



INSTITUTO FEDERAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO

Campus Recife

Departamento Acadêmico dos Cursos Superiores - DACS

Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo

ÍGGOR VINÍCIUS BATISTA DE SANTANA CAZUMBÁ

**TRACUNHAÉM: AMOSTRA DE INVENTÁRIO PARA O PLANEJAMENTO
TURÍSTICO.**

RECIFE, PE

2023

ÍGGOR VINÍCIUS BATISTA DE SANTANA CAZUMBÁ

**TRACUNHAÉM: AMOSTRA DE INVENTÁRIO PARA O PLANEJAMENTO
TURÍSTICO.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento Acadêmico dos Cursos Superiores - DACS como requisito final para obtenção do grau do curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE.

Orientador: Prof. Dr.Thales Bezerra

RECIFE, PE

2023

C386t

2023 Cazumbá, Íggor Vinícius Batista de Santana

Tracunhaém: amostra de inventário para planejamento Turístico./ Íggor Vinícius Batista de Santana Cazumbá.-- Recife: O autor, 2023.
64f. il. Color.

Trabalho de (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco,2023.

Inclui Referências.

Orientador : Thales Ramon Bezerra Queiroz

1. Turismo. 2. Diagnóstico Turístico . 3. Inventariação Turística . 4. Turismo Cultural
5. Turismo Tracunhaém . I. Título. II. Queiroz, Thales Ramon Bezerra (orientador).
III. Instituto Federal de Pernambuco.

Catálogo na fonte: Maria do Perpetuo Socorro Cavalcante Fernandes CRB4 1666

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE

Departamento Acadêmico dos Cursos Superiores – DACS

**TRACUNHAÉM: AMOSTRA DE INVENTÁRIO PARA O PLANEJAMENTO
TURÍSTICO.**

Projeto aprovado como requisito final do trabalho de conclusão do curso de Superior Tecnológico em Gestão em Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - IFPE, para a obtenção do título de Tecnólogo.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Thales Ramon de Queiroz Bezerra – IFPE

Orientador

Prof^a. DSc. Luciana Pereira da Silva

Examinador Interno

Prof^a Ma. Roberta de Albuquerque Pereira

Examinador Externo

Recife, 29 de maio de 2023.

RESUMO

A realização de um diagnóstico preciso é essencial para o desenvolvimento de um planejamento turístico eficaz e é um fator fundamental nas funções administrativas, sendo a base de uma gestão bem-sucedida. Nesse sentido, este trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de diagnóstico baseado na metodologia de inventariação, que é pouco praticada pelos municípios, incluindo Tracunhaém, que atualmente carece de uma base de dados confiável e atualizada sobre seus recursos turísticos. A proposta apresentada busca simplificar e listar os recursos, estratégias e metodologias necessárias para a realização do diagnóstico, com o objetivo de servir como um piloto para aprimoramento e aplicação na localidade e região, afim de contribuir o desenvolvimento turístico local a partir de ações em áreas que necessitem de prioridade.

Palavras-chave: Diagnóstico; planejamento; inventário; Tracunhaém.

ABSTRACT

The achievement of an accurate diagnosis is essential for the development of an effective tourism planning and is a fundamental factor in administrative functions, serving as the basis for successful management. In this sense, this study aims to present a proposal for a diagnosis based on the inventory methodology, which is rarely practiced by municipalities, including Tracunhaém, which currently lacks a reliable and updated database of its tourism resources. The proposed approach seeks to simplify and list the resources, strategies, and methodologies necessary for conducting the diagnosis, with the goal of serving as a pilot for improvement and application in the locality and region, in order to contribute to local tourism development through actions in areas that require priority.

Keywords: Diagnosis; planning; inventory; Tracunhaém.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Desembarque internacional por região entre 2005 e 2020	11
Figura 2: Situação global da Pandemia de COVID-19, em 11 de abril de 2022	23
Figura 3: Impacto da pandemia no turismo brasileiro	23
Figura 4: Oito eixos estruturantes para a promoção do desenvolvimento turístico regional.	28
Figura 5: Planilhas elaboradas pelo aplicativo Microsoft Excel, através do formulário de pesquisa do INVTUR (C5: Eventos Programados)	30
Figura 6: Recorte do formulário de pesquisa do INVTUR (C5: Eventos Programados)	31
Figura 7: Distância entre Recife (ponto A) e Tracunhaém (ponto B), em linha reta (Rosa, 49km) e em condução (Azul, 63km).	32
Figura 8: Praça Costa Azevedo, centro de Tracunhaém (1981)	33
Figura 9: Organograma do Governo Municipal - Tracunhaém (2020-2024)	33
Figura 10: Público da Festa do “Trezenário de Tracunhaém” 06/07/2022 (esquerda) e Final do Campeonato Municipal de Futebol 17/12/2022 (direita)	38
Figura 11: Entrada do Parque de Eventos José Vasquez Mendez, em Tracunhaém (parque ao fundo abrigando os veículos oficiais).	41
Figura 12: Ornamentação do espaço para casamento (esquerda), Palestra ministrada pela psicóloga Dra. Claudia Roberta (direita).....	43
Figura 13: Show de Belle Britto no Tipoia Festival 2022 (esquerda), Feira de Artesanato em 19/03/2022 (direita)	43
Figura 14: Artesão Edson Batista inspeciona o forno de lenha, onde ocorre a queima de suas peças.....	45
Figura 15: Mestre Ivo Diodato realizando o acabamento de uma de suas obras para uma encomenda.	46
Figura 16: Centro de Produção Artesanal de Tracunhaém (esquerda) e Centro de Artesanato e Arte Popular da Zona da Mata Norte, também conhecido por “Galpão das Artes” (direita).....	48
Figura 17: Exemplo de mapeamento em parte de Tracunhaém com a ferramenta Google Earth.....	49
Figura 18: Publicação no perfil oficial do IBGE no Instagram, publicado em 22 de dezembro de 2022.	53
Figura 19: Painel Pesquisa de Demanda Turística Minas Gerais/2022	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Impactos Socioculturais positivos e negativos causados pelo turismo.....	21
Quadro 2: Atuação do estado em apoio a pandemia	24
Quadro 3- Incisos I ao V, do art. 2º da lei nº 10.257 de 10/07/2001	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Categoria A – Infraestrutura de Apoio ao Turismo: Equipamentos, Instalações e Serviços Públicos	35
Tabela 2: Caracterização do Fluxo Turístico – Categoria A.....	37
Tabela 3: Divisão da Categoria B e suas respectivas descrições.....	37
Tabela 4: Instalações e espaços do Parque de Eventos José Vasquez Mendez e Estado Geral de Conservação	40
Tabela 5: Instalações e espaços Mônica Marques Recepções	42
Tabela 6: Seção das informações da amostra dos artistas/executantes do artesanato em cerâmica em Tracunhaém.....	46
Tabela 7: Relação dos recursos humanos necessários para a materialização da proposta.....	50
Tabela 8: Recursos Materiais necessários para a materialização da proposta	51
Tabela 9: Custo mensal para os Recursos Humanos da proposta do trabalho	55
Tabela 10: Orçamento dos Recursos Materiais da proposta do trabalho.	55
Tabela 11: Orçamento dos recursos necessários em um prazo de 90 dias.....	56

SUMÁRIO

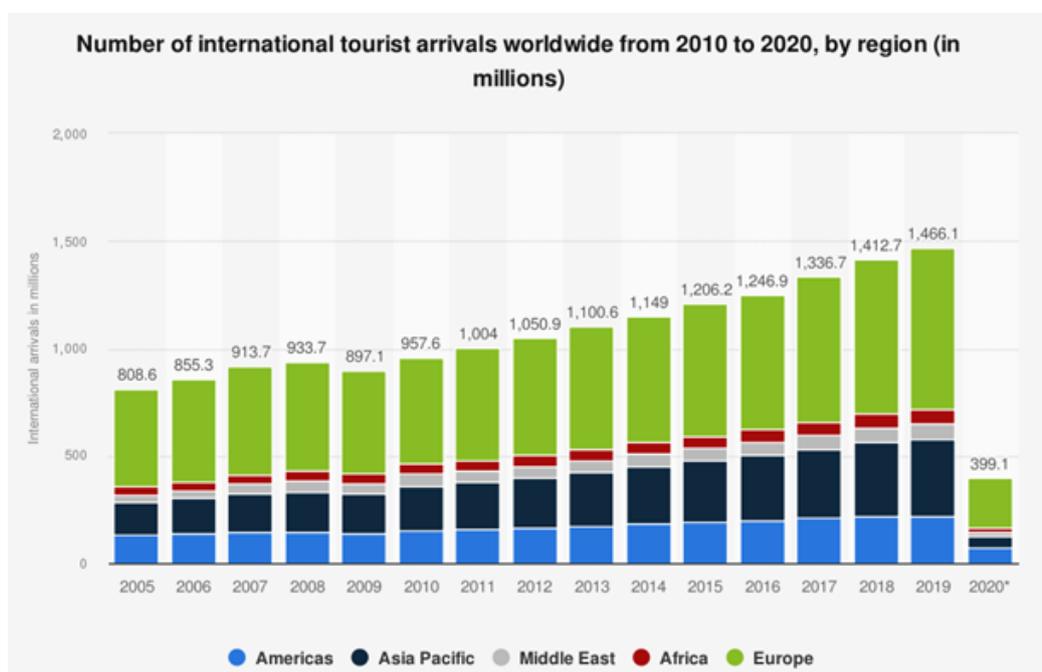
1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Justificativa	12
2 OBJETIVO	15
2.1 Geral.....	15
2.2 Específicos	15
3 REFERENCIAL TEÓRICO	16
3.1 Turismo.....	16
3.2 Turismo cultural	19
3.3 Impactos do turismo	20
3.3.1 <i>Impactos do turismo no âmbito sociocultural</i>	20
3.3.2 <i>Impactos do turismo no âmbito econômico</i>	21
3.4 Efeitos da pandemia de covid-19 no turismo.....	22
3.5 Apoio ao turismo na pandemia	24
3.6 Políticas públicas complementares ao diagnóstico turístico	26
3.5.1 <i>Estatuto das cidades</i>	26
3.5.2 <i>Programa de regionalização do turismo</i>	27
3.5.3 <i>Inventário da oferta turística</i>	28
4 MATERIAIS E MÉTODOS	30
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	32
5.1 Área de estudo	32
5.2 Informações sobre a gestão	33
5.3 Características do município – aspectos gerais, equipamentos, instalações e serviços públicos.....	34
5.4 Categoria b5 – serviços e equipamentos para eventos: espaços e serviços para eventos (tipos b5.1 e 5.2)	37

5.5 Categoria c2 – atrativos culturais: gastronomia típica e preparação de alimentos, artesanato/trabalhos manuais, atividades tradicionais de trabalho (tipos c2.25 – c2.27)	44
5.5.1 <i>Histórico do produto</i>	45
5.5.2 <i>Informações acerca dos artistas/executantes</i>	46
6 RESULTADO FINAL.....	48
6.1 Proposta de inventariação no município de Tracunhaém.....	48
6.1.1 <i>Métodos e técnicas</i>.....	48
6.1.2 <i>Recursos necessários</i>.....	50
6.1.3 <i>Estratégias de comunicação e marketing</i>.....	52
6.1.4 <i>Orçamento</i>	54
6.2 Possíveis apoios, patrocínios e parcerias	57
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

O turismo, como atividade mundial, faz parte do resultado da globalização, a qual vêm modernizando as formas de trabalho, desenvolvendo tecnologias e que com elas vieram as otimizações de tempo e espaço. Fronteiras já não mais impedem a comunicação e relação entre pessoas de continentes diferentes. Tudo está interligado, seja por vias terrestres, marítimas ou aéreas. Face a isso, o desejo de viajar e conhecer lugares fora do habitual se intensificam e faz com que as pessoas busquem aproveitar o tempo livre que dispõem para incorporar o turismo como necessidade vital e aumento da qualidade de vida e como resultado temos um aumento no número de viagens internacionais ao longo do tempo (Figura 1) (DIAS, 2003).

Figura 1: Desembarque internacional por região entre 2005 e 2020



Fonte: Statista- UNWTO Global Tourism Dashboard.

A queda acentuada no ano de 2020, provocada pelas restrições de viagens, confinamentos (*lockdowns*) e medidas para tentar reduzir a propagação do vírus da COVID-19, teve implicações tão significativas para o mundo que nenhuma outra crise sanitária nos últimos 40 anos conseguiu fazer (CARNEIRO e ALLIS, 2021).

Apesar disso, ao analisar a movimentação turística nas Américas a partir de 2009, nota-se um aumento pequeno, mas gradativo, devido aos fluxos tanto na área central

quanto no sul, onde o Brasil se firma em segundo lugar entre os três países mais visitados (VEJA, 2018). Graças ao seu extenso litoral, com praias paradisíacas, biomas que facilitam a prática do turismo de aventura e ecoturismo, seus povos e costumes que atraem os adeptos do turismo cultural, fazem com que os turistas optem pelo Brasil em seus planos de viagens.

Em função da oferta turística brasileira, o estado de Pernambuco se destaca, com várias praias, monumentos, eventos, artesanato e culinária (ATLAS ESCOLAR DE PERNAMBUCO, 2003). E é no artesanato que o município de Tracunhaém, localizado na “Mata Norte” do estado, se distingue no cenário nacional e internacional, sendo o maior polo cerâmico do Estado de Pernambuco - título que foi concebido ao município desde 2016 (SANTOS e SILVA, 2021).

Apesar dos muitos avanços que ocorreram com o passar dos anos, muito ainda pode ser feito para a promoção e investimentos no local. Para isso, é necessário um planejamento que vai além dos limites da cidade e que trabalhe em conjunto com os municípios da região, os quais possuem potencial equivalente, capaz de atrair fluxos turísticos das mais diversas origens.

A proposta descrita neste trabalho, pretende auxiliar nesse planejamento, utilizando adaptações de métodos recomendados por órgãos oficiais como a Organização Mundial do Turismo (OMT) e o Ministério do Turismo para que o município de Tracunhaém possa desenvolver ainda mais sua atratividade turística face ao cenário competitivo da atividade, visando preservar a cultura local, o espaço inserido e as pessoas envolvidas. Não é menos importante lembrar que, a população foi fortemente afetada com a pandemia e contam com perdas irreparáveis, as quais serão levadas em consideração durante todo o processo.

1.1 Justificativa

Tendo em conhecimento toda a potencialidade turística da cidade de Tracunhaém-PE, e conhecendo os agentes responsáveis pela sua reputação, surge a questão: Como realizar um levantamento da oferta turística que o município apresenta? Para isso, buscou-se em programas institucionais vigentes, métodos e informações que pudessem contribuir com a proposta do trabalho, entre os quais, damos destaque ao Inventário da Oferta Turística, que visa levantar, registrar e

categorizar os elementos turísticos de uma localidade, e ao Programa de Regionalização Turística, o qual tem como objetivo reunir as localidades e seus potenciais em rotas e roteiros.

A partir daí, o presente trabalho atua como uma das formas de diagnosticar a localidade e avaliar seus atrativos, para que se trace novas estratégias de planejamento para a atividade turística na cidade, tanto na área de captação de fluxos (por roteiros, estratégias de marketing, entre outros), como, por ações de sensibilização e conscientização acerca do por que e como preservar o patrimônio cultural existente, através de políticas públicas que envolvam as comunidades e os agentes que fazem parte da memória e identidade cultural da cidade e região (ALAGOAS, 2018).

A necessidade dessas ações se faz diante de uma região com vasto potencial que pode ser melhor explorado pelo turismo e que já tem nome: “Rota dos Engenhos e Maracatus”, a qual carece de informações sobre se os bens e manifestações culturais, como segue:

Se são praticadas pela população local, se as pessoas têm dificuldade ou não em realizá-la, que tipos de problema as afetam, como essa tradição vem sendo transmitida de uma geração para outra, que transformações têm ocorrido, quem são as pessoas que hoje atuam diretamente na manutenção dessa tradição, entre vários outros aspectos relativos à existência daquele bem cultural (IPHAN, 2012, p.20).

Sem possuir uma base de dados confiável, evidenciam-se prognósticos imprecisos e, em casos mais graves, induzem desinformações. E é através destes métodos e fundamentos planejados a partir das políticas internacionais e nacionais de turismo, que se pode objetivar o fortalecimento do turismo a nível local, e visualizar várias frentes de atuação que podem auxiliar a gestão nas ações de fortalecimento ou de incentivo econômico e/ou estrutural, já que o patrimônio cultural se tornou um fator de desenvolvimento econômico e social através do setor turístico em vários países (MENEZES, 2011).

Ainda que a arte com o barro esteja concentrada nos interiores pelo Brasil (Santos; Medeiros; Castro, 2017 *apud* Rodrigues, Silva; Costa), por si só este já seria um fator para seu incentivo, no qual os autores dissertam que “essas localidades são produtoras de uma cultura de produção cerâmica rica nos mais variados aspectos

culturais, pois trazem consigo um valor significativo e histórico para o grupo social”. Contudo, para se executar projetos e realizar ações, é necessário conhecer o ambiente, suas forças e suas fragilidades, para que possa se alocar esforços em áreas que necessitam de prioridade, e que também cause o menor impacto (social, cultural e ambiental) possível. E a proposta trazida neste trabalho visa suprir essa falta de informações tão necessária, não apenas para a captação de fluxos turísticos isoladamente, mas sim, como bem define Dias (2003), para a sociedade como um todo, com o objetivo de se trabalhar todos os setores da economia em conjunto.

2 OBJETIVO

2.1 Geral

- Apresentar uma proposta metodológica para realização de um inventário turístico para a cidade de Tracunhaém.

2.2 Específicos

- Pesquisar com representantes da gestão a atual política de planejamento turístico da cidade;
- Complementar as informações coletadas a partir de amostras da metodologia do inventário turístico;
- Elaborar proposta de Inventariação para o município e promover discussões com a gestão, incentivando a prática para as cidades vizinhas.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Para auxiliar a pesquisa, conceitos como turismo, turismo cultural, pandemia da covid-19 e programas complementares ao diagnóstico turístico serão abordados a seguir:

3.1 Turismo

Conceituar o turismo é uma tarefa difícil e que é demonstrada pelas várias perspectivas dos acadêmicos. Inicialmente não há conceituação única, imutável e que abranja todas as características da atividade. Pode-se notar uma ótica voltada a sociologia, economia, antropologia, entre outras, as quais privilegiam os seus campos de conhecimento (DIAS, 2003). Diante disso, vamos recorrer ao *argumento da autoridade*¹, onde será conceituado o turismo a partir da visão da Organização Mundial do Turismo, que o define como:

[...] um fenômeno social, cultural e econômico que implica o movimento de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente usual para propósitos pessoais, profissionais ou de negócios. Essas pessoas são chamadas de visitantes (os quais podem ser turistas ou excursionistas; residentes ou não-residentes) e o turismo tem a ver com suas atividades, as quais envolvem despesas turísticas. (OMT, 2022, tradução nossa)

O recorte temporal acerca da origem do turismo também é bastante diverso (NAKASHIMA e CALVENTE, 2016). De acordo com os autores citados, Amaral Júnior e Fratucci (2008) são os que mais retrocedem no tempo, trazendo elementos que denotam uma atividade turística desde o Antigo Egito e nos impérios Grego e Romano. Foi nesse período que surgiram os primeiros “*guidebooks*” (RAMOS e COSTA, 2017) e construções especialmente para hospedagem (NAKASHIMA e CALVENTE, 2016).

Arremetendo ao século XVII, Ramos e Costa (2017) trazem um dos fatos mais utilizados na abordagem histórica de muitos trabalhos: os *Grand Tours*.

No Séc. XVII, no reinado de Elisabeth I de Inglaterra instaurou-se um incentivo para que os jovens membros da corte, homens, se deslocassem para terminar a sua educação no estrangeiro, predominantemente em França

¹ Os argumentos de autoridade são argumentos que fornecem como justificativa para a conclusão o fato de ela ter sido emitida por uma pessoa ou instituição considerada uma autoridade na matéria. (RODRIGUES, 2014)

ou Itália. Esta deslocação tinha a duração média de três anos, os jovens eram acompanhados por um tutor (p.3)

Nakashima e Calvente (2016), citando Assunção (2012), complementam ao dizer que:

[..] essas viagens eram práticas acessíveis apenas a um pequeno grupo da camada social britânica e tinham várias finalidades, considerando que essas experiências eram importantes para a formação do indivíduo, para os diversos desafios ao longo da vida e no trabalho (p.8).

Outro momento indispensável na discussão acerca da evolução do turismo se refere a Revolução Industrial. Momento de “[...] transformações de ordem econômica, política e social, maiores do que todas as mudanças ocorridas no milênio anterior em um lapso de um século.” (CHIAVENATO, 2004). Alguns nomes foram essenciais nesse período a iniciar pelo Bernardo Luis Vieira de Abreu, fundador da agência de viagens Abreu em 1840, e que permanece em atividade até os dias de hoje. Foi “a primeira agência de viagens no mundo a abrir escritórios de atendimento ao público” (ABREU, 2022). Outro pioneiro a se destacar é o nome de Thomas Cook, que aparece como um dos mais relevantes na história do turismo. Mesmo após a sua morte em 1892, suas contribuições permanecem até os dias de hoje, tendo em vista que as agências de viagens são os principais vetores do setor turístico (NAKASHIMA e CALVENTE, 2016).

Criações e mudanças foram surgindo com o passar do tempo junto com as contribuições trazidas por esses nomes e entre tantos outros que também foram excepcionais na idealização do turismo que conhecemos hoje. Frente a isso, vale salientar os acontecimentos históricos trazidos por Amaral Júnior (2008), na obra dos autores anteriormente citados, tais como:

A utilização do passaporte, adotado primeiramente na Inglaterra, como forma de controle de fluxo de turistas internacionais, em 1915. No ano de 1929 inicia no aeroporto de Amsterdã, capital holandesa, o comércio de mercadorias livre de impostos, chamadas de Duty Free. Pouco tempo depois da invenção e produção do automóvel, foi inventado nos Estados Unidos outro meio de transporte coletivo, em 1921, o ônibus. Conseqüentemente sua utilização aumentou o turismo utilizando as rodovias. Esses veículos e os serviços a eles relacionados foram aprimorados também ao longo do tempo. (p.16)

As inovações no ramo da tecnologia, que surgiram no pós-guerra e que até hoje se aperfeiçoam, também foram cruciais para que a indústria turística se desenvolvesse na escala que a conhecemos atualmente. Inovações nas áreas

automobilísticas e aeronáuticas para deslocamentos mais rápidos, desenvolvimentos na rede mundial de computadores e sistemas de telefonia para acelerar a troca de informações e as comunicações, e criação de leis em prol dos trabalhadores consumirem mais tempo livre, são alguns dos exemplos.

Já aqui no Brasil, em um recorte a partir da década de 1950, através de intervenções estatais que o país vivia, além de um período de criação de instituições e órgãos de turismo, também se produziu o espaço o qual a atividade turística estava acontecendo e iria se desenvolver (MÜLLER, et al., 2011). Baseando-se na ordem cronológica de Dias (2003) podemos listar alguns exemplos das ações que foram implementadas a partir deste período para o desenvolvimento da atividade turística, entre as quais destacamos: O Plano de Metas (1956-1961) no governo do então presidente Juscelino Kubitschek o qual objetivou “a realização de novos investimentos em setores-chaves da economia brasileira.” (BRASIL, 1958); Decreto-lei nº 55 de 18 de novembro de 1966 que criou a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo²) a qual adquiriu a responsabilidade de coordenar a atividade turística no país tanto quanto divulgar a imagem do Brasil no exterior; O Programa de Metas e Bases para a Ação do Governo (1970-1973), na gestão do governo de Emílio Garrastazu Médici, que objetivou transformar o país em uma potência mundial e líder dentre os países da América Latina (DIAS, apud MENDES, 2003).

A partir dos anos 1970 surge a necessidade de se aprofundar os conhecimentos acerca da atividade turística e de se qualificar a mão de obra de todos os envolvidos na atividade, com isso, surgem os primeiros congressos e cursos superiores na área, os quais, contribuiriam para que o turismo começasse a ser visto como uma atividade tão séria e profissional quanto às outras atividades econômicas (MÜLLER et al., 2011).

² LEI Nº 14.002, de 2020, disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Lei/L14002.htm#art36

3.2 Turismo cultural

Sugere-se que os principais trabalhos realizados sobre turismo e cultura no Brasil tiveram início a partir dos anos 1960, quando os antropólogos junto com as instituições de turismo na época traçaram caminhos para acompanhar o crescimento do turismo no país e no mundo (BRASIL, 2007).

O desejo de conhecer atrativos, motivos de lazer, recreação e férias, e visitas a parentes e amigos (DIAS, 2003) não são características exclusivas do turismo cultural, mas, neste tópico, nos limitaremos apenas na abordagem deste tipo de segmento.

Baseando-se na obra de Dias (2003), é preciso configurar os “atrativos turísticos culturais” em “recursos turísticos culturais”, diante da prerrogativa de que:

Os recursos turísticos constituem-se nos elementos naturais, atividades humanas ou qualquer outro produto gerado pelo homem que possa motivar um deslocamento de pessoas, cuja motivação seja a curiosidade ou a possibilidade de efetuar alguma atividade física ou intelectual. (p.57)

Adiante em sua obra, o autor classifica os recursos turísticos culturais em três tipos e cita alguns exemplos, os quais são (grifo nosso): **Recursos culturais históricos** (zonas arqueológicas; arquitetura antiga; lugares históricos; povoados típicos; folclore; festas tradicionais); **Recursos Culturais Contemporâneos Não Comerciais** (Centros de convenções; instituições de ensino; bibliotecas; museus e murais; obras monumentais; estufas de plantas; zoológicos) e **Recursos Culturais Contemporâneos Comerciais** (Parques de diversões; balneários; espetáculos culturais e esportivos; campos esportivos; exposições nacionais e internacionais; mercado de artesanato; centros de comércio; centros de saúde; feiras; carnavais; cassinos; concursos e competições).

A partir dessas definições, é possível entender o ambiente em que este segmento se desenvolve. Uma definição que, segundo Köhler (2019), explica o turismo cultural a partir dos equipamentos (recursos) previamente classificados como culturais, mas que deixam de lado as interpretações de cada indivíduo sobre esses recursos. A partir daí, Köhler acrescenta a ótica do turista, na qual ele descreve que essa visão se trata de: “um conceito baseado na demanda por experiências culturais,

a partir do repertório, agenda pessoal e circunstâncias de cada turista.” (p.2) contribuindo com a versão do MTUR (2007) de que qualquer elemento cultural (gastronomia, arte, festas, músicas) consumido durante a atividade turística, também entra no rol das motivações de viagens. A partir disso, é possível definir como funciona o turismo cultural através dos equipamentos disponíveis (recursos) e do público consumidor (demanda) que podem ser turistas, visitantes ou até mesmo a população local.

3.3 Impactos do turismo

Os impactos causados pela atividade turística se referem às modificações causadas pelo crescimento do turismo nas comunidades receptoras (DALL’AGNOL, 2012) e podem surtir efeitos positivos ou negativos para uma determinada cidade ou região (REZENDE e REZENDE, 2005, p.3). Tais impactos podem ser vistos, principalmente, nos âmbitos socioculturais, econômicos e ambientais, conforme defendido em trabalhos de diversos autores, entre os quais selecionamos alguns para nossa base de discussão.

3.3.1 Impactos do turismo no âmbito sociocultural

Com abordagens mais voltadas dentro dos campos da sociologia, antropologia e até psicologia, os impactos do turismo neste âmbito visam explicar a relação de causa entre visitantes (turistas ou excursionistas) e a população local, e podem ser classificados em positivos ou negativos, os quais “a magnitude dos impactos” dependerá das características dos turistas e das diferenças socioculturais existentes (Quadro 1) (REZENDE e REZENDE, 2005).

Quadro 1: Impactos Socioculturais positivos e negativos causados pelo turismo

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ● Resgate e valorização da cultura; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Perda e degradação da identidade cultural;
<ul style="list-style-type: none"> ● Intercâmbio de ideias, culturas e percepções; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aculturação;
<ul style="list-style-type: none"> ● Dispersões de ignorâncias e desentendimentos; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Conflitos causados por etnocentrismo;
<ul style="list-style-type: none"> ● Contatos interculturais que provocam a aproximação entre diferentes povos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Objetificação da figura do turista (por fatores socioeconômicos, por exemplo).

Fonte: Adaptado de Dall’Agnol (2012), Dias (2003) e Rezende e Rezende (2005).

A lista pode sofrer alterações de acordo com a especificidade de cada localidade, tanto para impactos positivos quanto para negativos.

3.3.2 Impactos do turismo no âmbito econômico

Foi a partir da década de 1950 que o turismo começou a ter uma atenção maior como uma atividade econômica importante para o desenvolvimento regional, a partir do aumento das viagens internacionais (DIAS, 2003). Seguindo essa contextualização do autor, um dos impactos econômicos do turismo é evidenciado com o aumento das receitas. É possível citar também, como observado na obra de Rezende e Rezende (2005), o aumento significativo nos postos de trabalho, a geração de renda e o incremento no comércio local.

Apesar dos ganhos, algumas características da atividade turística fazem com que os impactos negativos se apresentem de uma forma que devem ser levados em

consideração, entre elas, a sazonalidade, a qual Dias (2003) descreve da seguinte forma:

[...] A descontinuidade do fluxo turístico está vinculada aos caprichos do clima, ao período de férias, feriados ou fins-de-semana prolongados. [...] De um momento para o outro, um contingente enorme de pessoas passa a adquirir bens e serviços, gerando necessidades de investimento, de abastecimento e de atendimento. Caso esse movimento perdurasse, os problemas seriam menores. Ocorre que em determinado momento, a economia local sofre um baque, pois os turistas vão embora, retomando a comunidade sua rotina. (p.28)

O autor também comenta sobre a transformação na estrutura de trabalho causada pela sazonalidade que em um primeiro momento se apresenta benéfica, mas que devido a essa temporalidade, algumas funções acabam substituindo o trabalho em diferentes atividades e cita o exemplo da agricultura.

A especulação imobiliária também entra na lista dos efeitos negativos da atividade, elevando o custo de vida, principalmente dos que não trabalham com a atividade, atingindo gradativamente os moradores, agravando fatores externos que já oferecem riscos, como a inflação e crises de ordem política e/ou econômicas, entre outros.

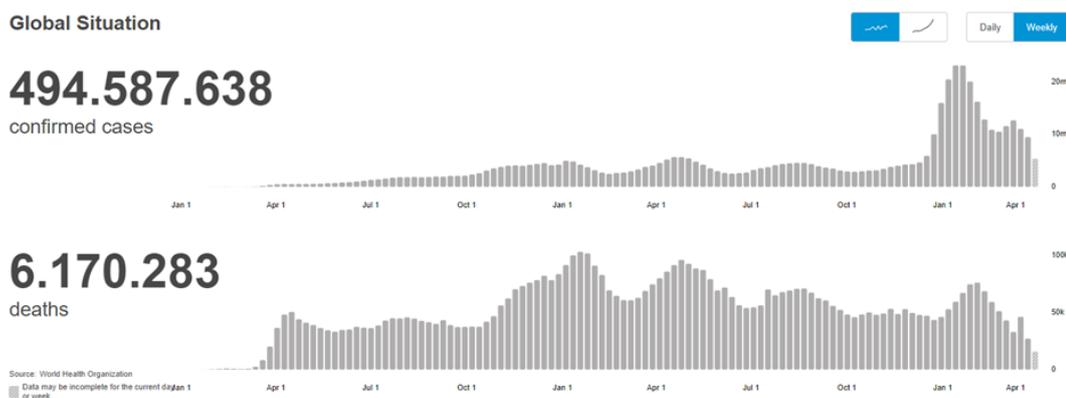
3.4 Efeitos da pandemia de covid-19 no turismo

Como visto anteriormente, o crescimento do turismo no mundo conta com fatores relacionados ao desenvolvimento das cidades e dos avanços tecnológicos nos setores que são essenciais para a atividade turística funcionar. Descobertas nos campos da tecnologia da informação, no setor de transportes, em modelos de gestão e na área da saúde são alguns dos exemplos, sendo o último um fator intrínseco a atividade tanto pela compreensão dos benefícios que a mesma traz, como o aumento da autoestima e produtividade, quanto dos malefícios (SANTOS, et al., 2019). E quando se trata dos malefícios, a O surgimento do Sars-Cov e consequentemente a pandemia da COVID-19 alterou a dinâmica para diferentes lugares do globo e se apresentando como uma real ameaça à saúde mundial (DIAS, 2003).

É uma doença infecciosa causada pelo vírus SARS-CoV-2 que causa problemas respiratórios de baixa, moderada ou grave magnitude no organismo humano, podendo agravar problemas de saúde já existentes (comorbidades) e levar o indivíduo à morte, mesmo quem não possui nenhuma patologia pré-existente (WHO,

2020). Sua taxa de transmissão é altíssima, tendo em vista que o vírus se prolifera através de pequenas partículas expelidas na tosse, espirro, fala ou canto (WHO, 2020). O número de casos no mundo já supera os 400 milhões e as mortes já ultrapassam os 6 milhões (Figura 2):

Figura 2: Situação global da Pandemia de COVID-19, em 11 de abril de 2022



Fonte: Organização Mundial da Saúde, 2022.

Como forma de frear o avanço da doença e impactar menos vidas, medidas como confinamentos (*lockdowns*), distanciamento social e restrições de viagens foram adotadas, tendo em vista que não havia medicações de combate e prevenção da doença, causando severos impactos na indústria turística (Figura 3), uma vez que o turismo se refere a mobilidade e interação (BRITO-HENRIQUES, 2020), onde só no Brasil foi registrado um prejuízo de mais de 55 bilhões de reais (FERRARI, 2021).

Figura 3: Impacto da pandemia no turismo brasileiro



Fonte: Adaptado de PODER360.

Neves et. al. (2020) define esse impacto da COVID-19 sob o turismo global como “Avassalador e imediato” e complementa que:

[...] as previsões do *World Economic Forum* [WEF] são que, após findar o período de pandemia, o setor do turismo levará mais de 300 dias para se recuperar (WEF, 2020); tal previsão é endossada pela OECD, visto que os fluxos turísticos permanecem restritos até junho de 2020 (OECD, 2020a), podendo ser prorrogados em alguns países por mais tempo (p.6)

O *status* pandêmico de COVID-19, que já ultrapassou os dois anos consecutivos, demonstra que suas consequências irão surtir efeito por um tempo maior, no qual “os mais pessimistas decantam que em menos de 10 anos não voltaremos à normalidade” (NAVES, 2021, p.20). Dentro desse período, a atividade turística vem se adequando às mudanças através de fatores que o auxiliam a sua gradativa recuperação, os quais podem ser maximizados no cenário pós-pandemia.

3.5 Apoio ao turismo na pandemia

Diante os efeitos colaterais que a pandemia trouxe, a comunidade científica buscou realizar trabalhos que compreendessem como tais efeitos afetam a sociedade. E entre os trabalhos selecionados, o papel do estado ganhou destaque através de suas funções de governo, entre elas as de promotor, estimulador, planejador, garantidor, harmonizador e coordenador das ações, as quais foram essenciais para o “processo de reposicionamento e de retomada do turismo.” (TRENTIN, et al., 2020). Baseando-se nessas funções trazidas no trabalho dos autores, destacam-se as medidas econômico-financeiras para as empresas e profissionais do setor turístico, através da função do estado como “Estimulador e Garantidor”. As ações de apoio financeiro e diminuição dos impactos econômicos negativos da pandemia, foram tratadas através de decretos e medidas provisórias, os quais podemos citar (Quadro 2)

Quadro 2: Atuação do estado em apoio a pandemia

AÇÃO	DESCRIÇÃO
LEI Nº 10.464/2020	<p><i>“Lei Aldir Blanc”</i></p> <p>Dispõe sobre as ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública.</p>

MP 944/2020	<p><i>“Programa Emergencial de Suporte a Empregos”</i></p> <p>Prevê crédito emergencial para empresas com faturamento superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 50 milhões, calculado com base no exercício de 2019, exclusivamente para pagamento da folha de salários de funcionários e quitação de verbas trabalhistas.</p>
LEI Nº 13.982/2020	<p><i>“Auxílio Emergencial”</i></p> <p>Garante renda mínima para os brasileiros em situação mais vulnerável durante a pandemia</p>
LEI Nº 14.051/20	<p>Prevê o crédito de R\$ 5 bilhões para auxiliar empreendimentos turísticos registrados no CADASTUR</p>

Fonte: BRASIL (2020)

Outras medidas podem ser mencionadas, como a Medida Provisória nº 1036, de 2021, que fala sobre o cancelamento ou remarcação de eventos nas áreas de turismo e cultura.

Ações que foram necessárias no momento em que houve uma parada brusca nas atividades turísticas enquanto eram feitas descobertas sobre a doença e principalmente no desenvolvimento de vacinas as quais, junto com as medidas econômico-financeiras adotadas, foram responsáveis pelos seguintes números, de acordo com a pesquisa “Turismo pós-pandemia: acelerando a retomada” da Rede Globo:

- 43% das pessoas estão poupando para viajar nos próximos 6 meses;
- Tempo médio real: A duração da viagem gira em torno de 5 a 7 dias tanto para viagem nacional, quanto internacional;
- Boa parte das pessoas pretendem realizar pelo menos uma viagem ao ano com distâncias acima de 300km.

Além dessas informações, a pesquisa também traz uma definição importante de uma forte tendência que está se desenvolvendo chamada “*Bleisure*” (Business + Leisure, viagens de negócio e lazer) que como o próprio nome diz, o profissional além de realizar suas atividades de trabalho, também pode aproveitar os atrativos turísticos

que a localidade oferece, graças às possibilidades de trabalho remoto que também vêm ganhando espaço através do movimento “*Officeless*”.

3.6 Políticas públicas complementares ao diagnóstico turístico

Antes de mencionar os programas que servirão de base para realização do nosso diagnóstico, é preciso destacar a importância do planejamento na função administrativa, tendo em vista que nenhuma organização deve agir na base do imprevisto e que todas as suas ações devem estar respaldadas em algum planejamento prévio, principalmente se inseridas em um contexto de competitividade e/ou dinamismo (CHIAVENATO, 2004).

A partir daí, reconhecer o ambiente da organização (municipal) e estimular a criatividade com novas ideias de gestão é essencial para o sucesso do processo administrativo (CHIAVENATO, 2004). Sendo assim, podemos citar como ferramentas de reconhecimento (diagnóstico) para a localidade as políticas a seguir:

3.5.1 Estatuto das cidades

A Lei nº 10.257, sancionada em 10 de julho de 2001, estabelece as diretrizes gerais do Estatuto da Cidade, que “estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo, da segurança e do bem-estar dos cidadãos, bem como do equilíbrio ambiental.” (BRASIL, 2001). Em seu artigo 2º, onde dispõe das diretrizes gerais dessa política urbana, daremos destaque aos incisos I ao V, que falam sobre (quadro 3):

Quadro 3- Incisos I ao V, do art. 2º da lei nº 10.257 de 10/07/2001

“ I – garantia do direito a cidades sustentáveis, entendido como o direito à terra urbana, à moradia, ao saneamento ambiental, à infra-estrutura urbana, ao transporte e aos serviços públicos, ao trabalho e ao lazer, para as presentes e futuras gerações;

II – gestão democrática por meio da participação da população e de associações representativas dos vários segmentos da comunidade na formulação, execução e acompanhamento de planos, programas e projetos de desenvolvimento urbano;

III – cooperação entre os governos, a iniciativa privada e os demais setores da sociedade no processo de urbanização, em atendimento ao interesse social;

IV – planejamento do desenvolvimento das cidades, da distribuição espacial da população e das atividades econômicas do Município e do território sob sua área de influência, de modo a evitar e corrigir as distorções do crescimento urbano e seus efeitos negativos sobre o meio ambiente;

V – oferta de equipamentos urbanos e comunitários, transporte e serviços públicos adequados aos interesses e necessidades da população e às características locais;”

Fonte: Estatuto das cidades, BRASIL (2001).

Tais incisos apresentam de forma genérica a proposta geral do estatuto, que por si só já serve como base para qualquer planejamento municipal. Além disso, nos capítulos em diante, a lei vem trazendo informações sobre os instrumentos que compõem a política urbana, onde reforçamos a importância do planejamento municipal através do Plano diretor, onde Rezende e Ultramari (2007) descrevem como “ferramenta básica do planejamento urbano nacional” (p.9), e complementam mencionando o desafio que o estatuto da cidade impõe através dos planos diretores:

Planejar democraticamente o futuro da cidade incorporando nessa discussão os diversos agentes sociais, econômicos e políticos que a compõem, buscando compromissos e definindo ações prioritárias. (p.11)

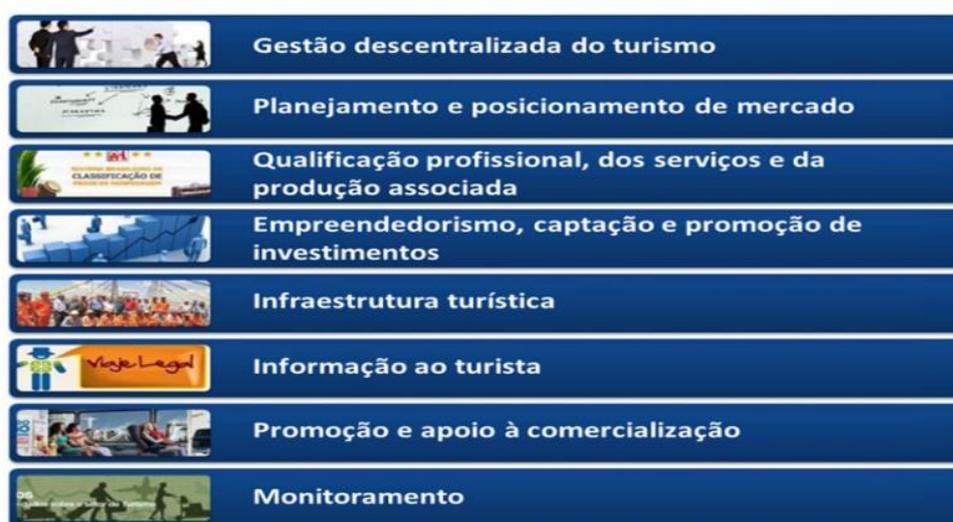
O plano diretor municipal (PDM) é obrigatório para cidades com mais de vinte mil habitantes, integrantes de regiões metropolitanas, integrantes de áreas de especial interesse turístico, entre outros fatores dispostos no art. 41 da mesma lei, e entram em vigor após aprovação do poder legislativo municipal.

3.5.2 Programa de regionalização do turismo

O Programa foi lançado em 2004 em sucessão ao Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), onde, diferente de seu antecessor que estimulava o desenvolvimento turístico nacional através de políticas com foco nos

municípios (CASTILHO, et. al., 2020), desta vez o foco agora é no desenvolvimento regional. Em 2013 foram definidos os 8 eixos de atuação (Figura 4), sendo eles:

Figura 4: Oito eixos estruturantes para a promoção do desenvolvimento turístico regional.



Fonte: Ministério do Turismo (2013).

Esses eixos de atuação estão intrinsecamente ligados aos documentos técnicos-orientadores que norteiam os municípios a identificar em qual estágio referente ao programa de regionalização os municípios se encontram, para a partir daí se organizarem e se desenvolverem “com base nos princípios da sustentabilidade ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional” (BRASIL, 2007). Tais documentos podem ser encontrados no portal da regionalização turística.

3.5.3 Inventário da oferta turística

Para que se atinja os objetivos do turismo como fator de desenvolvimento sob a ótica da ética e sustentabilidade, faz-se necessário um planejamento que envolva a participação coletiva e disponibilidade de informações confiáveis e atualizadas sobre o território a se trabalhar. É partindo desta premissa que atua o Inventário da Oferta Turística (INVTUR), metodologia que visa conhecer, levantar e registrar informações, características e especificidades de um determinado local ou região, para se elucidar melhores propostas de intervenções, divulgações e modelos de gestão. De acordo com o Ministério do Turismo (2011), a proposta do inventário no âmbito do turismo atua como forma de:

Levantar, identificar, registrar e divulgar os atrativos, serviços e equipamentos turísticos, as estruturas de apoio ao turismo, as instâncias de gestão e outros itens e condições gerais que viabilizam a atividade turística, como base de informações para que se planeje e gerencie adequadamente o processo de desenvolvimento (p.20).

Diante da necessidade da mais ampla participação social nesta etapa de contabilização, é preciso levar em consideração a necessidade de unir o conhecimento técnico, dos pesquisadores e envolvidos na coleta de dados, junto com os interesses em comum da sociedade (artesãos, gestores dos mais diversos estabelecimentos comerciais, gestão pública, iniciativa privada), tendo em vista que “Todos são igualmente imprescindíveis na composição do arranjo produtivo do turismo.” (BRASIL, 2011).

Para sua elaboração, são disponibilizados formulários de pesquisa, estes divididos em três categorias (Infraestrutura de apoio ao turismo, Serviços e equipamentos turísticos e Atrativos turísticos) e cada categoria contempla diversos subtipos.

Vários municípios já realizaram seus inventários, porém o processo de atualização deve ser constante, tendo em vista a disponibilidade de novos materiais para a coleta de dados e as mudanças que ocorrem com o tempo.

Figura 6: Recorte do formulário de pesquisa do INVTUR (C5: Eventos Programados)

 MINISTÉRIO DO TURISMO Secretaria Nacional de Políticas de Turismo Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico Coordenação Geral de Regionalização INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA CATEGORIA C5 – EVENTOS PROGRAMADOS		 INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA CATEGORIA C5 – EVENTOS PROGRAMADOS	
UF: _____	REGIÃO TURÍSTICA: _____	MUNICÍPIO: _____	
IDENTIFICAÇÃO			
Tipos: (1) C.5.1. Feiras/exposições (2) C.5.2. Congressos (3) C.5.3. Convenções (4) C.5.4. Festivais/festas (5) C.5.5. Seminários (6) C.5.6. Oficinas/workshops (7) C.5.7. Competições (8) C.5.8. Destinos/saídas (9) C.5.9. Encontros temáticos (10) C.5.10. Festas/celebrações (11) C.5.11. Outros		Subtipos: (1) C.5.10.1. Religiosa/manifestação de fé (2) C.5.10.2. Populacional/cívica (3) C.5.10.3. Referente ao trabalho ou ciclo produtivo (4) C.5.10.4. Festa cívica (5) C.5.10.5. Outras	
1. INFORMAÇÕES GERAIS			
1.1. Nome oficial _____			
1.2. Nome popular _____			
1.3. Natureza (1) Pública (2) Privada (3) Outra _____			
1.4. Tipo de organização/instituição (1) Associação (2) Sindicato (3) Cooperativa (4) Sistema S (5) Empresa (6) Outros _____			
1.5. Localização (1) Urbana (2) Rural _____			
1.6. Coordenadas geográficas			
1.6.1. Latitude _____			
1.6.2. Longitude _____			
1.7. Endereço			
1.7.1. Avenida/rua/travessa/caminho/outro _____			
1.7.2. Bairro/localidade _____			
1.7.3. Distrito _____			
1.7.4. CEP _____			
1.8. Sinalização			
1.8.1. De acesso (1) Sim (2) Não _____			
1.8.2. Turística (1) Sim (2) Não _____			
1.9. Proximidades			
(1) Restaurantes (2) Bar/lanchonete (3) Meio de hospedagem (4) Shopping (5) Galeria/hua comercial (6) Centro de convenções/exposições (7) Posto de combustível (8) Outras _____			
1.10. Distâncias (km)		1.10.2. Estação rodoviária _____	
1.10.1. Aeroporto _____		1.10.3. Estação ferroviária _____	
1.10.4. Estação marítima/fluvial _____		1.10.5. Estação metroviária _____	
1.10.7. Ponto de táxi _____		1.10.8. Sede do município _____	
1.10.10. Outras _____		1.10.9. Localidade mais próxima _____	
1.11. Pontos de referência _____ _____			
1.12. Nome do realizador/entidade _____			
1.12.1. CNPJ do realizador/entidade _____			
1.12.2. Endereço eletrônico (e-mail) _____			
1.12.3. Site eletrônico (site/página web) _____			
1.12.4. Telefone ramal _____ 1.12.5. Fax ramal _____			
1.12.4.1. Telefone _____ 1.12.5.1. Fax _____			
1.12.4.1.1. Ramal _____ 1.12.5.1.1. Ramal _____			
2. FUNCIONAMENTO			
2.1. Estrutura de funcionamento			
2.1.1. Entrada			
2.1.1.1. Gratuita (1) Sim (2) Não _____			
2.1.1.2. Paga (1) Inteira (2) Meia _____			
2.1.2. Instalações de entrada			
2.1.2.1. Centro de recepção (1) Sim (2) Não _____			
2.1.2.2. Posto de informação (1) Sim (2) Não _____			
2.1.2.3. Portaria principal (1) Sim (2) Não _____			
2.1.2.4. Guarita (1) Sim (2) Não _____			
2.1.2.5. Bilheteria (1) Sim (2) Não _____			
2.1.2.6. Outras _____			
2.1.3. Atendimento ao público			
2.1.3.1. Atendimento em língua estrangeira (1) Não (2) Inglês (3) Espanhol (4) Outras _____			
2.1.3.2. Informativos impressos (1) Não (2) Português (3) Inglês (4) Espanhol (5) Outras _____			

Fonte: Ministério do Turismo (2010)

Vale lembrar que, a adoção de práticas e ferramentas que visam maior extração (de informações, no caso) com o menor uso de recursos (materiais, ambientais e financeiros) entram no rol das ações sustentáveis (SEBRAE, 2017), sendo as planilhas uma grande aliada neste processo, pois, além de ser de fácil acesso, possuem diversas funcionalidades e modelos, que combinados com outras ferramentas de gestão, como o Power BI, podem oferecer uma sintetização dos dados de forma completa, abrangente e dinâmica (SOMA, 2018).

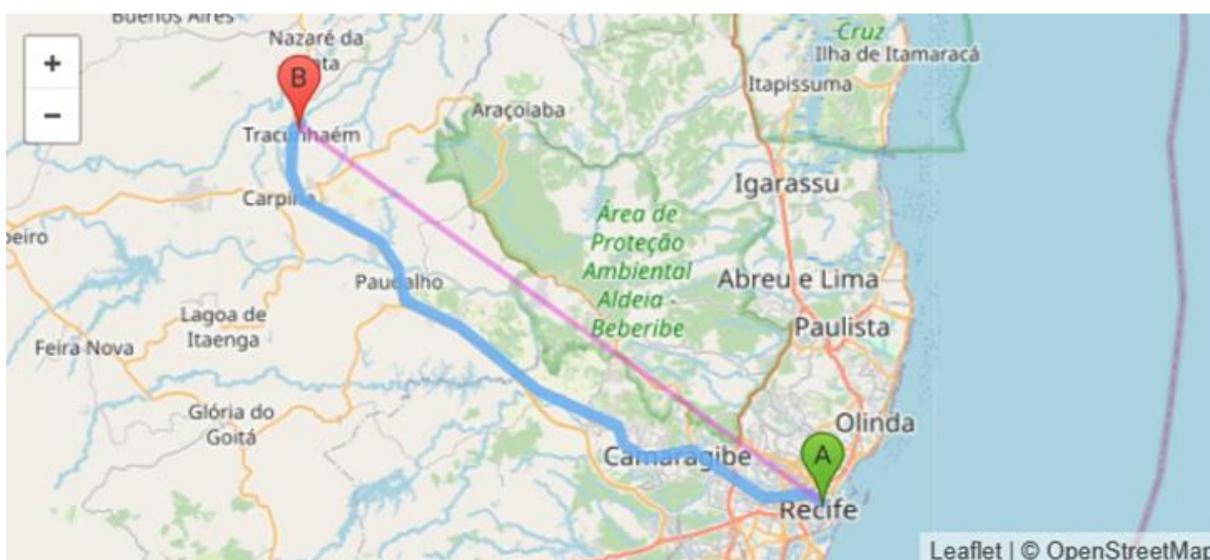
Na terceira e última etapa, foi elaborada uma proposta de inventariação simplificada, baseada nas amostras obtidas e considerando otimizações nos aspectos visuais e funcionais das planilhas, com a proposta contendo informações importantes como métodos e técnicas a serem utilizados, recursos necessários, estratégias e fontes de apoio, patrocínio e/ou parceria.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Área de estudo

Tracunhaém está localizada a 63 km de distância de Recife (Figura 7), a capital de Pernambuco. A cidade de cerca de 13.856 habitantes, segundo estimativa do IBGE, tem seu nome originado do Tupi-Guarani, onde significa: “Formigueiro” ou Panela de Formiga”. Em sua história que remete ao período do Brasil colonial (Figura 8), Tracunhaém englobava a área onde hoje se divide as cidades de Nazaré da Mata e Vicência, que com o tempo foram se desmembrando e se desenvolvendo individualmente. A cidade chegou a ser distrito de Nazaré da Mata por volta de 1892, mas com a lei estadual nº 4951 de 20 de dezembro de 1963, Tracunhaém se tornou município, sendo a data, comemorada como sua emancipação no calendário municipal.

Figura 7: Distância entre Recife (ponto A) e Tracunhaém (ponto B), em linha reta (Rosa, 49km) e em condução (Azul, 63km).



Fonte: Distância Cidades (2022)

Figura 8: Praça Costa Azevedo, centro de Tracunhaém (1981)



Fonte: SILVA (2018).

5.2 Informações sobre a gestão

A gestão municipal de Tracunhaém funciona com a pasta de turismo, vinculada ao lazer, esporte e cultura (Figura 9). Normalmente essas atividades caminham indissociáveis na maioria dos governos em função das peculiaridades e objetivos comuns para com a comunidade e turistas.

Figura 9: Organograma do Governo Municipal - Tracunhaém (2020-2024)



Fonte: Prefeitura de Tracunhaém (2022).

Aprofundando acerca de informações da Secretaria Municipal de Turismo, Esportes e Lazer, no quesito ao número de funcionários com formação superior em turismo, foi constatado que nenhum funcionário possui formação superior ou técnica em turismo ou área similar, o que “dificulta a elaboração de projetos e programas”, segundo o próprio secretário de turismo, que também não possui formação superior ou técnica em turismo, segundo pesquisa realizada em matérias da imprensa regional e no registro de candidatura declarada ao TSE (o mesmo concorreu a uma vaga como vice-prefeito nas eleições municipais de 2020). O prédio da secretaria está localizado na entrada da cidade, na região conhecida como “Oca”, próximo ao Parque de Eventos José Vasquez Mendez. O horário de atendimento é das 8h às 13h de segunda à sexta.

5.3 Características do município – aspectos gerais, equipamentos, instalações e serviços públicos

O município de Tracunhaém quanto a seus aspectos gerais, apresenta características similares ao de outros municípios da região. Localizada em uma altitude média de 120m, traz nos meses de maio a agosto um período de temperaturas abaixo da média (24,5 °C) durante as noites ou períodos chuvosos, que inclusive são esses mesmos meses.

Para coletar informações acerca dos equipamentos, instalações e serviços públicos, foi consultado os portais do Instituto Água e Saneamento e dados do Info Sambas, que são alimentadas com informações de órgãos governamentais, atores sociais e do setor privado. A tabela 1 demonstra os resultados obtidos pela pesquisa:

Tabela 1: Categoria A – Infraestrutura de Apoio ao Turismo: Equipamentos, Instalações e Serviços Públicos

Equipamentos, Instalações e Serviços Públicos			
Abastecimento de Água	Tipo	Total Atendido	Entidade Responsável
	Rede Geral	81,84%	Companhia Pernambucana de Saneamento - COMPESA
	Poço ou Nascente na propriedade	1,02%	
	Água da Chuva Armazenada em Cisterna	0,04%	
	Outra forma de Abastecimento	17,08%	
Serviços de Esgoto - Coleta e Deposição	Tipo	Total Atendido	Entidade Responsável
	Fossa Rudimentar	67,96%	
	Rede Geral de Esgoto ou Pluvial	19,73%	Prefeitura de Tracunhaém
	Rio, Lago ou Mar	5,88%	
	Vala	4,13%	
	Fossa Séptica	1,45%	
	Outro escoadouro	0,21%	
	Não Tinham	0,64%	

	Total atendido	Entidade responsável
Serviços de Energia - Abastecimento de energia	100%	Companhia Energética de Pernambuco – CELPE

Serviços de lixo - Coleta	Total Atendido (%)	Seletiva	Não-Seletiva	Sem coleta
		n/e	83,25%	16,75%
Serviços de lixo - Coleta	Entidade Responsável	S/D	PMT	S/D

Reciclagem	Tipo	Total Reciclado	Entidade Responsável
	n/e	S/D	S/D

Telefonia Móvel	Área de Cobertura
	Em parte do município

Fontes: Governo municipal (2022).

As informações acima, conforme formatação, se encontram nas planilhas as quais serão utilizadas como modelo para a proposta de inventariação deste trabalho, visando um futuro tratamento de dados e geração de relatórios, como dito anteriormente. Finalizando as informações básicas do município quanto aos serviços turísticos disponíveis, não existem meios oficiais de divulgação turística do município ou qualquer entidade/empresa de atendimento ao turista na região. Também não há dados oficiais sobre os atrativos mais visitados, meses de alta temporada ou sobre a origem dos visitantes/turistas, sendo estes dois últimos fatores, realizada uma estimativa baseada em entrevista realizada com a vice-prefeita do município Áurea Galdino (Apêndice B) e definida da seguinte forma:

Tabela 2: Caracterização do Fluxo Turístico – Categoria A.

Caracterização do Fluxo turístico	
Origem dos Visitantes/Turistas	Entorno Estadual
Meses de Alta Temporada	Junho a agosto

Fonte: Governo Municipal.

5.4 Categoria b5 – serviços e equipamentos para eventos: espaços e serviços para eventos (tipos b5.1 e 5.2)

Esta categoria, em geral, é responsável por identificar os “estabelecimentos e prestadores de serviços que oferecem as condições para que o visitante tenha uma boa estada” (BRASIL, 2011). A tabela 3 apresenta as subcategorias desta sessão:

Tabela 3: Divisão da Categoria B e suas respectivas descrições

Subcategoria	Descrição
B1	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM
B2	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS
B3	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO
B4	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE TRANSPORTE TURÍSTICO

B5	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS
B6	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER
B7	OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

Fonte: Adaptado do Inventário da Oferta Turística, MTur(2011)

Tracunhaém se destaca no artesanato em barro, atraindo visitantes de muitas localidades da região, mas é na área de eventos que ela recebe um público muito superior ao que é visto no decorrer dos meses.

Tomando como norte a volta dos eventos presenciais no período pós-pandemia, a cidade no ano de 2022 foi palco de diversos eventos que envolviam não só a comunidade local, mas também os munícipes das cidades vizinhas, fazendo com que a subcategoria B5 – Serviços e Equipamentos para Eventos fosse a mais adequada para a pesquisa aqui apresentada, devido ao seu potencial de atrair pessoas, movimentar a economia, difundir a cultura, divulgar o município entre outros, estimulando maiores pesquisas e aprofundamentos na temática de eventos para a cidade. A figura 10 demonstra o público de dois eventos distintos que ocorreram na cidade no ano de 2022.

Figura 10: Público da Festa do “Trezenário de Tracunhaém” 06/07/2022 (esquerda) e Final do Campeonato Municipal de Futebol 17/12/2022 (direita)



Fonte: Transmissão Giro Mata Norte (2022)

O mesmo fenômeno acontece com cidades vizinhas, como Carpina, Nazaré da Mata, entre outras da zona da mata norte, o que indica que uma das formas de se estimular a visitação turística das mesmas é através de eventos. Mediante a essa afirmação, foi realizada uma amostra do inventário dos principais espaços para eventos em Tracunhaém.

Um detalhe a se mencionar: as medições aqui apresentadas foram realizadas através de imagens via satélite e da ferramenta “Medir distância e área” ambas do *Google Earth*, podendo haver diferenças para mais ou para menos, tomando os valores aqui apresentados apenas como referência.

Dado os esclarecimentos: A pesquisa teve início no Parque de Eventos José Vasquez Mendez, localizado na entrada da cidade. O espaço de natureza pública, conta com uma área estimada de 4.550 m² e tem sua alta temporada entre os meses de Junho-Julho, quando ocorre as principais festas juninas da cidade. Por ser de natureza pública, sua forma de cessão para eventos é através de ofício encaminhado à secretaria de Turismo, onde será avaliada a proposta de realização. O parque possui uma área lateral que é utilizada como estacionamento em eventos de grande porte, mas as ruas ao redor dele também acabam servindo de espaço, onde muitos “flanelinhas” ficam responsáveis pelos espaços, da mesma forma que ocorre nos centros de grandes cidades, sem adentrar muito ao mérito da questão. Quanto ao espaço, instalações e serviços existentes foi constatado que não há muitas facilidades, sendo estes preenchidos através de terceirização ou a cargo da realização do evento (Tabela 4).

Tabela 4: Instalações e espaços do Parque de Eventos José Vasquez Mendez e Estado Geral de Conservação

Nome Oficial	Parque de Eventos José Vasquez Mendez			Estado Geral de Conservação	Ruim		
Espaço Físico	Espaço	Área Total (m ²)	Capacidade Total (Sentados)	Serviços e Equipamentos de Apoio	Serviços	Equipamento + Quantidade	
	Área de exposição coberta	935,25m ²	468			Palco	1
	Área de exposição não coberta	4614,75m ²	2307			Camarins	3
						Copa	2
						Banheiros	4

Fonte: Google Earth (2023)

Como mencionado anteriormente, o parque de eventos não conta com serviços ou uma variedade de equipamentos, mas alguns pontos são necessários destaque. Devido a sazonalidade e a baixa frequência de eventos o parque fica uma grande parte do ano sem uso, assim como as conhecidas “Ocas” que ficam servindo de depósito de equipamentos e utensílios da gestão, além das próprias áreas de exposição que acabam sendo utilizadas como garagem para os veículos e máquinas da prefeitura, como demonstra a figura 11:

Figura 11: Entrada do Parque de Eventos José Vasquez Mendez, em Tracunhaém (parque ao fundo abrigando os veículos oficiais).



Foto: Autor (2022)

Carecendo de uma função social mais eficiente, o parque em si também necessita de algumas melhorias estruturais. Entretanto, uma Ordem de Serviço (OS) assinada em 12 de agosto de 2022 realiza a construção de uma área de lazer ao lado do parque de eventos, com espaço de caminhada, campo de areia, pista de skate, entre outros, dentro de um prazo de conclusão estimado de 90 dias, sendo este prazo já ultrapassado e ficando de forma indefinida sua data de conclusão.

Já de natureza privada, o Espaço Mônica Marques Recepções foi selecionado para a pesquisa. O local com área total estimada em 1100m², localizado no Loteamento Boa Vista, Nº 31, é geralmente palco de tanto eventos privados, como casamentos e aniversários, como também utilizado para reuniões, capacitações entre outros das demais secretarias do município, sendo o valor estabelecido de acordo com a necessidade. Quanto às formas de estacionamento de veículos, o espaço dispõe de uma pequena área interna, sendo mais utilizado a rua em frente como parada. Em suas instalações, podemos classificar as seguintes informações, conforme mostra a tabela 5:

Tabela 5: Instalações e espaços Mônica Marques Recepções

Nome Oficial		<i>Espaço Mônica Marques Recepções</i>		Estado Geral de Conservação		Bom	
Espaço Físico	Espaço	Área Total (m ²)	Capacidade Total (Sentados)	Serviços e Equipamentos de Apoio	Serviços	Equipamento + Quantidade	
	Área de exposição coberta	530m ²	265		Internet Sem Fio	Copa	1
	Área de exposição não coberta	570m ²	285		Buffet	Piscina (8x3)	3
					Banheiros	2	

Fontes: Google Earth, Divulgação (2023)

Apesar dos eventos serem de responsabilidade do realizador, a administradora dispõe de serviço de buffet e doceria, que podem ser contratados também no ato do pagamento. Na figura 8 é possível observar alguns dos diversos eventos que foram realizados no local:

Figura 12: Ornamentação do espaço para casamento (esquerda), Palestra ministrada pela psicóloga Dra. Claudia Roberta (direita)



Fotos: Google Maps (2018)

Diversos eventos foram realizados desde então no local, demonstrando que a atividade de eventos é frequente nas naturezas pública e privada.

Além disso, é necessário destacar um fator importante: apesar da cidade possuir um pavilhão próprio para eventos, normalmente é nas ruas que ocorrem os mais acessíveis, democráticos e variados eventos onde são realizados montagem de grandes estruturas de palco, esquema de segurança, entre outros, conforme mostra a figura 13 de alguns eventos que aconteceram no largo da Igreja Nossa Senhora do Rosário:

Figura 13: Show de Belle Britto no Tipóia Festival 2022 (esquerda), Feira de Artesanato em 19/03/2022 (direita)



Fotos: Hermes Costa Neto (Divulgação Tipóia Festival), Íggor Cazumbá (Giro Mata Norte).

Diversos eventos culturais podem ser mencionados como por exemplo o Encontro de Mestres de Maracatus, que ocorre já em outro local conhecido por “Rua do hamburgão”, entre outros, que apenas reforçam o potencial dos eventos em Tracunhaém, especialmente após um período pandêmico onde as relações sociais

foram interrompidas por um período, mas que agora é realizada com maior intensidade. Todavia, é preciso estar atento para se minimizar os efeitos negativos que os eventos de grande porte podem causar, investindo em prevenção de acidentes (com policiamento e vistorias), comunicação efetiva (principalmente sobre estatísticas dos eventos) e sobretudo combate a corrupção, tendo em vista os altos valores pagos para estruturas de palco e sonorização, licitações de atrações e entre outros, que muitas vezes não condizem com a realidade da cidade, fazendo com que a área de eventos tenha olhares diferentes se é a causa ou solução das principais dificuldades da gestão turística do município.

5.5 Categoria c2 – atrativos culturais: gastronomia típica e preparação de alimentos, artesanato/trabalhos manuais, atividades tradicionais de trabalho (tipos c2.25 – c2.27)

Estima-se que Tracunhaém possua mais de 50% de sua população que fazem do artesanato sua fonte de sobrevivência, seja direta ou indiretamente, segundo a ABCERAM (Associação Brasileira de Cerâmica). A lista com os nomes é ainda maior ao inserir artesãos que trabalham com outro tipo de artesanato. À medida que a lista aumenta, ela também não pode ser vista apenas de forma quantitativa. Para isso, o modelo de inventariação traz em seus moldes elementos que qualificam a catalogação, como, por exemplo, informações sobre o “histórico do produto” e o “modo de preparo/execução”, a fim de contribuir para a melhor compreensão da realidade. Todavia, devido a extensão do universo desta categoria (atrativos culturais relacionados a gastronomia típica e preparação de alimentos, artesanato/trabalhos manuais e atividades tradicionais de trabalho) englobar tamanho número de artistas, foi delimitado a amostra para 5 ateliês de artesanato em cerâmica e seus respectivos artesãos/executantes devido esta ser a categoria predominante (e que carrega a fama da cidade), a qual, apesar da escala ser pequena, muito se explica sobre a realidade artística da cidade em que histórias muito se assemelham de modo a que o moldar com o barro toma formas diferentes, mas muito bem interligadas. Outro aspecto que justifica a escolha reduzida da amostra é o caráter experimental da metodologia apresentada, em prol de exemplificar o resultado final em um cenário de trabalho em equipe, para que ideias e sugestões possam ser discutidas.

Apresentadas as considerações iniciais, foi realizado a catalogação dos atrativos culturais voltados ao artesanato de Tracunhaém.

Nesta primeira parte da categoria voltada às Informações Gerais, foi coletado dados acerca do Histórico do Produto e o Modo de preparo e execução do artesanato em questão (cerâmica), o qual neste último item o método de preparo das produções é unânime: extração e preparação do barro bruto, modelagem, “queima” das peças e acabamento, podendo ser pinturas ou apenas reforços em sua coloração obtida. Na figura 14, podemos ver a etapa da “queima” sendo realizada:

Figura 14: Artesão Edson Batista inspeciona o forno de lenha, onde ocorre a queima de suas peças



Foto: Autor (2022)

5.5.1 Histórico do produto

Como anteriormente mencionado, os históricos dos artesãos da cerâmica de Tracunhaém muito se assemelham entre si: herança de familiares ou experiências no passado, e que por algum tempo deram uma pausa nas produções e voltaram mais dispostos, como é o caso do artesão Ivo Diodato, que tem como inspiração o estilo artístico de Tarsila do Amaral e a obra de O Cortiço, de Aluísio de Azevedo e que encontrou em 2009 seu próprio estilo na cerâmica figurativa. Mesmo elaborando peças desde os 12 anos de idade e quase abandonando definitivamente o artesanato em sua trajetória, o segurança patrimonial de profissão teve o incentivo de uma amiga para voltar ao artesanato, onde suas obras rapidamente ficariam conhecidas mundo afora, no mesmo estilo artístico demonstrado na figura 15:

Figura 15: Mestre Ivo Diodato realizando o acabamento de uma de suas obras para uma encomenda.



Foto: Autor (2022)

5.5.2 Informações acerca dos artistas/executantes

Não foi encontrada dificuldades para se obter dados dos artesãos e dos ateliês. Os entrevistados dispuseram de cartões de visita e outras formas de contato, assim como perfis ativos nas redes sociais, as quais divulgam seus trabalhos. Tendo em vista esta realidade, a amostra pôde ser finalizada como demonstra a tabela 6:

Tabela 6: Seção das informações da amostra dos artistas/executantes do artesanato em cerâmica em Tracunhaém

Artista / Executante					
Nome	Endereço do Ateliê	Aberto a visitação	Contato	Ano de Início da atividade	Outras informações
Ivo Diodato da Silva	Av. Alfredo Vaz de Oliveira	SIM	(81) 99428-2379	1976	https://www.instagram.com/ivodiodato/
Nielson Tavares	Av. Alfredo Vaz de Oliveira, 37	SIM	(81) 99225-2298	1982	https://www.instagram.com/nielson_tavares/
Cláudio Marques da Silva (Dinho de Zezinho)	Av. Alfredo Vaz de Oliveira	SIM	(81) 99928-2058	1990	https://www.instagram.com/dinhodezezinho/

Edson Batista	Av. Alfredo Vaz de Oliveira	SIM	(81) 99238- 8214	2016	https://www.instagram.com/oficialedsonbatista/
Dheny Santos	Av. Alfredo Vaz de Oliveira	SIM	(81) 99479- 6246	2016	https://www.instagram.com/dheny_santos.ceramista/
Linda Gouveia	Praça Costa Azevedo, nº 100	SIM	(81) 99470- 7898	1994	https://www.instagram.com/oca_taua/
Edvaldo da Silva	Rua Antônio Felipe de Souza, nº 05	SIM	(81) 99337- 4021	1979	https://www.instagram.com/edvaldo_artesao/
Leidiane Pedrosa	Praça Costa Azevedo, S/n	SIM	(81) 98914- 4775	1996	https://www.instagram.com/ateliemanarteceramica/
Lenynha Tibúrcio	Av. Des. Carlos Vaz, 96,	SIM	(81) 99304- 4627	2011	https://www.instagram.com/lenys_artes_em_barro/

Fonte: *Google Maps*, 2023.

A coluna de “Outras informações” foi preenchida com o perfil da rede social mais ativa do entrevistado, o Instagram, neste caso, que se tornou a rede social mais utilizada para realizar negócios.

Outro fato a acrescentar é que na cidade existe um Centro de Produção Artesanal, inaugurado em 2010, que funciona como uma verdadeira galeria de obras de mais de 40 expositores, localizada na Praça Costa Azevedo. Muitos desses expositores possuem ateliê próprio, porém uma pequena parcela produz e vende suas peças ali mesmo. Além deste espaço de difusão de cultura, Tracunhaém conta com o Centro de Artesanato e Arte Popular da Zona da Mata Norte de Pernambuco, que fica logo na entrada da cidade e próximo ao Parque de Eventos de Tracunhaém, onde também abriga a Secretaria de turismo local, além de ser palco de diversos projetos culturais. Ambos os espaços estão ilustrados na figura 16:

Figura 16: Centro de Produção Artesanal de Tracunhaém (esquerda) e Centro de Artesanato e Arte Popular da Zona da Mata Norte, também conhecido por “Galpão das Artes” (direita).



Fotos: Priscila Antônio, Autor (2022)

6 RESULTADO FINAL

6.1 Proposta de inventariação no município de Tracunhaém

Através dos exemplos demonstrados nos resultados deste trabalho, e considerando a resolução das principais dificuldades em obtê-los, é possível produzir uma Proposta Preliminar de Inventariação de Tracunhaém. Para isto, será levado em consideração os métodos e técnicas necessários, tais como recursos, orçamento, apoios, patrocínios e parcerias para sua execução junto com uma estratégia de comunicação e marketing que será fundamental para validação, conhecimento, prestação de contas e divulgação dos resultados obtidos do projeto.

6.1.1 Métodos e técnicas

Será utilizado a adaptação dos formulários do Inventário da Oferta Turística que foram utilizados nos resultados apresentados anteriormente após avaliação, filtragem e possíveis modificações da gestão para selecionar as áreas de interesse. A partir daí, deverá ser produzido um Plano de Ação que determine prazos, metas e objetivos de cada membro seguindo a presente estratégia: pesquisadores irão à campo em duplas com o fotógrafo, preenchendo os formulários através de entrevistas semiestruturadas (ou seja, aquela que o roteiro é pré-definido, mas passível de alteração) com os inventariados, além de contar com procedimentos de análises documentais, observação direta e indireta e questionários, sendo esse último intrinsecamente ligado às entrevistas a depender da abordagem do pesquisador.

Para monitoramento do trabalho, será utilizado a ferramenta de uso gratuito *Google Earth* para a criação de mapas temáticos, que auxiliarão a equipe no decorrer dos trabalhos. Uma ferramenta completa e de fácil entendimento, que cumpre com os objetivos aqui apresentados de forma resumida, didática, gratuita e de fácil uso, como demonstrado na figura 17:

Figura 17: Exemplo de mapeamento em parte de Tracunhaém com a ferramenta Google Earth.



Fonte: *Google Earth* (2023)

No exemplo acima, foram demarcadas áreas com polígonos coloridos além de um caminho em linha reta, os quais podem se obter e inserir informações, tornando esta ferramenta aliada ao processo de monitoramento e registro do trabalho, sem necessariamente requerer conhecimento aprofundado em geoprocessamento como em outros aplicativos com a mesma função.

A divulgação dos resultados finais de cada categoria pode ser realizada inicialmente através de infográficos, documentos, etc., sendo priorizada sua elaboração. Já a disponibilização das planilhas com as informações referente ao inventário no geral, poderá ser feita no final de toda a pesquisa, quando já estiver preenchida com todos os dados.

6.1.2 Recursos necessários

Nesta etapa serão listados os recursos materiais e humanos para a operacionalização da proposta. Estes recursos estão relacionados na tabela abaixo, com a quantidade e descrição de cada um, assim como suas funções dentro da pesquisa.

Tabela 7: Relação dos recursos humanos necessários para a materialização da proposta.

	Quantidade	Descrição	Função
Recursos Humanos	6	Pesquisadores de Campo	Responsáveis por operacionalizar em campo os objetivos do projeto. Desejável ensino superior completo ou em andamento.
	3	Coordenadores	Atuarão na coordenação do projeto. Recomendável no mínimo um funcionário da gestão.
	3	Fotógrafos	Realizarão os registros dos inventariados e pesquisadores, para a elaboração de um banco de imagens para divulgação.
	2	Equipe de divulgação	Responsáveis pela elaboração dos materiais gráficos que serão divulgados.

Tabela 8: Recursos Materiais necessários para a materialização da proposta

	Quantidade	Descrição	Função
Recursos Materiais	1	Material de escritório	Material básico para atividades que envolvem anotações e registros diários.
	1	Impressora (bulk-in)	Para impressão dos materiais e documentos necessários.
	3	Tablets Digitais	Para otimizar o processo de inventariação, tendo acesso às planilhas e outros documentos de forma dinâmica.
	2	Laptop com acesso à internet	Para servir de banco de dados e produção dos materiais necessários (gráficos, documentais, etc.)
	6	Kit pesquisador: -Mochila Algodão Cru -Caneta -Prancheta -Tablet	Armazenamento dos materiais dos pesquisadores.

Referente aos custos destes recursos, nesta proposta será descrito o orçamento necessário, porém, antes disso, será descrito as estratégias de comunicação e marketing recomendadas.

6.1.3 Estratégias de comunicação e marketing

Necessários para divulgação desta proposta, as formas de comunicação deverão estar alinhadas com os objetivos. A partir disso, as divulgações através de material gráfico físico como *posters* e *banners* são opções que participam do cotidiano e do espaço da cidade podendo ser instalados em locais estratégicos como uma via de maior fluxo de pessoas, por exemplo, e até mesmo em estabelecimentos comerciais e nos próprios atrativos, mas com determinada cautela para que não se promova poluição visual.

Além do material físico, o material gráfico digital também será indispensável na repercussão desta ação, tendo em vista que é na internet e redes sociais que se concentram os principais veículos de comunicação da região (baseado em observação direta). Entrando neste rol dos materiais gráficos digitais, os conteúdos audiovisuais também são uma importante ferramenta para a propaganda do projeto, tendo em vista sua versatilidade e eficácia ao reunir diversas informações dentro de um vídeo, além de sua facilidade de disseminação, principalmente ao ser divulgado através da imprensa local.

O conteúdo dos materiais que deverão ser produzidos, poderá ser baseado numa estratégia de Marketing Social, priorizando aspectos de conscientização para maior engajamento dos munícipes, a exemplo do que acontece durante o período do Censo Demográfico a cada 10 anos, realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), conforme demonstra a publicação abaixo (Figura 18):

Figura 18: Publicação no perfil oficial do IBGE no Instagram, publicado em 22 de dezembro de 2022.



Fonte: IBGE (2022)

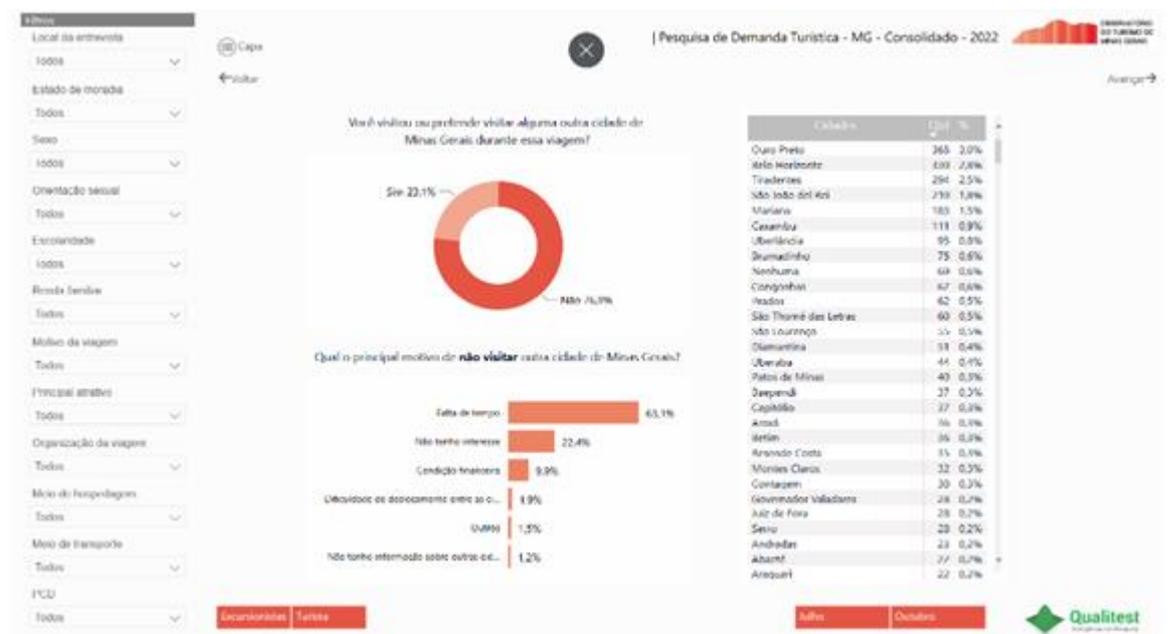
No exemplo acima fica nítido o objetivo em promover a participação da população para responder às perguntas do censo demográfico. A partir de exemplos como este e diversos outros disponíveis nas redes sociais, que envolvem o que é conhecido por Chamada Para a Ação (*Call to Action*), é possível a produção de materiais que promovem essa busca pelo comprometimento dos cidadãos, ficando a critério da equipe de comunicação a melhor forma de implementar esta estratégia, através de técnicas mais aprofundadas.

Durante o andamento dos inventários, é recomendado a publicação diária de pelo menos 3 atualizações da equipe, sejam elas registros fotográficos, vídeos ou comunicados. As publicações podem ser feitas nos perfis oficiais da Prefeitura Municipal de Tracunhaém, no formato de “*Stories*” que tem uma exibição de no máximo 24 horas. Esta etapa é importante para monitoramento das atividades e acompanhamento dos envolvidos direta e indiretamente no projeto.

Finalizando, como descrito na seção “métodos e técnicas”, a produção de relatórios através de infográficos, documentos, etc. ficará a cargo da equipe de coordenação, que a partir dos dados coletados irão realizar o processamento destas informações. A

figura 19 demonstra um exemplo de um painel interativo criado através de indicadores do turismo em Minas Gerais

Figura 19: Painel Pesquisa de Demanda Turística Minas Gerais/2022



Fonte: Observatório do Turismo de Minas Gerais (2023).

No exemplo acima produzido pela Qualitest Pesquisa e Análise de Dados pelo aplicativo *Power BI*, está detalhado em formato de Painel Interativo (conhecido por “*Dashboard*”) informações acerca dos aspectos socioeconômicos e mais alguns detalhes acerca das viagens de cada turista em cidades do estado de Minas Gerais. Este é um formato que é possível extrair o máximo de conteúdo na análise de dados, com diversas possibilidades de gerir infográficos a partir deles, que podem ser otimizados e utilizados para divulgação em massa, das mais variadas formas que ficarão à critério da equipe de divulgação.

6.1.4 Orçamento

Para a tomada de preços aqui prevista, será considerado o valor de mercado de todos os recursos anteriormente listados, inclusive as remunerações de cada profissional envolvido.

Para os Recursos Humanos, os salários serão baseados nas métricas do site da empresa de tecnologia e soluções de recrutamento online Catho, onde temos por resultado os valores a seguir:

Tabela 9: Custo mensal para os Recursos Humanos da proposta do trabalho

Recurso	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
Pesquisadores de Campo	6	R\$1.937,08	R\$11.662,48
Coordenadores	3	R\$5.981,37	R\$17.944,11
Fotógrafos	3	R\$1.444,24	R\$4.332,72
Divulgação (assistente de Marketing)	2	R\$1.884,71	R\$3.769,42
TOTAL	14	R\$11.247,40	R\$37.708,73

Fonte: Catho (2023).

O valor total acima descreve o custo mensal com remunerações dos profissionais envolvidos baseados em médias salariais de mercado, podendo variar para mais ou para menos a depender das funções exercidas, sendo os valores acima utilizados como referência. Tendo o projeto um prazo de conclusão de 90 dias, multiplica-se o total mencionado por 3, tendo como referência o valor de R\$113.126,19.

Tratando dos recursos materiais necessários, foi realizada uma tomada de preços dos itens anteriormente listados (tabela 10) baseados na atual comercialização nos principais sites de venda, podendo os valores apresentados sofrer alterações de um dia para o outro para mais ou para menos:

Tabela 10: Orçamento dos Recursos Materiais da proposta do trabalho.

Recurso	Quantidade	Valor Unitário	Valor total
Material de Escritório	1	R\$245,00	R\$245,00

Tablet Digital	3	R\$656,10	R\$6561,00
Impressora Bulk In	1	R\$780,00	R\$780,00
Laptop	2	R\$1.000,00	R\$2.000,00
Kit Pesquisador	6	R\$40,00	R\$240,00
TOTAL	13	R\$2721,10	R\$9.826,00

Fontes: Amazon, Mercado Livre, Americanas (2023).

Nessa lista, foi consultado os valores nos sites Mercado Livre, Amazon e Americanas, sem considerar os custos de entrega. Para os tablets digitais, foi utilizado como referência o Positivo Tablet Q10 e para os laptops o modelo POSITIVO MASTER N1140, ambos com configurações simples que atendem aos requisitos do trabalho aqui apresentado. A aquisição será realizada uma única vez, ficando sob total responsabilidade da equipe, tendo como valor final, o total apresentado na tabela 11:

Tabela 11: Orçamento dos recursos necessários em um prazo de 90 dias.

Recurso	Quantidade	Valor Final
Recursos Humanos	14	R\$ 113.126,19
Recursos Materiais	13	R\$ 9.826,00
TOTAL	27	R\$ 122.952,19

Fonte: Autor (2023)

É importante ressaltar que os valores representam apenas estimativas e que existem diversas formas de redução dos custos. Entre elas, as possibilidades de se realizar parcerias com lojistas da cidade para obtenção de itens com o preço mais acessível e também a possibilidade de se realizar permutas de equipamentos de algum órgão da gestão, principalmente nos eletrônicos (tablets e computadores).

Quanto aos recursos humanos, a base de cálculo salarial poderá ser revista a partir das responsabilidades, funções e carga horária de cada profissional envolvido,

podendo sofrer alterações de acordo com a abrangência do inventário realizado, para mais ou para menos.

6.2 Possíveis apoios, patrocínios e parcerias

Para a obtenção dos valores suficientes para se cumprir o orçamento previsto, a pesquisa pode ter participação público-privada, através da Secretaria de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer de Tracunhaém, de acordo com a legislação vigente para a obtenção de recursos públicos.

Através das participações privadas, é possível projetar a possibilidade de parcerias no fornecimento de materiais e insumos necessários para o desenvolvimento do projeto, como por exemplo a alimentação da equipe, reposição de materiais de escritório, entre outros, além de fornecimento de facilidades que visam a otimização do processo, tendo como consequência a redução dos custos, como dito na seção anterior.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para conduzir a estrutura disponível e extrair o melhor da indústria turística para a localidade, é essencial a disponibilização de dados confiáveis e atualizados. Nisso, o trabalho buscou colaborar com a obtenção e sintetização de informações sobre o município em prol de produzir uma base de dados através de ferramentas de fácil uso, que apontam indicadores importantes para o processo de investimentos na área.

Após ser relatado pela gestão de não possuírem base de dados acerca de informações da cidade, foram produzidas versões digitais dos formulários de pesquisa do Inventário da Oferta Turística sobre: As informações básicas do município (A), os serviços e equipamentos para eventos (B) e os Atrativos Culturais (C), para reconhecimento do espaço e realização de uma amostragem para a base de dados de cada categoria. Dispondo das amostras, foi possível produzir uma proposta de inventariação a fim de contribuir para o levantamento das estruturas e características da localidade.

Na descrição da proposta, foi utilizado exemplos práticos de programas de computador, para o acompanhamento e desenvolvimento do trabalho, além da metodologia para a realização de toda a pesquisa, seus recursos materiais e humanos envolvidos no processo, custos e fontes de patrocínio e parcerias que pudessem

somar a causa, tendo como resultado uma ferramenta de diagnóstico da oferta turística do município, que pode sofrer alterações em sua estética portanto que preserve suas características metodológicas.

Conclui-se então que a estrutura apresentada tende a colaborar com o desenvolvimento turístico de Tracunhaém, através da integração intersetorial das secretarias de governo, participação da população e agentes turísticos, para que sua aplicação sirva como base para outras localidades, assim como objeto de futuros estudos.

REFERÊNCIAS

- ABREU. **Quem Somos**. [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.abreuexpress.com/pt-PT/quem-somos/#:~:text=Sobre%20as%20Viagens%20Abreu,escrit%C3%B3rios%20de%20atendimento%20ao%20p%C3%ABlico>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- ÁGUA E SANEAMENTO. **Sobre o Município**: Tracunhaém. Website, 2022. Disponível em: <https://www.aguaesaneamento.org.br/municipios-e-saneamento/pe/tracunhaem#:~:text=79%2C16%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9,n%C3%A3o%20tem%20acesso%20%C3%A0%20%C3%A1gua>. Acesso em: 15 dez. 2022.
- ANDRADE, M. C. O. (Coord.). **Atlas Escolar Pernambuco**: Espaço geo-histórico e cultural. 2. ed. atual. João Pessoa - PB: Grafset, 2003.
- ANTÔNIO, P. **Centro de Produção Artesanal**. Tracunhaém, 2022. Fotografia.
- BRASIL. **Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001**. Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. 2001. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis_2001/l10257.htm. Acesso em: 16 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação-Geral de Segmentação. Turismo Cultural: orientações básicas. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 96p. Disponível em: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 7 mar. 2022.
- BRITO-HENRIQUES, E. COVID-19, turismo e sustentabilidade: tudo está interligado. **Finisterra**, v. 55, n. 115, p. 205–210, 2021. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/20311>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- CASTILHO, R. A. A. et al. Representações Sociais nas Políticas Públicas de Turismo de Aquidauana-MS, Brasil. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul (RS), v. 13, n. 2, p. 283-307, abr./jun. 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4735/473569969018/html/>. Acesso em: 19 mar. 2022.
- CATHO. **Guia de Profissões e salários 2023**: Um guia para sua carreira. Website, 2023. Disponível em: <https://www.catho.com.br/profissoes/>. Acesso em: 31 jan. 2023.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**: Uma visão abrangente da moderna administração das organizações: edição compacta. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
- COSTA, C. M.; RAMOS, D. M. Turismo: tendências de evolução. PRACS: **Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**, Macapá,

v. 10, n. 1, p. 21-33, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319344267_TURISMO_TENDENCIAS_DE_EVOLUCAO. Acesso em: 13 fev. 2022.

COSTA, J. C. da; ALLIS, T. Como se move o turismo durante a pandemia da COVID-19? **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, n. 1, p. 1-14, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2212>. Acesso em: 22 out. 2021.

DALL'AGNOL, S. Impactos do Turismo x Comunidade Local. **Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul: Turismo e Paisagem: Relação Complexa, Caxias do Sul (RS)**, 2012. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/02/06_DaIl_Agnol.pdf. Acesso em: 9 mar. 2022.

DIAS, R. **Planejamento do Turismo: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil: Atualizado com o Plano Nacional de Turismo (2003/2007)**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

DISTÂNCIA CIDADES (Brasil). **Distância entre Recife e Tracunhaém**. 2023. Figura. Disponível em: <https://br.distanciacidades.net/distancia-de-recife-a-tracunhaem>. Acesso em: 25 out. 2022.

GIRO MATA NORTE. **Final Campeonato Municipal de Tracunhaém**. Produção: Giro Mata Norte. Tracunhaém, 2022. Disponível em: <https://fb.watch/jfb2Q3pqfn/>. Acesso em: 19 dez. 2022.

GIRO MATA NORTE. **Trezenário de Tracunhaém**. Produção: Giro Mata Norte. Tracunhaém, 2022. Disponível em: <https://fb.watch/jfaAgxE5le/>. Acesso em: 24 nov. 2022.

GIRO Mata Norte: **Feira de Artesanato em Tracunhaém**. Produção: Giro Mata Norte. Facebook. 2022. Disponível em: https://fb.watch/jfdJgv_EQ2/. Acesso em: 5 dez. 2022.

GOOGLE EARTH. **Espaço Mônica Marques Recepções**: Tracunhaém. Website. 2022. Imagens de Satélite. Disponível em: <https://earth.google.com/web/@-7.8047052,-35.23598371,120.31089382a,79.69461671d,35y,0h,0t,0r>. Acesso em: 23 dez. 2022.

GOOGLE EARTH. **Mapeamento Tracunhaém**. Tracunhaém, 2023. Disponível em: https://earth.google.com/earth/d/1d1iWQ8wMqlWeyD3Y5nnYWLZsF1c5b7LG?usp=s_haring. Acesso em: 1 fev. 2023.

GOOGLE EARTH. **Parque de Eventos José Vasquez Mendez**: Tracunhaém. Website. 2022. Imagens de Satélite. Disponível em: <https://earth.google.com/web/@-7.80774338,-35.24156831,119.96202418a,410.58097451d,30y,0h,0t,0r>. Acesso em: 23 dez. 2022.

GOOGLE MAPS. **Fotos: Espaço Mônica Marques Recepções**. Tracunhaém, 2018. Fotografia. Disponível em: <https://goo.gl/maps/6s1o6oKvAdRTz5Qv6>. Acesso em: 30 nov. 2022.

GOOGLE MAPS. **Fotos: Espaço Mônica Marques Recepções**. Tracunhaém, 2018. Fotografia. Disponível em: <https://goo.gl/maps/AS17x5YRtCjRm9tc8>. Acesso em: 30 nov. 2022.

GOVERNO DE ALAGOAS (AL). Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa. **Preservação do Patrimônio**. 2018. Disponível em: <https://cultura.al.gov.br/patrimonio-cultural/principal/paginas/preservacao-do-patrimonio>. Acesso em: 09 dez. 2021.

IBGE. **Publicação IBGE**. Instagram, 2023. Ilustração. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CpDRgt0rwOZ/>. Acesso em: 3 fev. 2023.

INFOSANBAS. **Saúde e Saneamento**. Website, 2022. Disponível em: <https://infosanbas.org.br/municipio/tracunhaem-pe/>. Acesso em: 15 dez. 2022.

IPHAN (DF). Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Patrimônio Cultural Imaterial: Para Saber Mais**. 3. ed. atual. DF: Natália Guerra Brayner, 2012. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/cartilha_1__parasabermas_web.pdf. Acesso em: 22 dez. 2021.

KÖHLER, A. F. Turismo Cultural: Principais tipos segundo a motivação dos turistas. **Revista Ateliê do Turismo**, Campo Grande, v. 3, n. 1, p. 8-30, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/adturismo/article/view/9008>. Acesso em: 2 mar. 2022.

LIMA, A. C. G. (Coordenador). **Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011. 38p. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/read/52102211/inventario-da-oferta-turistica-invtur-ministacrio-do-turismo>. Acesso em: 23 fev. 2022.

MENEZES, J. S. **O turismo cultural como fator de desenvolvimento na cidade de Ilhéus**. 2011. Disponível em: https://www.academia.edu/32588720/O_TURISMO_CULTURAL_COMO_FATOR_DE_DESENVOLVIMENTO_NA_CIDADE_DE_ILH%C3%89US. Acesso em: 1 mar. 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO (Brasil). **Inventário da oferta turística: C5 - Eventos Programados**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/inventario-da-oferta-turistica/formulario-categoria-c/c-5-eventos-programados.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO (Brasil). **Programa de Regionalização do Turismo: eixos de atuação**. 2021. Figura. Disponível em: http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=221. Acesso em: 29 mar. 2022.

Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Turismo e Sustentabilidade**. Brasília, 2007. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/turismo_e_sustentabilidade.pdf. Acesso em: 27 mar. 2022.

MÜLLER, D. et al. O despertar do turismo no Brasil: A década de 1970. In: **Proceedings International Conference Tourism & Management Studies**, Algarve, v. 1, ed. 1, p. 692-700, 2011. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018492#:~:text=Assim,%20%C3%A9%20poss%C3%ADvel%20verificar%20que,governo%20para%20o%20desenvolvimento%20da>. Acesso em: 21 fev. 2022.

NAKASHIMA, S. K.; CALVENTE, M. C. M. H. A história do turismo: epítome das mudanças. Turismo e Sociedade: **Revista UFPR**, Curitiba, n. 19, p. 1-20, 2016. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/43151>. Acesso em: 9 fev. 2022.

NAVES, J. O. **Lockdown no turismo**: como superar uma paralisia de mais de meio século no receptivo internacional, os efeitos do COVID-19 e os desafios do turismo cibernético / José Osório Naves. – Rio de Janeiro, RJ: Autografia, 2021.

NEVES, C. S. B. et al. Os impactos da COVID-19 nas viagens de turistas brasileiros: conjuntura e perspectivas na eclosão e na expansão da pandemia no Brasil. **Turismo: Visão e Ação**, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tva/a/Sw5gnMfkcB8H8KCYZHKjyrN/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 11 mar. 2022.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MINAS GERAIS (MG). **Painel Pesquisa de Demanda Turística/2022**: Painéis interativos. Website, 2022. Disponível em: https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/?page_id=9094. Acesso em: 10 fev. 2023.

PODER 360. **Impacto da pandemia no turismo brasileiro**: faturamento por ano, R\$ bilhões. 2021. Gráfico. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/turismo-teve-o-maior-prejuizo-da-serie-historica-em-2020-diz-fecomercio-sp/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

PREFEITURA DE TRACUNHAÉM (PE). **Organograma do governo municipal**. 2020. Organograma. Disponível em: http://tracunhaem.pe.gov.br/images/doc_down/organograma_municipal.pdf. Acesso em: 27 out. 2022.

REZENDE, C. F.; REZENDE, D. C. Impacto do turismo: uma análise sob a ótica da população receptora. **Anais do Enanpad**. Curitiba: Anpad, 2005. v. 1.

REZENDE, D. A.; ULTRAMARI, C. Plano diretor e planejamento estratégico municipal: introdução teórico-conceitual. **Revista de Administração Pública (RAP)**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, p. 255-271, mar./abr. 2007. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rap/a/5ttcZM34mg6YZpLsmmFH6Hh/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 17 mar. 2022.

RODRIGUES, L. **Filosofia, 11º ano**: caderno do professor. 1. ed. Lisboa: Plátano Editora, 2014. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/LRSR1/argumentos-de-autoridade>. Acesso em: 08 fev. 2022.

SANTOS, R. J.; MEDEIROS, R. P. ; CASTRO, V. M. C. Estudo etnoarqueológico da cerâmica utilitária do município de Tracunhaém, Pernambuco. **Revista Fundamentos**, Recife, v. 19, p. 100-129, 2017.

SANTOS, R. J.; SILVA, T. D. P. **A cerâmica como bem cultural e o contexto histórico-social do município de Tracunhaém**. Projeto de Educação Patrimonial no município de Tracunhaém, 2021.

SEBRAE. **Sustentabilidade: práticas saudáveis que impulsionam o seu negócio**. É possível crescer e obter lucro preservando o meio ambiente. Confira os exemplos e as dicas sustentáveis que separamos para a sua empresa. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/sustentabilidade-para-os-pequenos-negocios,b6ad6ca28e87e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 mar. 2022.

SILVA, T. D. P. **Tracunhaém**: uma freguesia pernambucana. 1. ed. João Pessoa: Editora do CCTA, 2018. 436 p.

SISTEMA SOMA. **Vantagens e desvantagens das planilhas na gestão de sua empresa**. 2018. Disponível em: <https://sistemasoma.com.br/blog/gestao-financeira/vantagens-e-desvantagens-das-planilhas-na-gestao-de-sua-empresa#:~:text=As%20planilhas%20s%C3%A3o%20bem%20acess%C3%ADveis,as%20planilhas%20de%20controle%20financeiro>. Acesso em: 30 mar. 2022.

STATISTA. **Number of international tourist arrivals worldwide from 2005 to 2022, by region**: in millions. 2023. Gráfico. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>. Acesso em: 22 out. 2021.

TIPÓIA FESTIVAL (Tracunhaém). **Divulgação**. Instagram, 2022. Fotografia. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Ck8mK3ILP4B/>. Acesso em: 2 dez. 2022.

TRENTIN, F.; MORAES, C. C. A.; GUIMARÃES, V. L. Políticas públicas de turismo na pandemia de COVID-19: análise à luz das funções de governo. Turismo e Sociedade: **Revista UFPR**, v. 13, ed. 2, 2020. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/76024>. Acesso em: 14 mar. 2022.

VEJA. **México, Brasil e Argentina são os países mais visitados na América Latina**: Os turistas são principalmente americanos e canadenses, seguidos por franceses, britânicos e espanhóis, indica levantamento. Veja, São Paulo, 28 jun.

2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/mexico-brasil-e-argentina-sao-os-paises-mais-visitados-na-america-latina/>. Acesso em: 23 out. 2021.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Coronavirus disease (COVID-19):** Overview. 2021. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1. Acesso em: 10 mar. 2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard:** Global Situation. 2022. Gráfico. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 10 mar. 2022