

Ecoturismo no Contexto da Regionalização Brasileira: percepções dos atores sociais sobre o desenvolvimento do turismo no Município de Riachão (MA)

Luciana Brandão Ferreira¹
David Leonardo Bouças da Silva²
Soniara Alves Maciel³

Resumo: O objetivo deste trabalho é estudar os desafios e as contribuições locais ao desenvolvimento do ecoturismo no município de Riachão (MA), de maneira que seja possível levantar informações pertinentes à visitação que contribuam com estratégias futuras de desenvolvimento do turismo na localidade. Para tanto foi feito um estudo de caso do município. Foram realizadas entrevistas e aplicação de questionários com os atores atuantes no desenvolvimento do turismo local e visitantes do principal atrativo de Riachão, objetivando colher impressões acerca da sua satisfação com o turismo riachense, no período de julho e setembro de 2013. Atestou-se que o turismo praticado em Riachão é o turismo de “bate-volta”, que reduz as possibilidades do município se desenvolver socioeconomicamente. Apenas, em 2009, Riachão começou a despertar para a organização local do turismo, como resultado da ação política dos órgãos estaduais e federais vinculados ao setor. Além da infraestrutura deficiente, outro fator negativo observado é que Riachão necessita de uma maior atuação municipal no desenvolvimento de políticas que promovam uma maior articulação com a esfera público-privada e com a população local. Evidenciou-se a potencialidade do município de Riachão para o ecoturismo, tendo como o principal fator positivo, os seus atrativos naturais e sua qualidade ambiental. Outro ponto destacado é que, embora no início, a população e o empresariado locais começam a despertar para se envolverem com a atividade turística.

Palavras-chave: Ecoturismo. Percepções. Atores Sociais. Município de Riachão.

Introdução

O ecoturismo vem se disseminando, cada vez mais no Brasil e no mundo, por ser um segmento da atividade turística que considera a participação efetiva da comunidade durante o processo de planejamento e gestão, propiciando o fortalecimento da identidade cultural, a melhoria da qualidade de vida das populações envolvidas, e a preservação cultural e ambiental.

Nesse contexto, abordar-se-á o município de Riachão, localizado no sul do Maranhão, Brasil, região em que a prática do ecoturismo é bastante promissora, sobretudo, baseada na visitação do Parque Nacional da Chapada das Mesas (PNCM)⁴. O município em comento possui

¹ Doutoranda em Administração da Organizações (FEA-RP/USP). Professora de Hotelaria e Turismo (DETUH/UFMA). bfluciana@gmail.com

² Doutorando em Administração (FACE/UnB), Mestre em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB). Professor Turismo e Hotelaria (DETUH/UFMA). davidboucasufma@gmail.com.

³ Turismóloga. Universidade Federal do Maranhão. soniaramaciel87@gmail.com.

⁴ Riachão faz parte do Polo Chapada das Mesas, um dos 10 Polos turísticos contemplados no Plano de Desenvolvimento Integral do Turismo do Maranhão, o Plano Maior, documento estratégico oficial do Governo do Estado do Maranhão que orienta a implantação da atividade turística local.

significativo potencial turístico e se permeia por uma lógica de competitividade com a cidade limítrofe – Carolina – que absorve a maior parte do fluxo turístico da região e apresenta alguns obstáculos a uma lógica de cooperação com o destino vizinho.

Esta problemática pode ser justificada, em parte, devido aos esforços governamentais estaduais para a divulgação e a estruturação da visitação, em torno do PNCM, serem direcionados, principalmente, à cidade de Carolina, eleita como Portal da Chapada. Logo, Riachão, atualmente, não configura para o público consumidor um destino turístico em si, mas um atrativo de Carolina. Ademais, embora diante do seu potencial ecoturístico, a região como um todo ainda apresenta uma oferta turística inadequada, sobretudo em termos de infraestrutura de suporte ao visitante, carecendo de maiores investimentos para a divulgação e consolidação de seus atrativos.

Sendo assim, o objetivo principal deste trabalho é o de estudar os desafios e as contribuições locais ao desenvolvimento do ecoturismo no município de Riachão (MA), de maneira que seja possível levantar informações pertinentes à visitação que contribuam com estratégias futuras de desenvolvimento do turismo na localidade.

Turismo Sustentável, Ecoturismo e Governança/competitividade

A elevação no número de viajantes a amplos e remotos espaços em todo o planeta, vem ocasionando danos reais aos recursos naturais e às populações envolvidas, além da conseqüente necessidade de repensar a atividade turística, buscando-se formas mais brandas de visitação (Krippendorf, 2000).

No rastro do discurso sobre o Desenvolvimento Sustentável, proposta gerada a partir de uma série de conferências sobre o meio ambiente, em âmbito mundial, e de relatórios denunciando os impactos antrópicos na natureza (Sachs, 1993), o setor turístico passa a considerar as dimensões da sustentabilidade – econômica, social e ambiental – para dotar o conceito de turismo sustentável de uma necessária precisão para que ele se torne, efetivamente, operacional (Dias, 2007).

O turismo sustentável é definido como aquele que leva em conta os impactos econômicos, sociais e ecológicos atuais e futuros, assegurando as necessidades dos visitantes, da indústria do turismo, do meio ambiente e da comunidade receptora. (UNEP & UNWTO, 2005). Nesse sentido, percebe-se que o foco da atividade sai da satisfação exclusiva do turista e passa a considerar todos os atores sociais envolvidos, numa lógica que propicie a sustentabilidade dos destinos visitados. Ou ainda, formas sustentáveis de turismo devem ser promovidas em qualquer segmento turístico, sem circunscrever-se exclusivamente às atividades supostamente alternativas como ecoturismo e o turismo rural, mas, sobretudo, em espaços turísticos consolidados, com maiores fluxos de viajantes e pressões ambientais, como no turismo urbano e de massa.

Um ponto importante dentro da sustentabilidade é a questão da competitividade do destino para o turista. O surgimento do movimento de consumo verde e posteriormente consumo

eticamente responsável (Ocampo, Perdomo-Ortiz & Castaño, 2014) tem influência no desenvolvimento do ecoturismo, uma vez que tratam-se de consumidores que possuem preocupações com o meio ambiente ao adquirir seus produtos e serviços, o que contribui para o desenvolvimento da atividade.

Nesse aspecto, um destino de ecoturismo possui um desafio ainda maior, pois precisa se tornar competitivo no sentido de ofertar um produto acessível, mas ao mesmo tempo manter a preservação desse atrativo, com atenção à sua capacidade de carga. Tornar-se competitivo pressupõe também desenvolver a sua governança, a qual é diferente da governabilidade, pois envolve os vários atores sociais e não apenas a esfera política/estatal. (Gonçalves, 2005).

Por isso, evidencia-se que para consolidar a prática do turismo sustentável – e do ecoturismo – é necessário um esforço conjunto entre comunidades locais, setor público-privado e entidades de classe, para o alcance de um desenvolvimento social e econômico comprometido com o equilíbrio ecológico dos destinos (Maciel, 2013). De forma conclusiva, pode-se dizer que a sustentabilidade, de maneira crescente, é utilizada como referencial para as práticas societárias, delineando novos caminhos para atividades como o turismo (Silva, 2008).

Inserido nessa perspectiva, acresce-se que o ecoturismo não diz respeito a meras viagens a áreas naturais, mas incursões na natureza realizadas com o propósito de conhecimento e respeito à localidade e deve refletir os objetivos do turismo sustentável. Existem vários autores e instituições que conceituam o ecoturismo de forma diferenciada, porém sempre com o mesmo objetivo, preservar a natureza.

Nesses termos, um conceito chave que caracteriza o ecoturismo é apresentado pela OMT (2002), segundo o qual esta atividade consiste em todas as formas de turismo baseadas na natureza que apresentem como principal motivação do turista a observação e a apreciação da natureza, assim como das tradições culturais predominantes na área natural.

No Brasil, o potencial para a prática do ecoturismo, em virtude da sua biodiversidade, é notório e avança, aos poucos, ao longo dos anos para competir com destinos estrangeiros. Já existem modelos de governança, como em Bonito (MS), referência no âmbito nacional e internacional, considerado um sistema de excelência, em razão da experiência que proporciona ao turista, da lucratividade aos empreendimentos e da aliança com a preservação ambiental (Costa, Silva & Nascimento, 2012). É preciso reconhecer melhorias no setor ecoturístico brasileiro em função de inúmeros motivos, dentre eles melhorias na legislação ambiental e no quantitativo de unidades de conservação, envolvimento de instituições públicas, empresariais e do terceiro setor, uma crescente rede de serviços e infraestrutura turística, além da profissionalização do setor (Mendonça & Neiman, 2005).

Prova do exposto são os dados obtidos no Estudo da Demanda Turística Internacional, revelando que, em 2008, dos viajantes que vieram ao País a lazer, 22,2% apresentavam como motivação principal “natureza, ecoturismo ou aventura”, um crescimento interessante se comparado ao percentual, em 2004, 12,8% (Mtur, 2010). Outro dado importante faz referência

aos resultados obtidos em pesquisa sobre o marketing turístico internacional do Brasil, entre 2007 e 2010, o ecoturismo aparece como o segundo segmento mais ofertado pelos operadores internacionais dos destinos analisados (EMBRATUR, 2010).

Além dos principais destinos ecoturísticos nacionais – Amazônia, Pantanal, Fernando de Noronha (PE), Bonito (MS), Chapada Diamantina (BA), Chapada dos Veadeiros (GO), entre outros – aos quais apresentam representativa demanda turística, existem ainda muitos outros destinos, com grande potencial para o desenvolvimento da atividade ecoturística, como o Parque Nacional da Chapada das Mesas (MA), no qual se insere o município, objeto de estudo da presente investigação.

3. Metodologia

A presente pesquisa se caracteriza como um estudo de caso do município de Riachão e apresenta caráter qualitativo, tendo em vista que se pretende traduzir em números, opiniões e informações, a realidade da cidade em questão. A abordagem qualitativa se apresentou como a mais pertinente, considerando que “os métodos qualitativos enfatizam as especificidades de um fenômeno em termos de suas origens e de sua razão de ser” (Haguette, 1992, p. 63). A pesquisa se centrou no entendimento dos desafios e contribuições locais ao desenvolvimento do ecoturismo no município de Riachão (MA).

A investigação de campo ocorreu em dois momentos: entre 1º e 8 de julho de 2013, e entre 7 e 14 de setembro de 2013, com os atores atuantes no desenvolvimento do turismo local e visitantes do principal atrativo de Riachão, objetivando colher impressões acerca da sua satisfação com o turismo riachense. As falas registradas foram analisadas utilizando a técnica da análise do discurso. (Flick, 2009).

O objeto de pesquisa compreendeu os atores sociais mais participativos na organização e/ou promoção do destino: Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Meio Ambiente de Riachão (SEMTUC), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE/Balsas⁵), representante dos condutores turísticos⁶ de Riachão, e três empresários – dois proprietários de pousadas (de um universo de seis) e o da Reserva Natural Cachoeira do Rio Cocal⁷ (principal atrativo local) como pode ser visto no Quadro 1.

Quadro 1: Perfil dos Entrevistados

Entrevistado	Órgão/empresa	Escolaridade	Gênero	Anos de
--------------	---------------	--------------	--------	---------

⁵ Escolheu-se colher impressões do representante do SEBRAE sediado no município de Balsas, em virtude da participação desta instituição no desenvolvimento do turismo de inúmeras cidades turísticas do Polo Chapada das Mesas (Riachão, Carolina, Balsas e Tasso Fragoso).

⁶ Destaca-se que não há representação formalizada dos condutores e apenas uma agência de receptivo local.

⁷ O proprietário da Reserva Natural Cachoeira do Rio Cocal é também dono da única agência de receptivo de Riachão e ex-secretário de turismo deste município.

				atuação
Secretária de Turismo	SEMTUC/Riachão	Superior incompleto	Feminino	1 ano
Gestora de Turismo	SEBRAE/Balsas	Superior completo	Feminino	5 meses
Empresário 1	Proprietário de Pousada	Ensino Médio	Masculino	13 anos
Empresário 2	Proprietário de Pousada	Ensino Médio	Masculino	12 anos
Empresário 3	Proprietário de atrativo e agência de receptivo	Ensino Superior completo	Masculino	9 anos
Representante dos Condutores Turísticos de Riachão	Sem associação formalizada	Ensino Superior Completo	Masculino	4 anos

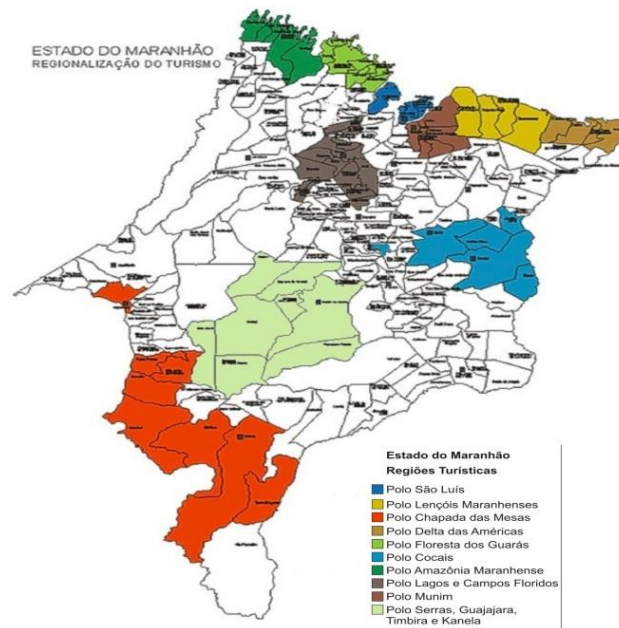
Fonte: Os autores

Paralelamente, realizou-se uma pesquisa com 25 visitantes da Reserva em comento, a fim de atestar sua percepção sobre a atividade turística em Riachão. Foram utilizados dois instrumentos de coletas de dados: roteiros de entrevistas aplicados aos atores sociais e um questionário do tipo fechado direcionado aos visitantes. Como limitações do método houve dificuldades de encontrar organizações formalizadas que atuassem diretamente no desenvolvimento do turismo local, a exemplo associações de classe e órgãos específicos de turismo municipal.

3.1. Localidade de Estudo

O município de Riachão, com uma população estimada em 20.209 habitantes (IBGE, 2010) e área territorial de 6.373,017 Km², é uma cidade incluída no Polo Chapada das Mesas e se situa, na região sul do Estado do Maranhão, a 877 quilômetros da capital São Luís (Figura 1).

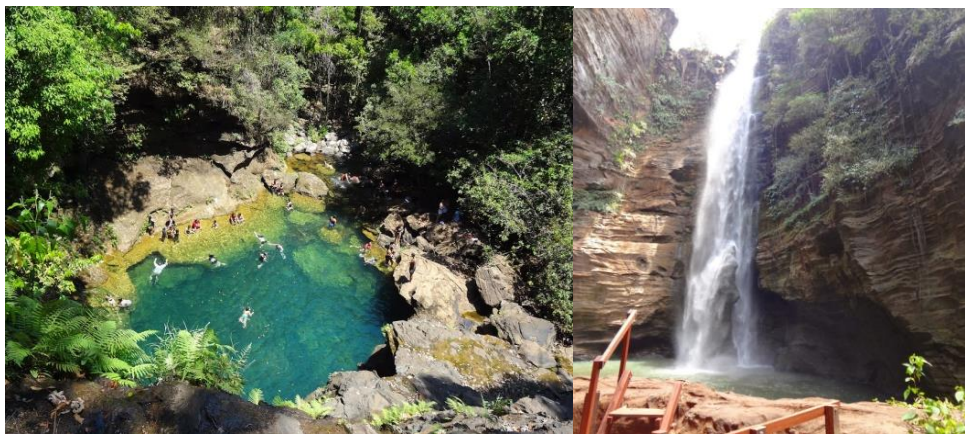
Figura 1: Mapa da regionalização do turismo no Maranhão.



Fonte: Maranhão (2011)

O bioma característico é o cerrado, com clima tropical e a cidade é rodeada por serras, morros, rios e cachoeiras, espaços propícios a atividades como rapel, canoagem, caminhadas e banho (Figura 2). As principais atividades econômicas são a pecuária, agricultura e fruticultura. O turismo ainda é uma atividade que causa menor impacto econômico e social que as atividades mencionadas acima (Maciel, 2013).

Figura 2: Paisagens naturais de Riachão.



Fonte: Maciel (2013).

No que tange à infraestrutura e serviços disponíveis, Riachão apresenta problemas relacionados a saneamento básico, pavimentação urbana, precariedade na sinalização turística. Há apenas seis pequenas pousadas, uma agência de receptivo e inexistem postos de informação turística. O acesso se dá por via rodoviária e o aeroporto para voos comerciais mais próximo se

localiza no município de Imperatriz, distante 230 quilômetros. Verifica-se a necessidade de qualificação e treinamento dos prestadores de serviços e melhor estruturação dos serviços (Maciel, 2013). Subsequentemente, expor-se-á os principais desafios e as contribuições dos principais atores sociais ao desenvolvimento turístico de Riachão.

4. Desafios e contribuições ao desenvolvimento turístico de Riachão

Para melhor aprofundamento e entendimento da discussão dos resultados obtidos na pesquisa dividimos esse tópico em outros quatro subtópicos abordando em cada um deles a categoria de atores sociais pesquisada: (4.1) Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Meio Ambiente; (4.2) SEBRAE/Balsas; (4.3) O empresariado de Riachão; (4.4) Os visitantes de Riachão.

4.1 Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Meio Ambiente de Riachão

Em entrevista realizada na Secretaria de Turismo, Cultura e Meio Ambiente de Riachão (SEMTUC)⁸, com a secretária de turismo, buscou-se compreender as pretensões locais para o desenvolvimento do ecoturismo no município. Assim, questionada acerca dos objetivos prioritários da SEMTUC, declarou a necessidade de incrementar a participação de Riachão no turismo voltada à Chapada das Mesas e aumentar o tempo de permanência na localidade, tendo em vista que, no município, ainda persiste o turismo “bate-volta”⁹.

Para tanto, a primeira medida se direciona à qualificação profissional, por meio de uma parceria com o SEBRAE, pois, segundo a Secretária, “este é um dos grandes problemas da nossa cidade hoje, não estamos preparados para receber esse pessoal, a gente não tem ainda um trabalho voltado para isso”. Destaca-se, dessa forma, o necessário investimento em qualificação da mão de obra, essencial para o setor turístico, conforme reforça Beni (2007).

É importante salientar que para aumentar o tempo médio de permanência, deve-se lograr a construção de estratégias como maior divulgação do destino, envolvimento da comunidade, qualificação profissional e estímulos à produção cultural-artística que agregue valor ao produto turístico local, além da melhoria da infraestrutura em geral. A Secretária enfatizou ainda que a principal contribuição da SEMTUC foi a criação do COMTUR (Conselho Municipal Turismo), a fim de estreitar as relações entre os diversos atores da cadeia produtiva, situação essencial ao crescimento do setor turístico.

Perguntada sobre os principais entraves ao desenvolvimento do turismo local, a entrevistada declarou conflitos antigos entre empresários de Carolina – principal destino da

⁸ Designação elaborada pelos autores para facilitar a escrita.

⁹ O turismo “bate-volta” é entendido como aquele de curta duração (menos de 24h, sem pernoite), que reduz as possibilidades de maior obtenção de renda e pouco promove o conhecimento dos aspectos culturais da região.

Chapada – e o administrador-proprietário do principal atrativo e da única agência de receptivo local, o ex-secretário de turismo de Riachão, que dificulta o diálogo entre os atores sociais dos dois municípios. Contudo, a SEMTUC estuda meios de estabelecer relações de cooperação com Carolina, conforme se observa na fala da referida secretária:

Hoje a gente está dentro da instância, colocou o pé na parede, a gente até falou que não fazia sentido nós fazermos parte da chapada, por isso a gente chamou o pessoal de Carolina pra conversar, e o que eles falaram foi que não tem problema nenhum com Riachão. Eles tem uma briga empresarial, dentro da instância de governança até porque a gente não vende Riachão nem Carolina, a gente vende a Chapada, então a gente está melhorando a relação entre os dois municípios.

Reitera-se, sobremaneira, que divergências políticas locais tem comprometido o desenvolvimento turístico da região numa lógica de polo turístico, uma vez que Carolina e Riachão têm apresentado dificuldades para se articular, promover e organizar melhor o turismo.

A respeito dos impactos negativos advindos do turismo, a Secretária comenta que os mais perceptíveis são os ecológicos – poluição dos cursos d’água, pichações nas rochas, entre outros – principalmente nos atrativos mais visitados e que ficam em propriedades particulares, o que dificulta a ação pública quanto à conservação dos espaços.

Apesar dessa situação, reitera-se o diferencial dos atrativos naturais, únicos não só na Chapada, mas também no Estado, e que são responsáveis por parte da demanda dos visitantes da região (Maciel, 2013). Complementarmente, destaca-se que a população local começa a despertar para a importância do turismo, engajando-se, aos poucos, nas discussões sobre a atividade. As alegações anteriores demonstram que a organização turística feita pela SEMTUC promove ainda discretas contribuições ao turismo do município.

4.2 SEBRAE/Balsas

Em entrevista realizada na sede do SEBRAE/Balsas com a gestora do “Projeto Turismo na Chapada das Mesas”, buscou-se compreender a participação deste órgão no desenvolvimento do ecoturismo na Chapada e em Riachão. Destaca-se, de antemão, que o papel do SEBRAE/Balsas no contexto turístico do Polo é o de criar condições e oportunidades para a estruturação dos produtos turísticos de forma qualificada, diferenciada e competitiva, além de ajudar a identificar, organizar e articular a cadeia produtiva do turismo para uma atuação harmoniosa na busca de um posicionamento no mercado.

A respeito da visão sobre o atual momento do turismo em Riachão, a entrevistada reconheceu a desarticulação com este município, sendo que o SEBRAE tem maior aproximação com os atores sociais de Carolina, alegando que eles reconhecem mais a importância do órgão como articulador das políticas de turismo na Chapada. Tudo isso, entendendo que a complexidade

dessa atividade demanda a formação de alianças para proporcionar sua gestão de forma mais eficiente e integrada.

A gestora do SEBRAE destacou como aspectos positivos, o fato de Riachão fazer parte do Polo Chapada e ser contemplado, de alguma maneira, pelas políticas públicas da Secretaria de Turismo do Estado do Maranhão (SETUR/MA), por meio do Plano Maior. Ademais, ressaltou o crescente engajamento do empresariado que timidamente começa a perceber os retornos que o setor turístico pode proporcionar.

Quanto aos fatores negativos, a entrevistada comentou que a população, embora alegre e receptiva, ainda não está preparada para receber adequadamente o turista. Em outras palavras, “por mais que a gente fale que o povo é hospitaleiro, é diferente se trabalhar com turismo, pois nesse aspecto se trabalha a hospitalidade comercial”, que pode ser corroborada com por Quadros (2011) que expõe que enquanto a hospitalidade social prioriza a interação social e é baseada na experiência social, a hospitalidade comercial reflete a busca da lucratividade por meio da satisfação do hóspede/cliente.

A entrevistada também destacou que Riachão necessita de avanços quanto ao estabelecimento de ações públicas municipais que fomentem o setor turístico local. É o que se observa na transcrição abaixo.

Convém ressaltar que a implantação de políticas de turismo é uma diretriz condicionante ao desenvolvimento ecoturístico de Riachão, pois, a partir delas, é possível fazer o planejamento, gerenciamento, monitoramento e alocação de recursos em longo prazo para o município (Maciel, 2013). As alegações acima ensejam a participação ativa municipal junto ao Governo Estadual e Federal, na busca por recursos e apoio ao desenvolvimento de programas e projetos. Aliás, considerando que a política de regionalização demandada pelo Ministério do Turismo (Mtur, 2007) exige a articulação conjunta entre poderes públicos, iniciativa privada, terceiro setor e comunidades envolvidas, Riachão necessita de maior participação nas discussões das estratégias para o Polo Chapada das Mesas e que lhe proporcione ganhos de competitividade.

Referente às contribuições que o SEBRAE/Balsas tem dado ao desenvolvimento do ecoturismo em Riachão, a gestora destacou uma parceria com a SEMTUC visando melhorias ao setor, a qual pode ser traduzida nas linhas subseqüentes:

[...] a gente quer estruturar os negócios de maneira a serem competitivos. Esses negócios e o próprio empresário, então a gente vai entrar com ações individualmente para as empresas, treinamentos, capacitações, as consultorias que o profissional do SEBRAE trabalha in loco nas empresas palestras, atividades envolvendo a prefeitura.

Outras contribuições tratam das visitas técnicas encabeçadas pelo SEBRAE para que o empresariado faça benchmarking com destinos mais amadurecidos, de modo que aprendam com as experiências de sucesso e busquem implementá-las. Exemplo importante foi uma Feira do

Empreendedor realizada em novembro de 2013, voltada a rodadas de negócios entre as principais operadoras turísticas maranhenses, debates, palestras e apresentação de cases, como o da Rota das Emoções¹⁰, considerado um exemplo de sucesso que pode ser replicado à Rota pretendida Chapada das Mesas-Jalapão¹¹. Comprovando as iniciativas para concretização da referida rota, o atual Secretário de Estado do Turismo do Maranhão declarou que:

[...] precisamos acelerar a discussão para a formatação da rota Chapada/Jalapão. O sul do Maranhão hoje é considerado o terceiro maior polo indutor do turismo do Maranhão [...] Com a criação da rota, o destino será ainda mais incrementado, uma vez que já vem se preparando fortemente com capacitação e investimentos para o desenvolvimento da região¹²

Questionada a respeito do futuro do turismo em Riachão, a gestora do SEBRAE demonstrou otimismo, principalmente, porque acredita no potencial da atividade para valorizar a natureza, a experiência do visitante e desperte o interesse em investir na região.

Por fim, quando arguida acerca das melhorias pretendidas pelo SEBRAE/Balsas para o desenvolvimento ecoturístico de Riachão, a entrevistada alegou a realização de mais missões e visitas técnicas, formalização do Conselho Municipal de Turismo local, oferta de cursos de qualificação profissional e estímulos ao cadastramento das empresas turísticas junto ao CADASTUR¹³. Nesses termos, acredita que o município em questão possa obter reais ganhos de competitividade.

4.3 O empresariado de Riachão

Questionados sobre a existência de projetos de turismo na região, apenas o Empresário 3 disse conhecer um voltado à sinalização turística nos municípios da Chapada e outro que trata da formatação do roteiro Chapada-Jalapão. O empresário 1 enxerga com boas expectativas essa nova rota turística, justificando que:

[...] é um mega projeto e, se tudo der certo, ai sim a gente vai conseguir investir, vai conseguir ter bons resultados, porque a gente vai aumentar a permanência do

¹⁰ É um dos roteiros integrados resultantes do Programa de Regionalização do Turismo no Brasil, cujo objetivo é o de promover o desenvolvimento sustentável nas regiões turísticas envolvidas. A região consiste em uma faixa litorânea que perpassa os estados do Maranhão, Piauí e Ceará, e centra a visitação em torno de três grandes atrativos principais: Lençóis Maranhenses (MA), Delta do Parnaíba (PI) e Jericoacoara (CE) (Silva, Costa e Nascimento, 2009).

¹¹ Representantes do Polo Chapada das Mesas (MA) e do Parque Nacional do Jalapão (TO) buscam trabalhar um roteiro integrado entre esses dois estados, devido à proximidade e à similaridade paisagística que atraem turistas que buscam práticas de aventura e ecoturismo.

¹² Disponível em: <http://imirante.globo.com/mobile/imperatriz/noticias/2013/11/05/setur-confirma-participacao-na-feira-do-empendedor.shtml>. Acesso em: 05 Dez de 2013.

¹³ Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, executado pelo MTur.

turista aqui, ele que passava dois, três dias. Com 15 dias, nem se sabe se ele vai conseguir ver tudo, então esse é de fato o grande projeto em si.

Neste ponto, identifica-se duas questões pertinentes. A primeira evidencia a desarticulação entre a SEMTUC e parte do empresariado que desconhece as iniciativas que envolvem o turismo em Riachão. A segunda demonstra ações voltadas ao aumento na permanência de turistas e de maiores possibilidades para Riachão figurar dentre os destinos importantes da rota.

Na opinião dos entrevistados, Riachão tem recebido número crescente de visitantes, pois a movimentação que, no passado, ocorria entre julho e outubro, atualmente, dá-se de junho até novembro. Contudo, o empresariado reclama que as pessoas passam o dia nos atrativos e depois retornam a Carolina, onde se hospedam. É o que se comprova na fala do Empresário 1:

O turista não fica aqui, só vai nas Cachoeiras e volta pra Carolina. Não deixam dinheiro na cidade. A pousada aqui recebe mais pessoas que tão passando pelo município e param pra dormir. Turista mesmo só quando tem algum evento na cidade, as vaquejadas e no festejo, principalmente.

Apesar de perceber o aumento considerável de visitantes, entende-se que a comunidade local ainda assiste os benefícios que o turismo é capaz de gerar, situação esta que evidencia a problemática do presente estudo, posto que Riachão não é reconhecida como um destino turístico e sim um atrativo natural da cidade de Carolina, situação esta corroborada pelo turismo bate-volta que dificulta o contato com a população, com seus costumes e com os serviços oferecidos localmente. Corrobora com esta situação, a escassez de investimentos em atividades para diversificar a economia local e atrair mais visitantes. O Empresário 2 fortalece essa visão ao entender que o:

[...] turismo traz é melhoria, ele traz dinheiro. Tem que incentivar mais o turismo, porque o turista quando vem não serve só pra cachoeira. Se ele parar aqui, ele serve pra um hotel, ele serve pra um restaurante, ele serve pra um salão, em tudo, se ele parar mais aqui na cidade mesmo só tem vantagem.

Em relação aos pontos positivos do município, os entrevistados trataram dos atrativos naturais, reconhecendo-os como únicos e que respondem por boa parte dos visitantes da Chapada das Mesas. A singularidade dos atrativos é ratificada pela fala do condutor turístico entrevistado:

[...] cachoeiras todo mundo tem, mas água cristalina só Riachão tem, então por isso Riachão é único na chapada [...] únicos porque só nós temos isso, ninguém no Maranhão inteiro tem isso, assim como os Lençóis, só eles tem lençóis, aqui, só nós temos água cristalina, não tem pra ninguém!

Ademais, destacam, sobremaneira, o aumento do interesse local na qualificação e profissionalização no turismo, reiterando as opiniões expostas pelos gestores do SEBRAE e SEMTUC. Em outros termos, o Entrevistado 3 menciona que:

[...] quanto mais o tempo passa, as pessoas vem querendo ser empreendedoras no turismo e, quando a população começa a ser empreendedora, a economia movimenta muito mais e isso é um aspecto positivo que Riachão em pouco tempo, em quatro anos, quatro anos e meio [...] agora que o negócio começou a andar pro lado do turismo.

Concernente aos aspectos negativos, destacou-se a necessidade de melhor inventariar os atrativos e organizá-los para receberem visitantes, além de incrementar os investimentos na infraestrutura de suporte, no acesso aos atrativos, no fomento à produção de artesanato e na qualificação da mão de obra, sobretudo considerando que a modalidade ensejada localmente é o ecoturismo.

Referente aos benefícios proporcionados pelo turismo, falou-se da geração de emprego e renda, e dos potenciais estímulos à conservação e valorização do patrimônio natural, por meio do ecoturismo. No entanto, tais benefícios estão ligados à forma como a atividade é planejada e, nesse aspecto, Riachão ainda dispõe de tempo para melhor organizar sua oferta turística, considerando o provável incremento da demanda, a partir da iminência de projetos como a rota Chapada-Jalapão.

Assim, ressalta-se a participação e a conscientização de amplos atores sociais no planejamento e gestão do setor, pois quando o desenvolvimento turístico ocorre à revelia, aparece o oportunismo das pessoas que gera desequilíbrio aos destinos turísticos. Por conseguinte, a participação do Governo Municipal é fundamental, uma vez que este será o responsável pela infraestrutura básica e de serviços, além dos estímulos à implantação de meios de hospedagem, restaurantes, comércio diversificado, e opções de lazer.

4.4 Os visitantes de Riachão

A investigação da demanda turística atual de Riachão se faz importante, uma vez que este estudo pode ser uma ferramenta importante no processo de planejamento da atividade, especialmente no caso de localidades que buscam o ecoturismo como alternativa de desenvolvimento e que ainda não contam com um fluxo de turistas efetivo (Braga, 2003).

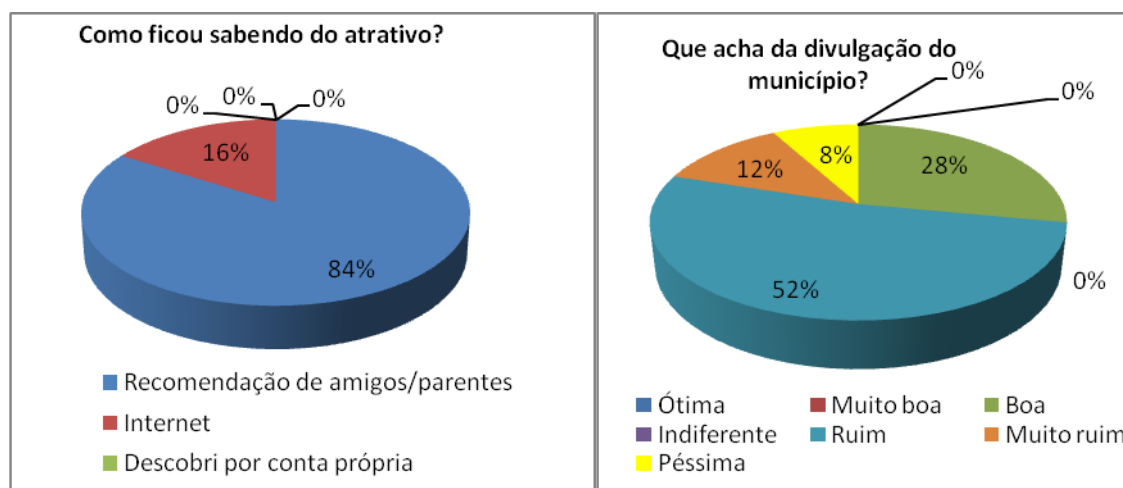
Sobre o perfil dos entrevistados, com base nos resultados de campo, verificou-se, *a priori*, que a maior parte dos visitantes é do sexo masculino e provém dos Estados do Tocantins (32%), seguidos de (24%) do Piauí, (20%) do Maranhão, Pará (16%) e Rio de Janeiro (8%). Sendo formado por jovens adultos (60% tem de 21 a 40 anos) e apresenta, em grande parte, no mínimo

formação superior (44%) ou em andamento (36%). Quanto à ocupação profissional, a maioria é de estudantes (36%) e funcionários públicos (20%), seguidos de desempregados (12%), autônomos e comerciantes (8% cada) e 16% “outros”. A faixa salarial é de 48% para quem ganha até três salários mínimos, 36% não possuem renda fixa, 12% de 4 a 6 salários mínimos e apenas 4% de 7 a 9 salários mínimos.

Com relação à quantidade de vezes que os entrevistados visitaram Riachão, 64% estavam no município pela primeira vez e, dos 36% que já conheciam a cidade, 44% já visitaram por três vezes ou mais.

No que tange às perguntas específicas, ao analisar os dados fornecidos no Gráfico 1, percebe-se que 84% dos visitantes escolheram visitar os atrativos devido a recomendações de amigos e parentes, o que demonstra a força do marketing “boca-a-boca” na atração de visitantes, o que ratifica ainda mais a importância do município investir em estratégias de divulgação e comercialização para inserir Riachão como um destino competitivo no cenário maranhense e regional. Esses dados podem ser relacionados às opiniões sobre a divulgação dos atrativos de Riachão que, de acordo com 72% dos entrevistados, é ruim, muito ruim ou péssima (Gráfico 2).

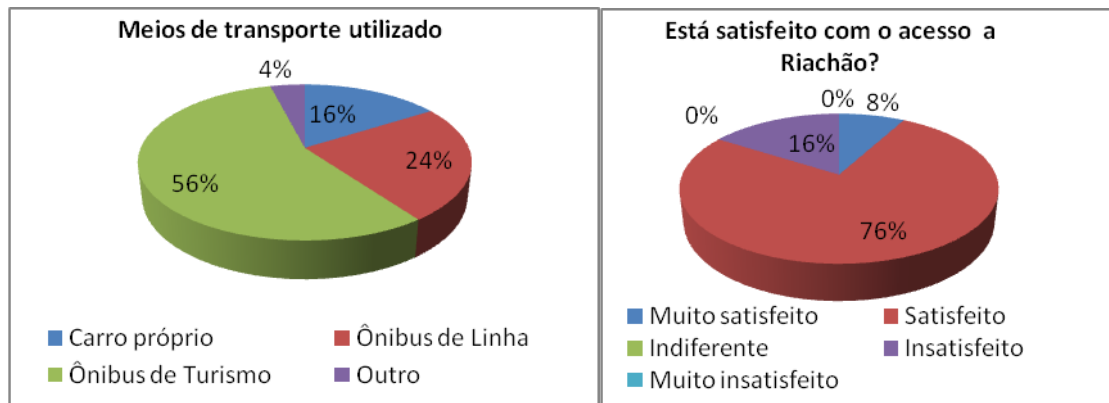
Gráficos 1 e 2: Como soube do destino e o que pensa da divulgação do município



Fonte: Os autores

O principal meio de transporte utilizado para chegar a Riachão é ônibus de turismo (56%), contratado pelas agências de receptivo de Carolina. Já em relação aos acessos à cidade, nota-se que 84% se consideram de satisfeitos a muito satisfeitos (Gráficos 3 e 4).

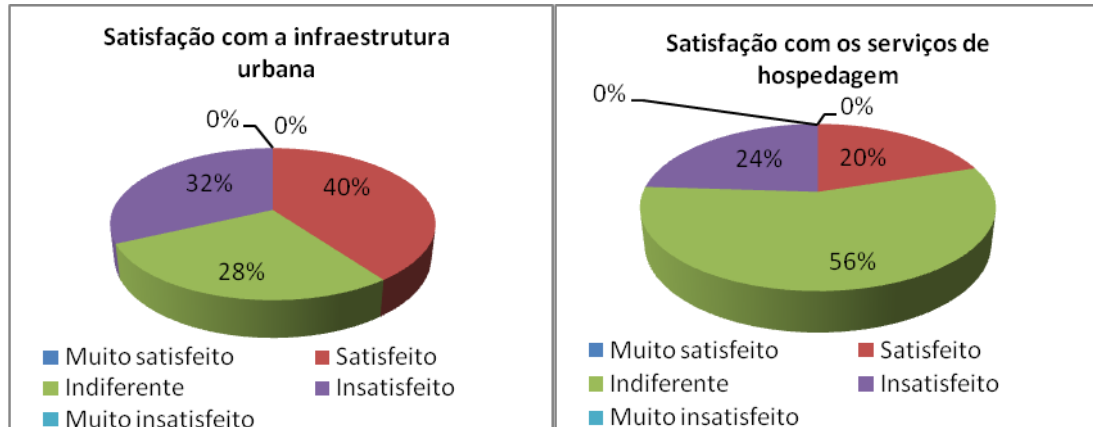
Gráficos 3 e 4: Meio de transporte utilizado e satisfação sobre o acesso aos atrativos



Fonte: Os autores

Questionados sobre a satisfação com a infraestrutura (Gráfico 5), 40% dos entrevistados afirmaram estarem satisfeitos, enquanto 32% consideraram a infraestrutura insatisfatória. O elevado percentual de 28% indiferente a esse aspecto pode ser justificado pelo fato de não permanecerem, por muito tempo, na localidade. Nesse mesmo sentido, 56%, afirmaram serem indiferentes aos serviços de hospedagem, pois não tiveram a oportunidade usufruir (Gráfico 6).

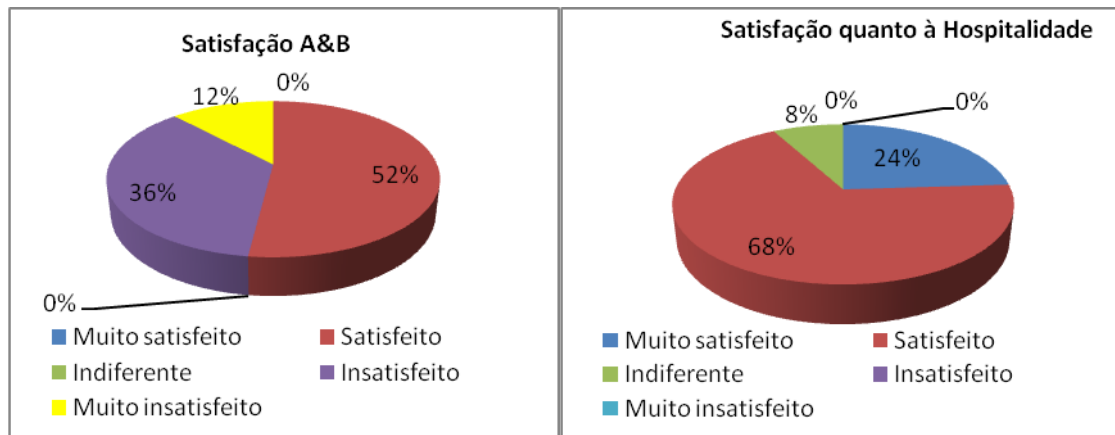
Gráficos 5 e 6: Satisfação quanto à infraestrutura urbana e de hospedagem



Fonte: Os autores

Quanto aos serviços de bares e restaurantes oferecidos (Gráfico 7), 52% afirmaram estarem satisfeitos, embora 48% se considerem entre insatisfeitos a muito insatisfeitos, revelando a necessidade do setor de A&B melhor investir na qualidade dos seus serviços. Um fator positivo foi a percepção sobre a população, considerada na opinião de 92% dos respondentes como hospitaleira ou muito hospitaleira (Gráfico 8).

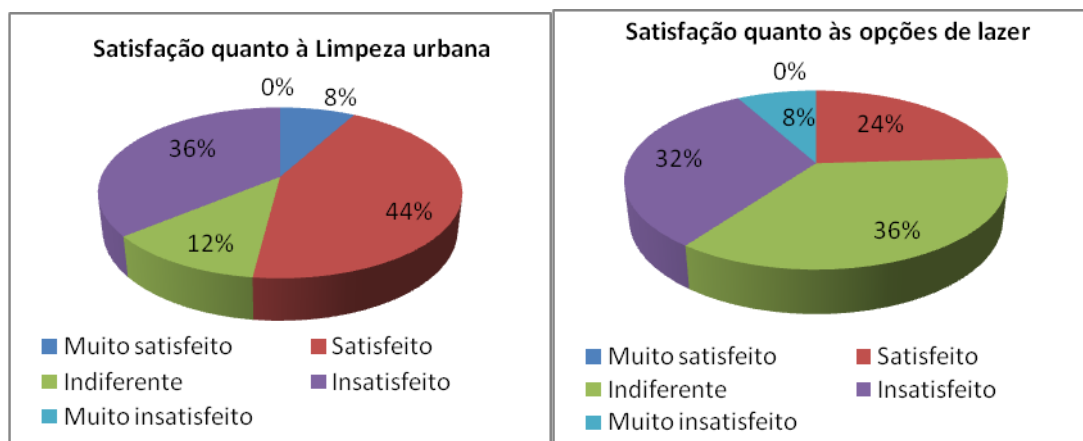
Gráficos 7 e 8: Satisfação quanto aos serviços de A&B e quanto à hospitalidade



Fonte: Os autores

Com relação à limpeza pública, as opiniões são bem divididas, pois 52% estão entre satisfeitos e muitos satisfeitos, enquanto 48% se deram como insatisfeitos ou muito insatisfeitos (Gráfico 9). Quanto às opções de lazer oferecidas no município (Gráfico 10), 40% se sentiram de insatisfeitos a muito insatisfeitos, ratificando, portanto, que a cidade tem deixado a desejar quanto à oferta de opções de lazer aos visitantes. No contexto do turismo em Riachão, a criação de opções de lazer gera maiores possibilidades dos visitantes estenderem a sua estadia na região.

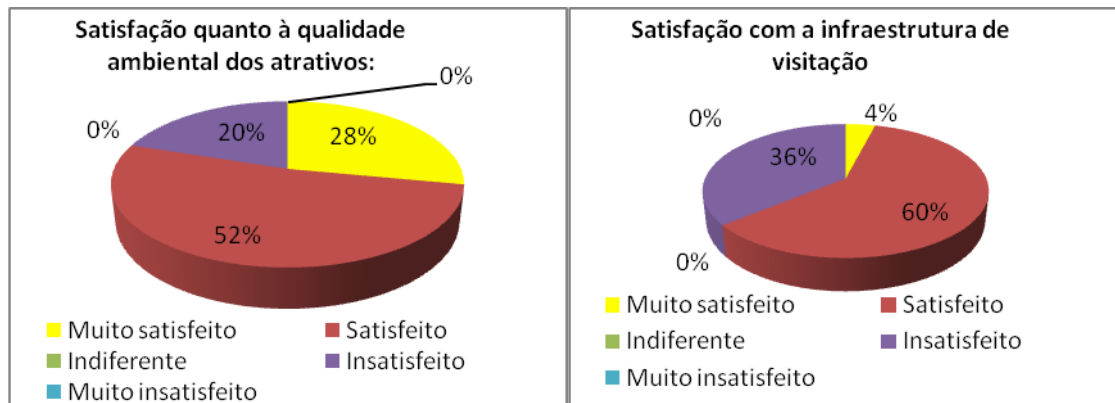
Gráficos 9 e 10: Satisfação quanto à limpeza urbana e opções de lazer



Fonte: Os autores

A satisfação demonstrada no Gráfico 11, com relação à qualidade ambiental dos atrativos, pode ser considerada um fator positivo, já que 80% se consideraram satisfeitos e muitos satisfeitos. No entanto, 20% alegaram insatisfação, em razão da presença de lixo em alguns pontos e a necessidade de estabelecer condições de controle da visitação e acompanhamento especializado nas áreas dos atrativos. Concernente à infraestrutura de visitação, 64% afirmaram estarem satisfeitos e muito satisfeitos, enquanto 36% estão insatisfeitos (Gráfico 12)

Gráficos 11 e 12: Satisfação quanto à qualidade ambiental e à infraestrutura de visitação



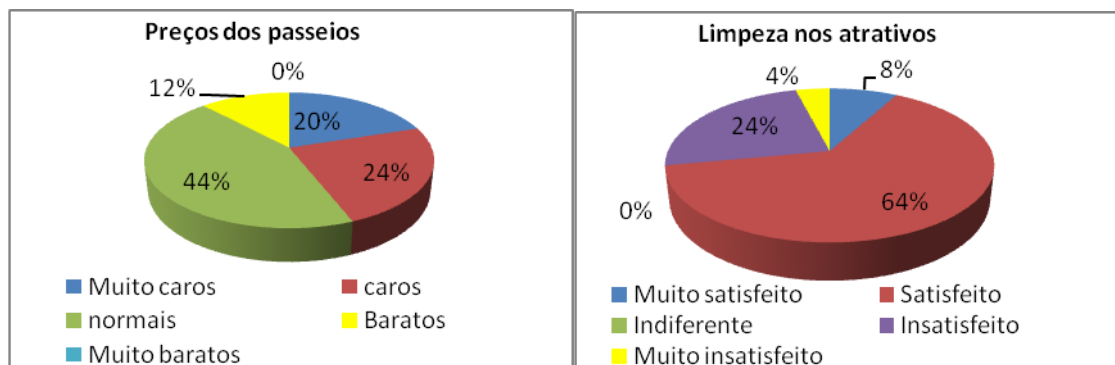
A respeito da percepção sobre o preço dos passeios e a qualidade, 44% acharam os

Fonte: Os autores

preços dos passeios normais e outros 44% julgaram como caros a muito caros (Gráfico 13).

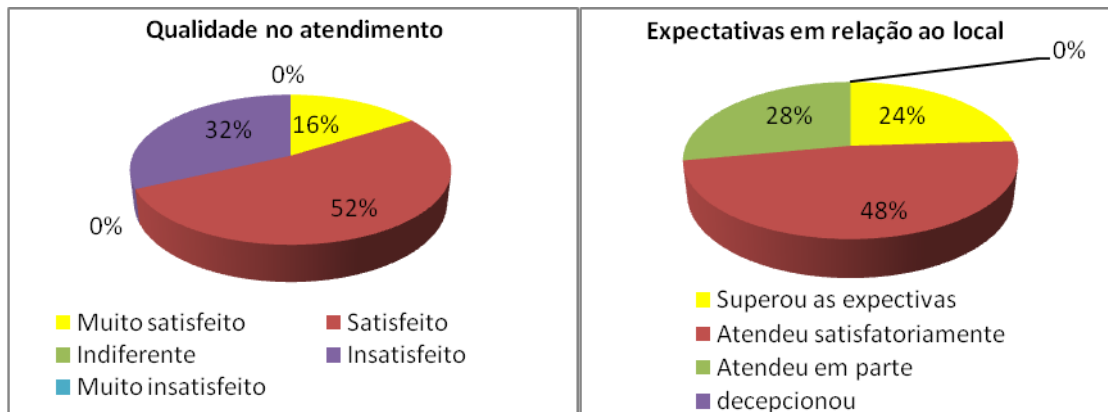
Outro fator abordado foi à limpeza dos atrativos (Gráfico 14), em que 72% estão satisfeitos e muito satisfeitos. Apenas 28% se consideram insatisfeitos ou muito insatisfeitos. Já em relação à qualidade do atendimento, 68% dos visitantes chegaram a um bom nível de satisfação, quanto aos serviços prestados e 32% se sentiram de insatisfeitos a muito insatisfeitos (Gráfico 15). Esta situação pode evidenciar o caráter hospitaleiro da população que acaba superando, por vezes, as deficiências no atendimento mais profissionalizado. Quanto às expectativas geradas para visitar Riachão, em que 24% afirmaram que a viagem superou suas expectativas, 48% se sentiram satisfeitos e 28% afirmaram que a experiência atendeu em parte, alegando que esperavam uma estrutura melhor do que a utilizada (Gráfico 16).

Gráficos 13 e 14: Percepção sobre preço dos passeios e limpeza nos atrativos



Fonte: Os autores

Gráficos 15 e 16: Percepção sobre qualidade no atendimento e expectativas sobre o local

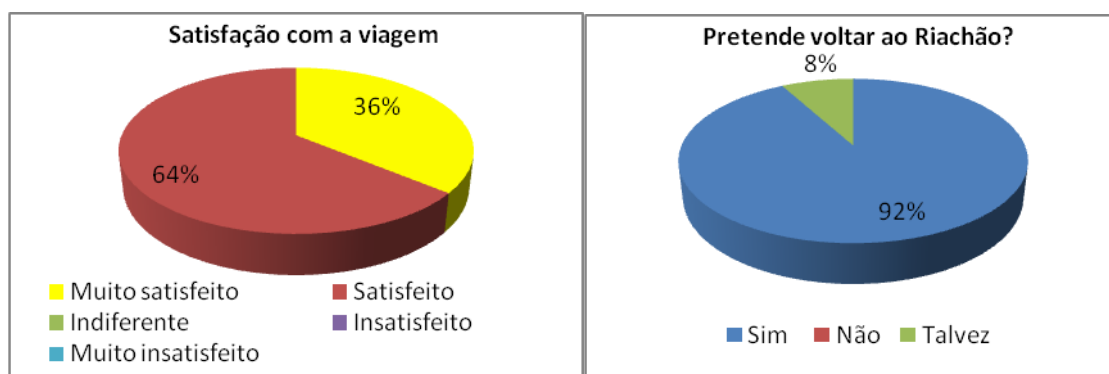


Fonte: Os autores

Indagados sobre o principal aspecto positivo de Riachão, 100% dos entrevistados afirmaram que são as belezas naturais, ratificando o potencial do município para se inserir no mercado turístico regional com base na oferta de atrativos únicos e diferenciados. Entretanto, constatou-se que 84% dos visitantes avaliam, negativamente, a infraestrutura oferecida nos atrativos, juntamente com 16% que se queixaram do atendimento ruim.

A obtenção de 100% de satisfação com a viagem a Riachão fortalece o argumento de que, para determinados destinos, a qualidade dos atrativos naturais é o ponto que mais pesa na percepção dos visitantes, sobressaindo-se em relação a outros aspectos como infraestrutura e atendimento (Gráfico 17). Os dados expostos nos Gráfico 18 ratificam esta situação, posto que 92% pretendem voltar a Riachão.

Gráficos 17 e 18: Satisfação com a viagem e pretensões de retorno



Fonte: Os autores

Por fim, quando questionados se recomendariam a visita a Riachão, 100% dos entrevistados afirmaram que sim, especialmente amigos e familiares, situação esta que ratifica a posição de Riachão como um atrativo de enorme potencial no contexto do desenvolvimento turístico maranhense.

5. Conclusão

O presente estudo teve como seu principal objetivo estudar os desafios e as contribuições locais para o desenvolvimento do ecoturismo na cidade de Riachão (MA). De maneira geral, verificou-se que Riachão, na prática, é entendida como um atrativo turístico de Carolina, porquanto os visitantes passam apenas um dia nos atrativos pertencentes ao município e retornam ao município vizinho para se alojarem e usufruírem de outros serviços turísticos.

De acordo com a pesquisa de campo, atestou-se que o turismo praticado em Riachão é o turismo de “bate-volta”, que reduz as possibilidades do município se desenvolver socioeconomicamente. Apenas, em 2009, Riachão começou a despertar para a organização local do turismo, como resultado da ação política dos órgãos estaduais e federais vinculados ao setor.

Além da infraestrutura deficiente, outro fator negativo observado é que Riachão necessita de uma maior atuação municipal no desenvolvimento de políticas que promovam uma maior articulação com a esfera público-privada e com a população local, além da promoção de melhorias na infraestrutura e serviços turísticos.

Consubstanciando-se na pesquisa *in loco*, evidenciou-se a potencialidade do município de Riachão para o ecoturismo, tendo em vista que os entrevistados, em sua totalidade, apontaram, como o principal fator positivo do município, os seus atrativos naturais e sua qualidade ambiental. Outro ponto a ser destacado é que, embora no início, a população e o empresariado locais começam a despertar para se envolverem com o turismo, com vistas ao desenvolvimento de uma atividade ecoturística local que proporcione benefícios ao município. Sendo necessária a estruturação local no que se refere à infraestrutura urbana e turística adequada, junto à qualificação dos serviços oferecidos.

De forma complementar, é importante que se realize uma divulgação mais intensa, criando estratégias para inserir com maior evidência o município no mercado turístico maranhense, a fim de atrair um número maior de visitantes. Acresce-se a necessidade de definir um calendário de eventos, objetivando motivar e orientar os turistas para visitar Riachão, sobretudo nos momentos de menor fluxo turístico.

Por fim, Riachão deve encontrar meios de reverter o turismo “bate-volta” e aumentar o tempo de permanência. Nesse sentido, concluímos destacando o potencial do município e a importância que o planejamento da atividade possui para se alcançar o turismo desejado, caso contrário, o desenvolvimento da atividade pode trazer sérias consequências tanto para o meio ambiente como para a população local. E isto, certamente, não é o foco de uma visita que pretende se apoiar numa base sustentável, a exemplo do ecoturismo.

Referências

Beni, M. C. (2007). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Editora Senac.

- Braga, D. (2003). *Investigação da Demanda Turística como Fator Fundamental para o Planejamento e o Desenvolvimento do Turismo*. In: Rejowski, M.; Costa, B. (Orgs.). *Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão*. São Paulo: Atlas.
- Costa, H. A.; Silva, D. L. B.; Nascimento, E. P. (2012). A Governança sonhada para o Turismo: uma análise sobre o voucher único de Barreirinhas (Maranhão, Brasil), a partir da visão dos empresários do setor turístico. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. V.2, p.701 – 715.
- Dias, R. (2007). *Turismo Sustentável e meio ambiente*. São Paulo: Atlas.
- Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR). (2010). *Plano Aquarela - Marketing Turístico Internacional do Brasil 2007-2010*. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em 10 mar 2014.
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*, Artmed/Bookman, Porto Alegre.
- Gonçalves, A. (2006). O conceito de governança. XVI Encontro Compedi.
- Haguette, T. M. F. (1992). *Metodologias qualitativas na Sociologia*. São Paulo:Vozes.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2010). IBGE Cid@des. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 08 mar 2013.
- Krippendorff, J. (2000). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Tradução: Contexto Traduções. São Paulo: Aleph.
- Maciel, S. A. (2013). *Estudo da perspectiva de desenvolvimento do ecoturismo no município de Riachão-MA*. 108 p. Monografia (Graduação em Turismo) – UFMA, São Luís.
- Maranhão. (2011). Plano estratégico de Turismo do Estado do Maranhão. São Luís.
- Mendonça, R.; Neiman, Z. (2005). *Ecoturismo no Brasil*. São Paulo: Manole.
- Ministério do Turismo (MTUR). (2007). *Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil*. MTUR. Secretaria Nacional de Política de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília.
- Ministério do Turismo (MTUR). (2010). *Estudo da Demanda Turística Internacional 2004 - 2008*. Brasília: MTUR, fev. 2010. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em 30 jun 2013.
- Organização Mundial do Turismo (OMT). (2002). *Declaração de Ecoturismo de Quebec*. Disponível em: <http://www.worldtourism.org/sustainable/IYE/quebec/anglais/declaration.html>.> Acesso em 22 Nov 2013.
- OCAMPO, S. D.; PERDOMO-ORTIZ, J.; CASTAÑO, L. E. V. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición: una revision de La literatura. *Estudios Gerenciales*. p. 01-14
- Quadros, A. H. A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v.8, n. 1, p. 43-57, Jan-Jun. 2011. Disponível em:<<http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/hospitalidade/search/results>> Acesso em: 24 nov 2013.
- Sachs, I. (1993). Estratégias de transição para o século XXI. In: BURZTYN, Marcel (org.) *Para pensar o desenvolvimento sustentável*. Brasília, Brasiliense, p.29-56.
- Silva, D. L. B. (2008). *Turismo em unidades de conservação: Contribuições para a prática de uma atividade turística sustentável no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses*. 207p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - CDS, UnB, Brasília.

Silva, D. L. B.; Costa, H. A.; Nascimento, E. P. *Os Vizinhos Invisíveis: impactos do turismo nos destinos turísticos e seus entornos na Costa Norte (CE, MA, PI)*. Anais do VI Seminário ANPTUR. 2009. Disponível em: <http://www.eventos.univerciencia.org/index.php/seminANPTUR/2009/schedConf/presentations>. Acesso em 08 maio 2010.

UNEP and UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*. p.11-12.