

OS OBSERVATÓRIOS DO TURISMO NA PERCEPÇÃO DOS STAKEHOLDERS DO MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO, MARANHÃO

OBSERVATORIES OF TOURISM IN THE PERCEPTION OF STAKEHOLDERS IN THE CITY OF SÃO BERNARDO, MARANHÃO

Patriciane da Silva Garcês *
Karoliny Diniz Carvalho**

Resumo: O presente trabalho visa analisar a percepção dos gestores públicos e acadêmicos sobre o papel dos observatórios do turismo no planejamento e promoção turística do município de São Bernardo, Maranhão, Brasil. Na construção teórica do estudo utilizaram-se as contribuições de Beni (1998), Tomazzoni e Dorio (2008) e Oliveira, Miranda e Amaral (2016), a fim de compreender a importância da informação na dinâmica contemporânea do turismo; nas considerações sobre os observatórios, recorreu-se às análises de Soares, Ferneda e Prado (2018), Theorga (2016), Pena e Moesch (2016), Santos & Inácio (2018). Na pesquisa de campo, o estudo tomou a configuração de pesquisa qualitativa (Minayo, 2007; Gil, 2002), em que se valeu de entrevistas estruturadas aplicadas aos gestores públicos e gestores acadêmicos diretamente relacionados com o turismo na cidade. Os resultados da pesquisa de campo apontaram que tanto os gestores públicos quanto os pesquisadores acadêmicos do turismo possuem um bom entendimento sobre as funções dos observatórios e assinalaram que essa estrutura, num modelo híbrido de gestão, conduziria ações de estruturação do turismo local, o que poderia favorecer também localidades vizinhas que já vem experienciando transformações por intermédio dessa atividade.
Palavras-chave: Turismo. Planejamento turístico. Observatórios de turismo. São Bernardo, MA, Brasil.

Abstract: This paper aims to analyze the perception of public and academic authors about the role of tourism observatories in the planning and tourism promotion of the city of São Bernardo, Maranhão, Brazil. In the theoretical construction of the study we used the contributions of Beni (1998), Tomazzoni e Dorio (2008) e Oliveira, Miranda e Amaral (2016), in order to understand the importance of information in contemporary tourism dynamics; in the observatory considerations, we used the analyzes of Soares, Ferneda and Prado (2018), Theorga (2016), Pena and Moesch (2016), Santos and Inácio (2018). In the field research, the study took the configuration of qualitative research (Minayo, 2007; Gil, 2002), which used structured interviews applied to public and academic managers directly related to tourism in the city. The results of the field research indicated that both public managers and academic tourism researchers have a good understanding of observatory functions and pointed out that this structure, in a hybrid management model, would lead to local tourism structuring actions, which could also favor neighboring localities that are already experiencing transformations through this activity.
Keywords: Tourism. Tourism planning. Tourism observatories. São Bernardo, MA, Brazil.

1 Introdução

Na dinâmica contemporânea, o turismo como fenômeno sociocultural e de natureza complexa, é alçado ao patamar de atividade geradora de efeitos econômicos e sociais relevantes e possibilitador de mudanças nas estruturas dos locais onde se desenvolve. Nuances territoriais distintas, comunidades e suas construções materiais e simbólicas são apropriadas pelo turismo

* Bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão - UFMA/ Campus São Bernardo. E-mail: patxga@hotmail.com.

** Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC/BA), docente do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão - UFMA/ Campus São Bernardo. E-mail: karolinydiniz@gmail.com.

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

enquanto recursos para se promover um desenvolvimento voltado não apenas para a dimensão econômica, ligado à satisfação das necessidades dos consumidores/turistas e as estimativas de lucro empresarial, mas para a dimensão social, em que o turismo é compreendido como agente de mudança e inclusão social.

Pensar em alternativas para desenvolver o turismo numa determinada localidade pressupõe a organização de sua oferta de atrativos, estudos de demanda, análise de tendências de mercado, ou seja, há a necessidade de um conjunto de informações que deem suporte ao processo de tomada de decisões no setor por meio do planejamento turístico.

Uma das estratégias de gestão que vem sendo adotadas por muitas cidades, tanto em nível nacional, quanto internacional, são os observatórios de turismo. Estes podem ser entendidos como estruturas de apoio ao fortalecimento do turismo e que guardam em suas funções a compilação de dados e informações sobre a oferta e a demanda turística. Além disso, os observatórios podem se constituir espaços onde emergem ações de colaboração, sinergia e integração entre os *stakeholders* que atuam no turismo.

Diante da importância que os observatórios assumem no contexto do planejamento e da gestão dos destinos turísticos, busca-se compreender se essas estruturas podem se converter em modelos de gestão compatíveis para as localidades que ainda não se encontram num nível de desenvolvimento turístico acentuado, ou para aquelas que não dispõem de uma estrutura administrativa que contemple as políticas públicas relativas a essa atividade. Nessa característica, enquadra-se o município de São Bernardo, Maranhão, Brasil.

Inserido na região do Baixo Parnaíba Maranhense, o município de São Bernardo apresenta práticas de excursionismo localizadas em determinados momentos festivos, como por exemplo, os festejos religiosos em homenagem ao santo padroeiro. No entanto, devido à proximidade com localidades turísticas de Parnaíba, Luís Correa, Barra Grande (PI), Tutóia, Barreirinhas (Maranhão), e do Delta das Américas, o turismo vem sendo projetado como uma atividade viável, uma vez que a cidade já dispõe de uma infraestrutura mínima para acolher os visitantes; apresenta atrativos naturais e culturais assentes em alguns povoados que a longo prazo podem se constituir atrativos turísticos.

Tendo em vista que o turismo ainda não está inserido no âmbito das políticas públicas locais, questiona-se: o observatório de turismo constitui modelo de gestão capaz de agregar diferentes atores em prol de ações colaborativas e de práticas de solidariedade para legitimar o turismo como agente transformador da realidade de São Bernardo, Maranhão? Os atores sociais que interagem no turismo consideram esse modelo viável para o município?

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

A partir desses questionamentos, o presente trabalho possui como objetivo geral analisar os observatórios do turismo como modelos de gestão do turismo a partir da percepção dos stakeholders do município de São Bernardo, Maranhão. Enquanto procedimentos metodológicos, recorreu-se à pesquisa de caráter exploratório, possuindo uma abordagem qualitativa, utilizando a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo.

Na construção teórica do estudo utilizou-se as contribuições de Beni (1998), Oliveira, Miranda e Amaral (2016), Tomazzoni e Dorio (2008), a fim de compreender a importância da informação na dinâmica contemporânea do turismo; nas considerações sobre os observatórios, recorreu-se às análises de Pena e Moesch (2016), Santos e Inácio (2018), Soares, Ferneda e Prado (2018), Theorga (2016). Na pesquisa de campo, o estudo tomou a configuração de pesquisa qualitativa (MINAYO, 2007; GIL, 2002), em que se valeu de entrevistas estruturadas aplicadas aos gestores públicos e gestores acadêmicos diretamente relacionados com o turismo na cidade.

Em relação à amostra da investigação, definiu-se uma amostra do tipo não probabilística por conveniência, incluiu-se como sujeitos da pesquisa os gestores públicos municipais - o Secretário de cultura e comunicação, os gestores acadêmicos do curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão, campus São Bernardo - o Diretor do campus, Coordenadora do curso de Bacharelado em Turismo e uma docente, além do coordenador do observatório de turismo do Maranhão e atual coordenador do curso de turismo do campus São Luís. Priorizou-se entrevistas estruturadas como técnicas para a coleta dos dados, por considerar que as mesmas permitem um maior acesso do pesquisador às informações sobre os significados, sentidos e valores, ou seja, aos aspectos subjetivos presentes nos discursos dos informantes.

A partir do exposto, o presente trabalho encontra-se estruturado da seguinte forma: inicialmente discute-se o papel da informação no processo de gestão dos destinos turísticos, contextualizando o surgimento dos observatórios no cenário turístico nacional. Em seguida, situa-se o município de São Bernardo como área de estudo, apresentando as suas potencialidades turísticas. Posteriormente, apresenta-se e discute-se os resultados obtidos na pesquisa de campo.

2 Os Observatórios de Turismo

As transformações sociais, econômicas, políticas e socioculturais tornam a atividade turística um fenômeno complexo e multifacetado, no qual a informação adquire um papel de centralidade. O mercado turístico é extremamente dinâmico, sendo influenciado por

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

diferentes variáveis no contexto macro e microambiental (BENI, 1998), as quais interferem de forma positiva ou negativa na performance ou desempenho dos destinos turísticos no mercado.

Diversas forças internas e externas vêm criando desafios para os profissionais e planejadores do turismo. A intensidade dessas forças pode ser sentida, por exemplo, na chamada super segmentação da oferta e da demanda, com a emergência de nichos de mercado específicos; nas inovações tecnológicas que permitem não só a virtualização das experiências turísticas, a disponibilidade de informações em tempo real sobre os destinos, como também novas formas de consumo turístico compartilhado; com a internet, as redes sociais e aplicativos promovem novos modelos de negócios e o aumento da conectividade e interação entre os prestadores de serviços turísticos e os visitantes.

Em relação à demanda turística, os consumidores buscam a qualidade na prestação dos serviços e ofertas baseadas na experiência, fato que leva os destinos turísticos a investirem na articulação entre as gestões pública e privada. No âmbito das políticas públicas, crescem os estudos em torno de arranjos colaborativos na busca pelo comprometimento dos gestores públicos e empresários do setor, já que “uma das maiores dificuldades e desafios é a integração das organizações públicas e privadas para consolidação dos polos regionais do turismo, por meio da gestão sistêmica e da cooperação.” (TOMAZZONI; DORION, 2008, p. 68).

Diante do impacto tecnológico a partir dos anos 1980, a atividade turística vem sofrendo profundas e rápidas transformações, acarretando novas formas de se fazer negócios, com ênfase na inovação dos serviços, surgimento de produtos turísticos artificiais, além de mudanças na comunicação entre os turistas e os prestadores de serviços por meio das mídias sociais e plataformas digitais.

No que tange à procura turística, o impacto das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) no mercado turístico alterou as formas de comunicação com o cliente. A distribuição dos produtos e serviços turísticos no mercado, até então tradicionalmente realizada pelas agências de viagens, foi sendo substituída por meios eletrônicos com a popularização da internet. As mídias, blogs e redes sociais redefiniram as atividades de promoção e divulgação dos destinos no mercado. Uma vez que o produto turístico é intangível e se revela como uma experiência, as tecnologias estimulam as viagens, aproximam as empresas turísticas dos seus potenciais consumidores. Os turistas/consumidores disponibilizam suas impressões sobre os locais visitados, ampliando a visibilidade das ofertas turísticas e influenciando a demanda.

Assim, a informação é entendida como um valor estratégico para as organizações públicas e privada, “a sistematização da informação é uma ferramenta indispensável quando a

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

intenção é qualificar o contexto das práticas turísticas.” (PENA; MOESCH, 2016, p. 276). As informações sobre o mercado turístico e suas tendências permeiam todo o processo decisório dessa atividade; a formulação de estratégias de marketing, de posicionamento e o tipo de turismo que se pretende alcançar são, em grande medida, definidos e implantados a partir de mecanismos de processamento de informações, análise de cenários e implantação de ações por meio de programas e projetos de desenvolvimento.

Na gestão do turismo, a informação torna-se necessária para a estruturação de ofertas, produtos e serviços com qualidade, e para o acompanhamento e avaliação das atividades turísticas (OLIVEIRA; MIRANDA; AMARAL, 2016). Nesse contexto, destaca-se o papel desempenhado pelas TIC's que permitem o processamento de informações, a conexão e integração de dados, o que possibilita novos modelos de gestão de destinos, “[...] a gestão da informação nas empresas do setor do Turismo é fundamental para o seu sucesso com um aumento constante e progressivo da troca de conhecimentos pela Internet.” (ROQUE; FERNANDES; SARDO, 2012, p.46).

Na comunicação turística, torna-se fundamental a disponibilização de dados sobre o destino, tanto para os potenciais turistas, no sentido de favorecer as suas escolhas, como para os investidores e empreendedores do setor turístico, os quais poderão direcionar seus esforços em áreas promissoras em diferentes contextos: lazer, alimentação, hospedagem, marketing, eventos, de acordo com as potencialidades de cada destino. No âmbito das políticas públicas, a internet e a comunicação: “[...] representam um forte canal de comunicação do gestor público para com os seus municípios, em segmentos como a prestação de serviços, transparência das contas públicas, e como atração de turistas e investidores para a cidade.” (REUBER; CARNIELLO, 2014, p.125).

Aliada a informação, pode-se pensar em ações que estimulem ou garantam a competitividade no turismo. A competição inerente ao setor turístico implica a necessidade de desenvolver a capacidade empreendedora visando ao aumento das vantagens competitivas, o estímulo à inovação dos produtos, serviços e processos, bem como a formulação de estratégias de marketing que agreguem valor aos destinos turísticos, com vistas à uma maior diferenciação e posicionamento mercadológico: “o correto relacionamento entre os recursos, a gestão da destinação, as condições situacionais e as condições da demanda é que definirão o potencial competitivo de um destino turístico.” (MOTA; VIANA; ANJOS, 2013, p.62).

É nesse contexto de mudanças paradigmáticas em torno do turismo, da necessidade de acompanhar e avaliar a dinâmica socioespacial desse fenômeno por meio da sistematização

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

de dados e informações, que se insere o movimento em torno da estruturação e implantação de observatórios de turismo, tanto em nível institucional, quanto em nível acadêmico.

No contexto brasileiro, os primeiros observatórios decorreram de iniciativas das universidades e de organizações não governamentais a partir dos anos 2000. Atualmente, os observatórios versam sobre uma pluralidade de temas, como saúde, gênero, mídia, racismo, xenofobia, mobilidade urbana, ciência e tecnologia, violência, economia, inovação (ALBORNOZ; HERSCHMANN, 2006). Apesar da existência de vários conceitos sobre os observatórios, há um entendimento comum de que estes seriam uma estrutura organizacional utilizada para observar, compreender e refletir sobre um determinado fenômeno – social, cultural, político, econômico:

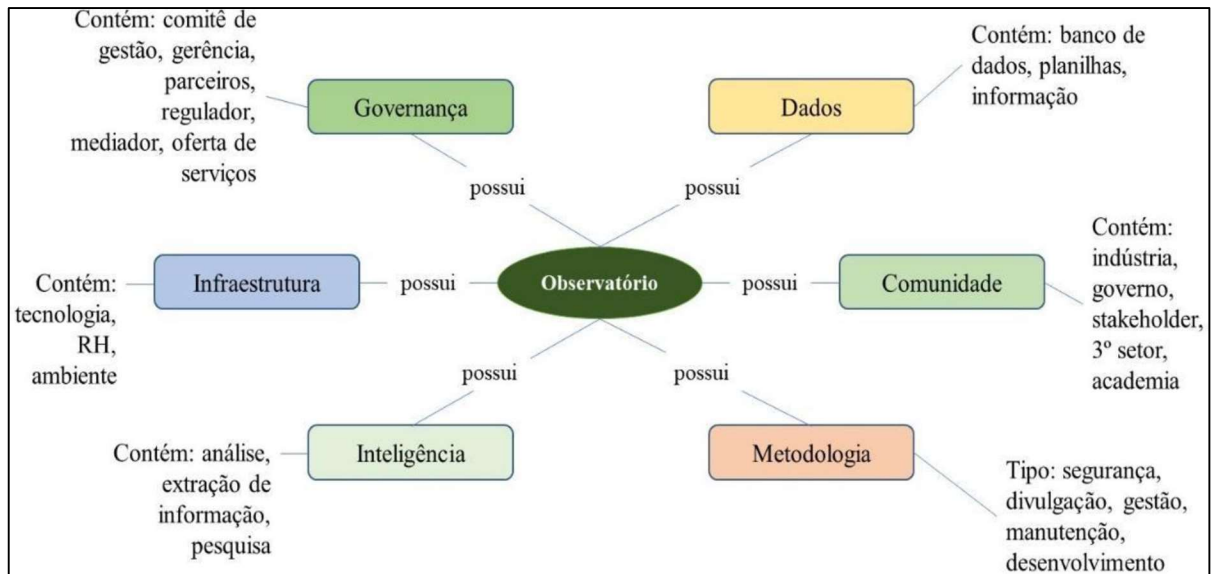
Um observatório é uma iniciativa permanente, de natureza multidisciplinar, que investiga, monitora e avalia diferentes tópicos nos âmbitos social, econômico, ambiental ou político, com essa informação é capaz de gerar um sistema de informação cujos dados são comunicados através de diferentes meios para contribuir para o desenvolvimento de uma comunidade local, nacional, regional ou global. (BURNEO; LÓPEZ, 2014, p. 5, tradução nossa)¹.

Assim, o observatório é um local de produção de conhecimentos e a divulgação das informações sistematizadas, propiciando, assim, uma reflexão crítica sobre a temática investigada. Dessa forma, no contexto da pesquisa e, “associando as acepções do vocábulo “observar” e de suas formas substantivas, é possível considerar “observatório” como um local, devidamente equipado com recursos humanos e tecnológicos, para realizar observações e acompanhar determinados fenômenos, divulgando informações e atendendo a uma finalidade (Figura 1).

¹“Un observatório es una iniciativa permanente, de carácter multidisciplinario, que investiga, monitorea y evalúa diferentes temáticas dentro del ámbito social, económico, ambiental o político, con esta información es capaz de generar un sistema de información cuyos datos se comunican a través de diferentes medios para contribuir con el desarrollo de una comunidad local, nacional, regional o mundial.” (BURNEO; LÓPEZ, 2014, p.5).

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

Figura 1- Modelo conceitual de um observatório



Fonte: Gomes *et al.* (2016, p.107).

Os fenômenos se referem ao tema que será explorado pelo observatório e a finalidade se refere ao objetivo que observatório deverá atender. “O conhecimento produzido pelo observatório é resultado de suas observações e dos procedimentos que desenvolve ao examinar atentamente” (SOARES; FERNEDA; PRADO, 2018, p. 88).

Na concepção teórico-conceitual dos observatórios, destaca-se a sua possibilidade de serem espaços colaborativos, de articulação entre as iniciativas públicas e privadas, com o envolvimento da comunidade, dotados de capacidade para gerenciar e intercambiar as informações sobre o fenômeno estudado, a fim de orientar o processo de tomada de decisões nas políticas públicas. Assim uma de suas finalidades consiste em:

[...] legitimar as ações sob condições e serviços quando há uma situação incerta, também se concentram na observação e no fornecimento de informações constantes, a fim de alcançar a tomada de decisões e o desenho de estratégias de desenvolvimento adaptadas às necessidades e realidade de cada território em todos os momentos. (FRANCH; CONTRERAS, 2013, p. 26, tradução nossa).²

Em relação aos observatórios de turismo, somente em 2004 a Organização Mundial de Turismo (OMT) propôs a criação de organismos denominados Observatórios Globais de

²[...] legitimar las acciones en condiciones y servicios cuando exista una situación de incertidumbre, también se concentra en observar y proveer información constante, con el fin de lograr la toma de decisiones y el diseño de estrategias de desarrollo que se adecuen a las necesidades y a la realidad de cada territorio en todo momento (FRANCH; CONTRERAS, 2013, p. 26).

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

Turismo Sustentável (GOST), no sentido de gerenciar informações sobre o turismo sustentável, e com vistas a:

[...] reforçar as capacidades institucionais de gestão de informação e o acompanhamento do turismo sustentável, fornecendo aos gestores do turismo e stakeholders uma orientação para a construção de uma estrutura para a coleta regular, análise e comunicação de informações, relacionadas aos impactos do turismo sobre os aspectos ambientais, sociais, culturais e econômicos dos destinos. (THEORGA, 2016, p. 26).

A partir desse direcionamento, foram criados 14 observatórios de turismo em nível internacional, em países como Portugal, China, Grécia, México. Os observatórios de turismo surgiram, portanto, em decorrência da necessidade de sistematizar informações sobre os impactos do turismo nas localidades, numa preocupação em torno da sustentabilidade e da conservação dos patrimônios culturais (THEORGA, 2016).

No Brasil, os primeiros observatórios de turismo surgiram nos anos 2000, nos estados de São Paulo e Paraná e, posteriormente, a partir de 2010, observatórios de diferentes tipologias e funções foram implantados como instrumentos facilitadores do processo de tomada de decisões no turismo:

Como instrumentos de investigação científica e de orientação profissional os Observatórios são uma rede interdisciplinar permanente de discussão, estudos, pesquisas e produção do conhecimento focado em atender as demandas do planejamento turístico sustentável no território nacional. (PENA; MOESCH, 2016, p. 277).

As definições sobre os observatórios e suas funções variam de acordo com cada autor ou fenômeno social tomado como objeto de análise. Variam também em relação aos seus vínculos administrativos e níveis de colaboração pública e privada. De um modo geral, os observatórios possuem como objetivos a sistematização e divulgação de dados e informações por meio de indicadores e estatísticas, e a realização de pesquisas e ações de monitoramento e acompanhamento.

Os dados e informações a serem produzidos e sistematizados pelos observatórios devem ser pertinentes às necessidades empresariais e ao planejamento estratégico do órgão ou entidade responsável pelo turismo; as atividades concernentes a cada observatório de turismo devem considerar ainda o contexto sociocultural dos destinos. No entanto, podem ser elencados alguns dados capazes de subsidiar as propostas de ação e apontar alternativas para os empreendedores, gestores públicos e comunidade local:

[...] estudos sobre o perfil dos turistas; sazonalidade; médias de faturamento das empresas turísticas; nível de qualificação dos profissionais do setor; condições da

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

sinalização turística; inventariação de todos atrativos, empresas, serviços e infraestruturas disponíveis; realização de pesquisas de satisfação; levantamento das condições de mobilidade e acessibilidade do destino, tendências do setor. É importante também desenvolver indicadores para monitoramento de taxas de ocupação hoteleira, fluxos aéreos e rodoviários, realização de eventos (SANTOS; INACIO, 2018, p. 295).

Além de contribuir com a tomada de decisões, a existência de um observatório de turismo permite a participação de diferentes atores ou *stakeholders* que atuam nessa atividade e membros da comunidade local, o que pode garantir ao destino turístico desenvolver-se a partir da solidariedade entre a cadeia produtiva local, por intermédio de iniciativas voltadas ao monitoramento dos impactos positivos e negativos da atividade e a elaboração de projetos e ações que atendam aos interesses da comunidade local, promovendo o diálogo e assegurando a sustentabilidade das ações.

Assim, pode-se considerar que a atuação de um observatório, seja vinculado à uma esfera administrativa, seja às universidades, contribui para o planejamento sustentável dos destinos turísticos, posto que os modelos de observatórios analisados são sistêmicos e flexíveis, primando pela transversalidade das suas ações. Os observatórios tornam-se elementos estratégicos na construção de redes de colaboração que atuam no sentido de promover um desenvolvimento comprometido com as subjetividades dos atores locais, suas expectativas em torno da qualidade de vida e bem-estar, e valorização cultural.

Com base na discussão proposta, considera-se que os observatórios de turismo são importantes mecanismos de produção de conhecimentos, geradores de informações sobre o mercado turístico, auxiliando os gestores públicos, empresariado e comunidade local no planejamento e implantação de ações para o desenvolvimento da atividade turística. São elos articuladores entre as ações de planejamento que serão projetadas nos territórios e as demandas da comunidade, uma vez que o turismo se materializa de acordo com as especificidades de cada localidade, numa dinâmica e ritmos próprios.

3 Os Observatórios de Turismo na percepção dos *stakeholders* no município de São Bernardo, Maranhão

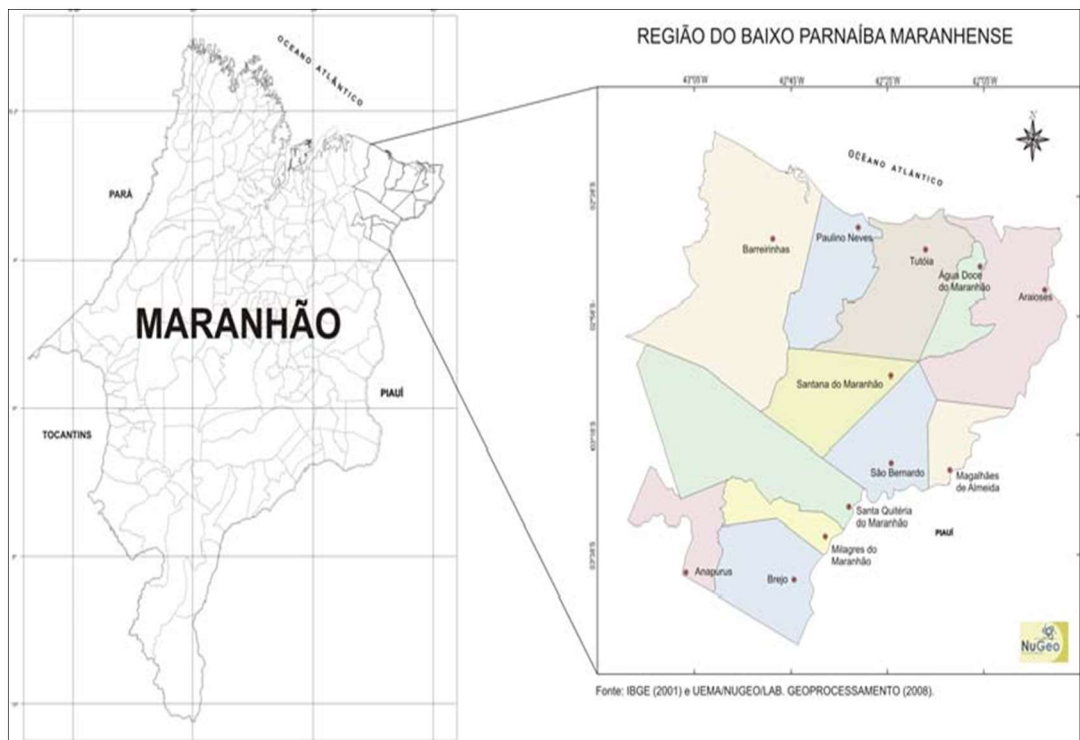
O município de São Bernardo, Maranhão, está localizado na Mesorregião Leste Maranhense, na microrregião do Baixo Parnaíba Maranhense; limita-se ao Norte com os municípios de Araióses, Água Doce do Maranhão e Tutóia; ao Sul com Santa Quitéria e com

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

águas do Rio Parnaíba; a Leste com Magalhães de Almeida e a Oeste com Santana do Maranhão (Mapa 1). Possui uma área de 1.000,9 km², com uma população aproximada de 26.476 habitantes, apresentando uma densidade demográfica de 26,29 habitantes/km² (IBGE, 2010). Do total de habitantes, 55% residem na zona rural.

Apesar do turismo não figurar como uma atividade econômica expressiva, o município de São Bernardo possui uma localização privilegiada, devido à proximidade com municípios que já vivenciam o fenômeno turístico, existe um potencial turístico latente que se materializa no fluxo de excursionistas que o município recebe durante os festejos religiosos que ocorrem no mês de agosto em homenagem ao santo padroeiro da cidade, São Bernardo.

Mapa 1- Localização do município de São Bernardo, MA



Fonte: IBGE (2000)

Além do excursionismo de caráter religioso, o município dispõe de elementos do patrimônio histórico e cultural que podem vir a se constituir em atrativos turísticos, dentre os quais se destacam os seguintes recursos turísticos: a igreja e o Santuário de São Bernardo, o festejo de São Bernardo, as festividades do São João (Imagem 1).

Assim, há possibilidades de se desenvolver, a longo prazo, o excursionismo rural, ecológico e de lazer, com o objetivo de valorizar os espaços rurais e possibilitar ganhos da comunidade em relação ao turismo, seguindo a perspectiva de um desenvolvimento social

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

integrado. Ressalta-se que o município de São Bernardo não possui ações de planejamento turístico, consubstanciadas no inventário da oferta turística e no plano municipal de turismo.

Diante do potencial turístico e das fragilidades apresentadas, é que se discute a aplicação do modelo de observatório do turismo, a fim de consolidar propostas que favoreçam o turismo local.

Imagem 1 - Recursos turísticos locais.



Fonte: Acervo pessoal (2019)

3.1 Resultados e discussão

Inicialmente, buscou-se entender qual a visão dos informantes a respeito dos observatórios de turismo e suas funções. Todos os entrevistados demonstraram ter um bom entendimento sobre a temática, porém não souberam indicar algum observatório em nível nacional ou internacional. Uma entrevistada afirmou ter conhecimento do observatório de turismo do Maranhão. Em relação à importância dos observatórios de turismo, todos os informantes destacaram o seu papel na sistematização e divulgação das informações sobre os destinos turísticos, conforme demonstra os trechos das entrevistas a seguir:

Considero demais porque a partir do observatório, da dinâmica das atividades que ele desenvolve é a que gente consegue ter um referencial de como os agentes envolvidos com o turismo estão atuando dentro de uma determinada região do qual esse observatório se propõe a analisar (Informante 1). Ele é bastante importante por que

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

ele vai trabalhar justamente naquela primeira etapa do planejamento do turismo que é essa questão do inventário, coletar informações, porque para gente fazer o planejamento e o desenvolvimento do turismo até nas cidades que já tem o turismo consolidado a gente precisa está monitorando as informações, então, o observatório é importante por conta disso que é uma ferramenta primordial para a gente pensar no planejamento dos espaços turísticos (Informante 4). O observatório *serve* para muitas coisas, principalmente para acompanhar o desenvolvimento do turismo naquela localidade aonde ele pretende atuar (Informante 2).

Constatou-se que os entrevistados em geral relacionaram os observatórios como organismos de coleta de dados e informações sobre o turismo numa determinada localidade, no entanto, conforme observado, essa é uma visão restrita acerca das funções que os observatórios podem desempenhar na promoção do turismo. A criação de um observatório, local, regional ou nacional permite "[...] o conhecimento da atividade turística do destino, a fim de garantir a gestão e organização estrutural do turismo, acessando melhores formas de tomada de decisão e, assim, otimizando o destino." (FRANCH; CONTRERAS, 2013, p.32, tradução nossa)³.

Para além da organização e disponibilização de informações, os observatórios são locais de apoio à formulação de políticas públicas, incentivo à articulação da gestão pública e privada, além de atuar na promoção de eventos e no monitoramento dos impactos do turismo em várias dimensões. O Informante 1, gestor acadêmico de turismo, traz uma reflexão crítica a respeito das reponsabilidades de um observatório:

O observatório de turismo ele vai primeiro desempenhar esse papel mesmo de análise, vai pegar um inventário, vai ver o que já existe, como é que os equipamentos e instrumentos turísticos tem sido trabalhados no local; a partir daí também tem a possibilidade de dar direcionamento, participar dos órgãos gestores, ele tem tanto estas possibilidades de observar para gente ver o que foi feito e direcionar novas possibilidades de fazeres, como também, depende do escopo porque, cada observatório ele vai criar suas normalizações, mas eu acredito que é muito importante ter também uma atividade avaliativa, de ganhos, de gols, de objetivos que já foram concretizados.

Quando indagados a respeito de quem deveria partir a iniciativa de se implantar um observatório de turismo local, a maioria dos entrevistados considerou que as universidades seriam os agentes catalisadores dessa ação, embora alguns informantes tenham apontado o órgão público municipal como o principal responsável pela implantação dessa estrutura:

O interesse deve partir da Universidade e dos acadêmicos do curso de turismo ou docente do curso de turismo, mas não dá para fazer isto sozinho, teria de contar com a parceria das instituições; além dos estudantes e professores, a parceria da prefeitura de uma secretaria que prefeitura criasse (Informante 2, Gestor acadêmico).

³"[...] el conocimiento de la actividad turística del destino, con la finalidad de garantizar la gestión y organización estructural del turismo al acceder a mejores formas de toma de decisiones, y con ello la optimización del destino." (FRANCH; CONTRERAS, 2013, p.32).

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

O planejamento do turismo ele tem vários agentes que são responsáveis, então, a participação deve se coletiva: primeiro do setor público mesmo das prefeituras da instância estadual, regional e ai depois abrir com as parcerias que são as universidades que são grandes blocos de pesquisas de desenvolvimento das pesquisas, ensino e extensão; elas fazer partes dessa parceria, mas no primeiro momento eu acredito que seria função das prefeituras se faz pensar em nível local, a gente sabe que as vezes as iniciativas vem das universidades porque o poder público não enxerga essas oportunidades (Informante 4, Gestor acadêmico). Eu acredito é que o observatório deve ser uma ferramenta a ser usada em parceria com poder público, no caso a prefeitura, com o governo estadual e federal; se faz necessário para que o turismo, o potencial naquele município possa ser aproveitado para valorizar o turismo (Informante 3, Gestor municipal).

Os informantes ressaltaram que a implantação de um observatório iria suprir a carência de uma Secretaria de Turismo ou outra estrutura que atue na formulação de políticas públicas de turismo para o município. De acordo com os entrevistados, a municipalidade e a comunidade em geral ainda não estão sensibilizadas sobre a importância econômica, social e cultural da atividade turística, bem como de seu potencial para a promoção de mudanças na dinâmica sócio espacial local.

As universidades, entendidas como espaços de ensino, pesquisa, e extensão e formação podem atuar no âmbito dos observatórios na produção acadêmica sobre o fenômeno turístico, um local de disseminação de informações e realização de diagnósticos, além de prestar assessoria aos empresários de turismo da região no processo de desenvolvimento de negócios que favoreçam o turismo em áreas prioritárias.

Os resultados das investigações realizadas são fundamentais para gerar informações e possibilitar aos gestores públicos e privados parâmetros para tomar decisões a fim de planejar com co-responsabilidade ações para o desenvolvimento turístico:

Os Observatórios devem ter a preocupação com a transposição da produção científica a ser construída para as políticas públicas, para o mercado, na busca da sustentabilidade do Turismo das diferentes regiões. Assim, com o objetivo de promover a análise, divulgação e o acompanhamento da evolução do Turismo nacional, de forma independente e responsável, garantindo a objetividade da sua produção técnico-científica, de modo a contribuir para o desenvolvimento de um Turismo sustentável no território nacional integrado nas estratégias globais de desenvolvimento regional (PENA; MOESCH, 2016, p.277).

As questões das parcerias foram destacadas por todos os entrevistados, na medida em que elas garantem a sustentabilidade financeira das atividades a serem desenvolvidas pelos observatórios. De acordo com Soares, Ferneda e Prado (2018, p.90), o observatório deve “ser concebido como um projeto aberto, colaborativo e de autogestão [...] implica essencialmente no estabelecimento de acordos de colaboração com instituições detentoras de dados e informações de sua temática de atuação.” A necessidade de cooperação entre os agentes que

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

atuam na cadeia produtiva do turismo oferece subsídios para a operacionalização das funções dos observatórios:

Eu penso que própria universidade poderia entrar com a parceria com a prefeitura e através da Secretaria de Cultura, já que não existe uma Secretaria de Turismo; fazendo um convênio onde ficaria determinada a responsabilidade de cada parte e cada um cumpriria sua função fazendo este papel de fomentar e desenvolver o interesse turístico (Informante 3, Gestor municipal).

A opinião expressa pelo informante é compartilhada pelo coordenador do Observatório de Turismo do Maranhão, o qual ressaltou que as alianças e parcerias são estratégicas para a obtenção de dados e informações pertinentes para a construção de diagnósticos e construção de cenários:

O Observatório do Turismo do Maranhão possui parceria com diversos entes do mercado turístico maranhense, dentre eles: Secretaria de Turismo do Maranhão, Secretaria Municipal de Turismo de São Luís, Sebrae-MA, Instituto Federal do Maranhão (campus Centro Histórico, Alcântara e Barreirinhas), Prefeitura Municipal de Cururupu, Prefeitura Municipal de Tutóia, ABIH-MA, ABAV-MA, Abrasel, Cazumbá Turismo, Revista Maranhão Turismo, Conselho Municipal de Turismo de São Luís, Conselho Estadual de Turismo do Maranhão (Coordenador do Observatório de Turismo do Maranhão).

No que tange aos benefícios proporcionados pela implantação de um observatório de turismo, os entrevistadores assinalaram que esse organismo iria a princípio, diagnosticar as potencialidades turísticas locais, ou seja, daria visibilidade ao município, ao mesmo tempo em que poderia se trabalhar de forma conjunta com os municípios circunvizinhos, como Tutóia e Araióses, que já vêm desenvolvendo a atividade turística: *“As funções seriam o monitoramento, fiscalização de modo que a comunidade possa participar, e o poder público junto com a universidade ampliar os dados coletados através dos alunos do curso de turismo”* (Informante 2, Gestor acadêmico). Outro informante relata na sua visão, algumas oportunidades que a implantação de um observatório traria para o município de São Bernardo: *“[...] Expectativas de crescimento, desenvolvimento, autonomia do município com atividade turística”* (Informante 1, Gestor acadêmico).

E ainda, os informantes pontuaram o seu papel no processo de mobilização e articulação comunitária, *“O observatório vai dar justamente para a gente este instrumento, para gente dar tiros certos para atuar, favorecendo a emancipação da sociedade, favorecendo a geração de renda a partir destes dados coletados pelo observatório”* (Informante 1, Gestor acadêmico). Paralelo à estruturação de um observatório, os informantes apontaram a necessidade de se alinhar e materializar políticas públicas a fim de prover condições para que o turismo seja prioridade no âmbito municipal:

Patriciane da Silva Garcês, Karoliny Diniz Carvalho

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

Eu acho em São Bernardo a gente precisa ter um processo de concretização política da prefeitura, do organismo governamental, do Secretário do Estado do Maranhão, também de perceber que São Bernardo tem um potencial turístico; agora isto eu penso em criar um observatório primeiro, ou seja, fazer o percurso inverso também não é ruim, porque o observatório imediatamente vai diagnosticar esta possibilidade turística, ou mesmo tempo apontar os potenciais possíveis para o futuro e abrir um sinal de alerta para as instituições governamentais o quanto elas devem dar atenção para que as coisas aconteçam; então, eu acho que observatório um papel preceptor de iniciar essa provocação dos organismos governamentais voltar os seus olhos para investimento para São Bernardo (Informante 2, Gestor acadêmico).

Um dos informantes ressaltou que o observatório não deveria se limitar ao município de São Bernardo, mas deveria se configurar num observatório regional a fim de se compreender e avaliar as práticas turísticas que já estão em andamento, agregando ações que contemplassem os municípios turísticos do Baixo Parnaíba Maranhense, tendo em vista que até o presente momento, São Bernardo não pode ser considerado um município turístico, a comunidade ainda não vivencia os benefícios dessa atividade, ou seja, o turismo ainda não é uma realidade para a comunidade local.

No tocante ao papel da comunidade e dos empresários locais no observatório, todos os entrevistados consideraram ser fundamental a participação, o compromisso e a reponsabilidade desses *stakeholders* para que o turismo se constitua, na prática, num fator de desenvolvimento, emancipação e inclusão social para os municípios que compõem o Território do Baixo Parnaíba Maranhense:

O grande benefício será o desenvolvimento financeiro, quando se desenvolve o turismo possibilita que haja uma movimentação econômica do setor, sendo que a população se beneficia, pois é uma atividade que mexe com toda a economia da cidade (Informante 3, Gestor municipal).

Em se tratando das dificuldades para a implantação de um observatório, os informantes destacaram: a necessidade de um espaço físico a fim de organizar as atividades do observatório, a mobilização de docentes e discentes pesquisadores, o acesso às informações sobre o mercado turístico local, e o apoio da Prefeitura e dos empresários do setor turístico local, considerando que o turismo ainda não produz mudanças significativas nas estruturas locais e não se constitui uma demanda prioritária para o poder público municipal, fato que se reflete na ausência de uma estrutura administrativa voltada para o turismo.

O município de São Bernardo não figura nas estratégias de planejamento e organização do turismo em nível federal, apesar de sua localização junto às principais cidades turísticas dos estados do Maranhão e do Piauí. A inexistência de um órgão formulador de

políticas públicas justifica a criação de uma estrutura de apoio ao desenvolvimento do turismo local.

O observatório cumpriria, portanto, a fase inicial de planejamento turístico, com enfoque na realização do inventário da oferta turística local, na articulação de parcerias com os municípios integrantes dos polos turísticos Lençóis Maranhenses e do Delta das Américas, e na qualificação dos prestadores de serviços turísticos locais.

Ressalta-se que a partir do momento em que a dinâmica turística promover mudanças significativas na paisagem local, o observatório ampliaria as suas funções em prol do acompanhamento e monitoramento das atividades turísticas, atuando em parceria com as universidades e instituições de fomento à pesquisa.

A realização de eventos e o estabelecimento de parcerias seriam outros objetivos a serem alcançados com a estruturação de um observatório, tendo em vista que o município não dispõe de estratégias de divulgação e comunicação dos serviços oferecidos para o público potencial:

Para se elencar e definir os dados a serem coletados e analisados pelos Observatórios é essencial uma gestão aberta ao debate e que planeja suas ações juntamente com os agentes turísticos. É necessária ampla participação a fim de que a geração de informação atenda a interesses comuns. (SANTOS; INÁCIO, 2018, p. 295).

Quando da existência de um órgão voltado para tratar das questões turísticas locais, o observatório pode conduzir ações de fortalecimento e de apoio a turismo local, sendo espaço de debates e reflexões críticas sobre o fenômeno turístico, estabelecimento de alianças e parcerias e ações de cooperação técnica, a fim de dotar o município de capacidade técnica e administrativa para atuar de forma holística, integral e participativa junto aos demais atores do turismo local.

4 Considerações finais

O turismo é uma das atividades que vem crescendo em âmbito nacional e internacional e adquire centralidade nas políticas de desenvolvimento socioeconômico, em face do seu potencial de dinamização das localidades onde é implantado. Assume também um papel relevante como alternativa para promover melhorias nos parâmetros de qualidade de vida social, econômica e cultural das comunidades, tendo em vista que a atividade turística abrange e incentiva vários setores econômicos, além de contribuir para a elevação dos padrões de bem-estar e qualidade de vida locais.

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

A medida em que se reconhece a dinâmica do fenômeno turístico; as constantes mudanças que ocorrem em nível macroambiental afetam decisivamente a performance ou o desempenho das organizações turísticas e dos destinos no mercado. No âmbito do planejamento é necessário monitorar, acompanhar e ter dados suficientes para desenvolver essa atividade. Ou seja, o planejamento turístico prescinde de uma estrutura organizacional que busque o levantamento, a análise e a disponibilização de dados a fim de melhor desenvolver a oferta turística de um destino.

Assim, decorre a importância dos observatórios de turismo no contexto das transformações das sociedades, redirecionando o olhar sobre as políticas públicas e sobre o planejamento turístico. Ao pensar o modelo teórico-conceitual de um observatório de turismo, com base nas experiências já consolidadas ou em vias de consolidação no país, a pesquisa preocupou-se em refletir sobre os desafios e as possibilidades para a implantação de um modelo de observatório para o município de São Bernardo, Maranhão.

Para alcançar tal objetivo, buscou-se analisar como os gestores públicos e acadêmicos concebem e priorizam o turismo nas suas ações cotidianas, desvelando o seu entendimento sobre os observatórios, suas finalidades e possíveis contribuições para essa atividade. Os resultados da pesquisa de campo apontaram que tanto os gestores públicos quanto os pesquisadores acadêmicos do turismo possuem um bom entendimento sobre as funções dos observatórios e assinalaram que essa estrutura, num modelo híbrido de gestão, conduziria ações de estruturação do turismo local, o que poderia favorecer também localidades vizinhas que já vem experienciando transformações por intermédio dessa atividade.

A implantação de um observatório do turismo para o município de São Bernardo, Maranhão, contempla as necessidades de organização e estímulo ao fortalecimento da oferta turística local. Enquanto instrumento de planejamento, o observatório de turismo apresenta-se como um modelo de gestão possível de ser adotado no sentido de estruturar as bases a partir das quais o turismo poderá a vir a se desenvolver.

Por ser um espaço de interlocução público-privada, o observatório tende a congrega diferentes esforços com o objetivo de planejar o turismo com base nos valores de sustentabilidade, reforçando e incentivando o envolvimento da comunidade no processo de tomada de decisões. Quando as ações de planejamento ocorrem antes do processo de turistificação ou massificação do turismo, as chances do destino se desenvolver dentro de padrões de qualidade são maiores, o que permitirá a adoção de estratégias de ação compatíveis com as

tendências de mercado e, sobretudo, que favoreçam a população local, na perspectiva da integração e do desenvolvimento local.

Referências

ALBORNOZ, L. A.; HERSCHMANN, M. Os observatórios ibero-americanos de informação, comunicação e cultura: balanço de uma breve trajetória. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v.2, n. 20. dez. 2006. Disponível em: www.compos.com.br/e-compos. Acesso em: 11 out. 2019.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 3. ed.rev.e ampl. São Paulo: Ed. SENAC, 1998.

BURNEO, Patricia Carrera; LÓPEZ, Santiago. Observatorio de turismo: un espacio de análisis y comunicación como contribución para el desarrollo del turismo en el Ecuador escuela de hotelería y turismo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. *In: CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA NEUQUÉN*,6., 2014, Neuquén. **Anais [...]**. Neuquén: Facultad de Turismo (FATU),2014.

FRANCH, Dani Blasco; CONTRERAS, Tomás Cuevas. Observatorio en turismo: Organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. **Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR**, Penedo, v. 3, n.2, p. 25-34, 2013. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>. Acesso em: 19dez. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Murilo; ROSSARI, Talita; ECKER, Gabriel; VISINTIN, Lidiane; CANDIDO, Antonio. Uma ontologia de domínio no contexto de observatórios. *In: ONTOBRAS SEMINÁRIO DE PESQUISA EM ONTOLOGIAS DO BRASIL*, 9., 2016, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba, 2016.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento**. 10. ed. São Paulo: HUCITEC, 2007.

MOTA, K. C. N.; VIANNA, S.L.G.; ANJOS, F.A. **Competitividade das destinações turísticas: estudo de casos brasileiros**. São Paulo: Atlas, 2013.

OLIVEIRA, Rafael Miranda de; MIRANDA, Isabela Peixoto de; AMARAL, João Pedro Sampaio. Gestão da informação: o papel dos observatórios e turismo brasileiros para a tomada de decisão do setor público. **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 1-31, 2016.

PENA, L. C. S; MOESCH, M.M. A transposição do conhecimento no desenvolvimento sustentável do turismo. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 272-284, ago. 2016.

REUBER, Luciano da Cunha; CARNIELLO, Mônica Franchi. Tecnologia de Informação e Comunicação na Gestão Pública nos Municípios do Sudoeste Goiano. **Estudos em Comunicação**, n. 17, p. 117-142, dez. 2014.

*Os observatórios do turismo na percepção dos stakeholders do município de São Bernardo,
Maranhão*

REZENDE, Cristiane. **Observatório de inovação social do turismo: prevenção e enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo.** 2008. Dissertação (Mestrado) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro, 2008).

ROQUE, Vitor Manoel Gomes; FERNANDES, Gonçalo Poeta, SARDO, Anabela Oliveira Naia. Observatório de Turismo da Serra da Estrela: um instrumento para a sustentabilidade do turismo na Serra da Estrela – Portugal. **ABET**, Juiz de Fora, v.2, n.2, jul./dez. p. 45-53, 2012.

SANTOS, Giovana Natalie Carvalho; INÁCIO, Jaqueline Borges. Observatório do turismo e big data: a importância da informação e da tecnologia no desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e Sustentáveis. **Revista Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 19, n. 65, p. 286-299, mar. 2018. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/Acesso> em: 11 out.2019.

SOARES, Lilian Campos; FERNEDA, Edilson; PRADO, Hércules Antônio do. Observatórios: um levantamento do estado do conhecimento. **Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends**, v. 12, n. 3, p.86-110, 2018.

TOMAZZONI, Edegar Luis; DORION, Eric. Observatório de turismo e cultura como estratégia de sistematização de informações e apoio ao desenvolvimento regional. *In*: CÂNDIDO, Luciane, Aparecida; ZOTTIS, Alexandra (org.). **Turismo: múltiplas abordagens.** Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2008.

THEORGA, Andréa Brito. **Os observatórios de turismo no Brasil.** 2016. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2016.

Submetido em: 30/04/2020
Aprovado em: 03/06/2020