann e Hart (1992) entendem que jogos repetidos são a ponte entre jogos não-cooperativos e jogos cooperativos, já que é a repetição da interação que modela relações de longo prazo.

3.3.2. Teoria da Ação Coletiva: interesses, *free riders* e tamanhos de grupos nas relações sociais

O trabalho de Olson (1999) sobre a lógica da ação coletiva, realizado na década de 1960, é considerado pioneiro. O autor questiona a propensão do indivíduo racional a cooperar, sugerindo que aquele que puder usufruir dos benefícios da cooperação sem contribuir o fará, tornando-se um *free rider* (ou carona) na ação cooperativa que outros levaram a cabo. A teoria afirma que os indivíduos cooperam quando ao menos uma das três condições são atendidas: os grupos são suficientemente pequenos para se perceber as atitudes dos caronas (*free riders*); há coerção ou incentivos seletivos para que os indivíduos cooperem. Ou seja, a cooperação fica dificultada quando se trata de grandes grupos sem qualquer poder coercitivo e sem capacidade de selecionar os beneficiários. Gillinson (2004) usa essa analogia para as pequenas firmas no ambiente de mercado, o que sugere a aplicabilidade da Teoria da Ação Coletiva para pensar esta investigação.

Há situações em que existem razões para cooperar, geradas a partir de interesses egoístas, mas ainda assim as pessoas não o fazem por falta de confiança de que os demais farão o mesmo (GAMBETTA, 2000). A dúvida principal reside em saber qual a probabilidade de alguém se engajar em uma ação – seja de conflito, seja de cooperação – cujo sucesso depende da adesão de outras pessoas.

De acordo com a Teoria da Ação Coletiva (OLSON, 1999), os indivíduos deixam de agir de determinada forma, mesmo que acreditem ser melhor para todos, quando percebem que são uma partícula insignificante dentro de um grande grupo. Como ilustração, o indivíduo que não deixa seu carro em casa, tendo em vista melhorar o trânsito da cidade, porque não sabe se outros farão o mesmo (GAMBETTA, 2000) e ele poderá ser o único prejudicado.

As mais severas críticas direcionadas às ideias de Olson (1999) tratam da sua visão reducionista dos seres humanos. Outros estudos reportados por Gillinson (2004)

²⁷ Estratégia da reciprocidade (ou da retaliação) em jogos expressa pela ideia: se meu oponente coopera, eu coopero. Se ele não coopera, eu não coopero. Mas, eu nunca serei o primeiro a não cooperar (AXELROD, 1990).

apresentaram indícios de que as pessoas cooperam quando acreditam passionalmente em uma questão, quando estão mobilizadas contra um mal coletivo (mais do que em suporte a algo a que são favoráveis), quando pretendem usufruir da companhia de pessoas semelhantes, entre outras razões não contempladas pela teoria de Olson (1999).

Granovetter (1978) contribui com uma ponte interessante entre as ideias de ação coletiva e de Teoria dos Jogos, oferecendo uma base teórica que permite discutir tanto a cooperação quanto o conflito sem a clivagem corriqueira. O autor torna evidentes alguns aspectos: que os sistemas sociais são auto-organizativos; que questões de dispersão/aglomeração temporal e espacial afetam resultados das ações coletivas, e que o comportamento é afetado por atributos individuais. O seu modelo de limiar (*threshold model*) mostra que o resultado de um comportamento coletivo não pode ser dado apenas pela soma das preferências. Em outras palavras, aplica o efeito dominó às relações e reações em grupo, contribuindo ao incorporar o comportamento coletivo entre indivíduos que se conhecem, diferentemente de grande parte da literatura que trata pessoas como estranhas umas às outras. Granovetter (1978) conclui que quando os amigos tomam certa atitude (ao invés de estranhos), a resistência do indivíduo tende a ser menor, o que permite inferir que as relações não são impessoais ou apenas estratégicas.

Existem esforços para compreender fatores que influenciam a cooperação a partir de experimentos.²⁸ Nessa vertente, os fatores que atuam sobre a propensão para cooperar estão agrupados em dois blocos: fatores situacionais e diferenças individuais (KOPELMAN *et al.*, 2002). Eis as principais conclusões:

- em grupos com maior comunicação, maior foi a cooperação mantida, já que ela parece poder reduzir o foco em interesses puramente individuais;
- as pessoas tenderam a cooperar nos experimentos em que elas se viam como agentes causadores;
- diferentes perfis de pessoas (chamados “*prosocial*” e “*proself*”) interpretam a cooperação e a incerteza de formas distinta;
- sanções externas podem oferecer benefícios para os bens comuns, mas podem também limitar a capacidade de cooperação intrínseca, como reafirmado pelos estudos de Ostrom (1990);
- grupos com interações repetidas tendem a cooperar mais em dilemas sociais do que grupos que são refeitos com frequência;

²⁸ Para aprofundamento na abordagem econômico-experimental da cooperação sugere-se consultar: MURPHY, James; CARDENAS, Juan-Camilo. An Experiment on enforcement Strategies for Managing a Local Environmental Resource. *Journal of Economic Education*, 2003. CARDENAS *et al.* Juegos Económicos e Diagnostico Rural Participativo: un manual con ejemplos de aplicación para la cooperación. WWF: Bogotá, Colômbia, 2002.

- grupos menores cooperam mais, em função da tendência de autoeficácia, ou seja, a crença pessoal de que é competente e capaz de agir para determinado resultado, confirmando o que sugeriu Olson (1999).

Fazendo paralelo com as inferências psicológicas de Kopelman *et al.* (2003) para a cooperação, McIntyre (2007) afirma que diferenças individuais como idade, gênero, personalidade, crenças também influenciam no modo de gerenciar o conflito, bem como a cultura da organização em que as pessoas se inserem, o que poderia ser inferido para a cultura local em que a organização está inserida.

3.3.3. Teoria das Instituições: regras, normas e governança na regulação de relações sociais

A tragédia dos comuns argumentada por Hardin (1968) é ilustrativa para iniciar a discussão de relações sociais com enfoque em sustentabilidade e para se refletir sobre questões de regras e regulação do comportamento social em busca de resultados coletivos favoráveis. Essa linha de pensamento influenciou a produção de muitas políticas públicas, entre elas a corrente preservacionista na criação de parques, inserida na lógica da necessidade de preservação dos ambientes naturais contra danos provocados por usuários (PRETTY, 2003). Afinal, na medida em que a atuação individualmente centrada leva à depleção dos bens comuns, e não a um resultado coletivamente positivo na soma final, estaria instalado o colapso coletivo. Para ele, a saída poderia ser a regulação pelo Estado ou pelo mercado, que significa apontar soluções de coerção ou privatização (HARDIN, 1968).

O mercado é considerado inerentemente míope porque promove uma alocação de recursos de curto prazo, negligencia o custo futuro das decisões com efeitos ambientais, faz análises custo-benefício individuais (PROOPS *et al.*, 1999), podendo levar à citada tragédia (HARDIN, 1968). Esse colapso pode ainda ser agravado no caso de pequenas empresas, pela dificuldade de coordenação de grupos grandes (OLSON, 1999).

Segundo Ostrom (1990), se todos decidem se comportar de modo egoísta, não haverá benefício coletivo. Considerando perigosa a aplicação de tais modelos de compreensão para a gestão de políticas públicas, a autora percebe outra saída: a criação de instituições autogovernadas, desde que haja algumas condições de fornecimento, credibilidade e monitoramento, mostrando um caráter multifacetado da governança em prol da melhor utilização dos recursos de uso comum (OSTROM, 1990; 2003). Em vez de ter uma solução rápida para um problema por autoridades externas, Ostrom (1990) vê os arranjos institucionais como resposta, ainda que demandem tempo, esforço, dificuldade e conflitos.

Essa visão pode ser embasada pelo fato de, algumas vezes, os rivais serem sócios, na medida em que desejam evitar o conflito que ameace a ordem social (BIRNBAUM, 1995). Isso faz com que no tratamento²⁹ dos conflitos sociais possam ser criadas normas para estabelecer limites de atuação dos atores, tornando o conflito menos destrutível aos oponentes (BOBBIO *et al.*, 1995). A articulação, no caso, deixa nítida a coexistência de cooperação e conflito, mostrando que o conflito pode ser um propulsor da cooperação.

Aumann (THE ROYAL SWEDISH ACADEMY OF SCIENCES, 2005b) afirma que, para que haja cooperação, não é necessário o equilíbrio – entendido como o melhor resultado para ambas as partes envolvidas na relação –, mas sim acordos e ameaças de punição contra o descumprimento deles. Assim, não somente a adesão às práticas cooperativas (incluindo aquelas de caráter combativo ou conflituoso, a exemplo de articulações de cooperação para enfrentamento de situações de disputa) é importante de ser analisada, mas também as normas para os desvios das práticas acordadas e para a regulação de conflitos.

Na interface entre normas, conflitos e instituições, “que são as regras do jogo em uma sociedade” (NORTH, 1990), surge o conceito de governança, que pode ser entendida como a combinação de maneiras de regulação específicas (BENKO, 2004). Ou seja, as normas são usadas para determinar quem é elegível para tomar decisões em alguma arena, que ações são permitidas e proibidas, a agregação de normas a serem utilizadas, os procedimentos que precisam ser seguidos, as informações a serem ou não providenciadas e os resultados das ações (OSTROM, 1990).

São essas normas, ou instituições formais e informais, que moldam as interações humanas, ou seja, são as regras do jogo de uma sociedade, que fornecem regulações morais, formais ou informais para as ações (NORTH, 1990). Elas compõem o quadro referencial em que ocorrem as interações sociais, fornecendo uma estrutura estável e limitando as opções de escolhas individuais a fim de reduzir os custos de transação – que surgem a partir das incertezas de comportamento – e de aumentar a previsibilidade de resultados entre grupos de atores (NORTH, 1990; OSTROM, 2003).

Governança é a combinação de maneiras de regulação específicas que contêm prescrições, proíbem, permitem, pedem ações (NORTH, 1990; OSTROM, 1990). O conceito de governança engloba a auto-organização de redes de atores caracterizadas pela interdependência, troca de recursos e regras compartilhadas (NORDIN e SVENSSON, 2005). Essa abordagem, alinhada com a perspectiva neoinstitucionalista³⁰, contribui para

²⁹ Nascimento (2001) e Little (2001) preferem chamar de tratamento, em lugar de resolução, dada a dinâmica social permitir que surjam, desapareçam e possam ressurgir com novas configurações.

³⁰ Novaes (2006) defende a opinião de existirem três vertentes dentro do neoinstitucionalismo. A primeira segue uma perspectiva mais racionalista e utilitarista das instituições. A segunda tem um caráter fortemente cultural,

analisar impactos advindos da incorporação de normas, regras e procedimentos sobre os padrões de comportamento dos indivíduos e das organizações. Tal perspectiva abre possibilidades para compreender como a adoção de novas normas pode influenciar os arranjos sociopolíticos instaurados (OSTROM, 1990; NOVAES, 2006), fornecendo um arcabouço conceitual condizente com uma realidade multifacetada que envolve amplo conjunto de atores – públicos, privados e não-governamentais – articulados em uma teia complexa de relações (NOVAES, 2006), a exemplo da conformação de mosaicos aludida por no contexto dos destinos turísticos.

À “boa” governança é creditado o papel de mais importante fator para erradicar a pobreza e promover o desenvolvimento, conforme Kofi Anan (1998).³¹ Especificamente no caso do turismo na Turquia, diversas ideias estão embutidas no conceito de governança, tais como a nova divisão do trabalho entre diferentes esferas do governo, da sociedade e do setor privado; novos tipos de cooperação; novos atores e parceiros no turismo e setores correlatos; novos arranjos, estruturas e formas de participação, comunicação e responsabilização (GÖYMEN, 2000).

Averigua-se correspondência entre as noções institucionalistas para a gestão de *commons*, de Ostrom (1990), e as ideias de Powell (1990) para a gestão de empresas. Afinal, Ostrom (1990) afirma que os bens comuns não precisam, necessariamente, ser gerenciados por coerção ou privatização. Powell (1990), por sua vez, afirma existir uma outra opção, que se contrapõe aos tradicionais modos conhecidos de a empresa se colocar no mercado, uma alternativa à inserção individual e à aquisição por outra empresa. Ambos os autores apontam coincidência ao ver uma terceira opção, que encara as trocas dentro de um contexto eminentemente formado por normas sociais que são guiadas por reputação, confiança e interesses mútuos, o que aparece como alternativa interessante para empresas de porte pequeno. Essa alternativa, em ambos os casos, perpassa a cooperação autônoma e negociada entre os atores. Isso remete à noção de que os arranjos institucionais (ou normas construídas) podem favorecer conquistas coletivas em detrimento da racionalidade individual egoísta, que poderia levar a um resultado coletivo prejudicial.

No contexto empresarial, a importância das instituições se reforça na medida em que, localmente, se compreende que a relação entre as MPE não se dá em um vácuo, nem é balanceada somente por mecanismos de preços. São as interações diretas entre as organizações que tornam necessárias instâncias de regulação (ABRAMOVAY, 2004).

A citada regulação não precisa ser necessariamente feita pelo ente governamental, como sugerem as discussões de Ostrom (2003) e Powell (1990). Governos não precisam,

enquanto a terceira alinha-se predominantemente com a perspectiva histórica. Por não ser a discussão do Neoinstitucionalismo o cerne do trabalho, tais diferenças não serão tratadas.

³¹ Annual Report, General Assembly. Disponível em www.unsystem.org/ngls/documents. Acesso em dez. 2006.

necessariamente, ocupar o lugar de liderança na construção de regras e de arranjos cooperativos. Gray (2007), porém, acredita que quando o governo convida para o debate pode estimular tais arranjos:

Quando governos têm regras claras de autoridade e parcerias para negociar a regulação, podem estimular que outros stakeholders (empresas, ONG, etc.) resolvam seus conflitos a favor do desenvolvimento sustentável (GRAY, 2007 p. 45)

A Teoria das Instituições apresenta rebatimentos no destacado trabalho de Putnam (2006) sobre capital social, assunto que será detalhado na próxima seção. Essa abordagem demonstra empiricamente a importância da comunidade cívica para o desenvolvimento de instituições eficientes, assumindo dois pressupostos principais: instituições moldam a política, a identidade, o poder e a estratégia dos atores; instituições são moldadas pela história.

3.3.4. Teoria do Capital Social: cooperação e confiança no desenvolvimento local

O conceito de capital social, conforme Borgatti e Jones (1998) não é homogêneo, e está ligado a linhas de pensamento distintas. Existem duas perspectivas principais que guardam em comum o entendimento de relações sociais como vantagens e que divergem no nível em que se constroem tais vantagens – individual ou coletivo. Como exemplo da primeira abordagem, o capital social é tomado como bem privado, pertencente aos indivíduos, a exemplo de redes de conhecidos profissionais. Já quando entendido como bem coletivo, refere-se às externalidades que as redes podem criar (BORGATTI e JONES, 1998; MARTELETO e OLIVEIRA E SILVA, 2004).

A segunda linha de argumentação, que tem seu ícone em Putnam (2006), oferece maiores subsídios para refletir sobre questões referentes às relações sociais e o desenvolvimento sustentável. Nessa visão, o capital social é visto como uma resposta ao dilema neoclássico da ação coletiva (ABRAMOVAY, 2000). O capital social é entendido como o resultado de conexões entre indivíduos que, por sua vez, refletem na coordenação humana e, conseqüentemente, nos diferentes desempenhos socioeconômicos dos locais (PRETTY, 2003; PUTNAM, 2006).

Os estudos de Putnam (2006) que popularizaram a nomenclatura capital social dizem respeito à coesão social, ao desenvolvimento regional e à sociedade cívica na Itália, valorizando perspectivas culturais, socioestruturais e de integração social. Entende-se, por essa teoria, que na medida em que o capital social diminui os custos de transação e as incertezas a cooperação fica facilitada. Em outras palavras, as relações de confiança fortalecem a cooperação e a redução dos custos de transação por causa das economias resultantes da falta de necessidade de monitoramento dos demais.

A cooperação institui “um seguro entre os parceiros” (BIRNBAUM, 1995, p. 263), indispensável para a criação de laços sólidos de confiança e a formação de uma verdadeira comunidade em que os participantes aderem a valores comuns ou a instituições. Sobretudo, a melhor solução para os envolvidos só pode ser alcançada “através da cooperação, da comunicação, de informação, de encontros permanentes” (BIRNBAUM, 1995, p. 263).

Dialogando com outras abordagens teóricas, as pressuposições que cercam a teorização do capital social levam a crer que a cooperação fica facilitada na medida em que os grupos são homogêneos, o que mostra a tendência a cooperar com os semelhantes, como já apontava Axelrod (1990), e quando a cultura política estimula a cooperação entre os indivíduos, o que está ligado às tradições históricas – o que pode nos remeter a North (1990). Fica claro que dentro da abordagem do capital social destacam-se quatro aspectos: (1) relações de confiança; (2) reciprocidade nas trocas; (3) regras comuns; (4) sanções/punições aos desvios.

Segundo Putnam (2006), a confiança lubrifica a vida social, na medida em que é o contexto para quaisquer transações, incluindo as econômicas, o que reduz as possibilidades de oportunismo e corrupção. A cooperação, normalmente, pede certo nível de confiança mútua para que alcance o resultado esperado, que tende a variar de acordo com o risco assumido e com o interesse dos participantes na ação (GAMBETTA, 2000).

Quando o capital social é alto em certos grupos, as pessoas têm segurança para investir coletivamente, pois sabem que as demais vão fazê-lo. Isso evita as limitações da ação coletiva quando se sabe da existência do carona, retomando contribuições de Olson. Em outras palavras, “confiar em alguém significa que mesmo que a pessoa tenha chances, não está propensa a agir de modo que cause danos a nós” (GAMBETTA, 2000, p. 216). Assim, as responsabilidades e obrigações mútuas geram um ambiente em que são reduzidos os custos de transação que dizem respeito à coerção, podendo aumentar a eficiência, coincidindo com a teorização de North (1990).

Confiança, por sua vez, é estudada por Locke (2001) segundo dois vieses:

- sociológico, na linha de Putnam (1996), em que é vista como construção histórica determinante para a cooperação e o desenvolvimento;
- econômico, principalmente baseado em Axelrod (1990), em que a confiança é tida como expressão do interesse individual, ou seja, uma resposta racional, em vez de cultural, dos atores ao ambiente em que vivem.

Locke (2001) entende que ambos os autores crivam uma linha de raciocínio muito estática e pessimista e faz a opção por uma abordagem entendida por ele como mais otimista. Em seus estudos empíricos com pequenos produtores na Itália e no Brasil, o autor conclui que confiança/cooperação pode ser criada mesmo em ambientes em que parece não existir previamente. Considerando a história do local, o baixo estoque de capital social e

falta de pré-requisitos, a cooperação surge porque os produtores constatarem que a falta dela e de confiança prejudicaria a competitividade de todos, e talvez inviabilizasse a indústria local, fazendo com que eles se reúnam por causa de interesses próprios (LOCKE, 2001). A partir das experiências narradas, três elementos são chaves para a construção da confiança e da cooperação: interesse próprio dos atores, em um primeiro momento; política governamental que encoraje manutenção das associações, em um segundo momento e, por fim, autogovernança que aja na perpetuação das relações e ações conjuntas (LOCKE, 2001).

“Cooperação e confiança, porém, não são sinônimos” (MACIEL, 2001 p. 287), ponto em que Locke (2001) pode ser criticado. A posição do autor é questionável a partir do resgate de situações em que existe cooperação mesmo que não haja confiança. O exemplo clássico seria a estratégia *tit-for-tat*, em que a regra é a reciprocidade, e não a confiança, para que se estabeleça a cooperação. Assim, pode ser considerada errônea tal superposição de conceitos.

Quando inserida a problemática da sustentabilidade como um padrão do desenvolvimento a ser promovido, o capital social é frequentemente referido como uma força motriz para obtenção de melhores indicadores tais como: incrementos econômicos, de saúde e educação, redução de taxas de criminalidade³² e gestão coletiva mais eficiente dos recursos naturais compartilhados (OSTROM, 1990). Há estudos que trazem evidências de que alto capital social está atrelado a melhorias econômicas e de bem-estar, visto que os grupos com maior conectividade tendem a ter rendas mais altas, melhores níveis de saúde e educação, além de mais ligações construtivas com o governo (PRETTY, 2003; MARTELETO, 2004). Gillinson (2004) coleciona exemplos que levam a crer que o capital social, em função da sua regra de reciprocidade, pode levar a impactos positivos de redução da pobreza e maximização da equidade, o que mostra ligações com dimensões socioeconômicas cruciais da sustentabilidade.

Quanto à dimensão ambiental, Ostrom (1990) leva a pensar na promoção da sustentabilidade ao afirmar que a intensidade de interações proporciona laços mais densos entre as pessoas. Assim, é possível aprender em quem confiar, como se organizar, desenvolver normas conjuntas e padrões de reciprocidade e possuir capital social para construir arranjos institucionais que resolvam os dilemas do uso dos bens comuns por meio do manejo comunitário. Entretanto, existem alguns efeitos danosos – inclusive do ponto de vista da sustentabilidade – em situações em que são encontrados altos índices de capital

³² Social Capital FAQ – The Saguaro Seminar for Civic Engagement in America: grupo formado por Putnam e colaboradores na Universidade de Harvard. Disponível em <http://www.hks.harvard.edu/saguaro/primer.htm>. Acesso em 28 mar. 2008.

social, como o encorajamento do etnocentrismo, a exclusão dos diferentes ao grupo (GILLINSON, 2004), a perpetuação de relações de exploração e desigualdade (PRETTY, 2003).

A suposição que embasa as inferências de resultados positivos para o desenvolvimento local é de que o “capital social captura a ideia de que vínculos sociais e normas são críticos para a sustentabilidade” (PRETTY, 2003, p. 1912). A noção de capital social recebe, no entanto, a crítica por seu uso indiscriminado (MARTELETO, 2004) e que, por vezes, soa como a “utopia perdida de toda sociedade” e a saída para todas as lacunas de desenvolvimento (GILLINSON, 2004, p. 27). Da literatura do capital social é também criticável a pressuposição do antagonismo entre cooperação e conflito. Como ilustração, tem-se a passagem em que Pretty (2003) afirma: “em uma sociedade [...] cheia de quebras e conflitos, arranjos cooperativos são menos propensos a emergir”.

3.3.5. Teoria da Dádiva: perspectiva do antiutilitarismo nas relações sociais

Na interpretação da realidade aparecem fragilidades internas aos pressupostos de racionalidade e utilidade, bem como na relação entre ambas como mostram Harsanyi (1977), Davis (1978) e Granovetter (1978). Ostrom (1990) e Axelrod (1990), por distintos meios de análise, concluem que a utilidade varia, já que indivíduos dão mais peso ao que aconteceu recentemente do que no passado; a potenciais perdas do que a potenciais ganhos; e aos custos imediatos em detrimento dos retornos futuros, todos componentes que servem para balizar as ações de cooperar ou os embates.

A Teoria da Dádiva tem como principal crítica o fato de o paradigma científico predominante ser condicionado por uma razão utilitarista. Ou seja, carregado da noção de que toda ação humana e social resulta de cálculos racionais com a tese dominante do sujeito egoísta e independente (CAILLÉ, 2001). Os afeitos ao individualismo metodológico e à racionalidade individual correntemente retrucam que toda ação, ainda que gratuita e incondicional, pode ser interpretada a partir do interesse, tornando a explicação mais instrumental (CAILLÉ, 1998). Teóricos como Axelrod (1990) e Locke (2001) ampliam a análise ao considerar que nem todas as escolhas de agir de modo cooperativo e conflituoso têm como fundo a razão, mas sim a emoção, os laços afetivos, a reputação e os valores morais.

Estudos sobre a Dádiva analisam o valor das trocas nas interações interpessoais e da reciprocidade estruturante na criação do tecido social (CAILLÉ, 1998; LANIADO, 2001; SINGER, 2001). Tal teoria encontra espaço exatamente onde o racionalismo utilitarista perde força explicativa, considerando as relações sociais: na limitação de todo tipo de ação ao momento do interesse, sem levar em conta os momentos do prazer, da obrigação e da espontaneidade (CAILLÉ, 2001).

A Teoria da Dívida³³, desde os seus primeiros passos com Mauss (1988), ressalta o papel da reciprocidade nas relações sociais, uma obrigação simbólica socialmente construída dentro da sociedade. Portanto, o que pontua a diferença entre as expressões para ações próprias do utilitarismo (estratégia e racionalidade) perante a lógica da dívida não é a falta de obrigação, mas sim de cálculo.

A postura crítica de Caillé (1998) a partir das contribuições de Mauss não subestima a força dos interesses materiais e utilitários ou afirma que os homens agem por “puro desprendimento”. Em contrapartida, nenhuma sociedade humana poderia ser suportada somente pelos contratos e registros utilitários. Afinal a solidariedade é indispensável a qualquer ordem social, e ela faz necessária a subordinação desses interesses materiais a uma regra simbólica (GODBOUT, 1998; 1999).

“Alguma solidariedade, alguma interação desinteressada e altruísta é indispensável à reprodução de qualquer sociedade” (SINGER, 2001, p. 101). Além da solidariedade, a cooperação e a privação individual em função do bem comum despontam como soluções para os problemas de conflito e os dilemas da ação coletiva, mesmo para autores apontados como utilitaristas pelos adeptos da Dívida. Mesmo Olson (1999) termina sua principal obra apontando que a solução para os dilemas da ação coletiva reside no altruísmo.

Atualmente, a crença de que se possam reduzir todas as normas sociais a cálculos instrumentais dos indivíduos deixa uma lacuna para a interpretação da realidade de modo mais complexo (CAILLÉ, 2001). A limitação da teoria fica reforçada quando se insere a problemática da sustentabilidade. Afinal, ainda que “o modelo do *homo oeconomicus* afirme que quando cada um otimiza seu interesse individual os membros de uma sociedade produzem o de bem-estar coletivo” (GODBOUT, 1998), a racionalidade individual das empresas ou dos indivíduos poderia redundar na tragédia dos comuns.

“Na economia capitalista, a regra de sociabilidade ‘deveria’ ser a competição, tanto entre empresas quanto dentro das empresas” (SINGER, 2001, p. 102). Mas, “o que faz funcionar as empresas e dá vida aos mercados econômicos não é a universal e abstrata lei econômica da oferta e da procura, mas a cadeia de (inter)dependências e relações de confiança de que são feitas as redes” (CAILLÉ, 1998).

Ademais, se a sustentabilidade aborda em grande medida um desafio ético (BURSZTYN, 2001) outros condicionantes podem estar subjacentes a essa questão, que não somente questões utilitaristas no uso e preservação dos recursos. Como discutido anteriormente, o valor intangível do ambiente, da cultura e da sociedade, além do compromisso com a equidade inter e intrageracional, podem ser considerados aspectos

³³ “O estudo da dívida, abordando o seu papel na produção e reprodução do vínculo social a partir da tripla obrigação de Dar, Receber e Retribuir foi iniciado por Marcel Mauss no *Ensaio sobre a dívida* (1924) e retomado nas últimas duas décadas por Alain Caillé e seus colaboradores na *Revue du MAUSS*, uma revista dedicada ao Movimento Antiutilitarista nas Ciências Sociais, na França” (MOTA, 2002).

simbólicos dessa preocupação, o que abre o olhar para a Dádiva como um possível componente da realidade.

No universo investigado, principalmente por se tratar de pequenos lugares com pequenas empresas locais, os elementos abordados podem ser relevantes para as relações sociais estabelecidas. As relações que envolvem as MPE, que antes de tudo são relações entre indivíduos que representam suas organizações, são vistas como permeáveis a questões de reciprocidade, solidariedade e outros laços como ligações familiares, amizades, etc. Dificilmente tais relações possam ser resumidas a trocas puramente racionais e estratégicas.

3.3.6. Teoria da Aglomeração: relações sociais entre empresas e desenvolvimento local

Uma intersecção entre visões de mercado e de relações sociais, especialmente de cooperação, entre empresas se dá na abordagem da Teoria da Aglomeração. Tal teoria busca explicar a localização concentrada de empresas em um dado território, sejam elas de pequeno ou grande portes. No âmbito de MPE, ela fundamenta estudos não somente de competitividade empresarial e estima resultados positivos para o desenvolvimento da localidade em que se encontram. As pressões por redução de custos e o aumento de produtividade impulsionaram a formação de novos arranjos empresariais voltados, principalmente, para maior cooperação dentro de um ambiente concorrencial acirrado (OLAVE e AMATO NETO, 2001). Ou seja, a cooperação surgida na aglomeração tem o nascedouro em relações de competição, e portanto de conflito comercial, com outras empresas, mostrando a interface entre as relações.

Embora tenha fundo territorial, pensar no espectro da aglomeração contempla relações entre empresas e busca explicar os resultados alcançados a partir da proximidade geográfica e da proximidade social que impulsionam. Afinal, contextos de aglomeração territorial de empresas pressupõem laços sociais e econômicos entre os participantes (PYKE e SENGENBERGER, 1993; 2002).

As raízes das concepções da aglomeração empresarial estão nos trabalhos de Alfred Marshall sobre aglomeração geográfica como fator que favorece a troca de conhecimentos e o fortalecimento da cooperação entre os atores locais (MARSHALL, 1982). Assim, dos relacionamentos de cooperação entre pequenas empresas, passou-se a esperar vantagens como economias de escala e escopo, redução dos custos de transação, promoção de desenvolvimento local e crescimento econômico.³⁴ De modo agregado, são esses os pilares que suportam a visão de *clusters*, distritos industriais, redes e APL (Arranjos Produtivos Locais) e as estratégias de desenvolvimento derivadas de cada uma dessas abordagens.

³⁴ Sobre o assunto ver Costa (1996); Orssatto e Hoffmann (1998); Casarotto Filho e Pires (1999); Galvão (2000); Amato Neto (2000); Cândido e Abreu (2000); Wanhill (2000); Dotto e Wittmann (2003).

As aglomerações territoriais de pequenas empresas passaram a ser valorizadas pelo entendimento compartilhado com outras áreas de pesquisa de que a proximidade geográfica estimula a proximidade social (TRAVERS e MILGRAN, 1969), catalisando os relacionamentos (CASSIOLATO e LASTRES, 2002; PYKE e SENGENBERGER, 2002). Os protagonistas desses sistemas são as empresas de micro, pequeno e médio portes, que mantêm relações de cooperação em torno de uma cadeia produtiva com a finalidade de construir vantagens competitivas para o local, a região e as próprias empresas.³⁵ Explica-se que as empresas de pequeno porte tendem a cooperar para obter vantagens de sinergia coletiva, como produtividade, inovação, redução dos custos das transações, melhorando o desempenho, angariando maiores lucros e aumentando a capacidade para ações coletivas. Aumentam, ainda, a participação no mercado e criam mais valor para o cliente.

Como externalidade da cooperação, adeptos da abordagem da aglomeração territorial entendem que ela pode produzir efeitos positivos na economia local.³⁶ Situações ilustrativas são encontradas no distrito industrial³⁷ de tecidos de Biella, na Itália; de algodão, em Tiruppur na Índia; têxteis, de Herning-Ikast, e de movelaria, de Salling, ambos na Dinamarca; de bens de capital, em Baden-Württemberg, na Alemanha; os clusters florestais, na Finlândia, entre outros. Eles são exemplos de reversão de situações de baixa competitividade empresarial e empobrecimento local para uma realidade de articulação e revalorização de empresas pequenas, dinamismo da região, seguidos por melhoria nas condições de remuneração e de trabalho, sofisticação do processo produtivo, com consequente acesso a mercados (GALVÃO, 2000).

Apesar de grande parte da literatura sobre o assunto ter sido originada em países desenvolvidos, os sistemas produtivos locais inspiram, recentemente, um melhor entendimento de seu papel nos países em desenvolvimento (CASSIOLATO e LASTRES, 2002; 2004). No Brasil, tem sido enfatizado o crescimento econômico e a redução das desigualdades por meio do potencial multiplicador das iniciativas de cooperação (HASTENREITER FILHO e SOUZA, 2004). Os órgãos relacionados a APL, não raro, trazem no discurso esse modelo organizacional como uma maneira de promover crescimento econômico, gerar novos empregos e, por conseguinte, produzir bem-estar social aos seus participantes e à comunidade local (BNDES, 2004; SEBRAE, 2005a; MDIC, 2006).

Algumas abordagens esclarecem a importância que os APL vêm adquirindo na geração de empregos e bem-estar social, crescimento econômico, exportações e

³⁵ Este argumento está presente em Casarotto Filho e Pires, (1999); Meyer-Stamer, (1999); Amato Neto (2000); Becattini (2002); Pyke e Sengenberger, (1993); Molina-Morales e Hoffmann (2002), Suzigan, Garcia e Furtado (2002); Andion (2003) e Pavlovich (2003); Cassiolato e Lastres (2002; 2004).

³⁶ (PORTER, 1998; AMATO NETO, 2000; FARAH JÚNIOR, 2001; BECATTINI, 2002; CÂNDIDO, 2002; MOLINA-MORALES, 2002; NORDIN, 2003; GULATI *et al.*, 2004).

³⁷ "Distritos industriais são redes locais de pequenas e médias empresas cuja competitividade está enraizada em um misto de relações sociais e econômicas" (CHIAVERSIO *et al.*, 2004), p. 1509.

desenvolvimento tecnológico, fazendo uma relação nítida entre eles e o seu potencial de gerar desenvolvimento local (SUZIGAN *et al.*, 2003). Em outras palavras, a literatura concentra-se em explicar a principal motivação para a constituição de relacionamentos cooperativos entre as empresas, como a busca pela competitividade, e em entender das políticas públicas industriais que os promovem.

A crítica à abordagem das aglomerações aponta que existe uma preocupação marginal com questões de sustentabilidade no padrão de desenvolvimento possibilitado pelos arranjos, ainda que atores que os promovam, como o Sebrae (2005a), justifiquem sua ação em APL por ser uma política de promoção de desenvolvimento sustentável.

Por fim, a explicação que a abordagem fornece para as relações entre as MPE – normalmente entendida apenas como a cooperação – deixa de lado os aspectos simbólicos, emocionais e de cognição que vão além de esferas estritamente econômicas ou políticas (NUNES e MARTINS, 2001). Ou seja, a teoria carrega a noção de que as MPE cooperariam desde que percebessem os resultados que podem ser alcançados, e abandona considerações de relações de conflito em que elas possam estar envolvidas, o que representa uma simplificação do mundo real. É difícil pontuar se essa vertente de literatura compreende que a cooperação surge e extermina quaisquer conflitos preexistentes ou se entende que é preciso exterminar os conflitos para que a cooperação nasça. Todavia, a articulação entre as relações tende a ser deixada de lado.

3.4. Um mosaico de teorias

Apegar-se a uma teoria é como escolher uma lente para olhar a realidade. Portanto, com o intuito de diversificar as lentes através das quais observa o campo empírico, foram levadas em conta várias teorias, mais ou menos convergentes. As teorias abordadas, quando postas em diálogo, conformam um mosaico interpretativo, mostrando que as relações sociais de cooperação e de conflito operam em contexto que as emulam e limitam. Tal contexto é formado por uma diversidade de questões intercomunicantes:

- *Normativo-legais* — um arcabouço formal de regras que permitem e proíbem determinadas atuações, sujeitando os transgressores à penalidade legal;
- *Regras sociais* — regras delineadas, muitas vezes informalmente, que comunicam o que é moral e socialmente aceito naquele contexto, bem como formas de punição aos desvios;
- *Histórico-sociais* — compreende os laços historicamente construídos que ligam as pessoas entre si e a determinados locais, conformando posturas sociais e regras;

- *Estratégicas* — no âmbito empresarial, compreende o arcabouço racional que permite à organização atingir seus objetivos de sobrevivência ou expansão por meio de suas relações e maximizar sua utilidade enquanto atende a seus interesses gerenciais;
- *Características e valores pessoais* — não somente o interesse e a racionalidade estão presentes nas relações sociais, mas também escolhas valorativas e ligadas às características e às escolhas do sujeito.

Cada teoria abordada, entendida como uma peça na composição do mosaico teórico do trabalho, mostra contribuições e limitações.

A Teoria dos Jogos oferece uma abordagem interessante para interpretar a coexistência entre cooperação e conflito. Dentro dessa perspectiva a cooperação surge como uma saída para o conflito, em que as utilidades individuais são maximizadas, encontrando uma solução ótima para cada envolvido. Um dos elementos mais interessantes que emerge com essa teoria é a consideração da *reciprocidade* – e não necessariamente da confiança – e das *interações repetidas* como fundamentais para emergir a cooperação entre indivíduos. Contudo, a teoria oferece limitações, tais como: a falta de informações perfeitas do mundo real; as possibilidades de coalizão; os jogos se darem com uma enorme multiplicidade de atores, no lugar de apenas dois; os interesses não serem sempre claros para os indivíduos, e a falta de consideração de quaisquer outras motivações que não os interesses racionais. Ademais, mostra que os resultados ótimos para os indivíduos podem ser diferentes dos resultados coletivos considerados ótimos, o que afeta diretamente a preocupação com resultados favoráveis à sustentabilidade.

A Teoria da Ação Coletiva de Olson (1999) contribui sobremaneira, ao oferecer uma análise de problemas que indivíduos enfrentam para cooperar ou encarar o conflito de modo organizado e alcançar benefícios coletivos. Contribui para a abordagem do trabalho, ao considerar que a existência do *free rider* e os *tamanhos de grupos* afetam as relações sociais. Interessante pensar que as MPE formam um grupo grande, logo, com dificuldades e poucos recursos para pressionar outros a participarem por meio da seletividade dos benefícios. Isso fica dificultado em face dos resultados favoráveis à sustentabilidade, considerados como difusos ou coletivamente partilhados pelas empresas, comunidades e outros atores. Contudo, uma das limitações da teoria é a consideração exclusiva do mesmo pressuposto da Teoria dos Jogos: a completa racionalidade dos indivíduos no que diz respeito à maximização de seus interesses.

A Teoria das Instituições contribui para esta pesquisa ao discutir regras e normas na *regulação* das relações sociais, complementares ao Estado e alternativas ao mercado, quando entendido no sentido restrito das células empresariais isoladas que interagem de modo antagônico em uma arena impessoal. Nesse contexto, a abordagem abre o espectro de análise para novas formas de governança, nas quais poderiam ser situadas as ações

conjuntas entre MPE, que têm potencial de gerenciar bens coletivos, tais como as áreas naturais onde ocorre o turismo na Costa Norte. A necessidade de regular as interações de distintas maneiras está fortemente ligada à preocupação deste trabalho: promover resultados coletivamente positivos, tendo em vista que a ação racional de cada indivíduo não assegura que resultados favoráveis à sustentabilidade sejam alcançados. Portanto, esta abordagem contribui ao incluir no espectro de análise não só uma perspectiva mais ampla do que interesses individuais, mas também interesses coletivos difusos.

Assume-se que é forte a presença do componente *interesse* na decisão de cooperar ou de entrar em conflito, sejam eles interesses individuais ou coletivos, recaindo em um tipo de jogo *misto* de que trata Rapoport (1998). Dentro do foco de análise da pesquisa, se por um lado espera-se que o empresário do turismo tenha interesse em maximizar sua lucratividade, por outro imagina-se que esse mesmo ator participe do objetivo coletivo, compartilhado por muitos outros atores, de manter o destino atrativo, competitivo no mercado do turismo e sustentável em seus aspectos não só econômicos, mas sociais e ambientais. Isso poderia assegurar o objetivo individual a longo prazo, bem como responder à persecução de um suposto interesse da sociedade como um todo. Então, é coerente conceber que categorias de interesses diferentes, individuais e coletivos, interajam e levem os atores a assumir posicionamentos distintos, resultando em consensos ou dissensos que, por sua vez, potencializam relações de cooperação e conflito. Possivelmente, a configuração entre interesses e motivações distintos obtenham resultados também distintos.

Admite-se também que a construção das normas sociais se dá dentro de um contexto próprio e condiciona o desenvolvimento do território, mostrando interface da economia institucional com a Teoria do Capital Social, que é possivelmente a teoria apresentada que mais desperta seguidores e rivais. Pensar em capital social contribui para o trabalho, na medida em que traz relações de cooperação e confiança alinhadas com a preocupação com o desenvolvimento local. Essa perspectiva é bastante influente nas discussões de sustentabilidade. Entretanto, vê-se que, dentre as teorias revisadas, é a que menos dá conta da coexistência entre cooperação e conflito como faces da mesma moeda e que atribui fortemente uma conotação positiva aos resultados que a cooperação possibilita, descartando o conflito.

A teoria da escolha racional oferece subsídios para pensar relações entre empresas, como é foco da pesquisa, já que elas são entes do mercado possivelmente mais conectados à dimensão econômica. Ela não vai além do interesse como atributo causador das relações, além de assumir sempre a intencionalidade e a consciência na ação dos atores, resultando em um espectro limitado para entender ações coletivas atuais (BOSCHI, 1987; BIRNBAUM, 1995). Entretanto, considera-se ser necessário absorver outros padrões de relacionamento. O que torna a visão racionalista do mundo insuficiente é a existência de fatores emocionais,

riscos, incertezas e informação limitada por parte dos atores ou jogadores envolvidos (HARSANYI, 1977). Na busca por compreender as relações sociais entre micro e pequenas empresas e delas com outros entes, a Teoria da Dívida permite ampliar o espectro de análise para *além da teoria da escolha racional*, alcançando outros componentes não-econômicos como parte das interações.

A Teoria da Aglomeração é a que mais se dedica à consideração de relações sociais entre empresas, e de suas interações com o desenvolvimento local. Não por acaso essa é a teoria de fundo em políticas públicas orientadas para estímulo de ações cooperativas entre MPE, com intenção de gerar externalidades positivas. Ainda que a teoria em suas origens considere a organicidade de cooperação e competição no mesmo território, imprescindível para a análise aqui empreendida, as suas aplicações práticas e discussões recentes têm subestimado o conflito.

As diferentes abordagens que tratam da cooperação e do conflito indicam uma diversidade de fatores a influenciar o modo como essas relações são estabelecidas e, por corolário, os resultados que podem ser obtidos delas. Cada uma das teorias supracitadas contribui para identificar uma das facetas que constituem o objeto de estudo da tese. No entanto, nenhuma delas dá conta da totalidade dos aspectos contidos neste objeto, o que leva a apontar que, isoladamente, elas são limitadas. Assim, cada uma das teorias tem de ser acionadas, e todas têm de estar presentes. No seu conjunto, elas criam as condições para identificação e análise das diversas partes que compõem o mosaico das relações sociais entre empresas de destinos turísticos, no intuito de entender em que medida suas ações contribuem, ou não, para a construção da sustentabilidade onde estão inseridas.

CAPÍTULO 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O Capítulo 3 tem como objetivo expor os métodos e as técnicas empregados na pesquisa.

A complexidade inerente ao estudo do turismo leva Walle (1997) a enfatizar a importância de uma “abordagem eclética na escolha de métodos”. O autor sugere o uso conjunto de abordagens qualitativas e quantitativas. Especificamente tratando de relações entre organizações no turismo, Selin e Beason (1991, p. 650) recomendam que “futuras pesquisas acerca de relações interorganizacionais no campo do turismo não deveriam basear-se exclusivamente em métodos quantitativos”. Os autores entendem que isso ocorre em razão da necessidade de reconhecer novas questões nesse campo, e de trazê-las para a linha de frente das pesquisas e da construção de teorias. Influenciada por essa argumentação, a pesquisa se vale do diálogo entre abordagens qualitativas e quantitativas. Em uma visão geral, o estudo é constituído por três etapas:

- a) *Exploratória*, com emprego de observação direta do local e contatos preliminares com os dados secundários e, sobretudo, com os atores sociais do turismo da Costa Norte por meio de entrevistas não-estruturadas;
- b) *Qualitativa*, por meio de entrevistas semiestruturadas com atores sociais predefinidos do turismo da região;
- c) *Quantitativa (survey)*, sobre as relações de conflito e cooperação dos atores na região, a partir do ponto de vista das empresas de turismo.

1. ETAPA I: PESQUISA EXPLORATÓRIA

Tendo em vista o alcance dos objetivos específicos 1 e 2 da pesquisa – caracterizar o sistema de turismo da Costa Norte e identificar os principais atores sociais do turismo nos destinos em estudo –, foram realizados:

- Levantamento de dados secundários por meio de investigação documental-bibliográfica (BARBETTA, 1998);
- Entrevistas não-estruturadas durante três visitas exploratórias de campo ocorridas em outubro de 2006, novembro de 2006 e maio de 2007.

No total, esta fase englobou 36 entrevistas presenciais não-estruturadas, além da análise bibliográfica e documental (Apêndice **A**). Nas entrevistas desta fase foram abarcados atores de todas as categorias preestabelecidas nos três estados que compõem a Costa Norte e visitados 9 municípios dentre os 12 componentes da região.³⁸

³⁸ Não foram visitados apenas os municípios de Água Doce do Maranhão (MA), Cajueiro da Praia (PI) e Barroquinha (CE), em razão da dificuldade de acesso à época das visitas exploratórias.

Durante esta etapa solicitou-se aos entrevistados que indicassem outros atores sociais relevantes para o turismo no local e na região, ampliando os contactos e desenhando uma rede de relações existentes no âmbito da região e para fora dela. Os dados foram empregados para a construção da contextualização do local de estudo, bem como para consolidar a identificação de atores sociais-chaves a serem contactados ao longo da pesquisa, organizados em um banco de dados para as próximas coletas de dados primárias necessárias à investigação. A etapa foi útil para reconhecer a dinâmica do turismo nos destinos e no roteiro, verificar a conformação da cadeia produtiva do turismo na região, identificar as especificidades e diferenças entre as localidades, mapear os primeiros conflitos e ações de cooperação.

2. ETAPA II: PESQUISA QUALITATIVA

A segunda etapa iniciou-se, em maio de 2008, com visitas a 11 municípios dentre os 12 componentes da região e as capitais dos estados. As entrevistas semiestruturadas desta etapa tiveram o objetivo de apurar as percepções dos atores locais sobre os impactos vinculados ao turismo nas localidades, bem como iniciar o entendimento sobre cooperação e conflito entre os atores sociais do turismo visando colher insumos para a produção do questionário para a próxima etapa da pesquisa.

Os entrevistados nesta etapa foram aqueles inseridos no banco de dados de atores sociais relevantes para o turismo na região, elaborado ao longo da pesquisa exploratória. Para a seleção dos atores, levou-se em consideração a representatividade nos grupos sociais em estudo (DUARTE, 2002) e a potencial influência de atores externos aos locais sobre as MPE do turismo ao longo do roteiro.

A saturação foi empregada como critério para estipular a amostragem de entrevistados. Isso significa basear-se no grau de recorrência e divergência das informações que aparecem ao longo das entrevistas. Elas devem ser continuadas enquanto aparecerem “dados originais ou pistas que possam indicar novas perspectivas à investigação” (DUARTE, 2002, p. 144) e finalizadas quando houver significativa redundância (FONTANELLA *et al.*, 2008). O ponto de saturação desta etapa da pesquisa se deu com 53 entrevistados (Apêndice **B**). Na medida em que os depoimentos eram colhidos, as informações foram organizadas e analisadas à luz do objeto da investigação. Assim, o trabalho desta etapa foi interrompido quando se julgou que era possível: a) Identificar os impactos positivos e negativos vinculados ao turismo nas localidades, b) Perceber características das iniciativas de cooperação e o modo como os atores sociais se comportavam diante do tema, c) Reconhecer configurações dos conflitos que envolviam as MPE do turismo e as reações dos entrevistados em face do assunto.

As entrevistas foram realizadas pela pesquisadora e seguiram o roteiro composto pelas seguintes questões:

1. Atualmente, qual é o principal problema ligado a sua atividade/ocupação?
2. Quais são os principais problemas da cidade?
3. Quando é a alta/baixa estação do turismo na cidade?
4. Quais são os principais benefícios do turismo para a cidade?
5. Quais são as associações, comissões, redes, comitês, conselhos, fóruns voltados para o turismo na cidade de que sua organização participa?
6. Existe trabalho conjunto entre as empresas de turismo daqui?
7. Quais são os principais pontos de discordância/atritos/conflitos entre a comunidade, empresários e poder público em relação ao turismo?

Para a realização da entrevista, representantes governamentais e de entidades de fomento/apoio foram contatados previamente para agendamento. Algumas entrevistas ocorreram durante o II Seminário Internacional de Turismo Sustentável³⁹ e os demais contatos foram estabelecidos no próprio local de trabalho.

Anotações foram tomadas no diário de campo durante as entrevistas.⁴⁰ As respostas foram organizadas e categorizadas de acordo com o tema a que se referiam: problemas do turismo; impactos positivos; impactos negativos; cooperação e conflito. Os dados coletados ofereceram substrato para a construção do quadro de impactos positivos e negativos do turismo nas regiões de Jericoacoara, do Delta do Parnaíba e dos Lençóis Maranhenses. Também serviram para apurar a compreensão da pesquisadora sobre a dinâmica do turismo na região e, sobretudo, como subsídios para a interpretação situada dos dados quantitativos.

Ainda nesta etapa percebeu-se um baixo retorno sobre a questão de conflito. Aparentemente por ser uma questão muito aberta e direta para um assunto sobre o qual as pessoas evitam tratar. De modo análogo, foram obtidas respostas evasivas para questões de cooperação, mostrando a necessidade de compor uma ferramenta de levantamento de dados mais estruturado. As conclusões foram utilizadas para guiar a concepção do instrumento de coleta de dados da fase subsequente.

Ademais, considerando o conhecimento obtido nesta etapa, optou-se por incluir somente as localidades-âncora do turismo da Costa Norte, definindo-se assim o campo da próxima fase da pesquisa. Afinal, é nesses locais que se concentra a maioria expressiva das empresas que interessam a este estudo já que tais áreas são as mais expressivas regionalmente quanto à atividade turística. Aliado a isso, uma maior presença de empresas

³⁹ Na cidade de Fortaleza, no período de 12 a 15 de maio de 2008.

⁴⁰ Optou-se por evitar a gravação, para não inibir o entrevistado. Também optou-se por suprimir os nomes dos entrevistados.

de turismo aumenta a expectativa da existência de conflito e cooperação que dizem respeito aos atrativos e recursos do turismo localmente.

O Quadro 7 resume os principais aspectos metodológicos da etapa qualitativa da pesquisa.

Aspectos metodológicos da etapa II: pesquisa qualitativa	
Área geográfica	São Luís (MA), Fortaleza (CE), Teresina (PI) Região dos Lençóis Maranhenses (MA): Tutóia, Água Doce do Maranhão, Paulino Neves e Barreirinhas Região do Delta (PI): Cajueiro da Praia, Luís Correia, Ilha Grande, Parnaíba Região de Jericoacoara (CE): Jijoca de Jericoacoara, Camocim, Barroquinha
Coleta de dados	Entrevistas guiadas por roteiro semiestruturado
Amostra	Ponto de saturação: 53 entrevistados
Pesquisa de campo	Maior de 2008
Informantes	Representantes do poder público local e estadual ligados a turismo e meio ambiente Representantes de associações empresariais e da sociedade civil, cooperativas e ONG que atuam na região Representantes de organizações que apoiam e fomentam o turismo e as MPE Trabalhadores do turismo Proprietários ou gerentes de empresas ligadas ao turismo Pesquisadores que estudam a região
Análise dos dados	Recorrência de opiniões organizadas por categorias temáticas, grau de incidência e divergência, e lacunas

Quadro 7 – Resumo dos aspectos metodológicos da investigação qualitativa
Fonte: pesquisa da autora

3. ETAPA III: PESQUISA QUANTITATIVA (*SURVEY*)

A terceira etapa oferece subsídio para atender aos demais objetivos específicos da pesquisa. Nela foi realizado um *survey* utilizando-se de entrevistas individuais com empresários de MPE do turismo em Barreirinhas, Parnaíba e Vila de Jericoacoara. O foco do estudo recaiu sobre as três citadas localidades pelo fato de serem os destinos turísticos da Costa Norte, enquanto os demais locais operam essencialmente como rota de trânsito do roteiro.

A aplicação dos questionários foi realizada entre setembro e novembro de 2008⁴¹ com os seguintes objetivos em cada localidade:

- Conhecer as relações sociais de cooperação e conflito entre os empresários;
- Identificar relações das MPE com os demais atores a partir da perspectiva dos empresários;
- Investigar envolvidos nas relações, bem como suas razões e os resultados alcançados.

⁴¹ Parnaíba: 02 a 28/09 e 03 a 12/11; Barreirinhas: 22/9 a 27/9; Jericoacoara: 15/10 a 20/10.

3.1. Universo da pesquisa

As empresas foram as unidades de análise desta etapa da pesquisa, sendo incluídas aquelas com atividade principal de hospedagem, alimentação, transporte turístico, pacotes receptivos (passeios e guias) ou uma combinação entre tais atividades.⁴² O público informante foi composto por proprietários/sócios ou gerentes de empresas, considerados interessantes para a problemática do estudo, já que são eles que interagem com outros produtores do turismo no destino e detêm conhecimento mais profundo sobre as dinâmicas das relações locais das MPE.

Para compor o universo da pesquisa, ou a população-alvo (BARBETTA, 1998), procedeu-se à diversificação de fontes por meio da coleta de listas cadastrais diversas.⁴³ Foram coletados cadastros em órgãos que lidam diretamente com o turismo local ou regional, a saber: secretarias de turismo locais; Sebrae local e estadual; lista telefônica local onde disponível; Guia Quatro Rodas 2008; ABIH estaduais para meios de hospedagem, e Ministério do Turismo⁴⁴ para estabelecimentos de alimentação.

Para cada local foi também estipulada uma *cobertura geográfica* com o intuito de priorizar os locais de circulação expressiva de turistas. Essa informação foi apurada nas visitas para observação das localidades e em conversas com componentes da indústria do turismo local. Assim, em **Jericoacoara** foram consideradas todas as empresas das atividades preestabelecidas no espaço da vila, em detrimento da sede municipal. Em **Parnaíba**, por sua vez, incluíram-se todos os meios de hospedagem e receptivos, porém apenas os restaurantes sediados na Beira-Rio, no Centro – perpassando as principais avenidas da cidade (Avenidas São Sebastião e Nossa Senhora de Fátima) e nas imediações da estação rodoviária. Em **Barreirinhas**, incluíram-se todos os hotéis e agências de receptivo; no que diz respeito aos restaurantes, apenas os localizados no Centro, na Beira-Rio e na praia do Caburé, conforme imagens dos municípios (Figura 10).⁴⁵

⁴² Os atrativos turísticos principais não foram incluídos como alvos do *survey* por se tratar de unidades de conservação ou atrativos de uso comum que não contam com gestão privada. Da mesma forma, os turistas não foram incluídos, em virtude da opção por estudar as relações sociais entre micro e pequenas empresas de turismo a partir do ponto de vista dos empresários.

⁴³ O banco de dados mais completo sobre empresas de turismo da região foi aquele disponibilizado por Sebrae *et al.* (2006). Tais dados mostravam 187 empresas nas atividades de hospedagem, alimentação e receptivo nas três localidades. Entretanto, averiguou-se que a lista era dedicada a compilar empresas que participam de ações empreendidas no âmbito do roteiro, organizadas pelo Sebrae, MTur e Senac. Ou seja, excluía aquelas que tendem a não participar das atividades promovidas por tais entidades, o que poderia enviesar os resultados da pesquisa em se tratando de cooperação e conflitos das empresas. Em outras palavras, existia a necessidade de também abordar empresas que tendem a não participar de ações conjuntas, tendo em vista a representação mais fidedigna da região.

⁴⁴ A partir da base de dados do programa Alimento Seguro para estabelecimentos de alimentação disponíveis em Barreirinhas e Jericoacoara.

⁴⁵ As imagens aqui expostas são resultado das maiores aproximações encontradas dos municípios em bases geográficas disponíveis ao público via internet. Acesso: maio 2009.

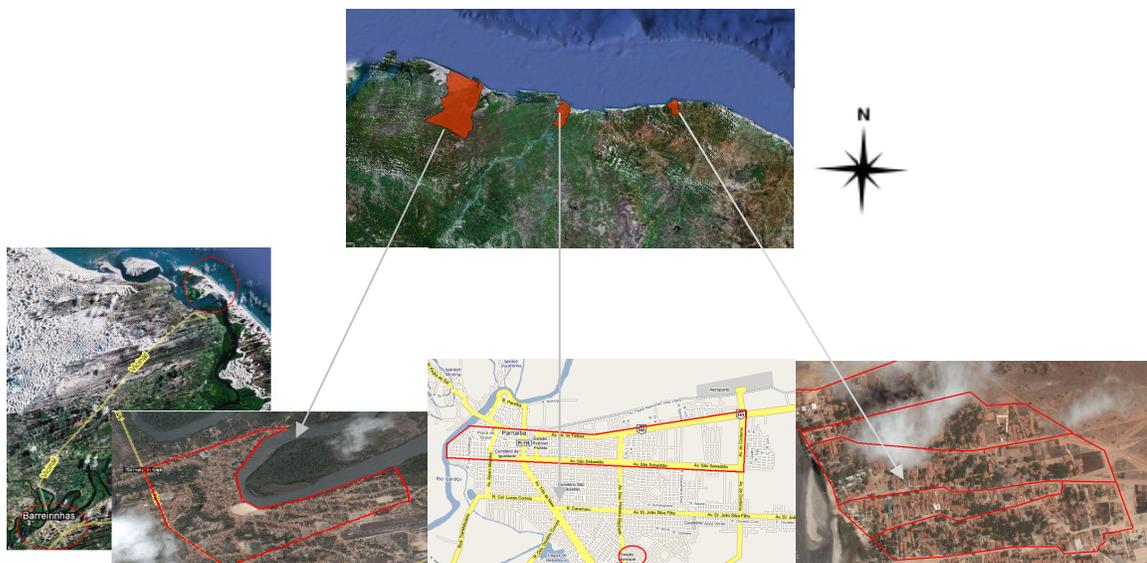


Figura 10 – Áreas pesquisadas dos municípios

Fonte: Google Earth – sem escala

Dentre essas empresas, foram *excluídas* do universo da pesquisa aquelas consideradas inexistentes (não encontradas no endereço registrado) ou inoperantes (portas fechadas nas três visitas ao local). Esse filtro foi relevante em razão da reconhecida taxa de mortalidade no universo de micro e pequenas empresas no Brasil. Também foram excluídas as MPE que alegaram, no início do questionário, que tinham moradores como seus principais clientes, em vez de turistas e/ou viajantes. Afinal, entendeu-se que tais empresas não faziam parte do setor de turismo. Por outro lado, durante o trabalho de campo foram *incluídos* no universo 61 novos elementos que atendiam aos dois requisitos estipulados (atividade da empresa e localização na cidade). Ao final desse processo, o universo consistiu em **235** elementos, distribuídos conforme a Tabela 5.

Tabela 5 – Universo do *survey* e respondentes válidos

Local	Universo da pesquisa	Respondentes válidos
Barreirinhas	71	61
Parnaíba	47	42
Jericoacoara	117	110
TOTAL	235	213

Fonte: pesquisa da autora

No total, **213** empresas responderam ao questionário de modo válido, gerando um índice de resposta de **90,6%**. A diferença entre o número de empresas do universo do estudo e de respondentes⁴⁶ é explicada por três fatores:

- declaração de falta de interesse em participar da pesquisa;

⁴⁶ Para detalhes sobre a composição do universo e os não-respondentes, consultar Apêndice C.

- falta de disponibilidade de proprietário/sócio ou gerente para responder ao questionário após 3 visitas da equipe;
- proprietário ter respondido anteriormente para outro negócio, também de sua propriedade.

3.2. Instrumento de coleta de dados: concepção, pré-teste e questões

O instrumento de pesquisa foi concebido nos meses de julho e agosto de 2008 com influências de Costa (1996), Souto-Maior (2005) e Franco (2007), trabalhos vinculados às relações de parceria entre pequenas empresas. Foram adotados também elementos sugeridos por Nascimento (2001) para a análise das relações de cooperação e conflito. Contribuições para o instrumento de pesquisa também foram obtidas a partir dos questionários desenvolvidos para o *survey* de pequenas empresas de turismo empreendido na Nova Zelândia (PAGE *et al.*, 1999). Foram incorporadas ainda contribuições dos questionários aplicados na PESB (Pesquisa Social Brasileira) empreendido por Almeida (2007), pois seu trabalho aborda dinâmicas sociais próprias do Brasil.

Após desenhado, o questionário foi testado em quatro ocasiões nas cidades de Barreirinhas, Parnaíba e Tutóia no mês de agosto de 2008. O pré-teste revelou algumas dificuldades operacionais. A partir do pré-teste o questionário passou por simplificações sucessivas a cada aplicação, na busca de oferecer um instrumento acessível ao perfil do empresário procurado e de reduzir o tempo de entrevista de 45 minutos para uma margem de 15 a 20 minutos. Para tanto houve a redução significativa da quantidade de questões; abolição dos cartões de apoio a resposta; as escalas e a linguagem foram simplificadas; as opções de resposta foram reduzidas em quantidade e complexidade. A retirada das palavras *cooperação* e *conflito* do questionário foi a medida mais importante. Afinal, eram termos excessivamente complexos e que abriam possibilidade para uma margem ampla de interpretação. Além disso, inibiam os entrevistados e soavam como termos muito vagos, pelas reações dos entrevistados. Ambos os conceitos foram traduzidos em aproximações mais simples e menos pejorativas no uso cotidiano.

Conforme a contribuição da literatura de arranjos interorganizacionais, termos como parcerias, cooperação e colaboração são adequados, ao lado de descrições como arranjos cooperativos, colaborativos, interorganizacionais, coordenados (HUXHAM *et al.*, 2008). Para cooperação optou-se por utilizar: parcerias, ações com outras empresas, atividades conjuntas. Para o conflito optou-se por utilizar: atrito, problema e desentendimento. Afinal, percebeu-se uma tendência às respostas evasivas quando o termo conflito aparecia, bem como a tendência a negar qualquer envolvimento.

Por fim, o questionário final (Apêndice E) foi desenhado em cinco blocos. Conforme sugere Kerlinger (1979), os constructos foram transformados em indicadores observáveis. O Quadro 7 apresenta os temas e variáveis que compõem o questionário.

Temas dos Blocos	Variáveis
1. Perfil da empresa/proprietário	Função na empresa Atividade principal da empresa Perfil dos clientes: origem e motivação da viagem Acesso ao mercado turístico Faturamento advindo do turista de lazer Ano de início das atividades Número de funcionários: alta e baixa estações Motivações para iniciar o negócio Relação com o local: tempo de residência e intenção de permanência na cidade Outras atividades profissionais Cursos realizados
2. Relações no Destino (ambiente)	Parcerias e Conflitos entre empresários do turismo Resolução de conflitos Disputa desleal Associações empresariais ativas na cidade Sazonalidade dos conflitos e das parcerias Conflitos de empresários do turismo com órgãos ambientais, com governo local e com moradores
3. Relações da Empresa	Participação em associações locais Ações conjuntas com outras empresas locais do turismo Motivações para participar e resultados das parcerias Principais parceiros e principais conflitos Motivações e resultados dos conflitos
4. Cadastro	Nome da empresa e do respondente Formalização da empresa Origem, escolaridade, gênero e idade do respondente Contatos: e-mail, endereço, telefone. Receber retorno da pesquisa
5. Informações Complementares	Duração da aplicação do questionário Dificuldades de resposta Observações complementares absorvidas na entrevista

Quadro 8 – Temas e variáveis do questionário

Fonte: pesquisa da autora

A aplicação de cada questionário teve a média de duração de 18 minutos, atingindo a meta prevista. No total, somaram-se 64 horas de interação com entrevistados nesta etapa.

Para a aplicação do questionário foram selecionados e treinados três pesquisadores. O treinamento consistiu na leitura crítica do projeto de pesquisa, fornecimento de manual de preenchimento do questionário e reuniões para esclarecer dúvidas e debater acerca do instrumento de pesquisa, para então ser realizada uma simulação de entrevista. A aplicação dos questionários era acompanhada por meio de reuniões virtuais periódicas e relatórios de campo.

Os dados originários do formulário foram preparados e tratados com o suporte do *software* SPSS 16.0 para os dados categóricos e escalares. As questões fechadas foram inseridas na base de dados do SPSS de acordo com uma codificação estabelecida. As

questões abertas do formulário, principalmente ligadas às questões que continham a opção *outros*, foram tabuladas conforme a recorrência das ideias centrais apresentadas. As respostas ligadas à representação das redes sociais tiveram os nomes citados recodificados e as relações representadas em planilha que dialoga com os *softwares* UCINET e Netdraw. Os dados passaram por varreduras a fim de detectar erros de tabulação antes dos procedimentos de análise.

3.3. Análise dos Dados

Os dados quantitativos provenientes do formulário foram tratados de acordo com dois amplos conjuntos de técnicas: *estatísticas*, com uso de análises uni, bi e multivariadas; *ferramentas de análise de redes sociais*.

Do ponto de vista estatístico, quatro tipos de testes foram empregados: de associação, de comparação de médias; de correlação e de discriminação de variáveis. Todos assumiram o nível de confiabilidade de 95%, gerando recusa da hipótese nula e aceitação da diferença entre as médias a uma significância bilateral (p) com valor abaixo de 0,05, como é amplamente aceito nas ciências sociais (BARBETTA, 1998; MALHOTRA, 2001; NORUSIS, 2002).

As *medidas de associação* entre variáveis categóricas (nominais e ordinais) foram calculadas utilizando-se o Qui-quadrado (Q) e o Coeficiente de Contingência (C)⁴⁷, usados de modo combinado porque o Q permite apenas verificar se há independência entre as variáveis categóricas. Portanto, quando é aceita a associação, com a recusa da hipótese nula (a partir da significância bilateral de Q abaixo de 0,05), procedeu-se ao cálculo de C para verificar o grau de associação entre as variáveis.

O valor de C, por sua vez, está sempre entre 0 e 1, nunca alcançado o máximo valor (MALHOTRA, 2001; NORUSIS, 2002). Barbetta (1998) sugere que, quando o valor de C for 0, fica demonstrada completa independência entre as variáveis, e valores próximos de 0 indicam associação fraca. Já quando o valor aproxima-se de 0,5, fica indicada associação moderada. Por fim, o valor de C próximo de 1 indica associação forte. Sabe-se que seu valor é influenciado pela variação do número de linhas e colunas da tabela que serviu de base para seu cálculo. Como exemplo, para tabelas 3 x 3, o valor máximo que C pode adquirir é 0,81 (MARTINS, 2002), enquanto para tabelas 4 x 4 o máximo é 0,87 (NORUSIS, 2002). Para fins de simplificação e clareza deste estudo, julgou-se apropriado uniformizar os parâmetros para C (Apêndice F).

⁴⁷ A associação entre variáveis escalares teve uso restrito no trabalho em função da natureza predominante de variáveis nominais e ordinais. Mas, quando empregada, foi calculada com o uso do R de Pearson. R pode variar de -1 a 1 e mostra a linearidade da associação entre variáveis escalares, a exemplo, neste estudo, da associação entre idade da empresa e número de funcionários.

Já as medidas de *comparação de médias* possibilitam testar a semelhança entre grupos, levando em consideração as diferenças entre as médias e a variabilidade interna das amostras (BARBETTA, 1998; NORUSIS, 2002; BISQUERRA *et al.*, 2004). Para tanto, empregou-se o teste *t* para duas amostras independentes e a Análise de Variâncias (ANOVA), tendo em vista a necessidade de comparar três localidades.⁴⁸

Seguindo-se ao teste ANOVA – que indica se há diferença entre médias de mais de duas amostras independentes –, procedeu-se a um teste que detectasse onde reside a diferença. Nesse caso, o trabalho valeu-se de dois testes distintos: (1) Bonferroni, para variâncias idênticas, ou seja, quando a significância bilateral (ρ) do teste ANOVA é inferior a 0,05; (2) Tamhane, para variâncias diferentes das amostras nas variáveis analisadas, ou seja, ANOVA com ρ maior ou igual a 0,05. Ambos os testes trabalham com a análise de pares, permitindo inferir quais dos itens pareados diferem de modo significativo (NORUSIS, 2002).

Técnicas estatísticas multivariadas foram empregadas na interpretação dos dados porque permitem relacionar diversas variáveis simultaneamente e reduzir sua dimensionalidade para a interpretação (KERLINGER, 1979; PEREIRA, 2001). As técnicas utilizadas foram a Análise de Correspondência, ao lado de uma combinação de Regressão com a técnica de Análise Discriminante.

A *Análise de Correspondência* foi utilizada para representar graficamente o relacionamento entre variáveis nominais ou ordinais com amplo número de categorias sobre dada variável independente, já que permite desenhar um plano multidimensional para interpretar a proximidade entre as variáveis. Essa técnica auxilia a resumir os dados e fornece uma noção gráfica interessante ao plotar os pontos e sua proximidade com determinada característica a partir da estatística Q.

A *Regressão* se prestou como um passo intermediário, fornecendo indícios sobre relações entre variáveis. Ela foi utilizada com o fundamento da correlação bivariada, representada na matriz de correlação, revelando quais variáveis independentes ajudam a conhecer determinada variável contínua ou categórica. Foi empregado teste τ_b de Kendall, que necessitou da transformação das variáveis categóricas em *dummies* (MALHOTRA, 2001). Ou seja, em opções binárias que indicam ausência ou presença (0,1) (MAINLY, 2000; AÑAÑA *et al.*, 2008).

Após a composição da matriz bivariada de regressão utilizou-se a *Análise Discriminante*. Ela serviu para diferenciar as cidades em termos de suas ações de cooperação e principais conflitos, razões e resultados. Essa técnica, orientada para separar

⁴⁸ Foram adotados os pressupostos de que a distribuição normal pode ser aceita na maioria das distribuições nas ciências humanas (BISQUERRA *et al.*, 2004) e que, as variâncias mesmo que não homogêneas podem ser corrigidas pelo fator de Levene.

grupos a partir das medidas disponíveis por meio de combinações lineares entre as variáveis, é mais simples e adequada para quando já se conhecem os grupos e se deseja saber quais são as características que os diferenciam uns dos outros (MAINLY, 2000). Sua análise requer a análise da estatística F que mostra: quanto maior seu valor, maior importante é aquela variável para diferenciar os grupos.

Complementarmente, dados acerca de cooperação e conflito foram tratados com técnicas ligadas à *Análise de Redes Sociais*, que permite centrar o foco em relações e seus atributos. Este ferramental possibilita dar atenção às estruturas que emergem dos padrões de interação entre atores sociais⁴⁹ (WASSERMAN e GALASKIEWICZ, 1994). O mapeamento das redes sociais estabelece um novo paradigma na pesquisa sobre a estrutura social ao oferecer uma ferramenta para o estudo de atributos relacionais, ou próprios da interação, ao lado das características individuais dos nós ou indivíduos das redes sociais (SCOTT, 1991).

A partir das interações no nível individual, a análise das redes sociais permite entrever padrões de relacionamentos em nível macro, como nos estudos de Granovetter (1973), Wasserman e Faust (1994) e Mertens *et al.* (2005). Granovetter (1973) defende que a análise de processos em redes interpessoais fornece a melhor ponte entre esses níveis da vida social. A análise de redes sociais foi empregada com o intuito de mapear os padrões que emergem das relações de cooperação e de conflito na Costa Norte e seus destinos turísticos, bem com as relações estabelecidas entre os destinos investigados. Tal passo significa propor um avanço para tratar não somente os indivíduos, mas sobretudo e prioritariamente as relações que eles estabelecem entre si. Logo, as propriedades analisadas nas redes sociais de parceria no trabalho foram a densidade, a centralidade de grau e a homogeneidade.

Densidade é uma propriedade que mostra a coesão geral em um gráfico (SCOTT, 1991). Operacionalmente, a densidade de uma rede é o número total de ligações dividido pelo total de ligações possíveis, condicionada ao número de indivíduos da rede (WASSERMAN e FAUST, 1994; BORGATTI e JONES, 1998; 2002)

A centralidade de grau (*degrees*), uma das diversas possibilidades de mensuração de centralidade, é o número de relações diretas que um indivíduo tem com outros na rede (FREEMAN, 1979). A medida é operacionalizada a partir do número de ligações ou citações emitidas e recebidas por respondente (BORGATTI *et al.*, 2002). A partir desse cálculo, testes de comparação de médias foram empreendidos para diferenciar as localidades.

⁴⁹ Tal abordagem tem sido empregada na análise de laços sociais diversos como proximidade social e geográfica (TRAVERS e MILGRAN, 1969); organização política (GRANOVETTER, 1978); difusão da informação e da inovação (VALENTE e DAVIS, 1999); contatos sexuais (LILJEROS, 2001); epidemiologia, relações de poder (WASSERMAN e GALASKIEWICZ, 1994); relações entre saúde e trabalho (TÁVORA, 2009), etc., e está sendo proposta para pensar a cooperação e o conflito das MPE do turismo neste momento.

Indivíduos com um grau alto podem ser considerados como pontos focais (VALENTE e PUMPUANG, 2007), “hubs” ou “estrelas da rede” (SCOTT, 1991) que se investigam; ao passo que indivíduos com um grau baixo podem ser considerados periféricos ou com pouco envolvimento e; indivíduos isolados apresentam grau igual a zero (VALENTE e DAVIS, 1999). A homogeneidade acompanha a medida anterior e revela a distribuição das relações entre os indivíduos. Isto é, mostra em que medida as relações sociais – seja de cooperação ou conflito, neste caso – estão concentradas em poucos indivíduos da rede ou dispersas entre todos os potenciais envolvidos. No universo investigado, a similaridade entre atores leva a esperar uma homogeneidade marcante na distribuição das relações (WASSERMAN e GALASKIEWICZ, 1994). A partir também das medidas de homogeneidade/heterogeneidade é possível identificar atores sociais-chaves nas redes que atuam como “estrelas”.

O Quadro 9 resume os aspectos metodológicos da investigação quantitativa⁵⁰ e finaliza este capítulo.

Aspectos metodológicos da etapa III: pesquisa quantitativa	
Área geográfica	Barreirinhas (MA), Parnaíba (PI) e Jericoacoara (CE)
Setor	Turismo: atividades de hospedagem, alimentação, transporte turístico, receptivo (passeios e guias)
Unidade de análise	Micro e pequenas empresas (MPE)
Universo da pesquisa	Critérios: porte, atividade principal e localização 235 empresas
Coleta de dados	Entrevistas guiadas por questionários estruturados
Informantes	Proprietários ou gerentes das empresas
Taxa de resposta	213 respondentes válidos = 90,6% do universo
Pesquisa de campo	Setembro, outubro, novembro de 2008
Análise dos dados	Testes estatísticos de associação, diferenças de médias, correlação, regressão, análise de correspondência, análise discriminante Técnicas de análise de redes sociais

Quadro 9 – Resumo dos aspectos metodológicos da investigação quantitativa
Fonte: pesquisa da autora

⁵⁰ Para mais detalhes sobre o assunto e as categorias utilizadas no Quadro 9, consultar Babbie (2005) e Richardson (1999).

CAPÍTULO 4. PERFIL DAS MPE DO TURISMO DA COSTA NORTE

O Capítulo 4 é um retrato das empresas e dos respondentes da Costa Norte. Seu objetivo é caracterizar o perfil de ambos no que diz respeito às MPE do turismo da Costa Norte, os seus proprietários/sócios e gerentes, e às principais diferenças entre os três destinos.⁵¹

Primeiramente são apresentadas características das empresas: atividade principal, porte, idade, flutuação de funcionários na alta e na baixa estação, formalidade, injeção de recursos na economia local por meio do pagamento de salários, perfil dos clientes, faturamento e realização de cursos. Em um segundo momento, são caracterizados os respondentes quanto a suas funções, origem, idade, gênero, escolaridade, relação com o local, motivações para iniciar o negócio e outras ocupações profissionais.

Cada seção foi organizada de modo a possibilitar ao leitor explorar o assunto na medida de seu interesse. Os tópicos apresentam, no início, as categorias de resposta possíveis. Cada item segue do geral para o específico, tratando primeiramente da Costa Norte como conjunto, para depois comparar as três localidades. Em nome da concisão do texto, poucos gráficos foram selecionados para ilustrar pontos principais da análise. Com o mesmo intuito, o número de respondentes válidos, os testes estatísticos de médias e de associação que fundamentam os resultados estão no Apêndice **F**. As tabelas complementares foram compiladas no Apêndice **G** e podem ser utilizadas como consulta, paralelamente à leitura.⁵² O fechamento do capítulo traz um compilado de pontos relevantes selecionados da análise do perfil das MPE e dos respondentes, além de oferecer uma visão geral comparativa entre as cidades, focalizando os aspectos diferenciadores.

1. CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

1.1. Atividade Principal e Idade das MPE

As empresas de turismo da Costa Norte foram classificadas de acordo com seis atividades principais:

- *Hospedagem* — hotéis e pousadas;

⁵¹ Optou-se por retratar os dados com detalhe em determinados pontos, tendo em vista a escassez de pesquisas específicas na área de estudo. Portanto, tais informações, além de oferecer parâmetros interessantes para contextualizar o local e confrontar as relações sociais estabelecidas pelas MPE, podem ser úteis como ponto de partida para pesquisas futuras na região.

⁵² As tabelas aparecem na mesma ordem em que os dados são comentados no texto e organizadas sob o título do item a que se referem. Elas não representam todos os dados expostos, são apenas complementares e referenciais.

- *Agência de receptivo* — agências que vendem passeios e transporte turístico;
- *Alimentação* — restaurantes nas zonas turísticas de cada localidade;
- *Transporte turístico* — empresas que lidam com transporte para passeios ou deslocamento de turistas entre cidades;
- *Hospedagem & alimentação*⁵³ — a categoria foi inserida por demanda de respondentes ligados a meios de hospedagem que possuem restaurante aberto ao público e com similar importância do ponto de vista da empresa;
- *Outra* — categoria aberta que poderia receber quaisquer outras atividades às quais a empresa se dedica.

O conjunto pesquisado apresenta hospedagem como a principal atividade de 45,1% das MPE de turismo entrevistadas na Costa Norte. Em seguida, figura alimentação, que consiste na principal atividade de 26,8% das empresas. Em contrapartida, a menor concentração de atividade ocorre no ramo de transporte turístico, com apenas 4,2% dos estabelecimentos. Isso pode ser explicado, em parte, pelo fato de provedores autônomos de transporte da Costa Norte, tais como bugueiros, cavaleiros, motoristas de toyotas e pilotos de lanchas, terem sido representados por suas associações ou cooperativas de transporte. Logo, ainda que tenham grande número de participantes, figuram no trabalho como apenas um indivíduo respondente para evitar distorção dos dados referentes às MPE, foco desta análise.⁵⁴

Comparativamente, em **Jericoacoara**, 54,5% pertencem ao ramo de hospedagem e 29,1% ao de alimentação, concentrando nessas duas atividades 83% das MPE de turismo da localidade. As menores incidências se dão com agências de receptivo e empresas de transporte.⁵⁵ Cada uma responde por 4,5% dos entrevistados.

Em **Parnaíba**, 35,7% apresentam hospedagem como atividade principal e 31% são do ramo de alimentação. Dentre as empresas entrevistadas, 21,4% trabalham como agência de receptivo e apenas uma fornece transporte de turistas como atividade principal (Gráfico 1).

⁵³ A notação *hospedagem & alimentação* foi utilizada no texto para dar mais clareza e evitar confusão com empresas das categorias de hospedagem e alimentação em separado.

⁵⁴ No segundo semestre de 2008, a Associação de Bugueiros de Jericoacoara apresentava 30 membros. A Cooperativa de Bugueiros tinha 23 associados e a de Cavaleiros não soube responder. A Cooperativa de Transportes Náuticos de Barreirinhas (COPERNÁUTICA) apresentava 86 e a de Toyotas (COOTALMAR), 104. Decidiu-se pela inclusão de tais organizações, ainda que não sejam micro e pequenas empresas, por julgar-se que tais provedores de serviços turísticos são importantes na dinâmica dos relacionamentos de cooperação e conflito com as MPE. De alguma forma, encontram-se em um âmbito semelhante de atuação, são de pequeno porte e compõem a oferta do turismo nos destinos. No entanto, o que se objetivava estudar não eram as relações dentro dessas associações de autônomos, mas sim entre as MPE que se relacionam com tais produtores.

⁵⁵ Valendo a ressalva de que 2 são empresas e 3 são cooperativas ou associações.

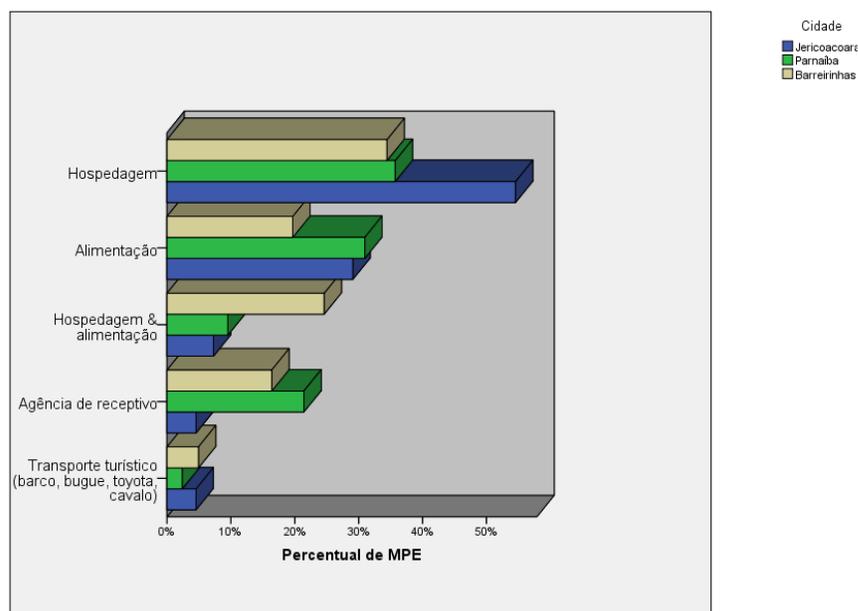


Gráfico 1 – Atividade principal das MPE de turismo, por cidade
 Fonte: pesquisa da autora

Em **Barreirinhas**, como nos demais destinos, predomina o ramo da hotelaria (34,4%). Identificam-se dois traços peculiares em Barreirinhas: uma maior presença das empresas de hospedagem & alimentação (24,6%) e de agências de receptivo (16,4%). A maior presença de empresas de hospedagem & alimentação pode estar relacionada à elevação do padrão das hospedagens, o que não foi automaticamente acompanhado pela oferta de alimentação na localidade, ao lado do retorno obtido a partir do investimento na hotelaria, levando os hotéis a instalarem restaurantes para seus clientes e, conseqüentemente, público externo. Para a existência mais expressiva de agências, algumas explicações são encontradas a partir da observação do local: (a) características dos próprios atrativos dos Lençóis Maranhenses, que exigem transporte 4x4 ou por barcos para que se chegue até eles. Em comparação, a praia de Jericoacoara, o seu principal atrativo, não necessita de agências ou transporte especializado para ser aproveitada pelo turista; (b) o aparente sucesso comercial das MPE pode estimular o surgimento de outras; (c) a necessidade de organizar a oferta em pacotes, a fim de aumentar a demanda de um destino em crescimento, necessidade não tão presente na realidade de Jericoacoara como destino mais demandado e estabelecido. Parnaíba não concentra mais agências possivelmente em função da tímida presença de turistas que demandem esse serviço e da baixa inserção do destino em pacotes organizados por operadoras com grande capacidade de distribuição.

O tempo de atuação das empresas, em anos⁵⁶, diz respeito ao período compreendido entre a data de início das atividades da empresa – formal ou informalmente – e o ano de

⁵⁶ Para empresas abertas há menos de 1 ano, os valores são proporcionais aos meses de operação.

2008. A maioria das MPE do turismo da Costa Norte (64%) está no mercado há não mais de 7 anos. Dessas, 28% têm até 3 anos de idade.

A idade média das MPE entrevistadas não tem qualquer associação estatística com a atividade principal ou com o porte da empresa. Ou seja, MPE mais recentes ou mais antigas não estão associadas a determinadas atividades ou a determinado número médio de funcionários.

Existe diferença expressiva na idade das MPE do turismo somente quando considerada a localização. Parnaíba apresenta a média da idade das empresas superior às demais, em torno de 12 anos. Barreirinhas está no outro extremo, com a média de idade mais baixa das empresas (5,79 anos). Jericoacoara, por sua vez, fica em um patamar intermediário, com média de 6,23 anos. Considerando as incidências percentuais, a maioria das MPE do turismo de Barreirinhas (78,3%) e de Jericoacoara (69,4%) existe há, no máximo, 7 anos. Em Parnaíba, porém, a maioria expressiva delas existe há mais de 7 anos (70,7%), das quais 34,1% têm mais de 12 anos de existência (Gráfico 2).

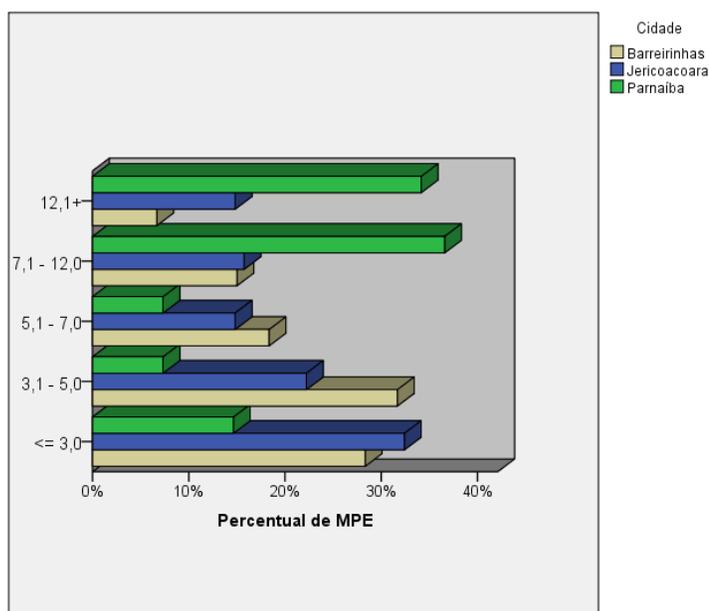


Gráfico 2 – Anos de atuação das MPE do turismo por cidade em 2008
Fonte: pesquisa da autora

Em que pesem: (a) o padrão de redução da taxa de mortalidade das MPE brasileiras, que atingiu 22% para empresas com até 2 anos em 2005; (b) a região Nordeste ter apresentado expressiva queda da mortalidade de suas empresas e uma das menores taxas do Brasil (18,9%) (SEBRAE, 2007) e, (c) o fato de o estado do Piauí ser aquele que apresenta menor taxa de mortalidade de suas MPE (16%) entre os analisados (SEBRAE, 2007), essa distribuição de idade surpreende, principalmente pelos dados de Parnaíba. Isso

pode ser resultado de um mercado turístico menos dinâmico em Parnaíba do que em Barreirinhas, estimulando menor surgimento de novas MPE. Ainda que possibilite a sobrevivência daquelas já existentes, não demonstra ser atrativo para o surgimento de número expressivo de novos empreendimentos.

Jericoacoara, apesar de ser considerado o destino mais consolidado, apresenta as muitas empresas recentes, com meses de criação, ainda que a sua média total seja superior à de Barreirinhas. Isso leva a crer que exista na localidade maior taxa de mortalidade de empresas antigas e renovação constante de MPE de turismo. Ou seja, ainda que seja o destino com maior demanda e reputação mais reconhecida, apresenta dificuldades para a sobrevivência a longo prazo de suas MPE do turismo, mas sugere ser atrativo aos olhos de empreendedores, em função do número encontrado de novas MPE.

1.2. Porte

O porte foi inferido com base na quantidade média de funcionários de cada empresa⁵⁷, considerando variações entre a alta e a baixa estação, já que a sazonalidade é um atributo marcante no turismo e diferente para cada localidade.

De forma agregada, a maioria expressiva das empresas de turismo na Costa Norte concentra-se na categoria micro, ou seja, com até 9 funcionários, em 80,3% dos casos. As pequenas empresas – entre 10 e 49 funcionários – totalizam 19,3% daquelas participantes. O número mínimo encontrado de funcionários é 1 e o máximo 50.⁵⁸

No universo pesquisado, existe associação do porte com a atividade principal da empresa. Quando confrontadas tais variáveis, as empresas que tendem a ser maiores são aquelas que combinam hospedagem & alimentação – únicos estabelecimentos que apresentam uma maior quantidade de pequenas empresas do que micro, o que é facilmente compreensível pelo fato de se dedicarem a mais de uma atividade principal. As demais atividades concentram-se na categoria de microempresa com mais de 75% para MPE de alimentação e 100% nas de transportes.

O Gráfico 3 detalha a ocorrência de portes das MPE por cidade.

⁵⁷ Fórmula: (Número de empregados na alta estação + Número de empregados na baixa estação) / 2. Para análise do porte foram excluídas as cooperativas e associações por não ser coerente avaliar o número de associados/membros em comparação ao número de empregados das MPE do turismo.

⁵⁸ Essa única empresa, com 50 funcionários tanto na alta quanto na baixa estação, foi reclassificada como pequena para facilitar os trabalhos com as demais variáveis e evitar sua exclusão. Isso ocorreu por se considerar que apenas uma empresa média não ofereceria o parâmetro de comparação buscado pela pesquisa para as MPE e que sua reclassificação não ofereceria prejuízos substanciais para a análise. As demais empresas locais de médio porte foram incluídas no universo do estudo, porém estão no grupo de não-respondentes.

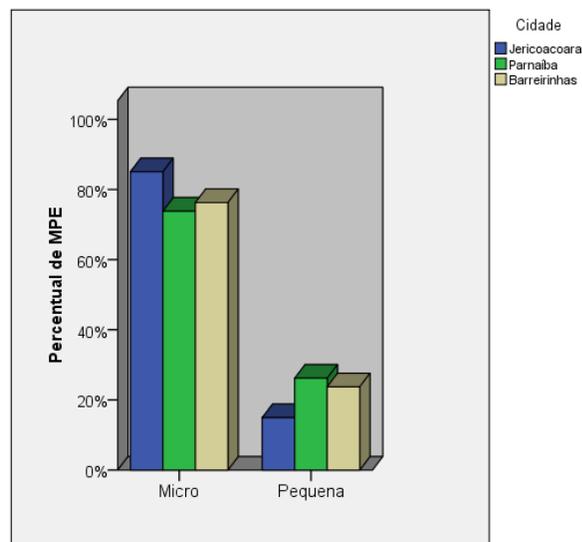


Gráfico 3 – Composição de micro e pequenas empresas por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Em **Parnaíba**, 73,8% das MPE do turismo são micro e, em **Barreirinhas**, a distribuição mostrou-se similar, concentrando 76,3% das empresas na categoria micro, e 23,7% como pequena.⁵⁹ **Jericoacoara** apresenta um percentual superior de microempresas que totaliza 85%.

Em uma visão mais detalhada da composição do número de funcionários dentro das categorias de porte, verifica-se que a maioria das empresas (63,4%) tem até 5 funcionários em sua média anual. Destas, cerca de metade tem até 4 funcionários. Apenas 19,7% apresentam mais de 9 funcionários, em média, durante o ano. Isso deixa claro que, além de haver maior presença de microempresas, a sua expressiva maioria possui um pequeno número de empregados, mesmo dentro dos parâmetros da categoria.

Em Jericoacoara há um percentual superior de empresas menores, quando comparados os três locais. Especificamente, 60% das empresas de Parnaíba possuem até 5 empregados em sua média anual, enquanto **Barreirinhas** apresenta 57,7% de empresas nesse intervalo. **Jericoacoara** destaca-se, com o maior percentual de empresas com até 5 funcionários, no total de 68,2% (Gráfico 4).

⁵⁹ Incluindo em todas as análises, a partir de agora, a empresa reclassificada como pequena.

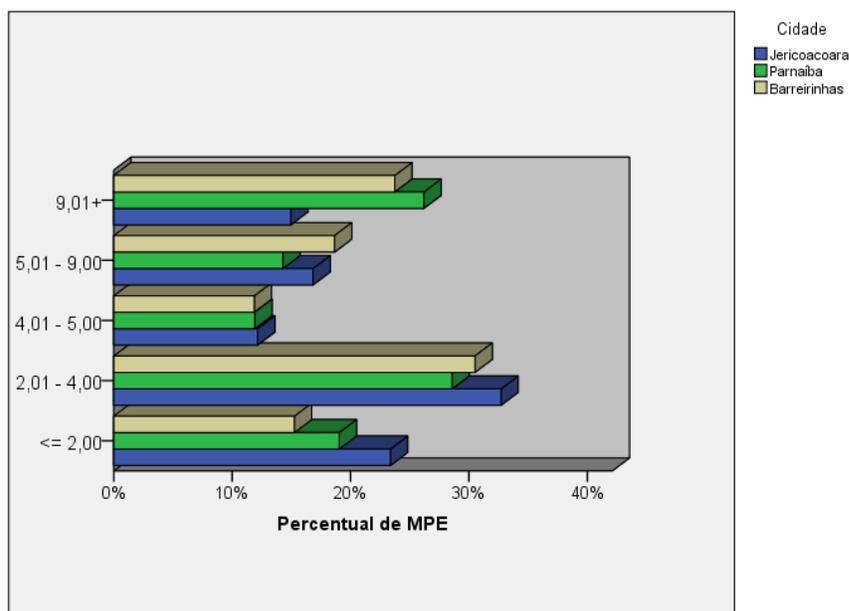


Gráfico 4 – Número médio de empregados das MPE por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Esses dados apoiam a constatação de que a média de funcionários por empresa é significativamente diferente entre as localidades.⁶⁰ Em Jericoacoara é encontrada a mais baixa média, de 5,1 funcionários por MPE.

1.3. Formalidade do estabelecimento

A formalidade foi analisada de acordo com a existência da inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). No grupo estudado, o percentual de MPE formais é expressivamente maior do que de empresas informais. Dentre aquelas que participaram da pesquisa, 84,9% possuem CNPJ, enquanto somente 15,1% não.

Formalidade e porte das empresas são variáveis associadas estatisticamente, porém em um valor moderado. Entre as poucas empresas informais, todas são microempresas. Nenhuma empresa informal é pequena.

Também existe associação entre a atividade da empresa e a formalização de suas atividades na Costa Norte. Todas as empresas de receptivo, de transporte (100%) e praticamente todas de hospedagem & alimentação (96,3%) possuem CNPJ. Os estabelecimentos de hospedagem são os que apresentam a menor formalização quando comparados os setores investigados (77%).

As porcentagens de formalização são bastante semelhantes entre as três localidades, variando na faixa de 82,6% (Jericoacoara) a 88,5% (Barreirinhas), conforme apresenta o

⁶⁰ Empregado o teste ANOVA. Resultados no Apêndice G.

Gráfico 5. Logo, não existe qualquer associação entre formalidade e localização espacial das MPE entrevistadas.

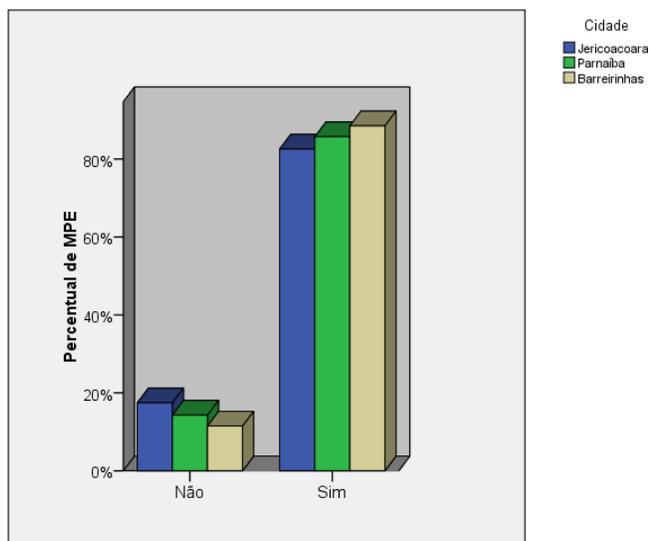


Gráfico 5 – Formalidade das MPE do turismo por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Detalhadamente, é possível analisar a ocorrência da formalidade em relação à atividade em cada destino turístico. Em **Jericoacoara**, todas as empresas de receptivo, transportes turísticos e hospedagem & alimentação têm CNPJ. Dentre os meios de hospedagem, 81,4% são formalizados, deixando o percentual mais baixo para os estabelecimentos de alimentação (75%).

Em **Parnaíba**, 100% das empresas de alimentação, transporte turístico e agências de receptivo possuem CNPJ, enquanto 75% das empresas que combinam hospedagem & alimentação são formalizadas. Com a menor estatística de formalidade, aparecem os meios de hospedagem na cidade, detendo o registro de pessoa jurídica em 66% dos casos.

Barreirinhas apresenta totalidade das empresas de transporte turístico, agências de receptivo e aquelas que combinam hospedagem & alimentação com o registro de pessoa jurídica. Porém, 83,3% dos estabelecimentos de alimentação possuem o registro e, novamente, as empresas com atividade principal de hospedagem são aquelas a apresentar menor índice de formalidade, com aproximadamente 76%.

1.4. Flutuação de funcionários na baixa e na alta estação

A sazonalidade foi mencionada de maneira marcante nas entrevistas exploratórias, além de ser inerente à atividade turística. Analisa-se nesta seção como ela reflete na composição do quadro de pessoas que trabalham nas MPE do turismo na Costa Norte e o

potencial resultado agregado dessa flutuação. A análise contou com o número de pessoas envolvidas com a MPE e sua flutuação entre a baixa e a alta estação.⁶¹ A pergunta permitia incluir trabalhadores formais e informais, fixos e temporários para permitir uma visão mais global das empresas; embora aqui todos sejam retratados sob a égide dos termos *empregado* ou *funcionário* a fim de simplificar a comunicação.⁶²

Pouco mais da metade das empresas entrevistadas (54%) não faz qualquer alteração no número de funcionários entre a alta e a baixa estação do turismo local. Esse dado contraria as expectativas de um número mais expressivo de empresas com flutuação no número de empregados entre as estações. Tal percepção foi construída a partir das declarações dos entrevistados, em que se nota que os impactos negativos da sazonalidade sobre as empresas e os destinos são recorrentes. Qual poderia ser, afinal, a razão para que pequenos empreendimentos não alterem seu número de empregados, já que a baixa estação é mencionada como uma grande ameaça para a saúde financeira do negócio? Em Barreirinhas, quando questionados sobre isso, alguns respondentes apontaram a dificuldade de encontrar mão-de-obra qualificada no mercado. Portanto, seria mais interessante manter funcionários treinados na baixa estação, apesar do custo que isso pode representar para a empresa.

O fato de se alterar o número de funcionários entre a baixa e a alta estações tem associação com a atividade principal da empresa. Os estabelecimentos de alimentação – incluindo as MPE que são apenas desse ramo e as que combinam hospedagem & alimentação – são aqueles sobre os quais mais incide a ocorrência de flutuação, ambos com 66% de incidência. Nas demais atividades tal ocorrência apresenta-se com menos força. Os menores percentuais são encontrados nas empresas de transporte (25%) e nos meios de hospedagem (31,2%).

A flutuação média de empregados, em número de pessoas, foi significativamente diferente entre as cidades. Os dados mostram que Jericoacoara apresenta uma média menor de pessoas absorvidas pelas MPE entre a baixa e a alta estação, enquanto as outras duas cidades não se diferenciaram entre si. Em **Jericoacoara**, as MPE que *não* oscilam a quantidade de empregados chegam a 60,7%, enquanto nas outras cidades os valores são idênticos, na faixa de 45%. Isso pode ser facilmente entendido com base na duração da baixa estação, menor em Jericoacoara que nas demais localidades, tanto por ser um destino mais consolidado, quanto pela natureza mais perene dos atrativos, se comparados, por

⁶¹ Fórmula para flutuação de empregados: (Número de empregados na alta estação – Número de empregados na baixa estação). Mais uma vez excetuaram-se as cooperativas, já que o número de associados não poderia ser tratado como número de funcionários de uma empresa.

⁶² Deve-se considerar a informação obtida com algumas ressalvas, já que não há mecanismos para certificação de que os proprietários tenham se incluído ou que todas as pessoas – mesmo as temporárias – tenham sido incluídas nas quantidades fornecidas, levando a estimar que os números podem ser maiores do que os valores encontrados pela pesquisa.

exemplo, com os Lençóis Maranhenses. Esses fatores podem favorecer oscilações mais brandas. Ademais, o fato de Jericoacoara apresentar a média mais baixa de pessoas absorvidas por MPE pode também ser fruto do porte micro predominante das empresas, considerando ainda que elas são significativamente menores do que em Barreirinhas e Parnaíba. A quantidade de pessoas absorvidas na alta estação pode ser detalhada (Gráfico 6).

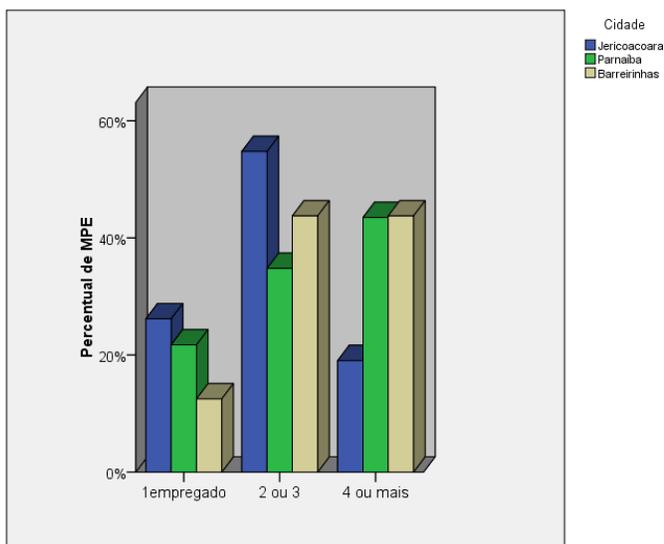


Gráfico 6 – Flutuação de funcionários das MPE do turismo por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Como exemplo, do total de empresas que absorvem 4 ou mais pessoas na Costa Norte, 43,8% estão localizadas em Barreirinhas. Em **Parnaíba**, 30% das empresas absorvem até 3 empregados para a demanda da alta estação e aproximadamente 24% das empresas chegam a absorver quatro ou mais empregados.

É preciso levar em consideração que, ainda que pareça baixo o acréscimo de 1 ou 2 funcionários em cerca de 30% das MPE do turismo no conjunto da Costa Norte, há predominância de empresas com até cinco funcionários (aproximadamente 80% do total). Logo, deve-se levar em consideração que o acréscimo de 1 em uma empresa com 5 empregados representa 20% a mais. Isso sugere que a flutuação pode ser significativa tanto para a empresa, que deve arcar com a folha de pagamento, quanto para a localidade, no que concerne à mão-de-obra alocada na atividade turística. Por essa razão, vale a pena fazer o tratamento agregado dos dados obtidos (Tabela 6).

Tabela 6 – Flutuação sazonal dos empregados nas empresas de turismo da Costa Norte

Localidade	Número agregado de empregados na baixa estação	Número agregado de empregados na alta estação	Variação absoluta	Variação percentual
Parnaíba	255	350	95	37,2%
Barreirinhas	388	538	150	38,6%
Jericoacoara	495	615	120	24,24%
Total	1.138	1.503	365	32,07%

Fonte: pesquisa da autora

No total, 1.138 pessoas foram declaradas como envolvidas com as MPE na baixa estação, subindo para 1.503 na alta. Portanto, ainda que pouco mais da metade das MPE afirme que não muda a quantidade de seu quadro de pessoal, há um aumento agregado de 32% na mão-de-obra empregada nas MPE investigadas. Esse momento, vale lembrar, não necessariamente ocorre ao mesmo tempo nas três localidades

De acordo com os dados coletados, as empresas participantes da pesquisa em **Jericoacoara**, agregadamente, têm um aumento de 24% no número de empregados da baixa para a alta estação. Em **Parnaíba**, geram um crescimento de 37,2% e, em **Barreirinhas**, resultam na mais alta flutuação (38,6%). Se por um lado é interessante esse crescimento das ocupações, por outro há o desemprego gerado ao final da alta estação e, conseqüentemente, a retração da renda disponível.

Certamente essa análise tem limitações porque: (1) não envolve os autônomos; (2) não contempla empresas de médio porte; (3) não envolve empresas e mão-de-obra ligadas indiretamente ao turismo. Contudo, esses dados são reveladores pois vêm de uma parcela bastante significativa do universo focalizado pela pesquisa.

1.5. Características dos clientes

A clientela das MPE foi caracterizada de acordo com duas dimensões: os principais clientes e as suas principais formas de acesso aos serviços prestados. A primeira dimensão abrange considerações sobre a motivação e a origem geográfica dos clientes, com a finalidade de conhecer os principais públicos atendidos. As possíveis categorias de respostas subdividiam-se em: turista regional (advindo do mesmo estado ou de outros no Nordeste), turista nacional (advindo de outros estados no Brasil, não incluídos na primeira opção), turista internacional, viajante a trabalho e morador.⁶³ Essa questão funcionou também como pergunta-filtro, pois foram descartadas da pesquisa os respondentes que consideraram atender principal e exclusivamente moradores, para garantir que o universo

⁶³ Originalmente, a questão comportava resposta única. Para evitar perda de informação, porém, foi necessário acomodar o tratamento à realidade do universo, já que diversas foram as ocasiões em que os respondentes enfatizaram que não havia predominância de um perfil de turistas, mas sim uma variação entre dois ou três perfis, de acordo com os meses do ano e as estações. Logo, foram aceitas até três respostas para a composição de clientes da empresa, o que explica as porcentagens totalizarem mais de 100%.

da pesquisa permaneceria focada em empresas de turismo. A segunda dimensão considera o modo de contratação da empresa por turistas a lazer, afinal é esse o principal público da Rota das Emoções. A intenção era de perceber a articulação da empresa com outras empresas de turismo, a fim de comercializar seu produto/serviço.

No conjunto pesquisado, a maioria das MPE ressalta o turista nacional entre os principais clientes, seguidos por turistas internacionais e regionais, respectivamente. Detalhadamente, 67,6% dos respondentes apresentam turistas nacionais entre os principais clientes, sendo essa a categoria mais recorrente de turistas das MPE do turismo da Costa Norte, seguidas por MPE que registram turistas internacionais (55,9%) entre seus principais clientes. De modo expressivamente menos numeroso, 5,2% têm viajantes a trabalho entre os clientes principais (Gráfico 7).

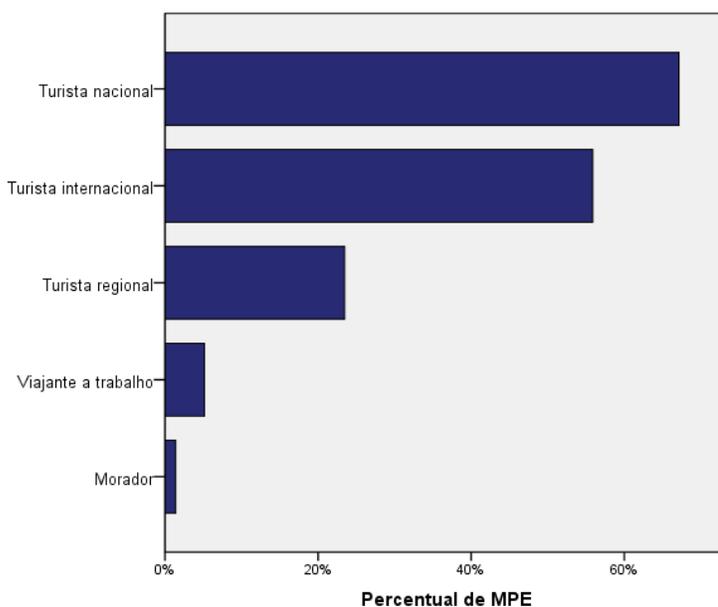


Gráfico 7 – Principais clientes das MPE do turismo na Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

Esses dados possibilitam traçar um perfil da demanda do destino.⁶⁴ É possível antever e corroborar a pequena presença de viajantes a trabalho na região como um todo, que tendem a se concentrar em Parnaíba, em função das características de centro urbano regional, como resume o Gráfico 8.

⁶⁴ Neste trabalho, os planos multidimensionais utilizados se valem das distâncias entre as variáveis calculadas conforme a estatística de associação Qui-quadrado. A distância representada no gráfico resume proximidades entre as variáveis, porém não representa relação de causa e efeito. Para conhecer mais a respeito de estatística multidimensional a partir de variáveis nominais, consultar Pereira (2001).

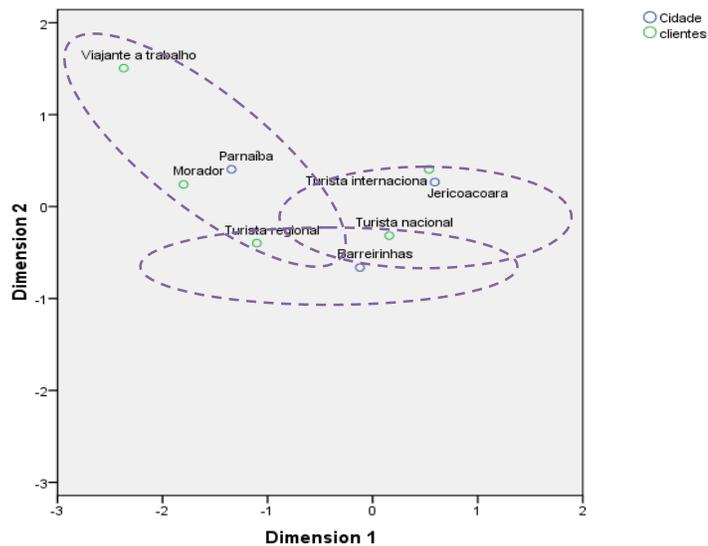


Gráfico 8 – Principais clientes das MPE do turismo por cidade
 Fonte: pesquisa da autora

Do ponto de vista das MPE do turismo, **Jericoacoara** desponta como um destino em que o foco das MPE está predominantemente voltado para o atendimento ao turista internacional, seguido por clientes nacionais, mas sem qualquer registro de moradores ou viajantes a trabalho. Isso confirma a percepção de que Jericoacoara é um destino mais internacionalizado do que os demais, ainda que o número de turistas estrangeiros não seja superior ao de brasileiros. A partir de dados captados por Molina (2007) na Secretaria de Turismo de Jijoca de Jericoacoara em 2005, cerca de 66% dos turistas da vila são brasileiros enquanto o restante é estrangeiro. A presença mais forte é de estrangeiros provenientes da Holanda e da Itália (MOLINA, 2007). Conclui-se que em Jericoacoara o turista internacional é destacado como principal cliente das MPE do turismo. É de se supor que, mesmo que não seja o público mais numeroso, é o mais rentável, com maior poder aquisitivo e que permanece por períodos mais longos, o que reflete na ansiedade que os empresários e gerentes demonstram para a chegada da alta estação internacional.

Barreirinhas mostra especial relevância do turista nacional, seguido pelo regional, mas ainda lá a expectativa para a “temporada dos europeus” é algo recorrente na fala dos atores sociais do turismo. A participação internacional vem em segundo lugar e a regional apenas em terceiro.

Já **Parnaíba** aparece como um destino primordialmente regional, seguido pela presença do turista nacional. Diferencia-se das duas outras localidades em dois aspectos: maior ocorrência de turismo de negócios (90,9% dos viajantes a trabalho da região) quando comparada a Barreirinhas e Jericoacoara; menor presença de turistas internacionais como clientes das empresas entrevistadas.

Quanto ao modo principal de acesso dos clientes à empresa, expressiva maioria reconhece que a maior parte de seus turistas que têm lazer como motivação acessam os serviços por conta própria (71,2%).

Uma porcentagem menor, 21,7%, entende que maioria chega até eles por meio de pacotes vendidos por operadoras, o que denota baixa articulação das MPE com canais de distribuição mais complexos. Não é possível esclarecer aqui se as MPE assim se comportam em função de seu mercado ser predominantemente formado por turistas que requerem tal independência, e do acesso direto às empresas, tornando desnecessária a articulação delas em pacotes, ou se a falta de articulação com outras, a fim de promover a comercialização conjunta do destino, encoraja tal demanda. Em curto prazo a comercialização direta ao cliente pode levar a margens de lucro superiores, ainda que com potencial de distribuição reduzido, o que pode ser adequado para empreendimentos de pequeno porte e com poucas variações sazonais de demanda. O contraponto dessa decisão ocorre no momento em que o empreendedor de micro ou pequeno porte passa a arcar com o risco de flutuações de demanda sozinho, sem resguardo em outros canais de comercialização, que tenderiam a remunerar uma margem de lucro mais baixa.

De modo mais detalhado, o Gráfico 9 apresenta o modo de acesso dos turistas por localidade. Revela-se a predominante independência do turista no acesso às MPE do turismo em todos os destinos.

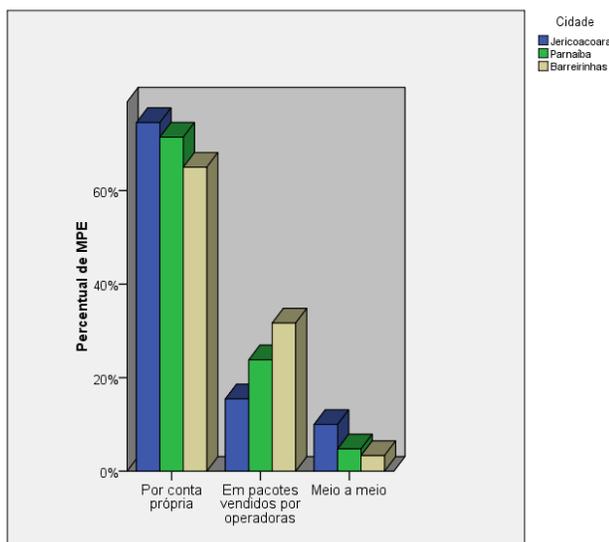


Gráfico 9 – Principais formas de acesso dos clientes das MPE do turismo por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Jericoacoara tem 74,5% das respostas relacionadas à independência do turista que chega até as MPE. Das empresas de **Parnaíba**, 71% têm maior parte de seus clientes

chegando até elas por conta própria, enquanto apenas em 23,8% dos casos a maior parte dos turistas chega por meio de pacotes turísticos.

Em **Barreirinhas**, é também predominante a quantidade de empresas (65%) que recebe parcela mais expressiva de seus clientes de modo independente. É nessa localidade, porém, que há maior incidência de turistas que chegam por meio de pacotes (31,7%). Isso pode ser explicado pela maior presença de agências de receptivo em Barreirinhas e pela forte associação entre a atividade principal da empresa e o modo como os turistas chegam até elas.

As MPE de hospedagem e os estabelecimentos de alimentação recebem a maior parte de seus turistas por conta própria. Por outro lado, as agências de receptivo tendem a receber a maioria por meio de pacotes vendidos por operadoras, ou seja, elas tendem a integrar com mais intensidade uma cadeia produtiva com distribuição mais ampla. As empresas de hospedagem & alimentação, bem como aquelas de transporte, não mostram tendência muito clara, ainda que pendam mais para a comercialização aos clientes que chegam aos destinos por conta própria.

1.6. Faturamento advindo do turismo

A relevância do turismo para o faturamento das MPE investigadas foi apurada por meio da proporção do faturamento da MPE vinculada aos gastos de turistas⁶⁵, variando de “quase nada”, “menos da metade”, “mais da metade” a “todo”. Isso pode, entre outros fatores, condicionar o interesse que a empresa apresenta em participar de ações conjuntas para desenvolver o roteiro e envolver-se com ações com outras empresas de turismo. Tal ideia surge do estudo de Souto-Maior (2006) no qual a autora aponta que quanto maior a proporção do faturamento advindo do turismo, e não necessariamente do número de turistas atendidos, maior a propensão das empresas a cooperar com o turismo.

Na Costa Norte, 29,1% apontam o turista como responsável por *todo* o faturamento da empresa, seguido por 25,4%, em que os turistas são responsáveis por *mais da metade*. Assim, a maioria das MPE entrevistadas (54,5%) assenta maior parte de seu faturamento em vendas a turistas. Cerca de 18% das empresas possui *metade* do faturamento advindo de gastos de turistas, enquanto um número maior (20,7%) afirmou ser *menos da metade* e, somente em 5,2% das MPE *quase nada* das vendas é proveniente do turismo.

Quando confrontados os principais clientes com o faturamento advindo do turismo, um quadro bastante coerente é revelado, na medida em que as MPE com turistas nacionais e internacionais como principais clientes, em sua maioria, arrecada mais da metade ou todo o faturamento a partir de gastos de turistas.

⁶⁵ Turista aqui é entendido como todo aquele que viaja a lazer.

Em detalhes, aquelas MPE que possuem turistas nacionais e internacionais como principais clientes apontam também na maioria dos casos (56,1% e 61%, respectivamente) obtêm mais da metade ou todo o faturamento a partir de gastos de turistas. Por outro lado, aquelas MPE que indicam viajantes a trabalho entre seus principais clientes, 91% não faturam mais do que metade com o turismo. Por fim, as MPE que possuem moradores entre seus principais clientes têm, no máximo, metade de seu faturamento advindo do turismo com a motivação de lazer.

No universo investigado, a maior ou menor presença dos gastos de turista no faturamento anual da empresa não está ligada à atividade, ao tempo de atuação no mercado ou ao tamanho do estabelecimento como mostraram os testes estatísticos de associação. Entretanto, o faturamento advindo dos gastos dos turistas é fortemente associado à cidade (Gráfico 10).

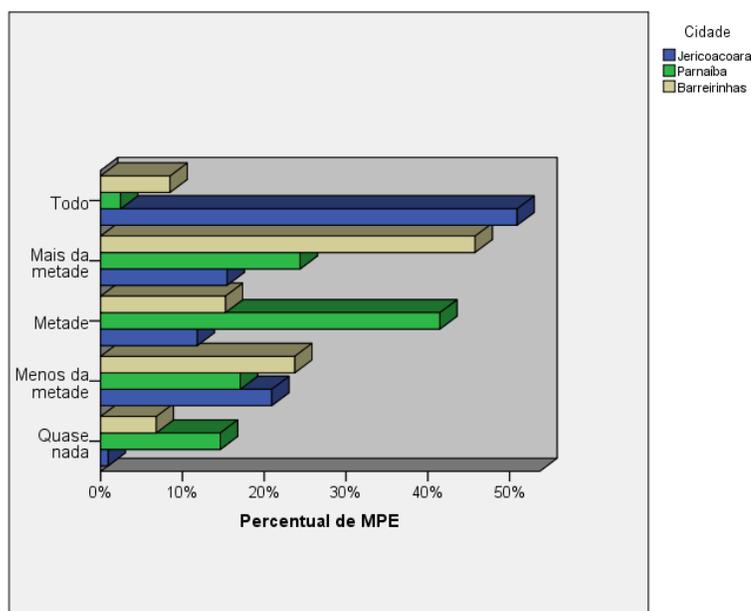


Gráfico 10 – Faturamento advindo do turismo por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Jericoacoara destaca-se ante as demais, com maior participação entre as empresas que recebem todo o faturamento a partir do turismo. Enquanto nessa cidade tais empresas correspondem a 50,9% das respostas, em Barreirinhas significam apenas 8,3%, e em Parnaíba, 2,4%.

Em **Parnaíba**, 71,5% das empresas recebem até metade de seu faturamento anual advindo de turistas (quase nada, menos da metade e metade), sendo a maior concentração na categoria de metade do faturamento, com aproximadamente 40% das empresas. Esse

dado apoia o argumento já declinado da força do turismo em Jericoacoara ser superior às demais localidades.

Em **Barreirinhas**, 53,3% das MPE recebem mais da metade de seu faturamento da atividade turística, enquanto 45% recebem até metade. Poucas (6,7%) recebem quase nada do turismo, mostrando ser essa atividade bastante relevante para o contexto.

A comparação mostra que Jericoacoara é um destino turístico mais sedimentado e mais dependente do turismo, em termos do faturamento que a atividade gera para as MPE locais.

1.7. Cursos realizados

Para conhecer os cursos de que as empresas participaram, perguntou-se se a empresa (na figura do respondente, outro funcionário ou sócio) havia participado de cursos de formação e que os identificassem. A maioria expressiva das MPE de turismo da Costa Norte (70,3%) havia participado de cursos. Não há diferença significativa entre as cidades nesse aspecto, conforme apresenta o Gráfico 11.

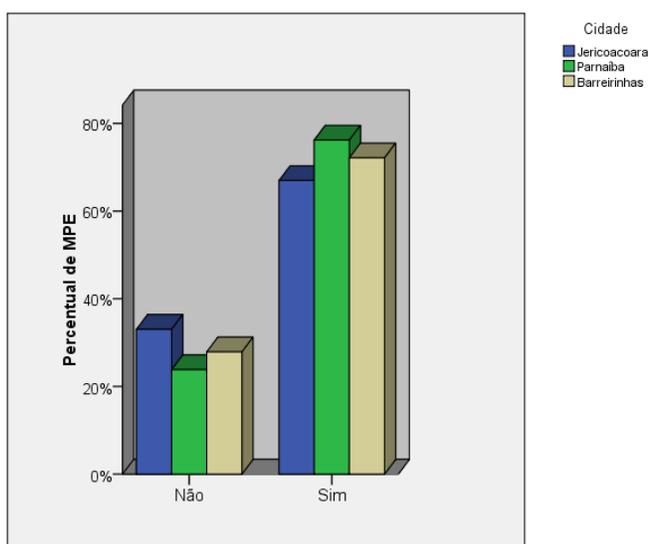


Gráfico 11 – Participação em cursos por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Há associação entre atividade principal da MPE e a participação em cursos, ainda que com valor moderado. Quando comparadas, as empresas de receptivo e hospedagem & alimentação são aquelas que mais participam de cursos de formação, respectivamente com 91,7% e 85,2%, dentro do total de cada atividade. Estabelecimentos de alimentação e os meios de hospedagem apresentam menor participação relativa em cursos, ainda que maioria tenha participado de algum (66,7% e 62,1%, respectivamente). A presença em

cursos não está associada à proporção do faturamento advindo do turismo, já que expressiva maioria de todas as empresas – indo das que faturam quase nada (54,5%) àquelas que faturam muito a partir do turismo (72,1%) – participaram de cursos. Contudo um indício interessante é que, dentre as empresas que não participaram de qualquer curso, mais de 85% delas faturam até metade de seu faturamento anual com o turismo. Portanto, embora tal associação não seja procedente estatisticamente, em razão do alto índice generalizado de participação em cursos, as empresas que menos participaram são aquelas que têm menor faturamento a partir do turismo. Isso leva a crer que a inserção no mercado turístico cria novas demandas para o empreendimento, levando-o a capacitar-se.

Ocorre associação significativa entre idade da empresa e participação em cursos de formação. As empresas mais novas, com menos de 3 anos de existência, são aquelas com mais tímida participação em cursos (43,1%).

Na especificação dos cursos, foram totalizadas 286 respostas válidas, reclassificadas em 12 categorias apresentadas na Tabela 7.

Tabela 7 – Cursos realizados nas MPE do turismo na Costa Norte

Cursos realizados	Percentual de MPE
Operações	40,8%
Atendimento ao cliente	35,4%
Alimentos e Bebidas (A&B)	31,3%
Administração de negócios	27,9%
Segurança	8,2%
Idiomas	8,2%
Empreendedorismo	6,1%
Meio ambiente	4,8%
Cooperação e/ou Associativismo	2,0%
Informática	2,0%
Outros	8,8%
Não sabe	19,0%
Total	194,6%

Fonte: pesquisa da autora

Os cursos que mais aparecem entre aqueles realizados pelas MPE na Costa Norte foram relativos a funções operacionais da empresa, administração do negócio, atendimento ao cliente e A&B (Alimentos e Bebidas). Por outro lado, com as menores participações estiveram cursos relacionados a Meio ambiente, Empreendedorismo e Associativismo, importantes no contexto de relações sociais entre empresas e sustentabilidade.

Das empresas que responderam de quais cursos participaram, 49% encontram-se em Jericoacoara; 21,8%, em Parnaíba e 29,3%, em Barreirinhas.

Dentre os cursos mais cogitados em **Jericoacoara** estão *Atendimento ao Cliente*, com 33,3% de participação das MPE; *Operações e Alimentos e Bebidas*, cada qual com 31,9%. *Administração de Negócios* apareceu com 29,1% de presença das MPE, e todos os demais

com percentuais abaixo de 10% das MPE de Jericoacoara, sendo 9,7% para *Segurança na Atividade Turística*; 8,3% para *Idiomas*; 4,2% para *Empreendedorismo* e 2,8% para *Informática, Meio ambiente* e outros. Os cursos relativos à *Cooperação* e/ou *Associativismo* foram feitos por apenas 1,4% das MPE da localidade. Aproximadamente 18% não souberam dizer o tema dos cursos de que haviam participado.

Em **Parnaíba**, 47% das MPE que participaram do treinamento, fizeram curso relacionado a *Operações*; 37,5%, a *Atendimento ao Cliente*; 31,2%, a *Alimentos e Bebidas* e 22%, a *Administração de Negócios*. Aproximadamente 12% das MPE em Parnaíba fizeram cursos relacionados a *Empreendedorismo*; 9,4%, a *Meio Ambiente* e 6,2%, a *Idiomas*. Nenhuma delas fez curso sobre *Segurança na Atividade Turística*; *Cooperação* e/ou *Associativismo* ou *Informática*. Do total, 19% não sabem o nome dos cursos que fizeram e, praticamente, 22% fizeram outros cursos.

Em **Barreirinhas** a maioria das MPE que fez algum curso o fez na área de *Operações* (51%); 37,2%, de *Atendimento*; 30%, de *Administração de Negócios* e 30,2%, de *A&B*. Aproximadamente 11% participaram de cursos com a temática de *Segurança no Turismo*; 9% fizeram cursos de *Idiomas* e outros cursos no mesmo percentual. 4,7% fizeram cursos vinculados a *Meio Ambiente*; *Empreendedorismo* e *Cooperação/Associativismo*. 21% não sabem os nomes dos cursos dos quais participaram.

Em conclusão, a maioria das MPE entrevistadas revelam participar de cursos, sendo mais comum a participação naqueles com temáticas voltadas para operação dos negócios do ponto de vista de serviços, atendimento e administração, sem incorporar outras temáticas da relação da MPE com outras e seu ambiente.

2. CARACTERIZAÇÃO DOS PROPRIETÁRIOS/SÓCIOS E GERENTES

Após analisar o perfil das empresas, esta seção dedica-se ao perfil dos respondentes. É feita uma breve descrição sociodemográfica do grupo total de respondentes – composto por proprietários/sócios, gerentes e diretores de associação. Então, passa-se a uma caracterização mais detalhada – quanto a origem, escolaridade, motivação para iniciar o negócio, relação com o local, entre outros –, em que são caracterizados apenas proprietários/sócios e gerentes, por serem as categorias sociais mais relevantes para esta passagem do estudo.

2.1. Considerações sobre os respondentes e suas funções

Dentre os entrevistados, 64,8% são proprietários/sócios, enquanto 32,9% exercem cargos de gerência.⁶⁶ A característica mais importante de ser observada a partir desse dado é que o público-alvo da pesquisa foi alcançado com sucesso. O predomínio de respostas de proprietários/sócios é favorável à robustez da pesquisa, tendo em vista a expectativa de que eles são, no decorrer da pesquisa, os que detêm mais conhecimento sobre os assuntos abordados e os que melhor podem fornecer informações de decisões como motivações para iniciar o negócio ou para participar de determinadas ações.

Somente 2,3% dos respondentes representam cargo de direção de associações ou cooperativas. Essa categoria foi criada a partir das respostas pelo entendimento de que a natureza de suas atribuições se diferencia do proprietário/sócio de uma MPE ou de um gerente. Julgou-se mais apropriado, porém, excluir tal categoria das descrições mais detalhadas, porque apresenta percentual bastante reduzido e não contribui diretamente para o objetivo do capítulo.⁶⁷

A composição de respondentes proprietários/sócios das MPE do turismo gira em torno de 60% a 70%. Os gerentes são 30% do total de respondentes. Há uma pequena participação, de aproximadamente 2%, de diretores de associações/cooperativas. A função dos respondentes apresenta relação com o porte da empresa, mas não com a localização. Nas microempresas, houve tendência de a resposta ser fornecida pelo proprietário ou sócio (70,1%), enquanto nas pequenas empresas, pouco mais da maioria dos questionários (51,2%) foi respondido por gerentes.

2.2. Origem

Os respondentes foram solicitados a informar seu local de nascimento, tanto cidade quanto estado. A partir dos resultados, procedeu-se ao agrupamento em quatro categorias, a fim de facilitar a compreensão de tendências: nativo; de outra cidade no mesmo estado; de outro estado; de outro país. Essa variável foi inserida, principalmente, para se pensar a inclusão da população local nas MPE do turismo, seja como empreendedor, seja como trabalhador em cargo de gerência das MPE.

⁶⁶ A classificação de funções empregada não exclui a possibilidade de o dono do negócio o gerenciar. Como era admitida apenas uma resposta, o dono que exerce papel de gerente foi retratado pela pesquisa em sua primeira atribuição: de proprietário/sócio do negócio. Foi observada durante a realização da pesquisa de campo uma prática comum na região de que o proprietário/sócio seja o gerente oficial, porém em seus períodos de ausência, principalmente na baixa estação, um funcionário é designado como gerente temporário da empresa. Nesses casos, o respondente foi entendido como gerente.

⁶⁷ Portanto, a partir da seção seguinte, a descrição das respostas de proprietários/sócios e gerentes será parte da análise. Os diretores não serão descritos, em nome da concisão do trabalho, apesar de fazerem parte dos cálculos, serem considerados dados válidos e estarem retratados nas tabelas em anexo.

Dentre os *gerentes* que participaram da pesquisa, as respostas concentram-se em pessoas originárias de outras cidades do estado em que a MPE opera (34,8%) e nativos (31,9%). Por fim, 27,5% dos gerentes de MPE são de outros estados, enquanto somente 5,8% são estrangeiros.

Entre os *proprietários/sócios* e *gerentes* de MPE do turismo na Costa Norte entrevistados predominam brasileiros (89%), especialmente pessoas originárias do mesmo estado em que a MPE está localizada, senão da mesma cidade em que se a pessoa trabalha. Não há qualquer associação estatística entre a função na empresa e a origem da pessoa. Por outro lado, denota-se associação entre a origem do proprietário e a atividade da empresa. Isto é, os proprietários nativos tendem a se concentrar mais frequentemente na atividade de hospedagem (45%), bem como aqueles de outras cidades do mesmo estado (46,7%) e os estrangeiros (66,7%). Em compensação, proprietários advindos de outros estados apresentaram-se mais concentrados em estabelecimentos de alimentação (44,4%).

Tratando de cada localidade, em **Jericoacoara** pessoas de outros estados apresentam a maior incidência (32,8%), ainda que não representem maioria entre os proprietários/sócios. Aparece lá pequena presença de pessoas de outras cidades do estado do Ceará entre os proprietários. Entre as três localidades, Jericoacoara é aquela com maior presença de estrangeiros como proprietários de negócios do turismo (25%) entre os respondentes.

A configuração dos proprietários/sócios de MPE do turismo em **Parnaíba** divide-se, principalmente, entre pessoas advindas de outros estados (48,4%), dentre os quais 19,4% são oriundas do Maranhão; 9,7%, do Ceará e 6,5%, de São Paulo. Os nativos são proprietários de 35% das MPE entrevistadas, revelando-se bastante tímida a presença de estrangeiros como proprietários, havendo apenas um caso.

Em **Barreirinhas**, a propriedade está concentrada em pessoas originárias do próprio estado do Maranhão, representando 74% das empresas, divididas entre 34,2% de empresas pertencentes a nativos da cidade e uma parcela levemente superior, 39,5%, pertencente a pessoas de outras cidades do estado. Dentre as empresas, 23,7% são de propriedade de empresários oriundos de outros estados, enquanto apenas uma (2,6%) pertence a um estrangeiro.

Quanto aos gerentes entrevistados em **Jericoacoara**, a maior concentração está em pessoas provenientes de outros estados (40,5%), seguida por gerentes vindos de outras cidades do Ceará (32,4%). Nativos figuram como gerentes em menos de um quinto dos casos, e estrangeiros, em cerca de 8%.

Entre os gerentes que participaram da pesquisa em **Parnaíba**, é predominante a presença de nativos, que alcançaram o total de 72,7%. Na posição de gerência em **Barreirinhas**, nas MPE entrevistadas, demonstra-se certa predominância de pessoas

advindas de outras localidades do estado do Maranhão (47,8%), em detrimento de gerentes nativos (34,8%). Todavia, 83% dos gerentes são originários do próprio estado.

Contraopondo-se à presença de nativos e estrangeiros em posições de proprietários/sócios ou gerentes de MPE de turismo na Costa Norte, percebe-se que os nativos aparecem em 30,9% das empresas e os estrangeiros, com presença tímida, somam 10,6%. Entre os estrangeiros entrevistados, quase a totalidade é de proprietário/sócio, sendo mais rara a posição de gerente ocupada por um estrangeiro.

As cidades diferem quanto à inserção do *nativo*. Enquanto em Barreirinhas e Parnaíba os nativos aparecem, respectivamente, em percentuais na casa de 30% e 40% dos postos de gerência e propriedade das MPE, em Jericoacoara esse valor está em 20% (Gráfico 12).

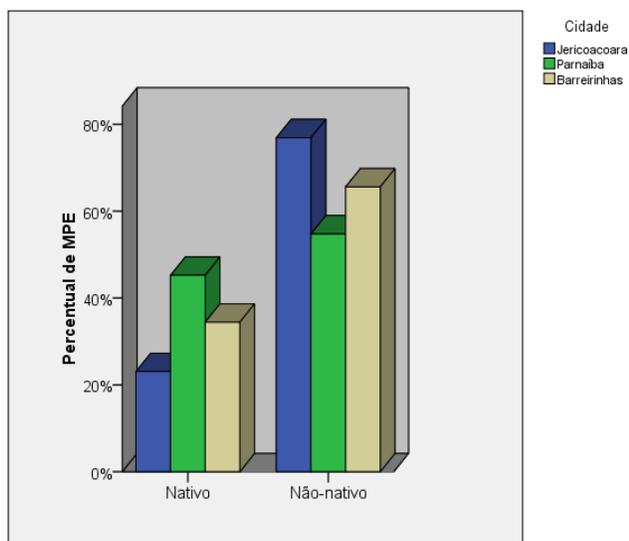


Gráfico 12 – Distribuição de nativos e não-nativos por cidade
Fonte: pesquisa da autora

A problemática da falta de inserção do nativo na estrutura produtiva do turismo é uma das questões mais comentadas pelos atores sociais em Jericoacoara e em outros locais da Costa Norte. Normalmente, faz-se uma crítica ao modelo de turismo lá implementado, citado como excludente da população e liderado por estrangeiros. Os dados mostram que, entre os entrevistados, o número de nativos (incluindo pessoas nascidas na sede municipal, na vila propriamente dita ou em povoados do município) e estrangeiros como proprietários de MPE do turismo é igual, não dando substrato a tal suposição. É possível, porém, esperar um número maior de estrangeiros não apurados pela pesquisa porque não necessariamente entrevistou-se o proprietário e, em dois casos, gerentes brasileiros entrevistados mencionaram que os proprietários eram estrangeiros e não se encontravam no País. No entanto, ainda que possam aumentar em quantidade, dificilmente se tornariam maioria, como o senso comum tende a apontar.

Todavia, os empresários estrangeiros em **Jericoacoara** chamam atenção por possuírem estabelecimentos de padrão de qualidade mais altos, com mais *status* e capital disponível para investimento. Embora não sejam necessariamente mais numerosos do que de nativos, possivelmente ocupam muito espaço social, no cotidiano e nas relações de poder dos atores envolvidos com o turismo em Jericoacoara. Se por um lado essa característica reflete a exclusão evidenciada na fala de nativos e outros brasileiros, a presença de estrangeiros reforça a vila como aldeia global, diferenciando-a como destino turístico.

Por fim, dentre os entrevistados não-nativos das localidades, especificidades foram detectadas. Em **Barreirinhas**, a maioria era advinda de São Luís, respondendo por 28% dos proprietários/sócios e gerentes. Mas foram constatadas pessoas de outras cidades do Maranhão, tais como Bacabal, Santo Amaro, Buriti Grosso, Imperatriz. Também apareceram localidades, aliás tão esparsas quanto Anápolis (GO), Campina Grande (PB), Maceió (AL), Parnaíba (PI), Rio de Janeiro (RJ), Caraguatatuba (SP).

Entre aqueles profissionais em posição de proprietários/sócios ou gerentes em **Parnaíba** que não são nativos da cidade, existe uma presença bastante pulverizada entre diferentes origens tais como Cocal (PI), Parazinho (CE), Araiões (MA), Tutóia (MA), São Paulo (SP), entre outras, não apresentando nenhuma concentração expressiva.

Tanto na propriedade quanto na gerência, **Jericoacoara** mostrou padrão similar e predominante de pessoas de outros estados. São Paulo revelou-se como o de maior incidência (16,4%). A segunda maior concentração se deu sobre o estado do Rio de Janeiro (3,6%), sendo os demais bastante pulverizados. Diversos eram provenientes de municípios vizinhos tais quais Guriú e Camocim, e uma pequena parcela de Fortaleza.

Em resumo, nesse universo aparece uma visão geral sobre os proprietários/sócios entrevistados de que **Parnaíba** tem predominante presença de proprietários de outros estados, deixando os nativos para segundo lugar, embora com percentuais bastante assemelhados. Em **Barreirinhas**, maranhenses são maioria entre os proprietários, sejam nativos da cidade ou de outras localidades do estado. Em **Jericoacoara**, o maior percentual de proprietários é representado por pessoas de outros estados brasileiros, sendo o traço mais marcante a igual presença de proprietários nativos e estrangeiros, correspondendo a um quarto cada.

2.3. Idade, gênero e escolaridade

Traçando um perfil dos proprietários/sócios, vê-se uma participação maior do gênero masculino em Parnaíba, onde 54,8% são homens. Barreirinhas tem diferença mais aguda, com aproximadamente 39% de mulheres e aproximadamente 60% de homens. Em

Jericoacoara, essa composição aparece equilibrada, com 49,3% de mulheres e 50,7% de homens.

Em relação à faixa etária dos proprietários, mais da metade (56,6%) têm idade superior a 30 e inferior a 50 anos, havendo apenas 5,8% acima de 60 anos. Isso mostra que os proprietários na Costa Norte não tendem a ser pessoas com idade avançada, o que poderia levar a crer que a MPE surge em um momento de aposentadoria, como registrado em pesquisas realizadas com empresários de MPE do turismo na Nova Zelândia (HALL e RUSHER, 2004). A escolaridade dos proprietários/sócios é, principalmente, de segundo grau completo (43,5%) ou nível superior (31,3%), o que corresponde a mais de 70% dos proprietários entrevistados (Gráfico 13). Esta informação surpreende devido aos baixos níveis de escolaridade registrados na região pelas estatísticas oficiais, mostrando aqui uma distorção.

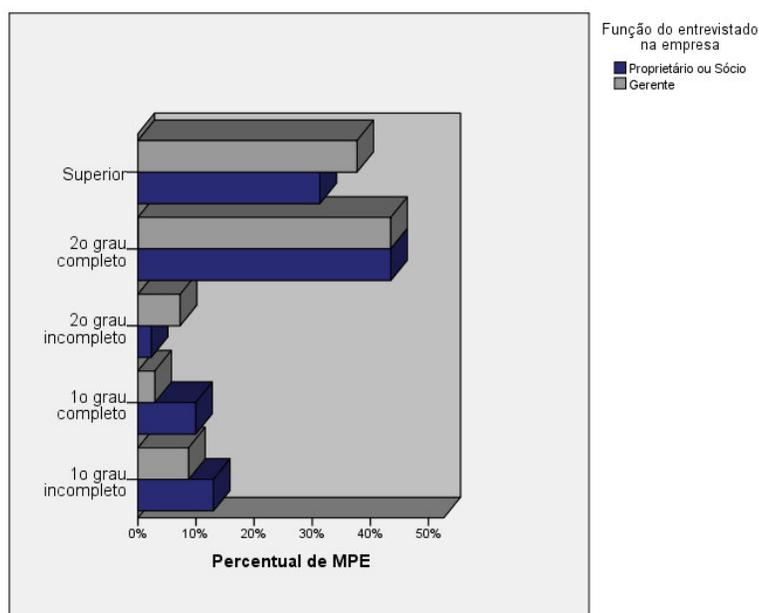


Gráfico 13 – Escolaridade dos proprietários e gerentes por atividade principal das MPE do turismo
 Fonte: pesquisa da autora

Comparativamente, a escolaridade dos proprietários é maior em Barreirinhas e menor em Parnaíba quando comparadas as três localidades, porém em todos os locais se apresenta com maioria tendo completado, ao menos, o segundo grau.

Em **Jericoacoara**, 70% dos proprietários/sócios entrevistados possuem escolaridade de, no mínimo, segundo grau completo. Em **Parnaíba** revela-se maior a porcentagem de proprietários com menor grau de escolaridade, apresentando 38,7% com primeiro grau completo ou incompleto. Ainda assim, a maioria (58,1%) possui, no mínimo, segundo grau concluído, sendo 32,3% com segundo grau completo e 25,8% com nível superior completo

ou não. **Barreirinhas** é a localidade que apresenta maior porcentagem de proprietários com nível superior (31,6%). Com segundo grau completo são 47,7%.

Na posição de gerente, aparecem 54,5% de mulheres em Parnaíba; 47,8%, em Barreirinhas e 57,9%, em Jericoacoara. Em relação à faixa etária deles, gerentes, a maior concentração se dá na faixa até 30 anos (48%), tornando a participação mais rarefeita na medida em que aumenta a faixa etária. Uma participação muito pequena dos gerentes de MPE na Costa Norte apresenta mais de 60 anos (1,5%). Revela-se, portanto, associação entre função e idade, já que proprietários tendem a ser mais velhos do que gerentes. Enquanto a maior concentração de gerentes está na faixa de até 30 anos, os proprietários tendem a apresentar mais de 30 e menos de 50.

Mais de 80% dos gerentes entrevistados possuem escolaridade de, no mínimo, segundo grau completo. Logo, verifica-se que a distribuição de escolaridade é semelhante entre as funções investigadas, sendo que os gerentes acumulam um percentual pouco maior de pessoas com nível superior no contexto geral da Costa Norte. Em Parnaíba e Jericoacoara os gerentes tendem a apresentar maior escolaridade do que os proprietários, embora em Barreirinhas o nível de escolaridade para ambos seja semelhante.

2.4. Relação com o local: tempo de moradia e intenção de permanência

Tempo de moradia e de intenção de residência surgem na pesquisa por ser a questão temporal fundamental dentro da noção de sustentabilidade. O principal foco recai no horizonte temporal (de longo prazo ou de imediatismo) em que se dão as relações dos entrevistados com as localidades. Afinal, é esperado que essa relação temporal com o lugar possa interferir no modo de se relacionar com outros atores e com o meio ambiente.

Primeiramente detectou-se dentre os entrevistados que um quinto apenas nasceu e sempre viveu na cidade em que a MPE está sediada. A maior parte dos entrevistados nem sempre viveu naquele mesmo local, o que representa 78% das pessoas. Isso se relaciona com os dados vistos na seção anterior de que há grande presença de pessoas de outras cidades, estados ou países entre os entrevistados na Costa Norte, que correspondem a aproximadamente 70%.

Em detalhes, as pessoas entrevistadas que nasceram e sempre moraram no local em que a MPE opera são 15,5% em Jericoacoara; 23,3%, em Barreirinhas, e 33,3%, em Parnaíba. A média de anos de residência é maior em Parnaíba (28,9 anos), menor e estatisticamente idêntica entre Jericoacoara (12,5) e Barreirinhas (15,3).

Do total agregado, pouco mais do que a metade dos entrevistados, 56,7%, afirmaram que pretendem permanecer na cidade indefinidamente, enquanto 27,4% não sabem. Apenas 15,9% não têm intenção de permanecer e apresentaram um prazo determinado

para deixar o local, que varia de 1 a 6 anos. Chama atenção que, dentre essas respostas, 63% estão concentradas em **Jericoacoara** (Gráfico 14). Lá o discurso é marcado por pontuar que o turismo já não é mais tão rentável como antigamente, que a qualidade de vida tem se deteriorado e que se as condições continuarem como estão, diversas pessoas pretendem sair da localidade.

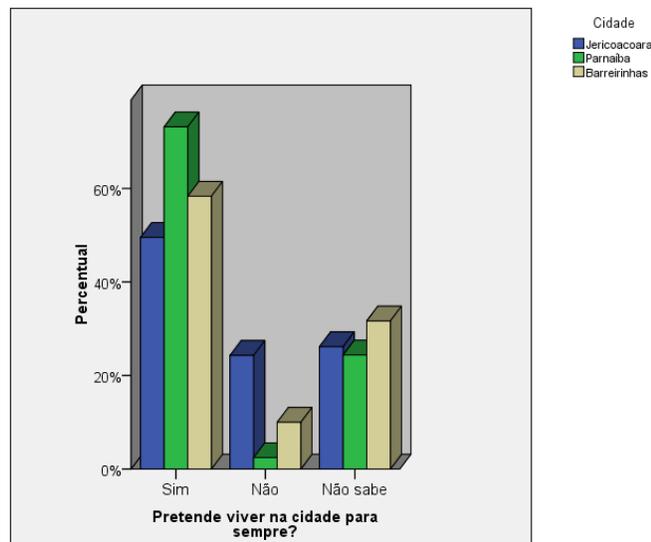


Gráfico 14 – Intenção de permanência por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Enquanto isso, em **Barreirinhas** uma porcentagem de 10% têm intenção de sair da cidade e a maioria, 58,3%, pretende ficar para sempre. **Parnaíba**, por sua vez, apresentou os valores mais baixos em percentuais de pessoas que pretendem sair da cidade (2,4%), e o maior de pessoas que pretendem viver lá indefinidamente (73,2%).

É interessante notar que tal perspectiva não se altera quando consideradas as diferentes funções. Inexistiu qualquer diferença entre a propensão de permanecer de proprietários/sócios e gerentes, ainda que sejam os primeiros aqueles que detêm capital investido. E, considerando serem donos de MPE, possivelmente todo seu capital está ali investido como ressaltaram Page *et al.* (1999). Ainda assim, eles dividiram-se de modos muito semelhantes entre as categorias, sendo pouco mais da metade com intenção de viver na localidade para sempre; 16% com intenção de deixar a localidade e cerca de 30% não sabendo. Assim, fica demonstrado que assalariados ou detentores dos meios de produção têm opiniões similares quanto à permanência no local.

2.5. Motivações para iniciar o negócio

Diversos autores têm se dedicado a estudar a motivação para o início do negócio como uma variável-chave e diferenciadora das MPE em relação a grandes empresas, bem como do turismo em relação a outros setores (THOMAS, 2004). Exclusivamente entre proprietários/sócios e diretores de associações/cooperativas, investigou-se qual foi o principal motivo para iniciar o negócio em turismo. Os gerentes não foram indagados sobre isso porque são assalariados, e não tomadores de decisão de iniciar a MPE. Foram previstas categorias fechadas a partir da literatura e da pesquisa exploratória na área de estudo. Contudo, foi oferecido espaço para o empresário apontar outras respostas.⁶⁸

Os estudos de Page *et al.* (1999) com pequenos negócios de turismo na Nova Zelândia apresentaram as seguintes motivações para iniciar os empreendimentos: gostar do que faz (54%), independência financeira e ter o próprio negócio (8%) e uma forma alternativa de trabalho (7%). Isso mostra que estilo de vida e motivações não-econômicas aparecem mais, o que não se comprova no estudo da Costa Norte. Em contraste, sobrevivência e falta de alternativas estão mais presentes entre as motivações dos empreendedores do turismo da Costa Norte do que prerrogativas de formação educacional e realização pessoal. Isso poderia ser estimado no contexto de pobreza predominante na região e da falta de atividades alternativas. De forma agregada, a Tabela 8 apresenta os percentuais de respostas.

Tabela 8 – Principal motivação para iniciar MPE de turismo na Costa Norte

Turismo é negócio mais lucrativo aqui (E)	25,7%
Já tinha experiência no ramo	14,3%
Precisava aproveitar o bem que já tinha (E)	12,9%
Falta de opção, sobrevivência, necessidade (E)	12,9%
Buscava uma vida mais calma	11,4%
Oportunidade para negócio (E)	9,3%
Queria viver na cidade	4,3%
Fazer o que gosta	3,6%
Mudar de vida	2,1%
Trabalhar por conta própria	0,7%
Formação	0,7%
Outra	2,1%
Total	100%

E: motivações Econômicas

Fonte: pesquisa da autora

O argumento da sobrevivência emerge entre as respostas, geralmente, acompanhado da falta de opção de trabalho na cidade. Já a formação em turismo e a vontade de trabalhar

⁶⁸ Algumas das categorias resultantes podem sofrer sobreposição, porque se procurou retratar com maior fidedignidade possível as respostas dadas.

por conta própria são os motivos menos frequentes para se iniciar uma MPE do turismo na Costa Norte (0,7%).

Agregando as categorias de respostas entre motivações econômicas e não-econômicas⁶⁹, percebe-se que na Costa Norte a maioria expressiva das respostas dos empresários está ligada com questões de cunho econômico (62%). Dentre as motivações alegadas, 38% dos respondentes mencionam motivações não-econômicas, representadas por argumentos como busca por uma vida mais calma e vontade de ficar no local. Portanto, na região, motivações não-econômicas são as menos recorrentes entre as MPE do turismo. Isso diverge do que é apontado por autores como Thomas (1998; 2004) e Hall (2004). Uma das explicações possíveis para isso é a pobreza encontrada na Costa Norte, mais grave do que nos locais pesquisados pelos citados autores (Reino Unido e Nova Zelândia).

Ainda que agrupando as diversas possibilidades de motivações entre econômicas e não-econômicas, as cidades não mostram, com base na estatística, distribuições significativamente distintas. O dado surpreende por ter sido esperado em Jericoacoara, em função do alto número de pessoas não-nativas e as características bucólicas da vila, outras motivações predominantes para o início do negócio, como vontade de viver no local e busca por mais calma. No entanto essa expectativa não se confirma. Nas localidades, a maioria das respostas trouxe motivações econômicas para abrir as MPE do turismo, sendo 56,6% em Jericoacoara; 66,7% em Parnaíba e 68,4% em Barreirinhas (Gráfico 15).

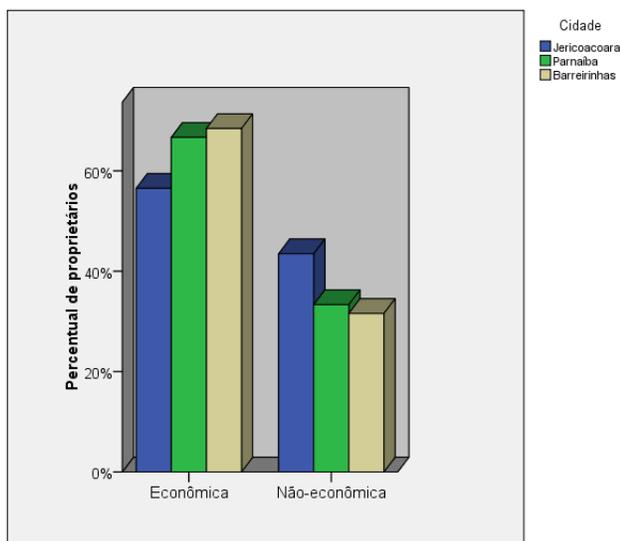


Gráfico 15 – Motivação para iniciar o negócio, por cidade
Fonte: pesquisa da autora

⁶⁹ A categoria Outra foi excluída desta análise para evitar ambiguidades. Isso ocorreu sem prejuízo para análise, por se tratar de cerca de somente 2% das respostas. Como motivações econômicas foram entendidas quatro categorias: “turismo é negócio mais lucrativo aqui”; “precisava aproveitar o bem que já tinha”; “falta de opção/sobrevivência/necessidade” e “oportunidade para negócio no mercado local”. As demais foram tratadas como motivações não-econômicas.

Interessante é a revelação de que a motivação está associada não à localização, mas à atividade principal da empresa. Denota-se que empresários de estabelecimentos de alimentação são aqueles que apresentam maioria com motivações não-econômicas para iniciar seus negócios (56,8%), enquanto todas as demais atividades demonstraram maioria expressiva com motivação econômica.

Em resumo, os dados mostram predomínio de motivações econômicas para iniciar os negócios entre os empresários entrevistados. O motivo mais recorrente para iniciar uma MPE em turismo na Costa Norte se deu a partir da percepção do turismo como o negócio mais lucrativo na localidade, seguido pela experiência no ramo do estabelecimento. Considerando contribuições de Dewhurst e Horobin (1998), isso leva a crer, em paralelo com a visão dos autores, que estratégias de sustentabilidade devem se mostrar lucrativas, caso contrário, tendem a não ser implementadas pelas MPE.

2.6. Outra ocupação profissional

Com intuito de conhecer se a MPE do turismo era a única opção de investimento para proprietários/sócios ou a única fonte de renda para gerentes e proprietários/sócios, perguntou-se aos respondentes se eles estavam envolvidos em outras atividades profissionais.

Dentre os respondentes, expressiva maioria (73,7%) não exerce outra atividade profissional. Por outro lado, 22,4% têm outro negócio e 4,2% têm outro emprego.

Existe associação entre o exercício de outra atividade e a função do respondente na empresa. Ainda que maioria dos proprietários (71,6%) não exerça outra atividade profissional; 26,1% tendem a ter outro negócio, e não emprego, que apareceu apenas em 2,2% dos casos entre proprietários. Já entre os gerentes, é maior a exclusividade de atuação profissional naquela MPE do turismo, com 81,4% de incidência. Apesar de pequena a ocorrência, os gerentes tendem a ter mais empregos como segunda atividade do que os proprietários (7,1%) e menos negócios (11,4%).

Dentre aqueles que afirmam desempenhar outra atividade, todos especificaram suas ocupações. Em **Jericoacoara**, 82,4% das pessoas que exercem outra atividade têm um negócio e 17,6% têm outro emprego. Os negócios citados, bastante diversificados, têm como atividades: venda de produtos de limpeza (1); peixaria (2); ioga (1); percussão (1); internet café (1); aulas de *kite surf* (1); loja (4); frete; contabilidade (1); limpeza geral (1); pesca (2); representação comercial (1); passeios de bugue (2); agência de turismo em Fortaleza (1); lanchonete (1); outro meio de hospedagem (3); massagem (1); bar (1); confecção de roupas esportivas (1); escola (1) e escritório de arquitetura (1). Entre os

empregos estão: vigilante (1); professor (1); massagista (1), técnico de enfermagem (1); serviços gerais em pousadas (1) e pescador (1).

Em **Parnaíba**, 88,9% das pessoas com outras atividades têm um negócio, variando entre as atividades de construção e artesanato; imobiliária (2); restaurante (1); eventos (1); material de construção e decoração (1), táxi (1); venda de autopeças e reboque (1). Apenas uma pessoa (11%) tem outro emprego: confecção.

Em **Barreirinhas**, 83,3% das pessoas com outras atividades, possuem negócios, e 16,7% possuem outro emprego. Entre as empresas, verificou-se a ocorrência de mercearia (1); lanchonete (2), lavanderia (1), transporte rodoviário (1); pintura automotiva (1); pesca (1); construtora (2); artesanato (1). Entre os empregos citados, um foi relativo a comércio e outro a engenharia elétrica.

Portanto, a maioria dos respondentes tem a atividade na MPE do turismo como única atividade profissional, quer na posição de proprietário/sócio, quer na de gerente. Um quinto exerce outra atividade, e geralmente tem outro negócio. A análise das atividades mostra que em Jericoacoara é mais comum a propriedade de mais de um negócio, comumente vinculados ao turismo.

3. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

A pesquisa realizada com as micro e pequenas empresas de turismo na Costa Norte revelou diversos perfis das MPE e dos respondentes. No que tange às **empresas**, o perfil identificado mostra:

- a maior parte das MPE de turismo da Costa Norte é do setor de hospedagem, seguido pelo setor de alimentação;
- predominam microempresas das quais grande maioria tinha até 5 empregados;
- a maioria das MPE está no mercado há 7 anos ou menos;
- aproximadamente metade das MPE registra flutuações no número de pessoas ocupadas entre a alta e a baixa estação. Aquelas que o fazem são responsáveis por um crescimento médio de 32% da mão-de-obra empregada entre a baixa e a alta estação;
- a maioria expressiva têm CNPJ e a menor porcentagem de formalização está no setor de hospedagem;
- a maior parte das MPE do turismo na Costa Norte possui turistas nacionais como principais clientes, ainda que cada localidade tenha um traço diferenciador em sua combinação de principais clientes;
- predominam as MPE que recebem a maior parte de seus turistas chegando por conta própria, em detrimento daqueles de chegam até elas por meio de pacotes turísticos. Isso

permite entrever que o turismo na Costa Norte se dá predominantemente de modo independente, e que as MPE não sobrevivem de articulações complexas com operadoras e outras empresas para distribuir e comercializar os destinos;

- os estabelecimentos de hospedagem e alimentação tendem a receber mais turistas que chegam por conta própria do que as agências de receptivo e empresas de transporte;

- a maioria das MPE entrevistadas assenta maior parte de seu faturamento em vendas a turistas com a motivação do lazer. Somente uma pequena parcela considera que quase nada de suas vendas é proveniente do turismo. Empresas maiores ou mais antigas não apresentam maior faturamento advindo dos turistas;

- a maioria expressiva das MPE em todas as cidades havia participado de cursos de formação. Ainda que com diferenças sutis, empresas mais novas, micro em seu porte, de hospedagem ou alimentação e informais, tenderam a participar menos de cursos do que as outras. Por outro lado, empresas formalizadas, pequenas, nos ramos de receptivo e hospedagem & alimentação, apresentaram maior tendência de participar de cursos;

- expressiva maioria das empresas, indo das que faturam quase nada àquelas que faturam muito a partir do turismo, havia participado de cursos. As empresas porém que mais figuraram entre as que não fizeram qualquer curso são as menos ligadas ao turismo como fonte de faturamento.

Quanto aos **respondentes**, fossem proprietários/sócios, gerentes ou diretores de associação, as características que se destacaram foram:

- a maioria dos entrevistados é proprietário/sócio e brasileiro, e tem origem no mesmo estado, senão na mesma cidade, em que se encontra trabalhando;

- a participação de gêneros foi equilibrada; a maioria dos respondentes está na faixa etária de até 40 anos e a maioria dos respondentes situa-se nas duas categorias mais altas de escolaridade (segundo grau completo e superior completo ou incompleto), expressivamente superior ao nível de escolaridade encontrado na região;

- a inserção dos nativos é menor do que a de pessoas não-nativas, quer como proprietário, quer como gerente. Quando analisadas as funções dos nativos em conjunto, há maior participação percentual deles como proprietários do que como gerentes, especialmente em estabelecimentos de hospedagem;

- a origem predominante dos proprietários varia em cada cidade. Constatou-se também relação entre a origem dos proprietários e a atividade principal da empresa. Nativos, estrangeiros e pessoas de outras cidades do estado estiveram mais concentrados na propriedade de meios de hospedagem. As pessoas de outros estados se concentraram mais em estabelecimentos de alimentação;

- dentre os gerentes, as cidades apresentaram diferentes tendências. Em Parnaíba, a maioria era de nativos. Em Barreirinhas, a maioria era de outras cidades do Maranhão, principalmente São Luís. Em Jericoacoara, houve maior número de gerentes vindos de outros estados, seguidos por pessoas de outras cidades do Ceará;

- apenas um quinto dos entrevistados nasceu e sempre viveu na cidade em que a MPE está sediada. Pouco mais da metade dos entrevistados não têm intenção de deixar a cidade no futuro. A outra metade divide-se entre respondentes que não sabem ou que apontaram que sairão, predominantemente em um período entre 1 e 6 anos. Proprietários e gerentes, proporcionalmente, não diferem entre si, nem quando inserida a cidade na análise, na intenção de permanecer ou deixar a cidade;

- a maioria dos empresários, incluindo proprietários/sócios e diretores de associações, foi motivada principalmente por questões econômicas para iniciar a MPE em turismo. As principais motivações dos proprietários para iniciar as MPE do turismo na Costa Norte são, respectivamente: o turismo ser o negócio mais lucrativo no local; a experiência prévia no ramo e a necessidade de sobrevivência, aliadas à falta de oportunidades na localidade;

- expressiva maioria dedica-se exclusivamente à atividade do turismo na MPE. Um quarto, predominantemente composto por proprietários/sócios, trabalha em outra atividade, a maioria em outro negócio.

Dentre todos os testes de associação, o único que atestou associação forte diz respeito ao predomínio do faturamento advindo de turistas por cidade, em que se destacou Jericoacoara. Essa constatação corrobora observações e demais dados que a posicionam em um patamar de maior importância relativa do turismo no contexto local, seja pela quantidade de empresas voltadas para o turismo que abriga, seja pelo faturamento advindo da atividade. Nenhuma das demais características demonstrou ser fortemente ligada ao porte, à função do respondente, à atividade principal em que opera ou à localização.

Embora, predominantemente, em valores moderados de associação, os dados permitem observar que as localidades analisadas mostram **diferenças e especificidades** quanto a:

a. Importância relativa do turismo para as localidades

A atividade turística é mais relevante para Jericoacoara do que para Parnaíba, que tem uma série de outras atividades, por ser um centro regional de serviços e comércio. Barreirinhas ocupa uma posição intermediária e crescente. Isso foi verificado pela quantidade de empresas e pela proporção do faturamento anual delas que está ligada ao turismo. Como esperado, Jericoacoara – o destino onde a atividade turística é mais importante e as MPE são mais numerosas – registra maior faturamento a partir do turismo.

Parnaíba está do outro lado do espectro, tendo o maior número de empresas que menos faturam com o turismo de lazer. Isso corrobora o dado de haver mais moradores e viajantes a trabalho entre os clientes das MPE investigadas do que nas demais localidades.

b. Perfil da demanda

A partir da constatação sobre os principais clientes das MPE do turismo, é possível desenhar padrões diferenciados da demanda em cada localidade. Destacam-se turistas regionais e viajantes a trabalho em Parnaíba; nacionais, em Barreirinhas, e internacionais, em Jericoacoara, como principais parcelas de clientes atendidas. Esse perfil de demanda pode ser influenciado por características inerentes aos destinos, como imagem, facilidades, atrativos, etc. Pode ainda influenciar a maneira pela qual a oferta turística se organiza localmente, adequando-se às especificidades de seu mercado consumidor.

c. Estrutura produtiva: porte e atividade principal

Em Jericoacoara há uma maior quantidade de MPE e a maior presença percentual de microempresas, quando comparada com as demais localidades. Ademais, é lá onde está a maior incidência de microempresas com reduzido número de funcionários. Barreirinhas concentra maior quantidade de empresas de hospedagem & alimentação e de receptivo do que as demais localidades, mostrando que a estrutura de produção do turismo se altera entre as cidades. Mesmo Jericoacoara, a cidade em que o turismo se destaca como atividade mais relevante, não apresenta grande quantidade de agências de receptivo. Isso se explica por sua posição como destino consolidado garantir demanda mais consistente e menos necessidade de estruturar o produto turístico para ocupar lugar competitivo entre outros destinos turísticos. Jericoacoara também não combina tantos estabelecimentos de maior porte com oferta de hospedagem & alimentação como Barreirinhas, possivelmente por apresentar um número superior de opções de alimentação em quantidade e qualidade que atendem a diversos padrões.

d. Idade das empresas

Apesar de ser Jericoacoara o destino mais consolidado nacional e internacionalmente, é em Parnaíba que está a média mais alta de idade das MPE do turismo. Logo, não é no destino considerado mais consolidado que se encontra a média mais alta de idade das empresas, pelo contrário, é no destino onde o turismo ocupa menos importância relativa como atividade econômica. Parnaíba, o destino com empresas mais antigas, deixa entrever o menor dinamismo nesse setor, com menos entrada de novas empresas, ao mesmo tempo em que revela permanência e sobrevivência de empresas mais antigas. Jericoacoara apresenta a maior rotatividade de empresas, revelando o maior número de empresas

recém-criadas. Isso pode refletir o dinamismo do destino, em que o turismo permanece como atividade principal, e um momento revelador de queda de negócios no turismo local, o que gera dificuldades de sobrevivência com a “monocultura” do turismo, e a luta pela sobrevivência que ocorre mesmo em destinos consolidados.

e. Sazonalidade e a flutuação da média de empregados

A flutuação da média de pessoas envolvidas com as MPE entre a baixa e a alta estação é menor em Jericoacoara e maior em Barreirinhas. Isso pode ser explicado pelo fato de a duração da baixa estação em Jericoacoara ser menor do que nos demais destinos analisados, tanto pela natureza de seus atrativos quanto pelo seu posicionamento de mercado nacional e internacional, gerando modificações mais sutis na composição empresarial de acordo com a variação sazonal.

f. Origem dos proprietários e a relação com o local

Quanto à origem dos entrevistados, Parnaíba tem maior parte de pessoas de outros estados e de nativos da própria cidade. Em Barreirinhas, predominam maranhenses de outras cidades e nativos. Em Jericoacoara predominam pessoas de outros estados, seguidas por nativos e estrangeiros, na mesma proporção.

Em Parnaíba, revelam-se médias mais altas de tempo de residência do que nas demais localidades, e a intenção de deixar a cidade revela-se menor quando comparada às outras. Portanto, é onde ocorrem relações mais baseadas em longo prazo, seja em anos passados na localidade, seja na intenção de permanecer. Jericoacoara é onde há mais intenção de deixar a cidade em um horizonte temporal breve, atribuída à piora na qualidade de vida, à queda da rentabilidade do turismo e à falta de outras opções de trabalho que não o turismo. Isso também parece ser reflexo e estar diretamente ligado à origem das pessoas entrevistadas.

CAPÍTULO 5. RELAÇÕES SOCIAIS DE COOPERAÇÃO E CONFLITO NOS DESTINOS TURÍSTICOS DA COSTA NORTE

O Capítulo 5 tem como objetivo analisar as relações sociais de cooperação e conflito que envolvem as MPE do turismo da Costa Norte. Busca-se responder — quais são as principais características das relações sociais em cada local? Em que se diferenciam? Em que estão fundadas essas ações? Quais são as ações e os resultados obtidos em cada localidade? Tendo em vista responder às perguntas, emprega-se o critério espacial para que ajudem a detectar distinções da situação nos respectivos locais.

O capítulo é construído sobre duas perspectivas. A primeira, que se pode chamar **global**, apura opiniões dos respondentes sobre as características principais das relações do destino — entre os empresários das MPE do turismo, deles com a comunidade, com o governo local e com os órgãos ambientais. A segunda, que se pode chamar **individual**, diz respeito às relações sociais de cooperação e conflito estabelecidas com outros atores pela empresa respondente.

As discussões estão organizadas em tópicos, de modo a facilitar uma leitura guiada. Assim como no capítulo anterior, em cada item a análise é feita do geral para o particular, ou seja, da percepção conjunta da Costa Norte para a visão comparativa entre as três localidades. Da mesma maneira, as informações sobre a quantidade de respondentes válidos por questão estão disponíveis no Apêndice **H** e as tabelas complementares encontram-se no Apêndice **I**, caso se deseje consultá-las para informações mais precisas ao longo da leitura. Por fim, o capítulo é encerrado com perguntas que permitem comparar os dados empíricos encontrados em cada local e avançar na teorização sobre eles. A discussão permite extrair fatores que, possivelmente, influenciam as relações sociais estabelecidas.

1. RELAÇÕES SOCIAIS NO DESTINO: O AMBIENTE PERCEBIDO PELAS MPE DO TURISMO

Os ambientes de interação nos destinos turísticos foram investigados a partir de três pontos principais:

1. principais características reconhecidas nos destinos;
2. a existência de associações empresariais ativas e a propensão de participar de novas associações no destino;
3. os conflitos dos empresários com órgãos ambientais, moradores e governo local.

Esse olhar global sobre o destino serviu para que o respondente fornecesse o seu ponto de vista sobre as relações estabelecidas sem, necessariamente, revelar-se como um ator envolvido. Ainda que apenas uma abstração, tal opção foi feita para minimizar a resistência de se falar do conflito, bem como para conhecer de modo mais abrangente a visão dos empresários sobre as relações.

1.1. Características das relações entre MPE nos destinos

Quanto às relações percebidas no destino, solicitou-se que os respondentes apontassem a sua concordância ou discordância perante um conjunto de sentenças referentes à cooperação e ao conflito entre as empresas de turismo em sua localidade, tais quais.⁷⁰

1. “Os empresários do turismo preferem resolver seus problemas junto com outros empresários da cidade.” Busca averiguar se a ação conjunta entre empresários é uma característica marcante no destino;
2. “Existem problemas entre os empresários do turismo nativos e os que vieram de fora.” Busca compreender se a origem do empresário é um ponto de conflito dentro do turismo do destino;
3. “As diferenças de opiniões entre empresários do turismo são facilmente resolvidas.” Busca verificar se, em face de problemas e desentendimentos, percebem facilidade de superação, criando mecanismos dinâmicos entre cooperação e conflito;
4. “Existem problemas entre empresários do turismo que respeitam mais as leis ambientais e os que respeitam menos.” Busca perceber se existem diferentes posturas ante o meio ambiente local, via de regra, o principal atrativo turístico dos destinos, e se a variável ambiental é um ponto de consenso ou de dissenso entre os empresários;
5. “Existem mais parcerias do que problemas entre os empresários do turismo da cidade.” Busca captar um julgamento subjetivo acerca da “força” com que aparecem a cooperação e o conflito. É possível inferir qual dos componentes é mais visível na percepção do respondente;
6. “A disputa por turistas é desleal entre as empresas da cidade.” Busca verificar questões referentes à competição local, permitindo entrever aspectos de regulação e confiança estabelecida entre as MPE do turismo nos destinos.

Os dados permitem afirmar que, aparentemente, no conjunto da Costa Norte predominam as relações de conflito sobre as de cooperação. Dentre as seis afirmações expostas aos respondentes, três ganharam a concordância da maioria: existem problemas

⁷⁰ Conforme opções oferecidas no questionário. No instrumento eram também acatadas respostas como “não sei” e “não respondeu”.

entre os empresários que mais respeitam as leis ambientais e os que respeitam menos; disputa desleal em relação aos turistas, predomina a parceria entre os empresários (Gráfico 16).

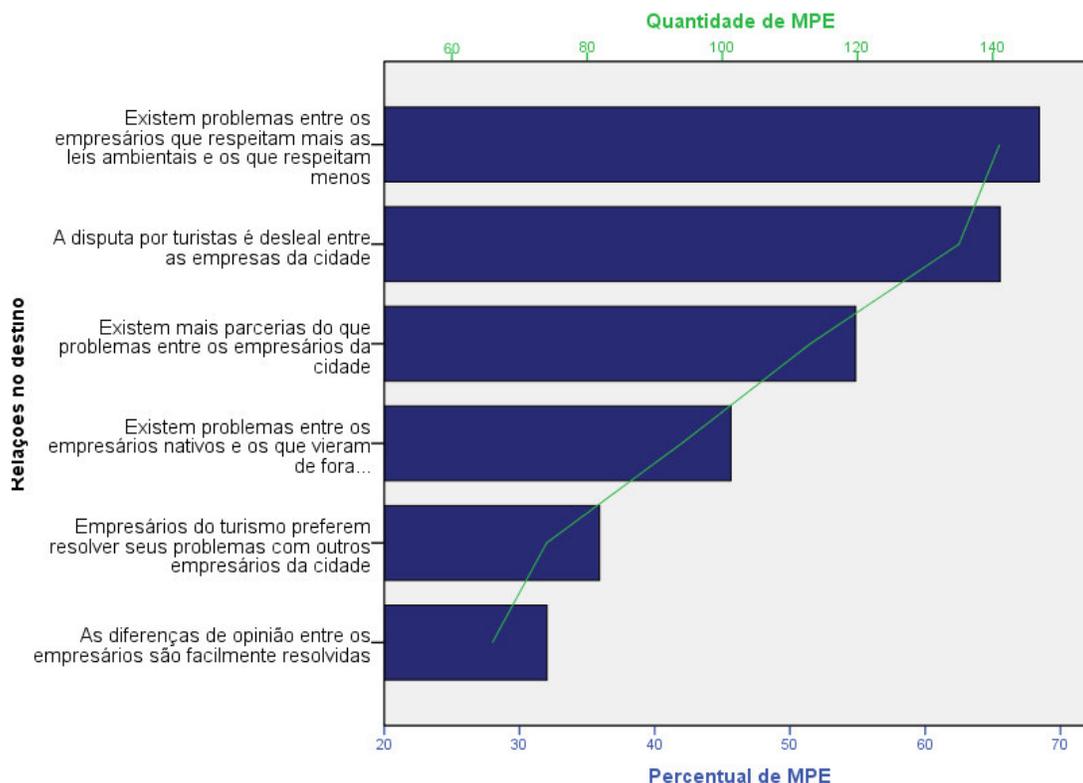


Gráfico 16 – Características percebidas nos destinos segundo grau de concordância
 Fonte: pesquisa da autora

Por que ocorre a concordância de 68% dos entrevistados quanto ao tratamento diferenciado do meio ambiente? Provavelmente porque esse é o atrativo número um nos três destinos e cada qual tende a considerar que os outros não estão dando a devida atenção a esse aspecto, impulsionados por um ganho imediato que pode resultar no risco de matar “a galinha dos ovos de ouro” de todos. Significa, de um lado, que há problemas reais de maus tratos ao meio ambiente – que outras observações permitiram constatar – mas também de que há uma preocupação clara de que é necessário mudar o relacionamento, e adotar uma regulação mais rígida, desde que seja cumprida por todos.

Essa ocorrência lembra o que discute Drummond (2001) acerca das dificuldades de gerenciar recursos naturais, já que eles tendem a ser de uso comum, suscetíveis a externalidades e, quando não têm preço, a ser sucateados pelo uso excessivo. É comum na região a noção de que aquele que destrói e polui obtém vantagens no mercado. Ou seja, quem deposita suas externalidades sobre o meio ambiente compartilhado por outros, e não paga por isso, ganha no curto prazo, porém compromete os usos dos demais atores e o

futuro da qualidade ambiental. Nesse contexto, a regulação surge como a maneira de intervir para evitar que o sistema natural entre em colapso e todos percam com a situação instaurada (DRUMMOND, 2001). O colapso dos destinos seria iniciado com atrativos naturais degradados que levam a perdas sucessivas de potencial de atração turística, como ilustra Butler (1980) em seu modelo.

A segunda grande concordância (65,5%) refere-se à disputa desleal entre os empresários do turismo. Outra vez, a preocupação premente com o ganho imediato e a falta de regulação estão por trás desse aparente conflito. Novamente, a preocupação acentuada expressa uma demanda de regulação mais firme para tornar a competição mais saudável.

É interessante observar que a terceira grande concordância segue no sentido inverso das anteriores: a existência de mais cooperação do que de conflito entre as empresas de turismo do destino, constatação de 55% dos entrevistados e o único traço de cooperação que contou com a maioria das opiniões agregadas. Esse fato parece indicar que a existência de conflito se faz simultaneamente a iniciativas de cooperação, sem que uma relação elimine a outra, tecendo juntas o conjunto das relações entre os empresários do ramo do turismo.

Por outro lado, três assertivas ganharam a discordância da maioria: as associações são ativas, as diferenças entre empresários são facilmente resolvidas e empresários do turismo preferem resolver seus problemas com outros empresários. As três questões que obtiveram a discordância da maioria mostram a persistência dos conflitos como aspecto aparentemente dominante nas relações entre as MPE do turismo.⁷¹ Apenas 32% julgam que é fácil resolver as divergências entre os empresários do ramo; 36% concordam de que os empresários preferem resolver seus problemas com outros empresários da cidade.

O fato de que apenas 28% afirmam que as associações são ativas pode indicar a fragilidade dessas organizações no estímulo à cooperação ou na resposta aos conflitos. Não se pode, porém, esclarecer se as associações são frágeis porque a cooperação é fraca ou se esta é fraca pela inexistência de associações reguladoras fortes.

A questão sobre a existência de problemas entre empresários nativos e não-nativos não tem uma concordância ou discordância clara entre a maioria dos entrevistados. A questão, com 45% de concordância e 55% de discordância, parece refletir realidades diferenciadas nos três destinos.

A análise comparativa dos locais, apresentada na Tabela 9, mostra a distribuição das concordâncias e discordâncias sobre cada tema nas localidades. Em comum, os três destinos apresentam expressivas discordâncias quanto à existência de associações empresariais ativas, tema que será mais bem explorado na próxima seção. As diferenças

⁷¹ O gráfico que representa a discordância é o espelho do Gráfico 16. Ou seja, é o complemento de cada barra até o total de 100%.

apontam para maior conflituosidade em Jericoacoara, com tímidos componentes de cooperação. A menor conflituosidade aparece em Parnaíba, e Barreirinhas é onde parece conviver cooperação e conflito de modo mais intenso.

Tabela 9 – Síntese das concordâncias e discordâncias, por destinos (%)*

Características das relações sociais	Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas
Existem problemas entre os empresários que respeitam mais as leis ambientais e os que respeitam menos	Concorda: 81,7	Concorda: 47,4	Concorda: 57,6
	Discorda: 12	Discorda: 33,3	Discorda: 25,9
A disputa por turistas é desleal entre as empresas da cidade	Concorda: 72,5	Concorda: 39,5	Concorda: 69,5
	Discorda: 26,9	Discorda: 59,5	Discorda: 27,6
Existem mais parcerias do que problemas entre os empresários da cidade	Concorda: 45,9	Concorda: 55,3	Concorda: 71,2
	Discorda: 51,9	Discorda: 35,7	Discorda: 25,9
Existem problemas entre os empresários nativos e os que vieram de fora	Concorda: 57,8	Concorda: 21,1	Concorda: 39
	Discorda: 39,8	Discorda: 73,8	Discorda: 50
Empresários do turismo preferem resolver seus problemas com outros empresários da cidade	Concorda: 33,9	Concorda: 26,3	Concorda: 45,8
	Discorda: 64,8	Discorda: 69	Discorda: 46,6
As diferenças de opiniões entre os empresários são facilmente resolvidas	Concorda: 26,6	Concorda: 34,2	Concorda: 40,7
	Discorda: 68,5	Discorda: 54,8	Discorda: 41,4

*As células em que o somatório das concordâncias e discordância não chega a 100% refletem a existência de respostas "não sei" em cada localidade.

Fonte: pesquisa da autora

Em **Jericoacoara**, todos os itens com maioria absoluta das concordâncias das MPE referem-se predominantemente à existência de relações de conflito, enquanto todos os itens que arrecadam maioria absoluta das discordâncias dizem respeito a relações de cooperação entre empresários do turismo da localidade. É também a única localidade em que predomina a discordância sobre a existência de mais parcerias do que de problemas entre as empresas de turismo. Isso sugere que há um clima mais tenso do que nas demais localidades.

Em **Parnaíba**, parecem conviver relações de conflito com cooperação, sem que se possa afirmar com clareza quais predominam. Fica aparente que os conflitos entre empresários nativos e não-nativos são menos recorrentes, assim como a disputa desleal entre empresas é menos percebida que nos demais destinos.

Barreirinhas é onde mais concordâncias são registradas para aspectos como a preferência por resolver problemas em conjunto e a facilidade em resolver divergências de opiniões, ainda que haja bastante conflito. Essa configuração dos itens avaliados leva a crer que seja Barreirinhas o contexto com a mais alta percepção de condições para a ação conjunta, quando comparados os três destinos.

Diante da existência de tantos aspectos, cabe perguntar quais são as características que **melhor diferenciam** as três localidades entre si.⁷² Em **Jericoacoara**, as características diferenciadoras são os conflitos em torno dos recursos naturais e os atritos entre empresários de diferentes origens. **Parnaíba** diferencia-se das demais pela menor deslealdade percebida entre as empresas. **Barreirinhas**, por sua vez, diferencia-se por apresentar mais parcerias do que problemas entre os empresários, quando comparada com as respostas das demais cidades (Quadro 10).

Características que MAIS diferenciam as relações sociais dos destinos...

- 1º. Existem problemas entre os empresários que respeitam mais as leis ambientais e os que respeitam menos
- 2º. Existem problemas entre os empresários nativos e os que vieram de fora
- 3º. A disputa por turistas é desleal entre as empresas da cidade
- 4º. Existem mais parcerias do que problemas entre os empresários da cidade

Quadro 10 – Características que mais diferenciam as relações sociais nos destinos
Fonte: pesquisa da autora

De modo mais detalhado, em **Jericoacoara**, apesar da predominância dos respondentes que ressaltam o conflito entre os empresários que mais respeitam o meio ambiente e os que respeitam menos, quatro empresários preferiram não responder ao item por acreditarem que não existem problemas dessa natureza porque “ninguém respeita o meio ambiente”. Também Jericoacoara destaca-se pelo fato de a maioria registrar problemas entre os empresários nativos e aqueles que vieram de fora, possivelmente porque lá a maioria dos empresários entrevistados é originária de outros estados, bem como é onde se concentra a maior parte dos estrangeiros que exercem atividades em MPE do turismo na Costa Norte. Aliado a isso, o fato de o turismo ser mais importante para a subsistência do local e atrair mais pessoas não-nativas para iniciar empreendimentos potencializa conflitos dessa natureza.

Em **Parnaíba**, o quadro geral no ambiente do destino é aparentemente menos tenso do que nas demais localidades. É o local em que menos deslealdade entre as empresas foi registrada, com menos de 40% dos respondentes apontando tal característica. Como referência, Jericoacoara e Barreirinhas registram aproximadamente 70% das opiniões nesse

⁷² Empregou-se a técnica de Análise Discriminante para conhecer as características que mais contribuem para diferenciar as localidades, levando em consideração o tamanho de cada amostra. Para proceder ao teste foram removidos todos os casos que apresentaram alguma resposta nula (“não sei” ou “não respondeu”) em algum dos 7 itens, restando 142 respondentes. As respostas foram transformadas em valores binários (0 e 1) para permitir esse tratamento. Foram calculados os valores de F e aceitos aqueles com significância menor ou igual a 0,05. Quanto maior o valor de F, mais a variável tem a capacidade de diferenciar entre as localidades. Valores de F no Apêndice I.

sentido. Por mais que em Parnaíba surjam menos traços de conflituosidade, isso não parece favorecer a resolução dos problemas ou a predileção para agir conjuntamente, como mostram as incidências majoritárias de discordâncias da Tabela 9. Mesmo com menos tensões ou conflitos percebidos – principalmente quando comparada com Jericoacoara – não necessariamente existe em Parnaíba facilidade para estabelecer parcerias. Dessa análise surgem duas hipóteses. A primeira é de que a menor intensidade de relações – tanto de cooperação quanto de conflitos – pode estar ligada com a menor importância atribuída ao turismo no local, ligada ao momento do ciclo de vida do destino. A segunda é de que não parece ser a falta de conflitos condição suficiente para emergir um ambiente de cooperação.

Em **Barreirinhas**, a característica mais frequentemente apontada e mais diferenciadora contém um componente de cooperação, ao passo em que revela a percepção de que existem mais parcerias do que conflitos entre empresas. Os indícios levam a crer também que existem relações tensas em Barreirinhas, no que compete ao grupo de empresários, já que a maioria dos respondentes aponta competição desleal por turistas (69,5%) e os desentendimentos em torno do uso dos recursos naturais (57,6%). A partir da observação da realidade local, informações aparentemente descontraídas fazem sentido. A disputa desleal envolve outros atores que não só as MPE. Elas ocorrem com aqueles chamados de “autônomos”, “piratas” ou, mais frequentemente, “meninos de rua”⁷³ e os arranjos cooperativos entre as empresas podem surgir para fazer frente a esse conflito. Barreirinhas é onde mais bem fica ilustrada uma aparente existência simultânea de cooperação e conflito no contexto das MPE. Afinal, a cooperação entre empresas surge como resposta aos conflitos com outros entes do mercado, ainda que haja conflitos entre as próprias empresas em outro nível. A realidade de Barreirinhas aponta uma imagem de camadas que se articulam, mas que não se sobrepõem, já que a cooperação não parece abafar o conflito que, por sua vez, não aparenta ser exterminador de arranjos cooperativos.

1.2. Associações empresariais ativas e propensão de participar de novas Associações

Buscou-se aferir se as associações empresariais na localidade são entendidas como ativas ou não, permitindo concordância e discordância como respostas. Quando reconhecidas como ativas, os respondentes foram chamados a nominar tais associações.⁷⁴

Na Costa Norte, a maioria dos respondentes não reconhece as associações empresariais como ativas, conforme 56,6% dos entrevistados. Aproximadamente 28% reconhecem as associações empresariais locais como ativas. Entre as cidades a percepção

⁷³ Estes serão explorados com mais atenção nas próximas seções, ao tratar especificamente de conflitos.

⁷⁴ Em razão das respostas múltiplas, os 54 respondentes da questão originaram 74 citações. As respostas apresentam 22 associações diferentes ativas no total.

não é significativamente distinta. Especificamente, em Barreirinhas e Jericoacoara o percentual é similar, com 60% de respondentes que apontam a inatividade. Em Parnaíba, a porcentagem foi menor (47,6%), mas sem diferença significativa (Gráfico 17).

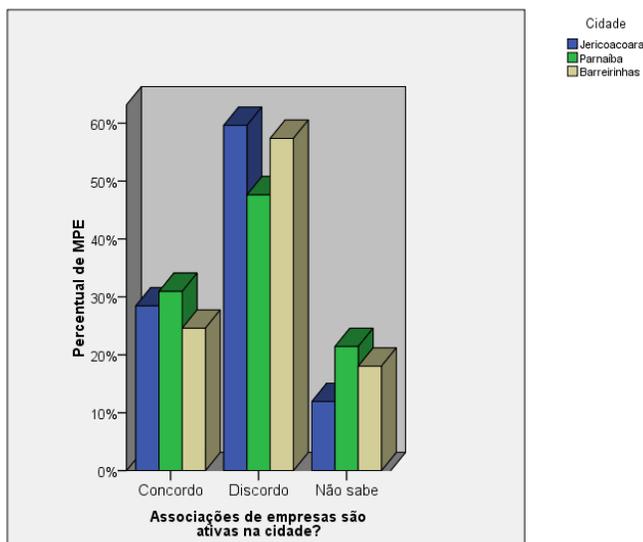


Gráfico 17 – Associações empresariais ativas na Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

Um ponto específico interessante que emerge aqui é a associação moderada entre a facilidade de resolver problemas e a existência de associações ativas. A maioria dos respondentes que discorda de que seja fácil resolver problemas com empresários da cidade também discorda da existência de associações ativas (63%). É de supor que a dificuldade de resolver os problemas limita o estabelecimento de associações ativas; porém, por outro lado, a falta de associações ativas pode criar obstáculos para estabelecer instâncias de negociação e resolução de problemas, sendo difícil constatar onde está a origem da problemática.

O universo pesquisado mostra que as associações mais frequentemente consideradas ativas sob a perspectiva das MPE do turismo são aquelas mais recentes e gestadas a partir do trabalho com o roteiro integrado na Costa Norte (Gráfico 18).

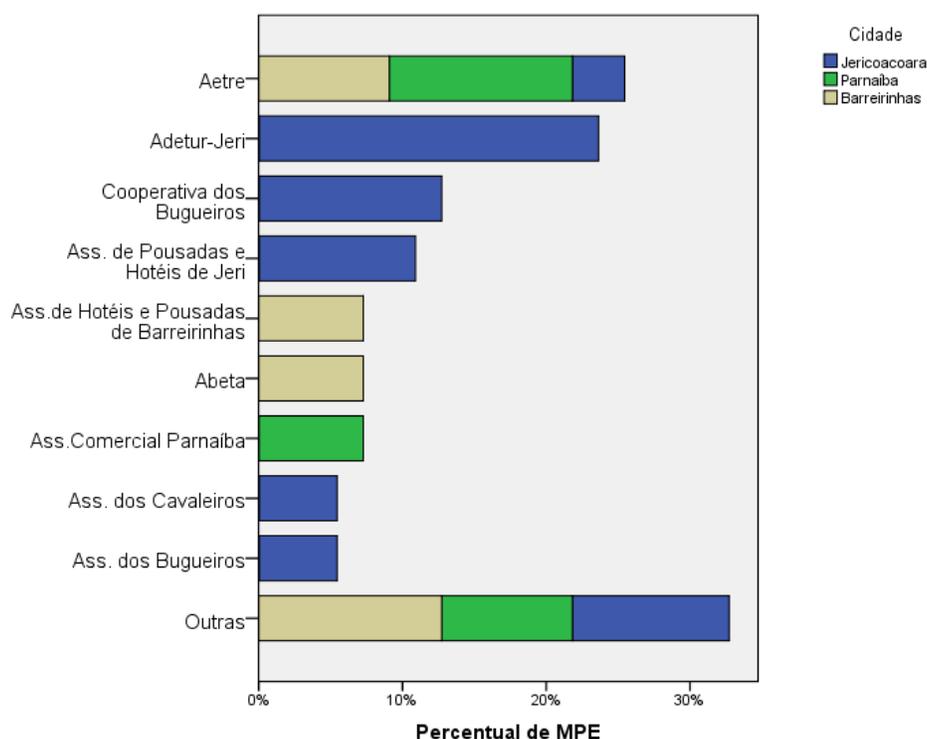


Gráfico 18 – Citações das associações empresariais ativas na Costa Norte, por cidade
 Fonte: pesquisa da autora

Nenhuma das associações foi apontada por maioria dos respondentes. Todavia, a maior concentração de respostas aponta a Aetre⁷⁵ com 27%. Essa associação demonstra, a partir das observações, crescente influência na região e potencial de coordenar esforços do roteiro, assumindo o papel da governança regional do turismo com o protagonismo privado. Ademais, é uma associação que dialoga estreitamente com parceiros institucionais, como o Sebrae e a ADRS, por ter sido gestada dentro de suas atuações na região.

Comparativamente, em **Jericoacoara** a mais citada associação é a Adetur-Jeri.⁷⁶ Ela tem ligação com os esforços da criação do roteiro integrado e com o grupo gestor da Rota das Emoções. Tal associação consiste, porém, em um esforço mais incluído na localidade, não se restringindo aos empresários locais, incluindo também o órgão ambiental gestor do PN e cooperativas. Chama atenção que a Aetre não tenha sido considerada a associação mais ativa em Jericoacoara, a exemplo das outras cidades. Uma possível

⁷⁵ “A Aetre foi criada para integrar as empresas da área turística, que atuam nos estados do Ceará, Piauí e Maranhão [...] A Aetre tem como uma de suas finalidades transformar a união da classe empresarial do setor em força e representatividade perante entidades públicas e privadas que atuam de forma reconhecida no turismo local e nacional. Também faz parte dos objetivos da Aetre incentivar a instalação de uma rede de cooperação, cujas parcerias resultem numa atuação mais objetiva e integrada das empresas associadas, visando sempre ao crescimento responsável e sustentável para as populações locais”. Informações extraídas do website da Aetre (<http://www.aetre.com.br>). Acesso em mar. 2009.

⁷⁶ “Grupo Gestor para o planejamento compartilhado, que reúne numa mesa representantes da Iniciativa Privada e da Sociedade Civil, Prefeitura, Administração do PN, além dos governos federais e estaduais, Sebrae e o Fórum Regional de Turismo”, fundado em setembro de 2008. Informações extraídas do website da Adetur-Jeri (<http://adeturjeri.wordpress.com>). Acesso em mar. 2009.

explicação para isso reside no fato de ser o destino consolidado independentemente dos outros. Indo mais longe, de acordo com as observações, é o destino que menos necessita da roteirização para se viabilizar e manter.

Em **Parnaíba**, a maioria das empresas aponta a Aetre como associação ativa. Comparando com as demais, Parnaíba foi a localidade com maior porcentagem de indicação da Aetre como uma associação ativa. Ocupando lado oposto do espectro em relação a Jericoacoara, isso possivelmente ocorre porque Parnaíba, entre os três, é o destino que mais tem a ganhar com a roteirização, pela possibilidade de aumentar o fluxo local com um segmento de turistas mais rentável e de tornar-se âncora para o deslocamento regional, já que tem um aeroporto e situa-se em posição intermediária no roteiro.

Em **Barreirinhas**, a Aetre é a mais citada, embora em percentual bastante menor que Parnaíba. Em seguida, e com mesmas porcentagens, revelam-se a Abeta (Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura) e a Associação de Hotéis e Pousadas de Barreirinhas. É constatado que associações de alcance nacional não detêm expressiva influência para com as empresas entrevistadas, sendo considerada apenas em Barreirinhas uma associação de grande porte e com alcance nacional considerada ativa, essencialmente em função da execução do Programa Aventura Segura do Ministério do Turismo na localidade.

Muito embora a maior parte dos respondentes não considere as associações empresariais existentes como ativas em suas localidades, isso não parece minar possibilidades de criação de novos grupos protagonizados por MPE do turismo. Os resultados mostram que a maioria das MPE de turismo da Costa Norte apresenta propensão a associar-se a um grupo de pequenas empresas locais do turismo, sem condições, tais como a verificação *a priori* de resultados e sem criação de barreiras, como falta de tempo ou falta de expectativa a respeito de resultados.

O Gráfico 19 apresenta a predisposição em participar da criação de uma nova associação de pequenas empresas de turismo na localidade, embasada em diferentes motivos. A maioria das MPE da Costa Norte (70,7%) demonstra propensão a participar de uma nova associação de pequenas empresas, das quais a maioria (56,6%) tende a participar de qualquer maneira, e uma pequena parcela (14,1%) participaria após verificar resultados.

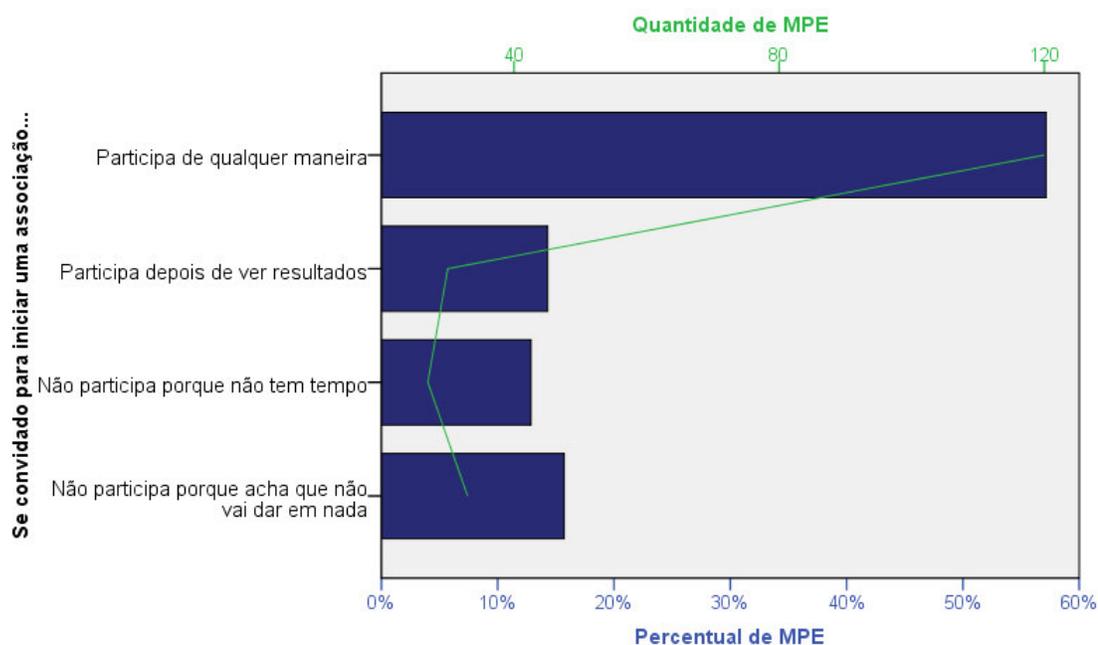


Gráfico 19 – Propensão a participar de novas associações de MPE na Costa Norte
 Fonte: pesquisa da autora

Contudo permanece a pergunta: por que eles não têm associações ativas se estão dispostos a participar? Dentre as possíveis explicações, parece factível considerar duas. Uma — o fracasso de iniciativas passadas e o surgimento de novas associações motivadas pela roteirização estariam oferecendo um novo horizonte para a ação conjunta. Outra — a participação em associação sendo uma questão socialmente aceita resulta em uma resposta positiva automática por parte do respondente que não deseja ser visto como alguém que não está envolvido.

Comparando as três localidades, pouca diferença entre as opiniões é observada nesse quesito. A reação a participar de uma nova associação de pequenas empresas não se mostra estatisticamente ligada com a cidade onde a MPE está localizada, a atividade principal da empresa, a motivação para iniciar o negócio, a formalização da empresa, a origem do respondente ou o tempo que ele pretende viver na cidade.

Em contrapartida, os participantes da pesquisa deixam entrever que a proporção do faturamento a partir do turismo e a escolaridade são fatores importantes na predisposição a participar de uma nova associação de MPE locais. Independentemente da localização, da atividade principal e da motivação para o início dos negócios, tendem a participar mais de uma nova associação de MPE do turismo quando mais da metade de seu faturamento total é ligado à atividade turística de lazer, em consonância com o trabalho de Souto-Maior (2005). A maioria (58,9%) das MPE que afirmam estar dispostas a participar de qualquer

maneira apresenta mais da metade ou a totalidade de seu faturamento proveniente do turismo de lazer. A escolaridade do respondente também influencia na reação a participar de uma nova associação. Dentre aquelas pessoas que afirmam participar de qualquer maneira, 40,9% detêm nível superior, ao lado de 43,5%, que possuem segundo grau completo, totalizando 84,4%.

1.3. Conflitos percebidos nos destinos turísticos: órgãos ambientais, comunidade e prefeituras

Os respondentes foram solicitados a informar se havia algum desentendimento entre os empresários de turismo e (1) órgãos ambientais; (2) comunidade/moradores e (3) Prefeitura.⁷⁷ Com isso se pretendia apurar a visão global que as MPE do turismo da Costa Norte têm sobre conflitos com atores que não fazem parte dos agentes econômicos da cadeia de turismo. Foram elaboradas três perguntas com opções de resposta positiva ou negativa. Quando confirmava existir determinando conflito, o respondente era convidado a detalhar a informação.⁷⁸

No conjunto da Costa Norte o conflito mais predominante das MPE do turismo se dá com os governos locais, na figura da Prefeitura, e o menos expressivo, com os moradores (Tabela 10).

Tabela 10 – Conflitos percebidos na Costa Norte

Problemas/desentendimentos entre...	Sim	Não	Não sei	Total
... os empresários do turismo e a Prefeitura	64,8%	35,2%	0	100%
... os empresários do turismo e órgãos ambientais	42,7%	44,1%	13,2%	100%
... os empresários do turismo e os moradores	22,0%	70,0%	8,0%	100%

Fonte: pesquisa da autora

As respostas são bastante simétricas. Cerca de dois terços afirmam a existência de conflito com a Prefeitura, enquanto pouco mais desse percentual afirma não existir conflito com os moradores. Em relação aos órgãos ambientais os respondentes se dividem quase por igual e é onde ocorre o maior percentual de respostas que demonstram incerteza ou desconhecimento do problema (13%).

Na busca de diferenciar as localidades⁷⁹ no que tange aos conflitos, o Quadro 11 ressalta aqueles que melhor servem a esse propósito.

⁷⁷ Tendo em vista a pesquisa ter sido realizada no segundo semestre de 2008 (de agosto a novembro), as questões referentes ao governo local dizem respeito à gestão que finalizava seu mandato à época e não aos eleitos no pleito de outubro de 2008.

⁷⁸ Foram gerados 97 depoimentos, empregados na discussão de cada localidade.

⁷⁹ Empregou-se Análise Discriminante com 181 respondentes válidos.

Conflitos que mais diferenciam os três destinos...

1º ... entre os empresários do turismo e a Prefeitura

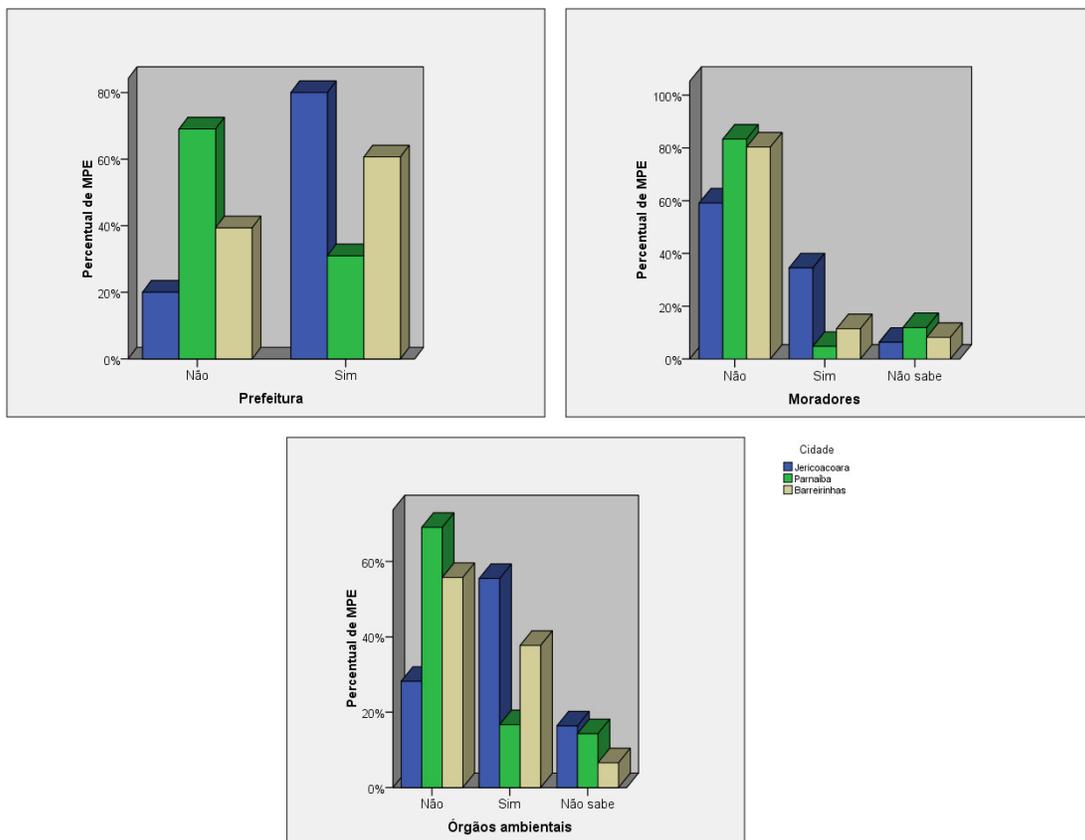
2º ... entre os empresários do turismo e os órgãos ambientais

3º ... entre os empresários do turismo e os moradores

Quadro 11 – Conflitos que diferenciam os destinos na Costa Norte

Fonte: pesquisa da autora

O conflito que mais contribui para discriminar as localidades é aquele estabelecido entre **empresários do turismo e Prefeitura**, sendo Jericoacoara o local onde mais tensões são encontradas. Por outro lado, Parnaíba tem a menor presença desse conflito. Já Barreirinhas ocupa posição intermediária (Gráficos 20, 21, 22).



Gráficos 20, 21 e 22 – Percepção dos conflitos com Prefeitura, moradores/comunidade e órgãos ambientais, por localidade

Fonte: pesquisa da autora

Em **Jericoacoara**, apenas 20% rejeitam a ideia de existir conflito com o poder local, e a maioria, 80%, o reconhece. Houve afirmações de que “tudo é motivo para conflito com a Prefeitura” e de que “apenas com a mudança do prefeito poderia se esperar alguma novidade” em Jericoacoara.⁸⁰ Entre os detalhamentos obtidos acerca desses conflitos, os argumentos foram relacionados a:

⁸⁰ No pleito de 2008 ocorreu a vitória de um adversário político (PMDB) do então prefeito (PSDB).

- ausência ou omissão da Prefeitura na gestão e nas necessidades da vila. Algumas MPE afirmaram que a Prefeitura “se esquece de Jeri”, manifestada pela falta de infraestrutura para o turismo (coleta de lixo, esgoto, regras e fiscalização de uso do espaço, saúde, saneamento, etc.);
- diferença na cobrança de impostos (IPTU) e de fiscalização da área pública: sugerindo falta de transparência no tratamento de pobres/ricos e amigos/adversários⁸¹;
- falta de auxílio para a estruturação de associações.

Em **Parnaíba**, a maior parte (69%) das MPE nega conflitos com a Prefeitura. Entre aqueles respondentes, porém, que reconhecem a sua existência, alguns alegam a falta de apoio da Prefeitura para o turismo local, a omissão no incremento da infraestrutura e a falta de apoio a eventos locais.

Apesar de o conflito com a Prefeitura ser mais evidenciado em Jericoacoara do que em **Barreirinhas**, a maioria (60,7%) dos entrevistados também o reconhece. Tais conflitos estão articulados, principalmente, em três aspectos:

- falta de apoio da Prefeitura ao turismo local, o que se reflete na falta de reconhecimento da importância do turismo, chegando ao antagonismo em relação aos empresários do turismo;
- omissão na prestação de serviços públicos e no provimento de infraestrutura básica para o turismo (estradas, calçamento, iluminação, esgoto, coleta de lixo, hospitais, etc.);
- altos impostos para registro das empresas de turismo.

O **conflito entre empresários e órgãos ambientais** é o segundo conflito que melhor diferencia as cidades. Mais uma vez Jericoacoara é a localidade a ocupar destaque. Das MPE entrevistadas na localidade, 55,5% confirmam a existência de problemas entre esses atores. Em contraposição, a maioria das MPE do turismo de Barreirinhas e Parnaíba afirmam não haver conflito dessa natureza. Em **Jericoacoara**, os problemas entre empresários e órgãos ambientais se concentram em alguns temas básicos:

- obscura divisão de responsabilidades entre órgão ambiental gestor do PN (Ibama/ICMBio)⁸² e órgão estadual (Semace), gerando dúvidas e desentendimentos com empresários;

⁸¹ Afinal, existe no município uma lei que isenta do pagamento de IPTU pousadas e hotéis grandes – tomando-se como base o padrão local – com mais de 25 apartamentos, razão que motiva diversos desentendimentos e o sentimento de injustiça em relação à MPE do ramo de hospedagem (MOLINA, 2007).

⁸² Atualmente, a representação local a que se referem é o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), porém, todos os entrevistados continuam a usar o termo Ibama, consolidado pela força do hábito. O ICMBio é “o mais novo órgão ambiental do governo brasileiro. Foi criado pela lei 11.516, de 28 de agosto de 2007. É uma autarquia vinculada ao Ministério do Meio Ambiente e integra o Sistema Nacional do Meio Ambiente (Sisnama). A sua principal missão institucional é administrar as unidades de conservação federais [...]”. Disponível em www.icmbio.gov.br. Acesso em 16 jul 2009.

- falta de ação efetiva da Semace e do Ibama/ICMBio, principalmente quanto à fiscalização da ação de bugueiros nas dunas e da construção de pousadas em locais proibidos, bem como na solução de problemas sanitários da vila: lixo, sujeira, animais soltos, esgoto;
- excesso de rigidez das regras de uso dos espaços para o turismo, exemplificados com a proibição de passeio em dunas e demarcação das trilhas, falta de comunicação adequada e de negociação das decisões com os empresários;
- tratamento desigual das empresas maiores e das menores, principalmente em assuntos de fiscalização, privilegiando aqueles que têm mais influência na Prefeitura e maior poder econômico;
- conflito de interesses na questão do limite para a capacidade de carga, resultando na afirmação de que “as leis do Ibama fazem mal ao turismo em Jeri”;
- existência de ações empresariais incorretas, tais como a construção de pousadas fora das regras, em locais proibidos, invadindo áreas públicas e linha da praia; falta de interesse dos empresários em preservar a APA e o PN, roubando areia das dunas, abrindo fossas em locais impróprios e fazendo passeios não-permitidos nas dunas.

Em contraposição, a maioria das MPE do turismo de Barreirinhas e Parnaíba afirma não haver conflito com órgãos ambientais. Apenas 16,7% dos respondentes em **Parnaíba** registram conflitos dessa natureza. A principal questão destacada refere-se aos dejetos lançados no rio pelas embarcações. Aparece também o conflito com o Ibama em relação às empresas instaladas na praia, e que se reflete na “implicância” do Ibama com reformas e implantação de novas empresas, “já que o órgão não aprova o turismo de massa”. Aponta-se o Ibama como “radical” com os empresários. Contudo, é reconhecido por alguns que empresários “não fazem sua parte”, gerando “mais radicalismos” por parte do referido órgão.

Barreirinhas ocupa a posição intermediária. Dos respondentes 37% apontam haver conflitos entre empresários e órgão ambiental na gestão e uso da área protegida. Grande parte dos conflitos refletem problemas com o Ibama/ICMBio, gerados a partir das construções de pousadas na beira do rio, ocupando áreas não-permitidas, com desmatamento da margem do rio. Todos os desentendimentos citados envolvem apenas o órgão ambiental federal, normalmente citado como ausente na gestão do turismo na localidade pela rigidez excessiva. Uma boa parte dos entrevistados explica esse conflito a partir da má conduta das empresas, entendendo que algumas não respeitam as regras de manejo e fazem mau uso dos recursos, incorrendo em práticas proibidas no parque, principalmente relacionadas a transporte. Outro aspecto do conflito, embora de menor relevância, refere-se à falta de controle dos guias e empresas no abandono, por parte dos turistas, do lixo em locais indevidos. Finalmente, há referências à fiscalização, supostamente excessiva, de documentos das embarcações.

O terceiro conflito investigado a partir da perspectiva das MPE – **entre empresários do turismo e comunidade/moradores** – também é mais evidente em Jericoacoara. Enquanto em Barreirinhas 11,5% reconhecem esse conflito, e 4,8% o fazem em Parnaíba, Jericoacoara tem a maior porcentagem (34,5%).

Entre os conflitos que envolvem os empresários do turismo e os moradores em **Jericoacoara**, as MPE do turismo retratam principalmente ressentimento por parte do nativo com a chegada de empresários de fora. Algumas falas registram que empresários compram terras de nativos que passam a ser marginalizados. Outros conflitos se dão em virtude da visão do empresário de fora de que “o nativo é preguiçoso”, o que demonstra choque entre diferentes culturas. Ademais, existem desentendimentos por causa do lixo, mal acondicionado pelos moradores, o que resulta em prejuízo para a imagem da localidade como destino turístico, segundo um terço dos empresários.

Se por um lado, algumas MPE de Jericoacoara indicam que os nativos são excluídos de qualquer decisão sobre o turismo e que eles não gozam de oportunidades, gerando rivalidades; outros afirmam que o conflito se dá porque os nativos “pensam que podem tudo”, que são “donos do lugar”, além de tentarem explorar o turista estrangeiro, com a noção de que “eles sempre têm dinheiro”. Não obstante, respondentes em Jericoacoara retratam atritos com “piratas”, que não possuem empresa e abordam os turistas na rua para vender passeio, gerando guerra de preços. Percebe-se nesse ponto uma linha tênue entre comunidade e conflitos dentro da cadeia produtiva do turismo. Outros entrevistados afirmam que são os empresários nativos os responsáveis por causar guerra de preços ao reduzi-los excessivamente. Aparecem também conflitos por causa da falta de cumprimento de leis trabalhistas por parte dos empresários com a comunidade e a “falta de ajuda à comunidade por parte dos empresários do turismo”. Alguns respondentes reconhecem que os abusos cometidos por turistas, como som alto e uso de drogas, geram conflitos com nativos em Jericoacoara. Foi ressaltado que a criminalidade, o tráfico de drogas e a prostituição aumentaram, fomentando desentendimento entre a comunidade e os empresários do turismo. Como contraponto, há empresários do turismo que acusam nativos de praticar crimes, como roubo a turistas, prejudicando Jericoacoara como destino.

Em **Parnaíba**, dois são os conflitos entre os empresários do turismo e a comunidade, relatados por 4,8% dos entrevistados. O primeiro é com os moradores da Ilha das Canárias, na afirmativa de que o turista que passa por lá não gera benefício para a comunidade, por vezes ocasionando desgastes no modo como os turistas e empresários interagem com a comunidade. O segundo conflito se dá com os pescadores e outros nativos, em função das lanchas circularem nos igarapés, dificultando as atividades de navegação ou pesca, com risco de acidentes.

Em **Barreirinhas**, dentre os conflitos relatados entre as empresas de turismo e os moradores há uma evidente concentração no conflito dos empresários do turismo com os guias “piratas” ou “meninos de rua” (Quadro 12). Chama atenção nesse caso o fato de que o conflito tenha sido retratado como se fosse com a comunidade e não com os concorrentes “desleais”. Isso demonstra que eles não são reconhecidos como integrantes da cadeia produtiva do turismo.

Entendendo os “meninos de rua” de Barreirinhas....

Esta é a expressão localmente empregada para tratar os guias independentes que circulam a pé ou de moto pela cidade a fim de vender passeios, abordando o turista em pontos públicos. Normalmente, são adolescentes que se concentram na entrada da cidade, chegando a seguir carros de turistas, para oferecer oportunidades de hospedagem, passeios e alimentação. Eles andam pela cidade, a pedido das empresas ou dos proprietários de meios de transportes, em troca de uma comissão, a fim de atrair turistas para determinado prestador de serviços. Em um passeio no valor de R\$ 40,00 (preço mais recorrente para o atrativo principal oferecido na cidade, a visita às lagoas do Parque), o guia pirata é comissionado com R\$ 5,00 em média. Eles também estão autorizados, via de regra, a negociar com o cliente e oferecer menores preços a fim de assegurar maior número de clientes e diminuir o prejuízo pela capacidade instalada ociosa. Empresários alegam que os “meninos de rua” trabalham sem compromisso com qualidade, sem critério, sem formação ou responsabilidade, além disso, contribuem para a guerra de preços e a disputa desleal por turistas. Afinal, por não terem qualquer custo fixo, podem oferecer um produto mais barato, o que gera choque com as empresas. No entanto, muitas são as MPE que se utilizam deste esquema de trabalho, alegando a sobrevivência em tal ambiente, já que as demais empresas locais agem desta forma e, possivelmente, por ser esta uma maneira de manter os custos fixos da empresa em um padrão mais baixo. As empresas que se valem desta ligação, são mencionadas como desleais e sem pensamento a longo prazo por outros entrevistados. Há ainda o “menino de rua” que, além de comercializar, acompanha o passeio. Afinal, todo carro que entra no Parque deve ter um guia local, além do motorista. Portanto, mesmo entre aquelas que condenam a prática, é possível constatar conexões comerciais com os meninos.

Quadro 12 – Conflitos em Barreirinhas: entendendo os “meninos de rua”
Fonte: pesquisa da autora

Outro conflito, embora menos citado, ocorre entre empresários do turismo e o povoado da Cardoza. Nele chegam turistas que fazem atividade de flutuação no rio que corta a comunidade. Segundo os habitantes, isso impacta os costumes locais de banho no rio por parte das mulheres. A visitação tem outro impacto negativo para a comunidade: o lixo dos turistas que permanece na margem. Além disso, não traz benefícios para a comunidade, pois os lucros vão para uns poucos empresários. Outros respondentes registram perceber o descontentamento de habitantes do próprio município de Barreirinhas, que se sentem invadidos pelo turismo, sem retorno e sem emprego.

A maior presença de conflitos em Jericoacoara confirma a observação anterior. Ou seja, além da maior tensão revelada no que diz respeito às relações entre os empresários do turismo, essa tensão se confirma quando tratados os conflitos com outros atores. Por que isso ocorre em Jericoacoara? Uma das hipóteses é a própria importância da atividade turística para a dinâmica local, que possivelmente tematiza as relações e influencia mais fortemente os processos de disputas locais.

2. RELAÇÕES SOCIAIS DAS MPE DO TURISMO

As relações sociais que envolvem as MPE do turismo da Costa Norte, ou seja, entre elas e delas com outros atores, foram investigadas no que tange à cooperação e ao conflito. Ambas são analisadas de acordo com ações, atores envolvidos, razões pelas quais ocorrem e resultados que obtêm. A primeira seção enfoca a cooperação e a segunda, o conflito.

2.1. Cooperação

A cooperação que envolve as MPE do turismo da Costa Norte foi investigada a fim de compreender o encadeamento entre as ações, as razões de participação e as consequências. Afinal, isso possibilita aproximar-se de uma resposta à pergunta de pesquisa ao fornecer indícios para pensar quais ações e relações criam condições favoráveis à sustentabilidade nos destinos e por que ocorrem.

Primeiramente, investigaram-se as ações conjuntas empreendidas pelas MPE do turismo e a frequência com que ocorrem, os principais participantes em tais ações, as razões para cooperarem e os resultados obtidos a partir da cooperação.

2.1.1. Ações conjuntas

Foi oferecido aos respondentes um cardápio de opções com treze itens, a fim de identificar as ações de cooperação realizadas pelas MPE do turismo na Costa Norte. As alternativas mencionam ações conjuntas — compras ou vendas, esforços de divulgação, ações de educação para o turista ou morador, organização de treinamentos, obras, manutenção de equipamentos, indicação e participação em parceria na Rota das Emoções.

É importante ressaltar que a composição desses itens, a partir de contribuições da literatura e de observações do local, guardam certa hierarquia entre si quanto à estruturação necessária e até mesmo à intensidade da cooperação que comunicam. Como ilustração, a indicação de outras empresas é pouco examinada pela literatura como ação de cooperação. Isso pode surgir por acordos claramente estabelecidos ou apenas pela iniciativa voluntária isolada. No entanto, ela parece ser um primeiro passo rumo a ações mais elaboradas, um eventual indício de cooperação.

Ações conjuntas mais estruturadas incluem a instalação de centrais de compras; a promoção de eventos em conjunto; a consolidação de centros de pesquisa. Todas parecem ações tão mais robustas que a indicação, e representam relacionamentos mais sólidos entre as empresas. No entanto, não foram encontradas referências na literatura que tratam da hierarquização das ações de cooperação ou da diferença de seus resultados.

No universo da Costa Norte, 97,7% afirmam realizar ao menos uma das ações de cooperação sugeridas. Apenas 2,3% declaram nunca ter realizado qualquer uma delas.

Com vistas a conhecer não somente as ações praticadas, mas também sua frequência, solicitou-se aos respondentes que detalhassem a periodicidade com que a empresa executa tais atividades, em uma escala ordinal de três pontos: *sempre*, *às vezes* e *nunca*.⁸³ Quando consideradas as frequências com que as MPE se engajam nas ações conjuntas, o quadro da cooperação parece menos positivo. Afinal, das treze opções oferecidas ao respondente, a resposta mais comum foi **nunca** para a maioria expressiva das ações, como mostra a Tabela 11.

Tabela 11 – Frequência das ações conjuntas na Costa Norte (%)

Ações conjuntas	Sempre	Às vezes	Nunca	Total %
Compras conjuntas	2,8	3,3	93,9	100
Montagem de pacotes com outras empresas locais	20,7	15	64,3	100
Ações de cuidado com as unidades de conservação	29,3	16,5	54,2	100
Ações conjuntas de divulgação do destino	31,1	17,9	51	100
Ações conjuntas para educação/cultura da comunidade	9	12,7	78,3	100
Ações conjuntas para educação ambiental do turista	18,8	15,5	65,7	100
Organização de treinamentos em conjunto	8	4,7	87,3	100
Ações conjuntas para a segurança do turista	12,2	6,1	81,7	100
Obras conjuntas de infraestrutura	11,7	5,2	83,1	100
Manutenção conjunta de equipamentos	5,2	2,3	92,5	100
Indicação de outras empresas para o turista	88,7	7,5	3,8	100
Participação em conselhos municipais	21,8	10,2	68	100
Parcerias com outras empresas da Rota das Emoções	46,8	7,9	45,3	100

Fonte: pesquisa da autora

A indicação de outras empresas é a ação com maior frequência de participação. Por ser aquela que pede menos estruturação e formalização para ocorrer, 88,7% a fazem sempre. Pode ser uma ação negociada, permeada ou não pelo pagamento de comissionamentos, ou apenas uma iniciativa voluntária de uma das partes de complementar a experiência de seu próprio cliente. Embora possa ser vista como a ação que menos exige estruturação, pode ser entendida como uma manifestação da coesão interna do destino, em que empresas são capazes de complementar a oferta e, simultaneamente, distribuir os ganhos ao longo da cadeia produtiva local ao invés de concentrá-los.

A participação em ações da Rota das Emoções aparece de modo simétrico entre o *sempre* e o *nunca*, com cerca de 45% em cada extremo. No entanto, a alta incidência de sempre participar (46,8%) confirma a informação de que as associações consideradas ativas pelos respondentes se empenham com a rota.

⁸³ Além das possibilidades de respostas “não sei” e “não respondeu”, ambas presentes no instrumento de coleta de dados.

Já os cuidados compartilhados com as UC são realizados sempre por cerca de 30% dos entrevistados, revelando que tal problemática está na pauta da cooperação empresarial na região.

As ações que pedem instalação ou uso de estrutura comum nas atividades rotineiras da empresa, a exemplo da manutenção e compras conjuntas, são as menos disseminadas, provavelmente pela maior dificuldade de serem constituídas e mantidas, já que exigem investimentos partilhados e gestão coordenada. Ambas as questões são características da dificuldade de MPE participarem de ações conjuntas com outras, ao lado da dificuldade do empreendedor de se afastar de tarefas rotineiras de sua empresa para trabalhar nas atividades conjuntas (DOTTO e WITTMANN, 2003).

É preciso reconhecer que as ações conjuntas têm possibilidades distintas de apropriação para cada setor. A manutenção poderia ter um leque de aplicação melhor às empresas de transporte e passeios, em virtude do alto custo de manutenção de toyotas, bugues e caminhonetes, mas também aos hotéis, cujos equipamentos (geladeiras, ar-condicionado, etc.) necessitam manutenção constante. As compras conjuntas aparentemente se aplicariam bem a hotéis e restaurantes, a depender do que compram, podendo variar de uma simples divisão de tarefas e gastos com combustível nas idas às capitais para realizar compras, especialmente em Jericoacoara e Barreirinhas, chegando a um modelo complexo de central de compras. Apesar de consideradas ações próprias, e quase básicas, da cooperação entre pequenas empresas a partir da literatura das aglomerações e dos distritos industriais, elas não encontram reflexo na Costa Norte. Isso ocorre talvez porque requerem uma prática de cooperação mais sistemática e disciplinada, o que Holanda (1995) aponta como uma dificuldade própria da cultura brasileira.

Quando oportuno, a escala foi reclassificada, tornando as respostas dicotômicas⁸⁴ — de um lado, os que participaram de alguma forma e, de outro, os que nunca participaram. O Gráfico 23, que sintetiza parte do resultado desse procedimento, possibilita uma visão interessante sobre as ações de cooperação empreendidas pelas MPE de turismo da Costa Norte.

⁸⁴ Entre “participa” (soma das categorias *sempre* e *às vezes*) e “não participa” (nunca), descartando as respostas “não sei” e “não respondeu”. Tal reformulação resultou no total de 208 respondentes válidos em lugar dos 213 anteriores.

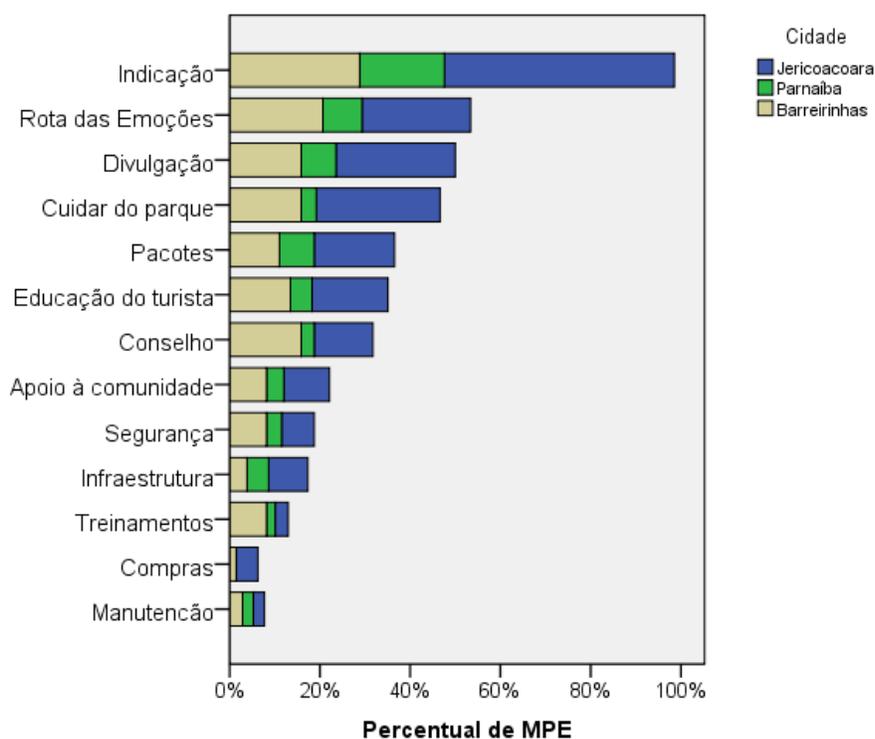


Gráfico 23 – Ações conjuntas das quais já participou
 Fonte: pesquisa da autora

Apenas três ações engajam metade ou mais das MPE: a indicação; a participação na Rota das Emoções e a divulgação. A divulgação em conjunto (51%) dificilmente pode ser desvinculada das ações da Rota. As observações mostram que é recorrente a participação em eventos e feiras para divulgar o roteiro com apoio, principalmente, do Sebrae. Para isso, é necessário que as empresas se articulem, compareçam a encontros periódicos, escolham representantes, produzam material promocional, decidam sobre brindes comuns e compartilhem informações pré e pós-eventos.

A questão ambiental aparece com força no terreno das relações empresariais do turismo na Costa Norte. Não apenas é motivadora de conflitos entre empresários do turismo, como visto na seção anterior, mas também é tema da ação de 46% das MPE que participam de ações para cuidar das UC. Aparentemente, tamanha é a importância do recurso natural como atrativo turístico e garantia da sobrevivência empresarial que elas passam a incorporar tal questão às suas ações.

Todas as demais ações obtiveram respostas inferiores à porcentagem de 40%. Mesmo a formação de pacotes entre as empresas locais (35,7%) – questão importante para lançar o destino para a venda e para criar uma identidade na oferta – é fraca. Isso denota a predominância da operação isolada em um setor reconhecido por sua necessidade de formar intrincadas redes de comercialização como o turismo. De certa forma, já eram encontrados indícios para essa característica das MPE quando foram caracterizados os

clientes em seu modo de acesso às empresas, predominantemente por vias independentes, em lugar de compras de pacotes turísticos.

Um ponto interessante de figurar na discussão é o papel da formalização das empresas como condicionante da participação em ações compartilhadas. Afinal, a formalização é tomada como um dos fatores que influenciam a propensão a participar de ações conjuntas entre empresas de turismo (THOMAS, 2007). Não obstante, a formalização é perseguida como resultado de atuações do Sebrae e MDIC em projetos de implementação de APL. Essa atuação encontra substrato em estudos de Thomas (2007, p. 42), que defende que a informalidade das MPE “milita contra a participação em parcerias”. Conclui-se que fomentar a formalização pode ser útil para criar futuras parcerias. Para o autor, quanto maior a informalidade do setor, menor a tendência a surgir parcerias entre as MPE do turismo.

A contribuição de Thomas (2007) leva a especular: seria a informalidade uma razão para os tímidos níveis de cooperação na Costa Norte? No entanto, os altos níveis de formalização encontrados entre as MPE do turismo levaram tal hipótese a ser descartada. Afinal, a maioria das MPE entrevistadas é formal e, ainda assim, a maioria das ações tende a nunca ser realizada. Ademais, os dados mostram que as empresas formais e informais apresentam percentuais idênticos de participação em ações de cooperação, quando perguntados se cooperam com alguém.⁸⁵ Cerca de 97% em ambas as categorias alegam participar de ao menos uma das ações mencionadas. Isso leva a crer que a formalização pode ser condição importante para estimular as MPE a cooperarem, porém não suficiente, haja vista o fato de 85% serem formais, mas com baixa frequência de cooperação.

Para viabilizar uma visão comparativa entre as localidades, sintetiza-se, em ordem decrescente de percentuais, a incidência de MPE que participam das ações conjuntas em cada localidade no Tabela 12.

⁸⁵ Ou seja, leva em consideração se participa de ao menos uma ação dentre as citadas. Não considera, porém, a frequência da cooperação e a variedade das ações.

Tabela 12 – Análise comparativa da participação das MPE em ações conjuntas, em ordem decrescente e por destino

Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas
Indicação de outras empresas para o turista (95,3%)	Indicação de outras empresas para o turista (90,9%)	Indicação de outras empresas para o turista (98,7%)
Parcerias com outras empresas da Rota das Emoções (36,8%)	Parcerias com outras empresas da Rota das Emoções (48,5%)	Parcerias com outras empresas da Rota das Emoções (66,7%)
Ações conjuntas de cuidado com as UC (34%)	Divulgação do destino em conjunto (30,3%)	Participação em conselhos municipais (41,7%)
Divulgação do destino em conjunto (30,2%)	Obras de infraestrutura em parceria (21,2%)	Divulgação do destino em conjunto (30%)
Montagem de pacotes turísticos com outras empresas locais (22%)	Montagem de pacotes turísticos com outras empresas (15,2%)	Ações conjuntas de cuidado com as UC (35%)
Ações conjuntas para educação ambiental do turista (17%)	Ações conjuntas para a segurança do turista (15,2%)	Ações conjuntas para educação ambiental do turista (28%)
Participação em conselhos municipais (15%)	Manutenção de equipamentos (15,2%)	Montagem de pacotes turísticos com outras empresas (25%)
Obras de infraestrutura em parceria (11,3%)	Ações conjuntas para educação ambiental do turista (15,2%)	Ações conjuntas para a segurança do turista (21,7%)
Ações conjuntas para educação/cultura da comunidade (8%)	Ações conjuntas de cuidado com as UC (15,2%)	Treinamentos em conjunto (16,7%)
Ações conjuntas para a segurança do turista (7,5%)	Ações conjuntas para educação/cultura da comunidade (12,1%)	Obras de infraestrutura em parceria (10%);
Treinamentos em conjunto (4,5%)	Participação em conselhos municipais (12,1%)	Ações conjuntas para educação/cultura da comunidade (10%)
Compras conjuntas (2,8%)	Treinamentos em conjunto (6%)	Compras conjuntas (5%)
Manutenção de equipamentos (2,8%)	Compras conjuntas (0%)	Manutenção de equipamentos (5%)

Fonte: pesquisa da autora

Essa análise permite um primeiro olhar sobre as similitudes e diferenças no que tange a ações conjuntas praticadas pelas MPE em cada local. Os extremos, embora com percentuais diferentes, são os mesmos em todas as localidades — no ápice, a indicação de outras empresas e a parceria na rota das emoções; na base, compras conjuntas e manutenção dos equipamentos.

Ao aprofundar a análise, a partir desse quadro geral, as localidades podem ser diferenciadas quanto à participação em quatro ações conjuntas: em primeiro lugar, conselhos, seguida pela realização de treinamentos; pelas ações de cuidado com

Parque/APA e, por fim, as parcerias na Rota das Emoções.⁸⁶ O Quadro 13 ressalta as ações conjuntas que mais contribuem para diferenciar os destinos entre si.

Ações conjuntas que mais diferenciam os destinos

1º. Participação em conselho municipal

2º. Treinamentos em conjunto

3º. Cuidados com o Parque/APA

4º. Parcerias na Rota das Emoções

Quadro 13 – Ações conjuntas discriminantes das localidades da Costa Norte

Fonte: pesquisa da autora

Em uma visão geral da região, as ações mencionadas dificilmente podem ser consideradas como indicativos de cooperação consolidada. Afinal, têm baixas incidências e, em poucos casos, mais da metade das MPE da localidade participam delas. Todavia, **Barreirinhas** destaca-se em relação às demais localidades, em virtude da maior incidência de diversas ações. Esse destino turístico se diferencia, principalmente, pela participação das MPE do turismo em conselhos municipais e pela realização de treinamentos conjuntos. Em detalhes, a participação em conselhos municipais atinge 41% das MPE entrevistadas em Barreirinhas. Enquanto em Jericoacoara não passa de 15%, em Parnaíba é de 12%. Paralelamente, a organização conjunta de treinamentos atinge 16,7% em Barreirinhas, fica na casa de 6% em Parnaíba e na de 4,5% em Jericoacoara. Ambas as incidências levam a crer que haja uma cooperação mais sistemática em Barreirinhas do que nos outros destinos.

Quanto às ações conjuntas para cuidado com a UC, seja Parque ou APA, Barreirinhas e Jericoacoara apresentam valores semelhantes, por volta de 35%. Em **Barreirinhas**, foram citadas jornadas de recolhimento de lixo no parque. Em **Jericoacoara**, a ação de limpeza diária da praia é promovida e custeada pelas empresas locais. Por outro lado, **Parnaíba** diferencia-se por apresentar a menor participação de MPE em ações de cuidado ambiental, com somente 15,2% e com ações que dizem respeito ao apoio às iniciativas da Secretaria Estadual de Meio Ambiente, e não protagonizadas pelos próprios empresários. Por que isso ocorre? Uma das explicações possíveis é a menor dependência das empresas de Parnaíba dos recursos naturais da UC para o turismo atualmente mais desenvolvido no local, como revela o perfil do turista das MPE da cidade. Afinal, o turista regional tende a explorar principalmente as praias (de Pedra do Sal ou de Luís Correia), que não estão nos limites das UC, enquanto o viajante a trabalho permanece na zona urbana. Por outro lado, os outros destinos dependem de modo mais direto e contundente de suas belezas cênicas,

⁸⁶ Utilizou-se a técnica de Análise Discriminante com 198 respondentes válidos. Vale lembrar que ações que ocorrem com forte incidência e de maneira bastante uniforme entre os locais não auxiliam na diferenciação das localidades. As demais ações conjuntas não se prestaram a discriminar as cidades porque tiveram incidências muito tímidas em qualquer dos locais.

preservadas em razão do seu produto turístico inerentemente voltado para ecoturismo, especialmente Barreirinhas.

No que tange às parcerias no âmbito da Rota das Emoções, todas as cidades apresentam altos escores relativos, sendo essa a segunda ação conjunta mais empreendida em cada local. Todavia, Barreirinhas destaca-se como a localidade em que tal ação mais ocorre, com 66,7% das MPE envolvidas. Em seguida, tem-se Parnaíba, com 48,5%, e por último, Jericoacoara, com 36,8%.

Cabe, contudo, perguntar — quais seriam os motivos para que as ações da Rota das Emoções encontrem ecos tão diferenciados nos destinos? Parece consistente pensar que em Jericoacoara, destino mais consolidado, os apelos para sedimentar o roteiro sejam menos bem recebidos pelos envolvidos com empresas de turismo por ser menos “necessário” o roteiro para garantir a sobrevivência do destino e das empresas. Portanto, em Jericoacoara é menor a participação nas ações da Rota das Emoções, e menos a Aetre (entidade empresarial ligada à Rota) é vista como ativa. Parnaíba, por outro lado, parece ser o destino que mais usufruiria de benefícios com a inserção no roteiro. É onde a ADRS está sediada e a Aetre é mais mencionada como ativa. É em Barreirinhas, porém, que aparece um percentual maior de empresas que aderem às ações da Rota, o que pode ser explicado por uma relação mais próxima entre os empresários, e entre eles e o Sebrae, organização que também fomenta e apoia a consolidação da Rota.

2.1.2. Rede de parceiros

Além das ações conjuntas e de sua frequência, solicitou-se aos respondentes que apontassem os nomes de seus principais parceiros, empresas ou outras organizações, com o objetivo de representar as redes de parcerias das MPE do turismo na Costa Norte. A contribuição dos respondentes gerou uma listagem com 317 nomes distintos de parceiros.⁸⁷ Foram empregados nas análises os nomes dos respondentes e dos citados – aqui omitidos por questão de preservação da sua privacidade – e também a categoria a que esses atores pertencem⁸⁸:

1. empresas de turismo da cidade
2. empresas de outros setores
3. empresas de outras cidades
4. cooperativas/associações

⁸⁷ A pergunta utilizada para revelar essa relação foi: *considerando as ações conjuntas que você afirmou fazer, quem são seus principais parceiros?* No total, houve 697 nomeações, considerando nomes repetidos por mais de um entrevistado.

⁸⁸ As categorias foram as mesmas empregadas no estudo do conflito, de forma a permitir análise comparativa das redes de cooperação e conflito. Inicialmente foram previstas 10 categorias determinadas, além da opção *outros*. Com a compilação das respostas obtidas na opção *outros* (em ambas as questões de cooperação e conflito), surgiram 3 outras nomeações: governo estadual; conselho municipal de turismo/agência de desenvolvimento e Sebrae.

5. autônomos
6. governo municipal
7. órgão ambiental
8. comunidade/moradores
9. ONG ambiental
10. governo estadual
11. Sebrae
12. conselho de turismo/agência local de desenvolvimento do turismo

As redes foram analisadas de modo agregado (Costa Norte) e comparativo entre as localidades quanto à densidade interna, a centralidade de grau e a homogeneidade/heterogeneidade da distribuição dessas citações. Três categorias de citações são analisadas: as **emitidas**, as **recebidas** e as **recíprocas**. As citações emitidas são os parceiros que o entrevistado mencionou. As citações recebidas são as nomeações recebidas por cada MPE, ou seja, as ocorrências em que ela foi considerada parceira por outro entrevistado. As citações recíprocas são aquelas em que duas MPE citaram-se mutuamente como parceiras, o que significa dizer: se A apontou B como parceiro, B também citou o nome de A na listagem de seus parceiros.

A rede de parceiros das MPE do turismo agregada da Costa Norte é apresentada na Figura 11. O que mais chama a atenção é que a grande maioria das empresas entrevistadas pertence a um grande grupo conectado, considerando haver conexão nos casos em que A cita B e/ou B cita A como parceiro.

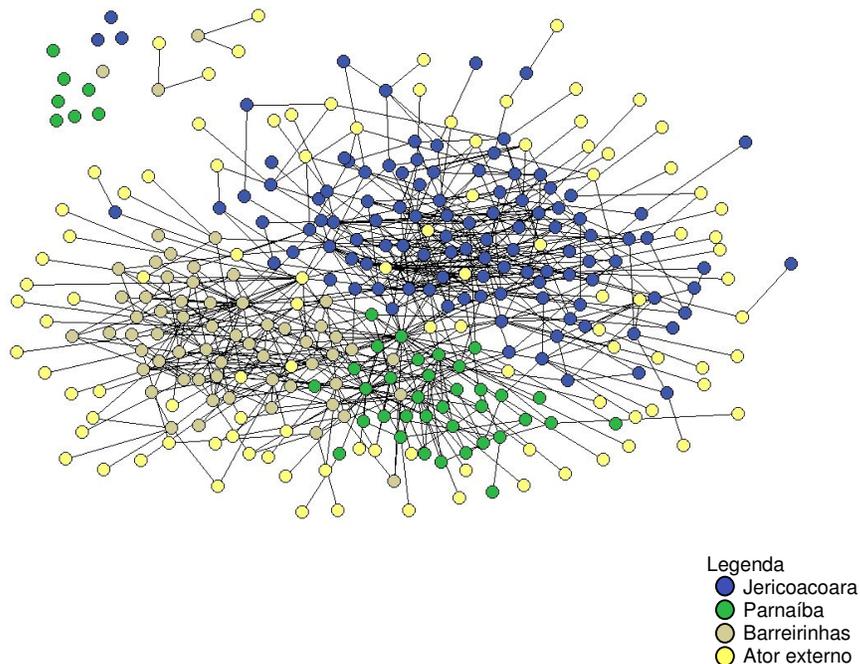


Figura 11 – Redes de parceiros das MPE do turismo na Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

A visualização da rede de parcerias revela também uma maior densidade dentro das próprias localidades, ainda que haja um emaranhado de ligações entre elas.⁸⁹ Um dos aspectos que se pode inferir dessa visualização é que poucas são as MPE completamente isoladas da rede de parcerias, no total de 11. Apenas duas são as incidências de microrredes de empresas que não têm parcerias com qualquer MPE da Costa Norte, ambas em Barreirinhas. Em um dos casos está um hotel apenas conectado com operadoras externas ao destino. No outro caso, um restaurante que tem parceria com a associação local de Bares e Restaurantes, além de uma operadora externa.

Os respondentes mencionam como parceiros 104 atores sociais não-entrevistados pela pesquisa. Eles são, em alguns casos, empresas da cidade que não fizeram parte do universo da pesquisa – como supermercados, distribuidoras, etc. – ou outras que foram procuradas e não responderam ao questionário. Entre os citados estão, principalmente, empresas de outras cidades que não das três investigadas – como operadoras regionais e nacionais – ou parceiros institucionais. Essa ocorrência faz lembrar o papel de atores externos nas redes de parceria locais. Sobretudo, a observação de que a maior parte das relações da rede envolve empresas entrevistadas sugere que o conjunto pesquisado foi suficientemente amplo.

Na rede de parceiros⁹⁰ da Costa Norte, a média de citações recebidas por empresa é similar à média de citações emitidas por empresa (Tabela 13).

Tabela 13 – Média de citações de parceiros da rede agregada da Costa Norte

Rede de parceiros na Costa Norte	Jericoacoara	Barreirinhas	Parnaíba
Citações recebidas	2,3	2,1	2,9
Citações emitidas	2,4	2,5	2,0

Fonte: pesquisa da autora

As cidades não se diferenciam quanto ao número médio de citações recebidas e emitidas quando consideradas todas as citações que compõem a rede total.⁹¹ Logo, mesmo que Barreirinhas tenha registrado mais ações cooperativas que os outros destinos, isso não se reflete no número médio de parceiros por respondente.

Em busca de *atributos* que influenciam a quantidade de parceiros observados pela MPE do turismo, fica patente que o número de nomeações emitidas e recebidas *não* tem relação com a idade da empresa, com a origem do responsável pela empresa ou com sua escolaridade. Ou seja, nem empresas mais antigas, sob a responsabilidade de nativos – que

⁸⁹ A rede total dos respondentes (213 entrevistados), levando em consideração as citações emitidas e recebidas, tem densidade de 0,01, que só passa a ter sentido quando analisada comparativamente com outras redes do mesmo tamanho, e não isoladamente. O dado fica registrado aqui para comparação com futuras pesquisas.

⁹⁰ Todos os cálculos da seção foram realizados com a rede de 213 entrevistados.

⁹¹ Conforme a significância bilateral da ANOVA, calculada para as 3 amostras independentes representadas pelas cidades. Ver Apêndice H.

se supõe vivam há mais tempo no local – ou com maior acesso à formação educacional, estabelecem um número superior de relações de parceria no universo estudado, sinalizando o contrário do que se espera.

Por outro lado, a quantidade média de indicações *recebidas* como empresa parceira tem relação com a atividade principal da empresa e a motivação para início do negócio. As empresas de receptivo são aquelas que mais recebem, em média, indicações como parceiras quando comparadas às demais atividades, corroborando o estudo de Wilkinson e March (2008) realizado na Austrália. Isso é de fácil compreensão pela natureza de seu comércio. Afinal, dentre os produtos que a agência de receptivo comercializa estão pequenos pacotes locais que vende para operadoras maiores comporem os pacotes de viagem, exercendo uma função de integrar a oferta. A título de ilustração, enquanto as agências de receptivo da Costa Norte recebem, em média, cerca de oito nomeações; as empresas de hospedagem recebem duas e as de transporte turístico, com o menor valor, recebem uma.

As empresas cujos proprietários tiveram motivações econômicas para iniciar seus negócios recebem, em média, um número superior de indicações como parceiras (2,4) do que aquelas com motivações não-econômicas (1,3). Isso leva a crer que as empresas que tiveram motivação econômica estão mais integradas a outras MPE do que aquelas criadas por motivações não-econômicas. Tal evidência confronta, em alguma medida, estudos empreendidos por Thomas (2007) na Inglaterra, desmistificando uma expectativa de que empresas orientadas para questões valorativas pessoais estivessem mais articuladas em relações de cooperação.

Além do mais, as MPE que participam de determinadas ações conjuntas – e não de qualquer uma delas – são, em média, mais citadas como parceiras. Essas ações são: participação em conselhos municipais, parceria na Rota das Emoções, ações para segurança do turista; montagem de pacotes e divulgação. Isso indica que tais ações têm mais visibilidade por outras MPE, levando a empresa a ser mencionada mais vezes como parceira.

A partir da análise da rede de parcerias das MPE da Costa Norte, um dos pontos mais interessantes de serem verificados é o posicionamento daqueles que participam de conflitos dentro das conexões de cooperação. Em outras palavras, há coexistência de cooperação e conflito no nível da empresa, como representa a rede a seguir (Figura 12).

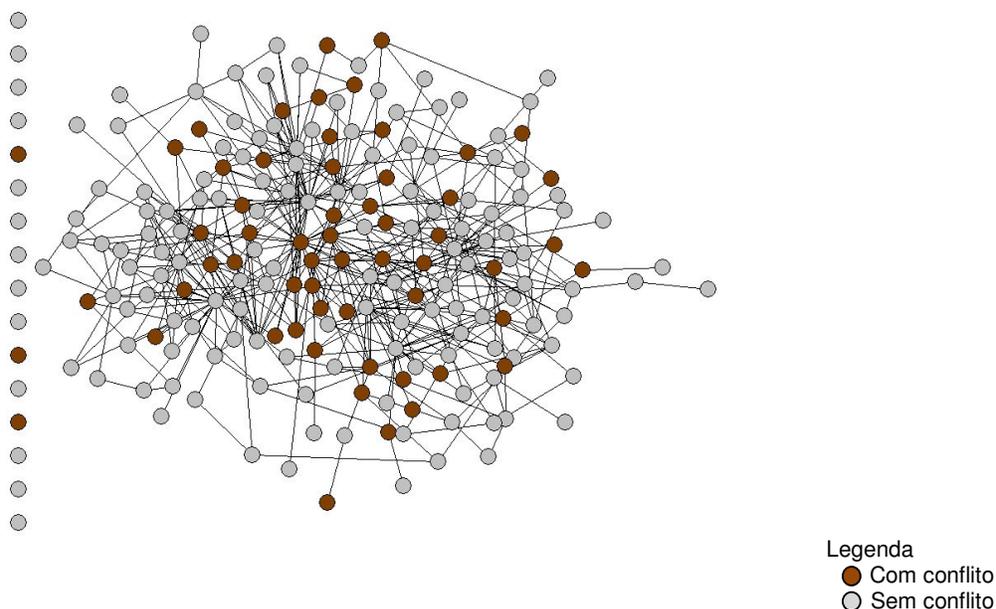


Figura 12 – Inserção das MPE com conflitos na rede de parcerias da Costa Norte

Fonte: pesquisa da autora

Fica sugerido que não há estigma por parte das MPE em relação àqueles que se envolvem em conflitos. Os respondentes que têm conflitos citam um número médio de parceiros superior em relação àqueles que não têm conflitos. O ponto mais interessante, porém, é que aqueles que têm conflitos não recebem quantidade média de citações inferior como parceiros, mas sim similares aos que não têm qualquer conflito. Em adição, estabelecem também uma quantidade média de relações de parceria recíprocas similar àqueles que não participam de conflitos (Tabela 14).

Tabela 14 – Inserção das MPE com conflitos na rede de parcerias da Costa Norte: média de citações

Média de citações na rede de parcerias	Conflito	
	Não	Sim
Emitidas	2,1	3,0
Recebidas	2,3	2,7
Recíprocas	4,3	5,4

Fonte: pesquisa da autora

Fica, portanto, evidente⁹² que as MPE investigadas que estabelecem conflitos não são isoladas das redes de cooperação já que em média citam mais parceiros que os demais; recebem quantidades similares de citações como parceiros e estabelecem quantidades semelhantes de relações recíprocas de parcerias. Quais as implicações dessa conclusão? Ela oferece substrato para admitir o conflito como um vetor de coesão social e como parte

⁹² Por meio do teste t de comparação de médias entre duas amostras, considerado significativo ao nível máximo de 0,05. Apêndice H.

das relações estabelecidas no roteiro, não como uma força centrífuga que lança a MPE para fora das redes de parcerias.

No intuito de conhecer com quem se dão as parcerias, é possível interpretar a rede das MPE da Costa Norte de acordo com as **categorias** de atores sociais considerados parceiros⁹³, o que dá origem à Figura 13.

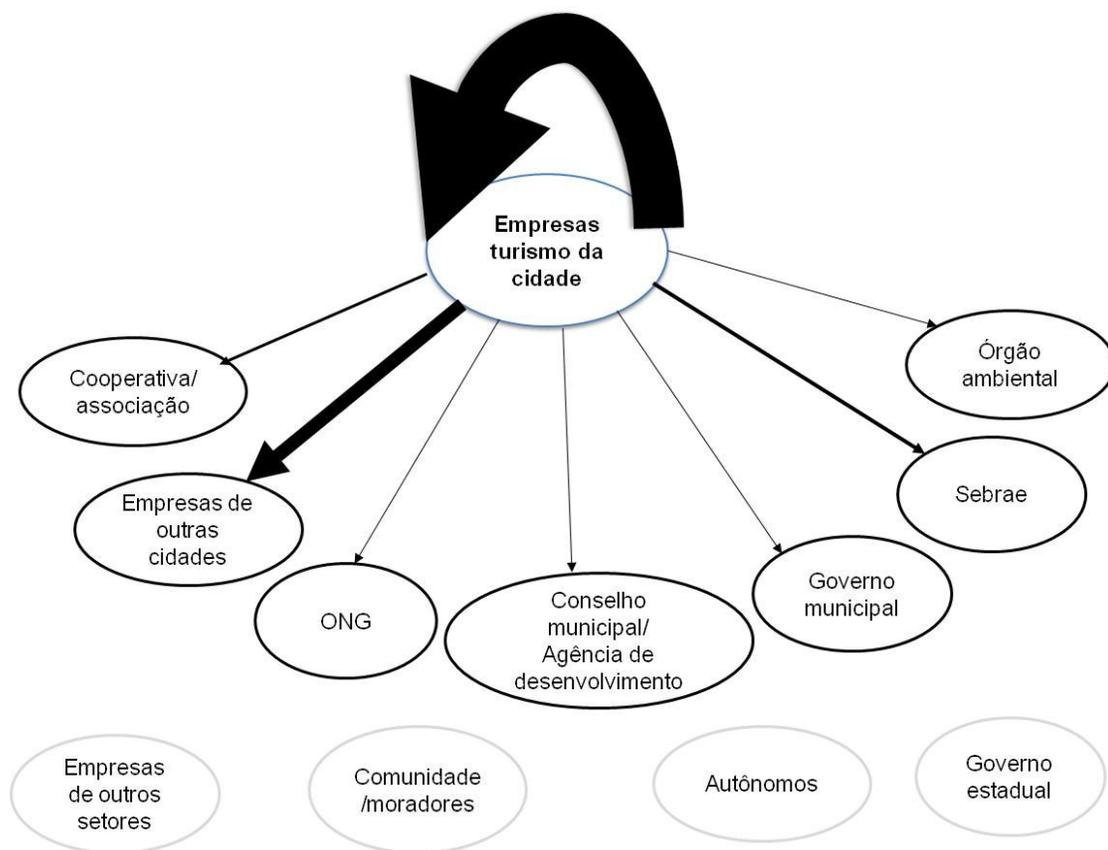


Figura 13 – Rede de parceiros das MPE do turismo por categorias

Fonte: pesquisa da autora

As parcerias são significativamente mais expressivas entre as empresas de turismo da localidade, seguidas por relações com empresas de turismo de outras cidades. Isso evidencia a essência da conformação do roteiro integrado, que busca construir uma coesão interna do destino para que este, então, de forma mais organizada possa estabelecer relações com empresas de outras localidades (como com compradores ou fornecedores). Entretanto, com essa análise não é possível esclarecer em que medida essas parcerias estão estabelecidas entre empresas ao longo do roteiro integrado, o que poderá ser respondido com a análise das redes locais e como se integram umas com as outras.

⁹³ Considera a rede com 317 atores mencionados. As setas são representadas de acordo com o número de nomeações emitidas pelos respondentes com escala 1 para 1 com referência ao número de vezes que determinado ator social foi citado.

As categorias representadas pelas células isoladas não foram consideradas parceiras por nenhuma das MPE: governo estadual; comunidade; autônomos e empresas de outros setores que não turismo. Ainda que não citadas como parceiras, são mantidas na figura para oferecer melhor base de comparação com o mapeamento dos principais conflitos.

Passando para a comparação das redes de parcerias de **cada localidade**⁹⁴, é possível entrever como elas estão distribuídas, a partir da concentração de setas relativas a determinadas MPE (Figura 14). Tais redes levam em consideração o padrão de parcerias de cada localidade. Os indivíduos isolados são aqueles que não receberam ou emitiram quaisquer nomeações de parceiros dentro de sua localidade.

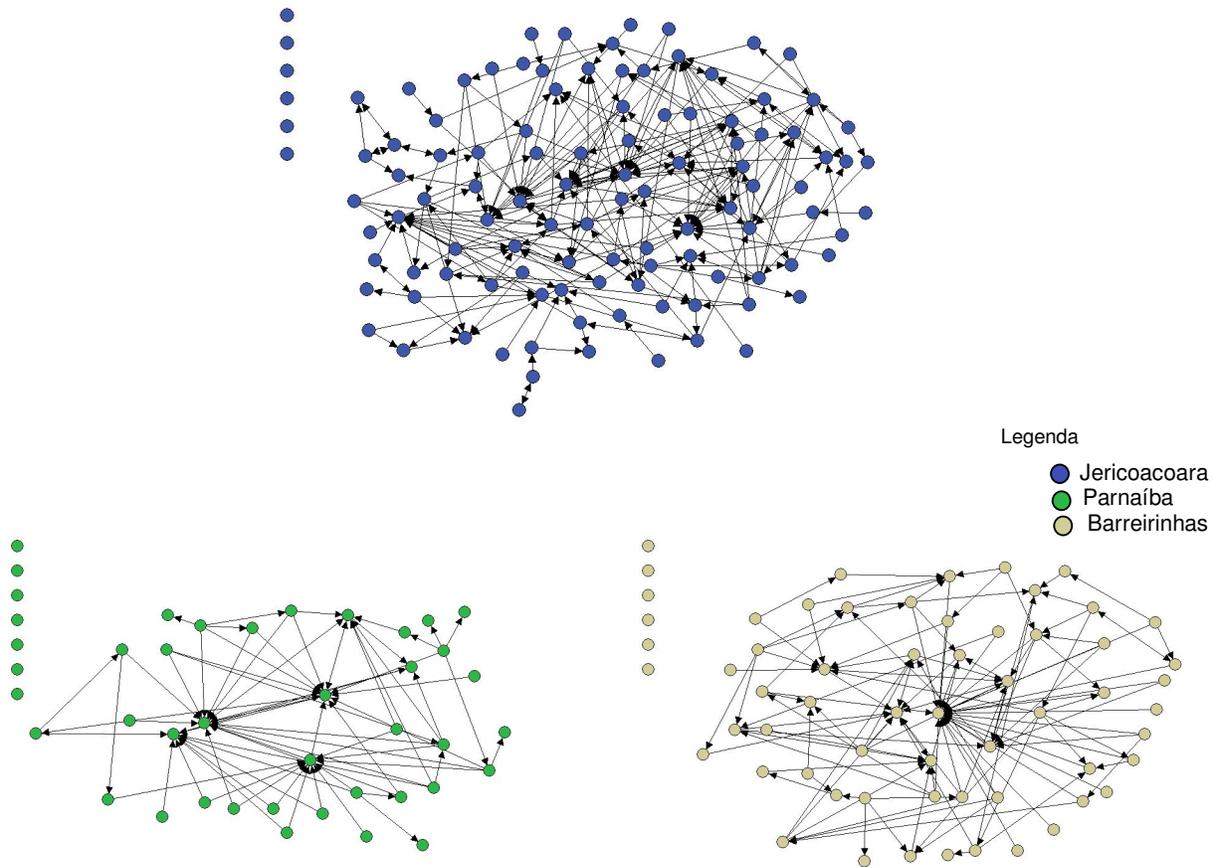


Figura 14 – Redes de parceiros das MPE do turismo em Jericoacoara, Parnaíba e Barreirinhas

Fonte: pesquisa da autora

Detalhando o mapeamento das redes de parceiros *dentro de cada localidade*, a fim de comparar a estruturação de tais redes, a Tabela 15 resume as médias de citações.

⁹⁴ Leva em consideração os 213 respondentes, sendo 110 em Jericoacoara, 42 em Parnaíba e 61 em Barreirinhas.

Tabela 15 – Densidade e média de citações das MPE dentro de cada destino turístico

Rede dentro das cidades	Jericoacoara	Barreirinhas	Parnaíba
Densidade	0,02	0,03	0,04
Citações recebidas	2,2	2	1,7
Citações emitidas	2,2	2	1,7

Fonte: pesquisa da autora

A densidade das redes de parcerias em cada localidade aparenta ser maior em Parnaíba e menor em Jericoacoara, deixando Barreirinhas em uma posição intermediária. Deve ser levado em conta, porém, que a possibilidade de relações é bastante superior na primeira localidade, em virtude do maior número de indivíduos, fazendo com que a densidade seja bastante menor. Uma pergunta que naturalmente surgiria a partir das imagens anteriores é: se há mais citações em Jericoacoara, como ela tem menor densidade?

A consulta à Figura 14 indica um maior número de relações em Jericoacoara, o que poderia ser esperado por haver lá o maior número de empresas. Isso, no entanto, não diz respeito diretamente à densidade – que é uma proporção entre a quantidade de relações mencionadas e o número de relações possíveis. Ou seja, por ser Jericoacoara um destino com mais MPE do turismo, isso eleva exponencialmente o número de relações que se poderia ter. Mas isso não se concretiza, resultando em uma densidade menor que nos demais destinos. Vale enfatizar o fato que o número de citações aumenta com o tamanho da rede, afinal há mais opções de parcerias, mas a densidade diminui porque existe uma limitação no número de parcerias ativas que uma empresa pode ter ou desejou mencionar na entrevista.

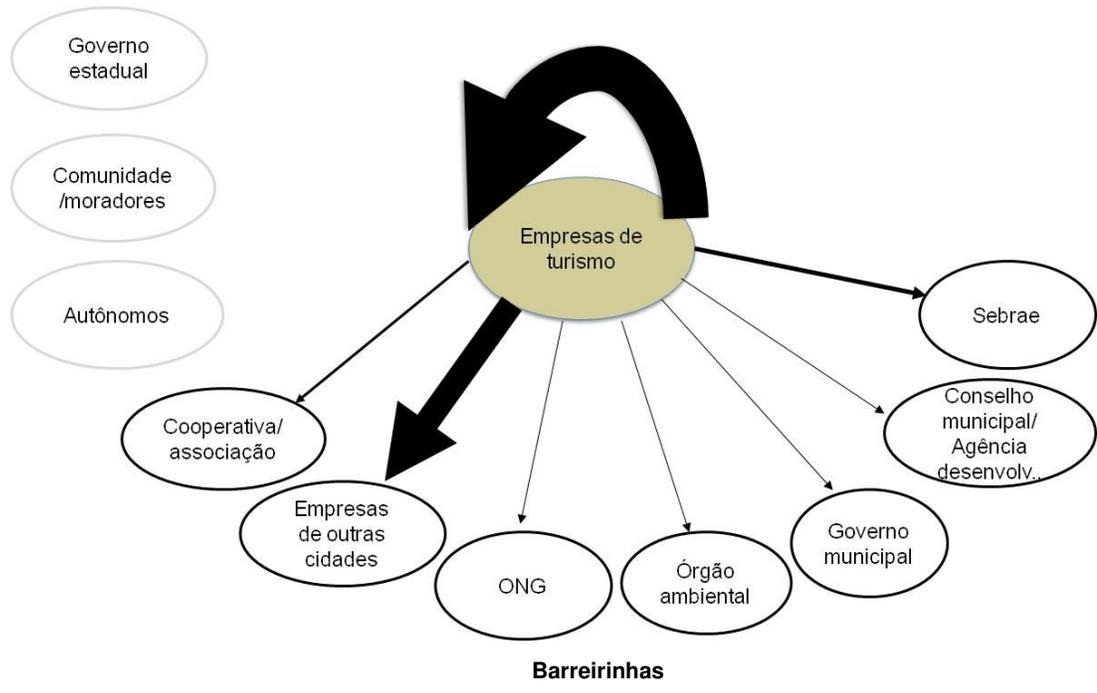
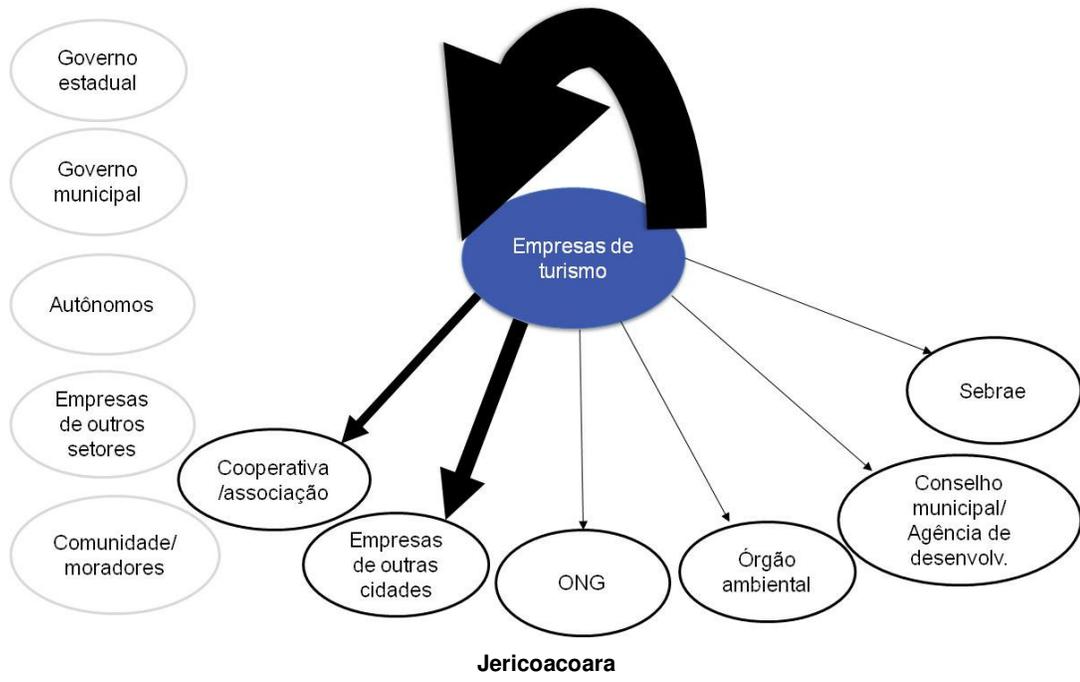
Em virtude das redes terem tamanhos tão distintos, a comparação de suas densidades não leva a conclusões precisas. Mais interessante é focar nas nomeações emitidas e recebidas internamente em cada destino, por ser esta uma medida autônoma e que permite comparações mais seguras. Em média, os respondentes citaram e foram citados por volta de duas vezes. Sobretudo, a comparação⁹⁵ das redes das *relações de parceria internas* de cada destino mostra não haver diferenças entre as quantidades médias de nomeações recebidas ou emitidas entre as três localidades.

Quando analisadas as relações de parceria⁹⁶ das MPE entre as diferentes *categorias de atores*, os principais parceiros das MPE nas três localidades se repetem: empresas locais de turismo em primeiro lugar, seguidas por empresas de outras localidades⁹⁷ (Figura 15).

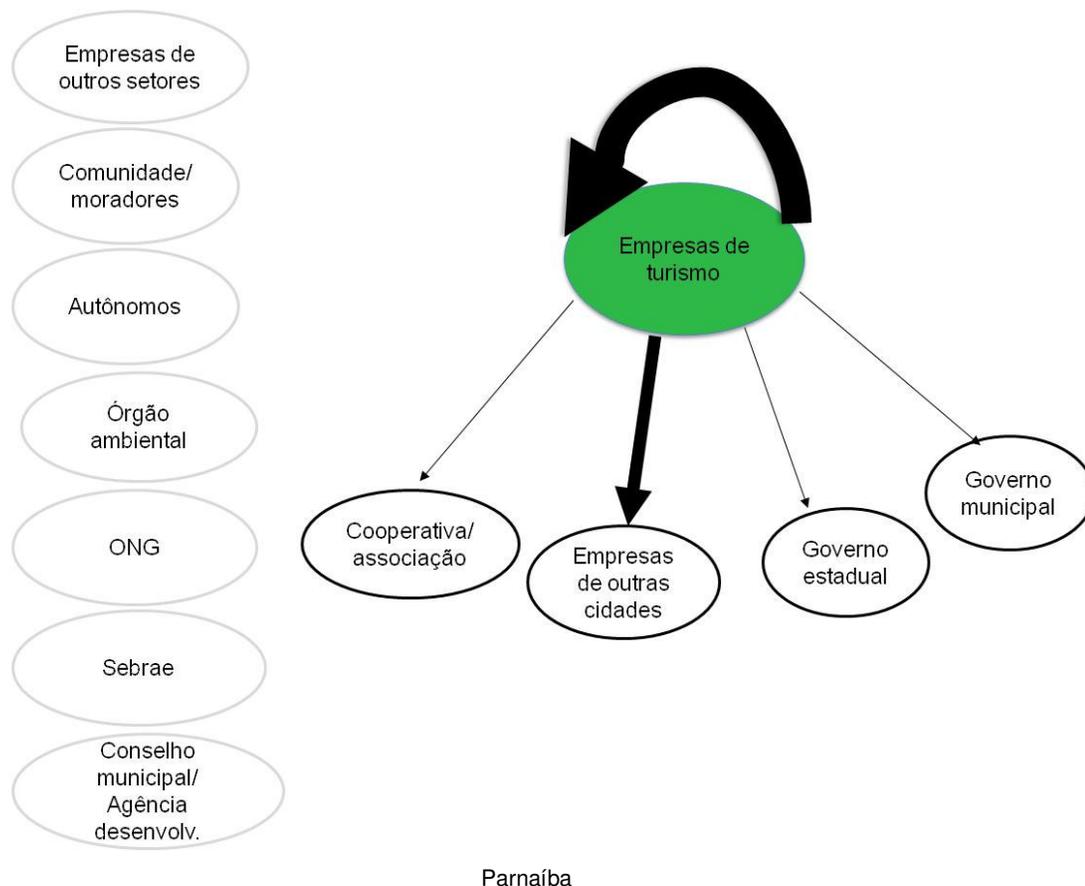
⁹⁵ Calculadas por meio de ANOVA para comparação de médias entre 3 amostras independentes. Significante ao nível máximo de 0,05. Cálculos no Apêndice H.

⁹⁶ Considera os 317 atores mencionados como parceiros.

⁹⁷ Setas com escala 1 para 1.



(continua)



Parnaíba

Figura 15 – Distribuição das parcerias por categoria e por destino

Fonte: pesquisa da autora

Em **Jericoacoara**, nenhuma instância de governo (municipal ou estadual) foi considerada como parceira das MPE. Por outro lado, ainda que de modo tímido, em Parnaíba ambos foram citados. Em **Parnaíba** existe menor número de citações e de categorias de atores mencionados. Em Jericoacoara ocorre o maior número de citações, apesar de as parcerias estarem concentradas entre as empresas de turismo locais, seguidas por empresas de outras cidades e, em terceiro lugar, cooperativas ou associações.

Em contrapartida, **Barreirinhas** demonstra mais categorias de atores consideradas como parceiros, dando conotação de envolvimento mais amplo das MPE do turismo com outros atores. Em terceiro lugar no *ranking* das citações de parceiros, surge o Sebrae como parceiro, denotando mais força na parceria com os entrevistados que nas demais localidades. Portanto, mesmo que o número médio de citações seja idêntico aos outros destinos, Barreirinhas apresenta uma variedade maior de atores envolvidos como parceiros das MPE do turismo.

A incidência de parcerias estabelecidas com empresas de outras cidades torna interessante investigar as relações *entre os destinos investigados* a partir das nomeações

de parceiros, como ilustra a Figura 16 com o uso de setas proporcionais aos valores absolutos de citações.⁹⁸

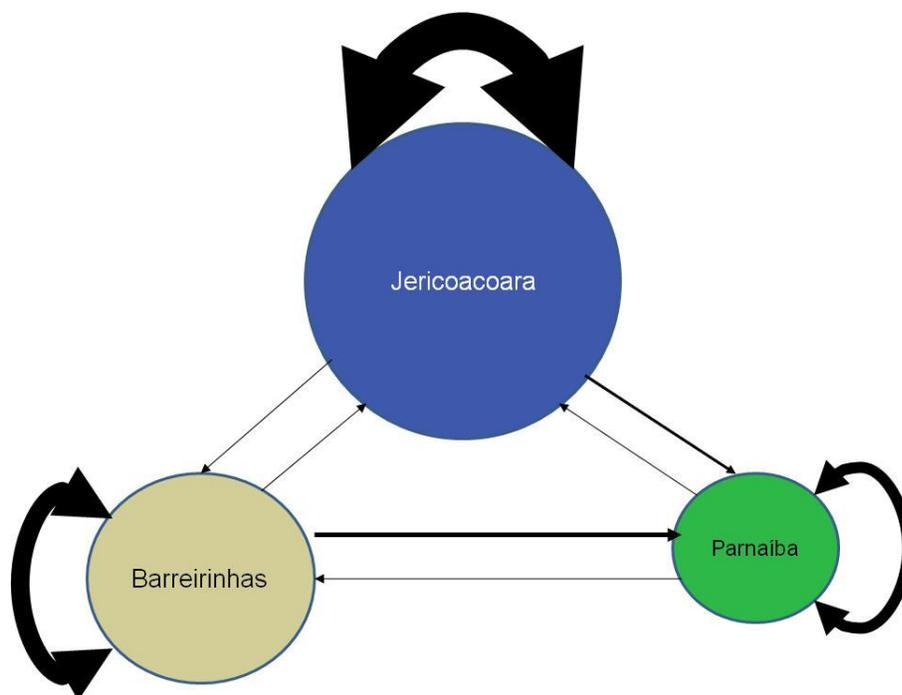


Figura 16 – Redes de parceiros das MPE do turismo entre os destinos turísticos
Fonte: pesquisa da autora

Os números absolutos de citações indicam que as três localidades apresentam mais parcerias internamente do que com os outros destinos do roteiro, e que a ligação entre as cidades não é simétrica. Há mais ligações de parceria das duas extremidades do roteiro com Parnaíba, que ocupa posição geograficamente intermediária, e menos ligações entre as cidades das pontas do roteiro. A figura mostra que há mais citações de Barreirinhas para Parnaíba, seguidas por citações de Jericoacoara para Parnaíba, esboçando que entre esses pares de cidades existe mais aproximação e não concorrência direta.

As diferenças significativas⁹⁹ entre as médias mostram que as MPE de **Parnaíba** recebem maior quantidade média de nomeações como parceiras, enquanto as MPE de **Barreirinhas** são as que, em média, mais citam parceiras em outras cidades (Tabela 16).

⁹⁸ Escala de 1 para 10 no número de citações.

⁹⁹ Calculadas por meio de ANOVA para comparação de médias entre 3 amostras independentes. Significante ao nível máximo de 0,05. Ver Apêndice H.

Tabela 16 – Média de citações das MPE entre Jericoacoara, Barreirinhas e Parnaíba

Rede entre as cidades	Jericoacoara	Barreirinhas	Parnaíba
Citações recebidas	0,1	0,2	1,2
Citações emitidas	0,2	0,6	0,3

Fonte: pesquisa da autora

As MPE de **Jericoacoara** aparecem como as que recebem menor média de citações e que menos emitem citações sobre parceiros em outras localidades. Isso leva a crer que Jericoacoara consiste em uma rede de parcerias mais isolada do roteiro que as outras. Uma das razões cogitadas para isso é o reconhecido papel como principal indutor de demanda do roteiro, que faz com que o destino não necessite tanto dos outros porque se basta em si mesmo.

Para interpretar a realidade de mais citações direcionadas a MPE sediadas em Parnaíba, faz-se necessário lembrar a composição marcadamente heterogênea dessa distribuição, concentrada predominantemente em duas empresas. Isso revela que Parnaíba tem poucos pontos de conexão com os outros destinos, levando sua inserção a depender de poucos nós. É que essa ligação se faz com as pontas do roteiro, tornando a cidade bastante dependente do fluxo gerado a partir das outras localidades, reforçando a relevância de Parnaíba articular-se no roteiro para aumentar sua demanda e incrementar seu posicionamento no mercado do turismo de lazer e aventura.

Quando levadas em consideração as distribuições de todas as relações internas ao destino e entre eles, Parnaíba revela-se como a mais heterogênea, e Jericoacoara, como a mais homogênea. A maneira como a homogeneidade aparece sugere que ela está ligada à fase do ciclo de vida do destino. Um indicativo aqui contido seria de que o destino mais consolidado tem relações de parceria mais difusas, talvez por ter maior maturidade e acomodação de espaços entre as diversas empresas que compõem seus pequenos grupos de parceiros. Pode indicar ainda a menor necessidade de grandes esforços para que seja um destino comercializado mais amplamente. Por outro lado, destinos menos consolidados baseiam as suas parcerias em poucas MPE, especialmente agências de receptivo antigas no destino, possivelmente para reunir esforços de comercialização e para que se possa atingir mercados mais distantes.

De modo detalhado, em **Jericoacoara** as relações de parceria estão menos concentradas em poucas MPE que nas demais localidades, com maioria das MPE recebendo poucas indicações e citando poucos parceiros. Isso gera menos concentração de relações. Ainda assim, três MPE em Jericoacoara podem ser identificadas com lugar de

centralidade: uma pousada (13 citações)¹⁰⁰; um hotel (15 citações) e um restaurante (15 citações). Chama atenção também o fato de nenhuma agência de receptivo em Jericoacoara ter obtido uma das posições de centralidade na rede, como seria esperado a partir de referências da literatura. Um dos indícios que essa característica esboça é a prática do destino em não oferecer um produto turístico articulado internamente, mas sim de atuar independentemente das empresas em vender sua oferta de modo isolado para operadoras externas, que terminam por montar os pacotes para a localidade.

Por outro lado, em **Barreirinhas** e **Parnaíba** as nomeações recebidas como parceiros estão bastante concentradas. Na primeira cidade, *uma* empresa local de receptivo turístico obteve o maior número de nomeações como parceira de toda a Costa Norte (27 citações), sendo que a segunda mais citada obteve 10 nomeações.

Analogamente, a heterogeneidade aparece em Parnaíba, onde grande parte das nomeações de parceiros está concentrada em duas agências de receptivo com 26 citações cada. Junto a elas aparecem mais três MPE com papel de centralidade na rede de parceiros da Costa Norte: duas empresas de hospedagem & alimentação (15 citações cada) e outra agência de receptivo (11 citações).

Fica patente que todas as localidades demonstram mais parcerias internamente ao destino do que externamente. As redes locais, porém, apresentam distinções em configurações de centralidade dos atores e homogeneidade das relações.

Se **Parnaíba** chama atenção por ter a rede de parcerias menos diversificada nas diferentes categorias de atores que abrange e mais heterogênea na nomeação de parceiros, **Barreirinhas** demonstra uma rede diversificada em seus atores, ainda que bastante heterogênea na nomeação de alguns. Por fim, **Jericoacoara** é bastante diversificada e mais homogênea nas distribuições dos laços de parcerias das MPE do turismo. Quais as possíveis explicações e implicações de tais características para as relações sociais dos destinos?

Jericoacoara, possivelmente por ser o destino mais consolidado do turismo e onde a atividade turística apresenta mais relevância econômica, apresenta uma rede de parceiros variada, ainda que com a exclusão de instâncias de governo estadual ou municipal. A história de fracassos de iniciativas de cooperação mais estruturadas no destino parece refletir na homogeneidade das relações, menos concentradas ao redor de associações ou de poucos atores que nos outros destinos. Em razão da maior amplitude de atores envolvidos com o turismo, as possibilidades de conexão são maiores, potencializando relações mais “espalhadas” entre as empresas locais do que concentradas em poucas MPE.

¹⁰⁰ O proprietário dessa pousada atualmente (julho 2009) é o presidente da associação empresarial considerada mais ativa na cidade.

Esse dado leva a crer que existam em Jericoacoara várias pequenas células de parcerias, mas não a consolidação de grupos maiores ou mais substanciosos.

Parnaíba consiste em um local com menor importância em relação à atividade turística, bem como uma rede com menos empresas, o que tende a favorecer uma menor diversidade de atores envolvidos com as parcerias das MPE do setor. Sua centralidade geográfica da composição do roteiro mostra favorecer relações com ambas as pontas da Rota. As relações citadas de parceria – internas e externas – têm sido prioritariamente estabelecidas com cinco empresas.

A alta concentração de conexões em um pequeno número de parceiros insinua que esses poucos podem ser bastante influentes nas decisões que incluem o destino, e possivelmente exercer papel de liderança. Por outro lado, redes com “hubs” tendem a favorecer baixa coesão interna (WATTS e STROGATZ, 1998) e expõem a localidade à fragilidade de depender excessivamente de poucas MPE para se consolidar como uma rede de parcerias no turismo, potencializando uma grande concentração de poder e reduzida abertura para absorver as demais MPE.

Barreirinhas apresenta a rede com maior variedade de atores citados como parceiros, passando a incluir entidades de apoio, a exemplo da maior força atribuída ao Sebrae; o aparecimento do órgão ambiental e do conselho municipal como parceiros das MPE, sugerindo a maior e crescente importância das alianças no turismo para a localidade. Ademais, uma rede com atores de diferentes naturezas é considerada uma característica positiva para redes de cooperação, como ilustra a literatura acerca de aglomerações, por tornar mais complexos os processos de negociação e criação de regras, favorecendo interações entre disputas e ações conjuntas. Ademais, sugere ser a rede mais conectada externamente com outras empresas do roteiro sediadas em Parnaíba.

Apesar disso, e com aparente contradição, entre os entrevistados de Barreirinhas existe uma grande concentração das nomeações como parceiro sobre uma dada empresa em vez de várias. Tal constatação sugere que conexões locais e regionais das MPE estão fortemente vinculadas a apenas uma MPE, o que expõe o destino a um mais alto risco de desintegração da rede local, e compromete a densidade interna. Essa empresa não parece conduzir processos de integração local e não declara participar de quaisquer conflitos. Não ficam claras as razões que a fazem obter o mais alto número de indicações como parceira no roteiro.

2.1.3. Razões para cooperar

Após serem questionadas a respeito das ações conjuntas que realizam com outras empresas de turismo locais e quem são os parceiros, as MPE foram solicitadas a explicar as

razões que as levaram a participar de tais ações. Foram aceitas múltiplas respostas¹⁰¹ dentre as sete opções¹⁰² oferecidas, a saber:

- para diminuir os custos da empresa — enfocando aspectos econômicos operacionais da empresa;
- para atrair mais turistas — abordando aspectos da demanda para o negócio e o destino, com impactos relevantes para a sustentabilidade do destino;
- para ajudar a comunidade — refletindo questões sociais inerentes à sustentabilidade e de responsabilidade das empresas;
- para melhorar o serviço ao turista — abordando aspectos de qualidade do serviço/produto encontrado no destino;
- para preservar os atrativos do parque — abordando questões ambientais e atributos importantes para a atividade turística nas localidades, tangenciando outra dimensão inerente à sustentabilidade e da responsabilidade que a MPE toma para si;
- para me realizar pessoalmente — abordando motivações alternativas àquelas econômico-rationais para explicar o engajamento em ações conjuntas;
- outras — opção aberta para a contribuição do respondente que foi organizada a partir de quatro linhas de argumentação identificadas nas falas.

De modo agregado, a razão predominante para cooperar é melhorar o serviço ao turista, refletindo o posicionamento de aproximadamente 80% das MPE do turismo entrevistadas na Costa Norte. Em segundo lugar, 57% das MPE realizam ações conjuntas para atrair mais turistas. Por outro lado, a razão menos mencionada para cooperar com outras empresas é a realização pessoal, cogitada por apenas 7,4% dos respondentes. As demais respostas não representam maioria agregada das empresas como mostra o Gráfico 24.

¹⁰¹ Todas as questões de múltipla escolha do trabalho ofereceram ao respondente a possibilidade de apontar quantas respostas fossem convenientes para ele, não limitando o número mínimo ou máximo. Nesse caso foram totalizadas 495 respostas.

¹⁰² Tais como apresentadas aos respondentes no questionário.

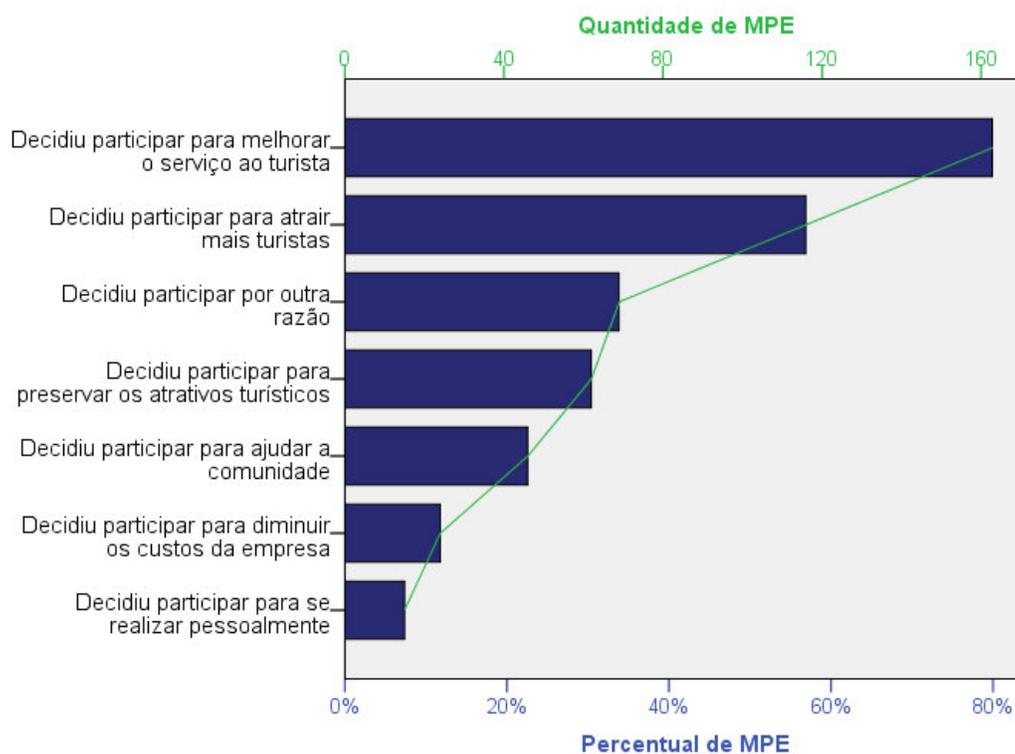


Gráfico 24 – Razões para cooperar na Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

Isso mostra que as duas únicas razões que contam com maioria das MPE referem-se ao turista, seja na qualidade do serviço oferecido, seja no aumento da demanda para o destino. É interessante observar que a atração de turistas figura como aspecto central na motivação para cooperar, podendo remeter ao aumento do faturamento empresarial que pode rebater no crescimento do lucro, embora a diminuição dos custos – também fundamental para o aumento do lucro – seja uma razão marginal, mencionada por somente 11,8% dos respondentes.

Portanto, as razões mais citadas para a cooperação entre as MPE da Costa Norte foram predominantemente *instrumentais/operacionais* do ponto de vista da empresa; em parte revelam traços *coletivos*, ao apresentar um quinto das respostas preocupadas com a localidade, o meio ambiente ou a comunidade.

Com a análise das razões alegadas em cada local, percebe-se que as duas principais, abarcando expressiva maioria das respostas, são idênticas nas três localidades e coincidem com a análise agregada da região — qualidade dos serviços e aumento do número de turistas. A realização pessoal ligada à cooperação ocupou outro extremo, com valores mais baixos, como explicitado pelo Gráfico 25.

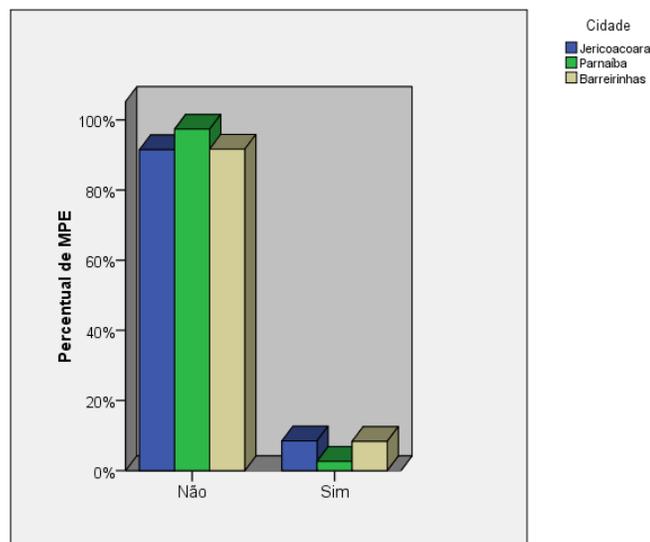


Gráfico 25 – Realização pessoal como razão para cooperar, por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Apesar de algumas semelhanças, as localidades também mostram diferenças¹⁰³ significativas nas motivações das MPE para cooperar no que diz respeito a: diminuição dos custos da empresa; atração de mais turistas e preservação dos recursos naturais (Quadro 14).

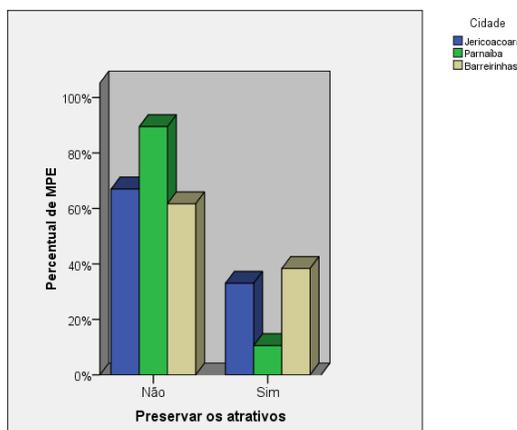
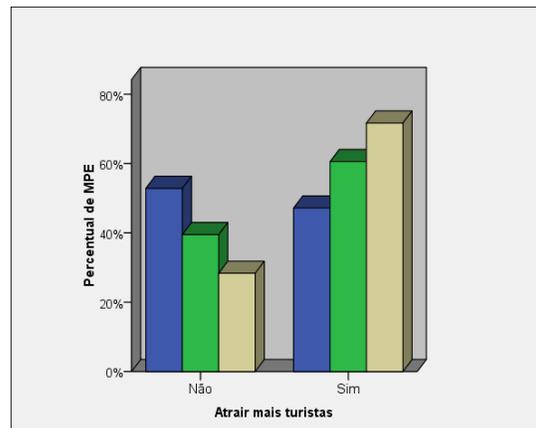
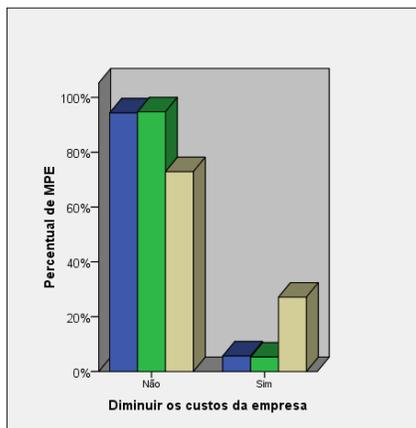
Razões para cooperar que mais diferenciam os destinos...

- 1º. Para diminuir os custos da empresa
- 2º. Para atrair mais turistas
- 3º. Para preservar os atrativos turísticos

Quadro 14 – Razões para cooperar discriminantes das localidades
Fonte: pesquisa da autora

Em contrapartida, a melhoria do serviço ao turista e a realização pessoal são as características que menos servem para diferenciar entre as localidades. A primeira, que diz respeito à melhoria do serviço, porque houve altas incidências em todas as localidades. Afinal, é a principal razão para as MPE cooperarem, com 82,1% das opiniões em Jericoacoara; 81,7%, em Barreirinhas, e 71,1%, em Parnaíba. Já a realização pessoal não se presta a distingui-las porque aparece com baixas ocorrências em todos os locais, tais como 8,5%, em Jericoacoara; 8,3%, em Barreirinhas e 2,6%, em Parnaíba (Gráficos 26, 27 e 28).

¹⁰³ Empregada a técnica de Análise Discriminante com 203 respondentes válidos.



Gráficos 26, 27, 28 – Detalhamento das razões discriminantes para cooperar por cidade: diminuir custos; atrair mais turistas e preservar atrativos naturais
 Fonte: pesquisa da autora

A partir da análise detalhada das razões para cooperar, os dados mostram Barreirinhas em uma posição diferenciada das demais localidades, afinal é onde mais aparecem a redução do custo e a atração de maior número de turistas como razões das MPE para cooperarem. Em **Barreirinhas**, por volta de um quarto das MPE alegaram essa primeira como uma das razões para participar de ações conjuntas. As outras localidades tiveram ocorrências bastante menores, em cerca de 5%. Quanto à cooperação motivada por atração de mais turistas, das MPE de Barreirinhas 71,7% alegam essa entre as razões. Parnaíba vem em segundo lugar, com 60% das MPE cooperando para atrair mais turistas. Jericoacoara aparece como o local onde tal razão é menos importante, quando comparada às demais localidades.

Em consonância com as ações conjuntas realizadas, também entre as razões para cooperar, Barreirinhas e Jericoacoara apresentam-se de forma similar quanto à motivação para preservar os atrativos turísticos naturais, com 38% e 33% das respostas respectivamente. Em contraposição, Parnaíba diferencia-se por ser onde tal razão é menos citada entre as motivações para cooperar.

Aventa-se a posição no ciclo de vida de cada destino como um possível fator que influencia as razões que motivam as MPE do turismo a cooperarem: Barreirinhas articula-se em nome de atrair mais pessoas por ser um destino em crescimento; Parnaíba o faz com menos intensidade por ser um destino iniciante e pouco sedimentado para o estilo de turismo que o roteiro integrado propõe, e Jericoacoara já não apresenta tal prioridade por ser um destino consolidado e com maior demanda.

Mas, por que um destino iniciante se articularia menos do que um destino em crescimento, já que aquele que está começando precisa de mais esforços rumo à consolidação? Algumas razões observadas no destino em crescimento, no caso entendido como Barreirinhas, são a demanda crescente a olhos vistos e a sensação de que há possibilidade de ampliação, desde que haja articulação para melhoria do destino. Caso contrário, pode haver potencial instalado ocioso e risco de estagnação. Já no destino iniciante, a baixa demanda, o acúmulo de incertezas e a falta de crença no efetivo crescimento da atividade turística local em um novo segmento, mais rentável e especializado são evidenciados. Revela-se um círculo vicioso para o destino iniciante: não há um fluxo de turistas suficientemente seguro que pague mais caro por serviços diferenciados. Tal risco desfavorece investimentos privados, que precisam esperar pelo retorno por um prazo desconhecido e incerto, expondo a pequena empresa aos riscos de não sobreviver. Mas, sem produtos e serviços melhores, as empresas e o destino não são capazes de atrair a demanda mais exigente, que possibilitaria maior margem de lucro e com menor número de clientes, abrindo uma alternativa afora o turismo de massa.

Parnaíba diferencia-se também por ser onde essa razão para cooperar voltada para cuidar de seus atrativos naturais menos aparece. Possivelmente, o cuidado conjunto com os atrativos naturais está também ligado à importância do turismo na dinâmica local; à dependência dos recursos naturais para o turismo; à facilidade de identificá-los e delimitá-los, maior para Jericoacoara e Barreirinhas, menor para Parnaíba.

Cooperar por *outra* razão que não aquelas previstas pelo instrumento de pesquisa tampouco ajuda a diferenciar entre as localidades, quando tomados testes estatísticos como base. Apesar disso, conhecê-las e identificar suas linhas de argumentação prevaletentes mostra uma perspectiva complementar para compreensão das relações nos locais.

As linhas argumentativas, a partir da análise do conjunto das respostas, foram entendidas como:

- (1) *razões coletivas/corporativas* — referentes à cidade ou ao setor organizado;
- (2) *razões empresariais* — que dizem respeito aos interesses individuais da MPE;
- (3) *razões pessoais* — que se referem a confiança, reciprocidade, realização ou satisfação pessoal como motivos para cooperar.

De modo geral, entre as *outras* razões para cooperar apresentadas pelas MPE na Costa Norte aparecem, predominantemente, razões *empresariais* como melhoria do produto ou serviço, sobrevivência ou crescimento, facilidade em realizar algumas funções como compras e treinamentos. No entanto, surgem razões *coletivas/corporativas* referentes a fortalecer o setor do turismo na localidade e valorizar o nativo. Mesmo que de modo sutil, emergem razões *pessoais* como conhecer as pessoas e reconhecer a qualidade do serviço ofertado pelo parceiro, que podem ser entendidos como o valor da reputação.

Merece destaque o componente de reciprocidade que aflorou nessas respostas, mostrando que diversas MPE do turismo são levadas a cooperar quando percebem que as outras cooperam com ela, a exemplo da indicação; e de confiança na fala daqueles que disseram que indicam quando conhecem e confiam no trabalho da outra empresa.

Portanto, ainda que confiança e reciprocidade surjam como elementos importantes para alimentar possibilidades de cooperação entre as MPE do turismo nas localidades investigadas, elas não consistem nas razões principais que motivaram os respondentes a participar de ações conjuntas.

Detalhando a realidade de cada destino, aproximadamente 40% das MPE de **Jericoacoara** apresentam *outras* razões para cooperar além daquelas previstas. Entre aquelas que podem ser consideradas *coletivas/corporativas* estão: a necessidade de fortalecer o setor do turismo local; melhorar a situação conjunta dos empresários. Além disso, cooperar foi uma decisão de algumas MPE porque a “união faz a força”; porque existe necessidade de “integrar os nativos”; de “educar as pessoas do local”; de “limpar a vila” e de zelar pela “segurança”.

Entre razões *empresariais* para a cooperação encontram-se os argumentos de cooperar para gerar comissões para sua empresa; melhorar a qualidade do atendimento e do serviço ao turista; atrair mais turistas para a empresa; oferecer produtos complementares à oferta turística disponível. Outras ainda cooperam porque conhecem a “qualidade da outra empresa”, levando a crer que exista um componente de confiança na empresa parceira, ainda que dentro de uma argumentação com traços mais fortes de razões instrumentais.

Entre as razões consideradas *pessoais*, algumas MPE de Jericoacoara participam de ações conjuntas porque é necessário “um ajudar o outro”, chamando atenção para o componente da reciprocidade, que também esteve revelado por respostas como “indica porque é indicado”. Isso faz lembrar o circuito da dádiva de dar–receber–retribuir de Caillé (1998), bem como apresenta interface com a teorização de Axelrod (1990), que entende que a cooperação pode se dar em ambientes com pouca confiança, desde que haja a preocupação com a reciprocidade inerente à estratégia *tit-for-tat*. Apenas uma das MPE apresentou como razão para cooperar o aumento de sua qualidade de vida pessoal.

Ademais, Jericoacoara apresentou um outro componente entre as razões das MPE para cooperarem entre si não mencionado nas outras localidades, que pode ser traduzido como *influências externas de outros atores*. Algumas MPE justificam que cooperam porque foram incentivadas pelo Sebrae ou porque a Prefeitura não faz seu papel, levando as empresas a assumir responsabilidades e dividi-las.

Portanto, revelam-se aqui duas das diversas posições que os atores externos ao destino podem desempenhar perante a cooperação. No primeiro caso, o papel de promover a coesão por meio de incentivos e premiações ao comportamento. No segundo caso, aparecer como “inimigo comum externo”, que resulta em união interna para o enfrentamento ou para a busca de alternativas ao combate direto. Na localidade vê-se o surgimento da cooperação a partir do principal conflito, conforme as respostas acerca do ambiente do destino.

Em **Parnaíba**, 23,7% das MPE alegam *outras* razões para cooperar. Algumas MPE cooperam porque “parceria é indispensável” e porque há necessidade de “fortalecer a classe” e “seus serviços”, demonstrando algumas conotações *coletivas/corporativas* dentro do grupo empresarial local. Outras participam, tratando-se basicamente da indicação de outras empresas, porque conhecem a qualidade dos serviços prestados por elas, denotando razões *empresariais*, que podem apresentar – em segunda instância – uma interface com confiança. Apresentando preocupações com questões pessoais, aparece a reciprocidade contida na justificativa de que “se não ajudar, nunca será ajudado”. De modo bastante tímido, porém, emergiram as razões *pessoais* entre as MPE entrevistadas em Parnaíba.

Em **Barreirinhas**, 30% dos respondentes alega *outras* razões para cooperar. Algumas MPE cooperam com outras empresas locais por razões *coletivas/corporativas* tais como: para melhorar a cidade; porque beneficia a todos; porque “a empresa deve se inserir na sociedade” e porque valoriza o nativo e insere os locais na produção do turismo como “política de turismo sustentável”. Outras ressaltam que cooperam por razões *empresariais* como: porque aumenta o lucro; porque facilita as compras e a qualificação da mão-de-obra; por questão de sobrevivência ou crescimento de um pequeno negócio. Não obstante, outras participam das ações conjuntas porque entendem que é melhor para o turista, ao tempo em que melhora os serviços e aumenta a segurança oferecida a ele na prestação do serviço.

Em Barreirinhas, também emergem razões que podem ser entendidas como *pessoais*, naqueles que justificaram agir em conjunto em função da amizade, de conhecer as pessoas com quem trabalha em parceria, levando a afirmações como “coopero apenas porque conheço”. Por fim, houve argumentação baseada em relações extracomerciais e reciprocidade com a justificativa de que indica porque é indicado por outras empresas.

2.1.4. Resultados da cooperação

Tendo em vista conhecer a cadeia de ações, razões e resultados da cooperação entre as MPE do turismo, investigaram-se os resultados observados a partir das ações de cooperação que as MPE empreenderam. Os dados agregados da Costa Norte mostram que apenas 4,9% não percebem qualquer resultado a partir das ações conjuntas de que participam.

Expressiva maioria (95,1%) observa resultados advindos das ações de cooperação de que participou. O fato de perceber resultados não está ligado à localidade em que a MPE está sediada, ocorrendo em percentuais idênticos nos três destinos analisados e semelhantes ao da região como um todo. Aproximadamente 95% dos respondentes em cada local percebem resultados a partir das ações conjuntas. Os 194 respondentes que percebem algum resultado opinaram com base em seis opções de respostas¹⁰⁴, entendidas como favoráveis à sustentabilidade, sendo:

1. mais respeito às leis ambientais no Parque/APA — abordando questões de conservação ambiental; do respeito ao meio natural e do bom uso dos bens de uso comum da natureza;
2. melhorou infraestrutura — abordando questões territoriais, sociais e de bem-estar da população local, mas também viabilidade e competitividade econômica do turismo;
3. mais trabalho para as pessoas da cidade — abarcando uma interface socioeconômica em relação à população e a questão da distribuição de riquezas no âmbito da população como indicativo de encaminhamento à equidade;
4. aumentou o lucro — abordando a interface da eficiência econômica empresarial pertinente a um padrão sustentável do desenvolvimento;
5. aumentou contato de empresas, prefeitura, ONG — abordando a dimensão institucional e de governança dos destinos;
6. outro resultado — oferecendo abertura para quaisquer outras contribuições que a MPE viesse a oferecer.

Para a maioria das MPE do turismo da Costa Norte (71%), o principal resultado observado foi o aumento de contato de empresas com outros atores como governo e ONG, sinalizando um componente crucial para a evolução das instituições e do capital social do destino, na medida em que os espaços para negociação de condutas se ampliam (Gráfico 29).

¹⁰⁴ Tais como apresentadas aos entrevistados no questionário. Por permitir múltiplas escolhas, obteve 424 respostas.

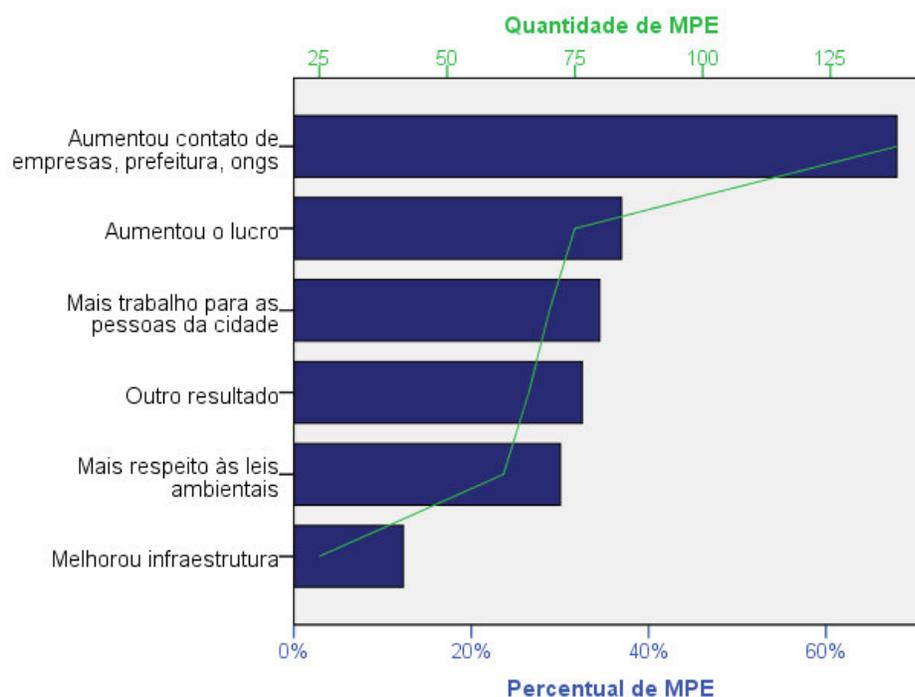
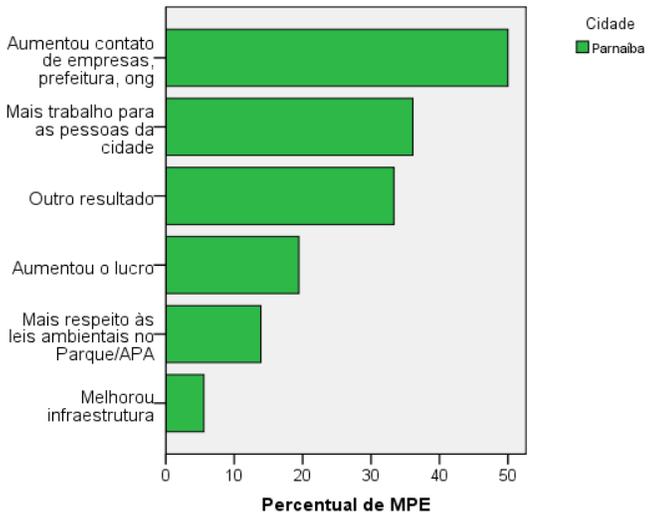
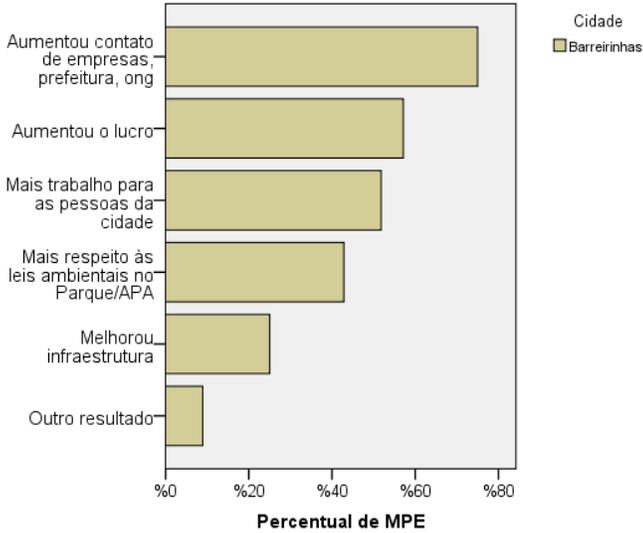
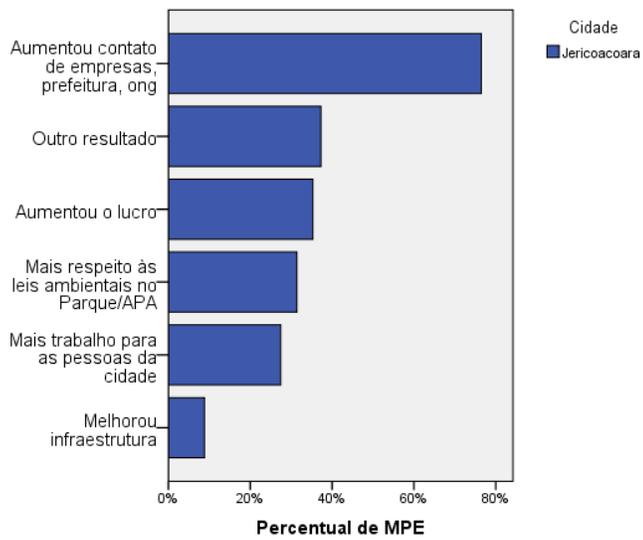


Gráfico 29 – Resultados da cooperação das MPE na Costa Norte
 Fonte: pesquisa da autora

Em segundo lugar, 38,7% afirmam ter aumentado o lucro a partir das ações conjuntas que desenvolveram com outras empresas de turismo, como seria esperado a partir da literatura que considera o aumento dos lucros como uma das vantagens associadas ao comportamento cooperativo entre empresas, normalmente vinculado ao potencial de reduzir os custos e melhorar o desempenho (CAPORALI e VOLKER, 2004; HANSEN e NOHRIA, 2004).

O resultado menos apontado, por somente 12,9% dos respondentes, indica melhorias de infraestrutura para a cidade a partir da cooperação entre as empresas de turismo, como aponta a literatura que trata de governança e desenvolvimento local. Por fim, 28,4% das MPE afirmaram ter havido outro resultado que não aqueles sugeridos, a serem analisados no contexto de cada cidade.

Em uma visão detalhada e comparativa das localidades, o conjunto de gráficos 30, 31 e 32 sintetiza em ordem decrescente a incidência de resultados percebidos a partir de ações conjuntas em cada localidade.



Gráficos 30, 31, 32 – Resultados da cooperação das MPE, por destino
 Fonte: pesquisa da autora

As ações de cooperação têm estimulado o diálogo entre os atores da cadeia de turismo na percepção dos entrevistados, mas têm contribuído muito pouco para a melhoria da infraestrutura. Nesse caso porque ela depende sobretudo de atores que se colocam fora da cadeia produtiva local, ou seja, os governos estadual e federal. A diferença de percepção de Barreirinhas em relação a esse último aspecto talvez esteja relacionado ao fato de que os governos estadual e federal têm investido muito nesse setor na cidade.

Observe-se como a variável aumento de lucro ganha mais relevância nos destinos de maior fluxo turístico. Ainda, no destino mais consolidado, Jericoacoara é a cidade onde há menos relevância da geração de trabalho para as pessoas que moram nela.

Além das alternativas prévias, os respondentes indicaram *outras* de maneira significativa em Jericoacoara (37%) e Parnaíba (33%). O alto número de respostas pode indicar que as alternativas não foram suficientemente bem desenvolvidas para essas duas realidades. Isso faz com que a análise dessas respostas alternativas revele características interessantes dos locais.

Dentre os *outros* resultados verificados, em **Jericoacoara**¹⁰⁵ figura como principal a indicação entre empresas, gerando intercâmbio de turistas. Ou seja, a indicação aparece anteriormente como ação e, nesse momento, como resultado de ações conjuntas entre empresas, sugerindo a retroação positiva do ciclo dessa ação cooperativa — eu indico e, por isso, outros passam a indicar também, potencializando uma densidade maior na rede de parceiros. Foi também identificado em Jericoacoara, como resultado das ações conjuntas, o aumento da amizade, do respeito e das parcerias, trocas ou da união na cidade, revelando aumento das relações de confiança e reciprocidade, fundamental à governança. Revela-se ainda melhoria do serviço prestado ao turista; da limpeza da cidade; do aumento do fluxo de turistas e maior divulgação de outros destinos complementares.

Entre os respondentes de **Parnaíba** que apontam *outros* resultados advindos da cooperação que não aqueles previstos, são citados o aumento do fluxo de turistas na cidade, uma das maiores preocupações das MPE observadas no local; maior intercâmbio de clientes em função de mais indicações entre as empresas, características marcantes nas observações do local. Também foram apontados como resultados: maior amizade da empresa com outras, maior divulgação da empresa e a isenção de impostos para a compra de equipamentos via Aetre.

Em **Barreirinhas**, outros resultados da cooperação afora os previstos aparecem para somente 8,9% dos entrevistados. Entre estes, figura em primeiro lugar, a melhoria da qualidade do serviço prestado ao turista; e posteriormente o aumento do respeito entre as

¹⁰⁵ Duas respostas dentre as 38 foram descartadas por falta de clareza de seu significado.

empresas; o desenvolvimento do turismo na cidade; maior quantidade de indicações entre as empresas.

Portanto, vê-se que os principais resultados espontaneamente citados pelos respondentes variam entre três ideias principais sobre a figura do turista e que parecem coerentes ante o momento de cada destino. Em Jericoacoara, um destino consolidado, registram-se mais trocas de turistas entre MPE, levando a crer que exista maior avanço na noção de cadeia produtiva. Em Barreirinhas, um destino em crescimento, registram-se incrementos na qualidade do serviço prestado. Em Parnaíba, um destino iniciante, o aumento do fluxo de turistas é registrado.

Em uma visão comparada e mais aprofundada¹⁰⁶, todos os resultados previstos para a cooperação contribuem para diferenciar as localidades, sendo o aumento do lucro o resultado que mais diferencia as três cidades, seguido pelos demais apresentados¹⁰⁷ no Quadro 15.

Resultados que mais diferenciam os destinos...

1º. Aumentou o lucro

2º. Melhorou a infraestrutura

3º. Mais trabalho para as pessoas da cidade

4º. Aumentou contato de empresas, Prefeitura, ONG

5º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA

Quadro 15 – Resultados discriminantes da cooperação nos destinos da Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

Barreirinhas diferencia-se de forma singular dos demais destinos, apresentando percentuais expressivos de resultados positivos da cooperação entre empresas de turismo. Desse fato resulta aumento do lucro empresarial, aumento das oportunidades de trabalho para as pessoas do local, melhoria da infraestrutura advinda da cooperação, e aumento ao respeito às leis ambientais, respectivamente. Tudo em função de uma frequência superior de ações conjuntas na localidade, da natureza dessas ações ou ambas as razões.

A título de ilustração, o aumento do lucro empresarial foi observado por 55% das MPE em Barreirinhas, enquanto esse valor é de 33% em Jericoacoara e 18,4% em Parnaíba (Gráfico 33). Esse é o resultado que mais contribui para diferenciar Barreirinhas das demais localidades.

¹⁰⁶ A Análise Discriminante contou com 194 respondentes.

¹⁰⁷ Para esse teste foi excluída a possibilidade de resposta “outros”, em função de um possível problema detectado a partir da alta incidência dessa resposta em Jericoacoara e Parnaíba, bem como da heterogeneidade de resultados contida sob sua égide.

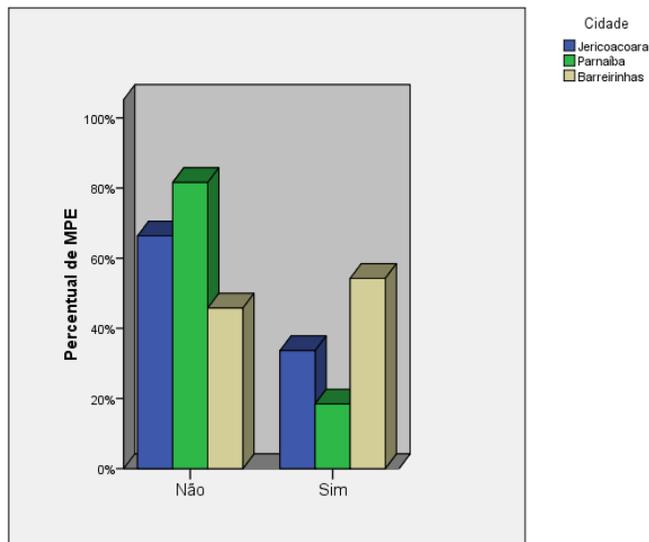


Gráfico 33 – Resultados da Cooperação: aumentou o lucro
Fonte: pesquisa da autora

Na questão ambiental, em Barreirinhas 42,9% dos respondentes apontam o crescimento do respeito às unidades de conservação como resultado da cooperação, ao lado de 31% em Jericoacoara. Somente 13,9% em Parnaíba (Gráfico 34) mostram aumento do respeito às leis ambientais. Essa localidade foi a que menos registrou qualquer ação de cuidado com o meio ambiente utilizado pelo turismo. Daqui emerge a constatação de que as ações de cuidado com o Parque/APA são demonstrações de respeito às leis ambientais e contribuem para ampliar esse resultado.

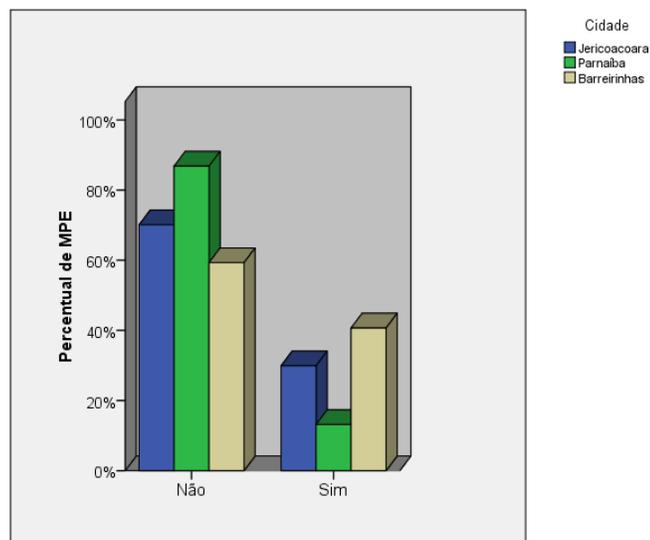


Gráfico 34 – Resultados da cooperação: mais respeito às leis ambientais no Parque/APA
Fonte: pesquisa da autora

Assim como a questão ambiental acima mencionada, o aumento do contato entre atores sociais serve para diferenciar Parnaíba. Afinal, Jericoacoara e Barreirinhas apresentam semelhança na percepção do aumento do contato entre atores sociais como efeito da cooperação empresarial (75%), quesito no qual Parnaíba revela menor ocorrência (50%). Tais constatações são indicativos de que onde se registram menos ações de cooperação revela-se menos aumento do contato entre atores sociais e menos aumento do respeito às leis ambientais, aparentemente conduzido por ações coletivas.

2.1.5. Cooperação entre MPE e resultados percebidos: correlações

A composição de um quadro sucinto sobre as relações sociais das MPE do turismo na Costa Norte, a partir das respostas que registraram maioria¹⁰⁸ dos respondentes, mostra que as ações conjuntas mais recorrentes entre as MPE da Costa Norte são a indicação de outras empresas e a participação em parcerias na Rota das Emoções. Já as razões mais mencionadas para cooperar, quaisquer que sejam as ações, dizem respeito aos turistas do ponto de vista quantitativo (para atrair um maior número) ou qualitativo (para melhorar a prestação de serviço). Por fim, o resultado advindo da cooperação mais recorrente, e único reportado por maioria dos respondentes, é o aumento do contato entre atores sociais do turismo (Tabela 17).

Tabela 17 – Principais aspectos da cooperação na Costa Norte

Razões para cooperar	Ações de cooperação entre MPE	Resultados alcançados
Melhorar serviços ao turista (80%)	Indicação de outras empresas locais (98,2%)	Aumentou contato entre atores sociais do turismo (71%)
Atrair mais turistas (57%)	Participação em parcerias na Rota das Emoções (53,4%)	

Fonte: pesquisa da autora

Essas ocorrências – apesar de mais frequentes no conjunto da região analisada – não necessariamente estabelecem correlações entre si ou fornecem subsídios para entender *quais ações contribuem para cada resultado*. Para tanto, é necessário calcular em que medida as ações, razões e resultados se correlacionam.¹⁰⁹ As significâncias das correlações

¹⁰⁸ Maioria: percentual superior a 50% dos respondentes.

¹⁰⁹ Com a finalidade de conhecer as relações entre ações conjuntas e resultados no conjunto da Costa Norte, empregou-se no cálculo a Matriz de Correlação a partir do teste τ_b de Kendall, específico para dados categóricos transformados em *dummies*, a fim de verificar quais variáveis apresentam correlação significativa. Na sequência, utilizou-se a Análise Discriminante a partir da estatística F para conhecer qual componente mais influencia na variável, considerando 203 casos válidos e nível de significância bilateral de 0,05 para ambos os testes.

entre ações e resultados oferecem o primeiro insumo para a reflexão e estão apresentadas na Matriz de Correlação (Apêndice I).

O engajamento em parcerias na Rota das Emoções, como segunda ação mais recorrente, não apresenta correlação com os resultados favoráveis à sustentabilidade previstos pela pesquisa. Possivelmente por se tratar de ações recentes, tal parceria pode não ter mostrado resultados suficientes para a interpretação dos respondentes. Existe também, eventualmente, a possibilidade de as ações desenvolvidas no âmbito do roteiro estarem sobrepostas com as demais previstas pela pesquisa. Afinal, as observações sugerem que a implementação da Rota tem contribuído para estimular a participação em ações conjuntas. Esse segundo argumento acerca da sobreposição de ações ganha força na medida em que as empresas que tendem a participar de parcerias na Rota das Emoções tendem a participar de outras ações como: cuidados com as UC; divulgação conjunta; apoio à comunidade; formação de pacotes; ações para educação e segurança do turista; obras de infraestrutura e, por fim, participação em conselhos municipais, como demonstrado pela significância das correlações entre essas ações (Tabela 18).

Tabela 18 – Correlações entre participação na Rota das Emoções e outras ações conjuntas

Rota das Emoções	
Compras	,609
Cuidar da UC	,000*
Divulgação	,000*
Treinamentos em conjunto	,118
Apoio à comunidade	,011*
Pacotes	,000*
Educação do turista	,000*
Segurança	,002*
Infraestrutura	,011*
Manutenção	,696
Indicação	,159
Conselho	,000*

* Correlação significante ao nível de 0,05 da significância bilateral do teste τ_b de Kendall.

Fonte: pesquisa da autora

A ação conjunta mais recorrente na Costa Norte, a indicação de outras empresas, tampouco está correlacionada com qualquer dos resultados previstos como favoráveis à sustentabilidade. As MPE que indicam outras não tendem a observar os resultados previstos, que tangenciam aspectos de conservação ambiental, inclusão social e eficiência econômica nos destinos turísticos. Elas tendem, sim, a observar predominantemente mais aproximação entre as próprias empresas.

Isso leva a crer que tal forma de cooperação menos sistemática não atinge quaisquer dos resultados investigados. Seriam, portanto, formas mais estruturadas de cooperação e por isso mais favoráveis a criar condições para a sustentabilidade do desenvolvimento dos

destinos? Essa questão poderá ser acessada por meio da análise dos resultados a fim de saber *quais ações melhor contribuem para cada resultado*.¹¹⁰

Dentro dessa perspectiva a participação em conselhos municipais aparece como a ação que mais expressiva e frequentemente contribui para os resultados favoráveis à sustentabilidade, como ilustra o painel (Figura 17), a partir das dimensões da sustentabilidade às quais os resultados investigados se referem.

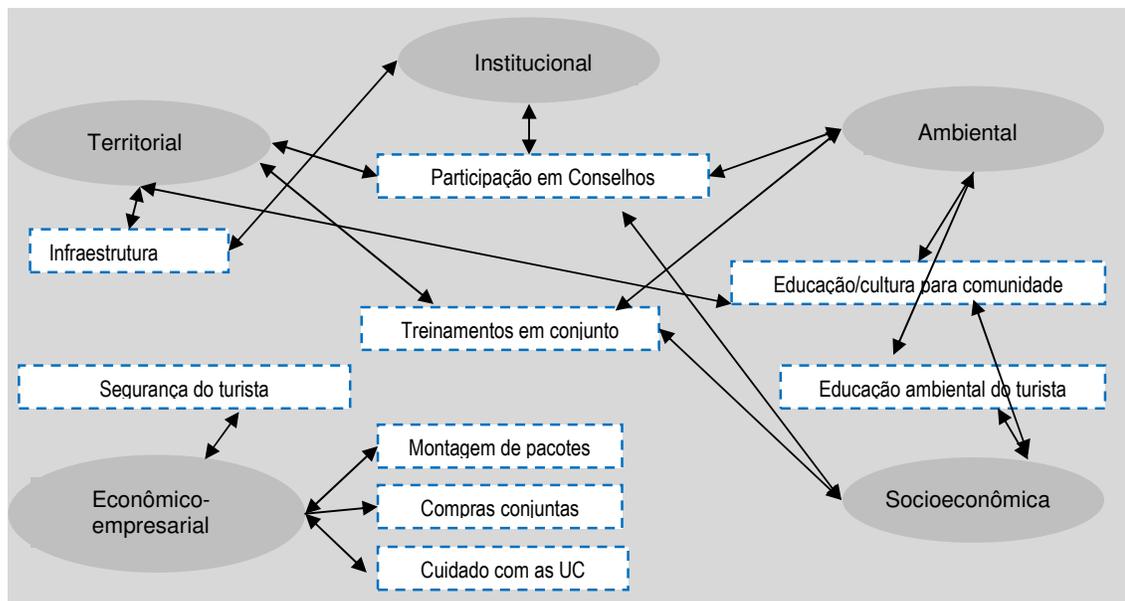


Figura 17 – Correlações entre ações e dimensões da sustentabilidade dos resultados
Fonte: pesquisa da autora

A participação em conselhos, antes de tudo, contribui para resultados favoráveis à sustentabilidade do destino com questões de conservação ambiental dos atrativos (Quadro 16).

Resultados da participação em conselhos
1º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA
2º. Mais trabalho para as pessoas da cidade
3º. Melhorou infraestrutura
4º. Aumentou contato de empresas, Prefeitura, ONG

Quadro 16 – Principais resultados da participação em conselhos municipais
Fonte: pesquisa da autora

Em seguida, tal envolvimento contribui com a inclusão da comunidade por meio de oportunidades de trabalho e melhorias de infraestruturas locais, que têm potencial de rebatimento na competitividade do próprio setor turístico. Por fim, apresenta contribuição

¹¹⁰ Leva-se em consideração o valor de F e sua significância. Foram computadas todas as respostas com significância até o nível de 0,05. Aquelas que não mostraram significância foram ignoradas.

para a ampliação do diálogo entre atores sociais importantes no estabelecimento de normas sociais para a governança do destino.

Portanto, aparentemente, a participação em conselhos amplia condições favoráveis à sustentabilidade do destino.¹¹¹ Não contempla devidamente, porém, resultados que tangem à eficiência econômica das MPE, *não* contribuindo para resultados financeiros delas, imprescindíveis para a existência dos negócios.

Do ponto de vista detalhado dos resultados favoráveis à sustentabilidade, apresentam-se no Quadro 17 as ações que mais contribuem¹¹² para cada um deles:

Dimensão da sustentabilidade	Resultados	Principais ações conjuntas das MPE
Institucional	Aumento do contato entre atores sociais do turismo	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Educação ambiental do turista
Econômico-empresarial	Aumento do lucro empresarial	1º. Iniciativas para segurança do turista 2º. Montagem de pacotes turísticos 3º. Compras conjuntas 4º. Cuidado com as unidades de conservação
Socioeconômica	Mais trabalho para pessoas do local	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Treinamentos em conjunto 3º. Educação ambiental do turista 4º. Ações de educação/cultura da comunidade
Ambiental	Maior respeito às leis ambientais no Parque/APA	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Educação ambiental do turista 3º. Ações de educação/cultura da comunidade 4º. Treinamentos em conjunto
Territorial	Melhorias de infraestrutura para o local	1º. Participação em conselhos municipais 2º. Treinamentos em conjunto 3º. Ações de educação/cultura da comunidade 4º. Obras de infraestrutura em parceria

Quadro 17 – Principais ações conjuntas e resultados favoráveis à sustentabilidade na Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

A partir da perspectiva dos resultados, o *aumento do contato com atores sociais* locais, resultado mais frequentemente observado a partir da cooperação das MPE na Costa Norte, está primordialmente ligado com a participação em conselhos municipais. Em outras palavras, a característica que mais diferencia as MPE que aumentaram contato com outros atores daquelas que não aumentaram é a participação em conselhos municipais. Isso

¹¹¹ Vale lembrar que esses resultados podem ser particularmente vinculados a Barreirinhas, tendo em vista o destaque perante as demais como o local onde ocorre maior participação em conselhos municipais por parte das MPE do turismo.

¹¹² A partir da significância bilateral do teste F. Tabela com os valores apresentada no Apêndice I.

poderia ser esperado dos encontros do conselho, em que representantes de diferentes instâncias têm encontros periódicos e se dispõem a dialogar.

Aqueles que observaram o aumento do trabalho para pessoas do local mostram que suas MPE estiveram envolvidas em conselhos municipais e em organização conjunta de treinamentos. Parece natural a ligação do treinamento com o aumento das oportunidades de trabalho para os locais, ao passo em que aumenta a empregabilidade destes, o que pode constituir uma atividade promovida pelo conselho. Essas mesmas MPE realizaram ações de educação ambiental para o turista – possivelmente com emprego de mão-de-obra local para tais ações – e de apoio educacional e cultural à comunidade.

Os respondentes que observam *maior respeito às leis ambientais* no Parque/APA como resultado da cooperação são, principalmente, aqueles ligados a MPE que participam de conselhos municipais e de ações conjuntas para educação do turista. As ações de apoio à comunidade e treinamentos de pessoal também resultam em aumento do respeito pela UC. Isso deixa entrever que o respeito às unidades de conservação com uso intensivo pelo turismo pode ser ampliado não apenas pela educação do turista, mas também por ações de apoio comunitário e treinamento de mão-de-obra, fazendo a triangulação entre tais atores em áreas naturais frágeis e circundadas por pobreza.

As ações conjuntas mais diferenciadoras das MPE que percebem *melhorias de infraestrutura* para o local são a participação em conselhos e em treinamentos em conjunto. Como ilustração, no caso de Barreirinhas, essas duas ações se mostram ligadas porque empresas que participam do conselho têm aderido ao Programa Aventura Segura, e uma das ações está diretamente vinculada ao incremento da estrutura de transporte com caminhonetes, carros e barcos. Os benefícios, porém, não foram tidos como significativos para a população.

Por fim, o *aumento do lucro* foi traduzido como resultado das ações conjuntas voltadas para melhorar a segurança do turista; realizar compras conjuntas; montar pacotes e cuidar da UC. Em um primeiro momento investir em segurança e preservação tende a representar custos elevados para as empresas. Fica patente, todavia, que tais investimentos, além daqueles mais evidentes, como compra e venda em parceria, parecem contribuir para o aumento do lucro das empresas entrevistadas, diferenciando-as daquelas que não observam tal incremento. As demais ações não mostraram correlação com o aumento do lucro empresarial.

Essa reflexão leva a concluir que as ações podem ser agrupadas em *dois conjuntos* principais, a partir dos resultados que geram. Esses grupos são entendidos como complementares para o desafio da sustentabilidade em destinos turísticos, tendo as MPE como foco:

- Ganhos externos: aquelas ações que geram externalidades positivas, como maior respeito com as áreas naturais que servem como atrativos turísticos; melhoria das condições de vida da população pelo trabalho e pela infraestrutura pública; incremento das possibilidades de estabelecer uma governança negociada. São destacadas como as três principais ações: participar em conselhos, realizar treinamentos conjuntos e colaborar na educação ambiental do turista.
- Ganhos internos: aquelas que zelam pelo resultado econômico-empresarial resultando em aumento do lucro da MPE, sendo destacadas como as principais ações conjuntas, respectivamente: melhoria da segurança do turista; montagem de pacotes; realização de compras conjuntas e cuidados com a UC.

Cabe enfatizar que as ações que promovem ganhos internos podem ser ações promovidas externamente, a exemplo do cuidado partilhado com a UC, que permite reverter em lucros empresariais e, possivelmente, em ganhos para a conservação ambiental.

Ademais, aparecem pontos sinérgicos entre a educação do turista, o treinamento da mão-de-obra compartilhado e as ações para segurança do turista, apresentando uma possível linha tripla de ação que potencializa resultados favoráveis para a sustentabilidade em seu caráter sistêmico. Afinal, as duas primeiras ações tendem a promover ganhos socioambientais para o destino, enquanto a última tende a reverter em lucro para os empresários que a implementam. No entanto, como condição importante para a implementação dessas ações está a experiência apurada na Costa Norte e o estabelecimento de um conselho municipal de turismo ativo, gestado no âmbito das MPE e com forte presença delas, como tem se mostrado o de Barreirinhas.

Com o intuito de compreender as *razões* que motivam ações conjuntas das MPE do turismo na Costa Norte, são analisadas as duas ações que mais contribuem para cada resultado, ante a necessidade de conhecer *quais razões subsidiam tais ações*. Essa análise foi realizada por meio do entendimento das motivações que melhor distinguem aqueles que participam de determinada ação conjunta.

Diversas razões, e bastante coincidentes entre si, diferenciam¹¹³ as MPE que participam de conselhos e de ações conjuntas de educação do turista das demais, como mostra o Quadro 18.

¹¹³ Empregada a técnica de Análise Discriminante com 190 indivíduos válidos.

Razões que diferenciam as MPE que participam de Conselhos municipais
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade
4º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente
5º. Decidiu participar para atrair mais turistas

Razões que diferenciam as MPE que participam de Educação ambiental do turista
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade
4º. Decidiu participar para atrair mais turistas
5º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente

Quadro 18 – Razões para participação em conselhos municipais e em ações de educação ambiental do turista

Fonte: pesquisa da autora

No universo pesquisado, a razão que mais contribui para diferenciar as MPE que participam em conselhos e as que se engajam na educação ambiental do turista, de modo coincidente, é a preservação dos atrativos turísticos. Ainda permanece nebuloso se essa motivação tem fundo valorativo ou instrumental, na medida em que as empresas necessitam da natureza conservada para seguirem com suas atividades em longo prazo, mas a que o indivíduo pode engajar-se por razões individuais. Um indício que leva a imputar um uso mais instrumental dos recursos naturais e, por isso interesse na preservação, é a baixa participação de questões consideradas de realização pessoal na decisão de cooperar com outros parceiros.

Dos respondentes que participam de conselhos, a maioria (65,5%) cita a *preservação* dos atrativos entre as razões para participar de ações cooperativas com outras empresas. De forma expressiva, uma parcela alega como razão a ajuda à comunidade (43,8%). Por outro lado, um percentual minoritário dos respondentes que participam de conselhos decidiu para diminuir custos da empresa (28,1%) ou para se realizar pessoalmente (17,2%). A motivação menos relevante para diferenciar as MPE que participam de conselhos das que não o fazem é a atração de mais turistas.

De modo bastante análogo, os respondentes que participam de ações para educação do turista em conjunto com outras empresas, em sua maioria (54,9%) menciona a preservação dos atrativos entre as razões para cooperar. Também uma parcela minoritária se dedica à educação ambiental de turistas em nome de diminuir custos da empresa (22,5%); para ajudar a comunidade (38%) ou para se realizar pessoalmente (12,7%).

As MPE que se engajaram na realização de treinamentos conjuntos diferenciam-se das demais por uma razão para cooperar — redução de custos para a empresa. Dos

respondentes, 30% que participam dessa ação alegam que têm essa motivação para cooperar com outras empresas.

Já as duas ações que mais contribuem para diferenciar aquelas MPE que apresentam aumento dos lucros – ações para a segurança do turista e formação de pacotes com outras empresas – não mostram significância para qualquer das razões aventadas. Ou seja, nem mesmo a redução do custo ou atração de mais turistas, que poderiam ser intuitivamente esperadas como razões para se agir nessa linha, ajudam a diferenciar as empresas que participam das ações daquelas que não participam, tornando esse tópico propício para aprofundamentos futuros.

2.2. Conflito

Com a finalidade de conhecer os conflitos em que as MPE do turismo da Costa Norte se envolvem, além daqueles identificados no ambiente global do destino, foram investigados com quem acontecem os principais conflitos; por quais razões ocorrem e quais seus desdobramentos a partir da MPE *como ator envolvido*.

2.2.1. Principais conflitos das MPE

Os principais conflitos das MPE foram investigados a partir de uma lista de opções de atores sociais, que solicitam aos respondentes apontar com quem ocorrem os principais conflitos *daquela* MPE e não mais no destino de forma genérica.

Considerando a resistência em abordar o assunto, demonstrada ao longo da pesquisa exploratória, foi propositalmente forçada a suposição de que a MPE estaria ou esteve envolvida em algum conflito.¹¹⁴ Por essa razão, evitou-se pedir nomes específicos, oferecendo ao respondente um conjunto de dez opções de atores sociais, mais ou menos relacionados com o turismo, na localidade e na região, a saber:

1. empresas de turismo da cidade
2. empresas de outros setores
3. empresas de outras cidades
4. cooperativas/associações
5. autônomos
6. governo municipal
7. órgão ambiental
8. comunidade/moradores
9. ONG ambiental

¹¹⁴ O respondente que afirmou não ter qualquer conflito com nenhum ator social teve sua resposta acatada, embora a negação de qualquer conflito tenha sido aceita apenas quando voluntariamente mencionada pelo respondente, não sendo oferecida pelo entrevistador.

10. outros

Dos respondentes válidos nessa questão, 27,7% compõem a parcela que afirma participar de algum conflito. Essa é uma quantidade significativa, embora seja de se supor que a incidência de conflitos seja maior do que revelado nas entrevistas.

Todas as localidades apresentam semelhantes padrões de distribuição de respostas afirmativas e negativas do conflito. Portanto, revela-se que não há qualquer associação da localidade com a participação em conflitos por parte das MPE, o que surpreende, pelo fato de terem sido apontadas em Jericoacoara mais características conflituosas do que nos demais locais, quando da caracterização das relações do destino.

O que pode estar aqui configurado é um pensamento apreendido ao longo das entrevistas: a resistência de tratar do conflito quando trazido para a primeira pessoa. Ou seja, a negação de si como um ator conflitivo, tendo em vista que essa relação carrega um indicativo de desajuste social. Em outras palavras, traz em seu bojo a ideia de a pessoa não ter conflito com ninguém, apesar de conflitos existirem no destino, e sobretudo, conflitos que envolvem as empresas de turismo.

Os conflitos mais recorrentes são com governos municipais (39%) e dentro do setor privado; com autônomos do turismo (34%) e outras empresas de turismo da cidade (32,2%) (Gráfico 35).

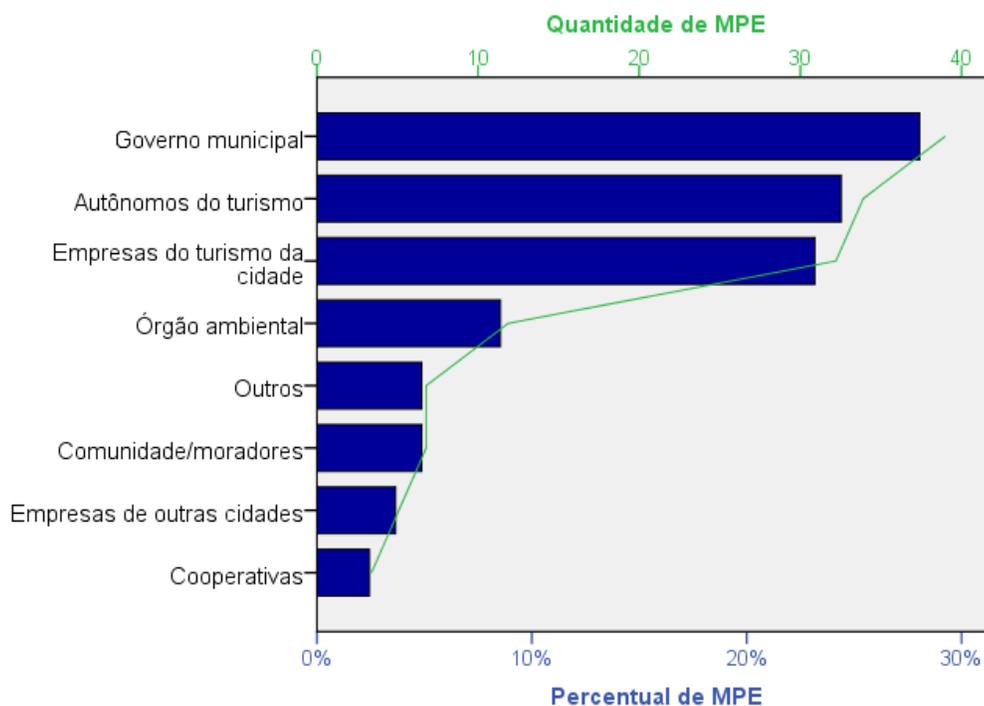


Gráfico 35 – Principais conflitos das MPE do turismo na Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

A despeito das fragilidades ambientais e sociais da região, conflitos com órgãos ambientais (12%) e comunidades/moradores da localidade (6,8%) não se destacam como conflitos centrais das empresas na Costa Norte. Ambos eram estimados com valores superiores, havendo a expectativa do conflito com órgãos ambientais ocupar posição central na perspectiva das MPE que operam suas atividades em unidades de conservação ambiental e seus entornos.

Ainda com menor relevância no contexto da Costa Norte estão os conflitos com empresas de outras cidades (5%) e, com a mais baixa incidência, cooperativas locais (3,4%). Não se registra qualquer conflito com empresas de outros setores na mesma localidade ou com ONG ambientalista, conflitos socioambientais corriqueiros em áreas ambientalmente frágeis ou incidentes de mais de uma atividade.

A incidência de nomeações dos atores pode ser representada alternativamente como mostra a figura seguinte, que resume a rede de conflitos das MPE¹¹⁵ com as demais categorias de atores sociais. A rede da Figura 18 é uma forma de resumir os conflitos mencionados. As setas representam o número de citações¹¹⁶ dos conflitos dos respondentes, facilitando visualizar a recorrência de citação do conflito por parte dos entrevistados.

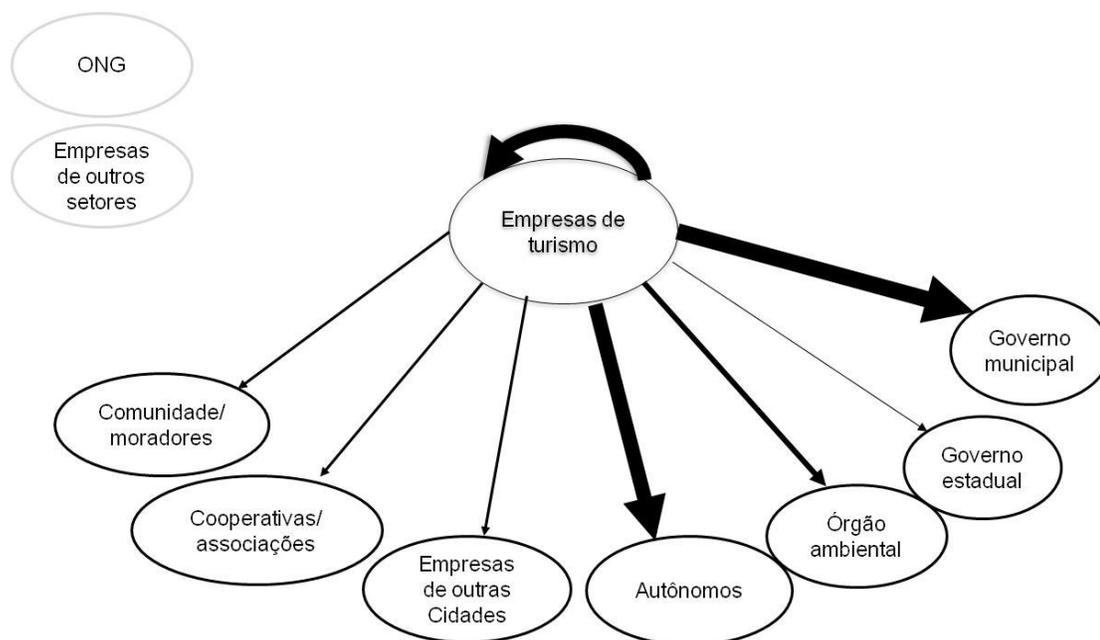


Figura 18 – Rede de conflitos das MPE da Costa Norte
 Fonte: pesquisa da autora

¹¹⁵ Os conflitos das cooperativas e associações foram retirados da representação para manter maior clareza à figura e manter o foco sobre as MPE.

¹¹⁶ Escala 1 para 1.

Comparando as redes de conflitos formadas nos três destinos vê-se que elas se assemelham quanto aos três principais conflitos: com os governos locais; com outras empresas de turismo locais; com autônomos que trabalham com turismo. Por isso, as localidades não apresentam diferenças estatisticamente significativas nesse aspecto.¹¹⁷ Todavia, conhecer as especificidades locais dos conflitos e aprofundar-se nelas revela aspectos interessantes para discussão.

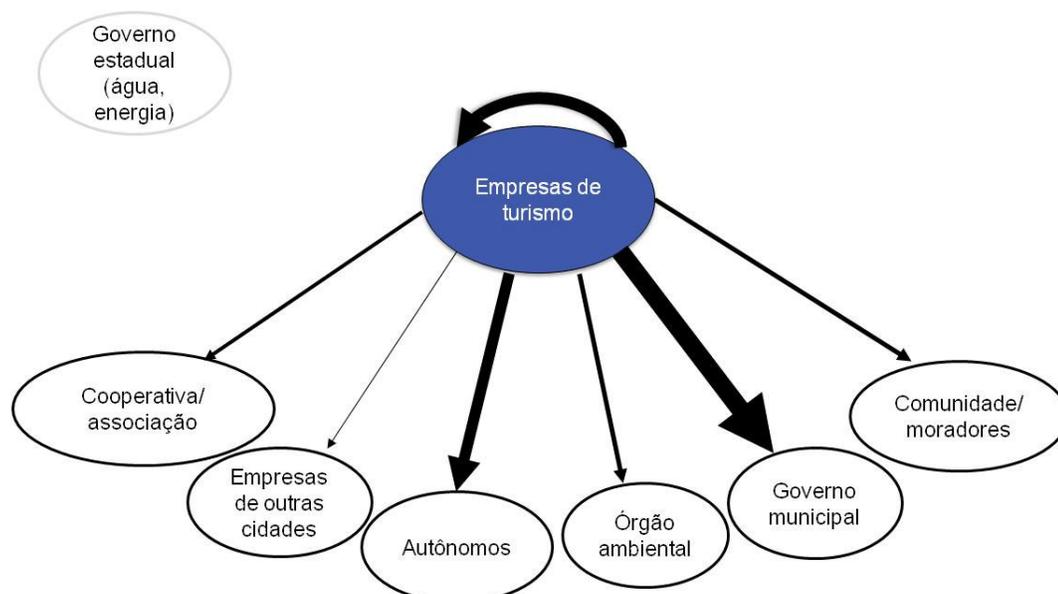


Figura 19 – Rede de conflitos das MPE de Jericoacoara

Fonte: pesquisa da autora

Jericoacoara concentra a maior parte dos conflitos das MPE com o governo municipal, na faixa de 42% dos respondentes que confirmam ter conflitos (Figura 19). Em seguida, e com um percentual expressivamente menor, aparecem os conflitos das empresas com autônomos do turismo (29%) e entre as empresas de turismo da cidade (25,8%). Os conflitos das MPE com moradores, órgãos ambientais – citados o Ibama (ICMBio) e a SEMACE (Secretaria de Meio Ambiente do Ceará) – e outros atores contam com percentuais semelhantes e abaixo de 10%.

Os conflitos das MPE com cooperativas locais e empresas de outras cidades são ainda mais marginais em Jericoacoara, cada um com indicação de 3,2% dos respondentes. Chama atenção o fato de o principal conflito da Associação de Bugueiros de Jericoacoara ser estabelecido internamente (entre seus membros) e não com o órgão ambiental ou com as empresas, como seria de se esperar. Isso ajuda a compreender a ocorrência da quebra do grupo, que resultou na criação da Cooperativa de Bugueiros.

¹¹⁷ O teste de associação não ofereceu significância para as cidades. A técnica de Análise Discriminante a partir dos 59 respondentes válidos não mostrou nenhum conflito diferenciador das localidades entre si, confirmando que as realidades são bastante similares nos três conflitos que as definem.

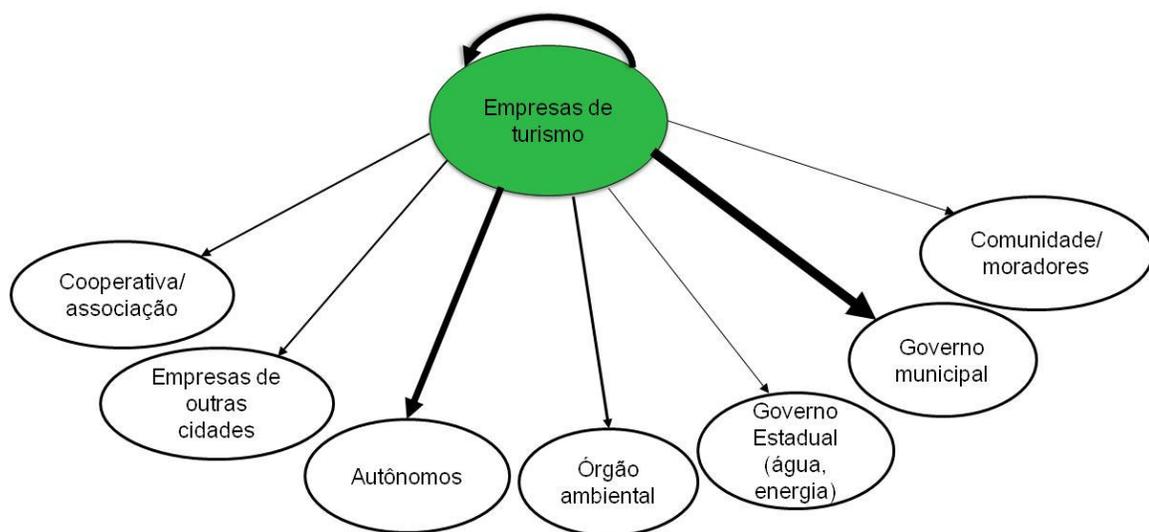


Figura 20 – Rede de conflitos das MPE de Parnaíba

Fonte: pesquisa da autora

Parnaíba revela 45% das MPE do turismo em conflito com o governo local e 36,4% com outras empresas de turismo e, no mesmo percentual, com autônomos do turismo. Das MPE, 18,2% apresentam conflitos com órgãos ambientais, seguidos por 9,1% em conflitos com moradores, cooperativas e empresas de outras cidades (Figura 20).

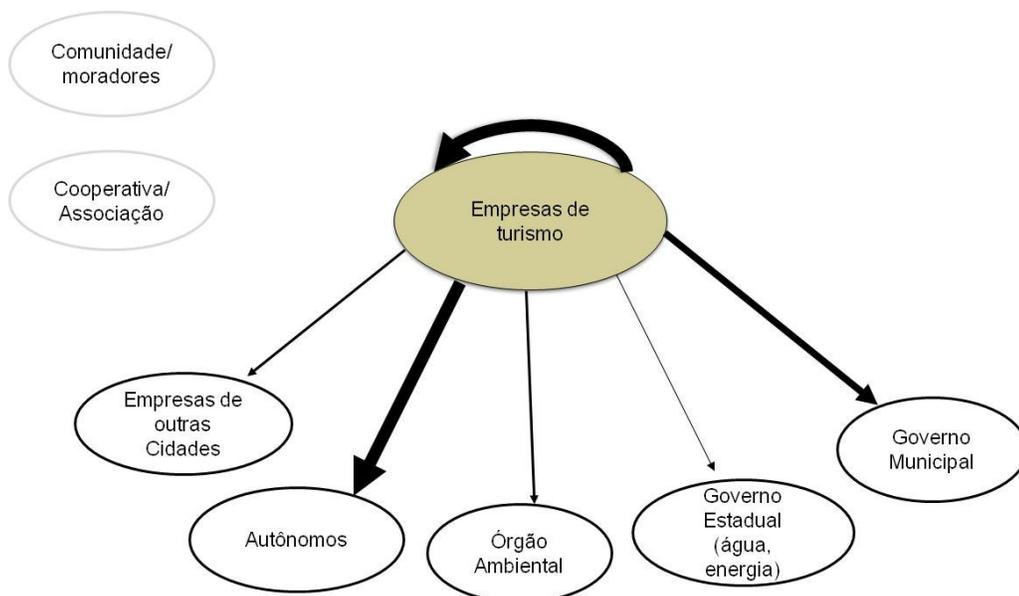


Figura 21 – Rede de conflitos das MPE de Barreirinhas

Fonte: pesquisa da autora

Barreirinhas tem predomínio de conflitos das MPE com outras empresas de turismo da cidade (41,2%) e, no mesmo percentual, com autônomos do turismo locais, mostrando distinção das outras localidades (Figura 21). Do total das MPE, 29% apresentaram

desentendimentos com o governo municipal e 11,9% com órgão ambiental. Aproximadamente 6% dos respondentes revelam conflitos com empresas de turismo de outra localidade e a mesma quantidade com o governo estadual.

Segundo uma visão comparada, a maior incidência de problemas em Parnaíba e Jericoacoara se dá com os governos em nível municipal, o que influencia fortemente as condições de infraestrutura para a oferta do turismo. Apenas após esse conflito central, surgem obstáculos impostos pelo mercado local na figura de empresas e de autônomos.

Já em Barreirinhas, os conflitos prevaletentes para as MPE se dão dentro do setor privado, com empresas de turismo da cidade e com autônomos que trabalham no setor. A principal distinção da polarização se dá no conflito de empresas com autônomos, que se revela mais forte que nos demais destinos. E é nessa localidade onde se registram ações de cooperação mais frequentes e mais resultados favoráveis à sustentabilidade advindos da cooperação entre as MPE, o que leva a crer que a polarização dos conflitos dentro do setor privado promove condições diferenciadas para a cooperação entre as MPE.

Com mais nitidez em Barreirinhas e pouco menos nas outras localidades, é possível entrever uma realidade assemelhada àquela revelada por Page *et al.* (1999), em que os principais obstáculos identificados pelas MPE do turismo no Reino Unido estavam ligados à competição no mercado local, e não com outros atores externos. Na investigação desses autores as pequenas empresas de turismo tinham como maior obstáculo para seu desenvolvimento – a partir da ótica dos empresários – a competição local, em detrimento de quaisquer outros fatores, inclusive da competição com empresas grandes.

Na Costa Norte, assim como nas pesquisas de Page *et al.* (1999), empresas externas ao microcosmos do destino não apareceram entre os principais problemas ou conflitos das MPE do turismo. Era esperada uma relevância mais acentuada de conflitos com empresas de turismo de alcance regional, tendo em vista que a roteirização pode não somente ampliar o campo de cooperação, mas também de conflitos, com o aumento do alcance da atuação das empresas anteriormente circunscritas a seu destino-base. Afinal, tais empresas existem e podem “roubar” parte do mercado. No entanto, até o momento, a roteirização tem parecido fomentar a cooperação de modo mais expressivo do que o conflito entre as MPE da Costa Norte.

Conflitos com os órgãos ambientais e a comunidade não figuram como conflitos centrais para as MPE em qualquer das localidades, contrariando expectativas em áreas pobres, de entorno de unidades de conservação e que delas dependem para a oferta do turismo.

Ademais, não existe uma colagem perfeita entre os conflitos reconhecidos no ambiente dos destinos e aqueles declarados como principais para as MPE entrevistadas. Como se pode verificar, em Jericoacoara o conflito entre os empresários nativos e não-

nativos, e com a comunidade, apareceram de modo marcado na contextualização do ambiente do destino. Contudo, ambos não aparecem entre os conflitos estabelecidos pelas MPE. O conflito com a comunidade também foi reconhecido no ambiente de Barreirinhas, mas nenhuma MPE declarou tais desentendimentos como um conflito próprio. Afinal, revela-se que, em geral, o conflito no âmbito da MPE de Barreirinhas não é com a comunidade, mas com alguns de seus setores: autônomos, guias informais, “meninos de rua”.

2.2.2. Razões para a ocorrência dos conflitos

Perguntou-se aos respondentes que reconhecem participar de conflitos quais razões os originaram. As respostas, exclusivamente abertas, foram compiladas e tratadas a partir da ideia central que retratam.

Em uma análise agregada da região, revela-se semelhança de natureza do conflito que as MPE identificam nas três localidades, basicamente ligada à inação do ente público local. As principais razões mencionadas são:

1. a falta de provimento de *infraestrutura* para o turismo, fortemente destacada nas três localidades e que reforça o expressivo conflito com tal ator;
2. a falta de *regulação* do mercado do turismo local, o que lança luz sobre o expressivo conflito entre entes privados (empresas e autônomos).

Detalhadamente, em **Jericoacoara** as razões para os conflitos são bastante diversas. Quanto ao governo municipal, a razão principal para o desentendimento é a “omissão” e o “esquecimento da vila” como parte do município, bem como a “falta de apoio ao turismo”, especialmente na lacuna de provimento de infraestrutura básica, principalmente saneamento, hospitais e limpeza urbana, corroborando também os principais problemas da localidade verificados na pesquisa exploratória inicial.

Em Jericoacoara, entre as razões citadas para o conflito com o órgão ambiental estão a proibição de aumentar o número de estabelecimentos e a fiscalização feita de modo discriminatório, que favorece os grandes empresários ou os autônomos, segundo a percepção delas. Uma das MPE afirmou que é o órgão ambiental que “entrava o desenvolvimento do turismo” na vila.

Ainda em Jericoacoara, entre as razões para conflitos das MPE com outras empresas de turismo da localidade, fica patente a contradição entre os empresários de pequeno porte e a maior empresa de turismo da localidade, um meio de hospedagem pertencente a um grupo internacional. Ela é acusada de “dominar e manipular” todas as decisões, sempre a seu favor, minando a participação de MPE, que tendem a ter seus interesses não atendidos. A mesma empresa, ainda, é acusada de invadir grande área pública da praia, gozando de

benefícios que as MPE não possuem. Percebe-se, portanto, uma polarização dos conflitos das MPE contra a maior empresa de turismo instalada na vila.

Também em Jericoacoara são apontadas como razões para conflitos o fato de algumas empresas locais fecharem pacotes com todos os produtos e serviços, prejudicando a circulação do turista por outros estabelecimentos, principalmente pelos de alimentação; além da falta de união entre as empresas locais; falta de desejo que outras empresas cresçam e da guerra de preços das diárias entre os meios de hospedagem, que chegam a baixar o preço para “roubar clientes, prejudicando o andamento” de outra empresa. Percebe-se que o conflito é generalizado, independentemente de tamanho das empresas e origem dos empresários.

Diversos outros conflitos são encontrados entre produtores do turismo em Jericoacoara. De MPE com os autônomos do turismo surgiram, principalmente, conflitos relacionados ao preço, no caso dos bugueiros, já que “eles baixam o preço e tiram o turista da empresa”. Segundo algumas agências, estabelece-se uma guerra de preços explícita e competição entre entes que trabalham juntos em algum momento, quando as empresas contratam os mesmos bugueiros para realizar passeios para seus clientes. Relatos de empresários de MPE mostram que é comum que bugueiros autônomos fiquem parados em frente das empresas oferecendo passeios idênticos aos oferecidos pelas empresas, porém a preços menores. Da parte dos bugueiros, há a insatisfação quando agências compram seus próprios meios de transporte e fazem os passeios de forma independente, com motoristas próprios contratados, excluindo-os da cadeia produtiva.

No que tange às cooperativas, a razão destacada pelos respondentes se dá pelo fato de os bugueiros, organizados na cooperativa ou na associação, tentarem impedir melhorias para o local, tal como a trilha proposta pelo Ibama. Não obstante, outras razões relatadas para conflitos com os bugueiros baseiam-se no assédio violento a novos entrantes no mercado local, sendo reportados casos de “ameaças e incêndios a carros de novas empresas” de não-nativos que tentaram se estabelecer na localidade e foram repreendidos. Logo, aqui se identifica um exemplo de ação coletiva colaborativa entre pequenos produtores locais que não resulta em ganhos coletivos, mas que reflete danos causados a partir da cooperação.¹¹⁸ Esse tipo de protecionismo gerado a partir da combinação de cooperação e conflito, em uma esfera comercial, pode resultar em vícios de mercado e concentração do poder (CASSON e GIUSTA, 2007).

Fica claro que a falta de regulação da atividade turística, sobretudo em Jericoacoara e Barreirinhas, permite o surgimento de procedimentos predatórios da concorrência, da

¹¹⁸ Especula-se que nesses locais o modo de organização interno de cooperativas de autônomos siga padrões diferenciados da organização de MPE, mas que não é parte do escopo desta pesquisa. Esse tema desponta como assunto de pesquisas futuras, que pode ter desdobramentos interessantes ao se compararem relações sociais entre MPE e cooperativas/associações de autônomos.

lucratividade e da qualidade do serviço apresentado. A proteção do mercado contra novos entrantes, um dos benefícios frequentemente associados à cooperação entre pequenas empresas, mostra uma distorção no que se refere a ganhos coletivos nesse exemplo, que possivelmente pode ser entendido a partir de regras de convivência e cultura locais, bem como pelo fato de o mercado não ser uma arena impessoal em tais contextos.

Relatam-se conflitos das MPE com aqueles que agem como “atravessadores”, baixando o preço e decidindo para onde levar o turista; bem como desentendimento quanto à abordagem que os guias fazem aos turistas na entrada da vila, seja assediando o turista na entrada da Praia do Preá ou no ponto de parada dos transportes públicos. Algumas MPE, ainda, atribuem aos autônomos a falta de respeito aos direitos dos demais, bem como a falta de qualidade dos serviços prestados.

Quanto aos nativos, uma das razões levantadas para os conflitos foi a falta de interesse deles de que as empresas da cidade se desenvolvam, do “preconceito” com que tratam os não-nativos e a postura, entendida como “indolente” por alguns empresários. As afirmações revelam um choque de cultura, um confronto entre o modo de pensar capitalista empresarial e o modo tradicional.

Passando à análise de **Parnaíba**, revelam-se conflitos das MPE do turismo com o governo municipal em função da falta de apoio ao turismo por meio de provimento de infraestrutura, tais como a falta de atenção ao Porto das Barcas, ao mercado público e aos arredores dos hotéis. Os conflitos com o órgão ambiental acontecem por causa dos “radicalismos” com que trata os empresários, conforme a ótica de alguns respondentes. Com os autônomos do turismo, alega-se que eles praticam passeios com preços mais baixos, não apresentam mão-de-obra qualificada e distorcem o mercado; além pressionar as MPE para darem alimentação e comissão para guias e motoristas – caso contrário, fazem ameaças de não mais colocar o turista em contato com a empresa.

Por fim, entre as empresas de turismo da cidade de Parnaíba, emerge a falta de confiança como um elemento importante para os conflitos na cidade, sob a argumentação de que os empresários “combinam uma coisa e fazem outra”, razão reconhecida para o fracasso de ações cooperativas entre elas.

Em **Barreirinhas**, os conflitos com o governo local argumenta-se, advêm da omissão por parte da Prefeitura quanto ao provimento de infraestrutura para o turismo e organização do setor. Uma das MPE afirma que isso se dá em virtude do pensamento exposto por alguns políticos locais e estaduais de que “turista não dá voto”.

Os conflitos das MPE de Barreirinhas com outras empresas de turismo da cidade ocorrem em razão da “guerra de preços”, em que uma determinada empresa da cidade – citada por vários empresários – cobra metade do preço praticado para os passeios; da “falta

de profissionalismo” das empresas e da “falta de regras” estabelecidas para que possam trabalhar.

Os conflitos das MPE com os autônomos de Barreirinhas, segundo os entrevistados, se dão principalmente porque “eles não têm estrutura” e não oferecem “garantias ao cliente”, o que lhes permite cobrar um preço mais baixo; porque eles ganham gorjetas e “roubam” os clientes das empresas; porque “eles perseguem os turistas nas ruas”, causando má impressão. Portanto, aqui fica claro que os “meninos de rua” algumas vezes são entendidos como parte da comunidade – como reportado na percepção do ambiente do destino – e, outras vezes, como problemas na cadeia produtiva do turismo local.

Existe não somente o conflito entre as MPE em Barreirinhas, principalmente agências, mas também delas com cooperativas e com os “meninos de rua”, que pode ser exposto da seguinte forma — por um lado, as MPE de receptivo e passeios tendem a comprar seus próprios transportes com intuito de centralizar o serviço prestado e aumentar a margem de lucro, contratando um motorista, o que leva a contratar menos os cooperados. Isso gera um desgaste entre esses dois elos. Em alta estação, no entanto, as agências tendem a recorrer às cooperativas de barcos e toyotas, tendo em vista que sua estrutura própria não alcança a demanda, complementando sua capacidade produtiva. Quanto aos guias independentes, as agências tendem a recorrer a eles na alta porque existe aumento da demanda para os passeios; e na baixa estação porque precisam concentrar maiores esforços para vender seus produtos, transformando-os em canais de promoção e distribuição nas ruas da cidade. Portanto, as MPE alegam expressivos conflitos com entes que tendem a compor sua oferta, mas que representam competição direta por venderem produtos similares a preços mais baixos.

Uma das razões aparentes para tamanha competição entre agências e autônomos que fazem transporte turístico e passeios nas localidades é a excessiva padronização dos passeios oferecidos. Talvez esse embate seja menos aparente entre meios de hospedagem e empreendimentos de alimentação porque sua oferta é naturalmente mais segmentada: um restaurante popular não disputa o mesmo espaço que um restaurante refinado; um hotel cinco estrelas não concorre pelo mesmo público que um albergue. Isso potencializa que a competição seja feita em nichos e não de modo tão disseminado.

Ou seja, se por um lado a própria falta de diferenciação dos passeios faz com que eles se concentrem sobre o mesmo público, cobrem os mesmos preços e ofertem serviços extremamente similares, por outro lado a competição acirrada parece desencorajar a inovação e diferenciação de produtos. Isso em razão da dificuldade de sobrevivência e dos riscos que devem enfrentados ao iniciar uma mudança. Outra vez inaugura-se um círculo vicioso: MPE ficam presas a uma oferta muito similar porque têm a venda assegurada; e o

mercado apenas compra aquilo tendo em vista não haver diferenciação aparente. Sem diferenciação de qualidade, resta a guerra de preços como mecanismo de sobrevivência.

2.2.3. Desdobramentos dos conflitos: tentativa de solução

Na investigação dos desdobramentos dos conflitos, aos entrevistados que apontaram ter se envolvido em conflitos foi indagado se houve inclinação para solucionar as questões. A tentativa de solução aqui não é vista como uma “cura”, na conotação do conflito como patológico ou disfuncional, mas sim como uma possibilidade de articulação de grupos e estabelecimento de regras mais claras, potencializando coesão interna aos conjuntos. A tentativa de solução de conflitos também se relaciona com as próprias articulações de cooperação.

Àqueles respondentes que apontaram ter havido tentativas, perguntaram-se detalhes, sendo reportadas 24 tentativas de solução em Jericoacoara, 9 em Parnaíba e 10 em Barreirinhas, num total de 43.

No grupo investigado, é predominante a percepção de ter havido esforços para solucionar os conflitos em que as MPE estavam envolvidas (76,3%). Do total, 23,7% mencionam não ter havido tentativas de solução.

Tomando uma perspectiva comparativa, não houve qualquer manifestação de associação estatística entre a tentativa de solucionar conflitos e a cidade, já que todas as três apresentaram distribuição semelhante e com forte predominância ao “sim” (70 a 80%), não permitindo diferenciá-las sob esse aspecto. Portanto, a análise comparada serve para evidenciar qualitativamente *quais* são as articulações ocorridas para solucionar conflitos em cada local.

Em **Jericoacoara**, houve tentativas de diálogo com a Prefeitura, com moradores e entre os próprios empresários. Foi relatada, ainda, mudança de postura de um empresário, que se adequou à lei ambiental para evitar conflitos com o órgão correspondente, e de outros que decidiram tentar resolver seus conflitos por meio de processos judiciais. Houve relatos da tentativa de buscar consenso entre empresários do turismo para que uma associação pudesse representá-los, sendo para isso realizados encontros periódicos e iniciação de grupo de *email* entre eles. Por fim, relatou-se a tentativa de associar apenas os empresários nativos para fortalecê-los, bem como a criação da Associação de 4x4.

Uma associação mencionada como ativa em Jericoacoara revela uma iniciativa de cooperação entre os empresários do turismo estimulada a partir do conflito com o governo local: a Associação Limpa Jeri, financiada por recursos dos empresários para fazer a limpeza diária da praia, que o poder público local não executa. A iniciativa tem seu âmbito de atuação restrita a essa questão e é conduzida pela maior empresa da localidade, com

quem diversos respondentes ligados a MPE revelam atritos. É um acordo pontual e sem pretensões de expansão, que não precisa ser revisto constantemente ou ter as condutas ajustadas, que surgiu como resposta à falta da ação estatal no campo da limpeza urbana.

Diversas opiniões, desde a pesquisa exploratória em Jericoacoara, demonstram uma falta de crença no potencial de agregação entre atores do turismo da localidade. Muitos dos entrevistados reportam iniciativas passadas de colaboração que foram frustradas, acusadas de “nunca deram certo em Jeri”, que trouxeram cansaço e descrença quanto ao potencial de articulação local. Contudo, verifica-se uma constante busca de associação para regular as atividades de entes privados, em grande parte sem regulação de poderes públicos.

As iniciativas de cooperação em Jericoacoara experimentaram diversos fracassos. Uma delas, de criar uma associação empresarial local, foi minada a partir do momento em que a maior empresa de hospedagem sugeriu tabelar preços, diminuindo a liberdade de cada membro e tornando menos competitivo o mercado local. Essa prática foi considerada nociva e de má-fé por proprietários locais de pequenos meios de hospedagem simples, que vislumbraram serem eliminados do mercado em pouco tempo. Outra iniciativa apenas iniciada por empresários dissidentes foi esvaziada pela falta de participação das empresas, que alegaram falta de tempo para reuniões.

No entanto, as associações atualmente consideradas ativas estão relacionadas com a roteirização, a exemplo da Aetre e da Adetur-Jeri. A primeira é vinculada aos demais pontos do roteiro e tem presidência rotativa instalada em Camocim. Sua importância pode estar ligada com a clareza que traz da necessidade de fortalecer grupos internos ao destino para encontrar-se com outros grupos, como empresas de outras cidades. A segunda é um desdobramento local e tem o apoio do Sebrae, sendo liderada por uma presidência envolvida com questões locais, intersetoriais e com visões de Jericoacoara como um destino referência em assuntos de sustentabilidade.

Em **Parnaíba**, soluções para os conflitos foram buscadas por meio de reuniões e diálogos entre poder público local e empresários; bem como de empresários isolados com autônomos. Houve a proposta de uma lista de preços única para evitar os atravessadores e a guerra de preços, mas que não se concretizou.

A despeito de não ter sido citada como uma tentativa de solucionar conflitos entre empresários nesta fase da pesquisa, foi identificada uma articulação entre agências de receptivo da cidade de Parnaíba para controlar os barcos que saem para passeios diários, assegurando um rodízio de empresas em cada dia da semana.¹¹⁹ Essa atividade conjunta é remanescente da associação das agências de receptivo da cidade, que se extinguiu por atritos internos. Essa prática, porém, continua em operação por meio de uma lista

¹¹⁹ Essa iniciativa, chamada por alguns de Associação dos Barcos Grandes, foi mencionada na rede de parceiros das MPE por um entrevistado.

consolidada, garantindo redução de perdas para as empresas, já que não há demanda para que todas lancem mão de seus barcos diariamente, o que poderia resultar em uma competição danosa para todas as MPE. Um dos entrevistados que participa dessa iniciativa não imputa a ela qualquer traço de confiança nos parceiros, mas sim como um modo de zelar pela sobrevivência. Esse exemplo mostra como os limites entre cooperação e conflito são tênues, revelando tais relações como faces de uma mesma moeda e em constante ajuste. Afinal, uma ação de cooperação pode surgir para atenuar conflitos, e o conflito pode recriar a maneira como as ações em parceria se organizam, criando novas regras de coexistência.

Em **Barreirinhas**, houve convocação de reuniões e diálogos entre empresários e deles com governo local como principal tentativa de solucionar os conflitos. Houve ainda a organização de uma Associação de Empresários de Barreirinhas, que elaborou um documento com o diagnóstico dos problemas do turismo na cidade, com o propósito de direcionar esforços do poder público, que foi encaminhado para instâncias local, estadual e federal vinculadas ao turismo. Esse mesmo grupo pressionou a formação de um conselho municipal de turismo, em que têm assento.

No âmbito do conselho, foram feitas propostas de criação de uma associação de guias para que os “meninos de rua” pudessem ser capacitados e empregados pelas empresas, levando o turista a contratar diretamente as agências, que contariam com os serviços de tais guias capacitados. Aliado a isso surgiu, por parte de alguns empresários, a proposta de colocar um guia obrigatório em cada passeio de barco. Entretanto, a ideia ainda é contraditória entre eles porque diminui a rentabilidade de um passeio ao alocar um guia e ceder uma vaga a ele em embarcações com capacidade para até 11 passageiros.

Apesar ainda de não citado por nenhum dos entrevistados como uma busca de soluções para os conflitos do turismo da cidade nesta fase da pesquisa, chama a atenção a articulação do *voucher* único de acesso ao parque, a exemplo da governança instituída em Bonito (MS).¹²⁰ No caso de Bonito, o controle da visitação dos atrativos turísticos (na sua maioria particulares) é realizada exclusivamente por meio da venda de um ingresso aos atrativos (*voucher* único). Esse ingresso garante o respeito à capacidade de carga determinada, assegura a visitação acompanhada de guias credenciados, bem como reverte recursos para a administração pública local (CDS/UNB, 2008).

Tal proposta tem sido vista como a solução do problema por parte de diversos respondentes e conta com apoio da Prefeitura, uma ação conduzida pelo empresariado local, diretamente ligada com a participação da associação criada pelos empresários das MPE e do conselho municipal de turismo. Afinal, é o conselho a instância que delibera e

120 (VIEIRA, 2003; LUNAS, 2006).

articula sobre o *voucher*. Aparentemente, a criação de um bilhete único de acesso aos atrativos do parque nacional agiria sobre o maior conflito local e atenderia aos objetivos de três distintos atores:

1. ICMBio — garantiria recursos humanos cedidos pela Prefeitura a serem diretamente alocados na vigilância do parque e potencializaria menos danos ambientais, na medida em que a entrada fosse controlada por meio de ingressos;
2. Governo Municipal — resultaria em mais recolhimento de ISS para o governo local;
3. MPE do turismo — permitiria controle de entradas no parque e asseguraria exclusividade no mercado para as empresas, bem como a uniformização de preços, possivelmente exterminando o que apontam como disputa desleal por turistas, com a exclusão dos “meninos de rua” na oferta do turismo local.

A instituição do *voucher* único traz consigo dois possíveis desdobramentos: ou de potencializar soluções inovadoras para o destino sob a influência da governança conduzida pelo setor privado, protegendo recursos naturais, incrementando a experiência turística e ampliando o diálogo com outros atores sociais; ou de promover crescente exclusão dos grupos com que se têm atritos na medida em que fortalece tal instância de gestão.

De modo sucinto, em **Jericoacoara** aparecem tentativas de diálogo com o poder municipal instituído, todas consideradas infrutíferas pelos respondentes. Constantes tentativas surgem na localidade e fracassam. Recentemente, surgiu uma associação com perspectivas de abranger todo o segmento do turismo na vila em uma visão comum (Adetur-Jeri), que já é considerada a mais ativa pelos respondentes.

Parnaíba mostra uma articulação pouco mais avançada para fazer frente aos conflitos entre empresários do turismo, na medida em que a principal associação ruiu e as empresas de passeios permanecem organizando uma lista única de saída de barcos, a fim de minimizar riscos e maximizar lucros individualmente.

Entretanto, é em **Barreirinhas** que se encontra a articulação cooperativa mais complexa da região, em resposta aos conflitos mais centrais no turismo da localidade com a organização de MPE do turismo, com a intenção de instituir o *voucher* único de entrada nos atrativos.

2.2.4. Resultados dos conflitos

Aqueles que perceberam resultados escolheram entre opções que articulavam condições favoráveis e desfavoráveis para a sustentabilidade do destino, resultando em uma questão de múltipla escolha com as opções:

1. mais desentendimentos entre os participantes do conflito

2. formação/fortalecimento de grupos ou associações
3. quebra de associações
4. melhorias para a cidade
5. perda de negócios para as empresas
6. perda de chances de melhorar a cidade
7. outros resultados

Os dados mostram que um percentual de 43% das empresas envolvidas em algum conflito não percebe qualquer resultado, opinião expressa pelas frases “nada mudou” ou “tudo continua igual”. Tal opinião tem incidência semelhante nas três localidades.

Dentre os 57% que percebem ter havido resultados a partir dos conflitos, a maioria menciona aqueles considerados desfavoráveis à sustentabilidade, enquanto uma parcela reduzida percebe resultados favoráveis para os grupos e para as localidades a partir dos conflitos (Gráfico 36).

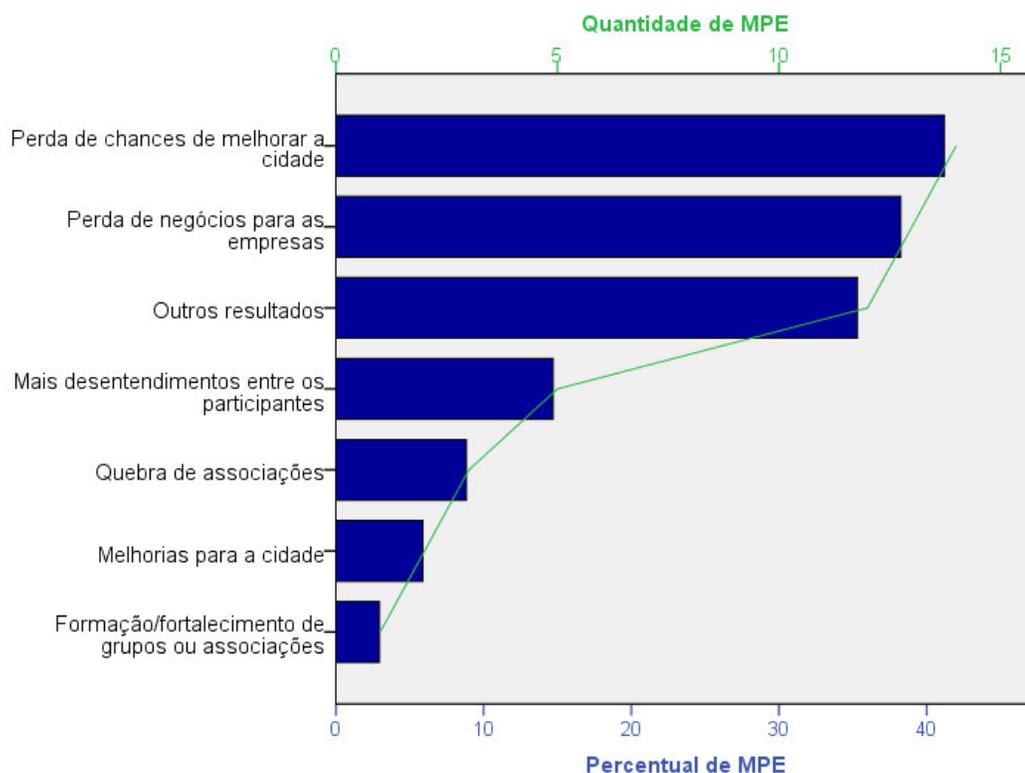


Gráfico 36 – Resultados dos conflitos na Costa Norte
Fonte: pesquisa da autora

Nenhum dos resultados obteve opinião da maioria dos respondentes. O resultado mais observado, porém, aponta a *perda de chances de melhorar a cidade* (41,2%). Em seguida, 38,2% atribuem aos conflitos a *perda de negócios para as empresas*. Em terceiro lugar,

outros resultados são mencionados, discutidos especificamente para cada localidade a seguir.

Em contrapartida, os resultados menos observados são a formação/fortalecimento de grupos, mencionado por 2,9%, e as melhorias para a cidade (5,9%). Evidencia-se que poucos apontam a positividade do conflito esperada a partir de Coser (1964) e Simmel (1969).

Tais características levam a refletir se os conflitos não produziram soluções interessantes ou se os respondentes, como o senso comum predominante no País, têm uma visão estigmatizada dos conflitos.¹²¹ Afinal, ainda que tão poucos resultados positivos do conflito tenham sido reconhecidos por parte dos respondentes, fica marcado que diversas articulações de cooperação surgem dos conflitos: o *voucher* em Barreirinhas; a lista única de embarcações em Parnaíba; a articulação para limpeza da praia em Jericoacoara.

Em uma visão comparada dos possíveis resultados investigados para os conflitos entre as cidades, a característica que melhor as distingue¹²² está presente em Parnaíba, com expressiva maior incidência de opiniões que mostram os conflitos como geradores de perdas para a cidade. As demais características não diferenciam as cidades, seja porque incidem de modo expressivo e semelhante, a exemplo da perda de negócios para as empresas, seja porque foram praticamente inexistentes, como as melhorias para a cidade.

Em Parnaíba, 85,7% das empresas que estabeleceram algum conflito percebem que ele resulta em perdas de chances de melhorar a cidade, em valores bastante menores em Jericoacoara (38,9%) e Barreirinhas (33,3%). Chama atenção o fato de ser Parnaíba a localidade onde menos tensão é comunicada pelo conjunto dos dados, e que lá haja mais percepção de resultados danosos do conflito. Uma possível mensagem contida nesses dados se traduz em: “como não nos unimos e não agimos juntos e de maneira persistente, perdemos chances de melhorar a cidade”. Em outros termos, a desunião e a independência excessiva contribuindo para que resultados coletivos favoráveis não sejam alcançados, mais do que o próprio conflito.

Quando analisadas as respostas dadas à categoria *outros resultados* – que corresponde à última entre as opções de resposta da questão –, é interessante observar a marcação por parte de uma parcela de 35,5% dos respondentes, o que classifica opção escolhida como a terceira característica mais incidente na Costa Norte. Isso indica que as categorias de resultados oferecidas para o conflito não foram exaustivas, e pode refletir uma necessidade de avanço rumo ao estudo empírico da relação conflito–sustentabilidade.

¹²¹ Um dos entrevistados expressou bem essa ideia, quando comentou durante a entrevista que não tinha qualquer sentido perguntar se havia resultados positivos do conflito.

¹²² Foi empregada a técnica de Análise Discriminante com 58 respondentes.

Todos os *outros* resultados percebidos pelos entrevistados ressaltam efeitos positivos do conflito. Todos eles estão concentrados em Jericoacoara e Barreirinhas, já que em Parnaíba nenhum outro resultado foi mencionado.

Em Jericoacoara são mencionados entre outros possíveis resultados apenas resultados favoráveis dos conflitos, tais quais: a “aproximação da empresa com a comunidade”; a “união da própria comunidade” e o fato de a “comunidade perceber seu valor”; a “insistência para a melhoria da cidade”; as “conversas com a Adetur-Jeri para resolver os problemas” e o “crescimento de trabalhos conjuntos”.¹²³

Em Barreirinhas, entre os *outros* resultados figuram a implementação de “mudanças pedidas” e o “calçamento da região próxima à duna na área central da cidade”, ambos ressaltando aspectos positivos como resultados do conflito. Portanto, alguns exemplos de resultados coletivos favoráveis do conflito são identificados nas localidades mais conflituosas.

2.2.5. Conflitos das MPE e resultados percebidos: correlações

Apurando o que foi citado anteriormente, dentre os conflitos declarados pelas MPE, os três principais assemelharam-se nas três localidades, sendo com: governos locais; outras empresas de turismo locais e autônomos que trabalham com turismo. Como as principais razões cogitadas para os conflitos na região estão a inação do governo local em diversos aspectos e a brutal competição entre empresas e autônomos do turismo nos destinos. Quanto aos resultados dos conflitos, apesar de não contar com maioria, os mais frequentes foram as perdas para a localidade e para as empresas (Tabela 19).

Tabela 19 – Principais aspectos dos conflitos na Costa Norte

Razões para entrar em conflito ¹²⁴	Principais conflitos com...	Resultados alcançados
Falta de ação do governo local (infraestrutura, apoio ao setor e regulação)	Governos locais (39%)	Perdas de oportunidades para o local (41,2%)
Falta de regulação das interações de mercado, gerando disputa desleal e guerra de preços	Autônomos que trabalham com turismo (34%)	Perda de negócios para as empresas (38,2%)
	Empresas de turismo do local (32,2%)	Outros resultados (35,5%)

Fonte: pesquisa da autora

Assim como na análise da cooperação, tais dados são reveladores do perfil da Costa Norte, porém não estabelecem correlações entre si ou fornecem subsídios para entender

¹²³ Três respostas foram invalidadas por não serem claras.

¹²⁴ Não contém percentuais porque foram fornecidas respostas abertas pelos respondentes nesta questão. Portanto, este item não permite avançar nos tratamentos estatísticos propostos na seção.

quais conflitos contribuem para cada resultado. Para tanto, é necessário calcular em que medida os principais conflitos e resultados se relacionam.¹²⁵

Poucos conflitos apresentam correlação estatisticamente significativa com os resultados parametrizados no trabalho, apresentando uma limitação de alcance da pesquisa. Os conflitos das MPE com outras empresas de turismo locais e com governos locais não mostram influir sobre qualquer dos resultados previstos. A razão mais plausível para esse fato é a semelhança do percentual de respondentes que afirma perceber resultados, e do percentual que afirma não perceber qualquer resultado a partir desses conflitos em cada questão.

Fica aparente que ainda que muitos respondentes não tenham apontado qualquer resultado a partir dos conflitos com empresas de local, outras observações levam a crer que pode residir nessa percepção uma falta de reconhecimento das ações motivadas pelo conflito. Permanece a dúvida se isso é o reflexo do real ou uma posição contaminada pelo senso comum de que o conflito é negativo.

Porquanto é certo que o alcance da pesquisa fica fragilizado para fazer inferências a partir de poucos respondentes que reconhecem resultados dos conflitos. Ciente de tais limitantes, permanece válido buscar compreender, com foco na perspectiva dos resultados: *quais conflitos mais contribuem para cada resultado verificado?*¹²⁶

Resultados	Principais conflitos das MPE
Formação/fortalecimento de grupos ou associações	1º. empresas de outras cidades 2º. órgão ambiental
Melhorias para a cidade	1º. cooperativas/associações
Perda de chances de melhorar a cidade	1º. moradores/comunidade
Outros resultados	1º. autônomos do turismo

Quadro 19 – Principais conflitos e resultados favoráveis à sustentabilidade
Fonte: pesquisa da autora

Aqueles entrevistados que percebem formação ou o fortalecimento de grupos se diferenciam, em primeiro lugar por terem conflitos com empresas de outras cidades e, em segundo lugar, com o órgão ambiental (Quadro 19). Não é possível apontar neste momento se as empresas de outros locais são de outras cidades do roteiro ou de fora dele. Todavia, a roteirização integrada busca consolidar uma região múltipla como destino turístico e levar

¹²⁵ No cálculo foi empregada a Matriz de Correlação com utilização do teste τ_b de Kendall, específico para dados categóricos transformados em *dummies*, a fim de verificar quais variáveis apresentam correlação significativa. Na sequência, calculou-se a estatística F para conhecer qual componente mais influencia na variável, considerando 59 casos válidos e nível de significância bilateral de 0,05 para ambos os testes. Casos inválidos foram aqueles que responderam “não sei” ou não responderam algum dos itens das questões analisadas. Foram excluídas as categorias *outros atores* e *outros resultados* para este tratamento.

¹²⁶ Haja vista o valor de F ser superior aos demais que apresentaram significância na Análise Discriminante. Ver Apêndice I.

para fora desse grupo de municípios a ideia de *outro*, ou seja, é o reconhecimento de todos os pontos do roteiro como pertencentes ao mesmo grupo.

Os desentendimentos com as empresas de outras cidades e com o órgão ambiental apontam fortalecer o sentido de grupo dos produtores de um destino. Este aspecto revela uma das noções positivas do conflito lançada por Coser (1998) perante o quadro da coesão social. O referencial, porém, aqui é da sustentabilidade, o que pede uma análise mais profunda. Será que a criação/fortalecimento de grupos é sempre favorável à sustentabilidade de um destino? A resposta que se desenha é negativa.

Isso que pode ser tomado, prioritariamente, como favorável precisa ter suas particularidades investigadas. O fortalecimento de grupos excludentes da pluralidade não pode ser visto como positivo, nem o fechamento comercial excessivo causado pelo protecionismo de alguns grupos ou ainda um senso de grupo que incita a violência ou atividades criminosas. Estes são exatamente alguns dos reflexos perversos da cooperação que não permitem entendê-las como boa em si mesma.

Por outro lado, os grupos considerados positivos para a sustentabilidade – seja pela cooperação ou pelo conflito – são aqueles que ampliam o diálogo, a representatividade de segmentos anteriormente excluídos, que aprimoram processos democráticos de participação, resultados que são considerados positivos para a consolidação da governança do destino. Possivelmente, grupos que contenham em si interesses coletivos difusos, como o interesse para preservar o Parque, e não somente interesses corporativos, sejam os mais orientados a contribuir com a sustentabilidade.

Um exemplo de conflito com órgão ambiental por parte das MPE do turismo que contribuiu para a formação/fortalecimento de grupos preexistentes pode ser encontrado em **Barreirinhas**, apresentando possíveis ganhos e prejuízos para a sustentabilidade. Em 2006, o órgão ambiental gestor do Parque decidiu implementar um limite de capacidade de carga que agia diretamente sobre as atividades das MPE da localidade. Naquele momento, empresários e autônomos se organizaram para combater a quantidade proposta pelo Ibama e aumentar esse limite. Ademais, os próprios empresários passaram a vigiar-se mutuamente para o cumprimento de certas regras lançadas pelo órgão ambiental, como o porte de bebidas e a proximidade do acesso aos atrativos, que não pode ser feito por veículos motorizados a partir de determinado ponto. No entanto, nem todas as consequências desse conflito podem ser esperadas como positivas para a sustentabilidade, a exemplo do fortalecimento da comunicação entre motoristas que descumprem as regras e são protegidos por outros, que avisam caso esteja havendo fiscalização no parque, para facilitar o escape à punição.

Já quem percebe melhorias para a cidade se diferencia por ter algum conflito com as cooperativas/associações. Tais resultados, porém, foram percebidos por respondentes em

Jericoacoara e Parnaíba, onde não foram encontrados exemplos que sustentem esse ponto, que pede averiguações posteriores. O que parece positivo, ainda que não citado, é o movimento que ocorre em Barreirinhas de união entre cooperativas e associações de transportes turísticos (toyotas e barcos). No âmbito da Incubadora de Cooperativas Populares (ITCP), projeto apoiado pelo Mtur, e a partir de conflitos com MPE do turismo, está se configurando uma nova e única associação, com maior poder de influenciar o setor de turismo local e com potencial de melhorar a oferta turística. Como conquista desse grupo, foi disponibilizado um lugar privilegiado no porto para comercializarem seus serviços conjuntamente e diretamente aos turistas.

Os conflitos com os autônomos mostram correlação com outros resultados, em que o detalhamento mostrou que predominam resultados favoráveis para a sustentabilidade, como visto na descrição das respostas dessa categoria em relação à Jericoacoara e Barreirinhas. Existe uma amplitude muito grande de resultados sob a égide de *outros*, muito embora todos contenham traços positivos como valorização da identidade local, aproximação dos empresários e comunidade, aumento da confiança e da amizade. Isso compromete a segurança de levar adiante estas conclusões. Parece bastante coerente, porém, com o quadro traçado anteriormente de que o conflito com autônomos gerou maior aproximação entre as próprias empresas, fortalecendo-as como grupo, a exemplo do que ocorre em Barreirinhas.

Esse tratamento não permitiu esclarecer com segurança os conflitos que contribuem para a sustentabilidade, em virtude da limitação das respostas e das categorias, porém permitiu compreender aqueles que menos atuam em seu favor a partir do olhar das MPE. Os que menos contribuem são os que promovem resultados em sua contramão, a exemplo da perda de chances de melhorar a cidade, imputadas aos conflitos com a comunidade.

De fato, o que parece revelado aqui é o olhar do empresário que entende que são perdidas chances de melhorias para a cidade quando a comunidade é contrária às mudanças trazidas pelo turismo. Pode-se recorrer ao choque de culturas em **Jericoacoara**, registrado no discurso de alguns empresários que atribuem aos nativos a falta de interesse em trabalhar para melhorar o local, mas sim o desejo de lucrar com a venda de terrenos sobrevalorizados. Em **Barreirinhas**, pode ser suscitado o exemplo da comunidade da Cardoza, que se opõe ao turismo da forma que é realizado pelos empresários de Barreirinhas, tendo em vista as mudanças culturais que impõem e a falta de benefícios econômicos para a própria comunidade.

2.3. Sazonalidade nas relações sociais de cooperação e conflito das MPE

A sazonalidade surgiu como um possível fator que influencia as relações sociais nos destinos durante as pesquisas na região, tendo em vista que a diferenciação entre alta e baixa estação é característica absolutamente marcante da dinâmica desses destinos turísticos e de suas empresas. Para essa variável, não foi encontrado estudo similar na literatura, especialmente quando se refere ao rebatimento nas relações sociais das empresas.

A hipótese é que a alta e a baixa estações influenciam o modo como as MPE interagem, tanto pelo componente da cooperação quanto pelo do conflito, ainda que não se tenha delineado qual delas e quando tenderiam a aparecer com mais força. Espera-se ainda que ambas possam tender ao aumento simultaneamente, não havendo razão para crescimento de uma e decréscimo da outra, já que se entende que não é necessária a ausência de uma delas para que a outra aconteça.

Cogitou-se que as MPE tenderiam a uma maior conflitividade na baixa estação, ou seja, quando necessitam disputar recursos escassos, principalmente clientes, com mais força. Esse raciocínio segue a expectativa de Kriesberg (2003) de que a emergência de conflitos está ligada com a escassez de recursos, especialmente em sistemas sociais pequenos e relativamente fechados, como apontam ser os destinos sob estudo.

Logo, solicitou-se aos entrevistados que respondessem a duas perguntas em diferentes momentos do questionário, providência tomada para evitar o viés nas respostas. Perguntou-se: *quando existe mais desentendimento entre os empresários do turismo da cidade? Quando existem mais ações conjuntas e parcerias entre os empresários do turismo da cidade?*

Observe o leitor que os questionamentos lançados aos respondentes não os impeliam a comparar períodos em que há mais cooperação do que conflito, ou vice-versa. Pretendia-se investigar em que momento a cooperação estava mais evidente e quando o conflito estava mais exposto, sempre dentro dos padrões locais. Dessa forma, fica assumido que ambas as relações não são excludentes, e podem adquirir relevo simultaneamente.

Entre as opções de resposta, não foram oferecidos parâmetros temporais como meses do ano, tendo em vista o instrumento de coleta de dados ser padronizado nos três destinos, que contam com diferentes flutuações sazonais. A partir disso, definiram-se as opções: *na alta estação; na baixa estação; não muda.*

No universo estudado, fica esboçado que na situação de escassez os conflitos são mais acentuados do que em situações de abundância. Afinal, um maior número de respondentes entende que há *mais conflitos na baixa estação* e a maioria percebe *mais cooperação na alta estação.*

De modo detalhado, 39,7% dos respondentes percebem mais desentendimentos na baixa estação, enquanto 28,7% apontam que é na alta, embora um percentual alto de respondentes tenha dito não mudar ou não saber opinar. Fica mais assertiva a posição quanto à cooperação, que 58,8% das MPE apontam ser mais forte na alta estação e uma pequena parcela não sabe dizer (4,3%).

Passando à análise detalhada do efeito da sazonalidade nas relações sociais entre as MPE do turismo na Costa Norte, tanto a ocorrência da cooperação quanto do conflito em determinados períodos oferecem relações estatísticas significantes com as localidades, confirmando tendências distintas entre elas.

Quanto à **cooperação**, os dados mostram que, ainda que todas tenham maioria apontando que as parcerias ocorrem mais na *alta estação*, os valores são diferentes. Parnaíba é a localidade com mais tendência de apontar que existem mais parcerias na alta estação (65%), seguida por Jericoacoara (60%) e, por último, Barreirinhas (54,1%) (Gráfico 37).

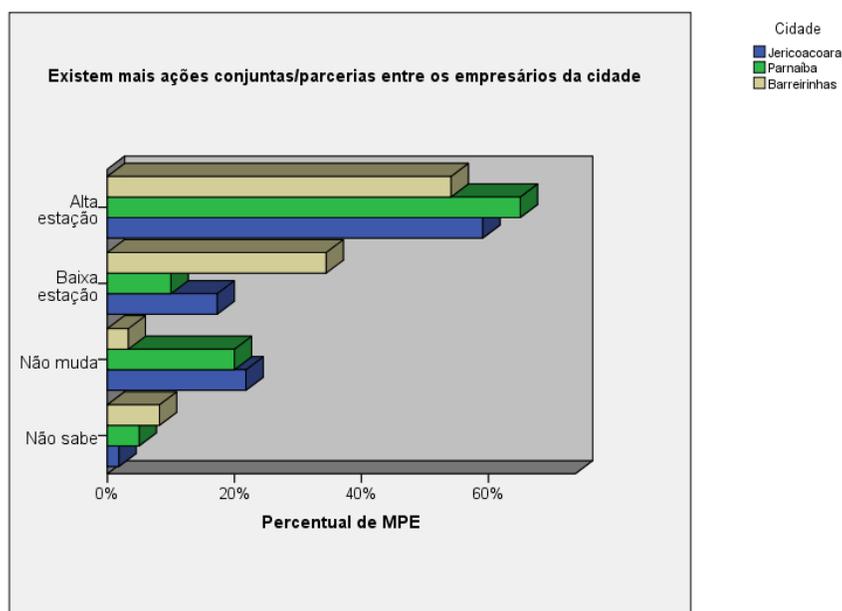


Gráfico 37 – Sazonalidade da cooperação, por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Por que a cooperação tende a ser mais evidente na alta estação? A razão mais aparente é o fato de as empresas terem que se unir para atender à alta demanda que recebem e que, muitas vezes, não têm capacidade instalada para atender. Outra razão também é a efervescência desse período de trabalho, presente nos discursos principalmente em Jericoacoara, que absorve os empresários tão intensamente que não

provoca encontros entre eles, nem permite que eles entrem em embates. Um dos respondentes afirmou que “é tanto turista nessa época que não dá tempo de brigar”.

Quanto aos **conflitos**, as respostas evidenciam mais especificidades dos destinos do que regras generalizáveis. Enquanto em **Jericoacoara** os respondentes tendem a apontar que existem mais conflitos na *baixa estação*, com maioria de suas empresas (52,3%), **Barreirinhas** tende ao contrário, com metade dos respondentes concentrados em apontar que há mais conflitos na *alta estação*. O assunto, porém, permanece pendente de conclusões definitivas, ao passo em que uma parcela significativa de 31% afirma que há mais conflitos na baixa (Gráfico 38).

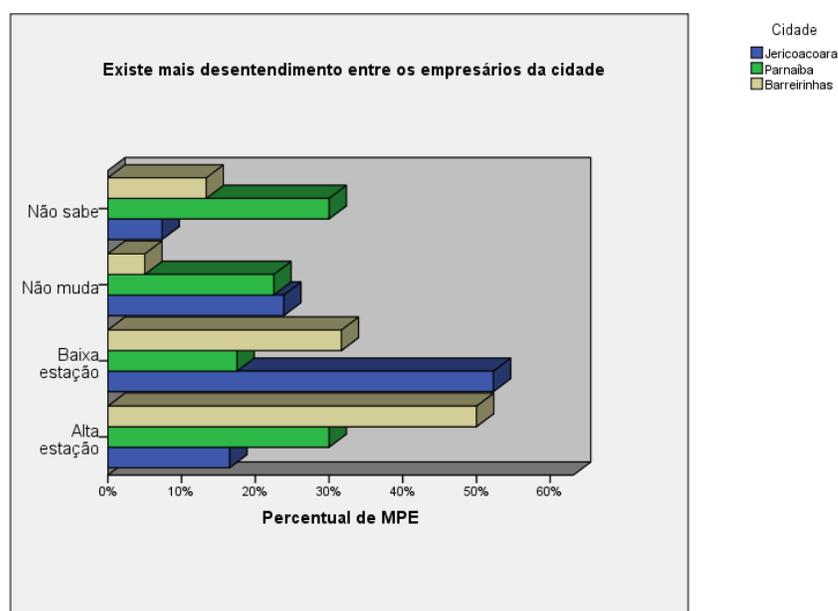


Gráfico 38 – Sazonalidade do conflito, por cidade
Fonte: pesquisa da autora

Fica mais uma vez patente que as relações são mais claramente observadas, e sofrem mais influência da sazonalidade nos destinos onde a atividade turística é mais marcante. Parnaíba, como exemplo, mesmo que a maior concentração de opiniões aponte mais conflitos na alta estação (30%), não mostra muita confiabilidade, em função de metade das empresas afirmar não saber ou não mudar, com respostas mais esparsas.

Delineia-se, por conseguinte, em Barreirinhas e Parnaíba, tendência à acentuação simultânea do conflito e da cooperação na alta estação. No entanto, em Jericoacoara apresentam-se mais conflitos na baixa estação e mais cooperação na alta. Apesar de não permitir maiores inferências, esse condicionante aponta para a necessidade de aprofundamento em pesquisas futuras.

3. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

A conclusão deste capítulo assenta-se sobre questões que permitem refletir teoricamente acerca dos dados empíricos apresentados, usados como ancoragem. Apresentam-se evidências da situação encontrada para, então, lançarem-se as perguntas e sugestões de respostas, a fim de delinear condicionantes das relações a partir da comparação entre os destinos.

Jericoacoara é o destino turístico onde os conflitos são mais agudos, e Parnaíba o ambiente menos conflituoso. Barreirinhas tem uma relação de conflitos e cooperação que parece mais positiva. Que diferenças ajudam a explicar essas configurações?

Em **Jericoacoara**, há uma tríplice combinação de conflitos: (1) muitos desentendimentos das MPE com o governo local; (2) disputa desleal entre as empresas locais, e (3) atrito entre MPE e moradores, que guardam um sentimento de que o lugar está sendo usurpado. O aumento dos conflitos pode estar vinculado à falta de alternância do poder público local, que permaneceu com o mesmo grupo por 20 anos, sempre insensível às demandas da vila. Esse conflito pode ter levado a uma falta de mobilização política local e aos sucessivos fracassos da cooperação comunitária na vila de Jericoacoara. Ademais, o turismo – como atividade econômica principal e estabelecida da vila – é tema principal das tensões e disputas. A atração e entrada de pessoas de fora em Jericoacoara como turistas, trabalhadores ou empresários faz a vila de pescadores passar a aldeia global em um período de aproximadamente 30 anos, também favorecendo a emergência de conflitos entre modos de vida. Não obstante, por ser o turismo a principal atividade e que concentra grande parte da estrutura ali instalada, inaugura-se uma severa disputa entre as empresas por um mercado que dá os primeiros sinais de declínio da demanda e da lucratividade, conforme as empresas locais. Isso impõe dificuldades de sobrevivência empresarial manifestadas pela quantidade de fechamentos e aberturas de empresas, o que aparenta potencializar as tensões. Por conseguinte, os indícios levam a crer que o destino mais consolidado da Costa Norte apresenta mais atritos na divisão de “um bolo” que, na visão das MPE do turismo locais, dificilmente crescerá, pelo momento de vida do destino e pelas próprias limitações ambientais de ser uma APA circunvizinha a um PN.

Em **Parnaíba** encontra-se um ambiente menos conflituoso, mas que não garante os arranjos cooperativos mais complexos no terreno do turismo. A principal explicação para isso é a menor importância do setor para a localidade, que tem empresas antigas e sedimentadas, ao lado de pouca agitação na cena turística. Os sinais mostrados pela localidade levam a crer que é mais difícil conformar arranjos para fazer decolar um setor do

que para comandar os planos de voo de um setor rentável. A demanda atual não justifica a criação de novas empresas e as atuais sobrevivem com certa dificuldade, especialmente aquelas que pretendem atender a uma demanda internacional de lazer. Todavia, é a localidade que mais tem expectativas depositadas na roteirização, para que possa se inserir com mais veemência no mercado turístico nacional e internacional, ultrapassando sua identidade como destino regional, haja vista o ativismo imputado à associação empresarial ligada à Rota das Emoções. Também a composição bastante homogênea do empresariado, com maior presença de locais que os demais destinos turísticos, ameniza conflitos entre culturas e origens, presentes em casos muito isolados.

Um olhar mais amplo sobre a região mostra que as MPE que estão envolvidas em algum conflito não demonstram sofrer de ostracismo social. Elas são envolvidas também em redes de cooperação e sem prejuízos para o reconhecimento como parceiras, e sem perda para as relações recíprocas que estabelecem. Essa perspectiva confirma a cooperação e o conflito como componentes das interações sociais das organizações e a coexistência entre elas, sinalizadas por Simmel (1969) e outros autores, como vital para a vida social. No entanto, é em Barreirinhas que se manifesta a relação mais positiva entre cooperação e conflito.

Em **Barreirinhas**, o crescimento que a atividade turística tem experimentado nos últimos dez anos modificou sobremaneira as feições do local, que passa a depender mais e crescentemente desse setor. Ainda que tenha uma demanda expressiva nacionalmente e crescente internacionalmente, não pode ser considerado um produto turístico tão facilmente vendido quanto Jericoacoara, o que parece impactar o modo de organizar a atividade e a busca de soluções para a gestão do destino.

O diálogo com o governo local é limitado, mas não há antagonismos históricos tão fortes quanto em Jericoacoara. A capacidade de mobilização política do setor do turismo para concorrer a cargos municipais nunca se concretizou. Existe em Barreirinhas coexistência de parcerias com um mercado considerado repleto de práticas desleais na disputa por clientes. A maior fonte de conflitos está no setor privado, contrapondo empresas a autônomos, e a maior presença de articulação se dá essencialmente no âmbito das empresas com apoio de parceiros como o Sebrae. Dessa situação entrevê-se uma polarização diferenciada dos conflitos das outras localidades, que resulta em uma articulação mais positiva de ações conjuntas e de resultados obtidos a partir delas, como a consolidação do conselho municipal de turismo. Essa instância, surgida no âmago do conflito e como resposta a ele, passa a ter papel de articuladora e mediadora de interesses para com a perspectiva mais integrada do destino.

Outros condicionantes presentes em Barreirinhas, que também podem ser cogitados como responsáveis pelas diferenças observadas, dizem respeito às características do

produto turístico ofertado e à grande dependência que as empresas guardam do Parque nacional para a sua sobrevivência.

Comparativamente, Jericoacoara depende muito da APA, e menos do Parque como atrativo turístico, além de ser um turismo de sol e praia, segmento que admite maior massificação do que a prática do ecoturismo em um modelo ideal. Parnaíba, por sua vez, depende da APA e da Resex para o tipo de turismo que se deseja desenvolver e menos para o que já existe, que ocorre mais nas praias do Sal e de Luís Correia. Barreirinhas tem total dependência do parque e sua zona de amortecimento, ambos como produtos turísticos principais. O turismo nos Lençóis Maranhenses tem um apelo focado em ecoturismo e, portanto, mais baseado em recursos naturais preservados e na beleza cênica intocada. Tal característica impõe a necessidade de diálogo com o órgão ambiental e de ação coletiva, já que nenhum ente privado possui direitos únicos de exploração do local, ampliando o potencial dos arranjos cooperativos englobarem questões de interesse difuso.

As empresas investigadas cooperam e também estabelecem muitos conflitos com empresas do mesmo destino. As relações de parceria mais mencionadas pelos respondentes sugerem, primeiramente, articulação dentro e, em segundo plano, fora do destino restrito. Com empresas de outros locais, aparentemente, há cooperação e pouco conflito. Isso leva a crer que o espaço restrito do destino é mais conflituoso e o espaço mais amplo da rota é menos. Será que a aproximação geraria conflito e o distanciamento o reduziria?

A proximidade pode ser entendida como condição para o conflito, porque não existe conflito sem interação. O universo analisado sugere que a proximidade é potencialmente mais conflituosa entre os empresários de um destino pequeno. Afinal, há um convívio constante, a fim de equilibrar a oferta que eles propõem: competir em certa medida e cooperar em outra, exigindo grandes esforços de conciliação dentro de um espaço limitado. Imagina-se ainda que as interações no campo empresarial sejam uma pequena parcela das relações que esses indivíduos já estabeleceram no passado e que desenvolvem no presente. Possivelmente eles estão ligados por laços de amizade, parentesco, discórdia, ciúmes, etc., que precedem a relação comercial e afastam essa realidade das leis de impessoalidade do abstrato mercado estudado nos manuais de economia ou de estratégia empresarial. Essas relações sofrem o ônus e bônus de serem históricas e pessoais: desgastes historicamente construídos e, por isso, de difícil superação, ao lado de reputações conhecidas que podem reduzir os custos de transação e os riscos da ação conjunta. Supor, porém, que esses conhecimentos prévios sobre os atores signifique partilha de “identidade” ou facilidade de cooperar não parece refletir o que se observa no microcosmo da Costa Norte.

Se aparentemente existe uma facilidade de lidar com quem lhe é mais distante, dois aspectos podem ser revelados: uma perspectiva de cooperação futura ou uma indiferença pela falta de trânsito em campos comuns. A distância entre os atores pode gerar regras mais formais e impessoais de interações, especialmente quando mediadas por entidades de apoio, que promovem contatos anteriormente inexistentes e fornecem um referencial de regras de conduta aliado a algum potencial de coerção, ou ao menos de exclusão dos *free riders*. E, na medida em que eles se aproximam, há abertura não somente para novos arranjos cooperativos, mas também para novos conflitos.

As relações que passam a existir ao longo da Rota das Emoções esboçam uma ampliação da própria noção de quem somos nós (destino) e quem são eles (destinos concorrentes). Seria, porém, a aproximação entre esses produtores do roteiro uma potencialização dos conflitos? É certo que a resposta a essa questão pede uma projeção ainda não efetivada, mas leva a crer que sim. Ampliar o roteiro, em uma primeira instância, tende a ampliar a cooperação entre atores anteriormente isolados uns dos outros, mas também tende a gerar novos conflitos, dado que grupos em condição anterior de independência passam a necessitar de ajustes dentro de seus espaços comuns de atuação e disputas. Esse ponto torna oportuno expor que a cooperação não parece tomar o lugar do conflito ou substituí-lo, mas com ele manter uma relação dialética.

Os conflitos entre empresários nativos e não-nativos, bem como entre empresários e a comunidade, são fortemente identificados em Jericoacoara, no momento da caracterização do destino pelas MPE. Perdem, porém, intensidade quando os respondentes tratam dos principais conflitos em que se envolvem. Analogamente, os conflitos com moradores aparecem em Barreirinhas na caracterização do destino e não aparecem entre os principais conflitos das MPE. O que isso revela?

Uma recorrência de conflitos mais alta foi identificada pelos respondentes em relação ao destino. E muito menos o respondente se declarou partícipe do conflito, a despeito de a própria empresa estar envolvida. Isso revela, primeiramente, a resistência em se tratar de conflitos em um nível individualizado, revelando demandas diretas para métodos alternativos de estudo empírico do conflito.

Além da resistência, natural ou culturalmente construída, em abordar o assunto dos conflitos, surgem outros fatores, como a classificação que o respondente ligado à empresa faz do ator social com quem tem conflito. Essa proposição pode ser exemplificada com o caso dos “meninos de rua” de **Barreirinhas** — em certo momento, os respondentes os posicionam como um problema em relação à comunidade/moradores; em momento

subsequente, porém, eles são interpretados como um conflito com autônomos, ou seja, ligados à própria cadeia produtiva do turismo, e não mais aos moradores em geral.

Em **Jericoacoara** aparecem conflitos entre empresários nativos e os que vieram de fora da cidade como uma característica marcante do destino, mais tarde traduzidos como conflitos entre empresas da cidade. Quando se trata das empresas da cidade, o conflito perde a feição da origem do proprietário. No entanto, empresas com posicionamento mais tímido no mercado e menos diferenciais competitivos tendem a pertencer a nativos e não a pessoas de fora. Assim, o conflito entre nativos e não-nativos também pode ser entendido como: (1) o conflito entre quem possuía recursos, obtidos externamente, e ocupou espaços localmente, fazendo com que o nativo se sinta marginalizado; (2) o conflito entre empresas por posicionamento de mercado.

É reconhecido que os conflitos de MPE do turismo com órgãos ambientais existem de modo mais agudo em Jericoacoara e bastante menos intenso em Parnaíba. Apesar de presentes, embates com os órgãos ambientais, que pareciam ocupar a cena central dos conflitos em uma região como a Costa Norte, não têm essa relevância. A questão ambiental, porém, é muito presente no conflito entre empresários respeitadores e empresários não respeitadores do meio ambiente. Por quê?

A preservação, naturalmente, impõe tensões quando se trata de espaços e recursos submetidos a pressões distintas. E esse conflito imposto pela busca de preservação é um dos resultados de conflitos já cotados como positivos por autores como Lovelock (1998). Esse embate, via de regra, é levado a cabo por órgãos ambientais, organizações militantes do ambientalismo ou ambos. Na Costa Norte, ONG ambientalistas não foram registradas entre os conflitos das empresas, possivelmente por terem ações ainda insuficientemente amadurecidas ou pouco apresentarem limitações para a ação empresarial.

É difícil compreender a falta de centralidade do conflito com órgãos ambientais em destinos inerentemente voltados para seus recursos naturais. Afinal, esses conflitos estão por todos os lados materializados nas intervenções do órgão ambiental para frear desmatamento, construções nas margens dos rios, realização de trilhas sobre dunas, despejamento de resíduos sólidos das embarcações nas águas, entre outras questões.

Existem práticas tão ilegais quanto empresas que sobrevivem da venda de passeios de quadriciclos, prática proibida de transporte sobre as dunas do parque; e hotéis que se diferenciam por estarem posicionados em locais privilegiados em margens de rios, terem mais andares que o permitido ou serem inteiramente instalados em zonas de amortecimento.

Possivelmente a baixa capacidade de fiscalização dos órgãos ambientais – proporcionada pela escassez de recursos financeiros e humanos em vastas áreas – seja uma das explicações para esse conflito não ter centralidade na realidade das MPE do turismo. Afinal, com baixo risco de serem penalizadas por comportamentos que quebram as normas, empresas e autônomos transgridem com frequência. Por mais que o Ibama/ICMBio faça parte do imaginário do conflito, perde para os conflitos entre empresas e delas com autônomos.

Tentar entender a razão disso ocorrer remete ao argumento de que, dentro do setor privado, respeitar mais ou menos o meio ambiente pode ser a diferença entre oferecer o mesmo produto que os outros ou oferecer um produto para o qual não existe competição. Ou seja, o grande diferencial de mercado pode residir em oferecer algo que não é permitido pelas regras de uso do meio ambiente. Isso pode fomentar disputas entre entes do mercado.

As distintas ações de cooperação das MPE indicam incidências diferenciadas sobre a sustentabilidade. Enquanto a participação em conselhos municipais figura como a ação conjunta que mais contribui para o maior número de resultados parametrizados como favoráveis à sustentabilidade dos destinos, a indicação de outras empresas não sugere contribuir para os resultados averiguados. O que esses indícios mostram?

Primeiramente fica patente que existem diferentes “cooperações”, o que alimenta a reflexão de que certas ações de cooperação impactam de formas distintas sobre a sustentabilidade. Como argumento de fundo tem-se que nem toda cooperação favorece a sustentabilidade, ainda que aqui não sejam discutidos em profundidade seus efeitos perversos.

A participação em conselhos demonstra ligações com o maior número de resultados favoráveis à sustentabilidade, impactando em aspectos socioeconômicos, ambientais, institucionais e territoriais. Seus principais resultados foram o aumento: (1) do respeito às leis ambientais na UC, (2) das oportunidades de trabalho para as pessoas da cidade, (3) da qualidade da infraestrutura, e (4) do contato entre atores sociais relevantes para o turismo. Esse conjunto de impactos pode ser conectado a uma forma mais estruturada e complexa de ação conjunta que estabelece um espaço para diálogo, criação e recriação de normas que influenciam a atividade turística — um local de embate e alianças que requer encontros constantes e negociação, com foco em interesses difusos para o destino.

Vale enfatizar o papel de destaque que a existência do conselho municipal de turismo demonstrou sobre o aumento do respeito às unidades de conservação na região analisada. Esse dado aparenta conter duas informações: que as empresas mais sensíveis a esse tema

tendem a participar mais dos conselhos, e que o conselho, por ser um grupo com participação do setor público e privado, incluindo empresas, governo local e órgão ambiental que gerencia a UC, tem a capacidade de implementar e conquistar maior adesão nas regras de uso das áreas de conservação.

Em contrapartida, MPE envolvidas em ações como indicação de outras empresas e participação na parceria na Rota das Emoções tendem a não perceber nenhum desses resultados. Mas, por que essas ações não impactam positivamente a sustentabilidade dos destinos? As tentativas de resposta são várias. A indicação de outras empresas não reflete somente acordos prévios e materialização de relações de parceria entre as MPE, mas também pode consistir em uma decisão individual de mencionar outras empresas, o que parece não oferecer resultados individuais ou coletivos para o destino, a não ser um incremento da coesão da rede de parcerias local que não repercute nesses critérios investigados. Já a participação em parcerias na Rota das Emoções não mostra impactos positivos sobre a sustentabilidade, talvez por ser uma ação estimulada por um ente externo que ainda carece de internalização pelos atores locais, ou porque reflete em outras ações investigadas, ou ainda, por ser recente, não ter tido tempo de mostrar resultados.

Conflitos com empresas de outras cidades foram mencionados como aqueles que mais contribuem para criar e fortalecer grupos nos destinos. Que papel os atores externos ao destino apresentam na cooperação e no conflito?

O ator externo ao sistema do destino pode ser entendido como aquele que não está estabelecido no local. Entre eles existe uma variedade de empresas de fora, turistas, ou atores sociais que, ainda que tenham representação local, implementam diretrizes externas ao destino, ao exemplo de instituições de fomento a projetos de desenvolvimento como o Sebrae.

As influências causadas por atores externos, entre suas inúmeras possibilidades, podem viabilizar a distorção das regras internamente estabelecidas. Tome-se como exemplo, um turista barganhar preços de agência em agência, de bugueiro em bugueiro, incitando a quebra de acordos preestabelecidos e a guerra de preços. Da mesma forma uma empresa externa, como uma grande operadora de turismo, na seleção de seus fornecedores pode pressionar para que empresas diminuam seus preços e promovam uma guerra desleal interna no destino, que tende a reverter em falta de cuidados ambientais com a comunidade, com os empregados e, por fim, na queda da qualidade do produto turístico.

Por outro lado, um ator externo pode incitar que o grupo interno se torne mais coeso, para resistir às mudanças que não lhe forem convenientes, o que se interpreta pela lógica da criação do inimigo que une os membros de um grupo em função do medo.

Iniciativas conduzidas por atores externos de fomento tendem a ver o conflito como intrínseco e criado de baixo para cima, porém tendem a perceber a cooperação como um processo que pode ser induzido a partir de influências externas. Ainda, um ator externo pode premiar condutas de cooperação – como projetos desenvolvidos na região pelo Sebrae e Mtur para a configuração do roteiro integrado, pela AECID em conjunto com o Mtur para a incubação de cooperativas populares. Tais projetos estimulam os encontros repetidos, o diálogo, a formação ou formalização de grupos que possam atuar conjuntamente no destino turístico.

No entanto, o que muitas vezes não fica explícito e não está na pauta de projetos fundamentados na cooperação é que até mesmo intervenções para incentivar a ação conjunta, quando implementados na base, podem fomentar conflitos entre grupos. Isso torna fundamental lidar com o binômio cooperação–conflito em iniciativas desse calibre. Um dos exemplos ocorridos foi a ruptura da Associação de Bugueiros de Jericoacoara, que se partiu quando iniciou o fomento às cooperativas populares no local. E teve origem a Cooperativa de Bugueiros, que hoje é competidora direta da primeira. Como exemplo de tensão ainda não manifesta em conflito efetivo, existe a insatisfação de meios de hospedagem da região com o fomento e as facilidades criadas para a hospedagem familiar no roteiro, na medida em que isso pode ampliar a competição por turistas.

Sucintamente, que condicionantes emergem como influentes sobre as relações sociais de cooperação e conflito das MPE do turismo na Costa Norte?

A partir das características do universo estudado, alguns fatores que influenciam as relações sociais puderam ser percebidos, impactando os resultados alcançados por elas. São fatores que ajudam a compreender melhor o binômio cooperação–conflito alinhado em uma reflexão focada em sua coexistência. Entre eles, estão:

- momento do ciclo de vida do destino e a conseqüente importância do turismo para a dinâmica da economia local;
- maior ou menor dependência dos recursos naturais da UC para o desenvolvimento do turismo;
- grau de centralidade/polarização dos conflitos locais empreendidos pelas MPE;
- relevância da roteirização para o sucesso comercial do destino;
- permeabilidade do governo local para com as demandas do setor turístico;
- (falta de) regulação das atividades do turismo, especialmente da competição desleal e dos impactos que ocorrem sobre recursos e espaços de uso comum;

- existência de esferas de diálogo entre atores sociais locais ou, ao menos, a percepção de que há facilidade e preferência por resolver os problemas em conjunto;
- encontros repetidos e distância entre empresas: próximas ou distantes;
- sistematização das ações de cooperação;
- variedade de atores envolvidos com parcerias: permeabilidade a atores externos
- efeitos das iniciativas de atores externos ao destino, premiando, encorajando ou anulando os acordos prévios;
- atividade principal da empresa e motivação para iniciar o negócio, quando se trata da quantidade de relações de parceria estabelecidas;
- proporção do faturamento da MPE advindo do turismo de lazer;
- escolaridade do responsável pela empresa, quando se trata da propensão para participar de novas associações;
- sazonalidade do destino, apontando que pode haver flutuações das relações de acordo com as estações alta e baixa. A investigação fornece indícios de que haja mais cooperação na alta estação. Na baixa, porém, os destinos se comportam de modos distintos.

Esses aspectos demonstram ter efeito sobre a cooperação e os conflitos nos destinos estudados. Mesmo que não venha a ser uma lista exaustiva e que não explique ou normatize todas as variações de tais relações, o que seria excessivamente pretensioso, oferecem-se pontos de partida interessantes para futuras investigações que levem em consideração o encontro entre MPE, turismo, sustentabilidade e relações sociais.

APRECIANDO A DINÂMICA DO MOSAICO: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Até a década de 1970 o desenvolvimento era aceito como um conceito positivo em si. Depois passou-se a clamar por um desenvolvimento adjetivado. Inaugurou-se, então, o tempo da busca pela sustentabilidade como um padrão do desenvolvimento que zela por equilíbrio entre preservação ambiental, eficiência econômica e inclusão social.

Traçando um paralelo, ainda se vive num tempo em que a cooperação carrega uma conotação essencialmente positiva, e o conflito, por outro lado, uma conotação negativa. Da cooperação se espera a prosperidade. Do conflito se espera a destruição. Do indivíduo que coopera se espera articulação local, preocupação com os demais e certa parcela de realização pessoal. O indivíduo que participa de conflitos está envolto na ideia de desajuste e exclusão. A cooperação é celebrada constantemente como a salvação, como a única forma de viabilizar a implantação de políticas públicas, ainda que tais políticas possam premiar comportamentos mais ou menos artificializados. É comum o conflito ser mistificado como anacrônico e destrutivo da sociedade. Por isso carece de ser banido, abafado ou “sanado”. Facilmente se constroem essas noções. Afinal, tanto o senso comum quanto a literatura acadêmica difundem tais crenças.

Como resultado de um processo de aprendizado, esta tese sofreu inúmeras mudanças em seu percurso. Os primeiros esboços deste trabalho estavam imbuídos da ideia da cooperação, e somente ela, como uma relação social que poderia contribuir para o desenvolvimento sustentável. O processo de pesquisa interdisciplinar, porém, unido ao diálogo constante entre o empírico e o teórico, trouxe consigo inquietações. Começou a parecer limitado para explicar o universo investigado esse entendimento da cooperação como única ação empresarial benéfica para a coletividade. Além disso, pensar cooperação sem competição não alcançava a dinâmica das MPE. Na sequência, o recorte da competição passou a não ser exaustivo, pedindo uma categoria de análise que abrangesse tipos mais diversos de conflitos que não apenas comerciais, envolvendo outras disputas e uma maior variedade de atores. Assim, a brutal negação inicial do conflito foi cedendo espaço para a sua incorporação, pois se tornava difícil analisar a complexidade dos arranjos locais sem compreender as duas faces da mesma moeda chamada relação social.

A construção deste trabalho baseou-se em duas premissas principais: (1) cooperação e conflito são relações sociais coexistentes ao invés de mutuamente excludentes e (2) ambas podem ter impactos positivos ou negativos para a localidade e os interesses coletivos. Articulando essas ideias, duas hipóteses buscaram ancoragem na realidade empírica. A primeira é de que a falta de conflitos não é condição suficiente ou necessária para a emergência da cooperação. A segunda é de que cooperação e conflito moldam-se

mutuamente e ambas são capazes de gerar resultados positivos para a sustentabilidade do destino. Todavia, com isso não se deve entender que são apenas as relações sociais que conduzem à sustentabilidade, mas sim um conjunto muito mais amplo de vetores.

Na tentativa de ouvir a polifonia das relações sociais, a pesquisa se ancorou em aspectos relevantes de diversas teorias e técnicas, para aplicá-las ao entendimento de um campo mais específico — as relações sociais entre empresas de micro e pequeno portes da cadeia produtiva do turismo. O encadeamento de peças metodológicas e teóricas, bem como o diálogo intencionado entre elas, colaboraram para uma visão mais complexa da realidade, que remete à figura do mosaico.

Metodologicamente, a tese apoiou-se na interlocução de abordagens qualitativas e quantitativas. Para tanto, utilizaram-se técnicas diversas como entrevistas com diferentes graus de estruturação, observação, análise de dados secundários, tratamentos estatísticos uni, bi e multivariados, ao lado de técnicas de análise de redes sociais. Teoricamente, a tese se valeu de lentes do racionalismo das teorias dos Jogos e da Ação Coletiva, da contraposição antiutilitarista, da noção de processos históricos e identidades voltadas para o desenvolvimento oferecidas pela Teoria do Capital Social, de proximidade territorial e ações conjuntas reais e benefícios empresariais das aglomerações e das possibilidades de regulação de comportamentos, a partir das teorias econômico-institucionais.

As conclusões principais desta pesquisa podem ser organizadas em torno de três temas:

1. as características principais dos destinos e de seus sistemas relacionais;
2. as conexões entre cooperação e conflito no universo das MPE do turismo;
3. os resultados das relações sociais sobre a sustentabilidade dos destinos turísticos.

A comparação dos três destinos turísticos da Costa Norte revela as **características principais dos destinos e de seus sistemas relacionais**.

Jericoacoara é o destino turístico mais consolidado, mais avançado em seu ciclo de vida, mais valorizado pelo mercado turístico e mais internacionalizado, tanto no que diz respeito aos proprietários dos negócios quanto aos turistas. De aldeia de pescadores, passou a vila global, concentrando uma série de efeitos colaterais do modelo de desenvolvimento que seguiu. A atividade turística reina quase absoluta, pois as outras, como artesanato ou pesca, são irrisórias comparativamente à primeira. É onde os conflitos são mais agudos entre empresas, autônomos e setor público. Também é onde as tentativas de cooperação são mais recorrentes e acumulam mais fracassos. Em resumo, o sistema relacional das MPE do turismo de Jericoacoara tem como principal característica a intensidade simultânea de conflito e cooperação em um contexto onde o turismo é a atividade produtiva mais importante.

Parnaíba é a localidade cujo turismo de lazer é mais frágil e tem menor demanda. Portanto, é onde as expectativas do roteiro integrado encontram mais eco e adesão. Caracteriza-se como um ambiente menos conflituoso, porém sem articulações significativas de cooperação. As ligações de parcerias de MPE do turismo de Parnaíba com os outros destinos estão extremamente concentradas em somente duas empresas. Isso expõe a falta de homogeneidade das relações de cooperação entre elas. Ademais, caracteriza-se por ser um destino de empresas antigas, fundamentadas no mercado regional do turismo e com maior presença de pessoas nativas na propriedade das MPE do que os outros destinos. Esse sistema relacional das MPE do turismo é marcado por existirem iniciativas interessantes de cooperação, mas poucas. E poucos conflitos são estabelecidos ao redor do turismo.

Barreirinhas é um destino turístico importante, fortemente ligado à unidade de conservação para viabilizar o turismo, e em crescente expansão (ciclo em ascensão) no mercado nacional e internacional de ecoturismo. É onde as ações de cooperação mostram mais eco e diversificação, ainda que não possam ser chamadas, agregadamente, de uma cooperação sistemática ou consolidada. Seu sistema relacional é caracterizado, principalmente, por laços claros de cooperação interna entre as MPE, mas fortes conflitos com elementos chamados informais que ameaçam o sistema. Identifica-se preocupação dos empresários com a sustentabilidade ambiental e a omissão do setor público, em meio a um ciclo claramente em expansão.

Quanto às relações de **cooperação e conflito e as suas conexões no âmbito de MPE do turismo**, as ações conjuntas mais recorrentes são a) a indicação de outras empresas locais e b) as parcerias no âmbito da Rota das Emoções, coincidentes nas três localidades. Por outro lado, aquelas menos recorrentes foram as ações de compras em conjunto e as de manutenção conjunta de equipamentos. O contexto mostra que as ações conjuntas entre as MPE da Costa Norte ainda são pouco frequentes e pouco diversificadas, a despeito dos investimentos feitos com tal propósito no contexto da roteirização integrada. As ações que ocorrem com constância tendem a ser pouco elaboradas, se considerada verdadeira a existência de uma hierarquia entre elas. A cooperação, portanto, é um comportamento pouco desenvolvido, ainda muito simples, sem maior sofisticação. Poder-se-ia afirmar que ela está em seus primórdios, em uma fase inicial.

Na Costa Norte, as razões mais recorrentes para cooperar foram a melhoria dos serviços aos turistas e a atração de mais turistas. Isso indica questões predominantemente instrumentais para cooperar, do ponto de vista da empresa. A diminuição dos custos empresariais, ao lado da realização pessoal, foram as razões menos presentes. Alguns ressaltaram traços de reciprocidade, presentes na interpretação das relações pela ótica da

Teoria dos Jogos. Pouquíssimos foram os que destacaram razões de cunho pessoal, de amizade, de confiança e de solidariedade, como seria esperado pela perspectiva da Teoria do Capital Social e da Dádiva. As empresas estudadas não fugiram do padrão racional-econômico na exposição das razões para cooperar e, sobretudo, revelaram poucas razões que podem ser vinculadas à ideia de sustentabilidade ambiental ou social (como cuidar do meio ambiente ou melhorar condições para comunidade). Os resultados principais obtidos pelas ações conjuntas foram o aumento de contato de empresas com outros atores (como governo e ONG), o incremento no lucro das MPE, o aumento das oportunidades de trabalho para as pessoas da cidade e, por fim, o maior respeito às leis ambientais. Isso incrementa os resultados alcançados pela cooperação que são sugeridos pela Teoria da Aglomeração Territorial. Além disso, mostra que alguns critérios de sustentabilidade foram contemplados a partir da cooperação. Observe-se que aumento de lucro e respeito ao meio ambiente que não emergiram como razões das ações de cooperação estão presentes nos principais resultados apresentados. Isso significa que são preocupações presentes no grupo de empresários investigados, mas ainda sem a força da verbalização.

A esmagadora maioria dos conflitos é, em grande parte, fruto da falta de regulação da atividade por parte da autoridade pública responsável. Em última instância o principal espaço do conflito é criado pela inoperância do setor público. Os conflitos mais presentes na Costa Norte foram aqueles com governos locais, com autônomos do turismo e com empresas locais do setor turístico. Eles foram assentados sobre a falta de ação das prefeituras e sobre a falta de regulação da atividade turística, que abre espaço para disputas desleais e práticas excessivamente predatórias de mercado entre as empresas. O conflito foi percebido pela maioria como uma relação contraproducente, que leva à perda de chances de melhorar os negócios e as cidades. Todavia, permanece obscuro se essa resposta está condicionada pela percepção prévia antagônica ao conflito e pela resistência a tratar do tema. Em alguns poucos casos, o conflito foi reconhecido como uma força que gera ganhos, como elevação da autoestima, melhoria de relações entre empresários e comunidade, implantação de infraestrutura para a localidade, exemplificando situações em que é uma relação social vívida e crucial para a dinâmica de grupos.

As evidências da pesquisa levam a crer que ambos os aspectos das relações sociais, de cooperação e de conflito, coexistem organicamente. Contudo, a articulação entre cooperação e conflito remete a outras duas perguntas complementares e carentes de reflexão — ambientes menos conflituosos são mais propensos à cooperação? Os arranjos cooperativos tendem a diminuir os conflitos? A reflexão sugere que a cooperação ancora-se no conflito e que não o substitui, como interpretam os adeptos do antagonismo entre tais relações. Aparentemente, o conflito condiciona o aparecimento da cooperação e a cooperação também atua sobre o desenrolar dos conflitos. Os dados desta pesquisa

também indicam que a ausência de conflitividade não é condição necessária para a cooperação. Apontam também que onde há níveis muito altos de conflito a cooperação tem dificuldades de emergir.

Os **resultados das relações sociais sobre a sustentabilidade dos destinos** fazem emergir a necessidade de categorização de diferentes “cooperações” e diferentes conflitos. Algumas ações de cooperação mostram relação com o incremento percebido de resultados de sustentabilidade. Outras não. Paralelamente, alguns conflitos contribuem para resultados favoráveis à sustentabilidade. Outros não. A ideia central aqui consiste em — nem toda cooperação das MPE favorece a sustentabilidade, nem todo conflito faz o mesmo. O corolário disso é que nem todo conflito é somente danoso para a sustentabilidade, como também nem toda cooperação reverte em seu benefício, se quisermos tecer uma afirmação mais provocativa.

Se a pergunta fosse “qual destino é sustentável?”, a resposta mais plausível seria “nenhum”, nem na Costa Norte, dificilmente em algum outro lugar. Mas, alternativamente, se pode perguntar — quais ações levam a resultados e dimensões compatíveis com o que se espera da construção da sustentabilidade de um destino turístico? Afinal, o importante é saber não apenas se os atores da cadeia do turismo estão preocupados com a questão da sustentabilidade, mas, sobretudo, o que moveu esta tese — se estão agindo no rumo da sustentabilidade ou no sentido inverso. Afinal, a sustentabilidade não é um estado, mas um processo eternamente incompleto. Para reconhecer uma orientação a favor ou contra a sustentabilidade, foram utilizados parâmetros coletados a partir de certificações de destinos sustentáveis. Cinco pontos foram cruciais:

- o respeito às leis ambientais, particularmente em relação às unidades de conservação utilizadas para o turismo;
- o aumento do lucro empresarial;
- a ampliação das oportunidades de trabalho para os locais;
- o incremento do diálogo entre atores sociais vinculados ao turismo;
- a melhoria da infraestrutura local.

Esses parâmetros visam contemplar as esferas ambiental, econômico-empresarial, socioeconômica, institucional e territorial, originadas a partir do desdobramento da noção de sustentabilidade adotada. Entende-se aqui que a sustentabilidade só é possível com a consecução equilibrada desses resultados. Esse equilíbrio, no entanto, não é resultado de um somatório simples, nem é possível de ser concluído a partir dos dados coletados.

Ante os resultados empíricos observados, três categorias de ações cooperativas das MPE do turismo na Costa Norte afluíram — aquelas que contribuem para resultados coletivos; aquelas que contribuem para resultados individuais das empresas, e aquelas que não contribuem para qualquer resultado positivo. Na primeira categoria estão a participação

em conselhos municipais, a promoção de treinamentos em conjunto e a de educação ambiental do turista. Em diferentes medidas, essas ações contribuem para a dimensão ambiental, com a ampliação do respeito às leis ambientais, para a dimensão socioeconômica, com o aumento das oportunidades de trabalho para a comunidade local e territorial, com a melhoria da infraestrutura, e para a dimensão institucional, com o fortalecimento do diálogo entre atores sociais variados do turismo no destino. Na segunda categoria estão as ações de segurança para o turista, compras conjuntas, montagem de pacotes em grupo e cuidados partilhados com a unidade de conservação onde ocorre o turismo, todas refletindo no aumento do lucro individual da MPE. Não se pode esquecer que esse é um resultado também importante para assegurar a viabilidade em longo prazo e compor o quadro da sustentabilidade do destino turístico.

Que indícios se podem extrair da comparação entre as distintas ações, a partir de seus distintos resultados? Uma das linhas de interpretação é que ações cooperativas mais sistemáticas, que exigem interação constante para implantação, acordos e diálogos, são aquelas que contribuem com mais resultados para a sustentabilidade do destino. As ações com ganhos coletivos e individuais guardam uma complementaridade entre si e parecem importantes para a implantação de estratégias em busca de sustentabilidade que englobem MPE. Portanto, uma visão integradora da sustentabilidade requereria ações em ambas as direções.

O conselho municipal de turismo, no caso estudado, aparece como uma expressão da atuação dialogada entre as MPE da localidade e outros atores sociais relevantes para o turismo e como uma instância de governança que mostrou resultados favoráveis à sustentabilidade. Além disso, a participação em conselhos, que tendem a se preocupar com a gestão do bem comum, sugere a preocupação com o meio ambiente por parte dos empresários. A partir dos resultados encontrados, sugere-se que o conselho possa atuar sobre uma combinação de três ações: (1) treinamentos conjuntos, com a finalidade de melhorar as oportunidades de trabalho para os habitantes da cidade, (2) ações para a segurança do turista nas atividades de aventura, para melhorar a imagem dos destinos turísticos e incrementar o lucro empresarial; (3) ações para a educação ambiental do turista, a fim de minimizar danos causados pela atividade turística nas unidades de conservação e viabilizar a preservação de atrativos naturais para utilização em longo prazo. Espera-se que isso impacte positivamente a qualidade ambiental, os lucros empresariais e a competitividade, pois permite que o destino turístico se mantenha mais tempo fora da zona de declínio que o modelo do ciclo de vida prevê.

O universo pesquisado leva a crer que a cooperação mais autônoma, do ponto de vista do protagonismo das MPE, mais diversificada e com mais resultados favoráveis à

sustentabilidade, surgiu em um ambiente conflituoso e que conta com algumas peculiaridades:

a) os principais conflitos das MPE estão centrados não no poder público local, mas com os “meninos de rua” e autônomos. Esses conflitos parecerem motivar as MPE do turismo a se organizarem cooperativamente, apesar de seus desentendimentos anteriores, e mesmo a pressionar no sentido da ruptura da omissão por parte da autoridade pública.

b) o forte papel do parque nacional, como o principal atrativo turístico, na sobrevivência das empresas, o que potencializa a necessidade de cuidar do parque e, simultaneamente, de dialogar com o órgão ambiental responsável por ele.

c) a presença de atores externos que fomentam a cooperação entre grupos e premiam comportamentos cooperativos;

d) o momento vivido pelo destino turístico dentro de seu ciclo de vida. Talvez seja esta a conclusão mais importante e que dê mais pistas para verificação futura. Aparentemente, o destino em crescimento torna necessária a organização das ações ao redor de uma visão de futuro que potencializa a continuidade da expansão e o combate a um possível declínio. Parece mais difícil que as relações conflituosas tomem força e os arranjos cooperativos surjam em destinos que ainda não contam com atividade turística sistemática. Também parece que os arranjos cooperativos sejam menos propensos a emergir naquele destino consolidado, em que a atividade turística está sedimentada e conta com certa segurança de continuidade.

Quanto aos resultados do conflito, aqueles com as empresas externas ao destino e com o órgão ambiental, foram vistos como facilitadores de resultados como a criação e/ou o fortalecimento de grupos. Embora esse indício expresse um aspecto positivo para a coesão social, não pode ser tomado em si como positivo para a sustentabilidade antes de serem conhecidos os resultados das ações subsequentes desses grupos. Caso sejam grupos que promovem o diálogo, partilham poder e incrementam a democracia, a tendência é entendê-los como positivos para a sustentabilidade. Por outro lado, se concentram poder, excluem e fazem valer decisões corporativistas sem ganhos coletivos, não seriam considerados favoráveis à sustentabilidade do destino. É oportuno registrar o conflito como parte da conformação das ações cooperativas, como um dos motivadores para que a cooperação surja, a exemplo da constituição do conselho municipal de turismo em Barreirinhas. Portanto, mesmo que não seja abertamente reconhecido pelos entrevistados em suas funções positivas, o conflito parece um importante condicionante da própria cooperação.

No que tange à eficácia da opção teórico-metodológica do trabalho, a escolha de aliar teorias diversas, e por vezes divergentes, bem como abordagens qualitativas e quantitativas, pareceu a mais interessante para fazer avançar o tema de estudo dentro da perspectiva da complexidade. A ancoragem em diferentes teorias contribuiu por permitir a

consideração de um espectro mais amplo de fatores que podem influenciar as relações, embora tenha sido um caminho mais tortuoso e com menos certezas. A principal dificuldade do trabalho consistiu na conciliação balanceada entre as duas abordagens. O resultado final pendeu mais para as análises quantitativas do que para as qualitativas, quando o equilíbrio seria a alternativa ideal.

Para estudos futuros, recomenda-se, em primeiro lugar, desenvolver técnicas para pesquisar empiricamente o conflito. Técnicas mais apuradas podem oferecer uma alternativa à resistência em falar do conflito, desvendando com maior clareza temas com marcante desaprovação social. Outro ponto que merece aprofundamento, e que esta pesquisa apenas tangenciou, diz respeito aos efeitos perversos de alguns tipos de cooperação. A questão pede esforços para suplantar a base teórica que remete apenas à superação dos danos, à competição de mercado. Devem ser incorporados à discussão teórica os efeitos da “má cooperação” sobre o meio ambiente e a equidade social. Talvez, assim, as políticas públicas de estímulo à cooperação possam ser mais precisamente balizadas, levando em consideração o conhecimento de seus impactos, sejam eles positivos ou negativos.

Estudos futuros seriam proveitosos se conseguissem envolver uma gama mais ampla de possíveis condicionantes, para compreender as relações sociais entre as MPE. Parece interessante inserir na pesquisa sobre MPE, essencialmente familiares e pouco profissionalizadas, especialmente quando situadas em rincões do Brasil, visões antropológicas da cultura local e questões como gênero, etnia, filiação política e religiosa, entre outras. Isso abre o horizonte para levar em consideração, de modo mais contundente, especificidades como os elementos de cultura pré-capitalista identificados e os aspectos subjetivos próprios desses microcosmos, preocupações mais afeitas a abordagens qualitativas.

Acima de todos esses, o ponto que mais chama atenção para desenvolvimento futuro de estudos sobre as relações que envolvem as MPE diz respeito a analisar, mais a fundo e a partir de um número maior de destinos turísticos, a relação entre o momento do ciclo de vida e as articulações de cooperação e conflito ao redor do turismo. Essa investigação inaugura um amplo projeto de pesquisa que tem grande alcance teórico e forte riqueza empírica no cenário nacional. Potencializa ainda o desenho de políticas mais específicas para as distintas realidades dos destinos turísticos brasileiros.

Diversas perguntas foram feitas ao longo da realização do trabalho. Para muitas delas não foram dadas respostas. Esta tese, porém, se encerra com a impressão genuína de que novas questões foram formuladas, inaugurando um longo caminho que convida à pesquisa de relações sociais, turismo, micro e pequenas empresas, desenvolvimento e sustentabilidade. Temas a serem apreciados em sua complexidade como um mosaico.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. In **Economia Aplicada**, v. IV, n. 2, abril/junho 2000, p. 379-397, 2000

_____. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. In **Tempo Social**, v. 16, n., p. 35-64, 2004

ACERENZA, M.Á. **Administração do Turismo**. Bauru: EDUSC, 1, 2002 (Coleção Turis)

AECID *et al.* **Projeto de desenvolvimento do setor turístico na área de influência do parque dos Lençóis Maranhenses - Maranhão - Brasil**. Agência Espanhola de Cooperação. Brasília, 2004

ALMEIDA, A.C. **A cabeça do brasileiro**. Rio de Janeiro: Record, 2007

AMATO NETO, J. **Redes de Cooperação Produtiva e Clusters Regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas, 2000

AÑAÑA, E. *et al.* Comunidades virtuais e segmentação de mercado: uma abordagem exploratória usando redes neurais e dados da comunidade orkut. In **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 1, p. 41-63, 2008

ANDRIOTIS, K. Scale of hospitality firms and local economic development - evidence from Crete. In **Tourism Management**, v. 23, n. 4, p. 333-341, 2002

ARRUDA, R. "Populações tradicionais" e a proteção dos recursos naturais em unidades de conservação. In **Ambiente & Sociedade**, v. 5, n. II, p., 1999

AUMANN, R.; HART, S.O. **Handbook of the game theory with economic applications** Holanda: Elsevier, 1, 1992

AXELROD, R. **The Evolution of Cooperation**. New York: Penguin Books, 1990

BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2005

BARBETTA, P.A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: UFSC, 1998

BECATTINI, G. Os Distritos Industriais na Itália. In: COCCO, G. U., ANDRÉ; GALVÃO, ALEXANDER (ORGS) (org.). **Empresários e Empregos nos Novos Territórios Produtivos: o caso da terceira Itália**. Rio de Janeiro, 2002

BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2003

BENKO, G. Distritos Industriais e Governança das Economias Locais: o caso da França. In **Interações – Revista Internacional de Desenvolvimento Local** v. 6, n. 9, setembro, p. 9-24, 2004

BESSANT, J.; FRANCIS, D. Using Learning Networks to Help Manufacturing Competitiveness. In **Technovation**, v. 19, n., p. 373-381, 1999

BINSWANGER, H.C. Fazendo a sustentabilidade funcionar. In: CAVALCANTI, C. O. (org.). **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, 1999, p.41-55

- BIRNBAUM, P. Conflitos. In: BOUDON, R. O. (org.). **Tratado de Sociologia**. Rio de Janeiro, 1995, p.247-282
- BISQUERRA, R. *et al.* **Introdução à Estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: Porto Alegre, 2004
- BNDES. **Arranjos Produtivos Locais e Desenvolvimento – versão preliminar**. Brasília, 2004
- BOBBIO, N. *et al.* **Dicionário de Política**. Brasília: UnB, 1, 1995
- BORGATTI, S.P. *et al.* Ucinet for Windows. **Software for Social Network Analysis**. Harvard:MA: Analytic Technologies, 2002
- BORGATTI, S.P.; JONES, C. Network Measures of Social Capital. In **Connections**, v. 21, n. 2, p. 36, 1998
- BOSCHI, R. **Arte da Associação: políticas de base e democracia no Brasil**, 1987
- BOSSSEL, H. **Indicators for Sustainable Development: Theory, Method, Applications. A report to the Balaton Group**. IISD (International Institute For Sustainable Development Institute International Du Développement Durable), 1999
- BRAMWELL, B.; LANE, B. (Eds). **Tourism Collaboration and Partnerships: Policies, Practice and Sustainability**. Clevedon: Channel View v., p. ed, 2000
- BUHALIS, D. Marketing the Competitive Destination of the future. In **Tourism Management**, v. 21, n., p. 97-116, 2000
- BURNS, P.M. **Turismo e Antropologia: uma introdução**. São Paulo: Chronos, 2002
- BURSZTYN, M. Armadilhas do progresso: contradições entre economia e ecologia. In **Revista Sociedade e Estado**, v. x, n. 1, p. 97 – 124, 1995
- BURSZTYN, M.A.; BURSZTYN, M. Desenvolvimento Sustentável: a biografia de um conceito. In: NASCIMENTO, E. P. do. V., JOÃO NILDO (ORGS.) (org.). **Economia, Meio Ambiente e Comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2006
- BUTLER, R. The concept of a tourist area life cycle of evolution: implications for the management of resources. In **Canadian Geographer**, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980
- CAILLÉ, A. Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. In **Revista Brasileira de Ciências Sociais [online]**, v. 13, n. 38, p., 1998
- _____. O princípio de razão, o utilitarismo e o antiutilitarismo. In **Sociedade e Estado**, v. 16, n. 1-2, p., 2001
- CALLENS, I.; TYTECA, D. Towards indicators of sustainable development for firms: a productive efficiency perspective. In **Ecological Economics** v. 28, n., p. 41–53, 1999
- CÂNDIDO, G. A formação de redes interorganizacionais como mecanismo para geração de vantagem competitiva e para promoção do desenvolvimento regional: o papel do Estado e das políticas públicas neste cenário. In **Revista Eletrônica de Administração**, v. 8, n. 4, p., 2002

- CAPORALI, R.; VOLKER, P. **Metodologia de Desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais: projeto PROMOS – Sebrae**. Brasília: Sebrae, 2004
- CAPRA, F. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002
- CARÚS-RIBALAYGUA, L. Destino Turístico Recreativo de Alta Montaña: modelos actuales de análisis y dirección estratégica. In **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v., n., p., 2003
- CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L.H. **Redes de Pequenas e Médias Empresas e Desenvolvimento Local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana**. . São Paulo: Atlas, 1999
- CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, M.H.M. O Enfoque em sistemas Produtivos e Inovações Locais. In: FISCHER, T. O. (org.). **Gestão do Desenvolvimento e Poderes Locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002
- CASSON, M.; GIUSTA, M.D. Entrepreneurship and Social Capital: Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective. In **International Small Business Journal**, v. 25, n. 3, June 1, 2007, p. 220-244, 2007
- CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999
- _____. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000
- CAVALCANTI, C. Políticas de Governo para o Desenvolvimento Sustentável. In **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, v., n., p. 21-40, 1999
- CDS/UNB. **Carta de Potencialidades e Problemas do Turismo na Costa Norte**. Projeto Turismo Sustentável. Convênio MTUR, AECID, IABS. Brasília, 2008
- CHIAVERSIO, M. *et al.* From Local Networks of SMES to Virtual Districts? Evidence from recent trends in Italy. In **Research Policy**, v. 33, n., p. 1509-1528, 2004
- CLARKE, J. A Framework of Approaches to Sustainable Tourism. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 5, n. 3, p., 1997
- _____. Trade Associations: An Appropriate Channel for Developing Sustainable Practice in SMEs? In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 12, n. 3, p., 2004
- CLAVER-CORTÉS, E. *et al.* Competitiveness in Mass Tourism. In **Annals of Tourism Research**, v. 34, n. 3, p. 727–745, 2007
- COMISSIÓN EUROPÉA, U.E. **Estructura, funcionamiento y competitividad del turismo europeo y de suas empresas**. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo, 2003
- COSER, L. **The functions of social conflict**: The Free Press, 1964
- COSTA, M.T. As pequenas e médias empresas no desenvolvimento local: conceitos e experiências. In: GUIMARÃES, N.; MARTIN, S. (org.). **Competitividade e Desenvolvimento: atores e instituições locais**. São Paulo: SENAC, 2001, p.109-126. (Trabalho e Sociedade)
- COTTRELL, S. *et al.* Measuring the Sustainability of Tourism in Manuel Antonio and Texel: a tourist perspective. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 12, n. 5, p., 2004

CURY, R. Logística Aplicada ao Turismo. In **Turismo: uma visão empresarial. RUSCHMANN, Doris van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (orgs.)**, v., n., p., 2004

DALY, H. Políticas para o Desenvolvimento Sustentável. In: CAVALCANTI, C. O. (org.). **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, 1999, p.179-192

_____. Crescimento Sustentável? Não, obrigado. In **Ambiente e Sociedade**, v. 7, n. 2, p., 2004

DARHENDORF, R. **O conflito social moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 1992

DEWHURST, P.; HOROBIN, H. Small business owners. In: THOMAS, R. (org.). **The Management of Small Tourism and Hospitality Firms**. London/NY: Cassell, 1998, p.19-38

DOTTO, D.M.R.; WITTMANN, M.L. As Redes de Pequenas e Médias Empresas do Vale do Rio Pardo e Taquari do Rio Grande do Sul, Brasil: uma análise de estratégias de cooperação empresarial e desenvolvimento regional. In **VII Congresso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública**, v., n., p. 28-31, 2003

DRUMMOND, J.A. Conceitos básicos para a análise de situações de conflito em torno de recursos naturais. In: BURSTYN, M. (org.). **A Difícil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001

DUARTE, L.M.; WHERMANN, M. Desenvolvimento e Sustentabilidade: desafios para o século XXI. **Revista CAR** 2002

DUARTE, R. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. In **Cadernos de Pesquisa [online]**, v. 115, n., p. 139-154, 2002

DWYER, L.; KIM, C. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. In **Current Issues in Tourism**, v. 6, n. 5, p. 369-390, 2003

DYMOND, S.J. Indicators of Sustainable Tourism in New Zealand: A Local Government Perspective. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 5, n. 4, p., 1997

EVANS, N. *et al.* **Strategic Management of Travel and Tourism**. Oxford: Elsevier, 2003

FARAH JÚNIOR, M.F. Desenvolvimento Local e Comportamento dos Agentes econômicos: estratégias empresariais pró-ativas ou reativas? **Revista FAE**. 2: 13-22 p. 2001

FARIAS, J.S.; TEIXEIRA, R.M. A pequena e micro empresa e o meio ambiente: a percepção dos empresários com relação aos impactos ambientais. In **Organizações e Sociedade**, v. 9, n. 23, p., 2002

FARRELL, A.; HART, M. What does sustainability really mean? The search for useful indicators. In **Environment**, v. 40, n. 9, p., 1998

FLORES, M. O ciclo de vida do destino turístico: estudo de caso do Balneário de Búzios. In: CARVALHO, C. L. D. B., LUIS GUSTAVO (ORGS) (org.). **Discussões e propostas para o turismo no Brasil**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2006

FONT, X.; HARRIS, C. Rethinking standards from green to sustainable. In **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 4, p. 986-1007, 2004

FONTANELLA, B.J.B. *et al.* Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. In **Cad. Saúde Pública**, v. 24, n. 1, p., 2008

- FONTELES, J.O. **Turismo e Impactos Sócio-Ambientais**. São Paulo: Aleph, 2004
- FRANCO, M.J.B. Tipologia de processos de cooperação empresarial: uma investigação empírica sobre o caso português. In **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3, p., 2007
- FREEMAN, L.C. Centrality in Social Networks: conceptual clarification. In **Social Networks**, v. 1, n., p. 215-239, 1979
- FREY, K. A dimensão político-democrática nas teorias de desenvolvimento sustentável e suas implicações para a gestão local. In **Ambiente & Sociedade** v., n. 9, p., 2001
- FYALL, A.; GARROD, B. From competition to collaboration in the tourism industry. In: THEOBALD, W. F. (org.). **Global Tourism**. Oxford: Butterworth Heinemann, 2005
- GALVÃO, O. Clusters e distritos industriais: estudos de casos em países selecionados e implicações de política. In **Planejamento e Políticas Públicas**, v., n. 21, p. 211-259, 2000
- GAMBETTA, D. Can We Trust Trust? . In: GAMBETTA, D. E. (org.). **Trust: Making and Breaking Cooperative Relations**. 213-237, 2000
- GARTNER, W. Small scale enterprises in the tourism industry in Ghanas's central region. In: PEARCE, D.; BUTLER, R. (org.). **Contemporary issues in tourism development**. London/NY: Routledge, 2002, p.158-175
- GERRANS, P.; HUTCHINSON, B. Sustainable development and small to medium-sized enterprises: a long way to go. In: HILLARY, R. E. (org.). **Small and Medium-Sized Enterprises and the Environment: Business Imperatives** Greenleaf Publishing, 2000
- GILLINSON, S. **Why Cooperate? A Multi-Disciplinary Study of Colletive Action**. Overseas Development Institute Working, 2004
- GLASBERGEN, P. Setting the scene: the partnership paradigm in the making. In: GLASBERGEN, P.;BIERMANN, F.;MOL, A. (org.). **Partnerships, Governance and Sustainable Development: reflections on theory and practice**. UK: Edward Elgar Publishing, 2007
- GODBOUT, J. Introdução à dádiva. In **Revista Brasileira das Ciências Sociais**, v. 13, n. 38, p., 1998
- _____. **O Espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999
- GOELDNER, C. *et al.* **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002
- GOHN, M.D.G. **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo: Loyola, 1997
- GOSS, D. **Small business and society**. London: Routledge, 1991
- GÖYMEN, K. Tourism and Governance in Turkey. In **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 4, p. 1025-1048, 2000
- GRANOVETTER, M. The Strengthof weak ties. In **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973

_____. Threshold Models of Collective Action. In **American Journal of Sociology**, v., n., p. 1420-1443, 1978

GRAY, B. The Process of Partnership Construction: Anticipating obstacles and enhancing the likelihood of successful partnerships for sustainable development. In: GLASBERGEN, P.;BIERMANN, F.;MOL, A. (org.). **Partnerships, Governance and Sustainable Development: reflections on theory and practice**. UK: Edward Elgar Publishing, 2007

GRAY, B. *et al.* Intractable Conflict: New Perspectives on the Causes and Conditions for Change. In **American Behavioral Scientist**, v. 50, n. 11, July 1, 2007, p. 1415-1429, 2007

GRIFFIN, T.; BOELE, N. Alternative paths to sustainable tourism: problems, prospects and pipe dreams. In: GO, F.;JENKINS, C. (org.). **Tourism and Economic Development in Asia and Australasia**. London: Cassell, 1997, p.322-337

GUIMARÃES, R.P. Desenvolvimento Sustentável: da retórica à formulação das políticas públicas. In **BECKER, Bertha K; MIRANDA, Mariana (orgs). A Geografia Política do Desenvolvimento Sustentável**, v., n., p. 13-44, 1997

GULATI, R. *et al.* **Strategic Networks**, 2004

HALL, C.M. **Planejamento Turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001

HALL, M.; RUSHER, K. Risky lifestyles? Entrepreneurial characteristics of the New Zealand Bed and Breakfast sector. In: THOMAS, R. (org.). **Small firms in tourism: international perspectives**. UK: Elsevier, 2004, p.84-96

HANSEN, M.; NOHRIA, N. How to Build Collaborative Advantage. In **MIT Sloan Management Review**, v. 46, n. 1, p., 2004

HARDI, P.; ZDAN, T. **Assessing sustainable development: principles in practice**. Winnipeg: IISD, 1997

HARDIN, G. The Tragedy of the Commons. In **Science**, v. 162, n., p. 1243-1248, 1968

HARRISSON, D. Sustainability and tourism: reflections from a muddy pool. In: BRIGUGLIO, L.;ARCHER, B.;JAFARI, J. W., G. (org.). **Sustainable Tourism in Islands and Small States: issues and policies**, 1996, p.69-89

HARSANYI, J. **Rational behaviour and bargaining equilibrium in games and social situations**. Cambridge: Cambridge University Press, 1977

HASSAN, S.S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. In **Journal of Tourism Research**, v. 38, n., p. 239-245, 2000

HASTENREITER FILHO, H.N.; SOUZA, C.M. Redes de Cooperação no Contexto das Políticas Públicas: Aspirações e Resultados dos Principais Programas Nacionais. **Encontro Nacional de Administração Pública e Governança**. Rio de Janeiro, 2004

HERRERA, A. (Eds). **A crise da espécie**. Que Crise é Essa? São Paulo: Brasiliense, v., p. 56-68, Que Crise é Essa?ed, 1984

HILLARY, R. **Small and Medium-Sized Enterprises and the Environment: business imperatives** Greenleaf, 2000

- HOFFMANN, V.E.; COSTA, H.A. Competitividade Sistêmica em Destinos Turísticos: um estudo a partir da Cooperação, Confiança e Comunicação entre Micro e Pequenas Empresas. **XXXII Encontro da Anpad**. Rio de Janeiro, 2008
- HOPWOOD, B.M., MARY; O'BRIEN, GEOFF. Sustainable development: mapping different approaches. In **Sustainable Development**, v. 13, n. 1, p. 38, 2005
- HOROBIN, H.; LONG, J. Sustainable tourism: the role of the small firm. In **International Journal of Hospitality Management**, v. 8, n. 5, p. 15-19, 1996
- HOVINEN, G. Revisiting the destination lifecycle model. In **Annals of Tourism Research** v. 29, n. 1, p. 209-230, 2002
- HUNTER, C. Sustainable Tourism as an Adaptative Paradigm. In **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 4, p. 850-867, 1997
- _____. Aspects of the sustainable tourism debate from a natural resources perspective. In: HARRIS, R. G., T.; WALL, G. (EDS) (org.). **Sustainable Tourism: a global perspective** Oxford, 2002, p.3-33
- HUXHAM, C. *et al.* The Oxford Handbook for Interorganizational Relations. In: HUXHAM, C.;EBERS, M.;CROOPER, S.;RING, P. (org.), 2008
- IBAMA. Parques Nacionais. www.ibama.gov.br. Acesso em 12/06/2006
- IBGE. **Cadastro Central de Empresas do IBGE - 2005**. Rio de Janeiro, 2005
- _____. Perfil Municipal. www.ibge.gov.br. Acesso em 20/01/2006
- _____. **Economia do Turismo: análise das atividades características do turismo 2003**. Rio de Janeiro, 2007
- INSTITUTO MARCA BRASIL *et al.* **Vivências Brasil: aprendendo com o turismo nacional. Roteiro Integrado: Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses**. 2006
- IRVING, M. *et al.* SIMPARC: Desenvolvendo tecnologia social para a gestão de parques nacionais. **Encontro Nacional da Anppas**. Brasília, 2008
- JACOBI, P.R. Espaços públicos e práticas participativas na gestão do meio ambiente no Brasil. In **Sociedade e Estado**, v. 18, n. 1, p. 1-408, 2003
- JAMAL, T.B.; GETZ, D. Collaboration theory and community tourism planning. In **Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 1, p. 186-204, 1995
- JARILLO, J.C. On Strategic Networks. In **Strategic Management Journal**, v. 9, n., p. 31-41, 1988
- JOHNSTON, R.J.; TYRRELL, T.J. A Dynamic Model of Sustainable Tourism. In **Journal of Travel Research**, v. 44, n., p., 2005
- KERLINGER, F.N. **Metodologia da Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: EPU, 1979
- KHANNA, T. *et al.* The Dynamics of Learning Alliances: competition, cooperation and relative scope. In **Strategic Management Journal**, v. 19, n., p. 193-210, 1998

- KO, J.T.G. Assessing Progress of Tourism Sustainability. In **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 3, p. 817-820, 2001
- KOPELMAN, S. *et al.* Factors influencing cooperation in common's dilemmas: a review of experimental psychological research. In: OSTROM, E. E. A. (org.). **The Drama of the Commons**. Washington: National Academic Press, 2002
- KRIESBERG, L. **Constructive conflicts: from escalation to resolution** Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2003
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo: por uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2003
- LAGE, B.H.G.; MILONE, P.C. **Economia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2001
- LANIADO, R.N. Troca e reciprocidade no campo da cultura política. In **Sociedade e Estado** v. 16, n. 1-2, p., 2001
- LEFF, E. **Aventuras da Epistemologia Ambiental: da articulação das ciências ao diálogo dos saberes**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004
- LEIPER, N. Environmental impacts and ecosystems for tourism. In **Tourism Management**, v., n., p. 160-189, 1995
- _____. **Tourism Management**. London: Pearson Sprint Print, 2003
- LENZI, C.L. **Sociologia Ambiental: risco e sustentabilidade na modernidade**. Bauru: EDUSC, 2006
- LILJEROS, F. The web of human sexual contacts. In **Nature**, v. 411, n., p., 2001
- LIMA/COPPE/UFRJ, M.D.T.M. **Avaliação Ambiental Estratégica: linha de base aspectos do turismo na Costa Norte**. 2006
- LINS, H.N. Florianópolis: cluster turístico? In **Turismo em Análise**, v. 11, n. 2, p. 45-54, 2000
- LITTLE, P. Os Conflitos Socioambientais: um campo de estudo e ação política. In: BURSZTYN, M. O. (org.). **A Difícil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais**Garamond, 2001, p.107-122
- LIU, Z. Sustainable tourism development: a critique. In **Journal of Sustainable tourism** v. 11, n. 6, p., 2003
- LOCKE, R. Trust building. In **Econômica**, v. 3, n. 2, p. 253-281, 2001
- LOCKTOV; CLAGETT. **The Art of Mosaic Design: a collection of contemporary artists**. Gloucester: Rockport, 2002
- LOVELOCK, B. Why It's Good To Be Bad: The Role of Conflict in Contributing Towards Sustainable Tourism in Protected Areas. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 10, n. 1, p., 2002
- LUNAS, J.R.D.S. **Turismo Sustentável: descrição e avaliação da gestão do turismo de Bonito - MS**. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília Brasília, 2000.

_____. **Ecoturismo SA: sustentabilidade, dilemas e perspectivas do turismo na Serra da Bodoquena - MS.** (Doutorado). Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

LUNDTORP, S.; WANHILL, S. The resort lifecycle theory: generating processes and estimation. In **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 4, p. 947–964, 2001

MACIEL, M.L. Confiança, capital social e desenvolvimento. In **Econômica**, v. 3, n. 2, p., 2001

MAINLY, B. **Multivariate Statistical Methods: a primer.** USA: Chapman & Hall, 2000

MAITLAND, R. Conviviality and everyday life: the appeal of new areas of London for visitors. In **The International Journal of Tourism Research**, v. 10, n. 1, p. 15, 2008

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** Porto Alegre: Bookman, 2001

MARSHALL, A. **Princípios de economia.** São Paulo: Abril Cultural, 1982

MARTELETO, R.M.; OLIVEIRA E SILVA, A.B.D. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. In **Ci. Inf.**, v. 33, n. 3, p. 41-49, 2004

MARTINS, G. **Estatística Geral e Aplicada.** São Paulo: Atlas, 2002

MATTOS, F.F.; IRVING, M.D.A. Delta do Parnaíba nos rumos do ecoturismo: um olhar a partir da comunidade local. In **Caderno Virtual de Turismo**, v. 3, n. 4, p., 2003

MCINTYRE, S.E. Como as pessoas gerem o conflito nas organizações: estratégias individuais negociais. In **Análise Psicológica**, v., n., p. 295-305, 2007

MDIC. **Arranjos Produtivos Locais.** 2006

MEADOWS, D. **Indicators and Information Systems for sustainable Development: a report to the Balaton Group.** Organization for Economic Co-operation and Development. Vermont, USA, 1998

MELO, G.M.D.; IRVING, M.D.A. Interpretação dos Conflitos como elemento para gestão de PARNAS na região de fronteira da Amazônia: temas de conflito no caso Vila Brasil. **Seminário sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social 2007**

MERTENS, F. *et al.* Network Approach for Analyzing and Promoting Equity in Participatory Ecohealth Research. In **Ecohealth**, v. 2, n., p. 1-15, 2005

MEYER-STAMER, J. Estratégias de Desenvolvimento Local e Regional: Clusters, Política de Localização e Competitividade Sistêmica. In **Policy Paper**, v., n. 28, p., 2001

MILLER, G. The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers. In **Tourism Management**, v. 22, n. 4, p. 351-362, 2001

MOLINA-MORALES, F.X.H., VALMIR E. Aprendizagem através de redes sociais: o efeito da proximidade geográfica. **Revista Inteligência Empresarial**: 4 p. 2002

MOLINA, F. Jericoacoara: de vila de pescadores a destino internacional. In: CRUZ, R. D. C. (org.). **Geografias do turismo: de lugares a pseudolugares.** São Paulo: Roca, 2007

- MOORE, W.W., PETER. The tourism area lifecycle and regime switching models. In **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 1, p. 112-126, 2005
- MORIN, E. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005
- MOTA, J.A. **O Valor da Natureza: economia e política dos recursos ambientais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001
- MOTA, L.A.E. Dádiva e Sociabilidade no Brasil. In **Revista Antropológicas: religião, gênero e saúde**, v. 13, n., p., 2002
- MTUR. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007**. Brasília, 2003
- _____. **Plano Cores do Brasil: diagnóstico I e II**. Brasília, 2005
- NASCIMENTO, E.P. do Os Conflitos na Sociedade Moderna: uma introdução conceitual. In: BURSZTYN, M. O. (org.). **A Difícil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001, p.85-106
- NORDIN, S. **Tourism clustering and Innovation: paths to economic growth and development**, 2003
- NORDIN, S.; SVENSSON, B. The Significance of Governance in Innovative Tourism Destinations. **55th Aiest Conference: Innovation in Tourism** Brainerd/Minnesota (USA) 2005
- NORGAARD, R. Valoração ambiental na busca de um futuro sustentável In: CAVALCANTI, C. O. (org.). **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**, 1999, p.83-92
- NORTH, D.C. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge Cambridge University Press, 1990
- NORUSIS, M. **SPSS 11.0 Guide to Data Analysis**. New Jersey: Prentice Hall, 2002
- NOVAES, R.C. **Cooperação e conflito nas águas da bacia do rio Paraíba do Sul: limites e possibilidades de gestão integrada no “trecho paulista”**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- NSSD. A Guide To Key Issues And Methods For Analysis. a prompt for status reviews and dialogues, National Strategies for Sustainable Development, 2006. www.nssd.net
- NUNES, B.; MARTINS, P.H. Apresentação: dádivas e solidariedades urbanas. In **Sociedade e Estado** v. 16, n. 1-2, p., 2001
- OCDE. **OCDE Small and Medium Enterprise Outlook**. 2002
- _____. **Tourism in OECD Countries 2008**. 2008
- OLAVE, M.E.L.; AMATO NETO, J. Redes de Cooperação Produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. In **Gestão & Produção**, v. 8, n. 3, p. 289-303, 2001
- OLSON, M. **A Lógica da Ação Coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais**. São Paulo: EDUSP, 1999

OSTROM, E. **Governing the commons: the evolution of institutions for collective action**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990

_____. How types of goods and property rights jointly affect collective action. In **Journal of Theoretical Politics**, v. 15, n. 3, p. 239-270, 2003

PAGE, S.J. *et al.* Small business development and tourism: *terra incognita?* In **Tourism Management**, v. 20, n. 4, p. 435-459, 1999

PASQUALI, R. **Parcerias público-privadas na gestão dos serviços turísticos em Parques Nacionais: possibilidades para o Parque Nacional da Chapada dos Guimarães - MT**. Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camború, 2006. 138p

PEARCE, D. An Intellectual History of Environmental Economics. In **Annual Rev. Energy Environment**, v., n. 27, p. 57-81, 2002

PENA-VEGA, A. **O Despertar Ecológico: Edgar Morin e a ecologia complexa**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003

PEREIRA, J.C.R. **Análise de Dados Qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. São Paulo: USP, 2001

PNUD. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**. 2006

POGGI E BORGES, M.; RUSCHMANN, D.V.D.M. Determinantes da Competitividade no Mercado Turístico: estudo da vantagem comparativa em Águas de São Pedro. In **Turismo em Análise**, v. 15, n. 2, p. 216-228, 2004

PORTAL DO MAR. **A Zona Costeira Cearense**. www.portaldomar.org.br, 2006

PORTER, M. Clusters and the New Economics of Competition. In **Harvard Business Review**, v., n., p., 1998

POWELL, W.W. Neither Market nor Hierarchy: network forms of organization. In **Research of Organizational Behavior**, v. 12, n., p. 295-336, 1990

PRETTY, J. Social Capital and the Collective Management of Resources. In **Science**, v. 302, n., p., 2003

PRIMO, A. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. In **Revista de Comunicação e Cultura**, v. 3, n. 1, p. 38-74, 2005

PRODETUR CEARÁ BRASIL. **Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo**. Governo do Estado do Ceará. Fortaleza, 2002

PROOPS, J. *et al.* Realizando um mundo sustentável e o papel do sistema político na consecução de uma economia sustentável. In: CAVALCANTI, C. O. (org.), 1999, p.104-112

PUTNAM, R.D. **Comunidade e Democracia: experiência da Itália moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 2006

PYKE, F.; SENGENBERGER, W. **Los distritos industriales y las pequenas empresas: distritos industriales y regeneracion economica local**, 3, 1993

_____. Distritos Industriais e Recuperação Econômica Local: questões de pesquisa e de política. In: COCCO, G. U., ANDRÉ; GALVÃO, ALEXANDER (ORGS) (org.). **Empresários e Empregos nos Novos Territórios Produtivos: o caso da terceira Itália**, 2002

RAMIREZ-RANGEL, H. Avaliando o terreno: fundamentos sociais e institucionais da cooperação da pequena empresa. In: GUIMARÃES, N.; MARTIN, S. (org.). **Competitividade e Desenvolvimento: atores e instituições locais**. São Paulo: Senac, 2001

RAPOPORT, A. **Lutas, Jogos e Debates**. Brasília: UnB, 1998

RICHARDS, G.; HALL, D. The community: a sustainable concept in tourism development. In: RICHARDS, G.; HALL, D. (org.). **Tourism and Sustainable Community Development**. London: Routledge, 2002, p.1-15

RICHARDSON, R.J.E.A. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999

RODRIGUES, A.M. A Utopia da Sociedade Sustentável. In **Ambiente e Sociedade** v. 2, n. 1, p. 133-138, 1998

RODRIGUES, C.G.D.O. **O uso do público nos parques nacionais: a relação entre as esferas pública e privada na apropriação da biodiversidade**. (Doutorado). Centro de Desenvolvimento Sustentável Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável**. Campinas: Papyrus, 2002

RUSSELL, R.; FAULKNER, B. Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle. In **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 3, p. 556–579, 2004

SAARINEN, J. Traditions of sustainability in tourism studies. In **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 4, p. 1121-1140, 2006

SACHS, I. Em busca de novas estratégias de desenvolvimento. In **Estudos Avançados**, v., n., p., 1995

_____. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000

_____. **Desenvolvimento Humano, Trabalho Decente e o Futuro dos Empreendedores de Pequeno Porte no Brasil**, 2002

_____. **Desenvolvimento Incluyente, Sustentável, Sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004

SANTA-RITA, T.G. Epistemologia básica para (re)pensar o meio ambiente. In: HERCULANO, S. (org.). **Meio Ambiente: questões conceituais**, 2000, p.157-178

SCHUMACHER, E.F. **O Negócio é ser Pequeno**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997

SCOTT, J.P. **Social Network Analysis: A Handbook**. London: Sage, 1991

SEBRAE. **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil** Brasília, 2004

_____. **Arranjos Produtivos Locais**. Sebrae, Promos. Brasília, 2005a

_____. **Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas**. Brasília, 2005b

_____. **Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil 2003–2005**. Brasília, 2007

SEBRAE *et al.* **Planejamento Roteiro Turístico Integrado: Jericoacoara, Delta do Parnaíba, Lençóis Maranhenses**. 2006

SELIN, S.; BEASON, K. Interorganizational Relations in Tourism. In **Annals of Tourism Research**, v. 18, n., p. 639-652, 1991

SELIN, S.; CHÁVEZ, D. Developing an Evolutionary Tourism Partnership Model. In **Annals of Tourism Research**, v. 22, n., p. 844-856, 1995

SHARPLEY, R. Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 8, n. 1, p., 2000

SILVA, D.L.B. **Turismo em Unidades de Conservação: contribuições para uma prática de turismo mais sustentável no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses**. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

SIMMEL, G. **Conflict & the web of group-affiliations**. New York: Free Press, 1969

SINGER, P. Economia solidária versus economia capitalista. In **Sociedade e Estado** v. 16, n. 1-2, p., 2001

SMITH, A. *et al.* Small Firms and the Environment. In **Journal of Tourism Research**, v. 38, n., p. 239-245, 2003

SMITH, S.L.J. How Big, How Many? Enterprise Size Distributions in Tourism and Other Industries. In **Journal of Travel Research**, v. 12, n., p. 243-254, 2006

SONMEZ, S.F. *et al.* Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. In **Journal of Travel Research**, v. 38, n. 1, August 1, 1999, p. 13-18, 1999

SOUTO-MAIOR, A.P. **Business Strategies and interfirm cooperation intourism: an investigation to identify degrees of industrial behavior displayed by tourism related firms within a tourist destination region**. University of Technology of Sydney, Sydney, 2005.

STEAR, L. Notas resumidas sobre origens, rotas de viagens e destinos turísticos 1987

SUZIGAN, W. *et al.* Sistemas Locais de Produção: mapeamento, tipologia e sugestões de políticas. **XXXI Encontro Nacional de Economia** Porto Seguro, BA, 2003

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável: setor público e cenários geográficos**. São Paulo: Aleph, 2000

TEIXEIRA, A.C.C., (ORG.). **Os sentidos da democracia e da participação**: Instituto Pólis, 2005

THE ROYAL SWEDISH ACADEMY OF SCIENCES. **Robert Aumann Prize Lecture**. 2005a

_____. **Robert Aumann's and Thomas Schelling's Contributions to Game Theory: Analyses of Conflict and Cooperation**. 2005b

THEODORO, S.H.O.U.C.A. Uma Crise Anunciada. In: THEODORO, S. H. O. (org.). **Mediação de Conflitos Socioambientais**Garamond, 2005

THOMAS, R. An introduction to the study of small tourism and hospitality firms. In: THOMAS, R. (org.). **The management of small tourism and hospitality firms**. London/NY: Cassell, 1998, p.1-17

_____. International perspectives on small firms in tourism: a synthesis. In: THOMAS, R. (org.). **Small firms in tourism: international perspectives**. Uk: Elsevier, 2004, p.1-16

_____. Tourism partnerships and small firms: power, participation and partition. In **Entrepreneurship and Innovation**, v. 8, n. 1, p. 37-43, 2007

TRIVERS, J.; MILGRAN, S. A Experimental Study of the Small World Problem. In **Sociometry**, v. 32, n. 4, p. 425-443, 1969

TREMBLAY, P. The Economic Organization of Tourism. In **Annals of Tourism Research**, v. 25, n. 4, p. 837-859, 1998

UNEP. **Integrating sustainability into business: a management guide for responsible tour operations**. UNITED NATIONS ENVIROMENT PROGRAMME, 2005

URRY, J. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, 1999

VALENTE, T.W.; DAVIS, R.L. Accelerating the Diffusion of Innovations Using Opinion Leaders. In **The Annals of the American Academy AAPS**, v. 566, n., p., 1999

VALENTE, T.W.; PUMPUANG, P. Identifying opinion leaders to promote behavior changes. In **Health Education & Behavior**, v. 34, n. 6, p. 881-896, 2007

VALLEJO, L.R. Conflitos territoriais nos parques estaduais do Desengano, da Serra da Tiririca e da Ilha Grande, RJ. **III Seminário sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social 2007**

VALLS, J.-F. **Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV, 2006

VAN BELLEN, H.M. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. Rio de Janeiro: FGV, 2005

VEIGA, J.E.D. **Meio Ambiente e Desenvolvimento**. São Paulo: SENAC SP, 2006

VERA-REBOLLO, J.F.; BAIDAL, J. Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torrevieja, Spain. In **Journal of Sustainable Tourism**, v. 11, n. 2-3, p., 2003

VIEIRA, J.F.L. **Voucher único um modelo de gestão da atividade turística em Bonito - MS**. (Dissertação de Mestrado). Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2003.

VINHA, V.D. As empresas e o desenvolvimento sustentável: da eco-eficiência à responsabilidade social corporativa. In: MAY, P.;LUSTOSA, M. C.;VINHA, V. D. (org.). **Economia do Meio Ambiente**, 2003, p.173-195

WALL, G. Rethinking impacts of tourism. In: COOPER, C. W., STEPHEN (EDS). (org.). **Tourism Development: environment and community issues**, 1997, p.1-9

WALLE, A.H. Quantitative versus qualitative tourism research. In **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 3, p. 524-536, 1997

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994

WASSERMAN, S.; GALASKIEWICZ, J. **Advances in Social Network Analysis: research on the social and behavioral sciences**. London/Delhi: Sage, 1994

WATKINS, M.; BELL, B. The experience of forming business relationships in tourism. In **International Journal of Tourism Research**, v., n. 4, p. 15-28, 2002

WATTS, D.; STROGATZ, S.H. Collective dynamics of 'small-world' networks. In **Nature**, v. 393, n. 4, p., 1998

WEAVER, D.B. A Broad Context Model of Destination Development Scenarios. In **Tourism Management**, v. 21, n., p. 217-224, 2000

WILKINSON, I.; MARCH, R. Conceptual tools for evaluating tourism partnerships In: SCOTT, N.;BAGGIO, R.;COOPER, C. (org.). **Network analysis and Tourism: from theory to practice**. London: Chanel View Publications, 2008

WORLD BANK. **Tourism: An Opportunity to Unleash Shared Growth in Africa**. 2006

WTO. **Indicators of sustainable development for tourism destinations**. Madrid, 2004

_____. **Emerging Tourism Markets – The Coming Economic Boom**. 2008

WTTC. **Tourism Sattelite Account**. 2007

XIMENES, T. A gestão de recursos naturais de uso comum e tipos de conflitos. **III Encontro da ANPPAS**. Brasília, 2006

ZIMMERMANN, A. **Visitação dos Parques Nacionais: um estudo à luz das experiências do Equador e da Argentina**. (Dissertação de mestrado). Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

Apêndice A: Entrevistados na etapa exploratória

Período: Outubro a Dezembro de 2006

Organização ¹²⁷	LOCAL	
PIAUI - REGIÃO DO DELTA		
1	Gestor do Roteiro Integrado Sebrae PI	Teresina
2	Representante PIEMTUR no Roteiro Integrado	Teresina
3	CEPAC	Teresina
4	Presidente da Associação das Rendeiras	Ilha Grande - Parnaíba
5	Aimberê Ecoresort	Luís Correia
6	Empresário de barraca de praia	Luís Correia
7	Gerente do Islamar Hotel de charme	Luís Correia
8	Secretaria de Meio Ambiente	Parnaíba
9	PIEMTUR diretora do escritório Parnaíba	Parnaíba
10	Proprietários de receptivo - Clip turismo	Parnaíba
11	Nativo piloto de barco turístico	Parnaíba
12	Motorista de receptivo	Parnaíba
CEARÁ - REGIÃO de JERICOACOARA		
13	Associação dos Bugueiros e micro empresário de receptivo	Jericoacoara
14	Trabalhadora Jeri off Road	Jericoacoara
15	Gerente Resort Boa vista	Camocim
16	Receptivo Inc Camocim	Camocim
17	Hotel Ilha do Amor	Camocim
18	Bugueiro	Jericoacoara
19	Garçonete Café do Brasil	Jericoacoara
20	Receptivo Jeri off Road	Jericoacoara
21	Gerente Pousada do Norte	Jericoacoara
22	IBAMA Parna Jericoacoara	Jericoacoara
23	Prodetur CE Gerente de Meio Ambiente	Fortaleza
24	Sebrae CE Gerente Roteiro Integrado CE	Fortaleza
25	Gerente Sebrae Nacional do projeto Roteiro Integrado CEPIMA	Brasília
26	Consultora do Sebrae para o projeto Roteiro Integrado CEPIMA	Brasília
27	Presidente do Fórum de Pescadores e Pescadoras do Litoral Cearense (FPPLC)	Brasília
28	Instituto Terra Mar Fórum de Defesa da Zona Costeira Cearense Portal do Mar	Brasília

¹²⁷ Os nomes foram omitidos para zelar pela privacidade dos entrevistados.

MARANHÃO - REGIÃO DOS LENÇÓIS		
29	Proprietários da Pousada Jagatá	Tutóia
30	Pescador e barqueiro	Tutóia
31	Diretora de Turismo Presidente da Associação das Artesãs e do Conselho Comunitário	Paulino Neves
32	Secretário de Meio Ambiente	Paulino Neves
33	Guia de Turismo	Paulino Neves
34	Toyoteiro Barreirinhas	Barreirinhas
35	Proprietário de Empresa de Receptivo	Barreirinhas
36	Proprietária de Empresa de Receptivo	Barreirinhas

Apêndice B: Entrevistados na etapa qualitativa

Período: Maio de 2008

Organização	LOCAL
PIAUI - REGIÃO DO DELTA (de 19/05/2008 a 22/05/2008)	
1	Sebrae – gerente do roteiro integrado Parnaíba
2	Casa do Caboclo e Associação de Moradores de Canárias Ilha das Canárias (pertence ao município de Araisos)
3	Pescador e Vice-presidente da Associação dos Pescadores da comunidade de Morro do Meio Ilha das Canárias (pertence ao município de Araisos)
4	Voluntárias da Associação do Barro Vermelho de Ilha Grande Ilha Grande
5	ITCP Ilha Grande
6	Professora e coordenadora de Turismo da UFPI Parnaíba
7	RESEX do Delta (chefe) Parnaíba
8	ADRS – Agência de Desenvolvimento Regional Sustentável Parnaíba
9	Proprietário Authentic Adventure Off Road Parnaíba
10	UFPI PRODEMA: pesquisadoras Mestrado PRODEMA Parnaíba
11	Pesquisadora no Delta da UFRJ Brasília
12	Gerente Clip turismo Parnaíba
13	Gerente Projeto Peixe-Boi (IBAMA) Cajueiro da Praia
14	Hotel Delta – gerente Parnaíba
CEARÁ - REGIÃO de JERICOACOARA (de 12/05/2008 a 19/05/2008)	
15	Presidente Associação dos Moradores de Tatajuba (ACOMOTA) Camocim
16	Nativo do Córrego da Forquilha e vigilante de pousada em Jericoacoara Jericoacoara
17	Gerente By Boogie receptivo e participante grupo cultural Capoeira Jericoacoara
18	Proprietária Café Beco Doce Jericoacoara
19	Presidente Conselho Comunitário Jericoacoara
20	Nativa de Mangue Seco e trabalhadora loja de artesanato na praia de Jeri Jericoacoara
21	ICMBIO Jeri Jericoacoara
22	Técnica da Secretaria de Turismo de Camocim Camocim
23	Infotour receptivo e agência de viagem – proprietária Jericoacoara
24	ITCP Jericoacoara Jericoacoara
25	Proprietária de empresa de hospedagem familiar e receptivo turístico Jericoacoara
26	Empresário de receptivo – Praia do Preá Cruz
27	Motorista de bugues nativo do Preá Cruz
28	Trabalhadora pousada Masai Mara Jericoacoara
29	Sócio da Pousada Jeribá, proprietário da loja de artesanato Meia Lua Jericoacoara

30	Pousada Masai Mara proprietário/arrendatário	Jericoacoara
31	Secretaria de Turismo de Barroquinha	Barroquinha
32	Professora da UECE (Núcleo de Turismo)	Fortaleza
MARANHÃO - REGIÃO DOS LENÇÓIS (de 21/05 a 29/05/2008)		
33	AMAVIDA – Associação Maranhense para a conservação da Vida	São Luís
34	Associação de Guias do Povoado da Cardoso	Barreirinhas - Cardoso
35	Associação de Moradores do Povoado da Cardoso	Barreirinhas
36	Gerente Barratur turismo	Barreirinhas
37	CONTUR – representante dos meios de hospedagem, gerente do hotel Encantos do Nordeste (pousada e receptivo) e Bambaé – restaurante	Barreirinhas
38	Cooperativa de Artesãs de Fibra de Buriti do Povoado de Mandacaru	Barreirinhas
39	Presidente Cooperativa de Toyotas – Cootalmar	Barreirinhas
40	D. Maria restaurante e pousada (gerente e nativa de Barreirinhas)	Barreirinhas
41	Ethos assessoria e planejamento	São Luís/ Paulino Neves
42	Freeway turismo	Barreirinhas
43	Giltur – pousada e receptivo - proprietário	Barreirinhas
44	Maranhão Turismo – receptivo	Barreirinhas
45	Pousada do Buriti - gerente	Barreirinhas
46	Pousada Girassol – gerente e proprietário	Barreirinhas
47	Pousada Jagatá e Grupo gestor de Empresários de Turismo de Tutóia	Tutóia
48	Pousada Lins	Barreirinhas
49	Pousada Oásis dos Lençóis	Paulino Neves
50	ex-secretário de Meio Ambiente e Turismo; Prefeitura	Paulino Neves
51	São Paulo Turismo - gerente	Barreirinhas
52	Sebrae Regional - gerente regional, gerente turismo	Barreirinhas
53	Motorista autônomo em Barreirinhas	Barreirinhas

Apêndice C: Detalhamento sobre o universo da pesquisa

Tabela C1 - Evolução do universo do *survey*

Local	Universo preliminar	Excluídas I	Excluídas II	Incluídas	Universo Final
Barreirinhas	68	10	4	17	71
Parnaíba	66	11	12	4	47
Jericoacoara	106	27	1	40	117
Total	240	48	17	61	235

Fonte: pesquisa da autora

Universo preliminar: total de empresas das atividades estabelecidas presentes nas listagens e dentro da cobertura geográfica estipulada

Excluídas I: inoperantes ou inexistentes no endereço informado

Excluídas II: alegaram morador como principal cliente, em detrimento de turistas e/ou viajantes

Incluídas: empresas encontradas na verificação em campo que atendiam aos critérios de atividade e localização

Universo final: micro e pequenas empresas do turismo dos destinos-âncora da Costa Norte

Tabela C2 – Universo e respondentes válidos

Local	Universo Final	Respondentes	Respondentes válidos
Barreirinhas	71	62	61*
Parnaíba	47	42	42
Jericoacoara	117	110	110
Total	235	214	213

*1 questionário foi invalidado porque mais de 50% das questões ficaram sem resposta

Fonte: pesquisa da autora

Tabela C3 - Detalhamento dos não-respondentes do *survey* por cidade

Local	Proprietário/gerente não disponível após 3 visitas	Recusou-se a responder	Proprietário/gerente já havia respondido para outro negócio	Total
Barreirinhas	4	2	3	9
Parnaíba	2	1	2	5
Jericoacoara	4	1	2	8
Total	10	4	7	21

Fonte: pesquisa da autora

Apêndice D: MPE participantes do survey

Localização:

- Numeração de 1 a 61: Barreirinhas
- Numeração de 62 a 103: Parnaíba
- Numeração de 104 a 213: Jericoacoara

	Nome da Empresa
1	São Paulo Turismo
2	Rest. Barlavento/Carlão
3	Rest. Terraço do Preguiças
4	Pousada D'Areia
5	Pousada Gomes
6	Pousada Lins
7	Pousada Boa Vista
8	Pousada Encantes do Nordeste
9	Pousada Oásis
10	Pousada Mapi
11	Pousada Encanto dos Lençóis
12	Pousada Nicole
13	Pousada e Rest Terral
14	Pousada Belo Horizonte
15	Pousada Lagoa Bonita
16	Pousada Igaporé
17	Pousada Caetés
18	Pousada Rest. Murici
19	Rest. Bela Vista
20	Pousada Rest Rio Preguiças
21	Pousada Girassol
22	Rest. Ícaros (Solare Hot
23	Pousada Paraíso dos Guarás
24	Parknático dos Lençóis
25	Porto Preguiças Resort
26	Preguiças Riverside Hotel
27	Churrascaria Rei do Gado
28	Pousada Sossego do Cantinho
29	Hotel Pous Paraíso das Água
30	Pousada São José
31	Dunas Flat
32	Pousada Deusa
33	Santos Transporte e Turismo
34	Pousada e Rest Dona Maria
35	Hotel REst Paraíso
36	Cabana dos Lençóis Churrascaria
37	Operatur
38	Porto Turismo
39	Pousada do Mirante
40	Pousada Porto Buriti
41	Pousada do Paturi
42	Península do Caburé - Restaurante
43	Pousada Lençóis Jeri

44	Eco Dunas
45	Rota das Trilhas Turismo
46	Off Road Adventure
47	Barratur Turismo
48	Pizzaria Veneza
49	Hotel Pousada Beira Rio
50	Santur Viagens Turismo
51	COOTALMAR
52	Churrascaria Bom Gosto
53	Restaurante Marina Tropical
54	Pousada Tia Cota
55	COOPERNÁUTICA
56	Brisa Mar Pousada
57	Tropical Adventure
58	Pousada do Rio
59	Tá Delícia Self Service
60	Ressaca Drinks e Petiscos
61	Freeway-MA
62	Casa do Turismo Agência
63	Water Way Tour
64	Caranguejo Expresso
65	Pratagi
66	Confraria do Paladar
67	Comilão
68	Clip Ecoturismo
69	Igaratur
70	Parnatur
71	Macapá Turismo
72	Ecoadventure
73	Aventur
74	Hotel Cívico
75	Moraes Brito Viagens Turismo
76	Restaurante O Getúlio
77	Restaurante La Barca
78	Restaurante Varanda
79	Pousada Sol Caliente
80	Hotel Delta
81	Churrascaria O Lourival
82	Restaurante Gaúcho
83	Frangobar Restaurante
84	Pousada Avenida
85	Pousada dos Ventos
86	Pousada Litorânea
87	Hotel Pousada do Sol

88	Hotel Mar das Gaivotas
89	Hotel Pousada Mirage
90	Pousada Chalé Suíço
91	Pousada Residencial
92	Pousada Litoral+ Toca do Coelho
93	Kim do Caranguejo
94	Pousada São Francisco
95	Pousada Igaráçu
96	Pousada Porto das Barcas
97	Natur Turismo
98	Pousada Rio Mar
99	Hotel Pousada Parnamar
100	Hotel N. Sra. de Lourdes
101	Pousada Potiguar
102	Restaurante Mirante
103	Restaurante Flor de Liz
104	Portal das Trilhas
105	Jeri Dunas Off Road
106	Pousada da Renata
107	Pousada Paraíso
108	Pousada Masai Mara
109	Natural Alecrin da Terra
110	Cooperativa dos bugueiros de Jeri
111	Restaurante Sabor Caipira
112	Vila dos Ipês
113	Restaurante Estrela do Mar
114	Pousada Jeri Mar LTDA
115	Pousada Surfing Jeri
116	Pousada Zé Patinha
117	Pousada Caju
118	Quero pizza
119	Bistrôgonoff
120	Pousada Tirol
121	Associação de Bugues de Jericoacoara
122	Aqua Chili Pousada
123	Pousada Jeribá
124	Pousada Capitão Tomaz
125	Restaurante Cantina Jeri
126	Restaurante Nativo
127	Pousada do Mauricio
128	Restaurante Sapão
129	Five Stars
130	Pousada Atlantis
131	Pousada Papaya
132	Pousada Chalé das Dunas
133	Pousada Peixe D´ouro
134	Pousada Bangaló
135	Sky
136	Bar e Restaurante Alexandre

137	Bar e Restaurante Isabel
138	Bar da Praia
139	Jeri Empreendimentos Turísticos
140	Pousada Pedra Furada
141	Pousada Wind Jeri
142	Restaurante Chocolate
143	Camila Suite
144	Restaurante e creperia Taverna
145	Restaurante Naturalmente
146	Casa das Trufas
147	Curral do Espetinho
148	Sabor a Lenha
149	Café Brasil
150	Restaurante Girassol
151	Piccolo Café
152	Dona Amélia Restarurante
153	Pousada Santa Luzia
154	Carcará Restaratne
155	Restaurante pousada Marisol
156	Pousada da Juventude
157	Recanto do barão pousada e
158	Pousada Indaia
159	Pousada Papagaio
160	Pousada Iracema
161	Pousada seu Tirinha
162	Pousada Hipopotamo
163	Pousada Jericó
164	Pousada Lua Nova
165	Restaurante Sabor da Terra
166	Pousada Naquela Jericoacoara
167	Pousada Max Italia
168	Pousada Nova Era
169	Restaurante Gais
170	Pousada Casa de Areia
171	Hannah Beach pousada
172	Pousada Ibiscos
173	Pousada Maria Bonita
174	Oca do índio restaurante
175	Jacaré Trilhas e Dunas
176	Restaurante Rústico e acústico
177	By Boogie
178	Pousada Ponta Mar
179	Pousada Estrela D´alva
180	Jeri e&c viagens e Turismo
181	Pousada Zé Bento
182	Restaurante Cata Ventos
183	Pousada Rosa dos Ventos
184	Big Lanches e Restaurante
185	Jerisampa Café
186	Jeri Village Hotel
187	Lo Sfizietto Restaurante Italiano

188	Pousada Chalés dos Ventos
189	Azul Pousada
190	Pousada Cabana
191	Pousada caminho da praia
192	Pousada Casa do Turista
193	Pousada do Norte
194	Pousada Por-do-sol
195	La Villa Jericoacoara
196	Pousada Creoulo
197	Pousada Tropical Brasil
198	Pousada Casa do Angelo
199	Pousada Casa Nostra
200	Pousada Ibirapuera
201	Pizzaria e creperia Cantinho da Pizza

202	Jeri Infor Tour
203	Pousada Suíça Brasileira
204	Associação dos Cavaleiros de Jeri (ACJ)
205	Vila Kalango e restaurante
206	Isalana Praia Hotel
207	Jeri-off road
208	Pousada Mar a Vista
209	Pousada Solar da Malhada
210	Pousada Senzala dos Amigos
211	Pousada do Véio
212	Pousada Sol Nascente
213	Vila Jeri

Apêndice E: Instrumento de coleta de dados do survey

Nome do entrevistador:		
Local: <input type="checkbox"/> 1. Jericoacoara <input type="checkbox"/> 2. Parnaíba <input type="checkbox"/> 3. Barreirinhas		
Data:	Horário de início da entrevista:	
<i>Apresentação - Entrevistador diz com naturalidade: Bom dia/boa tarde. Estou apoiando o CDS/UnB em uma pesquisa sobre as relações entre micro e pequenas empresas na Rota das Emoções. Sua empresa foi escolhida para participar deste levantamento que será muito importante para conhecer a realidade das empresas do turismo na região. A entrevista está prevista para durar 20 minutos, mas fique a vontade para se expressar sobre os assuntos abordados.</i>		
BLOCO 1 – TRAJETÓRIA DA EMPRESA		
0. Qual sua função na empresa:		
<input type="checkbox"/> 1. Proprietário/sócio	<input type="checkbox"/> 2. Gerente (apenas caso o proprietário não trabalhe na empresa ou não more na cidade)	
1. Assinale a atividade principal do negócio:		
<input type="checkbox"/> 1. Hospedagem	<input type="checkbox"/> 2. Agência de receptivo	<input type="checkbox"/> 3. Alimentação
<input type="checkbox"/> 4. Transporte (toyota, bugue, barco)	<input type="checkbox"/> 5. Hospedagem e alimentação	<input type="checkbox"/> 6. Outra. Qual?
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
2. A maior parte dos clientes da sua empresa é:		
<input type="checkbox"/> 1. Turista regional (mesmo estado ou Nordeste)	<input type="checkbox"/> 2. Turista nacional (outros estados sem ser Nordeste)	
<input type="checkbox"/> 3. Turista internacional	<input type="checkbox"/> 4. Viajante a trabalho	
<input type="checkbox"/> 5. Morador (PARAR QUESTIONÁRIO. Agradecer!)		
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
3. Os gastos de turistas a lazer representam quanto do seu total de vendas por ano?		
<input type="checkbox"/> 1. Quase nada	<input type="checkbox"/> 2. Menos da metade	<input type="checkbox"/> 3. Metade
<input type="checkbox"/> 4. Mais da metade	<input type="checkbox"/> 5. Todo	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
4. A maior parte dos seus turistas a lazer vêm:		
<input type="checkbox"/> 1. Por conta própria	<input type="checkbox"/> 2. Em pacotes vendidos por operadoras	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
5. Desde que ano a empresa funciona (formal ou informalmente)?		
Resposta:	<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
6. Quantos funcionários trabalham na empresa (diretamente):		
1. Na baixa estação:	2. Na alta estação:	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
7. Apenas para proprietários (se não for, marcar não se aplica): O senhor (a) abriu o seu negócio por qual razão principal? (esperar a resposta e buscar a melhor alternativa. Se não tiver certeza, ler as opções e pedir que o entrevistador escolha uma, marcar X)		

<input type="checkbox"/> 1. Turismo é o negócio mais lucrativo aqui					
<input type="checkbox"/> 2. Buscava uma vida mais calma					
<input type="checkbox"/> 3. Precisava aproveitar o que eu já tinha aqui (terreno, barco, carro, loja..)					
<input type="checkbox"/> 4. Já tinha experiência no turismo					
<input type="checkbox"/> 5. Outra:					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 88 Não se aplica	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu			
8. Há quantos anos o senhor(a) mora aqui na cidade?					
1. Resposta: anos	<input type="checkbox"/> 2. Não mora aqui	<input type="checkbox"/> 3. Nasci e sempre morei aqui			
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu				
9. Por quanto tempo ainda pretende ficar aqui?					
1. Resposta: anos	<input type="checkbox"/> 2. Para sempre				
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu				
10. O senhor trabalha em outra atividade além deste negócio?					
<input type="checkbox"/> 1. Não trabalho em outra atividade					
<input type="checkbox"/> 2. Tenho outro negócio. Qual?					
<input type="checkbox"/> 3. Tenho outro emprego. Qual?					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu				
11. Sua empresa (você ou funcionários) já participou de cursos de qualificação? <input type="checkbox"/>					
1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is):					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu				
BLOCO 2 – RELAÇÕES NO DESTINO (AMBIENTE)					
<i>Agora vamos falar dos relacionamentos das empresas que trabalham com turismo da cidade: entre elas e delas com governo local, com associações, etc..</i>					
12. Vou ler as frases e o (a) senhor (a) deve dizer se concorda ou discorda. 1 Concordo; 2 Discordo; 77 Não sabe; 99 Não respondeu					
1. Os empresários do turismo preferem resolver seus problemas junto com outros empresários da cidade	1	2	77	99	<input type="checkbox"/>
2. Existem problemas entre os empresários do turismo nativos e os que vieram de fora	1	2	77	99	<input type="checkbox"/>
3. As diferenças de opiniões entre empresários do turismo são facilmente resolvidas	1	2	77	99	<input type="checkbox"/>
4. Existem problemas entre empresários do turismo que respeitam mais as leis ambientais e os que respeitam menos	1	2	77	99	<input type="checkbox"/>
5. Existem mais parcerias do que problemas entre os empresários do turismo da cidade	1	2	77	99	<input type="checkbox"/>
6. A disputa por turistas é desleal entre as empresas da cidade	1	2	77	99	<input type="checkbox"/>
7. As associações de empresários são ativas na cidade (Se marcar 1, ir para q. 13. Se marcar 2, ir para q. 14)	1	2	77	99	<input type="checkbox"/>
13. Quais são estas associações de empresários ativas na cidade?					

14. Quando existe mais desentendimento entre os empresários do turismo da cidade? (ler opções) <input type="checkbox"/> 1. Na alta estação <input type="checkbox"/> 2. Na baixa estação <input type="checkbox"/> 3. Não muda					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
15. Existe algum tipo de problema/desentendimento entre empresários de turismo e órgãos ambientais? <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei <input type="checkbox"/> 99 Não respondeu					
16. Existe algum tipo de problema/desentendimento entre empresários de turismo e a comunidade/moradores? <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
17. Existe algum tipo de problema/desentendimento entre empresários de turismo e a Prefeitura? <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?					
BLOCO 3 – RELAÇÕES DA EMPRESA: agora vamos falar da sua empresa...					
18. Você é convidado para iniciar uma associação de pequenas empresas locais do turismo, você: (Citar as opções.)					
<input type="checkbox"/> 1. Não participa porque acha que não vai dar em nada					
<input type="checkbox"/> 2. Não participa porque não tem tempo					
<input type="checkbox"/> 3. Participa, depois de ver resultados			<input type="checkbox"/> 4. Participa de qualquer maneira		
<input type="checkbox"/> 5. Outro:					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
19. Agora eu vou ler para o senhor(a) algumas frases e quero que o senhor me diga se isso acontece: 1 SEMPRE; 2 ÀS VEZES; ou 3 NUNCA. (Se falar sim, perguntar se sempre ou às vezes.)					
<i>Entenda empresas do turismo como: hotéis, pousadas, receptivos e restaurantes) da cidade. SUA EMPRESA (ênfasis para o entrevistado):</i>					
1. Faz compras conjuntas com outras empresas da cidade diretamente de fornecedores	1	2	3	77	99
2. Monta pacotes em conjunto com outras empresas locais para operadoras ou turistas	1	2	3	77	99
3. Participa com outras empresas de ações para cuidar/preservar o (Parque/APA/RESEX)	1	2	3	77	99
4. Participa com outras empresas de ações para divulgar a cidade (folders, anúncios, websites, eventos)	1	2	3	77	99
5. Participa com outras empresas de ações de educação/cultura para a comunidade	1	2	3	77	99
6. Participa com outras empresas para a educação ambiental	1	2	3	77	99

do turista					
7. Organiza treinamentos de funcionários junto com outras empresas	1	2	3	77	99
8. Tem ações com outras empresas para melhorar a segurança do turista	1	2	3	77	99
9. Contribui junto a outras empresas para construir/melhorar infra-estrutura da cidade (estradas, placas, praças...)	1	2	3	77	99
10. Faz manutenção de equipamentos (carros, barcos, equipamentos do hotel, etc) junto com outras empresas	1	2	3	77	99
11. Indica outras empresas para o turista	1	2	3	77	99
12. Participa de conselhos municipais de turismo/meio ambiente/educação, etc..	1	2	3	77	99
13. Participa de parcerias com outras empresas de turismo da região (Rota das Emoções)	1	2	3	77	99
<i>Se respondeu não ou não sei para todas, pular para conflitos (q. 23). Caso tenha respondido Sim ou às vezes para alguma questão, ir para q. 20:</i>					
20. Para estas ações, quem são seus principais parceiros? (nome da empresa ou instituição e cidade: Barreirinhas, Jeri, PHB, etc..)					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei <input type="checkbox"/> 99 Não respondeu					
21. Citar ações feitas pelas empresa (marcadas com 1 ou 2 no quadro anterior) Por que decidiu participar destas ações? (Esperar resposta e marcar a alternativa mais adequada. Se não souber responder, ler opções e aceitar mais de uma resposta)					
<input type="checkbox"/> 1. Para diminuir os custos da empresa			<input type="checkbox"/> 5. Para preservar os atrativos turísticos (Parque, APA)		
<input type="checkbox"/> 2. Para atrair mais turistas			<input type="checkbox"/> 6. Para me realizar pessoalmente		
<input type="checkbox"/> 3. Para ajudar a comunidade			<input type="checkbox"/> 7. Outra razão:		
<input type="checkbox"/> 4. Para melhorar o serviço ao turista			<input type="checkbox"/> 77 Não sei <input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
22. Quais os resultados alcançados por estas ações? (Esperar resposta e marcar. Se não souber responder, ler opções. Aceitar mais de uma resposta)					
<input type="checkbox"/> 1. Mais respeito às leis ambientais no Parque/Apa					
<input type="checkbox"/> 2. Melhorou infra-estrutura (acesso, esgoto, lixo, limpeza urbana)					
<input type="checkbox"/> 3. Mais trabalho para pessoas da cidade					
<input type="checkbox"/> 4. Aumentou lucro			<input type="checkbox"/> 5. Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong, etc.		
<input type="checkbox"/> 6. Outro(s):					
<input type="checkbox"/> 77 Não sei			<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu		
23. Quando existem mais ações conjuntas/parcerias entre os empresários do					

turismo da cidade? <input type="checkbox"/> 1. Na alta estação <input type="checkbox"/> 2. Na baixa estação	
<input type="checkbox"/> 3. Não muda	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
24. Com quem são os seus principais desentendimentos? (ler opções e marcar, pode marcar mais de uma opção)	
<input type="checkbox"/> 1. Empresas do turismo da cidade	<input type="checkbox"/> 6. Governo municipal
<input type="checkbox"/> 2. Empresas de outros setores	<input type="checkbox"/> 7. Órgão ambiental
<input type="checkbox"/> 3. Empresas de outras cidades	<input type="checkbox"/> 8. Comunidade/moradores
<input type="checkbox"/> 4. Cooperativas	<input type="checkbox"/> 9. Ong ambiental
<input type="checkbox"/> 5. Autônomos do turismo (guias, motoristas,...)	<input type="checkbox"/> 10. Outro(s):
<input type="checkbox"/> 11 Não tenho problemas com ninguém (FINALIZAR A ENTREVISTA)	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
25. Por que aconteceram estes problemas/desentendimentos?	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
26. Houve tentativa de solucionar? <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu
27. Quais foram os resultados destes problemas/desentendimentos?	
<input type="checkbox"/> 1. Mais desentendimento entre os participantes	
<input type="checkbox"/> 2. Formação/fortalecimento de grupos ou associações	
<input type="checkbox"/> 3. Quebra de associações	
<input type="checkbox"/> 4. Melhorias para a cidade	
<input type="checkbox"/> 5. Perda de negócios para as empresas	
<input type="checkbox"/> 6. Perda de chances de melhorar a cidade	
<input type="checkbox"/> 7. Outro(s):	
<input type="checkbox"/> 77 Não sei	<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu

Agradecer pela entrevista e pedir os dados cadastrais.

BLOCO 4 – DADOS CADASTRAIS	
<i>Entrevistador: Para finalizar, gostaria de pegar alguns dados. Será importante para receber retorno sobre os resultados desta pesquisa e para que o supervisor da pesquisa possa entrar em contato em caso de dúvidas. As opiniões não serão identificadas, ou seja, não serão relacionadas ao seu nome ou nome da sua empresa no estudo.</i>	
28. Nome da empresa:	
29. Possui CNPJ: <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim.	
30. Anos de atuação da empresa (preencher depois a partir da Q5):	
31. Média de funcionários da empresa (preencher depois a partir da Q6): (somar alta estação + baixa estação e dividir por 2)	
32. Nome do entrevistado:	
33. Natural de (cidade e estado):	
34. Idade:	
35. Gênero (não perguntar):	
<input type="checkbox"/> 1. Feminino <input type="checkbox"/> 2. Masculino	
36. Escolaridade:	
<input type="checkbox"/> 1. 1º grau incompleto	<input type="checkbox"/> 2. 1º grau completo
<input type="checkbox"/> 3. 2º grau incompleto	<input type="checkbox"/> 4. 2º grau completo
<input type="checkbox"/> 5. Superior	<input type="checkbox"/> 6. Outro:
<input type="checkbox"/> 99 Não respondeu	
37. Endereço da empresa (se tiver folder/material/cartão, preencher depois):	
Rua/Nº:	
Bairro:	CEP:
38. Telefone:	
39. E-mail:	
40. Deseja receber retorno por email sobre os resultados da pesquisa?	
<input type="checkbox"/> 1. Não	<input type="checkbox"/> 2. Sim
BLOCO 5 – DIRIGIDO AO ENTREVISTADOR	
<i>(preencher logo ao final da entrevista). Reservar 10 minutos do seu tempo para fornecer informações sobre o andamento da entrevista e outras observações pertinentes:</i>	
Horário de término da entrevista:	
Duração da entrevista:	
Você precisou explicar novamente com outras palavras alguma das questões? <input type="checkbox"/> 1. Não <input type="checkbox"/> 2. Sim. Qual(is)?	
Comentários que achar pertinente: percepções sobre a entrevista/ outros dados relevantes (usar o verso da folha caso necessário). Estas informações são muito importantes para a análise complementar.	

Apêndice F: Respondentes válidos e cálculos relativos ao Capítulo 4

Respondentes válidos por questão

Temas	Respondentes válidos
Empresas	
1.1 Atividade principal das empresas	213
1.2 Idade das empresas	209
1.3 Formalidade	212
1.4 Porte	208
1.6 Flutuação empregados	208
1.7 Origem do turista	213
Forma de acesso	212
1.8 Faturamento do turismo	212
1.9 Cursos realizados	212
Quais cursos	147
Respondentes	
2.1 Funções	213
2.2 Origem	207
2.3 Idade	212
Gênero e escolaridade	213
2.4 Relação com o local	
Tempo de moradia nas localidades	205
Intenção de permanência	208
2.5 Motivações para iniciar o negócio	140
2.6 Outra ocupação profissional	213

Parâmetros para **C** nos intervalos:

$0 < C \leq 0,20$: Associação Fraca;

$0,21 \leq C \leq 0,40$: Associação Moderada (viés fraco);

$0,41 \leq C \leq 0,60$: Associação Moderada (viés forte);

Acima de 0,61: Associação Forte

Testes de associação de variáveis

Variáveis		Significância bilateral do teste Qui-quadrado	Valor de C	Associação
Idade das empresas	Atividade	0.405	-	Não
Idade das empresas	Porte	0.427	-	Não
Formalidade	Localização	0.574	-	Não
Formalidade	Porte	0.002	0.21	Sim. Moderada viés fraco
Formalidade	Atividade	0.014	0.236	Sim. Moderada viés fraco
Flutuação empregados	Localização	0.89	-	Não
Flutuação empregados	Atividade	0.000	0.320	Sim. Moderada
Forma de acesso	Atividade	0.000	0.400	Sim. Moderada viés forte
Faturamento	Porte	0.052	-	Não
Faturamento	Idade da empresa	0.057	-	Não
Faturamento	Localização	0.000	0.519	Sim. Forte
Cursos realizados	Localização	0.503	-	Não
Cursos realizados	Atividade	0.019	0.229	Sim. Moderada viés fraco
Cursos realizados	Faturamento	0.138	-	Não
Cursos realizados	Idade	0.029	0.222	Sim. Moderada viés fraco
Cursos realizados	Porte	0.000	0.259	Sim. Moderada viés fraco
Cursos realizados	Formalização	0.000	0.314	Sim. Moderada viés fraco
Função	Porte	0.027	0.183	Sim. Moderada viés fraco
Função	Localização	0.619	-	Não
Origem	Função	0.174	-	Não
Origem	Atividade	0.047	0.371	Sim. Moderada viés fraco
Origem	Localização	0.025	0.186	Sim. Moderada viés fraco
Função	Idade	0.001	0.331	Sim. Moderada viés fraco
Função	Permanecer na cidade	0.873	-	Não
Motivações para iniciar o negócio	Localização	0.234	-	Não
Motivações para iniciar o negócio	Atividade	0.040	0.261	Sim. Moderada viés fraco
Outra ocupação	Função	0.003	0.266	Sim. Moderada viés fraco

Testes de comparação de médias

Variável	Média	Desvio-padrão	Significância bilateral do teste de Levene e comparação de pares pelo teste de Bonferroni
1.2 Idade das empresas	7,46	6,45	
Localização	-	-	Levene: 0.000
Jericoacoara	6,23	4,95	Bonferroni: Barreirinhas x Jericoacoara: $p = 1.000$; Barreirinhas x Parnaíba: $p = 0.000$; Jericoacoara x Parnaíba: $p = 0.000$
Parnaíba	12,92	9,05	
Barreirinhas	5,79	4,58	
1.4 Porte	6,34	6,41	
Localização	-	-	Levene: 0.023
Jericoacoara	5,1	3,1	Bonferroni: Barreirinhas x Jericoacoara: $p = 0.031$; Barreirinhas x Parnaíba: $p = 1.000$; Jericoacoara x Parnaíba: $p = 0.245$
Parnaíba	7,2	6,7	
Barreirinhas	7,8	9,1	
1.6 Flutuação média de empregados	1,75	3,09	
Localização	-	-	Levene: 0.006
Jericoacoara	1,12	2,27	Bonferroni: Barreirinhas x Jericoacoara: $p = 0.010$; Barreirinhas x Parnaíba: $p = 1.000$; Jericoacoara x Parnaíba: $p = 0.105$
Parnaíba	2,26	3,20	
Barreirinhas	2,54	3,74	
2.4 Relação com o local - Tempo de moradia nas localidades	16,68	15,66	
Localização	-	-	Levene: 0.000
Jericoacoara	12,5	12,61	Bonferroni: Parnaíba x Jericoacoara; Parnaíba x Barreirinhas: $p = 0.000$; Parnaíba x Jericoacoara: $p = 0.695$.
Parnaíba	28,9	16,91	
Barreirinhas	15,3	15,35	

Apêndice G: Tabelas complementares ao Capítulo 4

EMPRESAS

Atividade Principal

Cidade * Atividade principal da empresa... Crosstabulation

			Atividade principal da empresa...					Total
			Hospedagem	Agência de receptivo	Alimentação	Transporte turístico (barco, bugue, toyota, cavalo)	Hospedagem e Alimentação	
Cidade	Jericoacoara	Count	60	5	32	5	8	110
		% within Cidade	54,5%	4,5%	29,1%	4,5%	7,3%	100,0%
		% within Atividade principal da empresa...	62,5%	20,8%	56,1%	55,6%	29,6%	51,6%
		% of Total	28,2%	2,3%	15,0%	2,3%	3,8%	51,6%
	Parnaíba	Count	15	9	13	1	4	42
		% within Cidade	35,7%	21,4%	31,0%	2,4%	9,5%	100,0%
		% within Atividade principal da empresa...	15,6%	37,5%	22,8%	11,1%	14,8%	19,7%
		% of Total	7,0%	4,2%	6,1%	,5%	1,9%	19,7%
	Barreirinhas	Count	21	10	12	3	15	61
		% within Cidade	34,4%	16,4%	19,7%	4,9%	24,6%	100,0%
		% within Atividade principal da empresa...	21,9%	41,7%	21,1%	33,3%	55,6%	28,6%
		% of Total	9,9%	4,7%	5,6%	1,4%	7,0%	28,6%
Total	Count	96	24	57	9	27	213	
	% within Cidade	45,1%	11,3%	26,8%	4,2%	12,7%	100,0%	
	% within Atividade principal da empresa...	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	45,1%	11,3%	26,8%	4,2%	12,7%	100,0%	

Porte da Empresa

Cidade * Porte empresa Crosstabulation

			Porte empresa		
			Micro	Pequena	Total
Cidade	Jericoacoara	Count	91	16	107
		% within Cidade	85,0%	15,0%	100,0%
		% within Porte empresa	54,5%	39,0%	51,4%
		% of Total	43,8%	7,7%	51,4%
	Parnaíba	Count	31	11	42
		% within Cidade	73,8%	26,2%	100,0%
		% within Porte empresa	18,6%	26,8%	20,2%
		% of Total	14,9%	5,3%	20,2%
	Barreirinhas	Count	45	14	59
		% within Cidade	76,3%	23,7%	100,0%
		% within Porte empresa	26,9%	34,1%	28,4%
		% of Total	21,6%	6,7%	28,4%
Total	Count	167	41	208	
	% within Cidade	80,3%	19,7%	100,0%	
	% within Porte empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	80,3%	19,7%	100,0%	

Cidade * Funcionários (Binned) Crosstabulation

			Funcionários (Binned)					Total
			<= 2,00	2,01 - 4,00	4,01 - 5,00	5,01 - 9,00	9,01+	
Cidade	Jericoacoara	Count	25	35	13	18	16	107
		% within Cidade	23,4%	32,7%	12,1%	16,8%	15,0%	100,0%
		% within Funcionários (Binned)	59,5%	53,8%	52,0%	51,4%	39,0%	51,4%
		% of Total	12,0%	16,8%	6,2%	8,7%	7,7%	51,4%
	Parnaíba	Count	8	12	5	6	11	42
		% within Cidade	19,0%	28,6%	11,9%	14,3%	26,2%	100,0%
		% within Funcionários (Binned)	19,0%	18,5%	20,0%	17,1%	26,8%	20,2%
		% of Total	3,8%	5,8%	2,4%	2,9%	5,3%	20,2%
	Barreirinhas	Count	9	18	7	11	14	59
		% within Cidade	15,3%	30,5%	11,9%	18,6%	23,7%	100,0%
		% within Funcionários (Binned)	21,4%	27,7%	28,0%	31,4%	34,1%	28,4%
		% of Total	4,3%	8,7%	3,4%	5,3%	6,7%	28,4%
Total	Count	42	65	25	35	41	208	
	% within Cidade	20,2%	31,2%	12,0%	16,8%	19,7%	100,0%	
	% within Funcionários (Binned)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	20,2%	31,2%	12,0%	16,8%	19,7%	100,0%	

Idade da Empresa

Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned) * Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	<= 3,0	Count	35	6	17	58
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	60,3%	10,3%	29,3%	100,0%
		% within Cidade	32,4%	14,6%	28,3%	27,8%
		% of Total	16,7%	2,9%	8,1%	27,8%
3,1 - 5,0	Count	Count	24	3	19	46
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	52,2%	6,5%	41,3%	100,0%
		% within Cidade	22,2%	7,3%	31,7%	22,0%
		% of Total	11,5%	1,4%	9,1%	22,0%
5,1 - 7,0	Count	Count	16	3	11	30
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	53,3%	10,0%	36,7%	100,0%
		% within Cidade	14,8%	7,3%	18,3%	14,4%
		% of Total	7,7%	1,4%	5,3%	14,4%
7,1 - 12,0	Count	Count	17	15	9	41
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	41,5%	36,6%	22,0%	100,0%
		% within Cidade	15,7%	36,6%	15,0%	19,6%
		% of Total	8,1%	7,2%	4,3%	19,6%
12,1+	Count	Count	16	14	4	34
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	47,1%	41,2%	11,8%	100,0%
		% within Cidade	14,8%	34,1%	6,7%	16,3%
		% of Total	7,7%	6,7%	1,9%	16,3%
Total	Count	Count	108	41	60	209
		% within Anos de atuação da empresa em 2008 (Binned)	51,7%	19,6%	28,7%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	51,7%	19,6%	28,7%	100,0%

Sazonalidade: flutuação de empregados

Flutuação de funcionários (Binned) * Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Flutuação de funcionários (Binned)	<= 0,00	Count	65	19	27	111
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	58,6%	17,1%	24,3%	100,0%
		% within Cidade	60,7%	45,2%	45,8%	53,4%
		% of Total	31,2%	9,1%	13,0%	53,4%
1,00 - 1,00	Count	Count	11	5	4	20
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	55,0%	25,0%	20,0%	100,0%
		% within Cidade	10,3%	11,9%	6,8%	9,6%
		% of Total	5,3%	2,4%	1,9%	9,6%
2,00 - 3,00	Count	Count	23	8	14	45
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	51,1%	17,8%	31,1%	100,0%
		% within Cidade	21,5%	19,0%	23,7%	21,6%
		% of Total	11,1%	3,8%	6,7%	21,6%
4,00+	Count	Count	8	10	14	32
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	25,0%	31,2%	43,8%	100,0%
		% within Cidade	7,5%	23,8%	23,7%	15,4%
		% of Total	3,8%	4,8%	6,7%	15,4%
Total	Count	Count	107	42	59	208
		% within Flutuação de funcionários (Binned)	51,4%	20,2%	28,4%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	51,4%	20,2%	28,4%	100,0%

Multiple Comparisons

Flutuação de funcionários
Bonferroni

(I) Cidade	(J) Cidade	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Jericoacoara	Parnaíba	-,14041	,53718	,105	-,24370	,1562
	Barreirinhas	-,142088 [*]	,47839	,010	-,25756	-,2662
Parnaíba	Jericoacoara	1,14041	,53718	,105	-,1562	2,4370
	Barreirinhas	-,28047	,59560	1,000	-,1,7181	1,1572
Barreirinhas	Jericoacoara	1,42088 [*]	,47839	,010	,2662	2,5756
	Parnaíba	,28047	,59560	1,000	-,1,1572	1,7181

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Clientes

Clientes*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Clientes da Empresa	Turista regional	Count	6	22	22	50
		% within Clientes	12,0%	44,0%	44,0%	
		% within Local	5,5%	52,4%	36,1%	
		% of Total	2,8%	10,3%	10,3%	23,5%
	Turista nacional	Count	72	18	54	144
		% within Clientes	50,0%	12,5%	37,5%	
		% within Local	65,5%	42,9%	88,5%	
		% of Total	33,8%	8,5%	25,4%	67,6%
	Turista internacional	Count	84	10	25	119
		% within Clientes	70,6%	8,4%	21,0%	
		% within Local	76,4%	23,8%	41,0%	
		% of Total	39,4%	4,7%	11,7%	55,9%
Viajante a trabalho	Count	0	10	1	11	
	% within Clientes	,0%	90,9%	9,1%		
	% within Local	,0%	23,8%	1,6%		
	% of Total	,0%	4,7%	,5%	5,2%	
Morador	Count	0	2	1	3	
	% within Clientes	,0%	66,7%	33,3%		
	% within Local	,0%	4,8%	1,6%		
	% of Total	,0%	,9%	,5%	1,4%	
Total	Count	110	42	61	213	
	% of Total	51,6%	19,7%	28,6%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

Faturamento

O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual... * Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual...	Quase nada	Count	1	6	4	11
		% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	9,1%	54,5%	36,4%	100,0%
		% within Cidade	,9%	14,3%	6,7%	5,2%
		% of Total	,5%	2,8%	1,9%	5,2%
	Menos da metade	Count	23	7	14	44
		% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	52,3%	15,9%	31,8%	100,0%
		% within Cidade	20,9%	16,7%	23,3%	20,8%
		% of Total	10,8%	3,3%	6,6%	20,8%
	Metade	Count	13	17	9	39
		% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	33,3%	43,6%	23,1%	100,0%
		% within Cidade	11,8%	40,5%	15,0%	18,4%
		% of Total	6,1%	8,0%	4,2%	18,4%
Mais da metade	Count	17	10	27	54	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	31,5%	18,5%	50,0%	100,0%	
	% within Cidade	15,5%	23,8%	45,0%	25,5%	
	% of Total	8,0%	4,7%	12,7%	25,5%	
Todo	Count	56	1	5	62	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	90,3%	1,6%	8,1%	100,0%	
	% within Cidade	50,9%	2,4%	8,3%	29,2%	
	% of Total	26,4%	,5%	2,4%	29,2%	
Não sabe	Count	0	1	1	2	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	,0%	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Cidade	,0%	2,4%	1,7%	,9%	
	% of Total	,0%	,5%	,5%	,9%	
Total	Count	110	42	60	212	
	% within O gasto dos turistas a lazer representam em seu faturamento anual....	51,9%	19,8%	28,3%	100,0%	
	% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	51,9%	19,8%	28,3%	100,0%	

RESPONDENTES

Origem

Cidade * Nativos x não nativos Crosstabulation

			Nativos x não nativos		
			Nativo	Não-nativo	Total
Cidade	Jericoacoara	Count	24	80	104
		% within Cidade	23,1%	76,9%	100,0%
		% within Nativos x não nativos	37,5%	55,9%	50,2%
		% of Total	11,6%	38,6%	50,2%
	Parnaíba	Count	19	23	42
		% within Cidade	45,2%	54,8%	100,0%
		% within Nativos x não nativos	29,7%	16,1%	20,3%
		% of Total	9,2%	11,1%	20,3%
	Barreirinhas	Count	21	40	61
		% within Cidade	34,4%	65,6%	100,0%
		% within Nativos x não nativos	32,8%	28,0%	29,5%
		% of Total	10,1%	19,3%	29,5%
Total	Count	64	143	207	
	% within Cidade	30,9%	69,1%	100,0%	
	% within Nativos x não nativos	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	30,9%	69,1%	100,0%	

Relação com o local: tempo de moradia

pessoas que nasceram * Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
pessoas que nasceram	Nem sempre esteve aqui	Count	87	28	46	161
		% within pessoas que nasceram	54,0%	17,4%	28,6%	100,0%
		% within Cidade	84,5%	66,7%	76,7%	78,5%
		% of Total	42,4%	13,7%	22,4%	78,5%
	Nasceu e sempre viveu	Count	16	14	14	44
		% within pessoas que nasceram	36,4%	31,8%	31,8%	100,0%
		% within Cidade	15,5%	33,3%	23,3%	21,5%
		% of Total	7,8%	6,8%	6,8%	21,5%
	Total	Count	103	42	60	205
		% within pessoas que nasceram	50,2%	20,5%	29,3%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	50,2%	20,5%	29,3%	100,0%

Relação com o local: intenção de residência

Crosstab

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Pretende viver aqui para sempre...	Sim	Count	53	30	35	118
		% within Pretende viver aqui para sempre...	44,9%	25,4%	29,7%	100,0%
		% within Cidade	49,5%	73,2%	58,3%	56,7%
		% of Total	25,5%	14,4%	16,8%	56,7%
	Não	Count	26	1	6	33
		% within Pretende viver aqui para sempre...	78,8%	3,0%	18,2%	100,0%
		% within Cidade	24,3%	2,4%	10,0%	15,9%
		% of Total	12,5%	,5%	2,9%	15,9%
	Não sabe	Count	28	10	19	57
		% within Pretende viver aqui para sempre...	49,1%	17,5%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	26,2%	24,4%	31,7%	27,4%
		% of Total	13,5%	4,8%	9,1%	27,4%
Total	Count	107	41	60	208	
	% within Pretende viver aqui para sempre...	51,4%	19,7%	28,8%	100,0%	
	% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	51,4%	19,7%	28,8%	100,0%	

Motivação para iniciar a MPE
Razão principal para abrir o negócio... * Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Razão principal para abrir o negócio...	Turismo é o negócio mais lucrativo aqui	Count	16	6	14	36
		% within Razão principal para abrir o negócio...	44,4%	16,7%	38,9%	100,0%
		% within Cidade	22,5%	19,4%	36,8%	25,7%
		% of Total	11,4%	4,3%	10,0%	25,7%
Buscava uma vida mais calma		Count	10	0	6	16
		% within Razão principal para abrir o negócio...	62,5%	,0%	37,5%	100,0%
		% within Cidade	14,1%	,0%	15,8%	11,4%
		% of Total	7,1%	,0%	4,3%	11,4%
Precisava aproveitar o que já tinha		Count	8	4	6	18
		% within Razão principal para abrir o negócio...	44,4%	22,2%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	11,3%	12,9%	15,8%	12,9%
		% of Total	5,7%	2,9%	4,3%	12,9%
Já tinha experiência no ramo		Count	10	7	3	20
		% within Razão principal para abrir o negócio...	50,0%	35,0%	15,0%	100,0%
		% within Cidade	14,1%	22,6%	7,9%	14,3%
		% of Total	7,1%	5,0%	2,1%	14,3%
Fazer o que gosta		Count	1	2	2	5
		% within Razão principal para abrir o negócio...	20,0%	40,0%	40,0%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	6,5%	5,3%	3,6%
		% of Total	,7%	1,4%	1,4%	3,6%
Oportunidade para negócio		Count	4	5	4	13
		% within Razão principal para abrir o negócio...	30,8%	38,5%	30,8%	100,0%
		% within Cidade	5,6%	16,1%	10,5%	9,3%
		% of Total	2,9%	3,6%	2,9%	9,3%
Queria viver na cidade		Count	6	0	0	6
		% within Razão principal para abrir o negócio...	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Cidade	8,5%	,0%	,0%	4,3%
		% of Total	4,3%	,0%	,0%	4,3%
Trabalhar por conta própria		Count	1	0	0	1
		% within Razão principal para abrir o negócio...	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	,0%	,0%	,7%
		% of Total	,7%	,0%	,0%	,7%
Falta de opção, sobrevivência, necessidade		Count	11	5	2	18
		% within Razão principal para abrir o negócio...	61,1%	27,8%	11,1%	100,0%
		% within Cidade	15,5%	16,1%	5,3%	12,9%
		% of Total	7,9%	3,6%	1,4%	12,9%
Mudar de vida		Count	1	1	1	3
		% within Razão principal para abrir o negócio...	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	3,2%	2,6%	2,1%
		% of Total	,7%	,7%	,7%	2,1%
Formação		Count	1	0	0	1
		% within Razão principal para abrir o negócio...	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Cidade	1,4%	,0%	,0%	,7%
		% of Total	,7%	,0%	,0%	,7%
Outra		Count	2	1	0	3
		% within Razão principal para abrir o negócio...	66,7%	33,3%	,0%	100,0%
		% within Cidade	2,8%	3,2%	,0%	2,1%
		% of Total	1,4%	,7%	,0%	2,1%
Total		Count	71	31	38	140
		% within Razão principal para abrir o negócio...	50,7%	22,1%	27,1%	100,0%
		% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	50,7%	22,1%	27,1%	100,0%

Apêndice H: Respondentes válidos e cálculos relativos ao Capítulo 5

Respondentes válidos por questão

Temas	Respondentes válidos
1.1 Características gerais dos destinos	206
1.2 empresas ativas	54
Participar nova associação	213
1.3 Conflitos no destino	213
2.1.1 Ações conjuntas	213
2.2. Rede de parceiros	213
2.2.3 Razões para cooperar	204
2.2.4 Resultados da cooperação	204
2.2.1 Principais conflitos	213
2.2.2 Razões para os conflitos	58
2.2.3 Tentativa de solução dos conflitos	43
2.2.4 Percebeu resultados dos conflitos	194
Quais os resultados dos conflitos	34
2.3 Sazonalidade conflito	209
Sazonalidade cooperação	211

Testes de associação entre variáveis

Variáveis		Significância bilateral do teste Qui-quadrado	Valor de C	Associação
Associações ativas	Localização	0.514	-	Não
Facilidade em resolver problemas com outros empresários	Associações ativas	0.001	0.281	Sim. Moderada viés fraco
Participar de nova associação	Localização	0.401	-	Não
Participar de nova associação	Atividade	0.655	-	Não
Participar de nova associação	Motivação para iniciar o negócio	0.603	-	Não
Participar de nova associação	Formalização	0.104	-	Não
Participar de nova associação	Origem do respondente	0.549	-	Não
Participar de nova associação	Tempo ele pretende viver na cidade	0.851	-	Não
Participar de nova associação	Faturamento	0.028	0.399	Sim. Forte
Participar de nova associação	Escolaridade	0.004	0.366	Sim. Moderada viés forte
Formalização	Coopera com alguém	0.756	-	Não
Perceber resultados da cooperação	Localização	0.813	-	Não
Participação em conflitos	Localização	0.979	-	Não
Tentativa de solução de conflitos	Localização	0.767	-	Não
Sazonalidade das relações	Localização	0.000	0.304	Sim. Moderada viés fraco

Testes de comparação de médias

Variáveis		Significância bilateral do teste de comparação de médias
Nominações recebidas na rede total	Localização	ANOVA: $\rho = 0.6$
Nominações emitidas na rede total	Localização	ANOVA: $\rho = 0.3$
Nominações recebidas	Idade da empresa	ANOVA: $\rho = 0.86$
Nominações emitidas	Idade da empresa	ANOVA: $\rho = 0.28$
Nominações recebidas	Origem do responsável	ANOVA: $\rho = 0.35$
Nominações emitidas	Origem do responsável	ANOVA: $\rho = 0.54$
Nominações recebidas	Escolaridade	ANOVA: $\rho = 0.25$
Nominações emitidas	Escolaridade	ANOVA: $\rho = 0.12$
Nominações recebidas	Atividade	ANOVA: $\rho = 0.00$
Nominações recebidas	Motivação para iniciar negócio	ANOVA: $\rho = 0.006$
Nominações recebidas	Conselhos municipais	Teste t: $\rho = 0,024$
Nominações recebidas	Parceria na Rota das Emoções	Teste t: $\rho = 0,001$
Nominações recebidas	Ações para segurança do turista	Teste t: $\rho = 0,002$
Nominações recebidas	Montagem de pacotes	Teste t: $\rho = 0,005$
Nominações recebidas	Divulgação	Teste t: $\rho = 0,006$
Nominações emitidas	Participa de conflitos	Teste t: $\rho = 0,008$
Nominações recebidas	Participa de conflitos	Teste t: $\rho = 0,5$
Relações recíprocas	Participa de conflitos	Teste t: $\rho = 0,1$
Nominações emitidas dentro das cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,7$
Nominações recebidas dentro das cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,2$
Nominações emitidas entre as cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,002$
Nominações recebidas entre as cidades	Localização	ANOVA: $\rho = 0,005$

Apêndice I: Tabelas complementares ao Capítulo 5

Análise Discriminante das Relações nos Destinos

	F	Sig.
Existem problemas entre os empresários que respeitam mais as leis ambientais e os que respeitam menos	5,476	,005
Existem problemas entre os empresários nativos e os que vieram de fora...	4,923	,009
A disputa por turistas é desleal entre as empresas da cidade	3,602	,030
Existem mais parcerias do que problemas entre os empresários da cidade	3,215	,043
Empresários do turismo preferem resolver seus problemas com outros empresários da cidade	2,971	,055
As diferenças de opiniões entre os empresários são facilmente resolvidas	2,588	,079
Associações de empresas são ativas na cidade	,916	,402

Associações empresariais ativas na cidade

Associações de empresas são ativas na cidade * Cidade Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Associações de empresas são ativas na cidade	Concordo	Count	31	13	15	59
		% within Associações de empresas são ativas na cidade	52,5%	22,0%	25,4%	100,0%
		% within Cidade	28,4%	31,0%	24,6%	27,8%
		% of Total	14,6%	6,1%	7,1%	27,8%
	Discordo	Count	65	20	35	120
		% within Associações de empresas são ativas na cidade	54,2%	16,7%	29,2%	100,0%
		% within Cidade	59,6%	47,6%	57,4%	56,6%
		% of Total	30,7%	9,4%	16,5%	56,6%
	Não sabe	Count	13	9	11	33
		% within Associações de empresas são ativas na cidade	39,4%	27,3%	33,3%	100,0%
		% within Cidade	11,9%	21,4%	18,0%	15,6%
		% of Total	6,1%	4,2%	5,2%	15,6%
Total	Count	109	42	61	212	
	% within Associações de empresas são ativas na cidade	51,4%	19,8%	28,8%	100,0%	
	% within Cidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	51,4%	19,8%	28,8%	100,0%	

Discriminante dos Conflitos nos Destinos

	F	Sig.
Existe desentendimento entre os empresários da cidade e órgãos ambientais	15,1973879	8,062
Existe desentendimento entre os empresários do turismo e os moradores	11,08471251	2,903
Existe desentendimento entre os empresários do turismo e a prefeitura	22,50036071	1,941

Discriminante das Ações Conjuntas por Destino

	F	Sig.
Compras	2,439	,090
Cuidar do parque	7,994	,000
Divulgação	1,577	,209
Treinamentos em conjunto	9,856	,000
Apoio à comunidade	,773	,463
Pacotes	,388	,679
Educação do turista	2,862	,060
Segurança	2,146	,120
Infraestrutura	1,377	,255
Manutenção	1,446	,238
Indicação	1,407	,247
Conselho	11,256	,000
Rota das Emoções	5,348	,005

Redes de Parceiros

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
numero de nominações emitidas dentro e entre as cidades	Hospedagem	96	2,1354	1,69594	,17309	1,7918	2,4790	,00	6,00
	Agência de receptivo	24	3,0417	1,39811	,28539	2,4513	3,6320	,00	5,00
	Alimentação	57	2,4386	1,80295	,23881	1,9602	2,9170	,00	7,00
	Transporte turístico (barco, bugue, toyota, cavalo)	9	1,4444	1,58990	,52997	,2223	2,6665	,00	4,00
	Hospedagem e Alimentação	27	2,8148	1,56984	,30212	2,1938	3,4358	,00	7,00
	Total	213	2,3756	1,70177	,11660	2,1457	2,6054	,00	7,00
numero de nominações recebidas dentro e entre as cidades	Hospedagem	96	1,6354	2,20583	,22513	1,1885	2,0824	,00	15,00
	Agência de receptivo	24	6,2500	8,37309	1,70915	2,7144	9,7856	,00	27,00
	Alimentação	57	1,5088	3,03034	,40138	,7047	2,3128	,00	17,00
	Transporte turístico (barco, bugue, toyota, cavalo)	9	1,8889	1,76383	,58794	,5331	3,2447	,00	5,00
	Hospedagem e Alimentação	27	3,5556	4,75017	,91417	1,6765	5,4347	,00	15,00
	Total	213	2,3756	4,17537	,28609	1,8116	2,9395	,00	27,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
numero de nominações emitidas dentro e entre as cidades	Between Groups	29,424	4	7,356	2,618	,036
	Within Groups	584,529	208	2,810		
	Total	613,953	212			
numero de nominações recebidas dentro e entre as cidades	Between Groups	495,412	4	123,853	8,049	,000
	Within Groups	3200,541	208	15,387		
	Total	3695,953	212			

Discriminante das razões para cooperar

Razões para cooperar	F	Significância
1º. Para diminuir os custos da empresa	10,129	,000
2º. Para atrair mais turistas	5,427	,005
3º. Para preservar os atrativos turísticos	4,535	,012
4º. Para ajudar a comunidade	2,721	,068
5º. Por outra razão	1,814	,166
6º. Para melhorar o serviço ao turista	1,271	,283
7º. Para se realizar pessoalmente	,768	,465

Razões para cooperar

\$Razaocoop*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
Razão para cooperar	Decidiu participar para diminuir os custos da empresa	Count	6	2	16	24
		% within \$Razaocoop	25,0%	8,3%	66,7%	
		% within Local	5,7%	5,3%	26,7%	
		% of Total	2,9%	1,0%	7,8%	11,8%
	Decidiu participar para atrair mais turistas	Count	50	23	43	116
		% within \$Razaocoop	43,1%	19,8%	37,1%	
		% within Local	47,2%	60,5%	71,7%	
		% of Total	24,5%	11,3%	21,1%	56,9%
	Decidiu participar para ajudar a comunidade	Count	23	4	19	46
		% within \$Razaocoop	50,0%	8,7%	41,3%	
		% within Local	21,7%	10,5%	31,7%	
		% of Total	11,3%	2,0%	9,3%	22,5%
	Decidiu participar para melhorar o serviço ao turista	Count	87	27	49	163
		% within \$Razaocoop	53,4%	16,6%	30,1%	
		% within Local	82,1%	71,1%	81,7%	
		% of Total	42,6%	13,2%	24,0%	79,9%
	Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos	Count	35	4	23	62
		% within \$Razaocoop	56,5%	6,5%	37,1%	
		% within Local	33,0%	10,5%	38,3%	
		% of Total	17,2%	2,0%	11,3%	30,4%
	Decidiu participar para se realizar pessoalmente	Count	9	1	5	15
		% within \$Razaocoop	60,0%	6,7%	33,3%	
		% within Local	8,5%	2,6%	8,3%	
		% of Total	4,4%	,5%	2,5%	7,4%
	Decidiu participar por outra razão	Count	42	9	18	69
		% within \$Razaocoop	60,9%	13,0%	26,1%	
		% within Local	39,6%	23,7%	30,0%	
		% of Total	20,6%	4,4%	8,8%	33,8%
Total	Count	106	38	60	204	
	% of Total	52,0%	18,6%	29,4%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

Discriminante dos resultados da cooperação

Resultados que mais diferenciam os destinos	F	Significância
1º. Aumentou o lucro	7,519	,001
2º. Melhorou infraestrutura	5,488	,005
3º. Mais trabalho para as pessoas da cidade	5,001	,008
4º. Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong	4,799	,009
5º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	4,393	,014

Resultados da Cooperação Costa Norte

\$resultcoop Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
REsultados da Cooperação	Resultados: Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	61	14,4%	31,4%
	Resultados: Melhorou infra-estrutura	25	5,9%	12,9%
	Resultados: Mais trabalho para as pessoas da cidade	70	16,5%	36,1%
	Resultados: Aumentou o lucro	75	17,7%	38,7%
	Resultados: Aumentou contato de empresas, prefeitura, ongs	138	32,5%	71,1%
	Outro resultado	55	13,0%	28,4%
Total	424	100,0%	218,6%	

Resultados observados a partir da cooperação por local

\$resultcoop*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
REsultados da Cooperação	Resultados: Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	Count	32	5	24	61
		% within \$resultcoop	52,5%	8,2%	39,3%	
		% within Local	31,4%	13,9%	42,9%	
		% of Total	16,5%	2,6%	12,4%	31,4%
	Resultados: Melhorou infra-estrutura	Count	9	2	14	25
		% within \$resultcoop	36,0%	8,0%	56,0%	
		% within Local	8,8%	5,6%	25,0%	
		% of Total	4,6%	1,0%	7,2%	12,9%
	Resultados: Mais trabalho para as pessoas da cidade	Count	28	13	29	70
		% within \$resultcoop	40,0%	18,6%	41,4%	
		% within Local	27,5%	36,1%	51,8%	
		% of Total	14,4%	6,7%	14,9%	36,1%
	Resultados: Aumentou o lucro	Count	36	7	32	75
		% within \$resultcoop	48,0%	9,3%	42,7%	
		% within Local	35,3%	19,4%	57,1%	
		% of Total	18,6%	3,6%	16,5%	38,7%
	Resultados: Aumentou contato de empresas, prefeitura, ongs	Count	78	18	42	138
		% within \$resultcoop	56,5%	13,0%	30,4%	
		% within Local	76,5%	50,0%	75,0%	
		% of Total	40,2%	9,3%	21,6%	71,1%
	Outro resultado	Count	38	12	5	55
		% within \$resultcoop	69,1%	21,8%	9,1%	
		% within Local	37,3%	33,3%	8,9%	
		% of Total	19,6%	6,2%	2,6%	28,4%
Total	Count	102	36	56	194	
	% of Total	52,6%	18,6%	28,9%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

Principais conflitos por local

\$principaisconflitos*Local Crosstabulation

			Cidade			
			Jericoacoara	Parnaíba	Barreirinhas	Total
principais conflitos	Empresas do turismo da cidade	Count	8	4	7	19
		% within Local	25,8%	36,4%	41,2%	
		% of Total	13,6%	6,8%	11,9%	32,2%
	Empresas de outras cidades	Count	1	1	1	3
		% within Local	3,2%	9,1%	5,9%	
		% of Total	1,7%	1,7%	1,7%	5,1%
	Cooperativas	Count	1	1	0	2
		% within Local	3,2%	9,1%	,0%	
		% of Total	1,7%	1,7%	,0%	3,4%
	Autônomos do turismo	Count	9	4	7	20
		% within Local	29,0%	36,4%	41,2%	
		% of Total	15,3%	6,8%	11,9%	33,9%
	Governo municipal	Count	13	5	5	23
		% within Local	41,9%	45,5%	29,4%	
		% of Total	22,0%	8,5%	8,5%	39,0%
	Órgão ambiental	Count	3	2	2	7
		% within Local	9,7%	18,2%	11,8%	
		% of Total	5,1%	3,4%	3,4%	11,9%
	Comunidade/moradores	Count	3	1	0	4
		% within Local	9,7%	9,1%	,0%	
		% of Total	5,1%	1,7%	,0%	6,8%
	Outros	Count	3	0	1	4
		% within Local	9,7%	,0%	5,9%	
		% of Total	5,1%	,0%	1,7%	6,8%
Total	Count	31	11	17	59	
	% of Total	52,5%	18,6%	28,8%	100,0%	

Percentages and totals are based on respondents.

Resultados dos Conflitos

\$Resultadosconflitos Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
Resultados dos Conflitos	Resultados dos conflitos: Mais desentendimentos entre os participantes	5	10,0%	14,7%
	Resultados dos conflitos: formação/fortalecimento de grupos ou associações	1	2,0%	2,9%
	Resultados dos conflitos: quebra de associações	3	6,0%	8,8%
	Resultados dos conflitos: melhorias para a cidade	2	4,0%	5,9%
	Resultados dos conflitos: perda de negócios para as empresas	13	26,0%	38,2%
	Resultados dos conflitos: perda de chances de melhorar a cidade	14	28,0%	41,2%
	Resultados dos conflitos: outros resultados	12	24,0%	35,3%
	Total	50	100,0%	147,1%

Discriminante dos resultados da Participação em conselhos

Resultados da Participação em Conselhos	F	Sig.
1º. Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	65,026	,000
2º. Mais trabalho para as pessoas da cidade	36,200	,000
3º. Melhorou infra-estrutura	18,320	,000
4º. Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong	12,803	,000

Razões que diferenciam participação em conselhos e educação ambiental

Razões que diferenciam MPE que participam de Conselhos Municipais		
	F	Sig.
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos	66,679	,000
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa	29,548	,000
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade	22,217	,000
4º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente	14,531	,000
5º. Decidiu participar para atrair mais turistas	7,339	,007

Razões que diferenciam MPE que participam de Educação Ambiental do turista		
	F	Sig.
1º. Decidiu participar para preservar os atrativos turísticos	31,265	,000
2º. Decidiu participar para diminuir os custos da empresa	14,141	,000
3º. Decidiu participar para ajudar a comunidade	12,444	,001
4º. Decidiu participar para atrair mais turistas	5,451	,021
5º. Decidiu participar para se realizar pessoalmente	4,746	,031

Matriz de correlação Cooperação x Resultado

	Mais respeito às leis ambientais no Parque/APA	Melhorou infra-estrutura	Mais trabalho para as pessoas da cidade	Aumentou o lucro	Aumentou contato de empresas, prefeitura, ong
Compras	,239	,220	,379	,012*	,178
Cuidar do parque	,383	,653	,190	,026*	,448
Divulgação	,216	,893	,662	,195	,180
Treinamentos	,008*	,021*	,000*	,196	,221
Apoio à comunidade	,001*	,027*	,071	,669	,291
Pacotes	,586	,762	,779	,007*	,899
Educação do turista	,000*	,361	,006*	,339	,039*
Segurança	,364	,905	,817	,005*	,170
Infraestrutura	,067	,008*	,119	,473	,898
Manutenção	,490	,447	,409	,635	,078
Indicação	,256	,515	,971	,184	,202
Conselho	,000*	,000*	,000*	,887	,001*
Rota das Emoções	,154	,280	,308	,119	,519

Resultados das ações de cooperação

Resultados	Principais ações conjuntas das MPE	F	Sig.
Aumento do contato entre atores sociais do turismo	1º. Participação em conselhos municipais	13,331	,000
	2º. Educação ambiental do turista	4,341	,038
Aumento do lucro empresarial	1º. Iniciativas para segurança do turista	9,798	,002
	2º. Montagem de pacotes turísticos	7,926	,005
	3º. Compras conjuntas	6,661	,011
	4º. Cuidado com as unidades de conservação	5,813	,017
Mais trabalho para pessoas do local	1º. Participação em conselhos municipais	34,134	,000
	2º. Treinamentos em conjunto	17,777	,000
	3º. Educação ambiental do turista	7,813	,006
	4º. Ações de educação/cultura da comunidade	4,110	,044
Maior respeito às leis ambientais no Parque/APA	1º. Participação em conselhos municipais	63,601	,000
	2º. Educação ambiental do turista	33,389	,000
	3º. Ações de educação/cultura da comunidade	11,408	,001
	4º. Treinamentos em conjunto	6,992	,009
Melhorias de infraestrutura para o local	1º. Participação em conselhos municipais	13,645	,000
	2º. Treinamentos em conjunto	5,683	,018
	3º. Ações de educação/cultura da comunidade	4,992	,027
	4º. Obras de infraestrutura em parceria	4,515	,035

Discriminante Conflito entre Destinos

Resultados dos Conflitos que melhor diferenciam os destinos	F	Sig.
Perda de chances de melhorar a cidade	5,397	,007
Formação/fortalecimento de grupos ou associações	2,474	,094
Perda de negócios para as empresas	1,005	,373
Mais desentendimentos entre os participantes	,663	,519
Melhorias para a cidade	,394	,676

Matriz de Correlação Conflito x Resultados

	Mais desentendimentos entre os participantes	Formação/ fortalecimento de grupos ou associações	Quebra de associações	Melhorias para a cidade	Perda de negócios para as empresas	Perda de chances de melhorar a cidade	Outros resultados
Empresas do turismo da cidade	,126	,125	,892	,352	,933	,433	,317
Empresas de outras cidades	,584	,000*	,027*	,737	,658	,719	,362
Cooperativas associações	,658	,849	,004*	,000*	,355	,399	,461
Autônomos do turismo	,743	,480	,212	,614	,658	,829	,040*
Governo municipal	,336	,411	,147	,241	,630	,401	,580
Órgão ambiental	,357	,001*	,584	,658	,877	,806	,231
Comunidade moradores	,238	,784	,628	,695	,183	,016*	,144

Discriminante de resultados e conflitos

Resultados	Principais conflitos das MPE	F	Sig.
Formação/fortalecimento de grupos ou associações	1º. Empresas de outras cidades	26,053	,000
	2º. Órgão ambiental	12,544	,002
Melhorias para a cidade	1º. Cooperativas/associações	16,628	,000