

# ANAIIS Expotec

CANGUARETAMA 2015

**Presidenta da República**

Dilma Vana Rousseff

**Ministro da Educação**

Aloizio Mercadante

**Secretário de Educação Profissional e Tecnológica**

Marcelo Machado Feres

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte****Reitor**

Belchior de Oliveira Rocha

**Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação**

José Yvan Pereira Leite

**Pró-Reitor de Administração**

Juscelino Cardoso de Medeiros

**Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional**

Wyllys Abel Farkatt Tabosa

**Pró-Reitor de Ensino**

José de Ribamar Silva Oliveira

**Pró-Reitor de Extensão**

Régia Lúcia Lopes

**Diretoria de Gestão e Atividades Estudantis**

Solange da Costa Fernandes

**Diretor-Geral do Campus Apodi**

Marcos Antônio de Oliveira

**Diretor-Geral do Campus Caicó**

Caubi Ferreira de Souza Junior

**Diretor-Geral do Campus Canguaretama**

Valdelúcio Pereira Ribeiro

**Diretor-Geral do Campus Ceará-Mirim**

José Álvaro de Paiva

**Diretor-Geral do Campus Currais Novos**

Rady Dias de Medeiros

**Diretor do Campus Educação a Distância**

Erivaldo Cabral da Silva

**Diretor-Geral do Campus Ipangaçu**

Evandro Firmino de Souza

**Diretora-Geral do Campus João Câmara**

Sonia Cristina Ferreira Maia

**Diretor-Geral do Campus Macau**

Varélio Gomes dos Santos

**Diretor-Geral do Campus Mossoró**

Jailton Barbosa dos Santos

**Diretor-Geral do Campus Natal-Central**

José Arnóbio de Araújo Filho

**Diretor-Geral do Campus Natal-Cidade Alta**

Lerson Fernando dos Santos Maia

**Diretor-Geral do Campus Natal-Zona Norte**

Valdemberg Magno do Nascimento Pessoa

**Diretor-Geral do Campus Nova Cruz**

Djeson Mateus Alves da Costa

**Diretor-Geral do Campus Parnamirim**

Ismael Félix Coutinho Neto

**Diretora-Geral do Campus Pau dos Ferros**

Antônia Francimar da Silva

**Diretor-Geral do Campus Santa Cruz**

Erivan Sales do Amaral

**Diretor-Geral do Campus São Gonçalo do Amarante**

Luisa de Marilac de Castro Silva

**Diretor-Geral do Campus São Paulo do Potengi**

Ednaldo de Paiva Pereira

**Conselho editorial**

André Luiz Calado de Araújo

Dante Henrique Moura

Jerônimo Pereira dos Santos

José Yvan Pereira Leite

Samir Cristino de Souza

Valdenildo Pedro da Silva

Copyright 2014 da Editora do IFRN

Todos os direitos reservados

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer outro meio, eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia, gravação ou qualquer tipo de sistema de armazenamento e transmissão de informação, sem prévia autorização, por escrito, da Editora do IFRN.

Divisão de Serviços Técnicos

Catálogo da publicação na fonte

IFRN / Campus Natal Central / Biblioteca Sebastião Fernandes



O conteúdo dos artigos publicados é de inteira responsabilidade de seus autores

E96 EXPOTEC (1. : 2015 : Canguaretama, RN)  
Anais da 1ª EXPOTEC, 27 a 29 de outubro de 2015,  
Canguaretama, RN, 2015.  
104 f. : il. color.

Evento realizado pelo Campus Canguaretama do  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia  
do Rio Grande do Norte.

ISBN 978-85-8333-129-2

1. Feira tecnológica – Anais. 2. Ciência, tecnologia  
e cultura – Artigos. 3. Eletromecânica – Artigos. 4.  
Empreendedorismo – Artigos. 5. Etnomatemática –  
Artigos. 6. Turismo e eventos – Artigos. I. Título.

CDU 377:087.7

Ficha elaborada pela Seção de Processamento Técnico da Biblioteca Central  
Sebastião Fernandes do Campus Natal Central do IFRN.

#### **Comissão Central**

Valdelucio Pereira Ribeiro  
Marcio Adriano de Azevedo  
Flavio Rodrigo Freire Ferreira  
Fabiana Melo de Araujo  
Darlyne Fontes Virginio  
Isaac Samir Cortez de Melo

#### **Comissão de Inscrições, Credenciamento e Certificados**

Francisco do Nascimento Lima  
Pablo Guimaraes Azevedo  
Bruno Gomes de Araujo  
Wagner Fernandes Costa  
Jorge Felliphe Rodrigues Barbosa  
Jobson Martins da Silva Maranhao  
Renata Paula Costa Trigueiro Leao  
Juliany Bezerril de Oliveira (Eventur)  
Nivanize Maria Rodrigues Viana (Eventur)

#### **Comissão Científica**

Clarissa Souza de Andrade  
Aldayr Dantas de Araujo Junior  
Gilene Moura Cavalcante de Medeiros  
Juan Carlo da Cruz Silva  
Paula Wabner Binfare  
Bruno Augusto Ferreira Vitorino  
Moama Lorena de Lacerda Marques  
Helber Wagner da Silva  
Moama Lorena de Lacerda Marques  
Ana Neri da Paz Justino  
Pedro Henrique Xavier de Mesquita  
Evanildo Vicente de Oliveira Nunes  
Valério Fernandes de Azevedo

#### **Comissão Logística e Infraestrutura**

Gustavo Henrique de Almeida Barbalho  
Marcio Monteiro Maia  
Alysson Espedito de Melo  
Natal Augusto Silva de Mesquita  
Ademir Saulo da Silva  
Anderson de Souza Regis  
Alan Hilton de Souza Matos  
Yuri Pontes Henrique  
Valmara Pordeus de Oliveira Fernandes  
Paulo Victor da Silva Filgueira  
Geovany Inglison Ribeiro de Souza (Eventur)

#### **Comissão Divulgação**

Joyce Kellyn Pereira Vieira  
Marcio Marreiro das Chagas  
Jacione Borges de Souza  
Joas Ferreira de Andrade  
Paula Normandia Moreira Brumatti  
Jario Monteiro de Castro  
Gracielle Cristine Farias Moura  
Alessandro de Oliveira Chaves (Eventur)  
Monaliza Antonia de Oliveira (Eventur)  
Lenicélia Barros do Nascimento (Eventur)

#### **Comissão de Cultura**

Creusa Ribeiro da Silva Lelis  
Monik de Oliveira Lopes Neves  
Melissa Raposo Costa  
Candice Firmino de Azevedo Nogueira  
Andrea Maria de Araujo Lacerda  
Nilton Xavier Bezerra  
Alfredo Henrique Oliveira Marques  
Bruna Rafaela de Lima Lopes

## APRESENTAÇÃO

Visando apresentar, ao público em geral, uma mostra da produção nas áreas de ensino, pesquisa e extensão, realizadas pelos alunos e servidores, o Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia (IFRN) *Campus* Canguaretama propõe a **I Exposição Científica, Tecnológica e Cultural (EXPOTEC)**.

Para o IFRN *Campus* Canguaretama a EXPOTEC é um evento que indica o ponto de encontro entre a produção realizada nessa instituição, a comunidade externa que vai desde os moradores dos municípios da Microrregião do Litoral Sul e Agreste, até profissionais e empresários que atuam nas áreas que são o foco da instituição, quais sejam: turismo, eletromecânica e informática.

O evento, está previsto para ocorrer nos dias **27, 28 e 29 de outubro de 2015**, nas instalações do IFRN *Campus* Canguaretama, e tenciona reunir estudantes, pesquisadores, professores, empresários, profissionais e demais interessados das seguintes áreas de atuação: Educação; Turismo, hospitalidade e lazer; Eletromecânica e; Informática.

Todos estão convidados, desde estudantes do IFRN *Campus* Canguaretama e de outros *Campi* a estudantes de escolas públicas da região, representantes de instituições direta ou indiretamente relacionadas aos cursos oferecidos no *Campus*.

Desta forma, a **I EXPOTEC** terá como temática “**A diversidade em movimento: ciência, tecnologia e inovação para a vida**”. Nessa perspectiva, haverá apresentações de resumos científicos através de pôster e comunicação oral, além de uma exposição que irá mostrar produções técnicas e tecnológicas, onde produtos diversos de instituições parceiras do *Campus* serão apresentados ao público em geral.

A programação do evento, conta ainda com palestras, mesas redondas, oficinas e minicursos que irão discutir e produzir o conhecimento durante esses três



**INSTITUTO FEDERAL DE  
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**  
RIO GRANDE DO NORTE  
Campus Canguaretama

dias. Ademais, apresentações culturais e comemorações do segundo aniversário do IFRN *Campus Canguaretama*, serão iniciativas constantes na Expotec, tendo, ainda, na aula-inaugural da Especialização em EJA no Contexto da Diversidade e no lançamento do Observatório da Diversidade, outras opções de entretenimento e geração de oportunidades em conhecer tudo o que essa instituição tem para oferecer ao seu público interno e externo.

Para a realização do referido evento, o presente projeto se apresenta como recurso fundamental ao planejamento e execução das atividades a serem desenvolvidas para que o mesmo seja efetivado com sucesso e apoio de todos os envolvidos, gerando uma visão compartilhada do mesmo.

Comissão Central da I EXPOTEC  
IFRN *Campus Canguaretama*

## SUMÁRIO

<b>Informações gerais - EXPOTEC .....</b>	<b>01</b>
Área de interesse.....	01
Tipologia do evento .....	01
Tema .....	01
Objetivos.....	01
Data .....	02
Público alvo e quantidade.....	02
Porte .....	02
Local.....	02
<b>Programação geral do evento .....</b>	<b>03</b>
Relação dos trabalhos aprovados	



## INFORMAÇÕES GERAIS – EXPOTEC

1. Áreas de Interesse:

- Científica;
- Tecnológica e;
- Cultural.

2. Tipologia do evento:

- Exposição
- Encontro Técnico-científico

3. Tema:

A diversidade em movimento: ciência, tecnologia e inovação para a vida.

4. Objetivos:

Objetivo geral:

- Estimular, ampliar e aprofundar a integração dos diversos grupos e áreas de conhecimento atuantes na Instituição, abrindo espaço para troca de experiências, divulgação da produção acadêmica e aprofundamento das discussões internas, visando à articulação entre ensino, pesquisa e extensão, através do contato com empresas e comunidade em geral.

Objetivos específicos:

- Incentivar a pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias e produtos;
- Estimular a comunidade jovem estudantil ao empreendedorismo, à preservação ambiental e à responsabilidade social;
- Promover a iniciação científica e técnica, relacionada às atividades teórico-práticas realizadas nas respectivas áreas de atuação do IFRN, integrando-se à realidade regional;

- Apoiar a realização de práticas laboratoriais e experimentações, visando sua aplicação de forma apropriada em diferentes usos;
- Estimular o aluno e a comunidade local para a atividade empresarial, visando favorecer uma postura crítica na relação entre sociedade e a produção técnico-científica;
- Divulgar as tecnologias e os serviços do IFRN e parceiros para a sociedade do Rio Grande do Norte.

5. Data:

O evento acontecerá nos dias 27, 28 e 29 (terça, quarta e quinta-feira) de outubro de 2015.

6. Público alvo e quantidade:

Estudantes do IFRN *campus* Canguaretama e de outros *campi*, estudantes de escolas públicas da microrregião Litoral Sul e Agreste, professores, empresários, profissionais das áreas de Educação, Turismo e Eventos, Eletromecânica e Informática, representantes de instituições diretamente relacionadas aos cursos oferecidos em nossa instituição e demais interessados na temática.

Estimativa de Público: 900 pessoas durante todo o evento.

7. Porte:

Grande Porte (Acima de 500 pessoas).

8. Local:

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, *campus* Canguaretama (IFRN – Canguaretama), localizado na BR-101, Km 160, S/N, Areia Branca, Canguaretama - RN, CEP: 59190-000.

## PROGRAMAÇÃO GERAL DO EVENTO

27 de outubro de 2015 (terça-feira)

### TURNO MATUTINO

08h00 – 12h00	Credenciamento
------------------	----------------

### TURNO VESPERTINO

13h00 - 13h30	Cerimônia de abertura.
------------------	------------------------

13h30 - 13h45	Momento cultural: Intervenção poética.
------------------	--

13h45 - 14h30	Palestra de abertura
------------------	----------------------

14h30- 15h00	Apresentação cultural: Coral do IFRN – Currais Novos
-----------------	--

15h30 - 16h00	<b>Intervalo</b>
------------------	------------------

16h00 -	Apresentação de trabalhos científicos (resumos expandidos e pôsteres)
---------	---

18h00	Mesa redonda – Economia do RN: Desafios e oportunidades
-------	---

### TURNO NOTURNO

19h00 – 20h30	Mesa Redonda – Crise energética: limites e perspectivas.
------------------	--

**MOSTRA TECNOLÓGICA**  
(13h às 20h30)

28 de outubro de 2015 (quarta-feira)

### TURNO MATUTINO

08h00 – 10h00	Minicursos (1º Dia)
------------------	---------------------

10h00 – 10h30	<b>Intervalo</b>
------------------	------------------

10h30 – 12h00	Palestra: As Oportunidades no Mercado de Tecnologia da Informação para o Técnico em Informática.
------------------	--

**MOSTRA TECNOLÓGICA**  
(08h às 18h)

<b>TURNO VESPERTINO</b>	
13h00 - 16h00	Oficinas
16h00 - 16h30	<b>Intervalo</b>
16h00 – 17h00	Momento cultural: Grupo Catarse – grupo de leitura dramática do IFRN – <i>Campus Santa Cruz</i> .
17h00 – 18h00	Apresentação Cultural: Grupo Macambirais
<b>TURNO NOTURNO</b>	
19h00 – 20h30	Mesa Redonda – Diversidade em movimento: Corpo e espaço na contemporaneidade.
<b>29 de outubro de 2015 (quinta-feira)</b>	
<b>TURNO MATUTINO</b>	
08h00 – 10h00	Minicursos (2º Dia)
10h00 – 10h30	<b>Intervalo</b>
10h30 – 12h00	Palestra: Investimentos para a realização da Copa do Mundo FIFA e o legado para Natal/RN.
<b>TURNO VESPERTINO</b>	
13h00 - 14h00	Apresentações artísticas de alunos do IFRN
14h00 - 15h30	Palestra: Os avestruzes somos nós: A fantasia da economia e a sobrevivência humana.
15h30 - 16h00	<b>Intervalo</b>
16h00- 18h00	Parada cultural: Aniversário do IFRN – <i>Campus Canguaretama</i> Apresentação da Banda: The Teachers.
<b>TURNO NOTURNO</b>	

19h00 – 20h30	Mesa Redonda - Aula inaugural da especialização em EJA no contexto da Diversidade
20h30	Encerramento da I EXPOTEC

**PÔSTER**

# ELETROMECCÂNICA



## ESTUDO SOBRE A SITUAÇÃO ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE

Rafael Cândido<sup>1</sup>, Rafaella Tanoeiro<sup>2</sup>, Matheus Gabriel<sup>3</sup>, Juarez Neto<sup>4</sup>, Aldayr Araújo Júnior<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN. e-mail: rafaeww@live.com; <sup>2</sup>Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN. e-mail: Rafael.la.bf@hotmail.com; <sup>3</sup> Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN .e-mail: matheusgabrielvf@hotmail.com; <sup>4</sup> Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN .e-mail: ntt.xx@hotmail.com; <sup>5</sup>Professor de Eletromecânica – IFRN. e-mail: aldayr.araujo@ifrn.edu.br

**RESUMO:** A produção de energia elétrica no Rio Grande do Norte dar-se-á majoritariamente em termelétricas e por geração eólica, em parques que vêm se multiplicando pelo território. O Estado ainda importa energia, mas os parques eólicos e suas interligações com o Sistema Interligado Nacional (SIN) devem alçá-lo ao papel de exportador de energia elétrica a médio prazo. A distribuição de energia elétrica no Rio Grande do Norte é feita pela Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSENER), a concessionária desse serviço público. E também conta com 396 km de gasodutos que conectam a refinaria Clara Camarão, produtora de gás natural que é utilizada na produção de energia por meio das termelétricas.

**Palavras-chave:** energia elétrica, energia eólica, termelétrica, geração

### INTRODUÇÃO

Posicionado na chamada "esquina do continente", o Rio Grande do Norte é responsável pela maior produção de energia eólica do Brasil, pouco mais de 30% do total, mas ainda patina nas tentativas de aproveitar todo o seu potencial e colocar a eletricidade gerada a partir dos ventos como alternativa real no país.

O RN possui 67 parques eólicos, que produzem comercialmente 1,79 GW de energia, segundo levantamento do Centro de Estratégias em Recursos Naturais e Energias Renováveis (Cerne). Dos mais de 130 GW produzidos no país, a imensa maioria vem de hidrelétricas e termelétricas. Os parques eólicos no Brasil inteiro ainda respondem por uma parcela de 3,5%, conforme dados da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). As empresas que atuam no Rio Grande do Norte planejam se expandir no estado. Levando em conta a operação de todos os projetos, está prevista para os próximos anos a geração de mais de 4 GW, segundo previsão da Aneel.

A partir daí foram criados vários estudos para a possibilidade de maior produção de energia limpa no nosso estado, e com esses estudos, o potencial potiguar de geração cada vez irá aumentar.

### MATERIAL E MÉTODOS

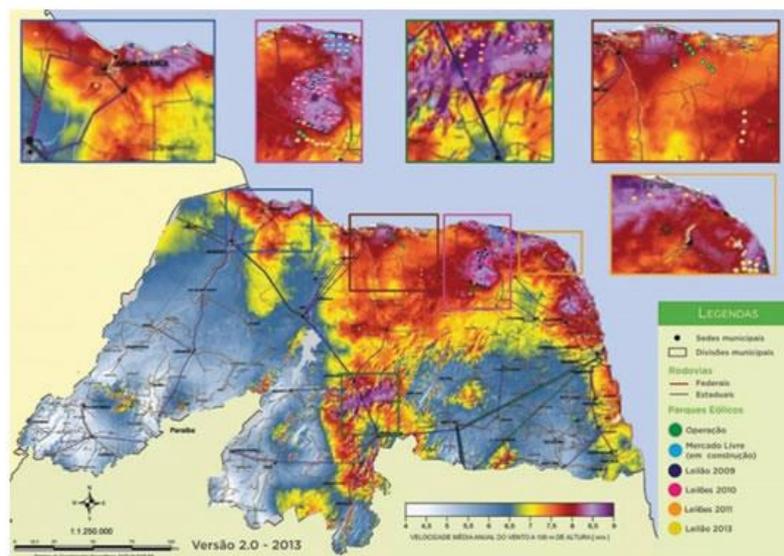
A energia eólica tem sido aproveitada desde a antiguidade para mover os barcos impulsionados por velas ou para fazer funcionar a engrenagem de moinhos, ao mover as suas pás.

Nos moinhos de vento a energia eólica era transformada em energia mecânica, utilizada na moagem de grãos ou para bombear água. Os moinhos foram usados para fabricação de farinhas e ainda para drenagem de canais, sobretudo nos Países Baixos.

Atualmente utiliza-se a energia eólica para mover aerogeradores - grandes turbinas colocadas em lugares de muito vento. Essas turbinas tem a forma de um catavento ou de um moinho. Esse movimento, através de um gerador, produz energia elétrica.

Torna-se necessário o agrupamento destes equipamentos em parques eólicos, para que a produção de energia se torne rentável, mas podem ser usados isoladamente, para alimentar localidades remotas e distantes da rede de transmissão. É possível ainda a utilização de aerogeradores de baixa tensão quando se trata de requisitos limitados de energia elétrica.

A vocação natural do RN para a geração de energia com a força dos ventos se explica pela localização na "esquina do continente". O estado potiguar fica no caminho de uma bacia de ventos e é provavelmente um dos melhores lugares do mundo para a energia eólica.



**Figura 1.** Potencial Eólico do Rio Grande do Norte

Com relação à geração através da termelétricidade o Estado conta com 396 km de gasodutos que conectam a refinaria Clara Camarão, produtora de gás natural, à rede nacional de gasodutos que liga diversos Estados brasileiros e, inclusive, outros países, como Bolívia e Argentina.

São duas linhas de gasodutos, a GASFOR e a Nordestão. A GASFOR liga a refinaria ao Porto de Pecém, no Ceará. Possui 384 km, sendo 148 km dentro do Rio Grande do Norte, com uma conexão adicional para a usina termelétrica Termoçu em Alto do Rodrigues, que usa gás natural e tem extensão de 32 km. A linha Nordestão liga Guararé ao município de Cabo, em Pernambuco, com extensão total de 424 km, com 216 km dentro do Rio Grande do Norte.



**Figura 2.** Mapa Gasoduto + Termoelétricas

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi observado que a energia eólica é a grande fonte de altos investimentos atuais e futuros, pois o RN é um estado muito propício para a instalação desse tipo de usina de geração de energia e isso é um ponto positivo a ser tratado pois não só o RN e o país, e sim, o mundo, deve-se encontrar fontes de energias renováveis para uma possível substituição das fontes poluentes.

A usina Termoaçu possui potência instalada de 329 MW, com expansão prevista para 450 MW em 2018. Ela é responsável pela geração de energia em momentos de baixa produção hidrelétrica e abastece o Rio Grande do Norte e também outras partes do país por meio do Sistema Interligado Nacional (SIN). A energia proveniente das termelétricas, assim como das eólicas, pode exercer a mesma função de complementação da produção hidrelétrica, e as conexões com o Sistema Interligado Nacional (SIN) estão em pleno desenvolvimento para viabilizar seu aproveitamento.

## CONCLUSÕES

Neste trabalho foi realizado um levantamento da matriz energética do Rio Grande do Norte, destacando assim as fontes de geração de energia mais importantes do território Potiguar. Foi verificado que a geração de energia por meio das usinas eólicas e da usina termelétrica Termoaçu são os principais mecanismos de geração de energia elétrica do estado do Rio Grande do Norte.

## AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN por nos auxiliar e disponibilizar sua estrutura física.

Ao Orientador do projeto, Professor Dr. Aldayr Araújo Júnior, pela sua dedicação e empenho.



## REFERÊNCIAS

MAIS RN. Disponível em:<<http://www.maisrn.org.br/perfil-rn/infraestrutura/energia/>. Acesso em: 16 set. 2015.

GIBSON, F.; CARVALHO, F. 2015. Disponível em:<<http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2015/01/rn-tenta-superar-obstaculos-para-explorar-potencial-da-energia-eolica.html>. Acesso em: 16 set. 2015.

EXPLICATORIUM. Disponível em:<<http://www.explicatorium.com/Energia-eolica.php>. Acesso em: 16 set. 2015.



## ESTUDO SOBRE A SITUAÇÃO ENERGÉTICA BRASILEIRA

**Ketyllem Costa<sup>1</sup>, Lara Pereira<sup>2</sup>, Marcus Nunes<sup>3</sup>, Sara Ribeiro<sup>4</sup>, Aldayr Araújo Júnior<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN. e-mail: ketyllemcosta@hotmail.com; <sup>2</sup>Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN. e-mail: onlydoderek@hotmail.com; <sup>3</sup> Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN .e-mail: nunesvinicius.vn44@gmail.com; <sup>4</sup> Discente do curso técnico em eletromecânica – IFRN .e-mail: saraprincyrribeiro@hotmail.com; <sup>5</sup>Professor de Eletromecânica – IFRN. e-mail: aldayr.araujo@ifrn.edu.br

**RESUMO:** A energia elétrica advinda das usinas hidrelétricas corresponde a quase 70% da matriz energética brasileira. Com um aumento cada vez maior do consumo de energia elétrica pela população e com as precipitações pluviométricas estarem ocorrendo abaixo da média nas regiões que concentram grande parte dos reservatórios hidrológicos do país, o uso racional da energia elétrica vem ganhando destaque no cotidiano dos brasileiros. Diante desse cenário, este estudo teve como objetivo mapear a situação energética do país no tocante aos meios de geração de energia elétrica. Foi realizado um levantamento dos principais tipos geração de energia elétrica encontrados no país e foi apresentado as perspectivas futuras de quais mecanismos de geração terão destaque nos próximos anos.

**Palavras-chave:** energia elétrica, energias renováveis, geração

### INTRODUÇÃO

Nos próximos cinco anos, a demanda total de energia do país deverá crescer em média 5%, chegando a 372 milhões de tep (toneladas equivalentes de petróleo) em 2020. A indústria e o setor de transportes continuarão a ser os principais responsáveis por esse consumo, com cerca de 67% do total.

Em 2020, estima-se que o consumo de eletricidade será 61% superior ao ano de 2010, atingindo 730 TWh. A indústria nacional tem importante papel nessa expansão, sendo responsável por 138 TWh dos 277 TWh adicionais de consumo de eletricidade nesse período.

A hidreletricidade é o principal elemento da Matriz Energética Brasileira. Ela é a principal fonte de geração de eletricidade no país e, em 2010, correspondeu por 81% do total produzido. Por outro lado, a crise hídrica que assola o país há 4 anos tem prejudicado a geração de energia elétrica através das usinas hidrelétricas, contribuindo para o aumento do uso das usinas termelétricas e a expansão dos parques de energia eólica. O atual momento mostra a importância da diversificação da matriz energética nacional, em que a dependência em demasia em uma única forma de geração de energia elétrica pode ser prejudicial à garantia de fornecimento futuro de eletricidade aos consumidores.

A partir deste cenário energético que estamos vivenciando, foi realizado um estudo para mapear a matriz energética brasileira, detalhando as potencialidades das cinco regiões.

### MATERIAL E MÉTODOS

O Brasil apresenta uma matriz de geração elétrica de origem predominantemente renovável, sendo que a geração interna hidráulica responde por aproximadamente 65% da oferta. Somando as importações, que essencialmente também são de origem renovável, pode-se afirmar que mais de 80% da eletricidade no Brasil é originada de fontes renováveis (CERNE, 2014).

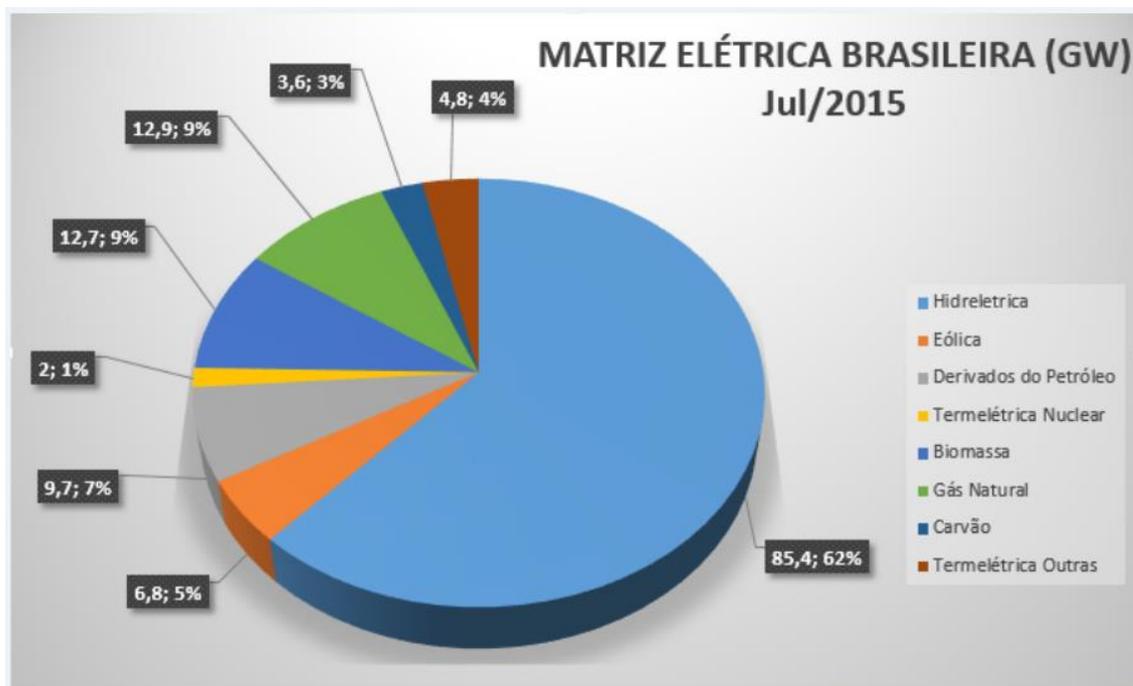
Entre os países da América do Sul, o Brasil emergiu como o mercado mais promissor para o desenvolvimento da energia eólica. Adicionalmente às usuais considerações de ordem ambiental benéfica, um fator importante que impulsionou o PROINFA (Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica) foi a crise energética enfrentada pelo Brasil após um período de chuvas escassas e, conseqüentemente, um mau desempenho das grandes usinas hidrelétricas do País, resultando em racionamento de energia entre 2001 e 2002 (CERNE, 2014).

Em uma segunda etapa do programa PROINFA, o governo brasileiro estabeleceu a meta de que 10% da eletricidade do País serão provenientes de fontes renováveis (eólica, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas) até 2020 (CERNE, 2014).

Levando em consideração esses fatos foi feito neste trabalho um levantamento da situação energética do país. Foram gerados gráficos mostrando os principais mecanismos de geração de energia elétrica encontrados em todo Brasil, fazendo um comparativo com a situação de alguns anos atrás e com uma perspectiva futura.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi observado que a energia hidrelétrica continua sendo a principal forma de geração de energia elétrica do Brasil, apesar de que nos últimos quatro anos o país vem enfrentando uma grave crise hídrica, afetando principalmente as regiões nordeste e sudeste. A figura 1 ilustra a matriz energética brasileira referente à julho de 2015.



**Figura 1.** Matriz energética brasileira referente à julho de 2015. CCEE, 2015.

A partir dos dados da Figura 1 foi verificado que a energia eólica vem ganhando espaço no cenário nacional. As termelétricas (derivados do petróleo, nuclear, biomassa, gás natural, carvão,...) estão na segunda posição na matriz energética.



Pelo atual cenário nacional, a tendência é que as fontes de energias renováveis ganhem mais espaço ao longo dos anos, seja por questões ambientais, seja por questões econômicas.’

A região Norte do Brasil tem sido uma referência na questão de energias renováveis. Cerca de 50% da eletricidade consumida é de fonte renovável, valor este bem acima da média nacional (30%). A usina hidrelétrica de Tucuruí, localizada no estado do Pará, é considerada a maior usina genuinamente nacional. Possui uma capacidade instalada geradora de 8.370MW. Algumas regiões de difícil acesso na floresta amazônica, que não estão conectadas ao Sistema Interligado Nacional, são abastecidas pela eletricidade gerada através de óleo combustível.

Com relação à região Nordeste, ela vem se destacando no cenário brasileiro pela crescente produção de energia eólica. O Rio Grande do Norte e o Ceará são os estados que têm se destacado nesse segmento. Apesar desse crescimento a energia hidrelétrica é a principal forma de geração de eletricidade na região. Várias hidrelétricas ao longo do rio São Francisco são encontradas, como o complexo Paulo Afonso e a usina de Xingó, sendo esta a maior (3.162MW de potência instalada).

Na região Centro-Oeste as usinas hidrelétricas de Urubupungá, São Simão e Cachoeira Dourada tem se destacado.

Assim como nas demais regiões, a Sudeste tem como sua principal fonte de energia proveniente das usinas hidrelétricas. As usinas de Água Vermelha (1.380MW), Emborcação (1.192MW) e Porto Primavera (1.854MW) são algumas que se destacam na região. As termelétricas também são destaque na matriz energética da região Sudeste. A termelétrica Barbosa Lima Sobrinho, localizada no estado do Rio de Janeiro tem potência instalada de 386MW.

Na região Sul do Brasil se encontra a maior usina hidrelétrica do país, ITAIPU, com potência instalada de cerca de 14.000MW. A energia eólica também vem se destacado principalmente no estado do Rio Grande do Sul. Como curiosidade a região sul apesar de ser a menor em área do país, ela é a segunda maior com relação ao consumo de energia elétrica.

## CONCLUSÕES

Neste trabalho foi realizado um levantamento da matriz energética do Brasil. As principais fontes de energia elétrica foram destacadas. Além de que para cada região do país, foram detalhadas as formas de geração de energia elétrica.

## AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN, por nos auxiliar e disponibilizar sua estrutura física.

Ao Orientador do projeto, Professor Dr. Aldayr Araújo Júnior, pela sua dedicação e empenho.

## REFERÊNCIAS

PETROBRÁS. Barbosa Lima Sobrinho. Disponível em: <<http://www.petrobras.com.br/pt/nossas-atividades/principais-operacoes/termeltricas/barbosa-lima-sobrinho.htm>>. Acesso em: 15 set. 2015.

Tecnogera. 2015. Disponível em: <<http://www.tecnogegeradores.com.br/2015/03/o-que-sao-e-quais-sao-usinas-termeltricas-brasileiras/>>. Acesso em: 15 set. 2015.

CCEE. Disponível em: <[http://www.ccee.org.br/portal/faces/pages\\_publico/inicio?\\_adf.ctrl-state=6612x3149\\_4&\\_afzLoop=980542831316740#%40%3F\\_afzLoop%3D980542831316740%26\\_adf.ctrl-state%3Dwfsq3cnt4\\_4](http://www.ccee.org.br/portal/faces/pages_publico/inicio?_adf.ctrl-state=6612x3149_4&_afzLoop=980542831316740#%40%3F_afzLoop%3D980542831316740%26_adf.ctrl-state%3Dwfsq3cnt4_4)>. Acesso em: 15 set. 2015

TOLMASQUIM, M. T.; GUERREIRO, A.; GORINI, R. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002007000300003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002007000300003&script=sci_arttext)>. Acesso em: 15 set. 2015.



SEGURA, M. L. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=11039](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=11039)>. Acesso em: 15 set. 2015.

TIDEI, C. 2002. Disponível em: <[http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp\\_hoje/ju/abril2002/unihoje\\_ju173pag03.html](http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/abril2002/unihoje_ju173pag03.html)>. Acesso em: 15 set. 2015.

CHESF. Disponível em: <[http://www.chesf.gov.br/portal/page/portal/chesf\\_portal/paginas/sistema\\_chesf/sistema\\_chesf\\_geracao/container\\_geracao?p\\_name=8A2EEABD3BFAD002E0430A803301D002](http://www.chesf.gov.br/portal/page/portal/chesf_portal/paginas/sistema_chesf/sistema_chesf_geracao/container_geracao?p_name=8A2EEABD3BFAD002E0430A803301D002)>. Acesso em: 15 set. 2015.

MME. Disponível em: <[http://www.mme.gov.br/programas/proinfa/menu/programa/tecnologias\\_contempladas.html](http://www.mme.gov.br/programas/proinfa/menu/programa/tecnologias_contempladas.html)>. Acesso em: 15 set. 2015.

PORTAL BRASIL. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/meio-ambiente/2010/11/matriz-energetica>>. Acesso em: 15 set. 2015.

# **EMPREENDEDORISMO NO SETOR DE TURISMO E EVENTOS**

## PROCESSOS DE GESTÃO ORGANIZACIONAL EM MOSSORÓ/RN

Anny Karininy Felix Bezerra<sup>1</sup>, Keciana Bernardo da Silva Martins<sup>2</sup>, Magali da Costa de Oliveira<sup>3</sup>, Ana Neri da Paz Justino<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Discente de Tecnologia em Gestão de Turismo – IFRN. Bolsista do CNPq. e-mail: annykarininyakfb@live.com;

<sup>2</sup>Discente do curso técnico em informática – IFRN. Bolsista do IFRN. e-mail: martinskeciana@hotmail.com;

<sup>3</sup>Professor de Eventos - IFRN. e-mail: magalicosta91@gmail.com; <sup>4</sup>Docente IFRN – Campus Canguaretama. e-mail: neri.justino@ifrn.edu.br

A gestão organizacional vem passando por um processo evolutivo ao longo do século XXI. Neste sentido, teorias vêm sendo apresentadas a fim de contribuir para o alcance da eficiência, eficácia e efetividade dos processos de gestão. Pode-se afirmar que a organização é um arranjo sistemático de duas ou mais pessoas que cumprem papéis formais e compartilham um propósito comum (ROBBINS, 2000, p31). Dessa forma, este estudo analisou os processos de gestão nas organizações turísticas da Cidade de Mossoró/RN. Para tal se utilizou da pesquisa bibliográfica e documental seguida da pesquisa de campo de natureza descritiva, juntamente com a observação participante a partir da vivência dos pesquisadores na condição de clientes. De acordo com resultados alcançados pôde-se perceber que os processos fazem parte da dinâmica das organizações e que os clientes são fundamentais para a avaliação dos mesmos. Além disso, considera-se de acordo com a teoria apresentada por Gonçalves (2000) que a ideia de processo não é nova na administração das empresas, mas é um novo entendimento que diz que o negócio precisa focar aquilo que pode ser feito para agradar aos clientes externos. Nesta perspectiva, a análise deixou claro que do ponto de vista da gestão por processos, as organizações investigadas em sua maioria se encontram em estágios iniciais desse modelo. Ressalva-se nesse caso o empreendimento hoteleiro de maior porte da cidade que atua na perspectiva da satisfação do cliente a partir de uma prestação de serviço de qualidade, indo de encontro ao pensamento de Rossi e Slongo (1998) quando destacam que os níveis de satisfação dos clientes constituem uma das maiores prioridades de gestão nas empresas comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes.

**Palavras-chave:** Gestão organizacional, Processos de gestão, Equipamentos turísticos, Mossoró/RN

### Referências:

ROSSI, Carlos Alberto Vargas; SLONGO, Luiz Antonio. **Revista de Administração Contemporânea:** Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. 1998. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65551998000100007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65551998000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 22 set. 2015.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. **As Empresas São Grandes Coleções de Processos.** São Paulo, v. 40, n. 1, 2000.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. **Processo, que processo?.** São Paulo, v. 40, n. 4, 2000.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração: Mudanças e Perspectivas.** São Paulo: Saraiva, 2000.

## PRÉDIOS HISTÓRICOS E A IDENTIDADE CULTURAL DE CANGUARETAMA COMO ATRATIVO TURÍSTICO

**Carla de Freitas Chaves<sup>1</sup>, Fabiano Aureliano da Silva<sup>2</sup>, Laís Rosane Pereira da Silva<sup>3</sup>, Maria da Conceição da Silva<sup>4</sup>, Rogéria Belarmino Mendes<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Discente de Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo – IFRN. e-mail: carladchaves@hotmail.com;

<sup>2</sup>Discente de Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo – IFRN. e-mail: aurelianoa89@hotmail.com;

<sup>3</sup>Discente de Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo - IFRN. e-mail: laisrosane1@hotmail.com; <sup>4</sup>Discente de Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo – IFRN. e-mail:conceicao\_m@ymail.com; ; <sup>5</sup>Discente de Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo – IFRN. e-mail: nrogeriabelarmino@gmail.com

**RESUMO:** Este projeto tem como objetivos divulgar os prédios históricos e a identidade cultural de Canguaretama a fim de preservar e proteger a História, a cultura e a identidade local que valorize o patrimônio Cultural Material e Imaterial do Município e promover a Antiga Estação de Trem do município como ponto turístico, na intenção de transformá-lo em museu histórico-cultural da cidade. A abordagem do estudo utilizou-se de pesquisa via internet, pesquisa de campo e entrevista às pessoas que vivem cerca do monumento histórico (Estação de Trem de Canguaretama). De cultura substancial e fiel às tradições, Canguaretama, que significa “vale das matas” em tupi, possui patrimônio arquitetônico composto de históricos prédios, engenhos e de manifestações ainda presentes como o Fandango, a Chegança, o Pastoril, o Coco-de-Roda e os Caboclinhos. Celebrações que remetem à religiosidade e à valorização das raízes de um povo. A exploração turística dessas formas culturais alavancaria a economia da cidade, com a obtenção de empregos e o surgimento de outras fontes de renda para a população local, tornando o município conhecido por sua herança cultural e o aumento de turistas na cidade acarretaria para melhora do serviço público. Busca-se então compreender a importância da preservação e divulgação dos bens materiais e imateriais como potencial para à atividade turística de Canguaretama.

**Palavras-chave:** prédios históricos, canguaretama, identidade cultural, atrativo, turístico



## **O ENGENHO CUNHAÚ: UMA ANÁLISE DE SEU POTENCIAL PARA INSERÇÃO EM PROGRAMAÇÕES TURÍSTICAS COMERCIALIZADAS EM NATAL/RN**

**Naysa Inácia de Paiva Silva<sup>1</sup>; Wagner Fernandes Costa<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Discente do Curso Subsequente em Eventos - IFRN. E-mail: naysapaiva2013@hotmail.com; <sup>2</sup>Professor do Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo- IFRN. E-mail: wagner.fernandes@ifrn.edu.br

### **RESUMO**

O turismo religioso pode ser entendido como uma atividade desenvolvida por pessoas que se deslocam por motivos ligados a fé ou para participar de eventos de significado reconhecimento religioso, configurando-se como um segmento que pode contribuir para a preservação e valorização das representações culturais. Por outro lado, os roteiros turísticos quando incluem determinadas localidades elevam o interesse de pessoas em visitar tais sítios. A presente pesquisa buscou-se analisar qual o potencial do Engenho Cunhaú, situado no município de Canguaretama/RN para receber programações turísticas oriundas de Natal/RN, capital do estado. Foram adotadas os seguintes procedimentos de pesquisa: Observações sistemática do Engenho, entrevistas de roteiro semiestruturado com os responsáveis pelo local, bem como pesquisa em sites de agências de turismo situadas em Natal. Para o embasamento teórico buscou-se o suporte de autores como: Oliveira (2003), Trindade (2007) e Andrade (1998), Tavares (2002) entre outros, que muito contribuíram para a compreensão do turismo religioso e da organização de programações de turismo. Verificou-se, que o Engenho Cunhaú, apesar de grande relevância para a história do estado e de contar com estrutura compatível para receber sistematicamente grupos de visitantes, não está inserido nos roteiros turísticos que tem Natal como ponto de origem e o município de Canguaretama como destino. Apresentam-se, ainda, sugestões para adequar o local às necessidades mínimas de planejamento que a elaboração de roteiros turísticos exigem.

**Palavras-chave:** Engenho Cunhaú, turismo religioso, programações turísticas.



## Inventário Turístico de Vila Flor/RN

**Carla de Freitas Chaves<sup>1</sup>, Izabela Serafim Félix<sup>2</sup>, João Paulo Serafim Félix<sup>3</sup>, Wagner Fernandes Costa<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Discente do Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo- IFRN. E-mail: carladchaves@hotmail.com; <sup>2</sup>Discente do Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo- IFRN. E-mail: ibela85@gmail.com, <sup>3</sup>Discente do Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo- IFRN. E-mail: joaopaulofelix.5@gmail.com; <sup>4</sup>Professor do Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo- IFRN. E-mail: wagner.fernandes@ifrn.edu.br

**RESUMO:** O presente trabalho teve como objetivo sistematizar as informações referentes à oferta turística do município de Vila Flor, integrante da Microrregião do Litoral Sul do Rio Grande do Norte. Com base nas discussões de Lohmann, Netto (2012), Beni (1998), Lage, Minole (2000), Ruschman (2012), Dias (2005; 2008), entre outros, compreende-se a oferta turística como o conjunto de bens e serviços que estão à disposição dos consumidores-turistas, por um dado preço em um determinado período de tempo. Por sua vez, o inventário turístico corresponde a um instrumento para o levantamento, identificação e registro dessa oferta turística, composta dos atrativos, dos serviços e equipamentos e da infraestrutura de apoio ao turismo. Assim, a pesquisa ajusta-se aos interesses daqueles que possuem pretensões de identificar os aspectos que podem orientar a dinâmica do turismo, visando criar uma base para a formulação de estratégias futuras de desenvolvimento da atividade. Os métodos utilizados foram: Pesquisa bibliográfica de dados secundários em arquivos (virtuais e físicos) de órgãos públicos e privados e em literatura especializada; Visitas técnicas de reconhecimento; Pesquisa de campo para coleta de dados primários através da aplicação de formulários integrantes da metodologia do Ministério do Turismo e: Análise, catalogação e redação dos dados. Os resultados mostram que a maior deficiência na oferta turística de Vila Flor/RN refere-se ao serviço de hospedagem, o que condiciona as visitas à condição de excursões. No entanto, o município possui um reconhecido patrimônio histórico, bem como recursos naturais em excelente estado de conservação, elementos que o torna de grande potencial para o turismo de demanda regional. A possibilidade de estímulo aos segmentos de Turismo Cultural, Ecológico e Pedagógico requer avanços em pesquisas de formulação de produtos, mas são sinalizadas como de importante potencial turístico.

**Palavras-chave:** Vila Flor, inventário, oferta, potencial turístico,



## INOVAÇÃO, MÍDIA E TURISMO NO DISCURSO DA EMBRATUR

Ana Neri da Paz Justino<sup>1</sup> Laís Karla da Silva Barreto<sup>2</sup>, Felipe Martins Braz<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Professora do Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Unidade Canguaretama. e-mail: ananeriunp@gmail.com;

<sup>2</sup> Professora da Universidade Potiguar. e-mail: laisbarreto@gmail.com; <sup>3</sup> Discente da graduação em Turismo. e-mail: f\_mbras@hotmail.com .

### RESUMO:

Este trabalho retrata as novas tecnologias da informação aplicadas ao contexto do Turismo. A comunicação mediada por dispositivos móveis como computadores, celulares, *tablets* dentre outros, gera uma gama de conteúdos disponibilizados via comunicação virtual, tornando cada vez maior a interação entre o espectador e as mídias da contemporaneidade. Nesta perspectiva por meio de um estudo descritivo, analisamos as mudanças em torno da divulgação do Turismo brasileiro no cenário da convergência digital. Henry Jenkins, Manuel Castells servem de subsídio para o aprofundamento cibernético pós-moderno. Como resultados observamos que a captação de clientes está cada vez mais saindo do contexto impresso e migrando para os mais diferentes suportes Transmídiaicos.

**Palavras-chave:** TECNOLOGIA, TRANSMÍDIA, TURISMO.

As novas tecnologias da informação estão abrindo caminhos para integrar no mundo os processos de instrumentalidade. No turismo a comunicação mediada por dispositivos móveis como computadores, celulares, *tablets* dentre outros, gera uma gama enorme de comunicação virtual, tornando cada vez maior a interação entre o espectador e as mídias da contemporaneidade. O que singularizou a atual revolução tecnológica não foi a centralidade de conhecimentos e informações, mais a utilização desses conhecimentos e dessa informação para a construção de conhecimento e de dispositivos de procedimentos/comunicação de informação, em ciclo de realimentação comutativo entre a inovação e o uso (CASTELLS, 2012).

Dentro das organizações turísticas como hotéis, resorts, pousadas, agências, restaurantes dentre outras as mídias sociais apresentam uma nova realidade, tal realidade sobrevém para somar com os funcionários tornando-os cocriadores para obter o sucesso da empresa, trazendo cordialidade, afetividade com os comensais e não se apresentando como meros serviços que exercem somente o que lhe é ordenado (JUE, 2010).



Se fizermos uma comparação do processo comunicacional no turismo de um período de 10 anos até os tempos atuais veremos que com o avanço da tecnologia a velocidade do resultado esperado para se fechar um pacote tornou-se mais eficaz e em tempo reduzido, sem necessidade de sair de casa, resolvendo todo processo desde a aquisição do produto/serviço até o *checkin* em apenas um *click*.

A mídia se apresenta como propulsora de novas ideias a serviço do turismo, esta de acordo com Breton e Proulx (2006), revela a característica de absorver rapidamente inovações técnicas produzidas por outras áreas e disponibilizá-las a serviço de suas finalidades.

O uso da mídia impressa por mais que ainda tenha um público específico está limitado a um espaço físico o que restringe o acesso às informações localizadas remotamente. Além das limitações para a informação o papel também causa ameaças para o meio ambiente, sabendo que é da natureza que se extrai sua matéria-prima, e ainda no turismo o segmento ecoturismo depende do meio ambiente para sua prática e para a preservação de monumentos históricos. De acordo com o professor Eduardo de Freitas em entrevista para a revista Brasil Escola, o turismo é um grande gerador de capital; é social por agregar de forma direta ou indireta grande número de emprego; é cultural, pois preserva as origens do lugar, como os monumentos históricos; e também ambiental, por aliar renda e preservação, para Freitas (2013) um exemplo é o “ecoturismo, que só existe com a preservação do meio ambiente”.

O contexto da convergência digital e o uso de ferramentas digitais tornaram-se parte integrante para o estabelecimento de ações estratégicas nas organizações. As instituições passaram a incentivar o uso da tecnologia na produção de conteúdos inovadores a fim de criar uma ponte que venha estreitar sua comunicação com o indivíduo, fazendo com que o mesmo possa ser integrante do processo comunicacional. Portanto, compreender este cenário possibilita sistematizar ações específicas para identificação e aproximação do público alvo. Sendo assim, surge o seguinte questionamento: de que modo está configurado o uso de estratégias de comunicação transmidiática como propulsoras da inovação no discurso da EMBRATUR para promoção da atividade turística do Brasil?

Nesse pensamento, gerenciar o conhecimento no cenário de mudanças, principalmente quando se refere à tecnologia, culmina em uma gestão desafiadora, pois envolve aspectos que



exigem muita sinergia, tendo em vista as consequências acarretadas pelo processo de mudança de paradigma.

Sendo assim, a pesquisa demonstra relevância ao investigar a opinião de gestores da área de Turismo na cidade de Natal a respeito das mudanças no discurso da EMBRATUR.

A EMBRATUR tem modificado suas ações de comunicação para divulgar o Brasil no exterior, tendo em vista que houve sucesso para promover o país no período da copa do mundo em 2014. Vicente Neto, ex-presidente do INSTITUTO DE TURISMO, em discurso para o site da instituição em 14 de Novembro de 2014, afirmou que o Brasil vem passando por um amplo processo de exposição midiática gerada pela captação, promoção e realização dos megaeventos. Apesar de atrair um público cada vez mais eclético, pelos diversos perfis de interesse dos eventos esportivos, religiosos, culturais e científicos, as tendências mundiais do segmento turístico vêm sendo insistentemente comprovadas.

Ao acessar o site da EMBRATUR encontramos vídeos como o *sunglasses adventures* que nos convida a vivenciar de perto através do óculos as culturas e belezas naturais que o país oferece de norte a sul. No mundo tecnológico no qual vivemos, o objeto viabiliza uma leitura de imagens e, associado ao contexto turístico, dissemina as diferentes regiões brasileiras. Os óculos passam a exercer o papel do livro revelador das histórias e, nele, as portas abrem-se para o entendimento a respeito dos cenários brasileiros. A partir do uso da produção em vídeo e sua disseminação as fronteiras diminuem. E, com o compartilhamento em aplicativos instalados em *tablets*, *smartphones*, dentre outros, se torna mais fácil fazer com que o Brasil e suas diferentes culturas sejam explorados, primeiro através das mídias e depois pessoalmente.

O mundo transmidiático tem ganhado com grande velocidade seu espaço no contexto atual, pois não se limita apenas a informações impressas ou mesmo de rádio e TV. Essas informações trazem a capacidade de interação tornando participativa a troca de comunicação.

## REFERÊNCIAS

- BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2006.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Volume I. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- FREITAS, Eduardo de. **Turismo no Brasil no website da Brasil Escola**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/brasil/o-turismo-no-brasil.htm>>. Acessado em: 25 Abr. 2015, às



14h45min.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JUE, Arthur L.; MARR, Jackkie Alcalde; KASSOTAKIS, Mary Ellen. **Mídias Sociais nas Empresas: colaboração, inovação, competitividade e resultados**. São Paulo: Évora, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

NETO, Vicente. **Brasil investe em Mídia digital para promover o Turismo Internacional**.

EMBRATUR Nov. 2014. Disponível em:

<[http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Brasil\\_investe\\_e\\_m\\_midia\\_digital\\_para\\_promover\\_o\\_turismo\\_internacional.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Brasil_investe_e_m_midia_digital_para_promover_o_turismo_internacional.html)>. Acessado em: 26 Abr. 2015, às 15h0min.

<[http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/galeria\\_multimidia/galeria\\_video/arquivo/Sunglasses\\_adventure.html](http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/galeria_multimidia/galeria_video/arquivo/Sunglasses_adventure.html)> Acessado em: 27 Abr. 2015, às 15h00min.



## FESTA DOS MÁRTIRES DE CUNHAÚ (CANGUARETAMA/RN) O EVENTO NA VISÃO DA POPULAÇÃO LOCAL E DOS VISITANTES

Nivanize Maria Rodrigues Viana<sup>1</sup>, Mayra Soares Bezerra<sup>2</sup>, Renata Paula Costa Trigueiro<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Bacharel em Administração e aluna do Curso Técnico em Eventos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN – Campus Canguaretama – nivamari@hotmail.com

<sup>1</sup> Aluna do Curso Técnico em Eventos do IFRN – Campus Canguaretama – mayra\_soares22@hotmail.com

<sup>1</sup> Professora Mestre em Turismo do Curso Técnico em Eventos do – IFRN – Campus Canguaretama – renata.trigueiro@ifrn.edu.br

**RESUMO:** Esse trabalho tem como objetivo analisar a percepção da população local e dos visitantes da festa dos Mártires de Cunhaú. Com isso, traçar o perfil do público e avaliação do evento no olhar do público participante. Para desenvolver este trabalho foi feita uma pesquisa de campo, em uma perspectiva quantitativa. O objeto de estudo foi composto por frequentadores do evento festa dos Mártires de Cunhaú. O critério de seleção dos sujeitos foi o não probabilístico por conveniência. Os instrumentos de coleta de dados utilizados foram dois questionários elaborados com perguntas específicas aos moradores da cidade e aos visitantes. A análise dos dados foi feita através da análise de frequência das respostas. Os principais resultados encontrados foram com relação a avaliação positiva, tanto por visitantes quanto por moradores da organização e da qualidade da missa/procissão. E como avaliação regular os aspectos relacionados à divulgação, limpeza, ao estacionamento e a segurança do evento. Por fim, conclui-se que o objetivo proposto no artigo foi atingido, visto que, com a pesquisa foi possível analisar a percepção do público participante do evento, bem como conhecer o seu perfil.

**Palavras-chave:** Turismo de negócios e eventos; Eventos religiosos; Mártires do Cunhaú

---

<sup>1</sup> Bacharel em Administração e aluna do Curso Técnico em Eventos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN – Campus Canguaretama – nivamari@hotmail.com.

<sup>2</sup> Aluna do Curso Técnico em Eventos do IFRN – Campus Canguaretama – mayra\_soares22@hotmail.com.

<sup>3</sup> Professora Mestre em Turismo do Curso Técnico em Eventos do – IFRN – Campus Canguaretama – renata.trigueiro@ifrn.edu.br.



## A RELAÇÃO ENTRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

**Anny Gabrielly Ferreira da Costa<sup>1</sup>, Kércia Cristina Soares<sup>2</sup>, Ana Neri de Paz Justino<sup>3</sup>.**

<sup>1</sup>Discente do Curso Técnico Subsequente em Eventos - IFRN, e-mail: annygabrielly3247@outlook.com;  
<sup>2</sup>Discente do Curso Técnico Subsequente em Eventos- IFRN, e-mail: kerciatcc1@gmail.com; <sup>3</sup> Docente - IFRN, e-mail: neri.justino@ifrn.edu.br.

A conjuntura econômica e de acesso à informação da sociedade gera um cenário de comparação entre os serviços oferecidos, de modo que o público se torne mais exigente, demandando por serviços prestados com qualidade. Quando se trata da prestação de serviço, entende-se que a satisfação está relacionada ao nível de qualidade empregado em sua oferta. Assim, a melhor qualidade do serviço tornará o cliente satisfeito, e quanto mais elevado for o nível de satisfação maior a possibilidade de torná-lo fiel a empresa, além do mesmo produzir um marketing gratuito. Este estudo buscou analisar a relação da satisfação como fator de influência para a qualidade na prestação de serviços. A pesquisa fundamentou-se em uma revisão bibliográfica de caráter exploratório, cujo enfoque foi o levantamento de abordagens essenciais para os termos em questão. Pode-se considerar que a satisfação é um fator relevante para as empresas, sua ligação com a qualidade do serviço prestado pode favorecê-las, destacando-as das demais. Em razão de não poder ser experimentado antes de seu consumo, o serviço requer mais cautela, pois sua prestação impacta na satisfação do consumidor. Desse modo, conclui-se que a qualidade dos serviços está ligada, inteiramente ou parcialmente, com a satisfação, que juntas possibilitam a fidelização dos clientes. Portanto, as empresas necessitam aperfeiçoar seus serviços de maneira a se destacar no mercado competitivo.

Palavras-chave: qualidade, satisfação, serviço



## REFERÊNCIAS:

AGUIAR, Fernanda Andrade de. **Analyses of customers satisfaction in the gymnastics academies located in the city João Pessoa/PB**. 2007. 174 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2007.

Disponível em:

<[http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFPB\\_e63fde5e3794f66738588c3c9cfec16c](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFPB_e63fde5e3794f66738588c3c9cfec16c)>.

Acesso em: 04 ago. 2015.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 9.ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

DIAS, Reinado; PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de hotelaria e turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FERREIRA, Arnaldino Manuel Campelo. **Qualidade, satisfação e fidelização de clientes em centros de fitness**: Adaptação, validação e aplicação de instrumentos para a sua avaliação. Dissertação de mestrado em Ciências do esporte, especialização em gestão desportiva. Faculdade de Ciências do esporte e de educação física da universidade do porto, 2011. Disponível em: <<http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/9828>>. Acesso em: 30 jul. 2015.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**: a bíblia do marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Edipro, 2009.

MARTINS, Petrônio Garcia; LAUGENI, Fernando Piero. **Administração da produção**. 2. ed. rev., aum. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

SIMÕES, Maria Quinelato Melo. **Gestão da qualidade em Serviços**: aplicação da escala SERVQUAL em uma empresa de Call Center. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006. Disponível em:

<[http://repositorio.ufpe.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/5766/arquivo7340\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ufpe.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/5766/arquivo7340_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 15 ago. 2015



## A DINÂMICA DO COMÉRCIO POPULAR DE RUA EM CANGUARETAMA/RN

Ana Lúcia da Silva<sup>1</sup>, Vandregelson da Costa Arcanjo<sup>2</sup>, Gilene Moura Cavalcante de Medeiros<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Discente do curso Técnico Subsequente em Eventos -IFRN. E-mail: analuciasilva883@gmail.com

<sup>2</sup>Discente do curso Técnico Subsequente em Eventos - IFRN. E-mail: vandrearcanjo@hotmail.com

<sup>3</sup> Docente de Geografia – FRN. E-mail: gilene.moura@ifrn.edu.br

**RESUMO:** Esse trabalho tem como base o projeto de extensão “Hoje é dia de feira: trabalhando a feira livre como um atrativo turístico-cultural”, e visa analisar a organização do espaço, as condições ambientais/sanitárias da feira livre na cidade de Canguaretama. A feira traz entre seus atrativos sua rica diversidade cultural. Importante elemento para a população local e municípios vizinhos. Muitos são os que se beneficiam com esse acontecimento. Contudo o cenário que envolve a produção desse espaço encontra-se, de certa maneira, caótico e sem um ordenamento que possa resultar em benefícios à comunidade feirante, aos clientes e à eventuais turistas. A metodologia adotada durante a realização deste trabalho consistiu em pesquisas bibliográficas e documentais; visitas à feira livre, entrevistas semiestruturadas. A análise dos resultados iniciais dessa investigação mostra que a feira livre desse município possui potencial para se tornar um atrativo turístico-cultural. No entanto, a falta de organização e de melhorias contínuas na sua estrutura a torna desvalorizada. Entre os principais resultados dessa pesquisa podem ser destacados: a promoção da interlocução entre agentes institucionais públicos e da sociedade civil organizada; a identificação de alguns problemas e gargalos, além do perfil e as principais necessidades da comunidade feirante. A desorganização da feira, que não é setorizada, as frágeis condições ambientais, a pouca capacitação e as ações políticas deslocadas no tempo e no espaço tem dificultado a promoção adequada desse que pode ser um elemento gerador de grandes oportunidades para o município.b

**Palavras-chave:** comércio varejista, feira livre, qualidade ambiental



## **“Arnold Classic Brasil 2015” – Um evento que pode modificar a vida de seus competidores.**

**Maria da Conceição de Carvalho Bezerra<sup>1</sup>, Marcelina Soares de Carvalho<sup>2</sup>, Renata Paula Costa Trigueiro<sup>3</sup>,**

<sup>1</sup>Discente do Curso Técnico Subsequente em Eventos – IFRN. E-mail: mariah.carvalho.2311@gmail.com; <sup>2</sup>Discente do Curso Técnico Subsequente em Eventos – IFRN. E-mail: marcellina-15-11@hotmail.com; <sup>3</sup>Professora de Eventos - IFRN. E-mail: renata.trigueiro@ifrn.edu.br;

**RESUMO:** Este artigo tem como objetivo verificar como um evento do porte do Arnold Classic Brasil pode modificar a vida de seus participantes/competidores. Tendo também o intuito de auxiliar na sensibilização de que o esporte é uma fonte de qualidade de vida, e fundamentalmente um direito social que deve ser respeitado e adquirido por todos, visando assim uma longevidade futura. O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa. Para atingir o objetivo da pesquisa se fez necessário entrevistar o atleta, do Rio Grande do Norte, que participou do evento Arnold Classic Brasil 2015. Para a coleta de dados foi utilizada uma entrevista semiestruturada do tipo focalizada. A técnica utilizada para analisar os dados foi a análise de conteúdo. Os resultados obtidos mostram que as renúncias e abstenções são constantes na vida dos atletas. Conclui-se que dedicar-se ao extremo, mudar inteiramente sua vida, quebrar inúmeras barreiras, ultrapassar seus maiores limites são obrigações de um atleta que tem o exclusivo intuito de participar de um evento esportivo. Por fim, sugere-se mais estudos a respeito da temática, mediante as dificuldades encontradas para a elaboração e realização do trabalho, visando também auxílio em futuros trabalhos correspondentes a mesma problemática.

**Palavras-chave:** Arnold Classic Brasil, Atleta, Eventos Esportivos, Renúncia.

# ETNOMATEMÁTICA



## NÚMEROS, REGISTROS E SOCIEDADES: Possíveis diálogos

Maria Clara Fernandes Bezerra <sup>1</sup>, Juan Carlo da Cruz Silva <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Discente do curso de Eletromecânica – IFRN. Bolsista da PROPI/IFRN. e-mail: mclarafernandesb@hotmail.com;

<sup>2</sup>Professor de Matemática – IFRN. e-mail: juan.cruz@ifrn.edu.br

### RESUMO:

O presente trabalho apresenta os resultados iniciais de uma pesquisa exploratória-descritiva com foco bibliográfico na área da História da Matemática que está em andamento no IFRN – Canguaretama financiada pela pró-reitoria de Pesquisa do IFRN. Ele possui um foco interdisciplinar, envolvendo as Ciências Humanas e a Matemática. Nosso objetivo é a compreensão e análise das representações do Sistema de Numeração através dos tempos, com o foco nas civilizações da Eurásia e da América pré-colombiana, buscando relacionar este desenvolvimento com as características socioculturais destas sociedades. Desta forma, apresentamos a relação direta que a História tem com a Matemática, principalmente quando nos referimos ao desenvolvimento desta última conjuntamente ao desenvolvimento das sociedades, associando, desse modo, a Matemática e a Cultura. Para chegarmos a tal fim, adotamos como referencial teórico a História Cultural proposta por Roger Chartier (1990), com foco nas representações sobre a história, e as compreensões da História da Matemática numa perspectiva sociocultural de D'Ambrósio (2001; 2011). Entendemos que a Matemática, enquanto corpo de conhecimento, é e sempre foi gerada pela humanidade em sociedade, tendo em vista suas necessidades para estruturar-se e manter-se. Concluimos nosso trabalho apresentando os diálogos possíveis e estabelecidos ao olharmos para a tríade história-matemática-sociedade no intuito de realizarmos uma representação abrangente sobre a cultura das sociedades e a produção técnico-científica destas e gerando possibilidades de reflexões sobre como isso vêm se realizando na presente conjuntura sociocultural local e global.

**Palavra-chave:** História da Matemática, Sistemas de Numeração, História Cultural



## A MATEMÁTICA PRÉ-COLOMBIANA NA SOCIEDADE MAIA

Maria Isabel Duarte Pacheco Portasio<sup>1</sup>, Juan Carlo da Cruz Silva<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Discente do curso de Eletromecânica do IFRN - Canguaretama. Bolsista PIBIC-EM/CNPq. E-mail: isa.portasio@gmail.com; <sup>2</sup>Professor de Matemática do IFRN – Canguaretama. E-mail: juan.cruz@ifrn.edu.br;

### RESUMO:

Esse artigo versa sobre a história das civilizações pré-colombianas com foco na civilização maia, apresentando sua cultura e o desenvolvimento matemática de seu sistema numérico. A proposta desse trabalho é retratar a importância da Matemática Maia, descrevendo a cultura dessa sociedade pré-colombiana e destacando as suas práticas matemáticas que colaboraram para a evolução do conhecimento ao longo da história da humanidade, bem como apresentar possíveis relações deste desenvolvimento com a cultura da sociedade. Inserido numa pesquisa em desenvolvimento mais ampla, subsidiada pelo CNPq através do PIBIC-EM, iremos expor os resultados iniciais do projeto. Nossa premissa, baseada em D'Ambrósio (2001; 2011), é a compreensão de que a Matemática, enquanto corpo de conhecimento, é e sempre foi gerada pela humanidade em sociedade, tendo em vista suas necessidades para estruturar-se e manter-se. Dessa forma, a partir da exposição das características histórico-culturais da sociedade Maia, a qual iremos fazer por meio da ótica da história cultural de Roger Chartier (1990), e da caracterização do sistema numérico de base 20 desenvolvido por essa sociedade, realizaremos algumas possíveis reflexões sobre a relação entre esses dois elementos. A opção metodológica da pesquisa apresentada, cujo cunho é exploratório, se dá na pesquisa bibliográfica em livros, periódicos, dissertações e teses, num escopo de trinta dissertações e teses produzidas no Brasil até 2010 com essa temática, apenas quatro se dedicaram a realizar uma pesquisa a partir da História da Matemática, a saber, Rodrigues (2001), Souza (2004), Taboas (1993), Zuin (2007) e Almeida (2012). A civilização Maia foi, provavelmente, a mais antiga civilização entre as três sociedades pré-colombianas, embora ela tenha ficado pra trás em relação ao nível urbano e imperial dos Astecas e Incas. Primeira civilização se espalhar no hemisfério ocidental, os Maias ocuparam a América Central por mais de vinte séculos conquistando um alto nível de evolução em seu conhecimento, principalmente relacionado à matemática e astronomia, superando inclusive a cultura Europeia. A chegada dos europeus teve como consequência a praticamente eliminação da rica cultura desenvolvida por essa sociedade. Assim realizar o resgate histórico-cultural e tecnológico desta e das demais civilizações pré-colombianas é, sob nossa ótica, uma relevante contribuição de nosso trabalho.

**Palavra-chave:** Cultura, História da Matemática, Sistemas de Numeração, Sociedade Maia, História Cultural

# INOVAÇÃO EM COMPUTAÇÃO



## PROPOSTA DE UM CLUBE VIRTUAL DA LEITURA PARA O INCENTIVO À LEITURA NAS ESCOLAS

**Douglas Danilo das Chagas Dantas<sup>1</sup>, Pâmela Catarina Ribeiro Silva<sup>2</sup>, Cléverton Inácio Bezerra<sup>3</sup>, Bruno Gomes de Araujo<sup>4</sup>, Moama Lorena de Lacerda Marques<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Discente do curso técnico em informática – IFRN. e-mail: douglasdantas\_20@hotmail.com; <sup>2</sup>Discente do curso técnico em informática– IFRN. Bolsista do CNPQ. e-mail: catarina.pamela961@gmail.com ; <sup>3</sup>Discente do curso técnico em informática – IFRN. e-mail: clev.inacio@gmail.com; <sup>4</sup>Docente do IFRN. e-mail: andrea.lacerda@ifrn.edu.br; <sup>5</sup>Docente do IFRN. e-mail: bruno.gomes@ifrn.edu.br

**RESUMO:** A leitura é uma prática considerada importante para a formação de qualquer indivíduo, melhorando a construção do conhecimento e do senso crítico. Por isso deve ser incentivada não apenas no espaço familiar, mas também nas escolas - lugar em que o aluno passa, diariamente, boa parte do seu tempo. Nas escolas, existem várias formas de incentivar essa prática como atividades, seminários, debates e projetos. Um deles é o Clube da Leitura, um projeto voltado para a prática da leitura, que busca formas de como melhorar o hábito de ler, visando principalmente os alunos e professores que ainda não fizeram da leitura uma fonte de inspiração e de conhecimento. Nesse contexto, a internet ganha maior importância porque se torna o meio ideal para suprir essas dificuldades e promover maior estímulo à leitura, já que grande parte da população tem acesso às redes através de seus computadores pessoais, dispositivos móveis e na própria escola, permitindo, assim, o contato com outros leitores a qualquer tempo e em qualquer lugar. Desta forma, a proposta é a criação de um Clube Virtual da Leitura, através da criação de um sistema web que disponibilize para o usuário mecanismos onde ele possa expor sua opinião sobre determinada obra, bem como: indicação de livros, comentários, críticas e avaliações. Isto possibilitará a formação de novos leitores, dispostos a compartilhar conhecimento e experiências, visando principalmente a aprendizagem social e coletiva. O projeto iniciará com uma pesquisa sobre o interesse e o hábito de leitura dos servidores e alunos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Canguaretama, e através deste mapeamento, o sistema será desenvolvido.

**Palavras-chave:** Leitura; Clube; Virtual; Web.

## COMUNICAÇÃO DE GRUPO PARA A OTIMIZAÇÃO DE DESEMPENHO NAS REDES ELÉTRICAS INTELIGENTES

Fábio Pegado<sup>1</sup>, Leandro Martins<sup>1</sup>, Helber Silva<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Discente do Curso Técnico Integrado em Informática – IFRN. e-mail: {fábio.jordao,leandro.cruz}@academico.ifrn.edu.br; <sup>2</sup>Professor de Redes de Computadores - IFRN. e-mail: helber.silva@ifrn.edu.br

**RESUMO:** As Redes Elétricas Inteligentes (do inglês, *Smart Grids*) têm sido consideradas para suportar diferentes aplicações de controle, proteção e monitoramento do sistema elétrico. Nessas redes, dispositivos, como câmeras e microfones, coletam dados multimídia (áudio, vídeo e imagens) que precisam ser transportados de forma eficientes em termos de ao menos latência e perda de dados para as aplicações. Entretanto, as mensagens do padrão IEC 61850 tipicamente usado nas comunicações nas Redes Elétricas Inteligentes consideram os modelos *broadcast* ou *unicast* que consomem recursos da rede, como largura de banda, limitando o seu desempenho e a sua escalabilidade. Este trabalho propõe um mecanismo de controle de sessões multimídia eficientes e escaláveis nas Redes Elétricas Inteligentes. Esse mecanismo busca definir dinamicamente sessões de comunicação de grupo entre dispositivos e diferentes aplicações interessadas nos dados. Para tanto, ele pretende mapear os interesses das aplicações (como lista de dispositivos e tipo de dados) em caminhos onde os pacotes são replicados apenas nos equipamentos de rede (como *switches*) na borda da rede. Como um estudo de caso, o mecanismo será avaliado em um cenário de aplicações multimídia, como monitoramento de nacelles de um parque eólico, considerando que múltiplas aplicações devem requerer vídeo coletado por uma mesma câmera. O mecanismo será implementado em *software* e serão usadas simulações para avaliar os ganhos de desempenho e escalabilidade da solução proposta. Os resultados esperados incluem a redução do tráfego de dados redundante no núcleo da rede e a otimização da largura de banda disponível para uso das aplicações multimídia nas Redes Elétricas Inteligentes. Como trabalho futuro, pretende-se desenvolver uma abordagem de acesso aos dados considerando requisitos de Qualidade de Serviço das aplicações.

**Palavras-chave:** Comunicação de grupo, Redes Elétricas Inteligentes

## ATAQUES E MECANISMOS DE SEGURANÇA NAS REDES DEFINIDAS POR SOFTWARE

Jefferson Cypriano<sup>1</sup>, Andreza Vital<sup>1</sup>, Helber Silva<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Discente do Curso Técnico Integrado em Informática – IFRN. e-mail: {jefferson.cypriano, andreza.vital}@academico.ifrn.edu.br; <sup>2</sup>Professor de Redes de Computadores - IFRN. e-mail: helber.silva@ifrn.edu.br

**RESUMO:** As Redes Definidas por *Software* (do inglês, *Software Defined Networking* - SDN) têm sido consideradas uma abordagem eficiente para a comunicação de dados na Internet das Coisas (do inglês, *Internet of Things* – IoT), que é um ecossistema de dispositivos heterogêneos, como sensores, *smartphones* e até geladeiras, capazes de trocar dados entre si usando a Internet. As SDNs oferecem benefícios no gerenciamento flexível de recursos do Nível de Rede (caminhos, largura de banda e etc.) na IoT em comparação à infraestrutura atual da Internet. Um elemento central na SDN, chamado Controlador, é ciente da topologia física da rede, sendo capaz de instalar dinamicamente regras de encaminhamento nos elementos de rede (como *switches*, roteadores e pontos de acesso) para direcionar os pacotes de dados através de caminhos mais seguros (isto é, com menor probabilidade de atacantes) e eficientes (com reserva de largura de banda). Entretanto, as SDNs possuem vulnerabilidades na violação ao Controlador e às *interfaces* de comunicação com os elementos de rede, onde um atacante pode, por exemplo, instalar regras de encaminhamento de dados para violar ou descartar pacotes de forma maliciosa, reduzindo assim tanto a segurança quanto o desempenho das aplicações. Este projeto de pesquisa possui o objetivo geral de analisar os principais ataques nas SDNs, identificando mecanismos de segurança que podem ser aplicados para reduzir o impacto desses ataques em ambientes IoT. As contribuições esperadas pelo projeto são as seguintes: (i) uma classificação dos ataques direcionados às SDNs; (ii) um levantamento das principais soluções que buscam aumentar a segurança das SDNs em caso de ataques em ambientes IoT; e (iii) uma discussão dos desafios em aberto na segurança das SDNs para viabilizar novos projetos de pesquisadores e profissionais que garantam níveis apropriados de segurança nessas redes.

**Palavras-chave:** Ataques, Mecanismos de Segurança, Redes Definidas por *Software*

# COMUNICAÇÃO ORAL

# **EMPREENDEDORISMO NO SETOR DE TURISMO E EVENTOS**



## UMA ANÁLISE NO MUNICÍPIO DE CANGUARETAMA/RN: POTENCIAL OU DESTINO TURÍSTICO?

Darlyne Fontes Virginio<sup>1</sup>, Melissa Raposo Costa<sup>2</sup>, Wagner Fernandes Costa<sup>3</sup>, Vandregefson da Costa Arcanjo<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Docente do curso técnico em eventos – IFRN. E-mail: darlyne.fontes@ifrn.edu.br; <sup>2</sup>Docente do curso técnico em Eventos - IFRN. E-mail: melissa.costa@ifrn.edu.br; <sup>3</sup>Docente do curso técnico em eventos – IFRN. E-mail: wagner.fernandes@ifrn.edu.br; <sup>4</sup>Discente do curso Técnico Subsequente em Eventos – IFRN. E-mail: vandrearcanjo@hotmail.com.

**RESUMO:** O município de Canguaretama/RN possui uma população de 30.916 habitantes e está situado em uma região litorânea -Microrregião Litoral Sul- com uma variedade de atrativos naturais e culturais. O município recebe anualmente cerca de 100 mil visitantes que apreciam apenas alguns desses atrativos, muitas vezes por desconhecimento de outras opções turísticas da região. Portanto, o objetivo geral dessa pesquisa foi analisar, de forma crítica, o potencial de Canguaretama/RN enquanto destino turístico, a partir da análise do Inventário da Oferta Turística, que foi realizado pelo IFRN em 2014. A partir da análise dos dados, percebe-se que não falta ao Município de Canguaretama potencial e atrativos para o desenvolvimento turístico da região. Ao mesmo tempo, a análise também revela a falta de investimento tanto público quanto privado para que esse potencial seja amplamente aproveitado.

**Palavras-chave:** Atrativos, Canguaretama/RN, Destino Turístico, Inventário Turístico.

### INTRODUÇÃO

O Município de Canguaretama, situado na Microrregião do Litoral Sul do Rio Grande do Norte, está localizado entre as cidades de Goianinha, Tibau do Sul, Baía Formosa e Pedro Velho. Sua população de 30.916 habitantes (IBGE, 2010) conta com a carcinicultura, a agricultura, o comércio e o turismo como principais atividades econômicas. Sabendo que o desenvolvimento do turismo carece de planejamento, torna-se relevante entender até que ponto a oferta turística de Canguaretama/RN (através do INVTUR/Canguaretama) caracteriza o município como um destino turístico. Vale destacar que o distrito de Barra do Cunhaú atrai boa parte da demanda turística, ofuscando o potencial existente em outras áreas do Município. Tendo em vista os vários segmentos do turismo e toda estrutura que o envolve, o presente trabalho propõe uma análise dos atrativos, da infraestrutura básica e dos equipamentos e serviços turísticos do município de Canguaretama/RN, mostrando até que ponto este pode ser considerado como um destino turístico. Dessa forma, justifica-se trazer essa problemática às discussões acadêmicas, pois há um interesse local em viabilizar o turismo enquanto atividade econômica no que tange ao incremento de receitas ao referido Município, especialmente, por estar localizado entre Baía Formosa e Tibau do Sul (com a Praia da Pipa), dois destinos de destaque no cenário turístico nacional. Portanto, o objetivo geral dessa pesquisa é analisar, de forma crítica, o potencial de Canguaretama/RN enquanto destino turístico, a partir da análise do Inventário da Oferta Turística. Os objetivos específicos são: a) levantar dados gerais sobre o turismo em Canguaretama, a partir do Inventário; b) analisar possibilidades para inserção de novos produtos turísticos no Município, a partir de alguns atrativos, equipamentos e infraestrutura do inventário; c) discutir os resultados apresentados, de forma crítica, elencando os fatores que contribuem ou não com o desenvolvimento turístico local. O instrumento

base para a realização do presente trabalho é o inventário da oferta turística do referido Município, realizado no ano de 2014, o qual comporta todas as informações necessárias ao levantamento dos dados propostos.

## **MATERIAL E MÉTODOS**

O trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica (livros e artigos relacionados com o tema) e documental, tendo como referência o Inventário da Oferta Turística de Canguaretama/RN que foi realizado pelo IFRN em 2014. No atendimento ao objetivo a, o INVTUR foi o instrumento base que contribuiu com a seleção dos dados apresentados. Para atender ao objetivo específico b, tendo como método de amostragem não probabilística e aleatória, foi adotado o seguinte padrão: escolha de 02 atrativos naturais, 02 atrativos culturais e 02 eventos para realizar a análise. Já para o objetivo c, foi utilizada observação participante, já que o pesquisador é nativo do referido Município e vive o cotidiano e as implicações do turismo em sua comunidade.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A análise dos resultados desse estudo mostra que o turismo em Canguaretama (INVTUR/CANG, 2014) ocorre a partir da existência de 18 atrativos, naturais e culturais, mas apenas três deles são mais visitados, que são, Praia de Barra do Cunhaú, Capela de Nossa Senhora das Candeias e o Manguezal.

No que se refere ao número de visitantes que vem conhecer esse município litorâneo, o documento analisado aponta que chega a ser de 100 mil pessoas por ano. Contudo, a grande maioria desses turistas chega na alta temporada que ocorre no período de dezembro a fevereiro e de junho a julho. Sobre produtos turísticos existentes no Município, a partir de alguns atrativos, equipamentos e infraestrutura retirados do inventário, identificou-se os seguintes dados: o município de Canguaretama, vale destacar, de forma detalhada, que o mesmo possui a seguinte oferta de equipamentos turísticos: 20 meios de hospedagens, que empregam formalmente 79 pessoas. Conta, também, com 28 empreendimentos de alimentação fora do lar, onde são empregadas mais de 160 pessoas.

Apesar de existir atividade turística no município, o mesmo não possui nenhuma agência de viagem, contando apenas com 01 ponto de venda de passagens rodoviárias interestaduais. No que diz respeito à oferta de transportes turísticos, encontram-se 02 equipamentos que executam excursões, passeios locais e traslados. Todavia, existem no município 02 lugares para realização de eventos, um é o Clube Municipal, que apresenta espaço adequado para feiras e exposições, outro é o auditório do IFRN, que dispõe de instalações climatizadas e uma estrutura para eventos. Já com relação à infraestrutura, a análise apresenta que: de maneira geral o acesso a Canguaretama se dá pela BR 101 nos sentidos Natal/João Pessoa e João Pessoa/Natal, em que existe sinalização básica, no entanto, é incipiente quanto à sinalização turística. No que se refere ao acesso, dentro do município, pode-se dizer que há ruas com buracos. Outro acesso existente é por Sibaúma (Distrito do Município de Tibau do Sul/RN), onde a travessia é feita por uma balsa partindo para Barra do Cunhaú, obtendo-se assim acesso a Canguaretama. Por sua vez, o acesso aos atrativos naturais do município não é de boa qualidade, não há transporte regular que possa levar os turistas a esses atrativos, diante disso, muitos deles não estão contemplados em roteiros turísticos.

Conforme exposto anteriormente e, principalmente, com base na metodologia desse estudo para responder ao segundo objetivo específico, elencou-se 06 atrativos para análise, considerando o conceito de produto turístico – de acordo com o MTur (2007, p. 17) o mesmo pode ser definido da seguinte forma: é o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de

facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço – os resultados são apresentados no quadro 01:

Atrativos	Descrição do atrativo	Equipamentos e serviços turísticos	Infraestrutura básica	Análise dos atrativos
Restinga (Natural)	O atrativo se encontra próximo de uma vegetação halófila, ou seja, área de Manguezal. A praia é limpa, não possui sinais de desmatamento e a água é limpa e própria para banho.	Possui uma oferta de 20 meios de hospedagem na praia de Barra do Cunhaú.	Para a entrada no atrativo há um centro de recepção, porém, pode-se chegar à restinga gratuitamente, basta ter uma condução que leve até o atrativo, como barco, balsa etc.	Apesar de os atrativos analisados possuírem alguns dos elementos que constituem um produto, ainda não pode ser considerado como tal, pois Canguaretama carece de investimentos públicos e/ou privados no setor e, em especial, nos atrativos analisados. Contudo, percebe-se que há potencial no município para se tornar um produto turístico, na forma de roteiro, mas ainda não é porque não foi desenvolvido e/ou trabalhado pelo <i>trade</i> e/ou pelos interessados locais.
Rio Catu (Natural)	O atrativo fica entre três localidades: Vila Flor, Barra do Cunhaú, e Tibau do Sul. É próprio para banhistas, possui águas limpas e é raso.	Possui uma oferta de 20 meios de hospedagem na praia de Barra do Cunhaú e no ambiente há um restaurante.	Não existe nenhuma sinalização para chegar no local, só chega quem conhece o caminho.	
Capela do Engenho Cunhaú (Cultural)	Prédio histórico onde ocorreu o martírio dos Mártires do Cunhaú e onde são realizadas missas.	Há hospedagem num raio de até 15km	Até chegar à fazenda é tudo asfaltado, mas chegando próximo à Capela o chão é arenoso.	
Mercado Público de Canguaretama (Cultural)	Prédio histórico erguido por volta de 1910, onde há um variado comércio de bebidas, comidas caseiras, cereais e carnes.	Há hospedagem num raio de até 13km	O acesso para o prédio é todo asfaltado.	
Padroeira Nossa Senhora da Conceição (Evento)	Bandas que tocam no dia do evento, a procissão, o show de calouros e a fanfarra.	Não possui hospedagem para atender ao público em sua totalidade	O acesso para o evento é todo asfaltado.	
Festa da batata (Evento)	Festa que comemora a colheita da batata doce, em que pode-se encontrar comidas típicas, artesanato local e jogos indígenas	Não possui hospedagem.	O acesso não é de boa qualidade, terreno irregular e não asfaltado	

Quadro 01: Análise sobre produtos turísticos de Canguaretama/RN.

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Segundo Ornellastour (2010), “o roteiro turístico nada mais é que um produto devidamente estruturado, organizado e preparado para a comercialização” (p. 10). Como foi observado nos

resultados dessa pesquisa, o município de Canguaretama possui atrativos turísticos que não estão estruturados na forma de roteiro, fato que possivelmente explicaria a demanda reduzida de visitantes ao longo do ano.

De acordo com Virginio e Tinôco (2012), os roteiros se tornam diferencial competitivo quando bem estruturados e trabalhados mercadologicamente sob uma perspectiva de integração sobre os diversos elementos que circundam a atividade turística, tais como: cultura, artesanato, negócios, eventos, etc.

Portanto, diante da análise (a partir dos atrativos selecionados no quadro 01) sobre possíveis produtos turísticos existentes em Canguaretama, na forma de roteiros, conclui-se que o mesmo apresenta potencial para se tornar um destino turístico com mais visibilidade e oferta maior de produtos, porém, isto ainda não foi trabalhado tanto pelo poder público local quanto pela iniciativa privada.

Sobre os resultados apresentados, sugere-se de forma crítica, alguns fatores que contribuem ou não com o desenvolvimento turístico local, são eles:

- ✓ Barra do Cunhaú atrai todo o turismo, pois há um cartel que não permite o desenvolvimento das demais empresas do local;
- ✓ A prática constante do turismo de bate e volta;
- ✓ Falta de investimentos por parte da Prefeitura no acesso aos principais atrativos;
- ✓ O turismo de eventos não é incentivado;
- ✓ Falta de iniciativa privada.

## CONCLUSÕES

Após a análise dos dados, percebe-se que não falta ao Município de Canguaretama potencial e atrativos para o desenvolvimento turístico da região. Ao mesmo tempo, a análise também revela a falta de investimento tanto público quanto privado para que esse potencial seja amplamente aproveitado. Algumas questões são ainda mais delicadas, pois sabe-se que há interesses privados dificultando o desenvolvimento turístico na região e como consequência há falta de estrutura, tanto referente à hospedagens – principalmente na área urbana – quanto aos acessos aos atrativos. Por parte do poder público, falta divulgação e investimentos na infraestrutura da cidade, como a melhoria da iluminação pública, dos acessos aos destinos turísticos, do saneamento básico e transporte público, etc.

Portanto, a construção de um produto turístico, em especial, um roteiro no qual o turista possa sair da praia de Barra do Cunhaú e percorrer todo o município, conhecendo os demais atrativos locais – trilhas do Catu, igrejas históricas, eventos culturais, etc. – é essencial para o desenvolvimento do potencial turístico de Canguaretama. Sugere-se ainda que a divulgação pública desse roteiro seja apresentada na forma de um catálogo e/ou de panfletos, com imagens e informações sobre os atrativos turísticos da região, tirando o foco exclusivamente de Barra do Cunhaú. Nesse sentido, a referida praia seria mais um atrativo e um ponto de apoio para os turistas, considerando que é no litoral onde se encontra uma melhor estrutura de hospedagem e restaurantes.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL, Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: módulo Operacional 9 - Promoção e Apoio à Comercialização. Brasília, 2007.
- ORNELLASTOUR CONSULTORIA. Costa Branca: plano mercadológico. Relatório final preliminar. São Paulo, 2010.
- RAMOS, S. P. **Planejamento de Roteiros Turísticos**. Porto Alegre, 2012.



VIRGINIO, D. F.; TRIGUEIRO, R. P. C. INVTUR: Canguaretama/RN. / Darlyne Fontes, Renata Trigueiro – Natal: IFRN, 2014



## **PROJETO VIAJA MAIS MELHOR IDADE: Análise de sua importância e possíveis avanços, a partir dos Planos Nacionais de Turismo (2007-2016).**

**Adeziana da Silva Barbosa<sup>1</sup>, Darlyne Fontes Virginio<sup>2</sup>, Melissa Raposo Costa<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Discente do Curso Técnico subsequente em Eventos – IFRN. e-mail: adezianasilva@outlook.com; <sup>2</sup>Docente do curso técnico em Eventos – IFRN. e-mail: Darlyne.fontes@ifrn.edu.br; <sup>3</sup>Docente do curso técnico em Eventos - IFRN. e-mail: melissa.costa@ifrn.edu.br

**RESUMO:** Este trabalho foi elaborado com a finalidade de avaliar a importância dada ao projeto Viaja Mais Melhor Idade nos planos nacionais de turismo, constituído no ano (2007) o projeto visa fortalecer a atividade turística no país para o público da terceira idade e incrementar a inclusão social por meio desta. Dentre a análise crítica realizada pela pesquisa documental, conclui-se que o projeto analisado promete trazer significativos resultados no incremento das viagens nacionais pelos aposentados, no entanto, os planos nacionais de turismo não detalham como isto será feito, nem tampouco, apresentam os rumos desta iniciativa para os próximos anos.

**Palavras-chave:** Programa Viaja Mais, Planos Nacionais, Turismo, Terceira Idade

### **INTRODUÇÃO**

O Projeto Viaja Mais Melhor Idade, do Ministério do Turismo, foi criado no ano de 2007, com o objetivo de fortalecer a atividade turística no país para o público da terceira idade, incrementando assim a inclusão social por meio de viagens com valores reduzidos. Sabendo da importância dessa iniciativa e da característica do público da terceira idade, uma vez que possuem mais disponibilidade de tempo e recurso financeiro é que esse projeto tenciona atrair essa demanda para destinos turísticos, especialmente, no período de baixa estação já que o setor sofre com a sazonalidade intrínseca a esta atividade. O presente trabalho se justifica pela necessidade de entender como os programas e projetos citados nos planos nacionais de turismo tem sido de fato implementados e gerado resultados no âmbito do turismo no país, em especial, para o Viaja Mais melhor idade.

Diante da pertinência da proposta do referido projeto, questiona-se: De que forma esse projeto é apresentado nos Planos Nacionais de Turismo (2007 a 2016) e como ele é visto, no que se refere ao ganho ou diminuição de sua importância? Para tanto, objetivou analisar a relevância e como se apresenta o projeto Viaja Mais Melhor Idade em três documentos que norteiam a política nacional de turismo, quais sejam: Plano Nacional de Turismo: Uma Viagem de Inclusão (2007 - 2010); Documento referência do turismo Nacional (2011-2014) e; Plano Nacional de Turismo: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil (2013 - 2016).

### **MATERIAL E MÉTODOS**

Para realizar o presente estudo, foi necessário estabelecer métodos e procedimentos de pesquisa, são eles:

- Tipo de Pesquisa: Descritivo-exploratória, de natureza qualitativa;
- Universo do estudo: Planos Nacionais de Turismo (2007 – 2016);
- Coleta dos Dados: Pesquisa documental e bibliográfica nos referidos planos e em livros e artigos científicos relacionados com a temática abordada;
- Análise dos Dados: Ocorreu através da técnica de análise comparativa e de conteúdo.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Plano Nacional de Turismo – PNT 2007-2010 (p. 07) informa que:

Estamos implementando um conjunto de programas que, quando estiverem funcionando plenamente, representarão uma nova era para o mercado interno. O lançamento de pacotes diferenciados com preços promocionais para que aposentados, trabalhadores de baixa renda e estudantes possam comprar pacotes turísticos é uma medida, entre tantas outras, que tem profundo impacto no aquecimento do mercado turístico na baixa estação. Essa prioridade pela inclusão social, por meio do fortalecimento do mercado interno, é boa para todo mundo. É boa para o aposentado, que terá facilidade de viajar e curtir a melhor idade de forma merecida.

Diante da análise do referido plano 2007-2010, observa-se que o projeto Viaja Mais Melhor Idade já existia na época do plano, porém, questiona-se: por que ele não é, sequer, mencionado no documento? Outro fator que chama a atenção na análise do referido documento é que se o Plano tem um foco no seguinte público: aposentados, trabalhadores e estudantes, então, o projeto Viaja Mais Melhor Idade deveria ser prioritário nas ações e metas do Governo Federal, o que não é apresentado no PNT, denotando que o mesmo não pode ser considerado uma importante ação para a política nacional de inclusão, proposta pelo PNT 2007-2010. Diante disto, vale perguntar: qual seria a real responsabilidade que o governo assume perante o público de aposentados, uma vez que não apresenta propostas para isso?

Analisando o Documento referência do Turismo Nacional 2011-2014 (p.85), observa-se:

A ação ministerial para o mercado interno vem sendo focada na inclusão do Turismo na pauta de consumo dos brasileiros, buscando aumentar o número de viagens com a inserção de novos consumidores advindos do aumento da classe C, e estimulando o público A e B a viajar pelo Brasil. Para tanto, criou-se uma campanha para a promoção dos 65 destinos indutores, com linguagem publicitária unificada, e valorizando não apenas os momentos de lazer e a experiência que uma viagem proporciona, mas também o aprendizado com relação à história, às riquezas naturais e à cultura. Foram realizadas campanhas para o verão, feriados, férias, Salão do Turismo, Melhor Idade, Cadastur, Viaje com Agente Viagem Legal, e uma parceria com a Infraero, na campanha de incentivo ao turismo interno com a colocação das peças da campanha nos principais aeroportos do país.

Diante da análise do documento 2011-2014, percebe-se uma clara intenção em tornar o consumo da atividade turística como algo corriqueiro para os brasileiros, tendo em vista o crescimento do público consumidor desse tipo de atividade, principalmente os novos consumidores da classe C, alavancados pelo crescimento econômico em que vivia o país neste período. Por esse motivo, muitos programas de incentivo ao turismo foram criados pelo Governo Federal. Sendo o Viaja Mais Melhor Idade um dos vetores para a diminuição da sazonalidade interna do Brasil, e tendo em vista que ele já existia antes do ano 2011, por que no decorrer de todo o Plano Nacional de Turismo (2011-2014) ele é citado apenas uma vez? Se o PNT é o documento que norteia a política nacional de turismo, seria importante trazer mais informações detalhadas sobre suas metas, ações, anseios e, principalmente, resultados quando menciona programas e/ou projetos que já vem sendo trabalhados em anos anteriores, porém, não é o que se percebe a partir da análise realizada por este estudo.

Sobre o Plano Nacional de Turismo 2013-2016. (p.07), apresenta-se a seguinte passagem:

Por fim, o Ministério do Turismo aposta na força do nosso mercado interno para o crescimento do setor. Na última década, as políticas públicas permitiram que mais de 40 milhões de pessoas ascendessem à classe média. O poder aquisitivo da população aumentou

47% somente entre 2005 e 2011. No governo da presidenta Dilma Rousseff, caminhamos decididamente para eliminar a maior chaga do Brasil: a pobreza extrema. Mais de 22 milhões de pessoas saíram dessa situação. Agora, o grande desafio é fazer a inclusão social plena dessa parcela da população e o turismo é capaz de fazê-lo rapidamente. Há também uma parcela expressiva da população que nos últimos anos passou a ter acesso ao consumo e um número cada vez maior de idosos que desejam viajar e conhecer o Brasil. Políticas que conduzam à realização desse desejo, como os programas de incentivo a viagens em baixa temporada Viaja Mais Melhor Idade, Viaja Mais Jovem e Viaja Mais Trabalhador, são um passo importante para a consolidação do Brasil como destino turístico preferencial dos brasileiros. O PNT que você tem em mãos é um marco importante para o futuro.

Por meio do referente documento, infere-se que o governo federal passa uma mensagem de que aposta nos brasileiros como contribuintes para o crescimento do setor e fazer a inclusão social através desta atividade, já que os idosos tem o desejo de viajar e conhecer o Brasil. Se o Viaja Mais Melhor Idade já existia desde o ano de 2007, por que neste plano diz-se que será um passo importante para a consolidação do Brasil como um destino turístico? Ao longo dos últimos 06 anos o discurso se repete, contudo, as ações de fato não se aprofundam, a impressão que gera no leitor é a de que não ocorre avanço no programa.

Para além das passagens de texto apresentadas nos PNT's analisados neste trabalho, houve a necessidade de buscar mais dados que pudessem dar consistência na análise do projeto estudado, portanto, e diante do exposto anteriormente, apresenta-se na figura 1, um resumo dos resultados das duas edições do Viaja Mais melhor idade, a partir de dados extraídos de um documento do Ministério do Turismo disponível na web:

<b>Primeira edição</b>	<b>Segunda edição</b>
Crédito consignado	Cartão de crédito/Crediário
Até R\$3mil, com menos de 1% de juros	De acordo com a renda do idoso
Juros reduzidos, parcelamento em até 10x	Juros reduzidos, parcelamento em até 48x
Pacotes turísticos <b>para grupos</b>	<b>Pacotes ou serviços avulsos</b>
<b>Datas pré-definidas</b>	Quaisquer datas
<b>40 destinos receptores</b>	Todos os municípios brasileiros
<b>28 destinos emissores</b>	Todos os municípios brasileiros
Compras <b>somente em agências e operadoras</b> cadastradas	Compras <b>em qualquer empresa</b> cadastrada
Descontos <b>somente em hotéis</b> credenciados	Descontos e vantagens <b>em toda a rede</b> cadastrada
Compra intermediada	Consumidor <b>compra direto</b> do vendedor
<b>No máximo um acompanhante</b> com as mesmas condições	<b>Pelo menos um acompanhante</b> com as mesmas condições
Gestão terceirizada	<b>Gestão</b> via administração pública



**Figura 1:** Resultados das duas edições do Viaja Mais Melhor Idade, apresentados pelo Ministério do Turismo, 2013.

Nota-se, ao analisarmos os dados referentes à comparação entre a primeira (2007-2011) e segunda edição (2012-2013) do Programa Viaja Mais Melhor Idade, que parece ter havido um incremento nas vantagens oferecidas ao público alvo, como pode ser observado na figura acima.

Observa-se, por exemplo, que houve uma facilitação quanto ao pagamento das viagens, tendo em vista que na primeira edição apenas o crédito consignado era aceito como forma de pagamento. Já na segunda edição, o crediário e o cartão de crédito passaram a ser aceitos.

Um outro aspecto que se destaca é o pagamento de forma parcelada: na primeira edição do programa, o pagamento das viagens poderia ser parcelado em até 10X, com juros reduzidos; na segunda edição, esse parcelamento foi aumentado para 48X, o que nos indica ter havido uma maior facilitação tanto para a realização das viagens quanto para o pagamento das mesmas.

Continuando a observação dos resultados do Programa, observa-se um outro ponto de destaque: a mudança entre as datas pré-definidas para as viagens, na primeira edição, e a possibilidade de viajar em qualquer época do ano na segunda edição. Esse ponto indica que o Programa está facilitando ainda mais a realização de viagens.

Sobre os destinos (emissores e receptores) disponíveis, passaram de 40 e 28, respectivamente, para abranger todos os municípios brasileiros, representando maior cobertura nacional, o que representa um significativo aumento para a cobertura desse projeto em território nacional. Houve, ainda, aumento nos descontos que antes era apenas para hotéis na primeira edição, já na segunda edição os descontos compreendem toda a rede credenciada. Além dos demais dados apresentados na figura 1 que mostram incremento nas ações do projeto e podem ser visualizados na mesma.

Todavia, uma pergunta importante que deve ser feita é: as facilitações observadas na segunda edição do programa foram implementadas pois houve resultados muito bons na primeira edição, por isso esse programa foi ampliado, ou na primeira edição o resultado não foi o esperado e por isso vieram os incrementos na segunda edição, com o propósito de fazer com que o programa desse melhores resultados?

Para responder a esse questionamento e a tantos outros que surgem a partir desse estudo inicial, sugere-se que haja aprofundamento na temática, pois é necessário buscar dados numéricos que comparem as edições do projeto, além de mais documentos que de fato apresentem com mais clareza os reais benefícios e o alcance que obteve ou pretende obter nos próximos anos.

Analisando criticamente os resultados, o presente estudo trouxe uma contribuição inicial no que se refere a necessidade de estudar de forma mais profunda o projeto Viaja Mais melhor idade, ativo desde 2007 e presente nos principais documentos que norteiam a política nacional de turismo, porém, a apresentação de seus reais resultados não caminha na mesma velocidade que suas promessas. Assim sendo, esse projeto carece ser melhor analisado, uma vez que não há dados suficientes que o embasem nos 03 planos analisados no que se refere ao conteúdo, nem há possibilidade de fazer uma comparação entre os anos. Por isso, outros trabalhos podem surgir a partir das inquietações aqui apresentadas.

## CONCLUSÕES



De acordo com os dados analisados nos Planos nacionais de turismo sobre o projeto Viaja Mais Melhor Idade, observa-se que os mesmos não aprofundam e/ou avançam no discurso desde o ano de criação do mesmo, 2007.

Contudo, a partir da análise de um documento do Ministério do Turismo em 2013, foi possível realizar uma análise dos principais resultados desse projeto, pois pôde-se observar que houveram mudanças em relação a primeira edição onde foram expostos resultados e diferenças referentes a segunda, que mostram, entre outras coisas: descontos e facilidades de créditos, com uma maior viabilidade do serviço turístico para os idosos. Com isso foram validadas melhorias para o avanço em sua segunda edição, a exemplo da quantidade de destinos receptores e emissores que na edição anterior ofertava 40 e 28, respectivamente, e que na segunda edição passou a ser acessível a todos os municípios dando assim atribuições para o desenvolvimento dessa atividade e incentivo na escolha desses aposentados que desejam viajar e conhecer novos lugares.

Sabe-se que a partir destes dados, em que houve uma comparação quantitativa e qualitativa entre as duas edições do Viaja Mais Melhor Idade, permitiu-se compreender melhor o sucesso ou o fracasso do mesmo.

Porém, outros estudos devem ser realizados no sentido de analisar os avanços desse projeto em território nacional e/ou complementar e compartilhar a partir de estudos de casos o seu conhecimento por estudiosos da área, a começar pelo seu avanço em cada um dos estados do país, sugere-se uma análise inicial no Rio Grande do Norte, especialmente, no município de Natal, área de abrangência das pesquisadoras.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007 – 2010**. Brasília, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Documento Referência do Turismo Nacional 2011 – 2014**. Brasília, 2011.
- \_\_\_\_\_. **Plano Nacional de Turismo 2013 – 2016**. Brasília, 2013.
- \_\_\_\_\_. **Apresentação dos resultados do Viaja Mais Melhor Idade**. Disponível em: < <https://www.viajamais.gov.br/vm/ArquivoServlet?m=arquivoPorId&id=48> > Acesso em 20 de setembro de 2015.



## **Planejamento e gestão de eventos: Uma análise da Festa do Padroeiro São João Batista do município de Arez/RN.**

**Lenicélia Barros do Nascimento<sup>1</sup>, Juliany Bezerril de Oliveira<sup>2</sup>, Darlyne Fontes Virginio<sup>3</sup>,**

<sup>1</sup> Formanda do Curso Técnico em Eventos- IFRN. E-mail: lenicelia\_barros@yahoo.com.br; <sup>2</sup> Formanda do Curso Técnico em Eventos – IFRN. E-mail: Juliany.boliveira@outlook.com; <sup>3</sup> Professora de Eventos e Turismo - IFRN. e-mail: Darlyne.fontes@ifrn.edu.br;

### **RESUMO**

O planejamento é uma ferramenta importante que auxilia na gerência de um evento, levando em conta que é uma maneira de nortear os organizadores para que imprevistos sejam reduzidos, visando sempre melhorias para atingir o sucesso esperado. Esse trabalho tem como objetivo, analisar como se dá a gestão do Evento Festa do Padroeiro São João Batista do município de Arez/RN, sob o enfoque do planejamento. Tendo na metodologia, a realização de um estudo bibliográfico, através de contextos e aspectos conceituais que se referem aos assuntos principais toda a pesquisa foi ancorada em autores especialistas na área; além disso, entrevistas foram realizadas com os gestores da Festa em tela, objetivando entender se o planejamento e a gestão são pautados desde a organização do evento. Contudo, pesquisas junto à população local também foram realizadas, com o intuito de entender se a mesma está satisfeita o evento, estudado. Dessa forma, o trabalho expõe as etapas de organização de um evento formado através de instrumentos de metodologias que garantem credibilidade junto ao seu público-alvo. Por fim, os resultados apontam que não há conhecimento por parte dos gestores do evento sobre ferramentas de planejamento e gestão para a organização da Festa do Padroeiro de Arez/RN e, nem tampouco, que a população se encontra satisfeita com o referido evento.

**Palavras-chave:** Arez/RN, Eventos, Gestão, Planejamento

### **INTRODUÇÃO**

O setor de eventos movimentou R\$ 209,2 bilhões em 2013, o que representa uma participação do setor de 4,32% do PIB do Brasil. Uma pesquisa feita em 2002 com dados de 2011, apontou que a renda anual da indústria de eventos foi de R\$ 37 bilhões naquele ano. Em 2013, o Brasil sediou 590 mil eventos, 95% deles nacionais e metade realizada na região sudeste. Ao todo, eles tiveram a participação de 202,2 milhões de pessoas que gastaram, em média, R\$ 161,80 (o que somou gastos de R\$ 99,3 bilhões).

Portanto, o presente estudo mostra a importância da gestão e do planejamento nos eventos. Sabe-se que o planejamento é o primeiro passo para que se possam atingir bons resultados, iniciando com a elaboração do projeto para atingir de forma eficiente o seu público-alvo buscando obter, então, os resultados planejados. Por sua vez, a gestão busca criar uma harmonia entre a organização e a equipe que trabalha para o evento acontecer. Dessa forma, os objetivos são alcançados e o sucesso do evento se torna visível.

Partindo dessa perspectiva e sabendo que o planejamento é uma ferramenta eficaz, foi que surgiu o interesse nesse estudo, a partir da necessidade de traçar o perfil dos gestores que organizam a Festa em questão, além de analisar a importância do planejamento e a frequência de seu uso durante a realização do evento. Dessa forma, tencionou-se analisar como se dar a gestão do evento Festa do Padroeiro São João Batista do município de Arez/ RN sob o enfoque do Planejamento, que

se deu das seguintes etapas: Buscar traçar o perfil dos gestores, analisar como se dá o planejamento pela secretaria responsável; identificar quais as principais dificuldades encontradas no processo de gestão e planejamento evento e quais são os fatores que implicam na melhoria da economia local em ações criativas para a cidade.

## MATERIAL E MÉTODOS

### Tipo de estudo:

- **Qualiquantitativo:** Qualitativo por ter sido por meio de entrevista e quantitativo pelos questionários aplicados.
- **Descritivo:** Por relatar e descrever os dados coletados.  
O presente estudo foi idealizado para analisar a importância do planejamento na gestão do evento Festa do Padroeiro São João batista do município de Arez/RN.
- Questionário através de entrevista contendo perguntas fechadas e abertas. Foram aplicados 51 questionários contendo 09 perguntas nos dias 23 e 24 de junho, para identificar o público e entender o grau de satisfação da população local com relação ao evento.
- Formulário de entrevista semiestruturada junto a 07 gestores, composto por 10 perguntas. O mesmo foi aplicado no dia 04 de agosto, para analisar o conhecimento dos entrevistados em relação ao planejamento durante a organização do evento.

Para o desenvolvimento desse estudo foram utilizados, ainda, livros didáticos que abordavam o assunto. Desta forma, os dados foram tabulados para facilitar na interpretação dos resultados, além da análise de conteúdo realizada a partir dos dados coletados nas entrevistas.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### Perfil dos Gestores da Festa do Padroeiro do Município Arez/RN

No presente trabalho, buscou-se traçar o perfil dos entrevistados onde discorreram de forma sucinta que não têm o conhecimento da importância do planejamento na execução do evento, de tal forma que ele não é utilizado.

Foi realizada uma entrevista através de um roteiro com perguntas abertas e fechadas, totalizando 10 perguntas direcionadas aos gestores do Evento.

Esses gestores foram identificados como:

- Entrevistado A
- Entrevistado B
- Entrevistado C
- Entrevistado D
- Entrevistado E

O “entrevistado A” é do sexo masculino, possui o ensino médio completo, ocupa o cargo de secretário de cultura. O “entrevistado B” também é do sexo masculino, possui o ensino médio completo, ocupa o cargo de subsecretário. O “entrevistado C” é do sexo feminino, possui o ensino superior, ocupa o cargo de subcoordenadora. O “entrevistado D” também do sexo feminino, possui o ensino superior, ocupa o cargo de assessora. O “entrevistado E” é do sexo masculino, possui ensino superior, ocupa o cargo de pároco do município.

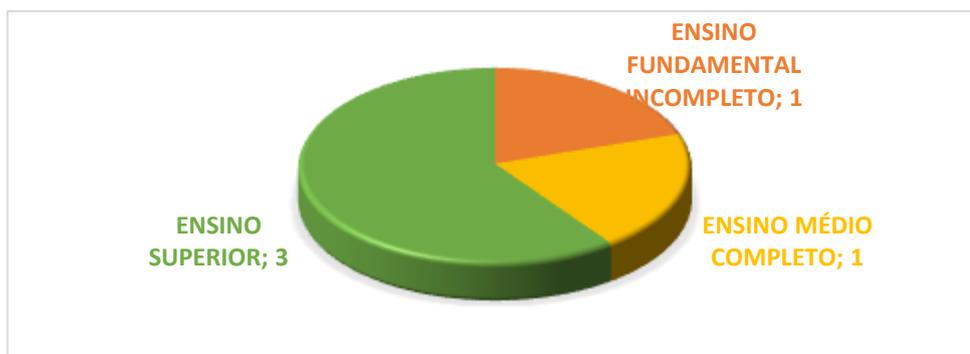


Gráfico 01: Escolaridade dos gestores.

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A primeira questão abordada foi em relação ao planejamento durante a elaboração do evento e como ele ocorre. Na opinião do entrevistado “A”: “Ele falou apenas que é para colocar tudo que vai acontecer no papel.” Entretanto para o entrevistado “B”: Ele fala que é utilizado o mesmo planejamento de todos os anos que já bem de outras gestões. Para o entrevistado “C”: Ele não sabe a importância do planejamento para a execução desse evento. Assim para o entrevistado “D”: A programação só existe na parte religiosa, e que é de competência deles apenas a questão da estrutura, organização das barracas e cadastros para a utilização do espaço. Já para o entrevistado “E”: Planejamento é saber o que quer ser feito, analisar o espaço utilizado, escolher equipe, data, local, custo, patrocinadores.

Em relação a opinião sobre a importância do planejamento para o evento, alguns entrevistados afirmaram que desconhecem essa importância. É possível analisar que os demais têm o conhecimento e sabem da importância quando eles afirmam que: Sem o planejamento o evento não acontece com eficácia, deve ser utilizado sempre em tudo o que for se feito e serve para reparar algum defeito que venha a acontecer antes de ser executado.

Foram perguntados sobre o número estimado de participantes por dia e no total, eles afirmaram que não sabem informar esse total, que é de responsabilidade da polícia que só eles saberiam passar essa informação, mas que na parte do evento religioso foi afirmado que o evento recebe cerca de 1.000 por dia.

Em outro aspecto da entrevista foi perguntado aos entrevistados se há projeto do evento e se ele é utilizado pela equipe durante a organização do evento. As respostas dos entrevistados foram que sim, existe um projeto do evento, mas quando foi pedido para que eles descrevessem o que compõe o projeto eles não souberam descrever, apenas um descreveu minuciosamente o projeto e apresentou uma cópia dele.

Quando foi perguntado sobre as ferramentas e/ou metodologias que auxiliam no planejamento, controle e avaliação do evento, eles desconheceram apresentando apenas o cronograma como a principal ferramenta, ressalve um que apresentou detalhadamente a importância de cada um para o evento.

Em relação a infraestrutura e economia, foi perguntado se há um processo de verificação da estrutura física da festa com segurança, os entrevistados falaram que sim, mas que é de responsabilidade do corpo de bombeiro. Já na parte do religioso, ele falou que existe esse tipo de verificação através de pesquisa de gabinete, mas que já existe uma equipe que fornecem essa infraestrutura e que já vem trabalhando com eles há algum tempo.

Sobre o motivo da escolha do mesmo espaço para a realização da festa, eles falaram que é por ser um espaço de fácil acesso à Matriz. Foi perguntado se a festa influencia de alguma maneira no

aquecimento/aumento da economia local durante o período que está acontecendo, eles falaram que acreditam que sim, pois é uma maneira de se ter uma renda extra.

A última questão a ser apontada, foi sobre as dificuldades encontradas durante o processo de planejamento e gestão do evento: Eles deixaram claro que dificuldade sempre terá, pois estão mexendo com um todo, mas que a questão maior é sempre a parte do financeiro, é onde dificulta um pouco.

A pesquisa foi aplicada no decorrer do evento e foram entrevistados 51 participantes, onde a maioria 67% era do sexo masculino, 33% do sexo feminino. Entre os participantes existiam faixas etárias alternadas representadas por 67% acima de 26 anos, e 33% tem entre 15 e 25 anos. É o que mostra o gráfico 01:



Gráfico 01: Faixa etária dos participantes.

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Em relação aos residentes e visitantes, pode-se constatar que 75% dos entrevistados são residentes no município, onde apenas 25% são visitantes. Onde mostra que 72% possuem o ensino médio completo, 22% o ensino superior e apenas 6% estão concluindo o ensino médio.

Os entrevistados relataram que os gestores não trazem nada de inovador e criativo para que o evento se torne um referencial na microrregião, por se ter como o padroeiro da cidade e ser um evento de uma boa durabilidade não traz nada de atrativo para que os municípios vizinhos se desloquem da sua cidade para participarem.

Entre esses participantes foi perguntado qual o grau de satisfação deles em relação à festa do Padroeiro, no decorrer das respostas ficou claro que muitos não estão satisfeitos com o evento, pelo fato de ter perdido as suas características e por não trazer nada criativo que possa atrair visitantes das regiões vizinhas. É o que mostra o gráfico 02.

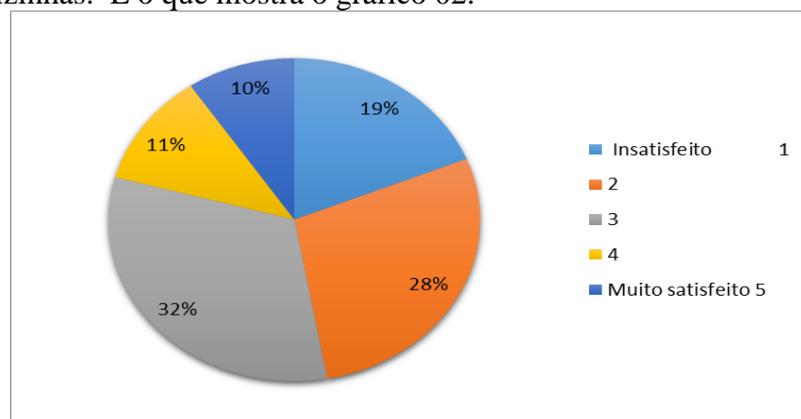




Gráfico 02: Grau de satisfação dos participantes em relação ao evento.

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Ficou claro que os participantes não acreditam nos benefícios que o evento possa trazer para a comunidade, principalmente porque não gera expectativas e por não ter algo que chame a atenção do público. Assim, foi relatado que por ser uma festa tradicional deveria beneficiar mais a economia local e isso não ocorre porque se tornou pouco procurado, principalmente, porque não possui caráter inovador ano após ano. Por esse motivo o evento não gera expectativas para os participantes.

Durante a entrevista muitos relataram que criam grandes expectativas, mas que elas reduzem quando vê em que o evento não traz nada de inovador, pois é utilizado sempre a mesma programação no decorrer do período da festa. Dessa maneira o evento se tornou esquecido pelos visitantes, passando a ter como público em sua grande maioria os próprios nativos

## CONCLUSÕES

É indiscutível que um evento possibilita a um destino o desenvolvimento para sua melhoria. Este estudo foi idealizado com intuito de analisar até que ponto o planejamento diferencia em um projeto de evento e a frequência da sua utilização para o seu sucesso do mesmo.

Assim, como o evento é de uma maneira conhecida pelas comunidades vizinhas pelo foco religioso, surgiu a curiosidade de como acontece a organização partindo os gestores em relação a parte social.

Por meio dessa pesquisa, foi possível constatar que a gestão desse evento apresenta fatores não tão relevantes que os favoreças, quando comparados ao que se pede um evento que conheça toda metodologia e ferramenta que venha a fazer um evento organizado.

Dessa forma, as informações que foram obtidas nesse estudo de pesquisa acadêmica terão grande importância na contribuição de outros estudos. E assim, tornando um documento de pesquisa onde poderá auxiliar em outros estudos.

Através do estudo de cada capítulo todas as informações que foram adquiridas durante todo o processo desse trabalho acadêmico, todo conhecimento que foi proporcionado através das descobertas, tornou-se um aprendizado que será repassado para todos que tiverem o mesmo interesse.

Por fim, termino esse estudo afirmando que diante de tudo que tudo que foi imaginado, o trabalho afirma que existe pouca preparação diante dos que estão a frente desse evento.

## REFERÊNCIAS



ALLEN, JOHNNY [ et al]. **Organização e Gestão de Eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ANDRADE, Renato Brenol – **Manual de eventos**. 4. ed. Atualizada. Caxias do Sul, RS: Edus, 2013.

BRAYNER, Natália Guerra. **Patrimônio Cultural imaterial: para saber mais**. Brasília, DF: IPHAN, 2007.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para Eventos: Uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

Eventos: **A importância para o turismo do terceiro milênio** / Miguel Bahl, - São Paulo: Roca, 2003.

INVTUR - AREZ. **Inventário da Oferta Turística de Arez/RN**. Prefeitura Municipal de Arez, 2014.

**I Dimensionamento econômico da indústria de eventos**. [S. L.]: Revista dos Eventos, 2002.

33 p. Dimensão em: [http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2013/10/I\\_Dimensionamento\\_de\\_eventos\\_do\\_Brasil.pdf](http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2013/10/I_Dimensionamento_de_eventos_do_Brasil.pdf). Acesso em: 24 det. 2014.

João Alfredo Pessoa de Lima Neto - **Anotações sobre a História de Arez**: Editora Clima, 2000.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. São Paulo: Manole, 2013.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Criatividade em Eventos**. São Paulo: Contexto, 2000.

MENDONÇA, Maria José Alves & PEROZIN, Juliana Gutierrez Penna Almendros. **Planejamento e organização de Eventos**. São Paulo: Érica, 2014.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**/Campinas, SP: Papirus, 2012.

ZITTA, Carmem. **Organização de Eventos: da ideia à realidade**/ Carmem Zitta. 5. Ed-Brasília: Editora Senac – DF, 2014



## **Matriz SWOT como Ferramenta de Planejamento Turístico: um estudo no Município de Canguaretama/RN.**

**Juliany Bezerril de Oliveira<sup>1</sup>, Lenicélia Barros do Nascimento<sup>2</sup>, Darlyne Fontes Virgínio<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Formanda em Eventos– IFRN. e-mail:julianyb.oliveira@outlook.com; <sup>2</sup>Formanda em Eventos – IFRN. e-mail:lenicelia\_barros@yahoo.com.br; <sup>3</sup>Professora de Turismo e Eventos -IFRN. e-mail:Darlyne.fontes@ifrn.edu.br

### **RESUMO**

O estudo teve como propósito identificar pontos fortes e pontos fracos, através da ferramenta Matriz SWOT, Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*), que é uma ferramenta utilizada, por áreas como administração, para analisar os ambientes internos e externos das organizações, porém, é recente na atividade turística, vindo a elucidar com o planejamento turístico do município de Canguaretama/RN. Justifica-se para a academia o presente estudo pois assemelha-se com outros já percorridos sobre a ótica do planejamento turístico, o que evidencia-se pelo fator condicionante do município estudado ter potencial para a atividade turística além de ser pioneiro neste sentido, vem a contribuir com a inventariação que foi realizada no município em tela há pouco tempo. Para fins metodológicos se constitui como uma pesquisa qualitativa, e utilizou-se de um banco de dados extraído do projeto do Plano Municipal de Turismo do município, para identificar a área de atuação dos atores sociais envolvidos direta e indiretamente com a atividade turística, realizou-se também uma oficina que buscou conhecer os pontos fortes e fracos a partir da visão dos atores sociais, e realizou-se uma entrevista com o gestor à frente da secretaria de Turismo buscando saber qual a percepção do mesmo referente ao planejamento turístico local. Pode-se concluir que os atores sociais do município atuam na iniciativa privada, no poder público, na sociedade civil organizada e como moradores locais. A debilidade do município segundo os atores sociais é a infraestrutura do município, porém as belezas naturais e turismo religioso são consideradas forças. Dentre os demais resultados serão discutidos no estudo.

**Palavras-chave:** Canguaretama/RN, Matriz SWOT, Planejamento turístico

### **INTRODUÇÃO**

A prática do turismo cada vez mais explorada exige um planejamento árduo que não beneficie ou agrade apenas aqueles que visitam os locais, mas também aqueles que residem à localidade, buscando a melhor forma de ampliar seus atrativos, preservando seus recursos naturais e a cultura de um povo, de maneira sustentável. Para tanto, tencionou-se identificar quais os resultados que uma matriz SWOT, pode trazer ao planejamento turístico do município.

Nesse estudo, abordou-se o caso de Canguaretama/RN um município com defasagem em seu processo evolutivo da atividade turística. Para responder a esta problemática, o presente trabalho tencionou identificar: quais os resultados que uma Matriz SWOT pode trazer ao planejamento turístico de um município? Nesse estudo, abordou-se o caso de Canguaretama/RN um município com defasagem em seu processo evolutivo da atividade turística.

Para responder a esta problemática, o presente trabalho buscou: Identificar a área de atuação dos atores sociais envolvidos na prática turística do referente município; aplicar uma análise situacional da localidade, com os atores sociais envolvidos direta e indiretamente com a atividade turística além de entidades do setor público; estudar os resultados obtidos a partir da análise; identificar a percepção do gestor sobre planejamento turístico.

Um município sem planejamento cresce desordenado, consome seus recursos, não conhece as prioridades da sua comunidade. Para tanto, o planejamento turístico em Canguaretama/RN surge como forma de propor ações que valorizem os recursos naturais de forma sustentável, melhorem a percepção da população e turistas diante da imagem bem preservada e divulgada da localidade.

## MATERIAL E MÉTODOS

O presente estudo se constitui como uma pesquisa qualitativa, assim também como um estudo descritivo-exploratório. Deste modo, foram realizadas pesquisas em documentos, tais como: o inventário da oferta turística, livros sobre planejamento turístico, *sites* da internet, artigos científicos relacionados com a aplicabilidade da Matriz SWOT.

Para identificar a área de atuação dos atores sociais extraiu-se de um banco de dados, constituído a partir de uma reunião do projeto do plano municipal de turismo do município, composto por 74 atores sociais. No que se refere ao escopo de aplicação da matriz SWOT no Município de Canguaretama/RN, houve uma oficina com a população local que teve como objetivo descobrir quais os pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças. Esta oficina foi realizada no dia 04 de setembro de 2014 no distrito de Barra do Cunhaú, onde foram elencados 98 itens por 23 participantes dos seguintes grupos: moradores locais, sociedade civil organizada, iniciativa privada e pública.

Após a realização da referida oficina e para atingir aos resultados esperados, foi realizada uma análise dos pontos fortes e fracos. Para tanto, seguiu-se como procedimento de análise dos 98 itens, a realização de uma triagem dos resultados, onde foram elencados os mais relevantes do ponto de vista do desenvolvimento turístico local.

Para dar embasamento ao presente trabalho também foi realizada uma entrevista com o gestor da secretaria de Turismo do Município através de um roteiro, com o intuito de identificar qual a percepção do gestor público do Município que responde pelo turismo e confrontar os dados coletados com as necessidades apontadas pelos participantes da oficina.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 1. Atores Sociais

No planejamento turístico de uma localidade a participação dos atores sociais é parte fundamental no processo de desenvolvimento da mesma. Para dar embasamento ao presente estudo, atentou-se para a participação dos atores sociais, como pode ser observado no gráfico 01.

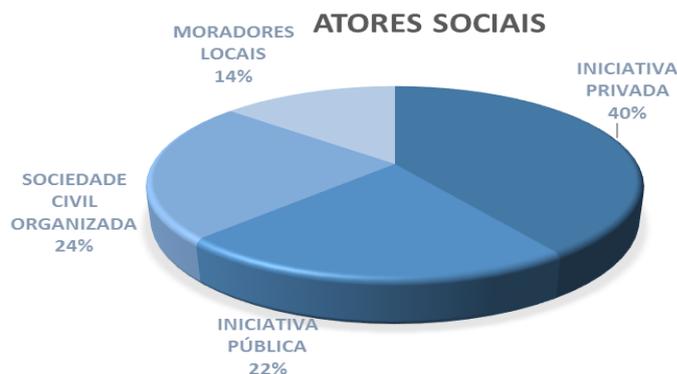




Gráfico 01: Atores Sociais compostos por Iniciativa privada, Iniciativa pública e Sociedade Civil Organizada e Comunidade local.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

O gráfico 01 representa o banco de dados do atores sociais envolvidos direta e indiretamente com a atividade turística de Canguaretama, composto por 74 pessoas, que destes, 40% representam a iniciativa privada do município, a grande maioria está concentrada em Barra do Cunhaú por ser conhecida como uma bela praia, atraindo empresários, em parte constituídos por estrangeiros e empresários locais que buscam o fomento turístico. São proprietários de Bares e Restaurantes, de meios de hospedagens, de passeios e esportes de aventura.

Já o poder público do município mostra-se parte interessada no desenvolvimento da atividade turística, 22% dos atores cadastrados no banco de dados são do setor público dos setores de obras, transporte, meio ambiente, educação, cultura, câmara de vereadores, de turismo. Pode-se analisar os atores sociais da iniciativa privada é parte fundamental, sendo que estes setores são partes fundamentais no processo desenvolvimento da atividade turística e do processo de desenvolvimento.

O desenvolvimento necessita de vários eixos, infraestrutura, marketing, meio ambiente, educação, entretenimento entre outros. Porém, a sociedade civil pode mostrar-se atuante neste processo de desenvolvimento. No gráfico 24% são sociedade civil organizada e 14% são membros da comunidade local tais como: Presidente de ONGs, representantes de associações de moradores, comerciantes locais envolvidos indiretamente na atividade turística, donos de escolas.

Identifica-se que os atores sociais do município de Canguaretama são pessoas que atuam direta ou indiretamente com a atividade turística e que são parte de um todo, no processo de planejamento da atividade turística.

## 2. Matriz SWOT: A percepção dos atores sociais

Para se compreender a realidade de uma localidade é necessário, antes de qualquer coisa conhecer seus moradores, seus comerciantes o que eles acham, sua opinião sobre o lugar onde residem ou atuam.

Para tanto, a oficina realizada no distrito de Barra do Cunhaú em 04 de setembro de 2014 com membros da iniciativa privada, poder público e sociedade civil organizada e com alguns membros da comunidade local, buscou conhecer as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças do município onde foram elencados 98 itens que surgiram com a aplicação da Matriz SWOT. Esses itens mostraram as debilidades do município em relação ao desenvolvimento turístico, contudo que no período da realização da oficina, à frente da secretaria de turismo encontrava-se outro gestor.

Desta maneira esse estudo apresenta de forma dividida e organizada os itens elencados em eixos temáticos para discorrer melhor a descrição e análise dos dados coletados, como pode ser observado no quadro 01 na primeira coluna, destacam-se os eixos temáticos no qual os participantes elencaram cada item proposto, na perspectiva dos pontos que mais implicam o desenvolvimento de uma localidade tais como: Infraestrutura, Marketing, Meio Ambiente, Capacitação e Cultura. Na segunda coluna realizou-se uma descrição dos pontos elencados, e na terceira coluna optou-se pelos quadrantes da SWOT, a fim de identificar os pontos elencados conforme divido os eixos temáticos, com o intuito de apresentar aqueles itens mais citados pelos participantes e realizou-se também uma triagem dos itens.

EIXOS TEMÁTICOS	ESCRITAÇÃO DOS ITENS ELENCADOS	ANÁLISE SWOT
-----------------	--------------------------------	--------------

<p><b>INFRAESTRUTURA</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vias de acesso em más condições;</li> <li>2. Falta de saneamento básico;</li> <li>3. Segurança Pública insuficiente;</li> <li>4. Quantidade de leitos em M.H. insuficientes.</li> <li>5. Serviços de comunicação precários (sinal de internet, telefone móvel);</li> <li>6. Iluminação pública;</li> <li>7. Bate/volta;</li> </ol>	<p><b>FRAQUEZA</b></p>
<p><b>MARKETING</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Criação de uma marca para o município;</li> <li>2. Belezas naturais;</li> <li>3. Potencial para roteiros turísticos;</li> <li>4. Turismo de Eventos;</li> <li>5. Participação no polo Costa das Dunas;</li> <li>6. Sazonalidade</li> </ol>	<p><b>OPORTUNIDADE/ FRAQUEZA</b></p>
<p><b>MEIO AMBIENTE</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poluição dos recursos hídricos (rios, mar, manguezal);</li> <li>2. Desmatamento do manguezal;</li> <li>3. Avanço do Mar;</li> <li>4. Desenvolvimento acelerado de municípios vizinhos;</li> </ol>	<p><b>FRAQUEZA/ AMEAÇA</b></p>
<p><b>CAPACITAÇÃO</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oferta de cursos profissionalizantes (PRONATEC, SENAC);</li> <li>2. Parcerias entre instituições de Ensino tal como IFRN;</li> <li>3. Projeto Barco escola;</li> </ol>	<p><b>FORÇA</b></p>
<p><b>CULTURA</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Território indígena;</li> <li>2. Patrimônios materiais;</li> <li>3. Grupos culturais: Chegança, Coco de roda, Fandango, Capoeira, Quadrilhas juninas, Toré, Fanfarras;</li> <li>4. Lendas;</li> </ol>	<p><b>FORÇA</b></p>

Quadro 01: Resumo da análise da Matriz SWOT

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Segundo os atores sociais a fraqueza do município, está na infraestrutura, bem como, vias de acesso em más condições, falta de saneamento básico, iluminação pública, quantidade de leitos em

meios de hospedagens insuficientes, os serviços de comunicação são tidos como precários. Os atores sociais também elencaram o turismo de bate/volta como uma fraqueza, que é quando turista visita uma destinação turística mais não pernoita.

Toda via, não seria pelo fato de não ter diversificação dos atrativos, além do de sol e praia? Poderia ser a deixa para o desabrochar do turismo de eventos. O evento deve ser pensado como atividade econômica e social que gera uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade promotora, o comércio local, restaurantes e hotéis e para a comunidade. BRITTO e FONTES (2002, p.83). Assim como, a criação de uma marca para o destino, potencializando seus atrativos naturais e diversificando a oferta e atuando contra o efeito da sazonalidade período da baixa e alta estação.

No entanto, outro ponto elencado pelos atores sociais foi a degradação dos recursos naturais do município, que foi dita como realizada pela própria população. A cultura local foi tida como diversificada, porém que necessita ser valorizada pelos residentes do município, pois possui grupos culturais, patrimônios materiais, lendas. Outro ponto elencado como forte foi a oferta de cursos profissionalizantes.

Conclui-se que o município estudado tem defasagem em sua infraestrutura o que pode interferir no seu processo de desenvolvimento da atividade turística, mas pode utilizar de meios como os eventos para diversificar a oferta, além de promover ações que valorizem tanto a cultura local como seus recursos naturais, por meio da preservação.

### **3. A percepção da gestão pública local com relação ao planejamento turístico**

Pretendeu-se saber qual a percepção do Secretário de Turismo referente ao planejamento turístico local, através de uma entrevista. Denominado de Gestor. Em primeira pergunta, buscou-se conhecer se existem projetos para a área: O gestor discorreu que existem projetos e citou-os: Projeto Orla que consiste na organização dos espaços litorâneos de algumas localidades, o projeto de ornamentação da orla e seu saneamento, além da reforma do centro de turismo em Barra do Cunhaú que teve início na gestão anterior. No que se refere a incentivos financeiros para os empresários envolvidos diretamente com a atividade turística, o gestor informou:

Financeiro na realidade, tem que haver uma parceria com os empresários. Do jeito que está o país, mas não possui incentivo financeiro, tem que se fazer projetos para atrair estes recursos. (GESTOR ENTREVISTADO, 2015).

Com relação à preservação dos atrativos naturais existentes no município e na busca pela atração de um turista mais consciente, o gestor falou que sim, é importante, mas não soube discorrer mais sobre a pergunta. Destacando que políticas de preservação e conscientização da população local deveriam estar inseridas como projetos. O planejamento turístico é importante, o gestor:

Sim, porque nada sem planejamento vai para a frente, é o essencial de tudo e sem planejamento não se chega a um objetivo. (GESTOR ENTREVISTADO, 2015).

Na pergunta seguinte com o referente tema: Canguaretama está preparada para o desenvolvimento turístico de forma sustentável? O Gestor afirmou estar preparada da seguinte forma: entre as parcerias da secretária de turismo, secretaria de meio ambiente e o projeto orla, por exemplo. Sobre a questão da sazonalidade no município, quando questionado sobre seus efeitos e formas de controlá-la o gestor respondeu:

Existe é importante, pois é da região, para contornar seus efeitos, festival gastronômico, campeonato de *kite*-surf para atrair novos turistas para que este período não seja tão baixo. (GESTOR ENTREVISTADO, 2015).

Na percepção do gestor sobre quais ou qual a principal força do município: O gestor destacou que entre as forças do município estão: o turismo religioso e as belezas naturais, dentre as fraquezas a falta de saneamento básico, a falta de segurança, o desmatamento e as vias de acesso em más condições. Percebe-se que os pontos elencados pelo gestor estão interligados com os elencados pelos participantes da oficina realizada com os atores sociais e já apresentada como resultados desse trabalho. Quanto às ameaças o gestor ressaltou que não considera o crescimento de municípios vizinhos uma ameaça. No entanto, se o destino propuser um produto diferenciado irá atrair o turista mais facilmente apesar de não relatar que produtos seriam esses.

## CONCLUSÕES

Conclui-se que o presente estudo mostrou que matriz SWOT é importante no processo de planejamento do ambiente interno e externo de um município no caso Canguaretama/RN e que a partir dele é possível conhecer as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do destino e contribuir com o seu processo de planejamento turístico.

Na dimensão analisada, identificou-se quais as áreas de atuação dos atores sociais envolvidos direta e indiretamente. Sendo assim, pode-se perceber que para o município de Canguaretama desenvolver a atividade turística serão necessárias ações do poder público, da iniciativa privada e da população local.

Identificou-se também, a partir da análise situacional (SWOT) que o grande impasse para fomento turístico local se dá por meio da infraestrutura deficiente do município, além de necessitar de políticas de conscientização e preservação dos recursos naturais. Deve-se buscar valorizar a cultura local e continuar incentivando a capacitação de sua mão-de-obra. Ressaltando que a infraestrutura do município é deficiente não apenas a prática turística, mas, em qualidade para a sua população. Sugere-se projetos que se voltem para a melhoria de alguns pontos citados acima.

A percepção do gestor a frente da secretaria de Turismo do município na qual buscou-se conhecer, e identificou-se que a gestão pública local conhece os pontos fortes e fracos da sua localidade, assim também como tencionam projetos para o desenvolvimento turístico, visam uma oportunidade nos eventos, como forma de contornar os efeitos da sazonalidade turística. Sendo assim os objetivos propostos foram atingidos com êxito, diante do trabalho desenvolvido sugerem-se novos estudos, mais aprofundados sobre a temática.

## REFERÊNCIAS

BARRETO, Margarita. **Planejamento Responsável do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.



BASTOS, Sênia. Patrimônio Cultural e hospitalidade: subsídios ao planejamento turístico *in* **Planejamento e Gestão em Turismo Hospitalidade**. / DENCKER, Ada de F. Maneti, ORG. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

BRITTO, Janaina & FONTES, Nena. **Estratégias para Eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina Andrade. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2011.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo Sustentável; A proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

VIRGÍNIO, Darlyne Fontes; TRIGUEIRO, Renata Paula Costa. **INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA: Canguaretama/RN**. / Natal: IFRN, 2014.

YOUELL, Ray. **Turismo uma introdução**. São Paulo: Contexto, 2002.



## **Festival gastronômico de Baía Formosa/RN: uma análise da percepção e satisfação dos empresários do setor de A e B.**

**Amanda Mirely Cipriano Soares<sup>1</sup>, Darlyne Fontes Virginio<sup>2</sup>, Késia Duarte Cardoso<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Bacharel e Mestranda em Turismo - UFRN; Formanda em Técnica de Eventos pelo IFRN. E-mail: [amandamirellytur@gmail.com](mailto:amandamirellytur@gmail.com) <sup>2</sup>Bacharel e Mestre em Turismo - UFRN; Professora de Turismo e Eventos – IFRN. E-mail: [darlyne.fontes@ifrn.edu.br](mailto:darlyne.fontes@ifrn.edu.br) <sup>3</sup>Bacharel em administração FAINBRA; Formanda em Técnica em Eventos pelo IFRN E-mail: [kesia\\_bf@hotmail.com](mailto:kesia_bf@hotmail.com)

**RESUMO:** O crescimento das viagens mundiais não tem sido impulsionado apenas pelo fato de conhecer as características espaciais de um determinado local, mas pela busca de novos sentidos e experiências, proporcionadas também pelos acontecimentos programados, em especial os festivais gastronômicos. Diante disso, o presente trabalho objetiva analisar a percepção dos empresários do setor de Alimentos & Bebidas do VI Festival Cultural e Gastronômico de Baía Formosa/RN. No que se refere à metodologia, a presente pesquisa tem uma abordagem qualitativa, do tipo descritiva-exploratória, tendo analisado a percepção dos empresários do setor de A&B do referido festival, a partir da aplicação de questionário e pelo aporte de pesquisas bibliográficas. Nos resultados, verificou-se no perfil desses participantes, que tempo mínimo de atuação no segmento de A & B é menos de um ano e o máximo 38 anos. Em relação às percepções negativas referentes à gestão do evento destacaram-se, principalmente, a não sinalização indicando o local do festival, divulgação e alocação de banheiros químicos. Já como positivas: local e período de realização do evento, e o uso de alguns equipamentos de proteção no momento da manipulação dos alimentos e bebidas.

**Palavras-chave:** Eventos; Qualidade; Satisfação; Percepção; Festival Gastronômico; Baía Formosa

### **INTRODUÇÃO**

No período entre 2005 e 2013 houve um aumento significativo de 3,8% das viagens mundiais, o que implicou no deslocamento de 1.087 de turistas em todo o mundo e, conseqüentemente, acarretou em um grande impacto positivo na economia global, tendo em vista que o gasto médio dos turistas internacionais (3 trilhões de dólares) proporcionou um crescimento de 7 trilhões de dólares no PIB global, bem como contribuíram com a geração de 266 milhões de empregos em todo o universo, (WTTC, 2014).

Nesse sentido, as perspectivas para o setor ainda são positivas, já que, segundo as estimativas da OMT (2010), as viagens internacionais passarão de 1.400 milhões em 2020 para 1.800 milhões anuais em 2030. No entanto, as pessoas, ora mais exigentes (Bartholo 2005, Beni 2012; Nascimento & Silva 2009; e Nunes 2006), não estão viajando apenas pelo ato de viajar ou conhecer as características espaciais de um determinado local, mas estão em busca de novos sentidos e experiências (Dimmock e Tiyce 2001), proporcionadas também pelos acontecimentos programados, em especial os festivais gastronômicos.

Logo, para que esse tipo de evento obtenha êxito e implique na satisfação dos clientes, requer que seu planejamento e organização volte-se, essencialmente, para a inspeção e segurança alimentar, caso contrário, pode acarretar em alguns transtornos e, conseqüentemente, resultarem em insatisfação por parte de seu público alvo. Diante disso, o presente trabalho objetivou analisar a percepção dos empresários de Alimentos e Bebidas (A&B) em relação à gestão do VI Festival Cultural e Gastronômico da Albacora de Baía Formosa/RN.



Para além disso, o *corpus* teórico da pesquisa abrangeu breves discussões sobre festivais gastronômicos, satisfação de clientes e gestão de alimentos e bebidas. Em seguida, procedeu com a identificação do perfil desses empresários; uma análise de suas percepções sobre os aspectos de infraestrutura, organização e segurança do evento; e o nível de satisfação dos mesmos em relação aos stands destinados à fabricação e comercialização de alimentos e bebidas durante o festival.

## MATERIAIS E MÉTODOS

- Tipo de estudo: qualitativo do tipo descritivo e exploratório;
- Universo da pesquisa: Empresários que participaram do setor gastronômico do festival;
- Coleta de dados: questionário aplicado no período de 07 a 08 de Agosto de 2015;
- Análise de dados: Análise de conteúdo e estatística descritiva (SPSS).

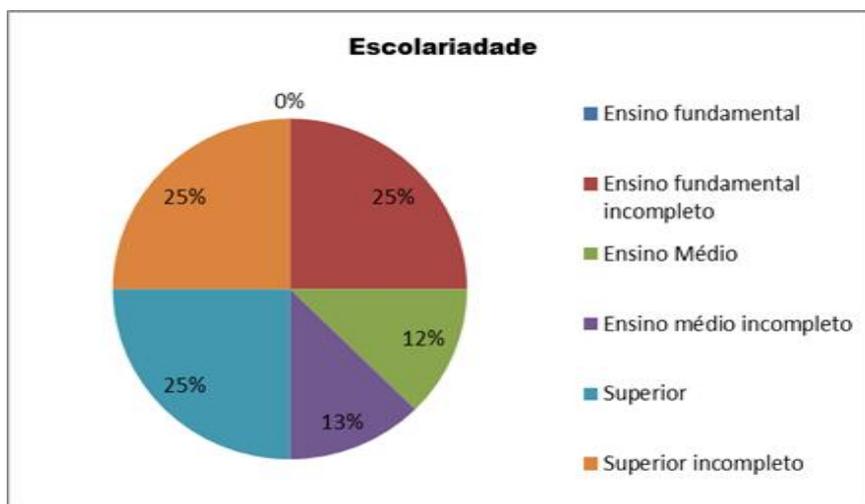
## RESULTADOS E DISCUSSÕES

### Perfil dos empresários do setor gastronômico

Com base na concepção de Andrade (2013), que a organização de excelência em qualquer área e/ou setor está diretamente relacionada com o empenho e as habilidades do gestor, se fez necessário identificar o perfil dos empresários que participaram do espaço de A & B do V Festival Cultural e Gastronômico da Albacora de Baía Formosa, uma vez que presume-se que alguns aspectos como: nível de escolaridade, idade e tempo de atuação no ramo, estão correlacionadas com habilidades destacadas pelo autor. Um gestor de A & B, por exemplo, com vasta experiência no ramo e com boa escolaridade pode contribuir efetivamente com elaborações de objetivo de uma organização, ou nesse caso, de um evento; bem como realizar diversas atividades paralelamente, colocando em prática a habilidade de eficiência. Além disso, esses perfis podem implicar em algumas habilidades de relacionamento, como: trabalho em equipe, iniciativa e capacidade de orientar e treinar.

Para tanto, como pôde ser observado na pesquisa *in loco*, a maioria dos respondentes (62%) foram identificados como de gênero masculino, bem como de faixa etária que varia de 36 a 45 e 46 a 59 anos de idade. Um dos fatores destacados por Brasil, Pereira e Machado (2008) que poderiam estar correlacionados com baixa representatividade do gênero feminino nesse parâmetro, seria a extensão da carga horária exigida pelo setor, já que as mulheres ainda carregam consigo a responsabilidade matriarcal de cuidar do lar e família, denotando assim menos tempo para dedicação ao trabalho secular.

Em relação ao estado civil e o nível de escolaridade dos participantes da pesquisa, verifica-se na que a maioria dos empresários (50%) é solteiro, e que o nível de escolaridade destes obteve a mesma proporção nas seguintes variáveis: ensino fundamental, superior e superior incompleto. (ver Gráfico 01).



**Gráfico 01- Nível de escolaridade dos empresários**

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

No quesito nacionalidade, foi identificado que todos os empresários que participaram do V Festival Cultural e Gastronômico de Baía Formosa/RN são brasileiros. Logo, quando se trata do aspecto social isso implica em um caráter mais sustentável do evento, uma vez que segundo Bartholo (2005) a sustentabilidade no turismo, excepcionalmente, na área de eventos pode estar intrínseca no fato de oportunizar democraticamente e economicamente a população local, regional e/ou nacional. O quadro 01 também faz menção ao referido comentário, uma vez que a maioria dos respondentes (75%) foi identificada como natural do estado em que o evento é realizado, isto é, o Rio Grande do Norte.

NATURALIDADE	
Empresário	Estado
Empresário 01	Pernambuco - PE
Empresário 02	Rio de Janeiro - RJ
Empresário 03	Rio Grande do Norte - RN
Empresário 04	Rio Grande do Norte - RN
Empresário 05	Rio Grande do Norte - RN
Empresário 06	Pernambuco - PE
Empresário 07	Rio Grande do Norte - RN
Empresário 08	Rio Grande do Norte - RN

**Quadro 01- Naturalidade dos empresários**

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

Verifica-se ainda no Quadro 02 que o tempo de atuação desses empresários no ramo de A&B variou em um período inferior a 01 ano até 38 anos. Desse modo, pode-se inferir que não há uma limitação por parte da organização do evento quanto à experiência desses participantes no setor gastronômico.

TEMPO DE ATUAÇÃO EM A & B	
Empresário	Ano
Empresário 01	17
Empresário 02	Menos de 1
Empresário 03	38

Empresário 04	25
Empresário 05	5
Empresário 06	2
Empresário 07	15
Empresário 08	7

**Quadro 02 – Tempo de atuação no ramo de A & B**

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Portanto, pode-se concluir que os empresários de A & B que participam do Festival em questão, no geral, são do gênero masculino, de nacionalidade brasileira, natural do estado do Rio Grande do Norte, faixa etária entre 36 a 59 anos de idade, de escolaridade média e com experiência no setor de A& B mínima, menos de um ano e máxima 38 anos.

### Percepção dos empresários em relação à gestão do evento

Como pode ser observado no Quadro 03, a menor média obtida no quesito da infraestrutura geral foi 1,87, esta se refere à sinalização indicando o local do evento. Essa avaliação indica que os empresários de A & B discordaram com a afirmação de que existe sinalização na cidade evidenciando o local de realização do festival. Já a maior média apresentada (6,38) infere que os respondentes concordam, quase que plenamente, com a local de realização do evento (Praia do Bacupari), principalmente, pelo fato de ser realizado bem arejado.

Infraestrutura	N	Min.	Max.	Média	Desvio Padrão
Infra1	8	3	7	5,00	1,690
Infra2	8	1	7	1,87	2,100
Infra3	8	6	7	6,38	518
Infra4	8	6	7	6,25	463
Infra5	8	1	6	4,37	1,847
Infra6	8	2	6	5,38	1,408
Infra7	8	5	6	5,88	354
Infra8	8	2	6	5,38	1,408
Infra9	8	2	6	5,38	1,408
Infra10	8	1	6	4,63	2,264
Infra11	8	1	6	2,50	2,204
Infra12	8	1	6	2,13	1,642
Infra13	8	1	6	2,63	1,847
Infra14	8	2	7	5,63	1,506
Valid N (listwise)	8				

**Quadro 03 – Análise descritiva da variável infraestrutura geral**

N= População

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

No tocante à programação, verifica-se por meio da média geral 3,63 apresentada no quadro 04, que os empresários nem discordam e nem concordam com inferência de que a equipe organizadora do evento realiza uma boa divulgação do festival nas mídias sociais. Não obstante, a média 5,88 infere que estes concordam pouco com o fato de que o evento é realizado em um bom mês do ano.

Programação	N	Min.	Max.	Média	Desvio padrão
Prog1	8	4	7	5,88	835
Prog2	8	1	7	5,38	1,847
Prog3	8	2	7	5,13	1,553
Prog4	8	1	6	3,87	2,232
Prog5	8	1	7	3,63	2,504
Prog6	8	1	7	4,63	2,134
Valid N (listwise)	8				

**Quadro 04 – Análise descritiva da variável programação**

N= população

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Observa-se no quadro 05, que a menor média (1,13) indica que os empresários questionados discordam plenamente com o fato sobre a disponibilização de um banheiro exclusivo para os funcionários de A & B no local do evento. Contudo, a média geral 6,62 indica que eles concordam plenamente com inferência relativa ao uso de toucas de proteção durante a manipulação dos alimentos e bebidas por parte dos cozinheiros do evento.

Segurança	N	Min.	Max.	Média	Desvio padrão
Seg1	8	1	7	5,50	1,927
Seg2	8	4	7	6,00	926
Seg3	8	1	4	1,63	1,061
Seg4	8	1	7	5,50	1,852
Seg5	8	1	6	3,38	2,200
Seg6	8	1	6	2,00	1,690
Seg7	8	1	2	1,13	,354
Seg8	8	6	7	6,62	,518
SegG9	8	6	7	6,38	,518
Seg10	8	1	7	2,75	2,659
Seg11	8	1	6	3,13	2,416
Seg12	8	1	6	3,13	1,885
Seg13	8	1	6	3,13	2,416
Seg14	8	1	6	3,00	2,268
Valid N (listwise)	8				

**Quadro 05 – Análise descritiva da variável segurança**

N=população

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

### Nível de satisfação dos empresários em relação à infraestrutura dos stands

Observa-se por meio da média geral 1,50 apresentada no quadro 06, que os empresários discordaram, quase que plenamente, com a afirmação evidenciada sobre alocação de fogões nos stands do setor gastronômico. Contudo, a satisfação destes em relação à contribuição da iluminação desses stands para a manipulação e fabricação de alimentos e bebidas foi bastante positiva, uma vez que a média geral obtida foi 6,33.

Infraestrutura	N	Min.	Max.	Média	Desvio padrão
Infra15	6	6	6	6,00	000
Infra16	6	5	6	5,83	408
Infra17	6	5	6	5,83	408
Infra18	6	6	7	6,17	408
Infra19	6	1	2	1,50	548
Infra20	6	6	7	6,33	516
Valid N (listwise)	6				

**Quadro 06- Análise descritiva da variável infraestrutura de A & B**

N= População

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

## CONCLUSÕES

A qualidade nos serviços prestados está diretamente relacionada com o grau de satisfação dos clientes. No entanto, mantê-la como diferencial no mercado de eventos é uma tarefa complexa, já que a percepção do termo varia de indivíduo para indivíduo, o que envolve diversos conceitos, gostos e personalidades.

Nesse sentido, a gestão do VI Festival Cultural e Gastronômico da Albacora de Baía Formosa/RN implicou, como já evidenciado, em algumas percepções negativas e positivas de seus participantes, em especial os empresários de A & B. Para além disso, os empresários destacaram algumas sugestões no que se refere as atrações musicais, divulgações, melhoria na infraestrutura do evento, promoção do destino, extensão da programação e comercialização de bebidas.

Essas informações além de atenderam claramente aos objetivos do trabalho, poderão contribuir com a realização de novas pesquisas com essa temática. No entanto, com limitações, observa-se que o estudo abrangeu uma amostra restrita, o que não permite amplas generalizações. Dessa forma, outros trabalhos poderão voltar-se para um público diferenciado e mais representativo, como por exemplo, turistas, gestores e/ou população local.

## REFERÊNCIAS

BARTHOLO, Roberto; DECLAMARO, Maurício; BADIN, Luciana. **Turismo e responsabilidade no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

BENI, C. M. **Turismo planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Ed. Manole LTDA, 2012.

DIMMOCK, K. e TIYCE, M. Festivals and events: celebrating special interest tourism". In DOUGLAS, N. et al (Eds.). **Special interest tourism**. Milton: John Wiley & Sons Australia, 2001.

NASCIMENTO, Hermógenes H. O.; SILVA, Valdenildo P. **Turismo pós-moderno: dilemas e perspectivas para uma gestão sustentável**. IFRN: Natal, 2009. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/viewFile/258/263>. Acesso em: 10 de Agosto 2015.

NUNES, Luiz Eduardo S. **Marketing de relacionamento como processo gerencial na fidelização de clientes no setor de turismo de negócios no Município do Rio de Janeiro: estudo de caso em um hotel**. Dissertação de mestrado - curso Administração e Desenvolvimento Empresarial. Estácio de Sá: Rio de Janeiro, 2006. Disponível em:



<http://portal.estacio.br/media/208446/disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20luiz%20eduardo%20santos%20nunes.pdf> . Acesso em 08 de Jul. 2015.

Organização Mundial de Turismo. **Tourism 2020 vision**. Madrid: OMT, 2010

WTTC. **Travel & Tourism: economic impact 2014 world**. WTTC: London, 2014.

## **AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS E DO APOIO AO TURISMO EM COMUNIDADES INDÍGENAS: Uma análise sob a percepção dos moradores do Catu dos Eleutérios**

**Maria Analice Antônio da Silva<sup>1</sup>, Micarla Naldilene da Silva<sup>2</sup>, Márcio Marreiro das Chagas<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Discente do Curso Técnico Subsequente em Eventos – IFRN. e-mail: mariaanaliceantonio@gmail.com; <sup>2</sup> Discente do Curso Técnico Subsequente em Eventos – IFRN. e-mail: micarla1993@hotmail.com; <sup>3</sup>Prof<sup>o</sup> Dr<sup>o</sup> dos Cursos Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo e Técnico Subsequente em Eventos- IFRN. e-mail: marcio.marreiro@ifrn.edu.br

**RESUMO:** O artigo tem como principal objetivo analisar o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo na comunidade indígena Catu dos Eleutérios, com a finalidade de identificar a importância desse desenvolvimento para a comunidade. Além disso, pretende averiguar a percepção dos moradores com relação aos impactos positivos e negativos do turismo, como também o apego e identificação do morador com sua comunidade. Para isso, foi empreendida uma pesquisa exploratório-descritiva, com abordagem analítica quantitativa. A amostragem foi probabilística, do tipo aleatório simples. O instrumento de coleta de dados foi o formulário com 28 questões fechadas, que foram aplicados entre os dias 18 de julho a 01 de agosto de 2015, abordando 290 pessoas entrevistadas que constitui a amostra final da pesquisa. Através dos resultados da pesquisa, observou-se que os moradores possuem apego e se identificam fortemente com a comunidade. Verificou-se principalmente que a maioria absoluta desses moradores apoiam o desenvolvimento do turismo na localidade, pois acreditam que esse desenvolvimento trará muitos benefícios e poucos malefícios para ela. Dessa maneira, a implantação do turismo irá melhorar a qualidade de vida dos residentes, de acordo com a percepção da própria comunidade.

**Palavras-chave:** Apoio dos residentes, Catu dos Eleutérios, comunidade indígena, desenvolvimento turístico sustentável, impactos do turismo

### **INTRODUÇÃO**

O turismo indígena, como o próprio nome indica, é aquele desenvolvido em terras indígenas, com base na identidade cultural de um grupo/comunidade indígena, buscando desenvolver a valorização do território, das crenças e dos costumes da localidade. Promove a interação do homem com a natureza, visando a sustentabilidade, para que os impactos negativos sejam minimizados e que sejam geradas melhorias na qualidade de vida da população receptora.

A comunidade indígena Catu dos Eleutérios tem aproximadamente 900 habitantes, que vivem basicamente de Benefícios do Governo Federal tais como: Bolsa Família, Programa Estadual do Leite e aposentadorias, e tem como fonte de renda a agricultura e o artesanato, produzidos por eles mesmos. A implantação do turismo no Catu é importante, porque aumentará o reconhecimento da comunidade que oferece alguns atrativos turísticos, entre eles temos a Trilha ecológica, a escola indígena, a boa culinária, o artesanato, etc. Dessa maneira um estudo na comunidade ajudará a resgatar e a valorizar a cultura indígena da região.

Segundo Vignati (2008) o apoio da comunidade local é de extrema importância para o desenvolvimento do turismo. Além disso, o mesmo autor indica que a população deve se unir para tomar decisões claras que ajudem a alcançar o objetivo esperado, que é implantar o turismo de forma sustentável para que ele gere benefícios.

Nesse sentido, este artigo tem como objetivo analisar o apoio dos residentes do Catu sobre o desenvolvimento do turismo em seu território. Além disso, a pesquisa pretende avaliar a percepção da comunidade sobre os impactos positivos e negativos estimulados pelo turismo, como também avaliar o apego afetivo, dependência e identidade do morador com relação a comunidade.

## MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa é caracterizada como exploratória e descritiva, com relação aos objetivos alcançados. Além do estudo bibliográfico, foi realizada uma pesquisa de campo de caráter quantitativo, através da aplicação de formulários com questões fechadas, aplicados na própria comunidade. A amostragem foi probabilística, sendo o sujeito escolhido pelo método aleatório simples. Uma amostra aleatória simples é um subconjunto de indivíduos (a amostra) escolhido a partir de um conjunto maior (a população). O instrumento de coletas de dados desenvolvido foi o formulário (questionário aplicado pelos próprios pesquisadores). Este continha 28 variáveis (incluindo dados pessoais) adaptados dos estudos de Castro (2013) e Santoro, Marques Júnior e Chagas (2015). A escala utilizada foi do tipo Likert de 07 pontos, variando de 01 a 07, onde no valor mínimo o entrevistado “discorda totalmente” e no valor máximo “concorda totalmente” com a afirmação. Através das dimensões de análise, foi avaliada a percepção dos moradores locais sobre os impactos positivos e negativos do turismo, o grau de dependência, apego e identificação da população com a comunidade, pois sabe-se que os povos indígenas possuem um maior afeto pelo local onde vivem, e o apoio dos moradores à implantação e desenvolvimento do turismo na comunidade indígena. A pesquisa foi realizada com foco na comunidade indígena Catu dos Eleutérios, localizada entre as cidades de Canguaretama e Goianinha, pertencentes ao Estado do Rio Grande do Norte, cujo público-alvo foi apenas os residentes.

O processo de coleta de dados ocorreu no período entre 18 de julho e 01 de agosto de 2015, com a aplicação de 290 formulários, os dados foram analisados por meio de estatísticas descritivas desenvolvidas pelo software SPSS 22.0.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### Perfil da amostra

Dentre os entrevistados 54,8% foram mulheres e o demais 45,2% de pessoas do gênero masculino. A faixa etária dos respondentes se concentrou entre 26 e 35 anos com um percentual de 32,8%, seguido das pessoas com idade entre 18 e 24 anos, cuja porcentagem foi de 26,2%. O grau de escolaridade predominante entre os moradores da comunidade é o ensino fundamental com um percentual de 61%. Portanto mais da metade dos respondentes se encaixam nesse nível, seguido por pessoas que estão cursando ou que já cursaram o ensino médio (24,1%), e pelos residentes sem instrução formal com 8,3% dos respondentes e pelos de Ensino superior com apenas 6,2%, um número bem pequeno com relação à quantidade de famílias que vivem na comunidade.

Além de todos esses dados, pode-se ressaltar também que 66,2% dos residentes são solteiros e 28,6% casados e que a maioria dessas famílias (86,9 %) vivem exclusivamente com a renda mensal de até R\$ 788,00.

Entre os respondentes, apenas 1% trabalha diretamente com o turismo, organizando passeios pela trilha existente na comunidade, 5,2% trabalha indiretamente, trabalhando como guias quando há demanda, e os demais 93,8% não trabalham com o turismo. Além disso, a tabela 01 deixa explícito que 35,5% desses moradores vivem na comunidade entre 21 e 30 anos, 29,3% entre 8 e 20 anos e que apenas 1% vive na comunidade a menos de 1 ano. Nesse sentido, é possível supor que quanto maior o tempo de permanência provavelmente a tendência é de maior apego dos residentes pela comunidade, já que o Catu dos Eleutérios é uma comunidade indígena, portanto o apego dos moradores torna-se relevante com relação as demais comunidades.

## Análise descritiva dos impactos positivos do turismo

A partir dos resultados observados na Tabela 01 nota-se que na percepção dos moradores, de uma maneira geral, a implantação do turismo pode trazer benefícios para a comunidade receptora, pois mais de 50% dos moradores entrevistados responderam “concordo” ou “concordo totalmente” com as afirmações e acreditam que esse desenvolvimento é capaz de aumentar a renda das pessoas que moram na comunidade, de gerar empregos, de melhorar a infraestrutura local e também de aumentar as opções de lazer.

**Tabela 01: Percepção da comunidade local sobre os impactos positivos do turismo**

Variáveis	Discordo Totalmente	Discordo	Discordo ligeiramente	Nem concordo, nem discordo	Concordo ligeiramente	Concordo	Concordo totalmente
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer aumento de renda para as pessoas que moram aqui</i>	3,1%	7%	0,0%	3%	2,8%	25,5%	67,6%
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer aumento de emprego para as pessoas que moram aqui</i>	7%	3,1%	3%	3,8%	2,8%	33,8%	55,5%
<i>O desenvolvimento do turismo pode melhorar a qualidade de vida das pessoas que moram aqui</i>	1%	2,1%	7%	1%	6,9%	35,9%	52,4%
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer melhoria na infraestrutura da comunidade</i>	3%	2,1%	1,4%	1%	9,3%	30%	55,9%
<i>O desenvolvimento do turismo pode aumentar as opções de lazer para comunidade</i>	1%	1,7%	1,4%	2,8%	9,3%	21%	62,8%

Fontes: Dados da pesquisa, 2015.

Dentre os principais benefícios ou impactos positivos do turismo, o maior percentual é encontrado para as variáveis “aumento de renda” e das “opções de lazer”. Isso implica que com o desenvolvimento da atividade turística na comunidade, os residentes acreditam que o turismo pode trazer mais possibilidades de elevar a renda atualmente baixa da população, como visto no perfil da amostra, assim como aumentar as opções de lazer. Observa-se também, na Tabela 01 que 55,9% dos respondentes concordam que a implantação da atividade turística trará melhorias na infraestrutura local (hoje se encontra em condições inadequadas), proporcionando melhores condições de vida para a população.

## Análise descritiva dos impactos negativos do turismo

A Tabela 02 faz um resumo das respostas dos moradores com relação às perguntas referentes aos impactos negativos do turismo, onde observa-se que 43,8% dos respondentes discordam totalmente da afirmação que o turismo trará aumento da criminalidade, porém 14,8% apenas discorda e 3,1% discorda ligeiramente. Nesse sentido, o percentual das pessoas que discorda (em diferentes níveis de discordância) é de 61,7% no total.

**Tabela 02: Percepção sobre os impactos negativos do turismo**

Variáveis	Discordo Totalmente	Discordo	Discordo ligeiramente	Nem concordo, nem discordo	Concordo ligeiramente	Concordo	Concordo totalmente
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer <b>aumento da criminalidade</b> na comunidade</i>	43,8%	14,8%	3,1%	3,1%	19%	8,6%	7,6%
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer <b>aumento da violência</b> na comunidade</i>	40,3%	24,8%	2,1%	2,4%	19,3%	5,5%	5,5%
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer <b>aumento na poluição</b> da comunidade</i>	35,2%	2,4%	6,2%	4,1%	14,1%	10,7%	8,3%
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer <b>perda da qualidade de vida</b></i>	45,5%	22,1%	6,9%	6,9%	6,6%	5,9%	6,2%
<i>O desenvolvimento do turismo pode trazer <b>aumento dos conflitos</b> entre os moradores na comunidade</i>	38,3%	16,6%	6,2%	3,1%	13,8%	10,3%	11,7%

Fontes: Dados da pesquisa, 2015.

Dentre os impactos negativos citados na Tabela 02, o maior percentual dos respondentes que concordaram que o turismo pode trazer impactos negativos foi de 11,7% com relação à variável “o turismo pode trazer aumento dos conflitos entre os moradores na comunidade” e 8,3% para a variável aumento na poluição. Com base nesses dados, observa-se que mais de 50% das pessoas entrevistadas não acreditam que o turismo irá provocar impactos negativos o que provavelmente influencia o apoio ao desenvolvimento do turismo na comunidade.

#### **Análise descritiva do apoio dos residentes ao turismo na comunidade.**

De acordo com os resultados da Tabela 03, a implantação e desenvolvimento do turismo na comunidade é de fundamental importância, pois a maioria dos residentes apoiam o desenvolvimento do turismo local, e acreditam que esse desenvolvimento trará melhorias para os moradores da Comunidade. Segundo Carvalho (2010), quando os moradores começam a se envolver e a se motivar com a implantação, tendem a valorizar ainda mais os patrimônios históricos, naturais e culturais existentes na comunidade. A Tabela 03 irá apresentar de forma bem clara a resposta dos moradores, com relação ao apoio à implantação da atividade turística na própria comunidade.

**Tabela 03: Percepção sobre o apoio dos residentes ao turismo na comunidade**

Variáveis	Discordo Totalmente	Discordo	Discordo ligeiramente	Nem concordo, nem discordo	Concordo ligeiramente	Concordo	Concordo totalmente
<i>Eu apoio o desenvolvimento do turismo na Comunidade</i>	2,1%	2,4%	0,0%	0,0%	2,8%	26,9%	65,9%
<i>Acredito que o desenvolvimento do Turismo é muito importante para a Comunidade</i>	2,1%	2,4%	0,0%	0,0%	2,8%	26,9%	65,9%
<i>Sentirei muito orgulho de nossa Comunidade com o desenvolvimento do Turismo</i>	1%	7%	3%	2,1%	6,6%	39%	50,3%
<i>Eu participaria de um plano de desenvolvimento do turismo na Comunidade</i>	5,9%	4,8%	3,4%	5,2%	9,3%	18,3%	53,1%
<i>Eu ajudaria o planejamento do turismo na Comunidade</i>	6,9%	3,8%	4,1%	5,5%	9,3%	22,1%	48,3%
<i>Eu ajudaria na promoção de projetos de conservação ambiental aqui na comunidade</i>	7,9%	3,8%	4,5%	5,9%	8,6%	13,8%	55,5%

Fontes: Dados da pesquisa, 2015.

Dentre as principais afirmações, observa-se que mais de 95% dos moradores apoiam o desenvolvimento do turismo na comunidade, pois, de acordo com a opinião dos entrevistados, trará muitos benefícios, como o aumento de renda, o aumento de emprego e a melhoria na infraestrutura. Além disso, acreditam que esse desenvolvimento é muito importante para a comunidade receptora porque aumentará o reconhecimento da cultura local melhorando a qualidade de vida dos moradores. Observa-se também que 50,3% dos respondentes concordam totalmente com a afirmação “sentirei muito orgulho de nossa comunidade com o desenvolvimento do turismo”, 39% concordam com a afirmação e 6,6% concordam ligeiramente. De acordo com esses resultados, fica claro que os moradores locais apoiam a implantação e desenvolvimento do turismo na comunidade.

## CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo analisar o apoio dos moradores da comunidade Catu dos Eleutérios sobre a implantação e desenvolvimento do turismo na própria comunidade. Para que isso ocorra é primordial que seja implantado uma forma de turismo coerente com o desenvolvimento sustentável de modo a gerar benefícios para comunidade receptora. É de fundamental importância a preservação das áreas verdes e dos recursos naturais, levando-se em conta que eles devem atender as futuras gerações. Nesse sentido, o turismo indígena destaca-se como um importante elemento de crescimento para a sociedade porque é capaz de melhorar a renda e aumentar o reconhecimento da comunidade onde está inserido, pois esse tipo de turismo consiste principalmente no aproveitamento da cultura de uma determinada etnia e atrai visitantes principalmente em busca de conhecer e aprender diferentes manifestações culturais.

Dos resultados da pesquisa, conclui-se que mais de 95% dos respondentes apoiam o desenvolvimento do turismo na comunidade. Esse apoio decorre provavelmente dos impactos

positivos que a comunidade acredita que o turismo irá trazer para os moradores, como aumento de renda, do emprego, da qualidade de vida, da infraestrutura local e das opções de lazer que foram apontados pelos próprios membros da comunidade. Além disso, observa-se que a maioria dos moradores se identificam e possuem um forte apego pela comunidade, facilitando dessa maneira ainda mais, o apoio dos residentes na decisão da implantação da atividade turística local. Com relação aos impactos trazidos pelo turismo observou-se que na opinião dos moradores a implantação e desenvolvimento da atividade turística na comunidade será bastante significativo e que através desse desenvolvimento a comunidade passará a ter mais reconhecimento e os residentes conseqüentemente uma melhor qualidade de vida.

## AGRADECIMENTOS

Os autores do estudo gostariam de agradecer a Comunidade Catú dos Eleutérios por contribuir significativamente para a pesquisa, como também agradece o apoio institucional proporcionado pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN-Canguaretama) e pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

## REFERÊNCIAS

- BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- BARRETO, Margarida. Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos socioantropológicos. **Turismo em Análise**- v.15, n.2, São Paulo, 2004.
- BRANDÃO, Cristiane do Nascimento et al. Turismo sustentável em comunidades indígenas da Amazônia. **Revista de Administração de Roraima: RARR**, Boa Vista, v. 12, n. 2, p.1-12, 2012
- BRANDÃO, Cristiane do Nascimento; BARBIERI, José Carlos; REYES JUNIOR, Edgar. **Análise dos impactos sociais, culturais, econômicos e ambientais do turismo indígena**: estudo multicase em comunidades indígenas de Roraima. XXXVII Encontro da Anpad, Rio de Janeiro, p.1-16, 11 set. 2013.
- CAMARGO, Ana Luiza de Brasil. **Desenvolvimento sustentável: Dimensões e Desafios**. São Paulo: Papirus, 2011.
- CARVALHO, Stella Maria Sousa. A percepção do turismo por parte da comunidade local e dos turistas no município de Cajueiro da Praia-PI. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 21, n. 3, p.470-493, dez. 2010.
- CASTRO, Raiane Ohana Lôpo de. **Impactos socioculturais do turismo na ilha de Fernando de Noronha**: um estudo a partir da percepção dos moradores. 2013. 138 f. Monografia (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013.
- CHAGAS, Márcio Marreiro das. Avaliação dos impactos socioeconômicos do turismo gerados pelo setor hoteleiro: uma análise dos hotéis da Via Costeira Natal/ RN. **Revista Espaço Acadêmico**, Natal, p.1-12, fev. 2014. Mensal.
- DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: Política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2008.
- DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas 2005.
- FORTUNATO, Rafael Ângelo; SILVA, Lucas Siqueira. Os significados do turismo comunitário indígena sob a perspectiva do desenvolvimento local: o caso da reserva de desenvolvimento sustentável do tupé (AM). **Revista cultura e turismo**, amazonas, v. 5, n. 2, p.85-100, 2011
- GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. **Projeto integrado de desenvolvimento sustentável do estado do Rio Grande do Norte**: RN Sustentável. Disponível em:



<[http://www.seplan.rn.gov.br/arquivos/download/Noticias11\\_2012/AISA%20PUBLICA%C3%87%C3%83O\\_141112.pdf](http://www.seplan.rn.gov.br/arquivos/download/Noticias11_2012/AISA%20PUBLICA%C3%87%C3%83O_141112.pdf)> Acesso em 18 de agosto de 2015.

SANTORO, Mônica Almeida Gavilan; MARQUES JÚNIOR, Sérgio; CHAGAS, Márcio Marreiro das. Análisis de la relación entre apego al lugar, satisfacción y fidelidad a um destino turístico ambiental: el caso de Fernando de Noronha, Brasil. **Estudios y Perspectivas en Turismo**. V. 24, n. 3, p. 529 – 546, 2015.

VIGNATI, F. **Gestão de destinos turísticos**: como atrair pessoas para polos, cidades e países. Rio de Janeiro. Ed. Senac Rio, 2008.

## AVALIAÇÃO DO POTENCIAL TURÍSTICO DA LAGOA DO BONFIM – NÍSIA FLORESTA/RN

Josiel Barbosa dos Santos<sup>1</sup>, Jeska Karolina de Medeiros<sup>2</sup>, Simoni Marília dos Santos<sup>3</sup> e Radna Rayanne Lima de Teixeira<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFRN-Canguaretama. e-mail: josielbsantos@hotmail.com; <sup>2</sup> Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFRN-Canguaretama. e-mail: js\_karol@hotmail.com; <sup>3</sup>Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFRN-Canguaretama. e-mail: Simoni\_mari@hotmail.com e <sup>4</sup>Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFRN-Canguaretama. e-mail: radnarayanne3@gmail.com

### RESUMO

Este trabalho tem por objetivo avaliar o potencial da Lagoa do Bonfim enquanto atrativo turístico, como também observar os impactos da atividade já desenvolvida de forma incipiente nela e as intervenções oriundas do PRODETUR II no local. A pesquisa é exploratório-descritiva, de abordagem qualitativa. Trata-se uma pesquisa bibliográfica e documental acerca do local, como também pesquisa de campo (*in loco*) e entrevista com moradores e conhecedores do local. Dentre os resultados, destaca-se o potencial para desenvolver diversas atividades turísticas no local, como também os impactos ocasionados pela atividade mesmo estando ela presente de forte incipiente e o pouco significativo impacto das intervenções do PRODETUR no local até o momento.

**Palavras-chave:** Atrativo Turístico. Impacto do Turismo. Lagoa do Bonfim. PRODETUR II.

### INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade em expansão, principalmente no que se refere ao segmento sol e praia, um dos mais destacados no Brasil. A lagoa do Bonfim é um local com grande potencial turístico e por causa disso precisa ser preservada e ter seu potencial desenvolvido para atender uma demanda cada vez mais exigente. Por causa disso, o planejamento apropriado deve ser desenvolvido a fim de sanar possíveis problemas e maximizar os benefícios da atividade.

A Lagoa tem potencial para o desenvolvimento de variadas atividades, como uma oferta turística que atrairia visitantes locais e de outros lugares. Isso beneficiaria diretamente a comunidade em torno da Lagoa e os Municípios de Nísia Floresta e São José do Mipibu.

Nesse sentido, a proposta desta pesquisa é avaliar o potencial da Lagoa do Bonfim enquanto atrativo turístico, como também observar os impactos da atividade já desenvolvida de forma incipiente nela e as intervenções oriundas do PRODETUR II no local.

### MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa é exploratório-descritiva, de abordagem qualitativa. Trata-se uma pesquisa bibliográfica e documental acerca do local, como também pesquisa de campo (*in loco*) e entrevistas com moradores e conhecedores do local. Foram utilizados procedimentos como observação dos principais pontos da lagoa e em torno dela e também conversas com moradores da localidade, orientadas por um roteiro de entrevista previamente elaborado. A análise de conteúdo foi o método para analisar as informações coletadas.

## DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### Contextualização, impactos e avaliação do potencial turístico da Lagoa de Bonfim

A Lagoa do Bonfim está localizada na cidade de Nísia Floresta (antiga Papary) no estado do Rio Grande do Norte (PEREIRA, 2004, p. 75). De acordo com o mesmo autor

A lagoa do Bonfim é uma das maiores lagoas do estado, e a maior do leste potiguar. Com cerca de nove quilômetros quadrados de espelho d'água. E possui mais de 84 milhões de m<sup>3</sup> de água, e profundidade de 39 m. A lagoa integra um sistema formado por seis lagoas, sendo as outras cinco menores (Redonda, Urubu, Boa Água, Ferreira Grande e Carcará). O sistema de lagoas é todo conectado pelo aquífero livre que é composto por rochas arenosas da formação barreiras e cobertura arenosa eólica (PEREIRA, 2004, p. 75).

A Lagoa do Bonfim também é responsável por abastecer o sistema Adutor Agreste, Trairi e Potengi que tem 315 quilômetros de extensão e atende a 23 cidades sedes municipais e 28 comunidades rurais. Isso significa que 222.336 habitantes dessa região sobrevivem com a água potável da lagoa (PEREIRA, 2004, p. 75).

A lagoa do Bonfim agregada um relevante cenário paisagístico e ecológico, pois traz arraigado a biodiversidade, matas e hidrografia, compondo um tripé ecológico. Também se destaca com as imponentes construções em torno da Lagoa que é cercada de terrenos e condomínios particulares e o Hotel Mardunas, que se destaca por ser o maior hotel e centro de eventos da região; o Museu do Vaqueiro, o tradicional Forró da Lua, condomínio aeronáutico Costa Esmeralda Lagoa do Bonfim, Iate Club de Natal, Clube dos Caçadores, Centro CEFET, e empreendimentos como o ECO Bonfim residencial, observados na pesquisa de campo.

Já o patrimônio imaterial fica por conta dos mitos e lendas sobre a origem da lagoa do Bonfim, como conta Marques (2013). Água límpida, local pouco visitado. Mas com um potencial para grandes infraestruturas para lazer, hotelaria, gastronomia, artesanato, entre outros. Todas estas citadas como sugestão de atividades turísticas a serem desenvolvidas no local, pois tem acesso contínuo e de fácil localização.

A Lagoa do Bonfim é propícia para atividades aquáticas como *Jet ski*, remo, *Stand-up Padlle* e até mesmo vela. A pesca esportiva também seria um atrativo potencial para a Lagoa, além dos pedalinhas e caiaque, atividades já exploradas em lagoas vizinhas (GUEDES 2014).

### Intervenções do PRODETUR II na Lagoa de Bonfim

Com base no Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR – II) o único em fase de finalização com plano elaborado, atingindo apenas o Polo Costa das Dunas, onde a Lagoa do Bonfim fica localizada (SETUR-RN, 2008). Segundo FERREIRA (2009 p. 56), observa que, o programa tem uma forte conotação institucional, visando ao fortalecimento da gestão em turismo. Aponta que o programa requer a elaboração de planos diretores dos municípios turísticos. Salienta

que o PRODETUR II não tem uma proposta concisa para o reordenamento territorial da atividade turística, e com pavimentação, urbanização de áreas turística bem como implementação e qualificação da malha rodoviária para o setor, acabam por integrar esse território “turistificado”, na busca do desenvolvimento.

Visto que existe até um plano, mas não o cumprimento. A presente pesquisa apresentou importantes reflexões para tornar a Lagoa em um atrativo turístico considerando algumas formas de exploração e uso; a primeira enquanto promotora de desenvolvimento da localidade visando a obtenção de lucro, a segunda enquanto responsável pelo sistema Adutor que abastece 03 regiões (30 cidades) e complexo de Lagoas da reserva do Bonfim e terceira enquanto identidade, sendo que a população local se manifesta através de relatos e causos sobre a Lagoa.

## CONCLUSÃO

Observa-se que atualmente uma parte da área de livre acesso, em torno da Lagoa, encontra-se em abandono. E, em áreas particulares, bem conservadas e de acesso restrito. Existe até um plano (PRODETUR) de desenvolvimento para ajudar a promover o turismo no local, mas não tem impactado de forma significativa. O Bonfim tem potencial turístico, mas carece de planejamento do poder público e também privado. Medida simples como a promoção do lugar pode ajudar. Assim como, a (re)estruturação de equipamentos de apoio e/ou atrativos turísticos no local (restaurantes, bares e passeios e atividades diversas) que no futuro, poderá incluir a Lagoa do Bonfim na rota principal do turismo do RN.

## AGRADECIMENTO

Pelo incentivo, apoio e perseverança na arte de educar, ao coordenador e amigo Prof<sup>o</sup> Dr Márcio Marreiro.

## REFERÊNCIAS

- FERREIRA, Larissa da Silva. **Planejamento e ordenamento territorial do turismo na região metropolitana de Natal-RN**. / Larissa da Silva Ferreira. Natal, 2009.
- GUEDES, Gunther. **Viver Natal**. Disponível em: <<https://vivernatal.wordpress.com/2014/06/05/lagoas-que-voce-precisa-conhecer-no-rio-grande-do-norte/>>. Acesso em: 22 ago 2015.
- MARQUES, Cláudio. **Blog Nísia Digital**. Disponível em: <<http://www.nisiadigital.com.br/2013/05/mitos-e-lendas-de-papary-a-lagoa-do-bonfim.html>>. Acesso em 29 ago 2015.
- NORDESTE GUIA DE TURISMO. **Lagoa do Bonfim**. Disponível em: <<http://www.bahia.ws/praias-e-lagoas-de-nisia-floresta-rn/>>. Acesso em: 20 ago 2015.
- PEREIRA, Roberto; SILVA Jr<sup>o</sup>, Gerson Correia da; GUIMARÃES Jr<sup>o</sup>, Luís Abner. Funcionamento Hidrodinâmico do Aquífero Semiconfinado da Região Praias de Natal. **Revista Brasileira de Recursos Hídricos (RBRH)**. V. 9, n.2, p. 75-84, 2004.
- PREFEITURA DE NÍSIA FLORESTA. Disponível em: <<http://www.nisiafloresta.rn.gov.br/historico.asp>>. Acesso em: 20 ago 2015.
- SETUR/RN. Disponível em: <<http://www.brasil-natal.com.br/>>. Acesso em 12 set 2015.



# ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DO ENGENHO CUNHAÚ ENQUANTO ATRATIVO TURÍSTICO HISTÓRICO-CULTURAL E RELIGIOSO

Gilberto Jorge de Carvalho Neto<sup>1</sup>, João Marcos Martins Ramos<sup>2</sup>, Vanessa Kelly Sales da Costa<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFRN-Canguaretama. Email: [gilbertojorgecarvalho1997@gmail.com](mailto:gilbertojorgecarvalho1997@gmail.com)

<sup>2</sup> Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFRN-Canguaretama. Email: [jramos.mark@gmail.com](mailto:jramos.mark@gmail.com)

<sup>3</sup> Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFRN-Canguaretama. Email: [vanessa.costa1997@hotmail.com](mailto:vanessa.costa1997@hotmail.com)

## RESUMO

O artigo pretendeu analisar o potencial turístico do Engenho Cunhaú por meio de um levantamento dos aspectos histórico-culturais que o tornam um atrativo diferenciado. Além disso, se realizou um diagnóstico da situação do atrativo e algumas reflexões sobre os possíveis impactos do desenvolvimento do turismo no local. A pesquisa é do tipo exploratório-descritivo, com abordagem qualitativa. É bibliográfico e documental, tendo ainda a observação como método de levantamento de informações. A coleta de dados ocorreu entre 23 de agosto e 06 de setembro de 2015 e o método de análise de dados foi a análise de conteúdo. Dentre os principais resultados, observou-se que o Engenho Cunhaú possui significativo potencial para ser transformado em atrativo turístico. Foi diagnosticado também forte carência de infraestrutura geral e equipamentos turísticos para o desenvolvimento da atividade e algumas reflexões sobre os impactos positivos e negativos foram realizadas.

**Palavras-chave:** Turismo histórico-cultural. Turismo religioso. Engenho Cunhaú.

## INTRODUÇÃO

O turismo religioso se apresenta como um dos segmentos que mais acendem ultimamente no Brasil. Segundo dados da EMBRATUR, 15 milhões de brasileiros se dirigem anualmente a destinos religiosos (MAIO, 2013). O turismo religioso pode contribuir para a valorização do cuidado espiritual, na preservação de culturas e monumentos históricos, tendo em vista que a demanda de turistas para fins de turismo religioso dá-se a locais históricos, muitas vezes patrimônios tombados pelas entidades responsáveis.

Para esse segmento, associado ao histórico-cultural, o município de Canguaretama dispõe do Engenho Cunhaú. Este se caracteriza como um importante símbolo da história, economia, cultura e religião do RN, tanto que é reconhecido como patrimônio da humanidade. E mesmo com todo esse potencial, não é explorado para fins turísticos, o que poderia, por sua



vez, contribuir de forma significativa para, entre outras coisas, desenvolvimento da região e melhoria da qualidade de vida da população local.

Nesse sentido, a pesquisa tem como objetivo analisar o potencial do Engenho Cunhaú enquanto atrativo turístico. Assim como diagnosticar a situação atual do atrativo em potencial e refletindo sobre os eventuais impactos positivos e negativos para a localidade.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

O estudo é exploratório e descritivo, com abordagem analítica qualitativa. Além disso, é caracterizado como bibliográfico e documental. A observação foi outro método utilizado para levantamento de informações. A pesquisa foi baseada nos estudos de Maio (2003) e Araújo (2013). Para o diagnóstico, foi utilizado um roteiro padrão de avaliação previamente desenvolvido. O processo de observação do local ocorreu no período entre 23 de agosto e 06 de setembro de 2015. O método de análise dos dados foi a análise de conteúdo.

## **DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

### **Contextualização histórica do Engenho Cunhaú**

O Engenho Cunhaú está localizado no município de Canguaretama-RN a 80 km da capital, Natal. É possível afirmar que a história envolvendo o patrimônio material e imaterial deste monumento é de grande relevância para a comunidade nativa, como também para a população do RN, por ter sido palco de momento histórico ímpar do RN, o Massacre de Cunhaú.

Em 07 de julho de 1603, assumiu o governo da capitania do Rio Grande o senhor, Jerônimo de Albuquerque, em 1604, o senhor do Rio Grande, concedeu aos seus filhos Antônio e Matias de Albuquerque, cerca de 5 mil braças de terra (equivalendo em torno de 11.000 metros quadrados), da várzea de Cunhaú, com esse ato, logo surgiu as margens do rio Cunhaú, o primeiro e maior engenho da região, o engenho Cunhaú, um cenário de futuros fatos marcantes na história Norte-rio-grandense. Com a desenvoltura notável daquele engenho, várias edificações foram feitas em torno do rio, a casa grande, o engenho e a capela de Nossa Senhora das Candeias. Em 11 de fevereiro de 1618, faleceu nas terras do seu engenho Jerônimo de Albuquerque Maranhão, sepultado na capela de sua propriedade, onde nos dias atuais encontram-se ainda visível a tabuleta com suas iniciais. (MEDEIROS FILHO, 2002)

Em 1630, o engenho tornou-se o principal núcleo econômico da capitania do Rio Grande produzindo em torno de 6 a 7.000 arrobas (88 a 103 toneladas) de açúcar por ano, o engenho contava com cerca de 60 a 70 homens e suas famílias. No período do domínio holandês no nordeste Brasileiro, o engenho de Cunhaú foi confiscado pela coroa holandesa passando por diversos proprietários, após a expulsão dos holandeses o domínio do engenho voltou as mãos da família Albuquerque permanecendo até a terceira década do século XVII. (MEDEIROS FILHO, 2002)

A capela de Nossa Senhora das Candeias, edificada por Jerônimo de Albuquerque, primeiro senhor de Cunhaú (qual sepultado naquela igreja), na fundação do engenho em 1604, o primeiro engenho construído em território potiguar foi palco do massacre a comunidade de Cunhaú, na manhã de 16 de julho de 1645, este episódio é considerado um dos mais trágicos da história do Brasil. (MEDEIROS FILHO, 2002)

Em 1645, a capitania do Rio Grande, com grande número de católicos, tendo duas comunidades Paroquiais, a de Natal e a de Cunhaú, era dominado pelos holandeses protestantes calvinistas. Jacob Rabbi, um alemão chegou ao Brasil-colônia em 15 de julho daquele ano a serviço do governo holandês, esse, porém, já era conhecido pelos moradores daquela região, o qual havia passado por lá anteriormente, escoltado por tropas dos índios Tapuias, uma das tribos aliadas a coroa holandesa. No dia seguinte, 16 de julho de 1645, dia de Nossa Senhora do Carmo, dia de festa na Igreja, como de costume os fiéis católicos se reuniram para celebrar à eucaristia naquela manhã e foram Igreja de Nossa Senhora das Candeias. O pároco de Cunhaú, padre André de Soveral, começou a celebração da missa, no dia anterior os fiéis foram avisados para não celebrarem, ordens de Jacob Rabbi. Depois do momento da elevação do Corpo e Sangue de Cristo, rito celebrado durante a missa, as portas da capela foram fechadas, dando-se início ao massacre de Cunhaú, pelos índios Tapuia, Janduís e Potiguares ordenada por Jacob Rabbi aquela comunidade, logo a notícia sobre atrocidade se espalhou pela capitania. Em julho de 2000 os mártires foram beatificados em solenidade no Vaticano pelo Papa João Paulo II. A capela estava em ruínas até 1985, quando foi restaurada.

### **Diagnóstico e potencialidade turística do local**

Das observações, é possível concluir que a atividade turística desenvolvida no local não demonstra grande relevância para a economia do atrativo e do destino. O cenário encontrado consiste em incipiente desenvolvimento turístico do lugar. Este, por sua vez, não



conta com infraestrutura básica adequada para receber visitantes, como também carece de infraestrutura especializada no atendimento aos turistas. Os problemas de acesso ao lugar, como também a própria deficiência na acessibilidade, podem ser apontados como um dos maiores fatores que prejudicam a possibilidade de maior fluxo de turistas ao atrativo. A carência de um guia especializado no contexto histórico-religioso que apresente o engenho e discorra sobre o episódio que marcou o estado deste então, é outro problema observado.

O desenvolvimento de planos, programas e projetos no setor de turismo envolve a criação de parcerias entre governo, em suas diversas instâncias, e a iniciativa privada, abrangendo também, organizações do terceiro setor. Do mesmo modo, deve haver espaço para a atuação de estudiosos e profissionais de áreas diversas de conhecimento e formação, capazes de dar novos rumos não só ao turismo, mas à economia como um todo (ARAÚJO, 2013).

Nesse sentido, incluir o atrativo turístico em potencial Engenho Cunhaú no roteiro das empresas de turismo (agências de viagens), viabilizando ao local uma infraestrutura adequada para receber a demanda turística deve ser preocupação dos *stakeholders* mencionados no parágrafo anterior. Dessa forma, é interessante que sejam propostos e executados projetos de infraestrutura básica, como também próprias do turismo e hospitalidade.

### **Reflexões sobre os possíveis impactos do desenvolvimento turístico do local**

Concluídas as observações sobre a infraestrutura turística, é possível refletir sobre os pontos positivos e negativos que essas intervenções poderão trazer ao município de Canguaretama. Os benefícios que podem ser ressaltados são os econômicos e socioculturais. A economia municipal poderá contar com mais uma esfera no mercado comercial de serviços e o aprimoramento do turismo da cidade, trazendo renda extra para a população local e das cidades vizinhas. No que diz respeito aos impactos socioculturais, é possível citar a conscientização da população e preservação do patrimônio histórico e cultural do município, por meio da valorização dos prédios históricos tombados. Dentre os malefícios para a localidade originados no planejamento inadequado podem ser mencionados a degradação do meio ambiente circunvizinho, deterioração do patrimônio pelos turistas e visitantes, prejuízos aos agricultores que retiram sua renda da terra do engenho.

## **CONCLUSÃO**



Da pesquisa, conclui-se que o Engenho Cunhaú possui significativo potencial para ser transformado em atrativo turístico. Foi diagnosticado também forte carência de infraestrutura geral e equipamentos turísticos para o desenvolvimento da atividade, como também por meio do desenvolvimento turístico alguns impactos positivos e negativos podem ser ocasionados.

#### REFERÊNCIAS

MEDEIROS FILHO, Olavo de. **André de Albuquerque Maranhão, Andrezinho de Cunhaú**. Natal/Rio Grande do Norte: Mipibu, 2002.

ARAÚJO, Regina Ferreira de. **Projeto de Intervenção**: Proposta de um Roteiro Turístico Cultural para o Município de Tibau do Sul/RN. Natal/RN: UFRN, 2013.

MAIO, Carlos Alberto. **Turismo Religioso e Desenvolvimento Local**: Paraná: UEPG, 2003.

# ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS COMO ESTRATÉGIA DE DIMINUIÇÃO DA SAZONALIDADE TURÍSTICA: UM ESTUDO NO BLUE DREAM RESORT (BARRA DO CUNHAÚ - CANGUARETAMA/RN).

Darlyne Fontes Virginio<sup>1</sup>, Jalmir Pereira da Silva<sup>2</sup>, Melissa Raposo Costa<sup>3</sup>, Wagner Fernandes Costa<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>Docente do curso técnico em Eventos - IFRN. E-mail: darlyne.fontes@ifrn.edu.br; <sup>2</sup>Discente do curso Técnico Subsequente em Eventos – IFRN. Bolsista do IFRN. E-mail: jalmirpereira.ifrn@gmail.com; <sup>3</sup>Docente do curso técnico em Eventos - IFRN. E-mail: melissa.costa@ifrn.edu.br; <sup>4</sup>Docente do curso técnico em eventos – IFRN. E-mail: wagner.fernandes@ifrn.edu.br

**RESUMO:** O objetivo dessa pesquisa foi analisar os eventos e a atuação desse setor como estratégia na diminuição da sazonalidade turística, precisamente no Hotel Blue Dream resort, localizado na cidade de Canguaretama/RN, no distrito de Barra do Cunhaú. Para viabilização desse estudo dois tipos de pesquisas foram utilizados: uma pesquisa bibliográfica e um levantamento de dados através de pesquisa de campo. A técnica de análise utilizada foi a pesquisa descritiva-exploratória, de natureza qualitativa. Após o término, pôde-se concluir que de fato os eventos contribuem para elevação das taxas de ocupação e dos rendimentos do referido hotel, proporcionando uma maior visibilidade para o empreendimento hoteleiro estudado.

**Palavras-chave:** Eventos, estratégia, sazonalidade, Barra do Cunhaú.

## INTRODUÇÃO

Sazonalidade é definida como o período de alta ou baixa estação no setor turístico. Para o público, a sazonalidade representa preços mais acessíveis e promoções; para o setor hoteleiro, é um momento de repensar algumas práticas. Diante disso, os eventos surgem como estratégia de diminuição dos aspectos negativos que envolvem a sazonalidade. Para tanto, este estudo propôs realizar uma caracterização da estrutura de um equipamento hoteleiro no Município de Canguaretama/RN, precisamente, no distrito de Barra do Cunhaú onde está localizado o Blue Dream Resort, objeto dessa pesquisa. Dessa forma, a problemática que se apresenta buscou entender quais são os resultados advindos da organização de eventos na diminuição da sazonalidade turística no Blue Dream Resort. Com base nesse questionamento, foi importante descrever quais eventos foram realizados no referido Resort no ano de 2014 e, ainda, levantar informações sobre taxas de ocupação e rendimentos anuais. Portanto, o objetivo geral desta pesquisa foi verificar se a realização de eventos no Blue Dream Resort proporciona resultados na diminuição da sazonalidade turística. Os objetivos específicos foram: a) mapear quais os eventos organizados pelo Blue Dream Resort no ano de 2014; b) analisar a dinâmica da ocupação e os rendimentos anuais do resort; c) avaliar quais resultados foram obtidos com a realização de eventos além da taxa de ocupação e rendimentos do empreendimento.

## MATERIAL E MÉTODOS

Para realizar o presente estudo, foi necessário estabelecer métodos e procedimentos de pesquisa. Foram eles:

- Tipo de Pesquisa: Descritivo-exploratória, de natureza qualitativa;
- Universo do estudo: Gestor do Blue Dream Resort;
- Recorte geográfico: Distrito de Barra do Cunhaú, localizado no Município de Canguaretama, Rio Grande do Norte.

- Coleta dos Dados: Aplicação de formulário de entrevista junto ao gestor do equipamento pesquisado, contendo perguntas abertas e fechadas. Além da análise de dados fornecidos pelo gestor sobre os eventos organizados em 2014, a ocupação e o rendimento;
- Análise dos Dados: Ocorrerá através da técnica de análise de conteúdo.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos resultados da entrevista realizada com o Sr. Gaspar Nascimento Silva – Sócio Diretor do Hotel Blue Dream Resort e que atua há 12 anos no referido local, mostrou que:

O hotel pesquisado possui a seguinte caracterização:

- ✓ Fundado no ano de 2004, com 64 leitos, distribuídos em 18 Unidades Habitacionais;
- ✓ Possui capacidade e estrutura básica para a realização de eventos, comportando até 250 pessoas. Essa estrutura compreende também: sala de conferência (até 70 pessoas); restaurante que acomoda até 70 pessoas sentadas e a área de lazer (até 250 pessoas). O hotel promove eventos de nível nacional e internacional;
- ✓ O perfil de seu público consumidor é distribuído da seguinte forma: 50% são de turistas regionais, 30% que provêm de outros estados do Brasil e 20% de turistas estrangeiros.

Foi identificado que os eventos organizados pelo Hotel Blue Dream Resort no ano de 2014, foram:

Nome e/ou Tipo do Evento	Breve descrição	Período de realização
<i>After Beach</i>	Realizado nos finais de semana, o evento conta com banda, piscina e petiscos.	Janeiro a fevereiro
Pré-Semana Santa	São realizadas atividades aeróbicas abertas ao público, que têm como objetivo divulgar o hotel, através de pacotes e em mídias sociais.	
Arraiá (São João)	Em média são realizados 03 arraiás com apresentações de quadrilhas juninas e bandas.	Junho
Campeonatos	<i>Kitesurf</i> (pipa com prancha), <i>windsurf</i> (prancha com vela) e <i>stand up</i> (prancha com remo).	Julho a agosto

Quadro 01: Eventos realizados pelo hotel em 2014.

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

O equipamento utiliza os eventos no primeiro semestre do ano, após isso, no mês de setembro, para captar o público, ele investe em propagandas com foco nas regiões Sul e Sudeste do País (SP, RJ e SC). Já no mês de outubro, a divulgação é concentrada no público regional. A partir de novembro até início de janeiro, o público é mais de europeus, especialmente, escandinavos (Suécia, Noruega e Dinamarca) - todos vêm em busca do turismo de sol e praia.

Quanto à dinâmica da ocupação e os rendimentos anuais do hotel, a pesquisa revelou que quando perguntado se os eventos trouxeram aumento na ocupação do hotel, no período em que foram realizados, o entrevistado afirmou que sim, sendo que os eventos são os principais meios de ganho no período de baixa estação. No que se refere à ocupação em cada evento realizado, o entrevistado informou que é de 85% a 100%, chegando a ultrapassar 15% a 20% da capacidade do equipamento em alguns eventos.

Sobre os resultados obtidos com a realização de eventos, além da taxa de ocupação e rendimentos do empreendimento, o entrevistado disse que há um ganho em visibilidade nacional, já que o *kitesurf* virou o principal atrativo de Canguaretama, Barra do Cunhaú, sendo conhecida internacionalmente por esta razão. Foi perguntado ainda se os eventos podem ser considerados uma estratégia no combate à sazonalidade e o entrevistado considera que sim, porque não existe incentivo por parte do poder público para combater os efeitos da sazonalidade, portanto, o hotel utiliza os eventos como estratégia. Além disso, outras estratégias foram apontadas pelo entrevistado, quais sejam:

- O hotel sempre procura fazer eventos em uma data que não seja feriado;
- O hotel possui uma escola de *kitesurf* (que dá suporte aos hóspedes e turistas);
- A distância do hotel para a praia é de 16 metros, o que se configura como um diferencial;
- O Restaurante do hotel trabalha com pratos da culinária nacional e internacional;
- O hotel oferece (espaço, *buffet* e serviços) para eventos, como casamentos;
- O mesmo trabalha com *sites* específicos;
- A melhor época para atrair hóspedes, seria após o carnaval.

## CONCLUSÕES

Conclui-se através dos resultados obtidos pela pesquisa realizada no Hotel Blue Dream Resort, que é possível diminuir a sazonalidade turística em Barra do Cunhaú, no município de Canguaretama, utilizando os eventos como principal estratégia. Portanto, podemos afirmar que de fato os mesmos contribuem para a elevação das taxas de ocupação e rendimentos além de proporcionar maior visibilidade para o respectivo hotel e para a região. Através dessa pesquisa, também pôde-se perceber a falta de investimentos por parte do poder público no que diz respeito ao setor turístico local.

## REFERÊNCIAS

- BAHL, M. **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo: Roca, 2003.
- MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos etcnicas**. 6 ed. são paulo: Manole, 2013.
- MELO NETO, F. P. de. **Marketing de eventos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2001.
- MEDEIROS, A. A. **Turismo de eventos como estratégia no combate à sazonalidade: de uma análise na hotelaria de Natal, RN**. 2007. Trabalho de conclusão de mestrado (Programa de Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2007.
- COUTINHO, M.P.H; COUTINHO. M.R.H. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista eletrônica aboré-publicação da escola superior de artes e turismo**. edição03/2007.  
[http://www.revistas.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos\\_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes%20Coutinho.pdf](http://www.revistas.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes%20Coutinho.pdf). Acessado em: 18 de sete. 2015

# FORMAÇÃO GERAL



## Engenho Cunhaú: a velha História e novas perspectivas.

Thiago Antonio de Oliveira<sup>1</sup>, Marcio Monteiro Maia<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Discente do curso técnico em informática – IFRN. e-mail: thiago.antonio@academico.ifrn.edu.br;

<sup>2</sup>Professor de sociologia - IFRN. e-mail: márcio.maia@ifrn.edu.br.

**RESUMO:** O presente trabalho visa divulgar novas perspectivas de olhares e visões sobre o Engenho Cunhaú, que ficou estereotipado como sendo o Engenho do Massacre de Cunhaú, assim essa obra pretende fazer uma ruptura com esse paradigma. O trabalho tomou como método de análise uma investigação empírica, com a revisão bibliográfica de material teórico de autores ligados à História do Engenho Cunhaú e com o objetivo de aprofundar o estudo, também se realizou uma visita “in locu” do local estudado para maiores esclarecimentos históricos. Portanto esse trabalho quer por fim proporcionar uma porta de entrada para uma significativa revitalização dessa paisagem histórica impregnada de fatos e acontecimentos marcantes que vão muito além do fato ora mencionado e extremamente divulgado.

**Palavras-chave:** Estereotipo, Massacre de Cunhaú, Paradigma e Revitalização.

### 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo visa divulgar novas perspectivas de visão e olhares sobre o Engenho Cunhaú, que ficou estereotipado como sendo o Engenho do Massacre de Cunhaú, assim sendo essa obra que possibilitar ferramentas para a ruptura desse paradigma.

O Engenho Cunhaú, foi o primeiro engenho real construído na Capitania do Rio, em meados do século XV, e o mais importante desta capitania, foi edificado onde se começou a ribeira de Piquery do rio Cunhaú, foi fundado pelo mameluco Jerônimo de Albuquerque Maranhão “O Conquistador do Maranhão”, nascido a 1548, na Vila de Olinda, terceiro filho do fidalgo português Jerônimo de Albuquerque, o Torto, com a brasileira, princesa Tabira, filha do cacique Tuixaua Ubira Ubi, que ao se casar na igreja católica, recebeu o nome cristão Maria do Espírito Santo Arco Verde.

Em data ignorada Jerônimo Maranhão se casou com Catharina Pinheiro Feijó, com teve: Antônio e Matias de Albuquerque Maranhão, nesse momento se iniciou a Casa de Cunhaú e ao primeiro núcleo populacional do atual Município de Canguaretama/RN e das atuais Microrregiões do Litoral Sul e Agreste Potiguar.

O Cunhaú foi doado aos filhos de Jerônimo Maranhão, de acordo com Ginani Filho (2014, p. 03): Em 02 de maio de 1604, doou em forma de sesmaria as terras que mediam pelo menos 12 mil hectares, ocupando o vale do rio Cunhaú, a seus filhos Antônio e Matias Maranhão.

Por sua posição estratégica a meio caminho da Capitania da Paraíba o Engenho Cunhaú só foi conquistado em novembro de 1634, pelos holandeses, mas somente Antônio se encontrava na propriedade, que fugiu pra Portugal depois. De acordo com Medeiros Filhos (1993. p. 13): A sua propriedade foi confiscada pela WIC e vendido ao sargento-mor George Garstman e ao seu conselheiro político Balthasar Wijntges, por 60.000 florins em 15 de junho de 1637, com 500 braças quadradas, 30 escravos e 20 juntas de boi.

Depois foi comprado pelos flamengos Willem Beck e Hugo Graswinckel, só que em agosto de 1642, Matias Bequel, Coronel da burguesia do Recife, comprou a parte de Hugo, quando ocorreu o martírio de 16 de julho de 1645, pertencendo ao português Gonçalo de Oliveira, que o adquiriu por ligações de amizade.

O engenho foi devolvido à família Maranhão em 1654, somente a Matias Maranhão (Fidalgo Cavaleiro da Casa Real, Comendador da Comenda de São Vicente da Figueira na Ordem de Cristo, Cavaleiro Professor de São Bento de Aviz e Capitão-mor da Paraíba), que se encontrava na região, pois Antônio estava em Portugal. Matias reconstruiu o engenho de açúcar e fez uma nova capela em frente à Casa Grande já que a anterior havia sido destruída pelas constantes batalhas lá ocorridas.

Em 1664, passou ao seu filho Afonso Maranhão (Chefe da repressão dos indígenas do Rio Grande e Fidalgo Cavaleiro da Casa Real), que por sua vez passou, a Gaspar Maranhão (Fidalgo Cavaleiro da Casa Real e Capitão-mor de Goianinha), que passou a André Maranhão I, o velho, (Coronel das ordenanças do Cunhaú, Tamatanduba, Arês e Vila flor), que passou ao seu filho, André Maranhão II, Andrezinho do Cunhaú, (Coronel das ordenanças de Cunhaú, Vila; Flor, Arês e Mártir da Rev. Pernambucana de 1817), sem filhos.

O Cunhaú foi herdado pela sua irmã mais velha a Sra. Luiza Antônia Maranhão, que era considerada o homem da família, já que todos os homens da Casa de Cunhaú foram presos por causa da Revolução de 1817, no seu inventário em 1846, seu filho mais novo, André Maranhão III Arco Verde (Coronel Dendê Arco Verde), conseguira todo o engenho por meios de assassinatos dos próprios parentes. O Coronel Arco Verde se suicidou em 26 de julho de 1857, para evitar a humilhação de ser preso, pelo Chefe da Polícia da Província, devido aos 200 assassinatos por ele mandados, sendo assim o Cunhaú, passada ao tutor dos seus filhos menores, ao Dr. Amaro Bezerra, esposo de sua irmã. (CASCUDO; 2008).

Devido a uma dívida contraída com o Parente Viana do Recife, o Dr. Amaro repassou o Cunhaú em pagamento à dívida, nas mãos de Viana, o passou a Francisco Bessa e Francisco Neri, que por sua vez passou aos irmãos Fabrício e Alberto Maranhão, em 1925, foi adquirido por Manoel Ottoni Araújo Lima, a área onde ficaram as ruínas da simplória Casa Grande do Cunhaú a da tricentenária capela.

Portanto esse trabalho, quer proporcionar uma porta de entrada para uma significativa revitalização dessa paisagem histórica, mas que hoje é extremamente estereotipado como sendo o Engenho que ocorreu o massacre de 16 de julho de 1645, o que acarretar em inúmeras pesquisas sobre esse acontecimento, deixando de lado outros fatos importantes para o Engenho.

Assim essa obra por fim possibilitar novos olhares e pesquisas fora desse paradigma para que as futuras gerações possam desfrutar de todo o conhecimento histórico relacionada ao Engenho Cunhaú, sem a interferência daqueles que o insistem em o enquadrar nos seus interesse pessoais e/ou corporativos, pois estes fazem isso de uma forma que os beneficiem, em detrimento do bem comum, o maior exemplo disso, é que a Capela que eles dizem que ocorreu o Massacre de Cunhaú, não foi a que presenciou o acontecimento, mas sim outra que se encontrar hoje soterrada ao lado da primitiva Casa Grande do Engenho Cunhaú.

## 1. MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho tomou como método de análise uma investigação empírica, com a revisão bibliográfica de material teórico de autores ligados à História do Engenho Cunhaú, além de uma visita “in locu”, do local estudado, que possibilitou assim desenvolver a análise sobre a localização real da Capela e também pontos importantes para o trabalho.

## 2. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Segundo Maranhão (2001): em 1630 a Capitania das Índias Ocidentais encomendou ao espião Adriano Verdonk um relatório sobre a sesmaria do Cunhaú, esse relatório informou que: a três milhas de Caramaratuba existe um engenho, que produz anualmente de 6 a 7 mil arrobas de açúcar e que possui uma população de 60 a 70 homens com suas famílias, a meia milha deste engenho corre um rio, de três milhas de longo e meia milha de largo onde as barcas carregam açúcar de 100 a 110 cada uma pra levar a Recife e na volta trazia muito gado e farinha. Em 1631 os holandeses tentaram conquistar Natal, mas não conseguiram. Somente em 08 de dezembro de 1633 com uma expedição composta de onze navios e 800 homens e a rendição em 12 de dezembro de 1633 dos portugueses da Fortaleza dos Reis Magos que estava sob o comando de Pero Mendes de Couveia a capitânia passou a ser dos holandeses, a Fortaleza, núcleo de resistência militar, foi tomada e seu nome mudado para Forte Keullen, o seu primeiro comandante holandês foi o sargento-mor George Garstmam Von Werve, cuja posse ocorrerá em 13 de dezembro de 1633 e o Engenho Cunhaú, núcleo econômico estava a ser invadido, mas por sua posição estratégica a meio caminho da Capitania da Paraíba o Cunhaú só foi conquistado em novembro de 1634, pelos holandeses.

## 2.1. MASSACRE DO CUNHAÚ.

No dia 15 de julho de 1645 chegou, ao Cunhaú, o interprete indígena Jacob Rabe e só sua simples presença e dos soldados holandeses desertores bem armados davam a impressão que uma guerra havia começado, juntamente com nativos de grupos diferentes que formavam um pelotão único liderado momentaneamente por Jerereca.

Ao fazer contato com a população, Rabe, dissera que teria instruções vindas do Capitão-mor da Paraíba, Paul Linge, para o Cunhaú, por isso, ordenou que todos os colonos comparecer-se à reunião marcada para a manhã seguinte na Capela que abrigava quase todos os colonos e ainda mandou fixar um documento na porta da igreja, com supostas determinações do Supremo Conselho Holandês. Segundo Costa Freire (2014, p. 11 a 14):

*[...] No ato de invasão dos brutais, selvagem, ímpios, todos que restavam na igreja rezaram com muito afinco, era domingo, 16 de julho de mil seiscentos e quarenta e cinco. A um sinal do alemão, índios cruéis atacaram defendendo interesses massacraram e imolaram por amor de Jesus Cristo muitos cristãos se entregaram. A capela se transformou a partir desse momento num palco de sangue e dor ao longe se ouvia o lamento quem veio acudir foi morto no ataque violento. Padre André de Soveral era pároco, na ocasião com os fiéis em silêncio na hora da elevação vendo o massacre rezaram o ato de contrição. Contam que o Padre André surpreso com o atentado segurou o crucifixo e disse em tom elevado se tocaram nele ou em mim ficaram paralisados. [...] O padre foi atingido do lado do coração por uma espada maldita lançada de uma mão que desconhecia Deus e o poder da oração. Ferido e cambaleando Padre André se amparou no altar-mor da igreja sua mão ali gravou o retrato da fé com seu sangue ele pintou [...].*

Mas pergunto já leram essa versão da realidade holandesa para com os colonos, em especial, os cristãos-romanos?

*No Brasil Holandês, a permanência de cristão-Romanos era garantida, não só de Júri, mas de fato. [...] A população católica romana, no auge da colônia (1640),*

deve ter sido no topo cerca de sessenta por cento. Embora a ocupação holandesa houvesse criado situações difíceis para os lusos brasileiros (culminando com o massacre de 25 portugueses na capela de Cunhaú, RN, pelos tapuias em represália à morte dos 23 brasileiros [índios] após a rendição de Sirinhaém), a população portuguesa foi protegida pela Lei e, às vezes também pela força, como quando os brasileiros [índios] quiseram matar todos os lusos em 1637, na conquista do Ceará. (SCHALKWIJK, 1986, p. 401).

Enfim o real motivo do massacre, não foi religioso, como dizem, mas sim uma vingança dos indígenas para com os portugueses, devido à matança de indígenas por eles cometidas no início da colonização do Nordeste, (Figura 1), diz Lopes (1999, p.35):

*Os selvagens se guerreiam não é para conquistar países e terras uns dos outros, porquanto sobejam terras para todos; não pretendem tampouco enriquecer-se com os despojos dos vencidos ou resgate dos prisioneiros. Nada disso os move. Confessam eles próprios serem impelidos por outro motivo: o de vingar [...].*

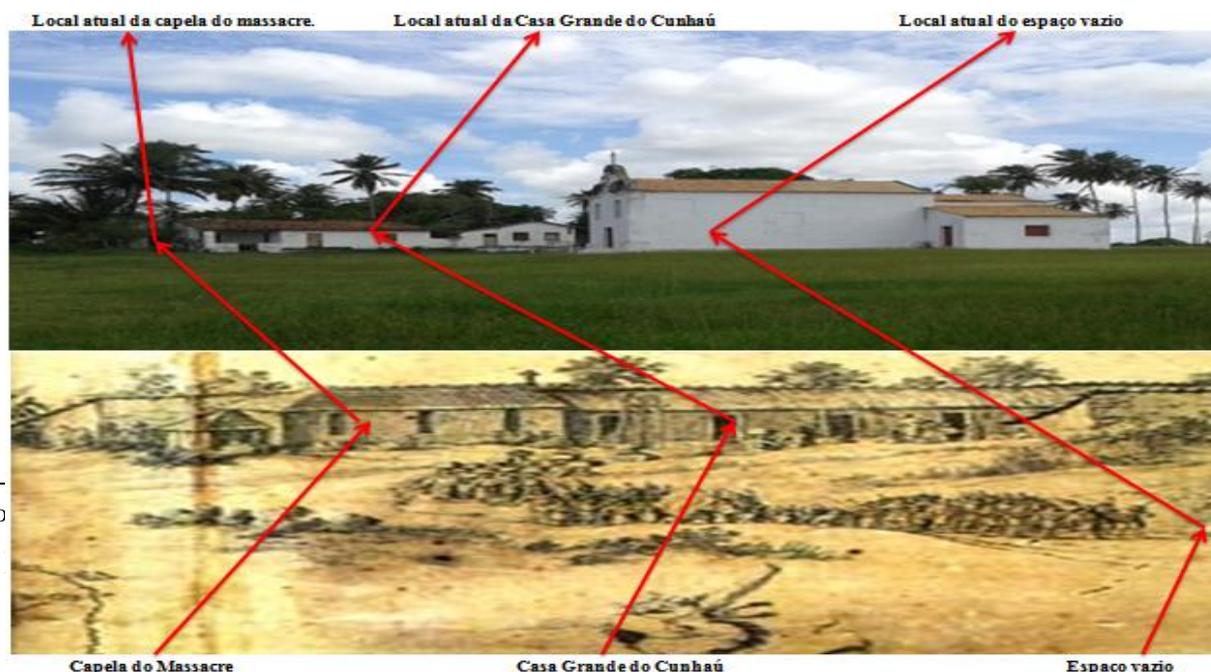
POPULAÇÃO INDÍGENA NO BRASIL HOLANDÊS									
ANO	1635			1639			1645		
	Ald.	PT	Sold.	Ald.	PT	Sold.	Ald.	PT	Sold.
Rio Grande	6	1500	---	5	----	223	----	----	----
Paraíba	3	1500	800	7	----	620	----	----	----
Pernambuco	3	2500	880	5	----	843	----	----	----
Itamará	3	2400	770	4	----	237	----	----	----
Total	18	7900	2500	21	6000 (?)	1923	12 (?)	3588	1383

Ald. = Aldeias, PT = população total, Sold.= soldados ou guerreiros.

Figura 1: Tabela sobre a população indígena. Fonte: Schalkwijk (1986, p. 249)

## 2.2. CAPELAS DO ENGENHO CUNHAÚ

A Capela que se encontra na atual Fazenda Cunhaú, não é a do massacre de 16 de julho de 1645, mas sim outra edificada por Matias de Albuquerque Maranhão, em 1654, defronte da Casa Grande, já que a anterior que era do lado havia sido destruída nas batalhas lá ocorridas.<sup>1</sup> (Figura 2)



<sup>1</sup> Co



Figura 2: Teoria sobre a capela do Cunhaú. Fonte: Arquivo Pessoal (2015).

Durante quase três séculos os arredores da atual Capela do Cunhaú serviram como cemitério aristocrático da família Maranhão do ramo do Cunhaú e de alguns moradores de estima dessa família, o cruzeiro e o sino dela foram transferidos para o Engenho Outeiro, em 1877, pelos freis Guardioso e Herculano, na intenção de espantar um demônio no engenho que agora era a vapor. Em 1890 o telhado foi vendido, em Recife, para cobrir uma estribilha no Engenho Outeiro, seis anos depois foi quase totalmente destruída pelos filhos do Coronel Dendê Arco Verde, na procura das suas botijas, sobradando só as paredes e o fronte destruído. (CASCUDO; 2008)

O historiador Câmara Cascudo, após a sua visita ao Engenho Cunhaú, em fevereiro de 1934, levantou a voz em prol do tombamento da capela, ratificado em 17 de dezembro de 1964. Fala Oliveira (2003, p. 41): “foi organizado um convênio firmado entre o Ministério da Cultura, a Fundação Nacional Pró-Memória, a Fundação Roberto Marinho e o governo do estado do RN, em meados da década de 1980, para a restauração da capela do Cunhaú, o término dos trabalhos foi em 15 de fevereiro de 1986”.

### 3. CONCLUSÃO

O outrora existente Engenho Cunhaú é rico em histórias perpetuado em sua terra, mas que não estão sendo exploradas em sua plena capacidade, não no que se refere a pessoas por metro quadrado, e sim de uma fonte histórica que erroneamente não esta sendo passada aos futuros habitantes não só da extinta sesmária do Cunhaú, e sim da outrora existente Capitania do Rio Grande, devido a certos grupos que insistem em o enquadrar num contexto específico, não possibilitando assim a transferência do conhecimento a terceiros.

Há um velho paradigma que o Engenho Cunhaú, é o Engenho do Massacre de Cunhaú, fato correto, mas esse espaço não só se restringe a essa história, e não só também a família Albuquerque Maranhão, e sim a todo um sítio mítico impregnada de acontecimentos extremamente significativos não só para a História regional, que não são exploradas em sua plena capacidade por falta de interesse e investimento das autoridades regionais, mas que se aproveitam do espaço na única solenidade realizada na área, como palco para os seus interesses ora política ora religiosa o que findar com uma comemoração que na realidade é um fato histórico por si só mal explicado diga de passagem.

### 4. REFERÊNCIAS

- [s.n.d] **Bem vindo ao Cunhaú:** Terra de Mártires. Pedro Velho: JDHB DE FARIAS ME DH4-Serviços, 2013, 17 pág.
- CASCUDO, Luiz da Câmara. **A Casa de Cunhaú:** história e genealogia/ Luiz da Câmara Cascudo; prefácio, notas, quadro genealógico glossário de Paulo Fernando Albuquerque Maranhão. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2008. 182 p. – (Edições do Senado Federal; v. 45).
- COSTA FREIRE. Hortência Gomes, **Morticínio em Cunhaú.** [s.n.d].
- GINANI FILHO, Jonas Floripe. **A mina de ferro do Cunhaú.** Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/Jonasblog/mina-de-ferro-ina-de-ferro-de-Cunhaú>>. Acessado: em: 02 de abr. de 2015.
- LOPES, Fátima Martins. **Missões religiosas: índio, colonos, missionários na colonização da Capitania do Rio Grande do Norte.** Dissertação (Mestrado em História) Universidade Federal de Pernambuco: Recife, 1999.



MARANHÃO, Paulo Frederico Lobo. **A família Maranhão: do Cunhaú a Matary.** Recife: Comunigraf, 2001.

MEDEIROS FILHO, Olavo de. **O Engenho Cunhaú à luz de um inventário.** Natal: Fundação José Augusto, 1993, 86 pág.

OLIVEIRA, Luís Antônio de, **O martírio encenado: memória narrativa a teatralização do passado no litoral sul do Rio Grande do Norte/Luís Antônio de Oliveira.**- Recife: O autor, 2003. 153 p.: il. tab. fotos.

SCHALKWIJK, Frans Leonard. **Igreja e Estado no Brasil Holandês,** Pref. de José Antônio Gonçalves de Melo, Recife: FUNDARPE. Diretoria de Assuntos Culturais, 1986, il (coleção Pernambucana 2ª fase).



## As histórias e a “verdade” sobre a Gruta do Bode.

Thiago Antonio de Oliveira<sup>1</sup>; Pablo Guimarães Azevedo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Discente do curso técnico integrado em informática- IFRN. E-mail: thiagooliveirarn@gmail.com;

<sup>2</sup>Professor de Geografia- IFRN. E-mail: pablo.azevedo@ifrn.edu.br.

**RESUMO:** Constatou-se neste trabalho que a atual Gruta do bode, outrora foi uma mina de ferro dada a ocorrência de Lateritas ferruginosas da Formação Sedimentar Barreiras do litoral potiguar. Entretanto sua utilização como uma mina de ferro é, atualmente, questionada, dada as condições geológicas que não são consideradas economicamente viáveis, pelo menos nos tempos atuais, para a sua existência. Essa pesquisa tomou como método de análise uma investigação empírica, com visita “in locu” da área de estudo, assim como a compilação de material teórico de autores ligados à História e economia do Rio Grande do Norte. Desse modo, o presente artigo não visa relatar novas descobertas acerca dela, mas sim fazer um resgate histórico-cultural de suas estórias e a sua História (oficial), para que se possa reconhecer e valorizar este patrimônio local.

**Palavras-chave:** Patrimônio histórico, mina de ferro e Gruta do Bode.

### 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo mostrar a existência e a importância de um aspecto significativo da História do Município de Canguaretama/RN, que a existência de uma provável mina de ferro, área atualmente conhecida localmente por “Gruta do Bode”, que outrora abastecia o Engenho Cunhaú.

As entradas e respiradouros desta mina de ferro ainda podem ser encontradas, mas estão quase totalmente soterradas, possivelmente fruto da tardia conscientização dos proprietários da área que, em um passado recente, tentava aterrâ-la. Somado a isto, observamos o descaso e abandono do Poder Público local em preservar esse patrimônio histórico significativo para a História do Rio Grande do Norte.

A descoberta despreziosa de um túnel no distrito de Barra de Cunhaú- Canguaretama/RN, no ano de 2000, possivelmente acrescentou inúmeros dados novos à História da econômica da antiga Capitania do Rio Grande, atual estado do Rio Grande do Norte. A descoberta foi de duas galerias subterrâneas encontradas durante a retirada de terra para a construção dos viveiros de camarão de uma empresa carcinicultura local, o achado para muitos pesquisadores que o estudaram foi o mais significativo do tipo no Estado, naquela década. Ela poderia ter sido explorada em meados do século XVII, na obtenção de minério de ferro para os engenhos da região e de acordo com o historiador Olavo de Medeiros "Essa descoberta é importante, pois pode acrescentar mais um capítulo à História da economia do Rio Grande do Norte". (BEZERRIL, 2015),

Essa galeria foi assimilada a outra existente em Canguaretama/RN, contudo esse segundo túnel é diferente devido a sua localização ser na atual BR 101, KM 158, sentido João Pessoa/PB - Natal/RN, intitulado “Gruta do Bode”, (Figura 1) inserida na Fazenda Gruta do Bode, que segundo a historiografia escrita regional foi à mina de ferro usada para abastecer o Engenho Cunhaú ainda no tempo de Jerônimo de Albuquerque Maranhão “O Conquistador do Maranhão” e na história oral um esconderijo de supostos tesouros flamengos.



**Figura 1: A entrada e respirador. Fonte: Arquivo Pessoal (2015).**

Sobre a descoberta dessa suposta mina, diz Medeiros Filho (1997, p. 89):

*A 23 léguas pela terra dentro – da sesmaria do Cunhaú-, na direitura deste rio, - possivelmente atual rio Catu- descobriu em dois de agosto de 608 o dito Jerônimo de Albuquerque grande quantidade de minas de ferro, com muita comodidade a se beneficiarem, tanto pela navegação deste rio, como porque vêm as ditas minas por terra estar mui perto da povoação e fortaleza do Rio Grande e se poderá por aquela banda negociar por terra.*

A mineração dela foi encerrada talvez por escassez do minério ou após o incêndio do Engenho Cunhaú, em 16 de maio de 1647, mas depois serviram como prisão e também como esconderijos de supostos tesouros flamengos (GINANI FILHO, 2014).

Diante do exposto, este artigo não visa apresentar necessariamente novas descobertas acerca da atual Gruta do Bode, provável Mina de ferro do Engenho Cunhaú, mas sim fazer um resgate histórico-cultural de suas histórias e a sua História (oficial), para que se possa preservar esse patrimônio enquanto a tempo.

## **2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

O presente trabalho toma por base teórica obras regionais, com autores que trazem um conteúdo histórico e econômico do Rio Grande do Norte, com as seguintes referências bibliográficas: Silva (2014), Ginani Filho (2014); Medeiros Filho (1997); Carvalho (1905) e outras referências escritas e orais.

## **3. METODOLOGIA**

Tomando como método de análise uma investigação empírica, com visita “*in locu*” da área de estudo, bem como a compilação de material teórico de autores ligados à História econômica do Rio Grande do Norte.



A pesquisa de campo foi realizada na data de 25 de julho de 2015, em que se realizou o registro fotográfico da área, utilizando uma câmera fotográfica Sony Lens 16 megapixels.

Já a pesquisa bibliográfica contou com parte do acervo pessoal do autor, além de acervos particulares, como o de historiador Anderson Tavares de Lyra.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com o passar do tempo, a área da antiga mina de ferro passou a ser conhecida como “Gruta do Bode”, pela população local. Em relação a esta nomenclatura, observamos que existem duas versões para tal nome.

A versão “oficial” conta que teria vivido um bode selvagem na região de uma gruta que teria se acostumado a pular num vagão vazio do trem que passava próximo indo até a Estação ferroviária de Canguaretama, depois voltava à gruta. Os maquinistas ao verem o bode, associaram o local de origem do animal viajante, a “Gruta do Bode” (SILVA; 2014).

Já a outra versão é relatada pelo chamado mito do “Bode de Ouro”, que consistia no seguinte fato:

*Ao empreender fuga da sesmaria do Cunhaú, os holandeses teriam deixados inúmeros tesouros escondidos em tuneis de mina de ferros dessa sesmaria. Dentre os valiosos objetos havia um bode de ouro maciço escondido na mina de ferro do Cunhaú. (SILVA; 2014).*

### 4.1. O MITO DOS “07 BURACOS”.

Há título de esclarecimento os mitos antigamente eram utilizados para explicar fatos e acontecimentos que não eram compreendidas e/ou aceitos na época, e ao serem explicadas se utilizava de muita simbologia/analogia o que alterava o real sentido da história, se perdendo assim em parte o real acontecido, além disso, um dos objetivos do mito era transmitir conhecimento e explicar fatos que a ciência ainda não havia explicado, através de rituais religiosos ou profanos (OLIVEIRA, 2015).

Nesse sentido é possível constatar que a Gruta do Bode faz parte também de um outro mito popular local conhecido por “07 Buracos” (Figura 2). Este mito conta que seria possível, devido a existência de um complexo de túneis e a partir da Gruta do Bode, chegar à Casa da Câmara e Cadeia de Vila Flor, bem como ao Engenho Cunhaú, a Ilha do Flamengo na Casa-Forte de Guarairas, ao Fortim da Barra do Rio Cunhaú, ao Forte dos Reis Magos e ao Buraco do Holandês na Mata da Estrela.

Tais túneis foram muito utilizados pelos holandeses para escaparem dos portugueses e onde supostamente deixarem muitos tesouros escondidos.



**Figura 2: Os locais relatados pelo mito dos “07 buracos”. Fonte: Oliveira (2015).**

A Casa da Câmara e Cadeia de Vila Flor, localizado em Vila Flor/RN, é um casarão holandês de dois andares. À época, a parte superior do casarão era a Câmara de Vereadores e a inferior a Cadeia pública, que podia ser acessada possivelmente por um alçapão no piso superior, possibilitando assim a impressão de um buraco.

O Engenho Cunhaú por sua vez, atual Fazenda Cunhaú, era um Engenho do tipo real, ou seja, possuía um canal de água artificial que acionava o maquinário da moenda, que poderia ser acessado por todas as pessoas conhecedoras de sua localização.

O suposto túnel da Ilha do Flamengo na Casa-Forte de Guarairas, ilha atualmente de mesmo nome, só teria acesso à Igreja de São João Batista de Guarairas na sede do município de Arês/RN e sem nenhuma conexão direta ou indireta com os outros buracos relatados no citado mito.

No Fortim da Barra do Rio Cunhaú, atual Pousada do Forte, na Barra do Cunhaú-Canguaretama/RN, tinha em uma das suas celas possivelmente um buraco na parede que dava no mar por onde os corpos já sem vidas eram jogados.

No Forte dos Reis Magos, atualmente como o mesmo nome, localizado em Natal/RN, existe uma fissura na parede do calabouço por onde a água salgada do mar entrava e matava os prisioneiros por afogamento e por onde eram jogados ao mar.

O buraco do Holandês na Mata Estrela, atual Reserva Particular do Patrimônio Natural Mata Estrela, localizado no município de Baía Formosa/RN, seria provavelmente a um holandês, após a sua morte, teria sido enterrado numa cova depois conhecido por “Buraco do Holandês”, numa mata que possuía um formato de estrela.

Apesar dos diversos mitos, acreditamos que o que aconteceu de fato é que a atual área conhecida por Gruta do Bode seria a suposta Mina de Ferro do Cunhaú e que dada a sua dificuldade de acesso, possibilitou a proteção dos objetos ali escondidos e por consequência a obtenção de inúmeros boatos sobre o que era aquele local.

## 5. CONCLUSÃO



Diante do exposto, é possível fazermos algumas considerações acerca do tema pesquisado. Atualmente a provável Mina de ferro do Engenho Cunhaú, atual Gruta do Bode, poderia servi além de um lugar de referência para a memória da história de um povo e ser algo mais.

Além disso, trata-se de um espaço histórico-cultural que não é aproveitado como um ponto turístico cultural pelo Poder Público local, assim como inúmeros outros patrimônios históricos de Canguaretama/RN. Soma-se a isso, o fato do município caracterizar-se justamente pela atividade turística como uma das principais fontes econômica.

Desse modo, o presente artigo constatou que não ocorreu nesse local, bem como em outros lugares da citada cidade, um real desbravamento por parte de novas pesquisas realmente determinadas a fazer um resgate histórico-cultural. Acreditamos que este fato deve-se pela falta de incentivo maciço do poder público em suas mais diversas esferas.

Essa suposta mina de ferro provavelmente foi uma das primeiras áreas utilizadas para exploração de algum minério. Contudo, dada as características geológicas locais, em que predomina a Formação Sedimentar Barreiras, acreditamos que dificilmente ocorreu a extração de ferro efetivamente, pois tal minério naquela geologia ocorre na forma de *Lateritas*, que nada mais são do que elementos oxidados e compactados, gerando blocos ferruginosos (NUNES, 2006).

Isto é, uma melhor averiguação se faz necessária para afirmar que a exploração do Ferro naquela mina era viável economicamente ou mesmo para atender as necessidades do Engenho Cunhaú.

Entretanto, é notória importância como um sítio arqueológico que nos ajuda a compreender alguns elementos da economia colonial do RN, mas que mesmo assim se encontra hoje numa situação lastimável para um bem histórico do seu porte, com suas entradas e respiradores parcialmente bloqueados. Dessa forma, se não houver o quanto antes uma série de ações como a revitalização histórica, aliada à conservação judicial; o tombamento, a regeneração estética e a restauração desse patrimônio histórico seja pelo Governo municipal, estadual ou federal, perderemos, não só a provável evidência da primeira mina de ferro do Rio Grande do Norte, mas também todo um sítio arqueológico de suma importância para História RN.

Como sugestão, acreditamos que também seria relevante a realização de estudos nos demais patrimônios culturais do Município de Canguaretama/RN, além da atual Gruta do Bode, e municípios circunvizinhos, com o intuito de analisar sua importância histórica. A partir de tais estudos acreditamos que existe a possibilidade dessas áreas serem tombadas como patrimônio histórico-cultural da região, o que conseqüentemente possibilitaria a restauração das mesmas, de forma que não fosse alterada mais de 0,5% de suas características originais.

E por fim, considerando as atividades turísticas realizadas na Microrregião do Litoral Sul, a valorização do patrimônio histórico-cultural permitiria expansão da rota turística que atualmente se limita ao chamado turismo “sol e mar”, ou seja, relacionado as belezas naturais do litoral.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEZERRIL. Alexandre, **Geocities**. Disponível em: <http://www.geocities.ws/pedrovelhorn/minascunhau.htm>. Acessado em: 15 de set. de 2014.



CARVALHO. Alfredo de, **Minas de ouro e prata no Rio Grande do Norte – explorações holandesas no séc. XVII**. Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Norte. Vol.III. N. 1, jan.1905.

NUNES, Elias. **Geografia física do Rio Grande do Norte**. 1. ed. Natal, RN: Imagem Gráfica, 2006.

GINANI FILHO. Jonas Floripe, **A mina de ferro do Cunhaú**. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/Jonasblog/mina-de-ferro-ina-de-ferro-de-cunhau>>. Acessado dia: 24 de dez. de 2014.

LYRA. Anderson Tavares de, **Anderson Tavares de Lyra**. Depoimento [set. 2015]. Entrevistador: Thiago A. de Oliveira e Pablo G. Azevedo. Natal/RN. 01 cassete sonoro. Entrevista concedida para o artigo: Estórias e a História (oficial) da Gruta do Bode.

MEDEIROS FILHO. Olavo. **Aconteceu na Capitania do Rio Grande**. [S.l.]: Departamento Estadual de Imprensa, 1997. 205 p.

OLIVEIRA. Thiago A, **Gruta do bode: 1º mina de ferro do RN**. Disponível em: <http://solarlogos14.blogspot.com.br/2014/08/gruta-do-bode-1-mina-de-ferro-do-rn.html>. Acessado em: 09 de jan. de 2015.

SILVA, Claudia Maria Moreira da. “...Em busca da realidade...”: a experiência da etnicidade dos Eleotérios (Catu/RN)/ 2007. 271 f. Dissertação (Antropologia Social). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal/RN, 2007.

SILVA, Erivan Oliveira Ferreira. **Memórias de Canguaretama**. Vol.1. Canguaretama: Projeto Vale das Matas. 2014. 66 pág.

**IFRN**  
*Editora* ■■■■