

Potencial de Demanda para o Turismo de Base Comunitária: O Perfil do Turista de uma Comunidade Acadêmica

Thaís do Nascimento SILVA¹

Carla Regina Pasa GÓMEZ²

Maria José da Silva FEITOSA³

Resumo: Conhecer a demanda potencial do Turismo de Base Comunitária (TBC) é essencial para se planejar a atividade que vem se consolidando como um segmento de mercado que atrai turistas mais sensíveis à causa social e ambiental, em contraponto ao turismo de massa. Nessa perspectiva, esse artigo se propõe a verificar a demanda potencial para o TBC, a partir do perfil do turista da comunidade acadêmica da Universidade Federal de Pernambuco, campus Recife – PE. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva de abordagem quantitativa, do tipo *survey*, conduzida por questionário estruturado. Os participantes da pesquisa foram professores, estudantes e técnicos administrativos da referida Instituição. Os resultados apontam o perfil turístico atual e futuro de professores, estudantes e técnicos administrativos que, em sua maioria, se comportam como turistas convencionais quando se trata de hospedagem, mas que buscam experiências originais quando se trata de alimentação e atrativo, o que indica que os roteiros de TBC têm maiores chances de atrair esse público do que destinos de TBC.

Palavras-chave: Potencial de Demanda. Perfil do Turista. Turismo de Base Comunitária. Comunidade Acadêmica.

Introdução

O Turismo de Base Comunitária (TBC) despertou o interesse de gestores e acadêmicos em compreender seu funcionamento, características, potencialidades e complexidade, dada à perspectiva de que este tipo de turismo se aproxima de um turismo menos explorador dos recursos naturais ao passo que se torna mais inclusivo para com aqueles que o fazem.

Nesta linha de raciocínio, o TBC é vislumbrado como uma alternativa ao paradigma de turismo convencional (de massa), na medida em que prima pela preservação dos recursos naturais e conservação das tradições de pequenas comunidades, possibilitando as mesmas obterem benefícios socioeconômicos, decorrentes da geração de trabalho e renda (Sampaio & Zamignan, 2012; Pinheiro, 2014).

Complementando tal perspectiva, Francisco Alemberg de Souza Lima, coordenador do projeto de promoção do turismo social e cultural de base comunitária no sertão do Cariri, em um relatório do Ministério do Turismo (2010, p.7), teceu o seguinte comentário: “pensar o turismo de base comunitária como turismo só de geração de renda é pouco. O lastro do turismo de base comunitária tem sua base na diversidade cultural e nos valores humanos”. Esse entendimento corrobora a ideia de que esta modalidade de turismo vai além da perspectiva econômica, focando também nos aspectos sociais e culturais.

¹ Graduanda em Turismo. Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. thaisnascimentox@gmail.com

² Doutora em Engenharia de Produção pela UFSC. Professora do PROPAD/UFPE. carlapasagomez@gmail.com

³ Mestre em Administração pelo PROPAD/UFPE. Professora da UFRPE. mjsfeitosa@gmail.com

Na medida em que leva em consideração aspectos de ordem econômica, social, ambiental, cultural, o TBC pode contribuir para uma forma de desenvolvimento que permite as gerações atual e futuras terem acesso aos mesmos tipos de recursos. Dessa forma, o TBC tende a colaborar para o desenvolvimento sustentável. Para Pinheiro (2014, p. 61), o Turismo de Base Comunitária “tem como proposta o conceito de desenvolvimento sustentável, que aplicado ao turismo contribui também para a geração de emprego e renda para as comunidades receptoras”.

Assim sendo, ressalta-se a importância de se estimular este tipo de turismo, pois, segundo Bartholo (2009) citado por Pinheiro (2014, p. 63),

o turismo de base comunitária pode representar uma oportunidade para o desenvolvimento do turismo no Brasil e que através de suas especificidades, as comunidades podem apresentar ao mundo e ao país uma diversidade conhecida por poucos, ajudando a aliar conservação ambiental e valorização cultural.

Contudo, segundo Bursztyn e Bartholo (2012), ainda existem vários percalços para o desenvolvimento de todo o potencial deste tipo de turismo. Para estes autores é necessário: qualificar os empreendedores locais para aumentar a qualidade na prestação dos serviços; aperfeiçoar a gestão dos negócios locais; fortalecer a governança local; implantar processos de monitoramento da atividade turística e, sobretudo, buscar sanar os problemas concernentes ao acesso ao mercado e comercialização do TBC.

No que diz respeito à comercialização do Turismo de Base Comunitária, Bursztyn e Bartholo (2012) apontam este como sendo um elemento determinante no sucesso das iniciativas de TBC, já que se não houver turista não há turismo, e para haver turista é preciso haver um processo de comercialização. Todavia, na maioria das vezes, as iniciativas de TBC não perduram, porque, segundo Bursztyn e Bartholo (2012, p. 98), “a falta de uma estratégia de inserção dos projetos no mercado turístico é tida como a principal causa de mortalidade das iniciativas após o término do período de apoio financeiro externo.” Além disso, os estes mesmos autores mencionam também a carência de informações qualificadas e dificuldades de comunicação, como sendo elementos que podem levar a falência, inclusive, ações mobilizadas e bem estruturadas.

Para Mielke e Pegas (2013, p. 176) “o baixo acesso ao mercado é uma das questões principais pelas quais os projetos TBC não tornam-se sustentáveis após o período de investimento. Isto acontece porque ou as comunidades oferecem produtos de baixa qualidade ou estabelecem de maneira tardia as relações comerciais com os intermediários”.

Há de se considerar que além dos fatores relacionados à oferta do turismo de base comunitária há também os fatores relacionados à demanda destes. Autores como Grimm e Sampaio (2011) apontam para uma “nova demanda” onde o turista busca “opções de vivência” (p. 58) e está disposto a “conhecer a cultura, os hábitos da população, a natureza e a história dos locais visitados” (p. 60).

Portanto, ao se planejar o TBC é preciso considerar a demanda e o perfil do turista para que a iniciativa não se torne frustração, nem para a comunidade receptora nem para o

turista. É nesse contexto que o presente estudo se propõe verificar, em uma comunidade acadêmica, a demanda potencial para o TBC a partir do perfil turístico atual e futuro de professores, técnicos administrativos e estudantes vinculados à Universidade Federal de Pernambuco, no campus Recife (PE).

Dado que a comercialização tem sido um dos entraves para o TBC, uma vez que são escassas as informações a respeito do perfil do turista de base comunitária, assim como ainda precisam ser descobertos os meios de comercialização que melhor se configurem para esse tipo de turismo, justifica-se a efetivação do presente estudo. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa, conduzida por meio de questionário.

Uma vez apresentado este conteúdo introdutório, a seguir encontra-se a fundamentação teórica, abordando aspectos como a aproximação do turismo de base comunitária com o turismo sustentável e o turismo de base comunitária como segmento de mercado. Posteriormente, são apresentados os procedimentos metodológicos, os quais são seguidos dos resultados, considerações finais e referências.

Revisão teórica

O Turismo de Base Comunitária como um segmento de mercado

O estudo “monitoramento dos projetos de TBC” realizado por Mielke (2011) apontou as principais fragilidades relacionadas às ineficácias das propostas desse tipo de turismo, dentre elas estão o acesso ao mercado, bem como a governança e o monitoramento do TBC. Destes, a questão relacionada ao mercado está ligada não apenas a comercialização, mas também a compreensão do perfil do turista por parte da comunidade.

É compreensível tal achado uma vez que muitos dos discursos sobre o TBC trazem uma visão “romântica” de que esse tipo de turismo é capaz de promover transformações radicais nas comunidades que o implantam principalmente por criarem uma expectativa sobre o compartilhamento dos benefícios.

Nesse sentido, Bursztyn e Bartholo (2012, p. 99) afirmam que a comercialização é um dos gargalos do TBC e que “não é das tarefas mais fáceis trazer os visitantes para conhecerem as experiências de TBC [...]”. Ainda de acordo com os autores, “em alguns casos, esta dificuldade acabou gerando frustrações em meio às comunidades locais que investiram para estruturar sua oferta de serviços, mas não tiveram o retorno esperado” (p. 99).

No intuito de mitigar estes transtornos, é necessário, dentre outros aspectos, compreender o perfil do turista de base comunitária. Sampaio, Coutinho e Rodrigues (2012), em estudo realizado para identificar a motivação do turista comunitário que viajou por intermédio do Projeto Bagagem, apontaram como perfil dos principais turistas o seguinte: jovens, com escolaridade em nível superior, em busca de novas experiências e de belezas naturais/lugares bonitos, com um comportamento próximo ao de “consumidor consciente que busca destinos que privilegiam comunidades que apresentam projetos socioambientais responsáveis” (p. 10).

Em outro estudo, Zamignan e Sampaio (2012) investigaram a demanda do turismo comunitário no Rio Sagrado (Morretes, PR) e encontraram um perfil semelhante ao anterior, ou seja, “de jovens, solteiros, que viajam sem acompanhantes ou com amigos, possuindo grau de instrução como universitários, estudantes de graduação e pós-graduação, pesquisadores e professores, e simpatizantes com temas relacionados à conservação de modos de vida tradicionais e preservação da biodiversidade” (p. 11).

Deste modo, observa-se no Turismo de Base Comunitária um modelo que apresenta características que se aproximam do turismo responsável e do turismo sustentável. O estímulo à interação entre a comunidade receptora e o turista é uma das características do TBC, que desta forma busca valorizar as potencialidades locais por meio da troca de conhecimentos entre anfitrião e turista.

Nessa perspectiva, observa-se que os turistas de base comunitária são mais sensíveis à problemática socioambiental. Assim,

[...] uma nova demanda turística que é formada por consumidores mais informados e conscientes, que têm outras prioridades e que manifestam motivações mais complexas e variadas que em décadas passadas, caracterizada pela forte massificação e pelo status. Diante da problemática ambiental que a sociedade atual está enfrentando, estes novos turistas demonstram ter maior consciência ecológica e preocupam-se com a conservação da autenticidade cultural das comunidades tradicionais (OMT Apud Grimm & Sampaio, 2011, p. 59).

Assim, pode-se inferir que esse “novo comportamento” do turista leva a formação de nichos de mercado, onde desponta o turismo de base comunitária, uma vez que se propõe a contribuir para o desenvolvimento sustentável, através da melhoria da qualidade de vida das comunidades, da promoção de um turismo mais autêntico e, em pequena escala, que consequentemente leva à equidade social, respeito ambiental e prosperidade econômica.

No âmbito internacional, o TBC também tem sido associado ao turismo responsável. E, nesse sentido, tanto na Itália quanto na Holanda existem dados disponíveis com relação ao perfil de turistas que estão dispostos a realizar um tipo de turismo pautado na experiência responsável frente aos impactos positivos e negativos gerado por ele.

A pesquisa “*Turismo responsabile: quale interesse per gliitaliani?*” (Turismo responsável: quais os interesses para os italianos?) desenvolvida pelo *Istituto Nazionale Ricerche Turistiche*, com a colaboração do *Centro Internazionale di Studi sull’Economia Turistica* da Universidade Ca’Foscari de Veneza apresentou o comportamento de consumo de atividades turísticas dos italianos, apontando seus interesses, seu entendimento sobre a sua responsabilidade enquanto turista, a busca pela informação e escolha sobre destinos e, os atrativos/desempenho social e ambiental atrelado ao destino/roteiro (CISV, 2009).

Já os Holandeses da *SNV Netherlands Development Organization* (2009), aplicaram em 2009 uma pesquisa apontando o perfil do turista europeu e norte americano interessado em destinos no Nepal e na América Latina. Naquela pesquisa o TBC foi apontado como um tipo de turismo desejado (SNV, 2009).

No entanto, não se identificou na pesquisa bibliográfica realizada o levantamento de informações a respeito do perfil da demanda em potencial, o que se configura como o propósito desse artigo e, que está descrito nas seções seguintes.

Procedimentos metodológicos

Diante do objetivo deste estudo, do ponto de vista da abordagem, optou-se pela realização de uma pesquisa de natureza descritiva, com abordagem quantitativa. Segundo Gil (2010, p.42), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relação entre variáveis”.

O universo desta pesquisa fundamentou-se na população do campus da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Recife) cuja população total é de 36.249 pessoas, entre estudantes, professores e técnicos administrativos. De acordo com dados fornecidos pela UFPE, segundo relatório do Sistema de Informações e Gestão Acadêmica - Sig@, em dezembro de 2013 o quantitativo era de 29.493 alunos vinculados à universidade (81%), 2.650 docentes (7%) e 4.106 técnicos administrativos (11%). Deste modo, considera-se a população finita e para a determinação do tamanho da amostra utilizou-se a fórmula $n = (s^2 * p * q) / E^2$, em que s é o nível de confiança expresso em desvio padrão, que foi de 95% ($s=1,96$), p é a proporção de indivíduos que pertencem às categorias interessadas (alunos ($p=625$) + técnicos administrativos ($p=87$) + docentes ($p=56$), totalizando ($p=768$); e E é o erro máximo da estimativa (0.05%).

Sendo assim, tem-se que $n = (1,96^2 * 0.25) / 0,05^2 + (1,96^2 * 0.40 * 0.60) / 0,05^2$ o que gera um valor aproximado de 753 questionários, estratificados em 56 professores (7% da população), 87 técnicos administrativos (11% da população), e, 625 estudantes (81% da população). Ao final, obtiveram-se 780 questionários válidos. A amostra utilizada foi por acessibilidade e aleatória, tendo como critério aplicação do questionário aos sujeitos que estivessem no Campus da UFPE, tendo os mesmos sido abordados nos prédios do Centro de Humanidades e Filosofia, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Centro de Tecnologia e Geociências, Centro de Artes e Comunicações, biblioteca central e reitoria, durante os meses de maio a julho de 2014.

Realizou-se um pré-teste com 05 alunos, 05 professores e 05 técnicos administrativos. As dificuldades e sugestões oriundas do pré-teste foram incorporadas ao questionário final. Assim, o desenho do instrumento de coleta de dados ficou dividido em 04 partes: na primeira parte buscou-se conhecer o perfil de cada pesquisado, a partir informações socioeconômicas. Na segunda parte procurou-se identificar as escolhas atuais dos entrevistados diante de sua renda atual: suas escolhas quanto aos meios de hospedagem, destinos e serviços de alimentação. Na terceira parte foram feitas perguntas considerando o aumento da renda dos entrevistados em um cenário futuro, e sobre quais seriam os serviços escolhidos por eles quanto à hospedagem, destinos e serviços de alimentação. E, na quarta parte, as questões foram relacionadas ao conhecimento sobre Turismo de Base Comunitária: o que os entrevistados buscavam na escolha de um destino, se eles tinham conhecimento

sobre o que é o TBC e se teriam interesse em conhecer um destino de Turismo de Base Comunitária.

Na elaboração do questionário foram utilizadas questões abertas e fechadas. A primeira parte foi constituída por três questões fechadas e apenas uma aberta com um campo para preenchimento de idade. Na segunda parte foram elaboradas três questões fechadas de múltipla escolha, seguidas de um espaço para justificativa. Na terceira parte tivemos novamente três questões fechadas de múltipla escolha, seguidas de um espaço para justificativa. Na quarta parte tivemos duas questões fechadas de múltiplas escolhas e três questões fechadas, totalizando quinze questões. Para a tabulação de dados foi criada uma planilha com o mesmo questionário no Google Docs, onde foram transferidas todas as informações obtidas na coleta de dados, enquanto que para a análise dos resultados foi usado o aplicativo Excel.

Apresentação e análise dos resultados

Os resultados da investigação apontam que a amostra investigada é composta, em sua maioria, por mulheres discentes (59%) e técnicas administrativas (53%), enquanto que há predominância do sexo masculino entre a classe docente (64%). Por outra parte, a maioria dos estudantes (59%) tem entre 16 e 21 anos, ao passo que entre professores, 46% têm acima de 45 anos e, 21% entre 36 e 40 anos. Quanto aos técnicos administrativos, 47% deles tem idade acima dos 45 anos e, 25% têm entre 29 e 33 anos.

Em relação à renda, que pode ser um dos fatores influenciadores na demanda potencial para o TBC, ou seja, no comportamento de consumo turístico, nas escolhas do turista pelo tipo de destino turístico, hospedagem, serviço de alimentação etc., verificou-se que a maioria dos sujeitos da categoria discente (84%) dispõe de uma renda de até R\$ 1.000,00, ao passo que a categoria docente, em sua quase totalidade (96%), possui renda superior aos R\$ 4.000,00. Já os técnicos administrativos, apresentaram duas situações: uma parte da classe (33%) possui renda variando entre R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00 e a outra parte (39%) renda de R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00.

Como dito, a renda pode ser considerada um dos fatores que afetam as escolhas do turista quanto ao TBC, por isso questionou-se os sujeitos sobre suas preferências de **destino turístico** em sua situação atual e futura de renda que se encontraram expostos na Tabela 01. Para a elucidação de um destino de TBC considerou-se os dados da pesquisa realizada pelo MUR/FGV (2014) que aponta destinos de sol e praia como a preferência do turista, e, portanto apresentou-se uma foto de uma praia com turistas versus a foto da praia da Prainha do Canto Verde – destino de TBC em Beberibe (CE).

Tabela 1: Escolha do destino turístico em função da renda

	Perfil do sujeito	Estudante	Professor	Técnico administrativo
Situação atual de renda	Praia lotada	33%	22%	31%
	Praia calma	60%	75%	68%
	Outros	7%	3%	1%
Situação futura (aumento da renda)	Praia lotada	32%	19%	32%
	Praia calma	65%	75%	62%
	Outros	3%	6%	6%

Fonte: dados da pesquisa (2014)

Com base na Tabela 1, observa-se que, mesmo pertencendo a categorias distintas, a amostra investigada expressa basicamente o mesmo entendimento em relação à escolha do destino. Dessa forma, nenhuma das categorias analisadas (estudantes, professores e técnicos administrativos) estaria disposta trocar um destino turístico de praia calma por outro com uma praia lotada.

Nessa perspectiva, os participantes da pesquisa escolhem o destino com base no descanso ou tranquilidade que ele pode oferecer. De acordo com Sampaio, Coutinho e Rodrigues (2012), esse é o padrão do turista doméstico nacional, para o qual turismo está relacionado à calma ou entretenimento, ou seja, sem aventuras intensas e diversificadas ou ainda que promovam o intercâmbio cultural.

Além do destino turístico, verificou-se também a escolha dos respondentes quanto ao **meio de hospedagem**. Foram apresentados aos entrevistados três diferentes tipos de meios de hospedagem, que representavam, respectivamente, um estilo tradicional de hospedagem e com diárias de valor mediano – entre R\$ 180,00 a R\$ 350,00/diária (pousada); um meio de hospedagem com maior quantidade de serviços atrelados a ele com diárias acima de R\$ 350,00 (resort); e, o meio de hospedagem característico do TBC (hospedaria familiar – o qual foi elucidado por uma foto de uma hospedaria da Prainha do Canto Verde (Beberibe, CE); e outros, no intuito de verificar a existência de demanda potencial para o TBC). Buscou-se entender se a alteração na renda resultaria em mudanças nas opções de acomodação dentre as classes estudadas. Os resultados alcançados para este aspecto podem ser observados na Tabela 2.

Tabela 2: Escolha do meio de hospedagem em função da renda

	Perfil do sujeito Meios de Hospedagem	Estudante	Professor	Técnico administrativo
Situação atual de renda	Pousada	63%	62%	68%
	Resort	6%	12%	11%
	Hospedaria familiar	24%	3%	17%
	Outros	7%	23%	4%
Situação futura (aumento da renda)	Pousada	41%	45%	26%
	Resort	55%	36%	66%
	Hospedaria familiar	3%	3%	7%
	Outros	1%	16%	1%

Fonte: dados da pesquisa (2014)

De acordo com os dados da Tabela 02, em uma situação atual de renda, a maior parte dos respondentes das três categorias optaria por pousada, enquanto que uma pequena parcela de estudantes (24%) e técnicos (17%) escolheria uma hospedaria familiar, característica do turismo de base comunitária.

Vale salientar, com base nos achados, que os docentes, que, aliás, apresentam a maior renda entre as demais categorias, não simpatizam com a hospedagem familiar, visto que apenas uma irrisória parcela (3%) selecionaria esta alternativa tanto em uma situação de renda atual, quanto futura.

Em uma situação futura de aumento de renda, parte significativa de professores, técnicos, e, alunos (principalmente) elegeriam o resort (que dispõe de maior quantidade de serviços), em detrimento da pousada, o que reflete um direcionamento do público investigado para o turismo de massa, já que o primeiro alojamento apresenta maior nível de sofisticação, requinte/luxo se comparado ao segundo.

Além do tipo de destino e dos meios de hospedagem, o **serviço de alimentação** foi outro aspecto considerado para caracterizar a amostra estudada com relação à demanda potencial para o TBC. Nesse contexto, foram apresentadas aos participantes do estudo três opções de serviços de alimentação, a saber: restaurante de luxo (ambiente moderno, confortável, que aparentemente possuía um preço elevado), restaurante popular (facilmente encontrado em destinos de praias ou até mesmo em TBC) e restaurante domiciliar (característico do turismo comunitário – o qual foi elucidado por uma foto de um restaurante da Prainha do Canto Verde (Beberibe, CE)). Os respondentes deveriam optar por um dos três, levando em conta sua situação atual de renda e, em seguida, fazer a escolha considerando sua situação de renda futura (aumento da renda). Os resultados encontrados estão dispostos na Tabela 3.

Tabela 3: Escolha do serviço de alimentação em função da renda

	Perfil do sujeito Serviço de alimentação	Estudante	Professor	Técnico administrativo
Situação atual de renda	Restaurante de luxo	8%	16%	15%
	Restaurante popular	79%	71%	68%
	Restaurante domiciliar	12%	9%	16%
	Outros	1%	4%	1%
Situação futura (aumento da renda)	Restaurante de luxo	43%	36%	9%
	Restaurante popular	53%	52%	59%
	Restaurante domiciliar	3%	2%	16%
	Outros	1%	10%	16%

Fonte: dados da pesquisa (2014)

A partir da Tabela 03 observa-se que a maioria de estudantes (79%) e de professores (71%) que em uma situação atual de renda seleciona um restaurante popular, demonstrou que em uma situação futura de aumento de renda, elegeria um restaurante de luxo.

Contrariamente, a maior parte dos técnicos administrativos expressou que, nas duas situações, optaria por restaurante popular ou domiciliar, inclusive, o mesmo quantitativo (16%) declarou escolher o restaurante domiciliar em qualquer das situações. Aliás, os poucos técnicos administrativos (15%) que escolhem o restaurante de luxo em uma situação de renda atual, em uma situação futura elegeriam o restaurante domiciliar ou popular.

É possível que a originalidade e as características da tradição gastronômica do local tendem a estar mais presente (na percepção do turista) no serviço de alimentação domiciliar e popular do que no restaurante de luxo, ou seja, as características presentes no TBC se refletem na preferência pela busca de serviços de alimentação típicos, autênticos, mesmo que simples e rústicos.

Além dos aspectos anteriormente abordados, buscou-se compreender também as aspirações do turista ao escolher um destino turístico. Os resultados obtidos encontram-se na Tabela 4.

Tabela 4: Fatores considerados na escolha de um destino turístico

O que você busca quando escolhe um destino turístico?	Estudantes	Professores	Técnicos Administrativos
Comodidade	45%	71%	55%
Sofisticação/requite	7%	12%	15%
Aprendizado/novos conhecimentos	41%	73%	53%
Novas experiências	67%	84%	69%
Cultura do destino	49%	86%	63%
Simplicidade/originalidade	20%	54%	26%
Outros	1,7%	0%	2%

Com base no exposto na Tabela 04, percebe-se que a grande maioria dos respondentes, em todas as categorias, busca aprendizado, novos conhecimentos e experiência, intercâmbio cultural, e, originalidade/simplicidade, o que se aproxima dos achados de Sampaio, Coutinho e Rodrigues (2012).

No entanto, a comodidade desponta como sendo um requisito para a escolha de um destino turístico, no entanto, esse é um dos critérios que na percepção dos entrevistados está desassociado do TBC.

Buscando compreender se as escolhas dos respondentes até então apresentadas, estariam relacionadas com o entendimento destas pessoas sobre turismo comunitário, questionou-se, no último bloco da entrevista, se eles sabiam o que é TBC, se já tiveram alguma experiência com esse tipo de turismo e se tinha interesse em realizar uma viagem para um destino turístico de base comunitária (Tabela 5).

Tabela 5: Conhecimento e experiência sobre TBC

Você sabe o que é TBC	Estudantes	Professores	Técnicos Administrativos
Sim	40%	43%	29%
Não	60%	57%	71%

Você já teve alguma experiência de TBC?	Estudantes	Professores	Técnicos Administrativos
Sim	16%	17%	13%
Não	84%	83%	87%

Você teria interesse em realizar uma viagem de TBC?	Estudantes	Professores	Técnicos Administrativos
Sim	79%	77%	86%
Não	21%	23%	14%

Você gostaria de vivenciar dia-a-dia de uma:	Estudantes	Professores	Técnicos Administrativos
Comunidade rural	23%	26%	29%
Comunidade indígena	32%	28%	20%
Comunidade de praia isolada	40%	35%	42%
Outros	5%	11%	9%

Fonte: dados da pesquisa (2014)

Os dados anteriores demonstram que a grande maioria dos entrevistados, em todas as categorias, não sabe o que é turismo comunitário, que não experienciou esse tipo de atividade (até mesmo por não saber do que se trata, respondeu que não vivenciou tal tipo de turismo), mas tem curiosidade de fazer uma viagem que esteja relacionada ao TBC, sobretudo, se o destino for uma comunidade de praia isolada ou comunidade indígena.

Chama a atenção que o destino de sol e praia continua como preferência na escolha dos turistas confirmando as pesquisas do Mtur/FGV (2014), portanto destinos que tenham esse atrativo têm mais chances de sucesso do que outros. Além desse, a vivência do

cotidiano de uma comunidade indígena está no imaginário de mais de estudantes (32%) e de professores (35%) do que de técnicos administrativos, sendo estes mais interessados por vivências rurais (29%).

Considerações finais

Os achados desta pesquisa trazem interessantes contribuições aos destinos e roteiros de base comunitária que podem a partir disso considerar os aspectos apontados como de interesse dos turistas para a melhoria dos serviços oferecidos, sem descaracterizar, no entanto, os princípios do TBC uma vez que este deve ser considerado um nicho de mercado, portanto não devendo caminhar para um turismo de massa.

O resultado relacionado a destino turístico demonstra que os turistas querem exclusividade, e isso pode ser encontrado no TBC, uma vez que se diferencia do turismo de massa por ser “mais original”, e isso também está associado ao fato de que os principais destinos de sol e praia do Nordeste brasileiro são massificados que se caracterizam por vendedores ambulantes de alimentos, roupas, acessórios de praia, brinquedos, músicos, artistas plásticos, escultores, massagistas, tatuadores, dentre outros, e, portanto apresentam um cenário oposto ao de uma praia de TBC.

Os dados relacionados aos meios de hospedagem permitem inferir que os professores utilizam esse tipo de hospedagem por experiência, uma vez que o resultado não teve alteração nos diferentes cenários, enquanto que a migração dos respondentes das categorias técnico-administrativo e estudante para outros meios de hospedagem foi vertiginosa. Esse resultado se aproxima dos achados de Sampaio e Zamignan (2012) quanto ao perfil do turista de TBC e dos achados de Grimm e Sampaio (2011), no que se refere ao TBC como um segmento de mercado.

Os principais achados mostram ainda que a hospedagem não pode ser tratada da mesma forma que alimentação, isso porque enquanto na primeira os sujeitos se aproximam de um comportamento de turismo de massa, na segunda se aproximam de um comportamento de TBC, ou seja, “destinos turísticos” de TBC têm menos chances de se consolidar do que “roteiros turísticos” de TBC. E é no fator comodidade que os turistas deixam de escolher o destino de TBC para suas viagens, ou seja, o investimento em comodidade nos meios de hospedagem pode ser a chave do sucesso ou fracasso de um destino de TBC.

Interessante notar que no tema alimentação, os serviços populares e domiciliares se mantêm na preferência de todos os sujeitos, apesar de haver um comportamento de turismo “de massa” em cenário futuro em todos os perfis, o que leva a conclusão de que os serviços de alimentação mesmo sendo popular ou domiciliar permitem o turismo de experiência característica mais presente no TBC.

A pesquisa confirma parte da premissa de que os estudantes são os que atualmente fazem turismo mais próximo ao TBC pela sua renda atual, mas deixariam de fazer em um cenário futuro de aumento de renda. Os técnicos administrativos se aproximam mais do

perfil dos estudantes do que dos professores. O turismo de experiência que mais se aproxima do TBC é e seria mais realizado por professores.

Referências

Bursztyn, I., & Bartholo, R. (2012). O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas. *Sustentabilidade em Debate*, vol. 3, n.01, p. 97-116.

Comunita, Impegno, Servizio, Volontariato – CISV. (2009). *Turismo responsabile: quale interesse per gli italiani?*. Torino: Effata Editrice.

Gil, A. *Como elaborar projetos de pesquisa*. (2010). (5ª edição). São Paulo: Atlas.

Grimm, I., & Sampaio, C. (2011). Turismo de base comunitária: convivencialidade e conservação Ambiental. *Revista Brasileira de Ciências Ambientais*, n .19, p. 57-68.

Mielke, E., Pegas, F. (2013). Turismo de base comunitária no Brasil. Insustentabilidade é uma questão de gestão. *Revista Turismo em Análise*. v. 24, n. 1, p. 170-189.

Ministério do Turismo/Fundação Getúlio Vargas (MTUR/FGV). (Julho/2014). Sondagem do Consumidor: Intenção de viagem. *Relatório*. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/conjuntura_economica/sondagem_consumidor_viagem/downloads_sondagem_consumidor/Sondagem_-_Julho-2014_sem_logo.pdf

Mielke, E. (2011) Monitoramento dos Projetos de Turismo de Base Comunitária. *Relatório Final*. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Ministério do Turismo. (2010). Dinâmica e diversidade do turismo de base comunitária: desafio para a formulação de política pública. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Caderno_MTur_alta_res.pdf?> Acesso em: Jan. 2015.

Pinheiro, T. R. (2014). Indicadores para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Base Comunitária: Um Estudo de Caso da Comunidade do Quilombo do Campinho da Independência, Paraty, Rio de Janeiro. *ABET, Juiz De FORA*, v.4, n.1, P.61-71.

Sampaio, C., Coutinho, G., & Rodrigues, L. (2012). Fatores motivacionais do turista comunitário: O caso do projeto bagagem. In: *Anais... IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, São Paulo.

Sampaio, C., & Zamignan, G. (2012). Estudo da demanda turística: experiência de turismo comunitário da microbacia do Rio Sagrado, Morretes (PR). *Revista de Cultura e Turismo - Cultur*, v. 06, n. 1.

Sistema de Informações e Gestão Acadêmica - Sig@. (Dezembro, 2013). *Relatório*.

Netherlands Development Organization - SNV. (2009). *The market for responsible tourism products*. ISBN 978-90-77821-29-9. Amsterdam: SNV.