

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE  
CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA – CCT  
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS - CESA  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE  
NEGÓCIOS TURÍSTICOS**



**DÁRDANO NUNES DE MELO**

**ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA PERSPECTIVA  
DA ECONOMIA SOLIDÁRIA: UMA PROPOSTA PARA FORTALEZA, CE**

**FORTALEZA  
2013**

DÁRDANO NUNES DE MELO

ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA PERSPECTIVA DA  
ECONOMIA SOLIDÁRIA: UMA PROPOSTA PARA FORTALEZA, CE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual do Ceará - UECE como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre.

Área de Concentração: Negócios Turísticos.

Orientador: Prof. Dr. Andersson Pereira  
Portuguez

FORTALEZA  
2013

MELO, Dárdano Nunes de

Estratégia de desenvolvimento do turismo na perspectiva da economia solidária: uma proposta para Fortaleza, CE. Dárdano Nunes de Melo. Fortaleza. 2013.

160 f.

Orientador: Prof. Dr. Anderson Pereira Portuguez.

Dissertação de Mestrado – Universidade Estadual do Ceará - UECE, – Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos – Fortaleza - Ceará –2012.

1 Turismo. 2 Economia solidária. 3 Comunidade. 4 Política pública. 5 Cadeia produtiva. I Universidade Estadual do Ceará.

DÁRDANO NUNES DE MELO

ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA PERSPECTIVA DA  
ECONOMIA SOLIDÁRIA: UMA PROPOSTA PARA FORTALEZA, CE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual do Ceará - UECE como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre com área de concentração em Negócios Turísticos.

Aprovada em: 13 de maio de 2013.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof.º Dr. Anderson Pereira Portuguese (Orientador)  
Universidade Federal de Uberlândia/Programa de Mestrado Profissional em Gestão  
de Negócios turísticos da Universidade Estadual do Ceará

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Luzia Neide Coriolano - Examinadora  
Universidade Estadual do Ceará

---

Prof.º Dr. Hildemar Silva Brasil - Examinador  
Universidade de São Paulo

À minha mãe, Antonilda Nunes Melo e meu pai, José de Oliveira Melo, pelo exemplo de força realizadora, fez com que eu encarasse o turismo com profissionalismo e por ter me mostrado o lado técnico do turismo.

À memória do amigo José Everardo Guedes Montenegro, pioneiro na atividade turística no Estado do Ceará e primeiro turismólogo cearense, ao lado de quem dei meus passos iniciais no turismo.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus eterno, pela sua infinita graça e misericórdia, fonte de todo o amor e fortaleza, pelas bênçãos derramadas em minha vida.

Ao Prof. Dr. Anderson Pereira Portuguez por ter me orientado na etapa final desta pesquisa, sem o qual não teria concluído meu trabalho.

À banca de defesa composta pela Profa. Dra. Luzia Neide M. T. Coriolano e pelo Prof. Dr. Hildemr Silva Brasil pelas sugestões e pelo apoio na correção do texto final.

À direção do IFCe (Instituto do Ceará), na pessoa do prof. Mauro Oliveira, por implantar uma política de capacitação dos professores a nível de pós-graduação, na Instituição a qual trabalho e que me proporcionou a realização do Curso.

A médica sanitarista Zilda Arns, que a luz de seu trabalho dedicado à pobreza inspirou-me a demonstrar como, em Fortaleza, o turismo pode ser instrumento de inclusão social.

Meus agradecimentos também para: Frederico Farias Fontenele; Edgar Cartaxo de Arruda; Helena Correia Lima; Waldemar Menezes; Enrique José Cassain; Antônio Augusto Oliveira; Laide Catunda; Francisco Bezerra de Menezes; Rosamira Felix de Menezes; Raphael Gaspar de Melo; Amilton Nogueira de Vasconcelos; Fábio Perdigão; e Gilberto Martins Borges.

A todos que, direta ou indiretamente, me deram incentivo e me ajudaram a atingir esse objetivo.

“Há que se olhar o mundo com múltiplas visões. Os valores universais não são absolutos”.

(José de Oliveira Melo)

# **ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA PERSPECTIVA DA ECONOMIA SOLIDÁRIA: UMA PROPOSTA PARA FORTALEZA, CE**

## **RESUMO**

Esta Dissertação teve como objetivo estudar o turismo existente na cidade de Fortaleza e, a partir deste panorama, propor uma estratégia de desenvolvimento do turismo na perspectiva da economia solidária. Para tanto, a pesquisa foi dividida em três etapas. Na primeira, realizou-se pesquisas bibliográficas e análises documentais. Na etapa seguinte, realizou-se trabalho de campo para compreender a dinâmica do turismo em Fortaleza, com especial enfoque para suas potencialidades existentes na periferia da metrópole. Na terceira etapa, pode-se propor uma estratégia que visa contribuir com o desenvolvimento do turismo na capital cearense por meio do incremento da economia solidária. Concluiu-se que ainda hoje existem poucas experiências de turismo de base solidária na cidade, ainda que nas áreas periféricas estudadas tenha se constatado um potencial considerável para o desenvolvimento de ações baseadas na socioeconomia solidária.

Palavras-chave: Turismo. Economia Solidária. Comunidade. Política pública. Cadeia produtiva.



# **ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL TURISMO EN LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA: UNA PROPUESTA PARA FORTALEZA**

## **RESUMEN**

Esta investigación tiene como objetivo estudiar el turismo existente en Fortaleza y desde este punto de vista, proponer una estrategia para el desarrollo del turismo en la perspectiva de la economía solidaria. Para esto, la investigación se dividió en tres etapas. En la primera, se llevó a cabo la investigación bibliográfica y análisis documental. En el siguiente paso, se realizó un trabajo de campo para entender la dinámica del turismo en Fortaleza, con especial atención a su potencial que existe en las cercanías de la metrópoli. En la tercera etapa, se creó una estrategia que tiene como objetivo contribuir al desarrollo del turismo en Fortaleza través de la economía solidaria. Se concluyó que hay pocas experiencias de desarrollo turístico basado en el tercer sector en la ciudad. En las zonas periféricas estudiadas se ha encontrado un gran potencial para el desarrollo de acciones basadas en la economía solidaria.

Palabras clave: el turismo. Economía Solidaria. Comunidad. La política pública. Cadena de producción.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	FACHADA DA POUSADA.....	26
FIGURA 2	VISTA PANORÂMICA DA PRAIA DE IRACEMA.....	45
FIGURA 3	VISTA PANORÂMICA DA PRAIA DO FUTURO.....	45
FIGURA 4	FORTE NOSSA SENHORA DA ASSUNÇÃO.....	46
FIGURA 5	CATEDRAL METROPOLITANA DE FORTALEZA.....	48
FIGURA 6	TEATRO JOSÉ DE ALENCAR.....	48
FIGURA 7	ANTIGA CADEIA PÚBLICA.....	48
FIGURA 8	PONTE DOS INGLESES (PONTE METÁLICA) – PRAIA DE IRACEMA.....	50
FIGURA 9	CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ.....	52
FIGURA 10	AQUÁRIO DO CEARÁ.....	52
FIGURA 11	OSMAR DO CAMARÃO.....	56
FIGURA 12	MARACATU AZ DE OURO.....	56
FIGURA 13	ESCOLA DE SAMBA IMPERADORES DA PARQUELÂNDIA.....	57
FIGURA 14	ESCUDO DA ESCOLA DE SAMBA MOCIDADE INDEPENDENTE DA BELA VISTA.....	57
FIGURA 15	BLOCO PERY BONECO.....	58
FIGURA 16	ZOOLOGICO SARGENTO PRATA.....	59
FIGURA 17	CENTRO CULTURAL BOM JARDIM.....	60
FIGURA 18	MERCADO SÃO SEBASTIÃO.....	60
FIGURA 19	ESTÁTUA DE IRACEMA NA LAGOA DE MESSEJANA....	61
FIGURA 20	CASA JOSÉ DE ALENCAR.....	61
FIGURA 21	MARAPONGA MART MODA.....	62
FIGURA 22	IGREJA MATRIZ.....	63
FIGURA 23	CASA DO CANTADOR.....	64
FIGURA 24	FESTIVAL JUNINO NO JOSÉ WALTER.....	65
FIGURA 25	FESTIVAL DE QUADRILHA DO CONJUNTO CEARÁ.....	66
FIGURA 26	LOJA DE CONFECÇÃO-PRONTA ENTREGA.....	67
FIGURA 27	LOJA DE MODA ÍNTIMA-PRONTA ENTREGA.....	67
FIGURA 28	EQUIPE DO PIRAMBU DIGITAL.....	69
FIGURA 29	ATENDIMENTO NO BANCO PALMAS.....	71
FIGURA 30	DINHEIRO UTILIZADO NO BANCO PALMAS.....	72
FIGURA 31	COMUNIDADE DO PALMAS NO SETOR TURÍSTICO.....	73
FIGURA 32	APARTAMENTO DA POUSADA PALMATUR.....	75
FIGURA 33	BANHEIRO DA POUSADA PALMATUR.....	75
FIGURA 34	SUGESTÃO DE UM ORGANOGAMA PARA A SETFOR...	79

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES**

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagem

ASMOCONP - Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras

CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas

CDMAC - Centro Cultural Dragão do Mar de Arte e Cultura

CEFET/CE - Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará

CMT - Conselho Municipal de Turismo

CRIDA - Centro de Pesquisa e Informação sobre a Democracia e a Autonomia

CUFA - Central Única das Favelas

EMCETUR - Empresa Cearense de Turismo

EUA - Estados Unidos da América

FACES - Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário

FOBES - Fórum Brasileiro da Economia Solidária

FUNDESOL - Fundação Despertar Solidário

GTZ - Sociedade Alemã de Cooperação

IACC - Instituto de Arte e Cultura do Ceará

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

IFCE – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará

IPECE - Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará

IPLANCE - Instituto de Planejamento do Ceará

ITTH - Instituto Tecnológico de Turismo e Hotelaria

OMT - Organização Mundial do Turismo

ONGs: Organizações Não Governamentais

PAC - Plano de Aceleração do Crescimento

PC - *Pouse Camp*

PEAT - Plano Estadual de Ação Turística

PIB - Produto Interno Bruto

PLANDECE - Plano de Desenvolvimento do Ceará

PMF - Prefeitura Municipal de Fortaleza

PMT - Plano Municipal de Turismo

PNMT - Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PRODETUR - Programa de Ação para Desenvolvimento do Turismo

PRODETURIS - Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará

PROFITEC - Programa de Qualificação Profissional

SDE - Secretaria de Desenvolvimento Econômico

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECOVI/CE - Sindicato das Empresas Imobiliárias do Ceará

SETFOR - Secretaria de Turismo de Fortaleza

SEMAS - Secretarias Municipais de Assistência Social

SETUR - Secretaria de Turismo

SITF - Sistema de Informação Turística de Fortaleza

SMFCT - Sistema Municipal de Formação e Capacitação Turística

SUDENE - Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste

UFC - Universidade Federal do Ceará

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNISOL - Universidade Solidária

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>2 TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL COMUNITÁRIO E SOLIDÁRIO.....</b>	<b>19</b>
2.1 UMA PERCEPÇÃO DO TURISMO, TURISMO COMUNITÁRIO E ECONOMIA SOLIDÁRIA.....	20
2.2 ENTENDENDO O DESENVOLVIMENTO LOCAL NO CONTEXTO DO TURISMO SOLIDÁRIO E COMUNITÁRIO.....	33
<b>3. O CONTEXTO HISTÓRICO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS NO ESTADO DO CEARÁ.....</b>	<b>37</b>
<b>4 O TURISMO DE FORTALEZA.....</b>	<b>43</b>
<b>5 POTENCIALIDADES DA PERIFERIA DE FORTALEZA PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SOLIDÁRIO.....</b>	<b>55</b>
5.1 UMA PANORAMA DA PERIFERIA FORTALEZENSE.....	55
5.2 ECONOMIA SOLIDÁRIA NO CONJUNTO PALMEIRA.....	69
<b>6 ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM FORTALEZA NA PERSPECTIVA DA ECONOMIA SOLIDÁRIA.....</b>	<b>78</b>
6.1 CONTEMPLANDO A ECONOMIA SOLIDÁRIA NA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA SETFOR.....	78
6.2 SUGESTÃO DAS FUNÇÕES DEPARTAMENTAIS.....	80
6.3 SUGESTÃO PARA A ELABORAÇÃO DE UM PLANO ESTRATÉGICO DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SOLIDÁRIO EM FORTALEZA.....	84
6.4 PROGRAMA OPERACIONAL DE TURISMO SOLIDÁRIO PARA FORTALEZA.....	88
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>112</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>117</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>123</b>
APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	124
APÊNDICE B - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL PELA PALMATUR.....	125
APÊNDICE C - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL PELA PALMALIMPE.....	126
APÊNDICE D - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL PELA PALMAFASHION.....	127

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta uma estratégia de desenvolvimento do turismo para Fortaleza tendo como princípio, os fundamentos da socioeconomia solidária. Resultado de vários anos de reflexão de como o turismo pode contribuir para diminuir as desigualdades socioeconômicas e geoespaciais em uma metrópole de grande exclusão social, elevada concentração de renda e densidade populacional. O turismo comunitário e solidário em Fortaleza pode ser uma alternativa para ajudar a solucionar estas questões que tanto desafiam o Poder Público e a sociedade.

Fazendo uma leitura da situação social, econômica e urbana de Fortaleza, evidencia-se a dimensão da situação desconfortável desta metrópole. Na década de 1960 a cidade buscou uma modernização para inserir-se no mercado econômico nacional, com o capitalismo induzindo sua força de ocupação do espaço. Desta forma, a função social do espaço urbano foi substituída, como se fosse uma mercadoria econômica. A partir daí produziu-se uma cidade desigual, com políticas públicas seletivas produzindo exclusão e direcionada para os espaços que geravam especulação imobiliária e uma concentração de renda.

Em 2012 o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE) informou que para as Nações Unidas Fortaleza é a quinta cidade mais desigual do planeta. No estudo de 119 bairros da cidade o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) identificou que 75,6% dos bairros apresenta renda média menor que dois salários mínimos em valores de 2010. O bairro mais rico de Fortaleza é o Meireles, onde está inserida a rede hoteleira e o principal corredor turístico da cidade, possui renda 15,3 vezes maior que o bairro mais pobre, o Conjunto Palmeiras.

No estudo, o IPECE divulga que 7% da população, nos dez bairros ditos nobres da cidade, possuem 26% da renda da cidade, enquanto 49% da população que vive em 44 bairros pobres representam, apenas, 26% da renda da cidade. Os bairros mais populosos são os de menor renda. Segundo o Censo do IBGE (2010) a cidade de Fortaleza é uma das mais densamente povoadas do país com 7.815,7 hab/ km<sup>2</sup> (REVISTA PERFIL MUNICIPAL DE FORTALEZA, 2012).

A cidade de Fortaleza passou por uma urbanização que agravou desigualdades espaciais e socioeconômicas. A cidade é dividida em espaços com elevada população de alta renda, entrecortado por favelas e áreas de pobreza. Grande parte dos pobres veio do campo para a Capital, trazidos pelo êxodo rural, principalmente, em períodos de seca, ocasionando o surgimento de uma urbanização periférica. Formaram-se várias favelas com características comuns.

Favelas são áreas degradadas e com pouca ou quase nenhuma infraestrutura física e de serviços públicos, com elevado índice de desemprego, pobreza e superpopulação. A falta de saneamento e a ausência de cuidados básicos com a saúde tornam as favelas, foco de doenças as mais variadas (SILVA, et al, 2009)<sup>1</sup>.

Estão relacionadas a problemas sociais como elevada criminalidade, dependência de drogas e álcool, prática de roubos e furto. Os habitantes, em sua maioria, vivem da economia informal como catadores de lixo, recicladores, vendedores ambulantes, prestadores de serviços não qualificados e até de prostituição. São áreas de exclusão social.

Em Fortaleza há 800 mil pessoas faveladas, ou seja, um em cada três moradores de Fortaleza vive em favelas, distribuídas em toda cidade, fazendo contraste com as áreas ricas e plenamente desenvolvidas e de imenso valor imobiliário onde estão os imóveis de luxo e seus automóveis de última geração, gigantescos *shoppings*, praças arborizadas, grandes hotéis, colégios, parques aquáticos, entre outros.

Apesar dos programas nacionais de transferência de renda para as populações carentes terem contribuído para o alívio desta pressão, ainda são insuficientes para atender as necessidades básicas dos indivíduos, vítimas do modelo de organização econômica em que estão inseridos.

Assim, um dos grandes desafios do Poder Público é prover condições, mínimas, de bem-estar para a população mais pobre e esta responsabilidade social deve ser de todos os cidadãos. O futuro das comunidades depende de ações emergenciais no presente. Políticas de trabalho e renda como fator de inclusão, pois a força produtiva do trabalho é a forma da classe pobre adquirir bens de primeira necessidade para subsistência.

---

<sup>1</sup> Disponível em:

<http://www.observatoriodefavelas.org.br/observatoriodefavelas/includes/publicacoes/6157bf4173402e8d6f353d9bcae2db9c.pdf>. Acessado em 18 de jun. de 2013.

O quadro de pobreza, desemprego e desigualdade leva a convulsão social. Não é estranho que Fortaleza seja uma cidade violenta e perigosa do Nordeste e a segunda do Brasil, de acordo com pesquisa do IBGE (2012). Em Fortaleza, 67,8% da população têm sensação de insegurança, conforme pesquisa da Sindicato das Empresas Imobiliárias do Ceará (SECOVI/CE) publicada no Diário do Nordeste em 19.10.2012, fato que se reflete, também, no turismo (MOSCOSO, 2012).

Apesar desta situação, a cidade de Fortaleza é a quarta mais visitada pelos turistas no Brasil em 2011 conforme pesquisa feita pelo Ministério do Turismo. Fortaleza poderia ter maior fluxo turístico se a cidade não tivesse tantos problemas sociais. O que fazer para que o turismo, tão sensível a problemas como o da insegurança possa contribuir para a diminuição deles? (G1 CEARÁ, 2013).

Este estudo parte do pressuposto de que Fortaleza é uma cidade com o turismo concentrado no litoral, com ênfase no turismo de sol e praia. Por outro lado, a cidade pode oferecer muitos atrativos turísticos para os visitantes, em vários outros espaços da periferia e as comunidades podem ser incluídas na cadeia produtiva do turismo com o desenvolvimento comunitário e solidário, induzindo melhor distribuição de renda e diversificação da oferta.

Fortaleza possui muito mais que sol e praia. A periferia da cidade possui potencialidades nos diversos bairros por sua riqueza de gastronomia, artesanato, confecção (o 3º maior polo produtor do país em moda), festas juninas e populares. Um povo hospitaleiro, dentre outros elementos fundamentais para se compor uma oferta turística com múltiplas motivações, inclusive singulares e específicas de cada localidade.

Esta potencialidade fica subaproveitada, diante da política pública que dá prioridade a investimento as áreas já consolidadas economicamente. Basta ver os elevados gastos com o Centro de Feiras e Eventos de Fortaleza (Parque do Cocó) e o Aquário do Ceará (Praia de Iracema), produzindo uma superdensidade turística de oferta e demanda. Os investimentos em locais já estruturados provoca uma maior valorização imobiliária destes espaços urbanos. Estes equipamentos poderiam ser mais bem aproveitados, socialmente e urbanisticamente, se eles tivessem sido construídos em espaços nos quais as áreas seriam requalificadas por suas forças indutoras, melhorando assim os ambientes da periferia da cidade.



Muitas vezes o crescimento do turismo acontece em certos núcleos urbanos de forma espontânea, conduzido, unicamente, pelas forças do mercado. Assim, o turismo em Fortaleza tem trazido problemas de desequilíbrios urbanos onde ocorre um desenvolvimento (conhecido como gigantismo) maior em áreas já estruturadas física e economicamente em detrimento de outros espaços que apresentam depressão socioeconômica.

Quando politicamente direcionado e tecnicamente planejado o turismo pode corrigir estas distorções, através do aproveitamento de áreas onde não existam recursos naturais relevantes e sejam subdesenvolvidas, mas que possuam potencial humano, histórico e cultural.

O turismo tem uma característica de ter forte capacidade de transformar cultura, arte, história, gastronomia, arquitetura, atividades produtivas e humanas em produto a ser comercializado e, em decorrência, gerando empregos e renda, desenvolvendo a região e oferecendo oportunidades de negócios para os envolvidos no processo, além de promover um crescimento urbano mais harmônico.

O planejamento turístico deve ser feito pelo Poder Público e requer o trabalho de uma equipe multidisciplinar. Ele deverá ter o envolvimento das comunidades, dos entes públicos e privados onde se pretende realizar a ação da atividade turística. Diante disso, surgiu a questão investigativa central desta Dissertação: “pode a economia solidária promover o desenvolvimento na periferia de Fortaleza por meio do turismo?”

Para tanto, definiu-se como objetivo geral estudar o turismo existente na cidade de Fortaleza e, a partir deste panorama, propor uma estratégia de desenvolvimento do turismo na perspectiva da economia solidária. Para que este objetivo fosse alcançado, delimitou-se alguns objetivos específicos, que uma vez atingidos, deram corpo ao propósito principal. São eles:

- ✓ Compreender em linhas gerais como se dá a dinâmica turística de Fortaleza;
- ✓ Estudar as possibilidades do turismo se tornar uma alternativa de desenvolvimento na periferia de Fortaleza;
- ✓ Observar um exemplo de localidade onde a economia solidária tenha se desenvolvido com sucesso, para subsidiar uma proposta para a municipalidade.

- ✓ Elencar propostas para dinamizar o desenvolvimento turístico de Fortaleza a partir dos pressupostos da Economia Solidária.

Para tanto, a pesquisa foi dividida em três etapas. Na primeira, realizou-se pesquisas bibliográficas e análises documentais. Os autores que deram base para o presente estudo foram separados por temas, lidos e em seguida suas reflexões foram incorporadas ao texto. Dentre os estudiosos que mais contribuíram, destaram-se os que pesquisam economia solidária e/ou desenvolvimento local<sup>2</sup>. São eles(as): Gianna Moscardo, Adyr A. B. Rodrigues, Rodrigo Ramiro, Rita de Cássia A. Cruz. Luzia Neide Coriolano, Anderson Pereira Portuquez, entre muitos outros.

Em relação à análise documental, pode-se estudar as bases de dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística); IPECE (Instituto de Pesquisa do Ceará), Laboratório de Estudos da Pobreza da Universidade Federal do Ceará, SECOVI, CE (Sindicato das Empresas Imobiliárias do Ceará), entre outros.

Na etapa seguinte, realizou-se trabalhos de campo para compreender a dinâmica do turismo em Fortaleza. Para tanto, percorreu-se as áreas turísticas da cidade, nas quais se realizou observações diretas e registros fotográficos.

Na periferia de Fortaleza, realizou-se um levantamento (ainda que genérico, sem a pretensão de ser diagnóstico) sobre as potencialidades existentes em bairros habitados por população mais pobre. Nestes bairros os potenciais turísticos locais foram visitados, fotografados e entrevistas semiestruturadas foram realizadas com pessoas que dinamizam estes locais. Estes procedimentos foram norteados com base em recomendações metodológicas feitas por autores como Dencker (2000) e Portuquez (2010).

O Conjunto Palmeira foi analisado *in loco* como exemplo de localidade pioneira que para dar ao autor deste trabalho, subsídios para proposições posteriores.

Na terceira etapa, pode-se propor uma estratégia que visa contribuir com o desenvolvimento do turismo na capital cearense por meio do incremento da economia solidária. A estratégia baseou-se nos seguintes itens: inserção de uma célula de promoção do turismo solidário na estrutura da Secretaria de Turismo de Fortaleza; Uma sugestão de um plano estratégico de desenvolvimento do turismo solidário e, 'por fim, elaborou-se o desenho de uma programa operacional de turismo solidário para a capital cearense.

---

<sup>2</sup> Há diferenças conceituais entre economia solidária e desenvolvimento local. No entanto, as posturas políticas e acadêmicas destes autores serviram de base para a construção do referencial utilizado.

A relevância desta pesquisa consiste no estudo de um outro turismo para Fortaleza. A perspectiva é que se possa promover um tipo de turismo que complemente as lacunas deixadas pelo turismo convencional, calcado no modelo neoliberal, com nítida preocupação em atender os interesses das classes mais abastadas. O trabalho propõe que seja estimulada uma política que atenda as necessidades dos pobres e trabalhadores e que eles sejam também atores produtivos do sistema turístico local, participando de sua cadeia produtiva.

O trabalho está organizado da seguinte forma: no primeiro capítulo se faz uma introdução acerca do assunto abordado nesta Dissertação. Tratou de apresentar o tema, o objetivo geral, os objetivos específicos, as opções metodológicas e a justificativa

Iniciou-se o capítulo 2 abordando o conceito de turismo, turismo comunitário, economia solidária e desenvolvimento local. ). O capítulo 3 aborda o contexto das políticas públicas no estado do Ceará que deram sentido as ações governamentais do município de Fortaleza. Por sua vez no capítulo 4 traçou-se um panorama do turismo na capital cearense, mostrando que historicamente a cidade sempre privilegiou o seu litoral dispensando pouca atenção as potencialidades da periferia.

O capítulo 5 trouxe uma reflexão sobre as possibilidades turísticas da periferia de Fortaleza e um estudo de caso que mostrou a viabilidade do turismo solidário. Trata-se da experiência de incentivo ao turismo no Conjunto Palmeiras, localizado na região sul do município de Fortaleza.

Por fim, o capítulo 6 traz o conjunto de sugestões elaboradas para que a economia solidária possa ser incorporadas as políticas públicas municipais. Isto feito, passou-se as considerações finais que traz um balanço geral da pesquisa e de suas contribuições.

## **2 TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL COMUNITÁRIO E SOLIDÁRIO**

Este capítulo tem por objetivo conceituar o fenômeno turístico e seus tipos de práticas alternativas no âmbito comunitário e na perspectiva solidária. Intenta também explicar que o turismo comunitário e solidário é um desenvolvimento de base local. Ele contribui para possibilitar a compreensão de como este turismo aqui apresentado produz um desenvolvimento mais sustentável e incluyente.

É preciso também entender que o turismo necessita de atrativos para atrair fluxos de visitantes para o destino. Fortaleza possui relevantes elementos turísticos, constituindo-se em um dos maiores polos turísticos do país e torna-se também um destino internacional. Contribui para este elevado patamar a infraestrutura turística existente formada pela rede hoteleira, equipamentos para eventos, entretenimento, vias terrestres, aeroporto, porto, etc. Fortaleza tem bem propagada imagem de cidade tropical e litorânea.

Nesse sentido faz-se necessário ampliar a oferta turística além de sol e praia e diversificá-la para atender os variados desejos da demanda e possibilitar um melhor aproveitamento da potencialidade turística dos diversos bairros da cidade, onde existe uma grande riqueza de recursos culturais humanos e naturais na periferia de Fortaleza, como exemplificaremos logo adiante. É necessário potencializar o fenômeno turístico como um mecanismo que pode ser utilizado como estratégia de desenvolvimento local e endógeno, beneficiando também a comunidade residente.

No contexto do desenvolvimento endógeno, que a promoção do turismo em determinado lugar dará mais resultado se houver um relacionamento com a comunidade do que um modelo que vá impor o turismo neste lugar. Butler (1999) identifica 3 princípios básicos para este sucesso: aceitação, eficácia e harmonia.

Butler (1999 apud GONÇALVES, 2007, *on line*) afirma: “ Quanto maior o envolvimento da comunidade no processo de planejamento e desenvolvimento do turismo, maiores garantias de aceitação, sucesso e sustentabilidade terá o projeto a ser desenvolvido”.

## 2.1 UMA PERCEPÇÃO DO TURISMO, TURISMO COMUNITÁRIO E ECONOMIA SOLIDÁRIA

Entender o turismo se faz necessário primeiramente perceber o conceito de turista que segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) turista é aquele que se desloca do local onde reside para outro sem o fim de fixar residência e obedecendo a temporalidade de permanência, ou seja, mais de 24 horas e menos de 3 meses.

O fenômeno turismo engloba todas as atividades que se relacionam com estes deslocamentos realizados pelos turistas. É uma atividade social e econômica de considerável importância no desenvolvimento das sociedades contemporâneas, entre outros motivos, pela grande quantidade de pessoas que dele participa e dele depende economicamente (RODRIGUES, 1997).

As motivações são variadas e podem ser agrupadas em grandes divisões, como a busca de aspectos históricos, ecológicos, religiosos, desportivos, científicos, educacionais, terapêuticos, comerciais, como exemplos. No turismo os principais atrativos são da natureza, e também dos aspectos da cultura humana.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) o turismo cultural seria caracterizado pelas viagens a procura de estudos, cultura, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações. Visto que essa definição para alguns autores é ampla e ocasiona o aglomeração da visão de turismo cultural, a procura por esse turismo tem levado a um crescimento do turismo, e, dentro deste, há uma procura por turismo histórico, artístico, cultural e de conhecimento do modo de vida das comunidades.

De acordo com Barreto (2000, p. 19) “o conceito de turismo, na linguagem cotidiana, é entendido normalmente como um quase sinônimo de viagem, porém havia estudiosos que definiam de forma mais abrangente, como fenômeno complexo”.

Dessa forma, o turismo apresenta-se, na forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um ponto de origem até um núcleo receptor por motivações as mais variadas.

O turismo se apresenta como atividade interdisciplinar e como fenômeno contemporâneo com visões promovidas por suas diversas atuações e impactos em muitos segmentos. Nesse sentido tem merecido atenção de estudiosos pela natureza ímpar na organização das áreas:

[...] o turismo se apresenta, em sua forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um mercado de origem até um núcleo receptor, apresentando dois problemas básicos: sua má distribuição no tempo e sua polarização no espaço. Isto revela a necessidade de um disciplinamento no contexto global onde opera o turismo, visando dotá-lo de uma racionalidade econômica que permita o controle das variáveis envolvidas, possibilitando a obtenção do pleno desenvolvimento das suas potencialidades. (SILVA, 2007, *on line*).

No entanto, o tratamento tradicionalmente economicista do turismo requer também uma abordagem mais crítica que contemple uma conotação mais holística. Considera-se que para obtenção do turismo, todas as atividades estarão ligadas a uma atração natural ou cultural. Deste modo, os bens naturais e culturais tornam-se bens diretamente produtivos, participando do processo geral de expansão da economia. De acordo com Silva (2007, *on line*):

[...] o turismo como produto turístico concretiza-se economicamente e operacionalmente: [...] por intermédio de um composto de atividades e serviços relativos ao alojamento (indústria das construções e indústria de transformação), à aquisições de produtos locais (artesanato e indústria do vestuário ou de transformação), às visitas e aos divertimentos.

Assim, o turismo representa um conjunto de atividades produtivas, no qual os serviços têm caráter prevalente que interessam a todos os setores econômicos. Nessa perspectiva, o turismo é um dos mais importantes setores da economia mundial na atualidade. Segundo Ferreira (2013, *on line*), no Brasil:

O turismo é visto como algo extremamente rentável para a economia nacional e também regional. [...]. Surgem primordialmente nesta década, vários segmentos turísticos como o turismo de eventos, lazer, negócios, entretenimento, religioso, cultural, de aventura, de natureza, de pesca, entre outros, com o propósito, não só de expandir o mercado do turismo, mas também, em favorecer as pessoas à desfrutarem de experiências muitas vezes inusitadas anos atrás. Através disso, muitas empresas e órgãos públicos dão sustentação ao mercado turístico promovendo-o, ofertando produtos que completam o círculo de atividades turísticas nas regiões em potencial.

Outro aspecto a determinar é que o turismo representa um conjunto de atividades produtivas, conforme estudos do Ministério do Planejamento representado pelas estimativas referentes a empregos efetivos no turismo, que alcançam aproximadamente 10% da mão de obra ativa no país e da geração de empregos diretos e indiretos. O Turismo, baseado na movimentação de pessoas em localidades distantes de suas residências, tem como elemento possibilitador a hospitalidade (BRASIL, 2012).

O turismo como fenômeno de massa em escala global, como conhecemos hoje, se originou em meados do século XIX com o capitalismo industrial na Europa ocidental e América do Norte, podendo ser considerado um fenômeno próprio da Modernidade. No Século XXI, afirma-se como um marco do processo atual de expansão da internacionalização da economia, tendo se caracterizado como uma das maiores expressões da contemporaneidade, atingindo também outras esferas, como a econômica, a social, a política, a cultural e a comportamental, convertendo-se num dos valores e aspirações mais veiculados que simboliza o novo estilo de vida das sociedades pós-industriais (RODRIGUES, 2000).

Desse modo, o turismo vive de especificidades locais que alimentam o interesse global, movido pelo desejo do novo, do inusitado, da aventura, caracterizado pela sua força identitária, o que suscitou um grande movimento de cadeias hoteleiras, dominadas pelo capitalismo hegemônico transnacional, a instalar-se em qualquer parte do globo, mediante interligações em rede.

Entender o turismo exige-se a percepção do sentido de hospitalidade, elemento fundamental para a existência da atividade. Assim Grinover (2002) define hospitalidade como o ato de acolher e prestar serviços a alguém que, por qualquer motivo, esteja fora de seu local de domicílio.

O autor destaca que se trata de uma relação especializada entre o que recebe e o que é recebido, sendo possível que se amplie esta noção para “[...] a relação que se estabelece entre o espaço físico da cidade e seus habitantes, pois ela não está restrita à acomodação, mas também à alimentação, o conforto e o acolhimento, proporcionando ao visitante a sensação de bem-estar” (GRINOVER, 2002, p.82).

Assim, ocorre que existe a necessidade de maior aprofundamento e abrangência de conceitos quando se propõe a realização de estudos em turismo.

Neste trabalho a o turismo é abordado na perspectiva da economia solidária, sendo importante que se considere como atividade econômica, social, cultural, ambiental e de lazer. Considerando sua relação com os demais campos de atividade, bem como a forma como é operacionalizado, há espaço no mercado de turismo para o grande e para o pequeno negócio, podendo conviver em harmonia.

O turismo, de fácil correlação com o projeto civilizatório industrial-tecnológico, sobrepõe a preocupação econômica de cunho socioambiental. Sob certa perspectiva, prima-se o “sujeito” chamado turista e sua demanda por necessidades, ao invés da população receptiva. Em poucas ocasiões os nativos são relevados e analisados sob a óptica de sua oferta de bens e serviços. Isto já não ocorre no turismo comunitário.

O turismo comunitário possibilita às comunidades a entrada na cadeia produtiva do turismo com o exercício de seus direitos e deveres individuais e coletivos, utilizando-se dos seus próprios recursos, desafiando seus próprios limites no que diz respeito à preservação do meio ambiente e da cultura local. Além disto, o turismo comunitário oferece bases sólidas para a formação de uma política responsável economicamente sustentável (CORIOLANO, 2009 ).

Para que ocorra o desenvolvimento no contexto do turismo comunitário, é preciso priorizar saúde, educação, moradia, lazer, emprego e renda, fatores que implicam no processo de desenvolvimento do indivíduo. A promoção deste tipo de turismo abre espaço para as comunidades, levadas que são à transformação das mesmas. Isto se reveste na busca de mecanismos para o desenvolvimento local. O resultado é o autobenefício da comunidade com a fabricação de produtos e prestação de serviços, consequência do associativismo, cooperativismo e outros tipos de organizações.

Desenvolvimento comunitário é o processo pelo qual a comunidade atingiu seu nível de amadurecimento com relação a si própria e as suas potências. O turismo comunitário não se limita apenas à observação, ou, ainda a convivência com as populações autóctones, mas consiste do envolvimento com os principais projetos comunitários. Portanto, o turismo comunitário se aproxima de uma experiência alternativa ao modo de vida consumista (CORIOLANO, 2009 e PORTUGUEZ 2010).



Potencialmente é uma estratégia de produção social que possibilita experiências de planejamento para o desenvolvimento de base comunitária, no caso, a população autóctona, se torna a principal protagonista. Ele resgata e conserva seus modos de vida que lhe são próprios para que assim possam ser vivenciados através da atividade turística. Segundo Coriolano (2009, p. 5):

O turismo comunitário é aquele que as comunidades, de forma positiva, possui o contraste perfeito das atividades econômicas associadas a exploração da atividade turística, desde o planejamento, desenvolvimento e questão das atividades e assim consegue melhorar suas economias. Por meio do envolvimento participativo realizam variados projetos que além de garantir a melhora de suas condições de vida, preparam as condições para receber visitantes e turistas.

Um exemplo de turismo comunitário é o da Rede Tucum que conforme descrito no seu *site* é um projeto pioneiro de turismo comunitário no Ceará voltado para a construção de uma relação entre sociedade, cultura e natureza que busque a sustentabilidade socioambiental. Para o mercado nacional e internacional, oferece um produto turístico genuíno e de qualidade, projetado para a interação entre povos e culturas, atento a proteger e valorizar culturas e territórios, economicamente integrado às atividades tradicionais e com a finalidade de produzir recorrentes benefícios à toda a comunidade.

A Rede Tucum é formada por comunidades localizadas na zona costeira cearense e está sendo construída a muitas mãos. Atualmente conta com a participação de dez comunidades costeiras, entre indígenas, pescadores e moradores de assentamentos rurais, dois pontos de hospedagem solidária em Fortaleza, além de duas Organizações Não Governamentais (ONGs) que fazem o apoio institucional à rede – Instituto Terramar (Brasil) e Associação Tremembé (Itália) (REDE TUCUM, 2013, *on line*).

A Rede busca o fortalecimento da proposta de turismo comunitário, oferecendo belas paisagens aliadas ao compromisso social. Juntas, cada comunidade se fortalece, fomentando a troca de experiências e a cooperação, tendo em vista o compartilhamento de saberes e a construção de estratégias coletivas de superação dos desafios a serem enfrentados.

Neste sentido, a rede TUCUM está estruturando estratégias e parcerias que permitam avançar em pontos importantes para o desenvolvimento do turismo comunitário:

- ✓ Processos de formação de sujeitos na perspectiva de empoderamento das lideranças comunitárias e de desenvolvimento de habilidades e competências voltadas para o desenvolvimento do turismo;
- ✓ Melhoria das infraestruturas turísticas;
- ✓ Melhoria das infraestruturas básicas;
- ✓ Construção de estratégia de *marketing* e promoção dos produtos e serviços turísticos comunitários;
- ✓ Relação com os organizadores e operadores de viagens e a comercialização do turismo comunitário e solidário;
- ✓ Articulação e trocas com outras redes no Brasil e no exterior que estão construindo o turismo comunitário solidário.

Já de acordo com Mance (1999), o conceito de economia solidária vai além de agregar ao conceito a noção não apenas de geração de postos de trabalho, mas sim uma colaboração solidária que visa a construção de sociedades pós-capitalistas em que se garanta o bem-viver de todas as pessoas:

[...] ao considerarmos a colaboração solidária como um trabalho e consumo compartilhados cujo vínculo recíproco entre as pessoas advém, primeiramente, de um sentido moral de corresponsabilidade pelo bem-viver de todos e de cada um em particular, buscando ampliar-se o máximo possível o exercício concreto da liberdade pessoal e pública, introduzimos no cerne desta definição o exercício humano da liberdade [...] (MANCE, 1999, p.178).

Neste sentido outros exemplos concretos de aproveitamento solidário do turismo acontecem no Ceará e em Fortaleza. A Rede Tucum que operacionaliza o turismo solidário em 12 comunidades do Estado, as tapioqueiras de Messejana, a Fundação Despertar Solidário (FUNDESOL) que faz um grande trabalho de economia solidária no grande Bom Jardim utilizando principalmente o artesanato como força de trabalho, a experiência solidária do Conjunto Palmeiras, o bairro mais pobre da periferia de Fortaleza, onde vários projetos solidários são executados.

O mais recente refere-se ao Turismo com o Projeto Palmatur, uma pousada, incubadora e centro de formação de mão de obra para o setor de hospitalidade e que tem o objetivo de hospedar turistas e pessoas que desejam conhecer a socioeconomia solidária no Conjunto Palmeiras, o Banco Palmas e outras iniciativas solidárias do Bairro. Esta experiência será descrita com maiores detalhes no capítulo 5. A figura 1 mostra a fachada da pousada Palmatur, micro-empresa de turismo e hospedagem pertencente ao Banco Palmas.

Figura 1: Fachada da pousada



Fonte: MELO, D. N. (2012).

Um dos conceitos, então, que está intrinsecamente ligado à realização de um empreendimento solidário é o de desenvolvimento local. Com a tendência de aumento do rendimento do trabalho associado, há a busca por promover o desenvolvimento local dos aspectos econômico e social, sendo que este define-se como:

O processo que mobiliza pessoas e instituições buscando a transformação da economia e da sociedade locais, criando oportunidades de trabalho e renda, superando dificuldades para favorecer a melhoria das condições de vida da população local. (JESUS apud CATTANI: 2003, p. 72).

O turismo comunitário, utilizando a socioeconomia solidária, tem sido praticado em algumas comunidades onde o turismo convencional não teve o interesse de explorar como uma estratégia de desenvolvimento local. O crescimento do mercado turístico demanda a diversificação de destinos turísticos, buscando a autenticidade de lugares e culturas para suprir um segmento deste mercado que apenas se realiza visitando o que ainda é pouco conhecido.

Observando esta oportunidade de mercado, iniciativas públicas e privadas passaram a incentivar o desenvolvimento de iniciativas locais de turismo, como o de base comunitária, principalmente em áreas rurais e suas áreas protegidas, onde há tanto a necessidade de diminuir problemas de ordem social como ambientais. Desta maneira organizações ambientalistas não governamentais “encorajaram diversas comunidades a receber turistas em seus ambientes por considerarem uma opção viável para a preservação de recursos naturais e culturais” (MALDONADO, 2009, p.26).

Estes incentivos são uma estratégia na criação de alternativas econômicas à população para minimizar os impactos nas áreas de conservação decorrentes de práticas tradicionais de extrativismo vegetal, pesca e caça, bem como promover os valores da conservação da natureza através do turismo, entre outros objetivos. Neste esforço aliaram-se algumas autoridades públicas e empresas privadas, incentivadas por bancos multilaterais convencidos de que as operações turísticas comunitárias contribuem para a diversificação da oferta turística e estão de acordo com as novas correntes da demanda mundial (MALDONADO, 2009).

Ao aderir a essa prática, na qual predomina a atitude ética e solidária entre as populações locais e os visitantes, você partilha de uma nova forma de turismo, e contribui com a valorização das identidades locais e da produção cultural.

O desenvolvimento do turismo pode ser alcançado pela economia solidária. Ela é uma forma de produção, consumo e distribuição de riqueza (economia) centrada na valorização do ser humano e não do capital. Tem base associativista e cooperativista, e é voltada para a produção, consumo e comercialização de bens e serviços de modo autogerido, tendo como finalidade a reprodução ampliada da vida. Preconiza o entendimento do trabalho como um meio de libertação humana dentro do processo de democratização econômica. Ela cria alternativa à dimensão alienante e assalariada das relações do trabalho capitalista.

A Economia Solidária tem raízes na primeira metade do século XIX, na Europa, durante a Revolução Industrial. Alguns pensadores, na busca de alternativas para superar os efeitos excludentes do liberalismo econômico, elaboraram modelos de sociedade mutualista, cooperativista e solidária. Pelo mesmo motivo, a classe trabalhadora urbana buscou soluções que ultrapassassem os limites de uma sociedade de mercado, estabelecendo o denominado trabalho cooperativo (SINGER, 2002).

De acordo com o Centro de Pesquisa e Informação sobre a Democracia e a Autonomia (CRIDA), economia solidária é representada por

[...] iniciativas e práticas econômicas diversas que assumem a forma de associação e buscam responder problemáticas locais específicas, indicando de um lado, a união de duas noções historicamente distintas: iniciativa e solidariedade; e de outro, a inserção da solidariedade na elaboração coletiva de atividades econômicas. (FRANÇA FILHO; LAVILLE, 2004, p. 109).

A Economia Solidária possui uma finalidade multidimensional. Isto porque, além da visão econômica de geração de trabalho e renda, as experiências de Economia Solidária se projetam no espaço público, no qual estão inseridas, tendo como perspectiva a construção de um ambiente socialmente justo e sustentável. Vale ressaltar que a Economia Solidária não se confunde com o chamado “Terceiro Setor” que substitui o Estado nas suas obrigações legais e inibe a emancipação de trabalhadoras e trabalhadores, enquanto sujeitos protagonistas de direitos.

A Economia Solidária reafirma, assim, a emergência de atores sociais, ou seja, a emancipação de trabalhadoras e trabalhadores como sujeitos históricos. É formada por uma constelação de forças democráticas e coletivas de produzir, distribuir, poupar, investir e segurar. Suas formas clássicas são relativamente antigas; cooperativas de crédito, consumo, de produção que datam do século passado.

Verifica-se que as atividades que os turistas desenvolvem fazem parte do fenômeno turístico. Os bairros de Fortaleza podem ser polos de atração turística e ambientes propícios a produção de atividades comunitárias para o turista, muito mais que somente a visitação de seus atrativos. O turismo utilizar as peculiaridades dos lugares como força de atração turística. Os habitantes das comunidades seriam levados a participar da cadeia produtiva do turismo e os turistas serem passivos de uma convivência maior com as coisas do lugar, seus usos e costumes.

As comunidades poderiam pelo associativismo e pelo cooperativismo, apropriarem-se das oportunidades produzidas pelo turismo para serem atores proativos do sistema turístico local, produzindo riqueza fora do eixo tradicional de turismo da cidade. O turismo nas comunidades seria uma estratégia de inclusão social e reorganização espacial. O turismo pode utilizar a economia solidária, como Singer e Souza (2000, p.138) propõe que ela seja uma estratégia possível de luta contra as desigualdades sociais e o desemprego:

A construção da economia solidária é uma destas outras estratégias. Ela aproveita a mudança nas relações de produção provocada pelo grande capital para lançar os alicerces de novas formas de organização da produção, à base de uma lógica oposta àquela que rege o mercado capitalista. Tudo leva a acreditar que a economia solidária permitirá, ao cabo de alguns anos, dar a muitos, que esperam em vão um novo emprego, a oportunidade de se reintegrar à produção por conta própria individual ou coletivamente [...].

Os princípios da Economia Solidária elaborados a partir das formulações do Fórum Brasileiro da Economia Solidária (FOBES , 2007, online), são variados. A Economia Solidária, na realidade, é um projeto que cria uma sociedade mais justa, racional e equilibrada. Ela segue o caminho do desenvolvimento sustentável e integrado com a geração de melhor qualidade de vida para os cooperadores, para os associados e para todos. São eles:

- ✓ Valorização social do trabalho, ou seja, valorização do homem como ser humano na atividade econômica, não sendo mais visto como mero portador de uma única mercadoria, sua força de trabalho;
- ✓ Reconhecimento do papel da mulher e do feminino; desenvolvimento integrado e sustentável da sociedade cujo objetivo é o intercâmbio respeitoso com a natureza;
- ✓ Busca de valores do associativismo, do cooperativismo, do mutualismo e da solidariedade como forma de criar uma sociedade humanizadora e eficaz para todos;
- ✓ O valor central da economia solidária é o trabalho, o saber (coleta de informação para a geração de conhecimentos), a criatividade humana, que é fruto do trabalho e do processo de geração de conhecimento. O ser humano é sujeito e finalidade da atividade econômica, e não geradora de riquezas e capitais para particulares;
- ✓ Busca a unidade entre produção e reprodução, evitando a contradição fundamental do sistema capitalista que desenvolve a produtividade, mas exclui setores de trabalhadores do acesso aos seus benefícios. O capitalismo gera, hoje, crises recessivas de alcance global;

- ✓ Busca a solidariedade dos povos dos hemisférios Norte e Sul, objetivando o aumento da qualidade de vida para todos, propondo a atividade econômica e social enraizada no seu contexto mais imediato. Ela tem a territorialidade e o desenvolvimento local como marcos de referência;
- ✓ Geração de trabalho e renda, visando combater a exclusão social e a eliminação das desigualdades materiais.

Ainda de acordo com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (2007 on line), são indícios da economia solidária:

- ✓ Sistemas de finanças solidárias: que permite que as pessoas excluídas do sistema bancário possam adquirir créditos (financiamentos, poupança, seguros etc.) e com isso criarem seu próprio meio de trabalho e subsistência. Busca a democratização do acesso ao crédito popular, no qual a seleção de investimento dos projetos se dará mediante sua utilização social. Ela enfatiza a importância do acompanhamento do projeto, uma vez este iniciado. Promove o direito das comunidades das nações à soberania sobre suas próprias finanças, assim como estimula os bancos cooperativos, os bancos éticos, as cooperativas de crédito e as instituições de microcrédito solidário a financiarem seus membros. Estimula também a não concentração de lucros por meio de altos juros, preocupando-se com a chamada utilidade do investimento financeiro. O objetivo é à busca da aplicação ética do dinheiro, por exemplo, esforços na luta contra a exclusão, pela preservação ambiental, com trabalho de ação cultural e de desenvolvimento local, assim como outras aplicações.
- ✓ Comércio justo: estabelecer relações comerciais mais justas entre consumidores e produtores a partir de um nível local, nacional e internacional. Seu objetivo é eliminar ao máximo o número de intermediários entre produtores e consumidores.

- ✓ Economia sem dinheiro: implica a redefinição do papel do dinheiro assim como a descentralização responsável das moedas circulantes nacionais. Tais iniciativas se dão em escala local e buscam a articulação de redes, como organização territoriais, visando enfrentar a exclusão social por meio de moedas sociais. Apresenta três principais características: a autoprodução coletiva; a elaboração de sistemas de trocas locais; e as redes de trocas recíprocas de saberes.
- ✓ Estado político democrático: a economia solidária é um projeto de desenvolvimento local integrado e sustentado, que visa à justiça econômica, social, cultural, ambiental e a democracia participativa. A economia solidária exige a responsabilidade dos Estados nacionais pela defesa dos direitos universais dos trabalhadores e a responsabilidade social de empresas e cidadãos. Tem como valor central também a relação respeitosa entre os povos e a soberania nacional, num contexto de interação com a soberania de outras nações.

Este ambiente começa não só a consolidar um conjunto de práticas de economia solidária, mas a ser o ponto de partida de políticas públicas e iniciativas legislativas de reforço da economia popular. Tem como objetivo estimular as práticas econômicas solidárias nas suas mais diversas expressões. Além disso, com sua conexão global, começa a constituir novas escolas de pensamentos econômicos com base na solidariedade e na centralidade do trabalho no ordenamento produtivo e societário.

Em 2004 o I Encontro Nacional de Empreendimentos Solidários com participação de mais de 2.200 empreendedores foi possível a criação da Universidade Solidária (UNISOL)<sup>3</sup>. Ela age como central articuladora do novo cooperativismo e o surgimento do Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil (FACES) faz a articulação de iniciativas de apoio ao mercado justo e solidário. Elas confirmam as tendências de aperfeiçoamento institucional dos sujeitos que atuam para o avanço da economia solidária.

---

<sup>3</sup> Criada em 1995, a UNISOL, articula e implementa projetos e ações sociais de instituições de ensino superior em parceria com organizações públicas e privadas ligadas ao trabalho comunitário e ao Terceiro setor. Disponível em: <http://www.unisol.org.br>. Acessado em 15/04/2013.



Neste contexto cabe também abordar o turismo solidário que segundo Rodrigues (2013, *on line*) “é uma forma de estimular a geração de renda e a criação de infraestrutura básica em regiões carentes, porém ricas em culturas, saberes e belezas naturais.” O grande diferencial deste tipo de atividade, é que ela leva soluções para reverter a situação financeira precária através do setor turístico, se aproveitando dos atributos de uma região para promover o resgate e a valorização das manifestações populares e culturais.

A diferenciação entre o Turismo Solidário e o Turismo convencional ocorre quando entende-se que o Turismo Solidário, além de contribuir com o desenvolvimento da economia local, tem como intuito que o viajante se envolva e participe do desenvolvimento social e provoca uma melhoria da qualidade de vida de uma determinada população.

É exatamente esta a parte mais interessante do Turismo Solidário, a que mais se ressalta quando o pensamento é fazer o bem ao próximo. O que mais vale é a tentativa de despertar no turista o compromisso de participar do processo de transformação social e econômica de uma região, por meio de seu engajamento em ações solidárias, de acordo com seus interesses e habilidades, oferecendo o que pode.

## 2.2 ENTENDENDO O DESENVOLVIMENTO LOCAL NO CONTEXTO DO TURISMO SOLIDÁRIO E COMUNITÁRIO

O desenvolvimento local é um processo endógeno registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de promover o dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população. Representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organização social em nível local, resultante da mobilização das energias da sociedade, explorando as suas capacidades e potencialidades específicas.

Dessa forma, para ser um processo consistente e sustentável, o desenvolvimento deve elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local. Isto aumentará a renda e as formas de riqueza, ao mesmo tempo em que assegura a conservação dos recursos naturais. Apesar de constituir um movimento de forte conteúdo interno, o desenvolvimento local está inserido em uma realidade mais ampla e complexa com a qual interage e da qual recebe influências e pressões positivas e negativas.

Dentro das condições contemporâneas de globalização e intenso processo de transformação, o desenvolvimento local representa também alguma forma de integração econômica com o contexto regional e nacional. Ele gera e redefine oportunidades e ameaças, exigindo competitividade e especializações (BUARQUE; BEZERRA, 1994).

O desenvolvimento local esta associado normalmente a iniciativas inovadoras e mobilizadoras da coletividade articulando as potencialidades locais nas condições dadas pelo contexto. Como diz Haveri (1996 apud BUARQUE; BEZERRA, 1994, p.10), “as comunidades procuram suas características específicas e suas qualidades superiores e se especializam nos campos em que tem vantagens comparativas com relação às outras regiões.”

Mesmo quando decisões externas de ordem política ou econômica tenham um papel decisivo na restauração socioeconômica do município ou localidade, o desenvolvimento local requer sempre alguma forma de mobilização e iniciativas dos atores locais em torno de um projeto coletivo.

Do contrário, o mais provável é que as mudanças geradas desde o exterior não se traduzam em efeito desenvolvimentista. Elas podem não ser internalizadas na estrutura social, econômica, cultural e municipal, não desencadeando a elevação das oportunidades, o dinamismo econômico e aumento da qualidade de vida de forma sustentável.

As experiências bem sucedidas de desenvolvimento local (endógeno) decorrem sempre de um ambiente político e social favorável. Ele pode ser expresso por uma mobilização e principalmente de convergência dos atores sociais do município ou comunidade em torno de determinadas prioridades e orientações básicas de desenvolvimento. Representa neste sentido o resultado de uma vontade conjunta da sociedade, que dá sustentação e viabilidade política a iniciativas e ações capazes de organizar as energias e promover a dinamização e transformação da realidade (CASTELS, 1996).

O conceito genérico do desenvolvimento local pode ser aplicado para diferentes cortes territoriais e aglomerados humanos de pequena escala desde a comunidade e os assentamentos de reforma agrária até o município ou mesmo microrregiões homogêneas de porte reduzido. O caso dos distritos turísticos composto por áreas turisticamente homogêneas dos bairros se enquadram neste contexto (ver capítulo 5).

O desenvolvimento municipal é, portanto um caso particular de desenvolvimento local, com uma amplitude espacial delimitada pelo corte político-administrativo do município. Pode ser mais amplo que a comunidade e menos abrangente que o microrregional ou supramunicipal (aglomeração de municípios ou partes de municípios constituindo uma região homogênea). O município tem uma escala adequada à mobilização das energias sociais e integração de investimentos potencializadores do desenvolvimento, seja pelas reduzidas dimensões, seja pela aderência político-administrativa que oferece através da municipalidade e instância governamental.

O distrito turístico pode ser uma dimensão espacial ideal para uma proposta territorial de desenvolvimento local dado ao aspecto da homogeneidade turística do espaço e seu tamanho; o bairro ou bairros de uma cidade.

A globalização e desenvolvimento local são dois polos de um mesmo processo complexo e contraditório, exercendo forças de integração. Fortaleza com um forte potencial turístico pode utilizar-se do zoneamento distrital<sup>4</sup> (distrito turístico<sup>5</sup>) para identificar os cortes territoriais e seus aglomerados humanos formando microrregiões turísticas onde seriam mobilizadas as estratégias sociais e a integração de políticas de socioeconomia solidária e investimentos potencializadores do desenvolvimento local. O distrito turístico pode perfeitamente ser um produto globalizado.

O desenvolvimento local pode ter no turismo uma imensa vantagem competitiva tendo em vista que a atividade representa 28% do PIB da capital (fonte de arrecadação da Prefeitura Municipal de Fortaleza - PMF – em 1999) e em recente pesquisa a Secretarias Municipal de Assistência Social (SEMAS, 2009), junto à rede municipal de ensino identificou as carreiras preferenciais de trabalho e foram apontadas: turismo e informática.

Há que se identificar e trabalhar de forma criativa e inovadora estas oportunidades no nível local, pois estes processos diferenciados de desenvolvimento do espaço podem viabilizar a integração local com o regional, o nacional e até o internacional, formando-se a partir daí um produto turístico globalizado ou possível de consumo mundial.

O turismo solidário se enquadra como instrumento de combate a exclusão social e favorece o desenvolvimento local. Ele pode ser uma teoria baseada no desenvolvimento econômico com justiça social que serve como proposta e alternativa para atenuar o desemprego, a fome, a pobreza e a distribuição de renda. É fato que o capitalismo tem sido incapaz de resolver e, pelo contrário, tem agravado as questões que geram profunda exclusão.

Uma política pública de turismo solidário nas comunidades em áreas com potencialidade poderia ser a base de uma transformação social. Normalmente estas transformações são feitas de baixo para cima, partindo de comunidade, da luta dos oprimidos que buscam uma saída para a pobreza, mas uma política pública feita articulada com a comunidade pode ser um atalho para um desenvolvimento de base local.

---

<sup>4</sup> Distrito é um tipo de divisão administrativa variando de tamanho, podendo ser parte de um Território.

<sup>5</sup> O distrito turístico de Fortaleza seria a subdivisão do município em bairro ou conjunto de bairros que tivesse potencialidade turística.

O turismo é também uma destas atividades que gera profunda exclusão social, principalmente nos espaços nativos onde a população é subdesenvolvida. A atividade turística chega e monta sua estrutura que tem preferência a exploração de ambientes naturais ainda intactos. No Ceará os casos de Canoa Quebrada e Jericoacoara são típicos onde os habitantes locais foram pouco incluídos no processo de desenvolvimento. O turismo pode ser uma excelente atividade geradora de desenvolvimento local, mas para isto é necessário uma estratégia que induza a um processo de inclusão social. Há que existir uma mudança de mentalidade na condução do processo de desenvolvimento turístico para que as comunidades periféricas sejam atores da engrenagem do desenvolvimento.

As práticas de economia solidária estão cada vez mais atraentes às comunidades que buscam alternativas de sobrevivência, desenvolvendo atividades na cadeia produtiva do turismo, de modo que promova o desenvolvimento humano de forma sustentável. Essa prática contrária a de que, o turismo, referido por muitos autores como uma ‘indústria’, é um fenômeno que tem seu crescimento coordenado e orientado pelo mercado e pelos interesses dos grandes capitais nacionais e internacionais, sem considerar, de maneira apropriada, os demais atores envolvidos no processo (BARRETO, 2000).

Nesse contexto, o turismo solidário, na realidade contemporânea, torna-se uma estratégia que dribla a destruição de dois processos fundamentais para a vida humana, que é o processo de manutenção de recursos naturais e o desenvolvimento das comunidades locais. Não se pode negar que, o desenvolvimento da atividade turística no decorrer dos anos apresentou duas faces antagônicas: a de desenvolvimento econômico ao gerar divisas nos países receptores e a de destruição dos recursos naturais, com a especulação imobiliária, por exemplo. No Brasil, as primeiras experiências de turismo solidário surgiram no Ceará, como na Prainha do Canto Verde no município de Beberibe, a 120 km de Fortaleza.

### **3. O CONTEXTO HISTÓRICO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS NO ESTADO DO CEARÁ**

Este capítulo trata de mostrar uma retrospectiva do turismo no estado do Ceará desde a criação da Empresa Cearense de Turismo/ Emcetur passando por mudanças de instituições públicas que gerenciaram o turismo no Estado e na capital, elencando as principais ações políticas desenvolvida por estes governos nas suas respectivas temporalidades.

A criação da Empresa Cearense de Turismo (EMCETUR) em 1971, no governo do Coronel César Cals, foi o marco pioneiro do turismo no Estado. Nesta período os planos de governo só faziam referência a potencialidade turística existente. Somente em 1975 com o Plano de Desenvolvimento do Ceará (PLANDECE) o turismo é tratado com mais objetividade.

No final do governo de Adauto Bezerra, em 1978 foi elaborado pelo Instituto de Planejamento do Ceará (IPLANCE) e coordenado pelo bacharel em turismo argentino Enrique José Cassain, o Primeiro Plano Integrado de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Ceará e este continha o inventário do Estado e as ações programáticas a serem executadas, entre elas citaria o Programa de Férias para o Funcionalismo Público Estadual e o Sistema Estadual de Capacitação Turística, que nunca foram implementados (IPLANCE, 1978).

Em 1987 o panorama administrativo mudou no Ceará, pois a política de revezamento dos coronéis cedeu lugar para um grupo de empresários oriundos do Centro Industrial do Ceará, que implantaram o “Governo das Mudanças”. A partir de então o turismo passou a ser visto como um segmento alternativo capaz de contrabalançar as fragilidades do setor primário tão sensível as intempéries climáticas.

Em 1989 o Estado do Ceará cria o Programa de desenvolvimento do turismo no litoral do Ceará (PRODETURIS) que serviu de base para a elaboração do Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR), elaborado no governo de Collor de Melo. Este programa foi o grande arranco do turismo na região. O Governo das Mudanças no Ceará, no Plano de Governo (1987/1990), abre um amplo espaço para dar apoio ao turismo e o Plano Plurianual do governo seguinte reforça a prioridade dada ao turismo no Plano anterior.

Quando da criação da Secretaria Estadual de Turismo em 1995 foi elaborado a política estratégica para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo no Ceará (1995/2020). O foco desta proposta era a conservação da natureza, envolvendo o planejamento integrado das ações para manutenção dos recursos naturais, humanos e culturais, preservando os patrimônios turísticos, históricos, ecológico e a ambiência das áreas ocupadas pela população local (SETUR, 1995).

Esta informação consta na folha de apresentação do próprio documento como um fio condutor do espírito do planejamento do governo. Isto nos faz ver uma nítida preocupação da política com o produto turístico, numa visão segmentada do turismo. No entanto, não colocava o homem, em especial o das classes excluídas, como uma preocupação principal no processo de desenvolvimento. Mais uma vez o econômico sobrepõe-se ao social e o sentido de espaço turístico apregoado pelo Estado dissociava o habitante da vertente atrativa do turismo.

Assim, a preocupação dos planos até então elaborados viam que a qualidade de vida do cidadão era decorrente de uma consequência natural do turismo (que nunca ocorreu) e não fruto da indução de uma política de turismo de inclusão. Estes planos concebem o turismo como um produto no mercado e como um ambiente a ser formatado sob a ingerência das forças do Estado, ao gosto do consumidor e dos investidores. Ele não prioriza o localismo, a identidade cultural, os interesses do homem do lugar e seus pontos de vista. Os planos não consideram que o homem excluído do sistema econômico do turismo será capaz de inviabilizar a lógica econômica, quando aplicada ao turismo. Como consequência tem-se a complexa questão da crescente violência e insegurança.

Qualquer entendimento do turismo que não vá percebê-lo, antes de tudo, como fenômeno social, não é aceitável. Ele necessita de um entendimento histórico e interdisciplinar. No entanto, há que se considerar que, desde sua origem, o turismo foi concebido como um instrumento que pode transformar a sociedade.

Nos moldes que o turismo no Estado do Ceará e em Fortaleza é conduzido pouco mudou a situação daqueles que se encontram excluídos do processo de produção. Mantendo-se ou fazendo-se apenas pequenos ajustes neste modelo de desenvolvimento turístico, o resultado para a população será quase o mesmo.

Sendo a política e o planejamento processos interdependentes, a elaboração de planos deve ser antecedida pela discussão das políticas que serão adotadas. Conforme Cruz (2000, p.50): “Embora não haja plano ou planejamento sem conteúdo político e toda política setorial careça de planejamento para sua eficaz consecução, a política antecede o plano”.

Segundo Matheus (2003, p. 51): “Em relação a planejamento, a política passa a ser entendida como a arte de conduzir um tema visando alcançar um determinado fim, ou a habilidade para atingir um objetivo”.

Com isso, ressalta-se a importância da existência de uma política objetiva e coesa no cenário em que se pretende atuar. Adotar uma política para o turismo pode representar o papel que a atividade vai desempenhar na sociedade, assim como a relevância cultural, social e econômica para as comunidades envolvidas com o turismo.

Conforme Ruschmann (1997), os objetivos das ações governamentais são de maior importância e, caso o desenvolvimento turístico seja focado sob o ponto de vista econômico, a forma de abordagem será baseada nos mecanismos dos preços, uma visão eminentemente comercial. Entretanto, os aspectos sociais, culturais e ambientais da atividade não podem ser negligenciados e exigem envolvimento direto e estudo por parte das entidades governamentais.

Há uma percepção de que o turismo é um fenômeno que pode ajudar as regiões pobres. Isto só acontecerá se existir uma política de turismo e um planejamento que o leve a este fim. O turismo organizado espontaneamente ou planejado nos moldes que a Secretaria Estadual de Turismo tem realizado, fatalmente ele levará a sociedade a destinos bem diferentes daqueles que se propaga pela mídia. Não haverá um desenvolvimento justo e democrático. Há que reverter o quadro com um modelo que faça um contra ponto ao plano descrito. Um projeto piloto de turismo solidário e centrado no social é uma alternativa. Caso contrário o turismo poderá se transformar num sonho que iludiu aqueles que mais necessitavam.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> O Planejamento do Estado é de 25 anos e já se passaram 17. Os índices de pobreza e miséria pouco diminuíram.



O turismo no Ceará tem sido historicamente, dominado pelo Estado e este concentra o poder e os recursos, o que centraliza as decisões e os rumos do turismo das diversas regiões que o compõe. A regionalização do turismo foi uma tentativa da SETUR/CE de se promover o desenvolvimento nas diversas áreas do estado a fim de se obter uma melhor harmonização, entretanto esta espacialização não contemplou o microespaço do município. Os planos a nível de estado, região e país não estabeleceram um *linking* com os municípios, nem uma relação com os seus planos diretores, até mesmo porque muitos não tinham estes planos no Estado do Ceará, ou elaboram somente depois, mas de forma dissociada (SETUR, 1995).

Estes planos de governo tiveram incompatibilidade com os princípios de sustentabilidade ambiental, onde se vê que muitos dos projetos turísticos implantados no Estado foram locados em ambientes de elevada fragilidade, além de problemas de regularização fundiária e sem a preocupação prioritária de integrar as populações autoctones no processo de desenvolvimento do turismo, pois as populações nativas estavam despreparadas para conviverem com o fenômeno turístico e com o novo processo de especulação imobiliária.

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) foi criado pelo Ministério do Turismo para ser um dos poucos meios de promover um turismo de inclusão nos Estados à nível de pequenas territorialidades. Este programa poderia ter feito a diferença, provocando um desenvolvimento de base local e de caráter endógeno. Este projeto do Ministério do Turismo, segundo Lima (2007) chegou a receber um prêmio da Organização Internacional do Turismo como um caso de sucesso de planejamento de turismo sustentável. Ele não sofreu continuidade, diferentemente de outras políticas de municipalização, tais como a saúde, a educação etc. Problemas burocráticos, falta de recursos e vontade política, descontinuidade administrativa, questões partidárias criaram entraves para o funcionamento do programa.

Uma prova contundente de que o projeto de desenvolvimento turístico do Ceará não passa por um processo de discussão comunitária foi a elaboração do Plano Estadual de Ação Turística (PEAT) que serve de base para o Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR II). Ele restringiu recursos e tempo e não permitiu a efetiva participação da comunidade e do município.

Tudo ardentemente preparado para que o modelo, centralizador, continuasse dominando as ações do Programa para que os recursos fossem aplicados a partir de uma estrutura já institucionalizada. Faltou ao programa do governo do Estado um foco maior na qualidade do turismo e não na quantidade. O grande objetivo do Estado para captar turistas não deveria ser somente gerar imposto sobre a atividade, mas também beneficiar as populações hospedeiras, a grande excluída do eixo econômico da fenomenologia do turismo.

O processo de desenvolvimento do Ceará utilizado no “governo das mudanças” há 26 anos ainda influencia estrategicamente, também, o atual modelo econômico colocado em prática desde 2006. O modelo teve por base o consenso de Washington com orientação para o neoliberalismo econômico considerado de sucesso em função das experiências dos Estados Unidos e Inglaterra, mas no Brasil e em especial no Ceará este modelo aumentou vertiginosamente o endividamento público, criando uma situação de dependência dos recursos externos.

Segundo Cruz (2000), esta visão de mega estruturas e mega investimentos oriundo de empréstimos internacionais e captação de investimentos externos, não possibilitou a criação de estratégias capaz de promover um desenvolvimento local a partir das pequenas territorialidades, beneficiando o residente nativo, as populações mais carentes e o micronegócio.

Outro turismo, no Ceará e em Fortaleza, tem que ser planejado como fenômeno social e econômico dentro de leis naturais que orientem a consciência humana para a justiça social. Desta forma, se faz necessário que a sociedade e o governo intercedam no turismo para formatar um projeto que tente impor oportunidades concretas de maior inclusão social. Tudo pode ser feito a partir de uma proposta de desenvolvimento local com base no turismo solidário. Isto poderia propiciar uma inserção global dos valores e recursos do lugar.

Um programa municipal de economia solidária aplicada ao turismo poderia fazer uma real transformação da base da sociedade menos favorecida, fato este comprovado pelas comunidades que fazem parte da Rede Tucum de Turismo Solidário, localizadas no Ceará. Comprova-se que o turismo modificou a realidade socioeconômica destas localidades.

O turismo convencional, mesmo nos momentos de grandes fluxos turísticos, não trás o esperado resultado social. Como exemplo, tem-se a cidade de Fortaleza em 2005, quando foi considerado o destino preferencial dos brasileiros, acima do Rio e de Salvador. Mesmo com a alta ocupação dos hotéis e um maior gasto turístico, os resultados não significaram necessariamente melhoria de salários nem aumento de empregos ABAV (2005).

Vale destacar, antes da criação da Secretaria Municipal de Turismo, Fortaleza sempre teve uma política de turismo convencional, tímida e muito aquém de sua potencialidade. A cidade também não tinha nenhum programa de turismo solidário e comunitário, nem mesmo um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico. As principais intervenções que o turismo recebeu foram decorrentes de outros setores, principalmente de infraestrutura, que de uma forma indireta impactou no turismo.

Na verdade, Fortaleza não tinha um projeto de turismo próprio e ajustado à realidade local. Somente em 2009 o Ministério exigiu um plano de turismo para a cidade como pré-requisito para liberar recursos do PRODETUR. O processo de desenvolvimento turístico do Ceará foi calcado na concepção de planos estratégicos de desenvolvimento, apesar de que muitas das orientações contidas nos planos não foram executadas. Fortaleza sempre acompanhou o modelo de desenvolvimento turístico do Estado.

## 4 O TURISMO DE FORTALEZA

Este capítulo mostra que Fortaleza tem elementos turísticos bem sedimentados como uma rede hoteleira dimensionada a demanda, atrativos turísticos, mas principalmente um turismo de sol e praia que é o produto chave de sua promoção. Além disto ele mostra as ações e políticas desenvolvidas na cidade de Fortaleza.

A vocação turística de Fortaleza advém do fato do território cearense possuir um litoral atrativo, com dunas, mangues e arrecifes, além da cor de seu mar que é verde (algas clorofíceas no seu fitoplacton). A temperatura em torno de 28 graus centígrados e águas costeiras quentes que propiciam um conforto térmico adequado ao ser humano, isto associado a 200 dias ensolarados por ano que garantem o Estado a propagar o “Seguro Sol”, ou seja, quem vier a Fortaleza nos meses de dezembro e janeiro e pegar dois dias de chuva tem o direito de voltar a cidade gratuitamente quando bem desejar, desde que tenha feito o “Seguro Sol”<sup>7</sup>.

. Além dos atrativos naturais Fortaleza possui um aeroporto internacional desde 1997 e um dos mais modernos do país. A cidade possui atrativos culturais e uma boa rede hoteleira. O Estado e a Prefeitura de Fortaleza tem feito uma política de *marketing* que tem ajudado no crescimento do turismo, atraindo o mercado nacional e internacional.

Tomando como referência um trabalho publicado pela Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR-CE), intitulado *Evolução Recente do Turismo no Ceará*, onde Fortaleza aparece como Portão de Entrada, pode-se verificar que houve expressivo crescimento do fluxo via Fortaleza no período de 1995/2008, quando a taxa média de crescimento foi de 8,8% ao ano. O fluxo turístico para Fortaleza saltou de 726 mil em 1995 para 2.178 mil turistas em 2008. A oferta hoteleira também cresceu acompanhando a demanda. Neste período o turismo em Fortaleza gerou 1.471,6 milhões de reais e provocou um impacto no PIB na ordem de 9,8% em 2008 (CEARÁ, 2009, *on line*).

---

<sup>7</sup> Disponível em [www.setur.gov.br/noticias/](http://www.setur.gov.br/noticias/). Acessado em 15/05/2013

Os principais mercados internacionais para Fortaleza são Itália (26,5%), Portugal (14,2%), França (7,1%), Argentina (6,3), E.U.A (6,1%) e Espanha (5,5%), enquanto os principais mercados nacionais são: São Paulo (22,9%), Distrito Federal (10%), Rio de Janeiro (9,7%), Pernambuco (8,1%), Pará (5,6%), Rio Grande do Norte (5,6%) e Bahia(5,2%).

Este trabalho da SETUR/CE traça um retrato do turismo no Estado e naturalmente perpassando sobre Fortaleza, principal destino e portão de entrada. Vale salientar que todo este levantamento se refere ao turismo convencional, ou ainda para as estruturas convencionais de turismo. No citado estudo da SETUR/CE não existe uma preocupação em identificar a existência de um turismo alternativo via Fortaleza para o Ceará e nem auferir informações sobre o turismo solidário e comunitário na capital e no Estado.

Dentro desta perspectiva não existe fonte de dados oficiais que possibilite uma pesquisa com dados primários. A produção de uma pesquisa desta magnitude se torna impossível para um trabalho deste porte, apesar de sua importância e por ela ser fundamental para uma análise mais aprofundada do turismo comunitário e solidário. Estas informações, se existissem, poderiam sedimentar com mais confiabilidade a estratégia de uma política de desenvolvimento do turismo tendo como paradigma a economia solidária, além de poder projetar um futuro deste mercado de consumo do turismo solidário.

As projeções estatísticas se baseiam em séries anuais de identificação dos fatos e fenômenos estudados, assim torna-se difícil a consecução de uma pesquisa quantitativa que auferisse o fluxo de turismo solidário em Fortaleza e no Ceará. Caberia a um Órgão Oficial de Turismo a realização da mesma. Fortaleza não dispõe de informações estatísticas sobre o turismo comunitário e solidário.

Fortaleza é um dos destinos turísticos preferenciais do Brasil, tendo alcançado a marca de destino mais procurado do país pela Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV) no ano de 2005 (ABAV, 2005).

O potencial turístico de Fortaleza, buscando compreender a história da cidade, do espaço físico e do simbólico, pleno de sentidos. A figura 2 mostra a vista panorâmica da Praia de Iracema e a figura 3 mostra uma de suas praias mais conhecidas: a do Futuro.

Figura 2: Vista panorâmica da Praia de Iracema



Figura 3: Vista panorâmica da Praia do Futuro



Fonte: MELO, D. N. (2012).

A cidade de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, é uma das principais cidades do Nordeste do Brasil, com uma faixa litorânea de 34 km. Tem uma altitude média de 21m, 314 km<sup>2</sup> de área, sendo a capital de maior densidade demográfica do país. Limita-se ao Norte com o Oceano Atlântico, ao Sul com os municípios de Pacatuba, Euzébio, Maracanaú e Itaitinga, ao Leste com Aquiraz e o Oceano Atlântico e a Noroeste com Caucaia.

Em 2010 o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Fortaleza aparece como a cidade mais populosa do Ceará, a quinta do Brasil e a 91<sup>a</sup> mais populosa do mundo. Contraditoriamente, Fortaleza é a quinta cidade do mundo em concentração de renda e desigualdades sociais, tomando como base moradia e educação (IBGE, 2010, *on line*).

Segundo Teixeira (2004, p.53) “a história da cidade de Fortaleza começa ao redor do Forte de Nossa Senhora da Assunção, construído pelos holandeses.” O flamengo Matias Beck aportava no monte Marajaitiba e com o engenheiro Ricardo Caar constroem neste local o forte, à época denominado Shoonemborch, em homenagem ao governador de Pernambuco. Os holandeses dominam o Ceará de 1640 a 1644. Derrotados pelos índios, eles voltaram cinco anos depois à região.

A expulsão definitiva dos holandeses ocorreu em 1654 pelo comandante português Álvaro de Azevedo Barreto, que muda o nome do Forte para Nossa Senhora da Assunção. Esta denominação da edificação veio dar nome à cidade de Fortaleza. De frente ao forte (figura 4), onde passava o riacho Pajeú, o engenheiro Caar também construiria a primeira barragem do Ceará para criar um reservatório de água doce, principalmente para o consumo humano (GOMES, 2012, *on line*).

Figura 4: Forte Nossa Senhora da Assunção



Fonte: MELO, D. N. (2012).

Enquanto espaço socialmente construído, Fortaleza não teve, em sua gênese, uma intencionalidade de se constituir uma zona urbana. De acordo com Jucá (2000, p, 21), “embora não houvesse objetivo para fundar uma povoação, vila ou cidade, isso aconteceu de forma espontânea, tão logo se verificou a expulsão dos flamengos.”

O pequeno povoado foi ter *status* de Vila Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção no ano de 1726 pela Carta Régia. Este *status* foi prolongado no período em que a pequena vila ficou deslocada das outras regiões do Ceará (que eram produtoras de bens econômicos para o comércio da área litorânea de Pernambuco e do exterior). Este fato, ocorrido ao longo do século XVIII, podou o desenvolvimento de atividades econômicas de caráter urbano. “A essa circunstância acresce-se o fato de que a vinculação administrativa do Ceará a Pernambuco excluiu da vila, até o final do século XVIII, [...] o desempenho de funções burocráticas” (LEMENHE, 1991, p.17).

“Quando ocorreu a separação do Ceará da capitania de Pernambuco, já findava o século XVIII (mais precisamente, no ano de 1799), tornando o Ceará uma capitania independente” (SILVA, 1992, p.23).

Fortaleza, a partir de então, intensificava a atividade exportadora do algodão. Esta atividade assumia um papel de destaque para Fortaleza, tornando-se a base de sustentação do grande empório comercial. Anteriormente, no ciclo da carne, o Ceará foi produtor e exportador de carne de charque.

No século XIX, apesar de todo o crescimento econômico à época, na história de Fortaleza se registravam ocupações contínuas de levas de sertanejos expulsos pelas secas. No século XX, o setor industrial ganha impulso quando, a partir da década de 60, a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) é instituída. Um dos principais centros turísticos do Nordeste brasileiro é Fortaleza, muito procurada por suas praias e outras atrações turísticas. Das relações do homem com o mar destaca-se a figura do jangadeiro que transformou a jangada numa marca cearense, símbolo de bravura e da coragem humana dos habitantes desta praia (SILVA, 1992).

O centro da cidade ainda apresenta resquícios do passado e das estruturas básicas de núcleo urbano. O Forte de Nossa Senhora de Assunção representava a defesa e a Catedral simbolizava a religiosidade da comunidade, juntamente com o Palácio dos Bispos. A Praça dos Mártires era área de lazer, enquanto o poço da Draga era uma infraestrutura marítimo-comercial e a estação férrea João Felipe, em frente a Praça Castro Carreira, o transporte ferroviário. O Palácio da Luz era a antiga sede do governo e a Santa Casa, o hospital. O Mercado Central era a zona comercial. O centro com o casario e prédios antigos, além de igrejas e monumentos históricos, formava toda uma grande estrutura de cidade, ou para uma cidade. O primeiro plano urbanístico, com seu arruamento quadrangular foi feito por Adolf Herbster.

No centro da cidade a existência de vários prédios históricos. A Igreja do Rosário, a mais antiga de Fortaleza, a Igreja do Carmo, a Catedral (figura 5) e a Igreja dos Remédios. O Teatro São João, o Teatro José de Alencar (figura 6), a antiga Cadeia Pública (figura 7), a Santa Casa de Misericórdia, o Forte de Nossa Senhora da Assunção ou Forte Schoonenborck, o Palácio da Luz, a Estação Ferroviária, o Hotel Excelsior, o Parque da Liberdade, o prédio da Caixa Econômica na Praça do Ferreira, a antiga Assembleia e a casa de Juvenal Galeno, próximo a praça José de Alencar são outros atrativos histórico-culturais. Entre os museus do centro, destacam-se o Museu da Secas, o Museu do Ceará e o Museu de Arte e Cultura Populares, o qual abriga peças religiosas, recreativas e utilitárias do cotidiano do homem cearense. O Museu Histórico e Antropológico, o Museu Mineral e o Museu do Estrigas são também importantes atrativos culturais, localizados fora da área central (CEARÁ, GUIA TURÍSTICO, 2013, *on line*).



Figura 5: Catedral Metropolitana de Fortaleza.



Fonte: PORTUGUEZ, A. P. (2012).

Figura 6: Teatro José de Alencar



Figura 7: Antiga Cadeia Pública



Fonte: MELO, D. N. (2012).

Apesar da maioria dos monumentos estarem no centro, existem outros monumentos fora dele tais como: Casa do Português, prédio da Reitoria da Universidade Federal do Ceará (UFC), Palácio do Governo, Clube do Náutico, bangalôs no bairro de Jacarecanga, entre outros.

No começo da década de 1970, o turismo em Fortaleza tornou-se uma atividade prioritária para implantação de uma política pública capaz de superar o atraso econômico e social existente, representado pela criação da Empresa Cearense de Turismo S/A (EMCETUR), criada no governo de Cesar Cals, juntamente com o Centro de Turismo, Museu de Arte e Cultura Popular e Teatro de Bolso Carlos Câmara, funcionando na antiga Cadeia Pública de Fortaleza. Este fato revalorizou o centro da cidade como opção de turismo cultural e de compras.

O centro de Fortaleza, essencialmente histórico, desempenha a função de centro comercial e centro de serviços, com um grande potencial para o turismo de negócios e de artesanato regional. Ele é composto pelos complexos do Centro de Turismo, Mercado Central e suas adjacências (incluindo-se o Beco da Poeira<sup>8</sup>), além de agregar em seu perímetro um importante polo cultural, o Centro Dragão do Mar e áreas de lazer e entretenimento (PORTO NETO, 2012).

O Centro de Fortaleza, espaço das primeiras ocupações territoriais, não privilegiou sua relação com o mar em termos de um melhor aproveitamento urbano, dando a impressão de não estar situado próximo a orla marítima. O litoral próximo ao centro de Fortaleza, composto pelas Praias de Iracema, Praia Formosa e do Pirambu, tinham as moradias construídas com o fundo para o mar, servindo praticamente de esgoto para as residências.

Com a expansão da cidade de Fortaleza acontece a valorização da orla litorânea dado o seu potencial paisagístico e climático, favorecido pela brisa e pelo sol durante todo o ano, praticamente.<sup>9</sup> Os pacotes turísticos para Fortaleza já são vendidos com o seguro Sol. Uma consequência dessa valorização foi a proliferação de incontáveis bares e barracas rústicas instaladas na orla, diferentemente de outras capitais litorâneas, o que tem motivado, recentemente, a ação do Ministério Público e de debates na sociedade (PAIVA, 2012, *on line*).

O litoral de Fortaleza, indo da Barra do Ceará até a localidade de Sabiaguaba, passando pela Colônia, Goiabeiras, Pirambu, Leste Oeste, Praia de Iracema, Beira Mar, Mucuripe, Serviluz, Praia do Futuro e Caça e Pesca, forma uma geografia morfológica com forte potencial de atração turística. Constituída de dunas, mangues, com encostas de tabuleiro, delta de rios, arrecifes, o litoral contém no seu fitoplancton algas verdes, razão do seu oceano ficar conhecido como Verdes Mares.

A Praia da Barra do Ceará, onde ocorreram as primeiras tentativas de colonização do Estado, serve de limite entre Fortaleza e a cidade de Caucaia, localizada ao Noroeste. Daí sua importância para a história do Estado.

---

<sup>8</sup> Espaço público de comércio popular localizado ao lado da Praça da Lagoinha, no centro de Fortaleza.

<sup>9</sup> Fortaleza está localizada logo abaixo da linha do Equador, numa posição nitidamente tropical, entre 2° 46'30" e 7°52'15" de latitude sul e 37°14'54" e 41°24'45" de longitude ocidental.

A Praia de Iracema tem uma das noites com intensa movimentação turística “a segunda-feira mais animada do mundo”<sup>10</sup>. Ela possui muitos bares e alguns prédios históricos como a Igreja de São Pedro, o Estoril<sup>11</sup>, a Ponte Metálica<sup>12</sup> (figura 8), além de galerias de arte e o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (SOUZA, 2007).

Figura 8: Ponte dos Ingleses (Ponte Metálica) – Praia de Iracema.



Fonte: MELO, D. N. (2012).

Na Praia do Meireles encontra-se a avenida Beira Mar que tem início na Ponte Metálica e finda no Mucuripe<sup>13</sup>. A Volta da Jurema é o local na Avenida Beira-Mar mais frequentado por turistas e residentes, em torno do qual se localizam os melhores hotéis da cidade.

A Praia do Futuro é uma das mais visitadas pelos turistas e a mais frequentada pelos moradores de Fortaleza. Ela tem uma longa extensão ocupada por muitas barracas e possui um dos maiores índices de maresia do mundo, o que tem contribuído para a diminuição da ocupação habitacional.

O turismo em Fortaleza produziu uma grande estrutura hoteleira à beira mar. Assim, deslocaram-se do centro da cidade para o litoral os principais meios de

<sup>10</sup> O Bar do Pirata, na Praia de Iracema, tornou-se internacionalmente conhecido por promover animação musical de forte procura turística, somente às segundas-feiras.

<sup>11</sup> Antigo Clube dos Ingleses durante a II Guerra mundial, ponto de encontro da boemia de Fortaleza nos anos 60-70, foi tombado pelo município de Fortaleza.

<sup>12</sup> Conhecida como Ponte dos Ingleses, foi palco de um das mais importantes fatos históricos do Ceará. Nela o jangadeiro Francisco Jose do Nascimento, “Chico da Matilde”, celebrizado como Dragão do Mar, recusou-se a transportar para os navios negreiros, os escravos vendidos para o Sul do País.

<sup>13</sup> Praia que abriga colônia de pescadores de Fortaleza foi ponto de encontro da chamada Turma do Ceará nos anos 80, tendo dado nome a uma das composições dos artistas Fagner e Belchior.

hospedagem, motivados pelo “turismo de mar e sol”. Este último é fonte de rejuvenescimento<sup>14</sup>, e ajudou a adoção local do modelo internacional dos “5 S” (*sea, sun, service, show and salt*).

No Brasil, em certos Estados, acrescentou-se mais um “S” ao modelo; o Samba, formando, assim, os 6 ”S”. Passou-se a vender também a imagem da mulher brasileira, principalmente da mulata, como “produto aumentado”, como mais um *teasing* mercadológico. Fortaleza absorveu, também, este “recurso” em sua estratégia de promoção internacional. (GOMES, 2012, *on line*).

Conforme dito anteriormente, com o crescimento do turismo houve uma valorização imobiliária na cidade, em especial na região litorânea. Em Fortaleza, no final dos anos 70, o *marketing* turístico do governo promoveu a cidade como capital mundial do sol e da lagosta - natureza e gastronomia. (ARAGÃO, 2005).

O Governo do Estado, junto ao Projeto Cores da Cidade, investiu na área central/histórica, com a construção de um equipamento turístico-cultural de grande impacto, o Centro Cultural Dragão do Mar de Arte e Cultura (CDMAC). Trata-se de um espaço de cultura, arte e lazer da cidade de Fortaleza, e uma infraestrutura planejada para democratizar o seu acesso (COSTA, 2005).

A administração municipal anterior a atual produziu um amplo projeto de urbanização de todo o litoral de Fortaleza (Projeto Orla), fato que irá requalificar muitas áreas anteriormente consideradas de alto-risco social. Esta estratégia incrementará a atividade turística, tornando a cidade ainda mais bela.

Fortaleza passou a contar com uma nova infraestrutura para o turismo de eventos. Trata-se do novo Centro de Feiras e Eventos (Figura 9), o segundo maior da America Latina, ocupando uma área total de 173.000 mil m<sup>2</sup> de área construída (com urbanização, estacionamento e edificação) em terreno de 17 hectares e 21 mil metros quadrados de jardins, estacionamento com capacidade para 3.500 veículos<sup>15</sup>. Ele foi projetado de modo a atender aos principais requisitos de preservação do meio ambiente e ao favorecimento dos que possuem dificuldade de locomoção, os equipamentos de refrigeração, iluminação e sanitários.

---

<sup>14</sup> Fonte de vitamina D3, o sol da capital cearense tem atraído turistas de regiões frias, tais como os nórdicos e europeus.

<sup>15</sup> Possui projeto arquitetônico inspirado em aspectos típicos da paisagem e do artesanato cearense, sendo sua fachada as cores e as formas das falésias do litoral leste e sua estrutura lembrando o bordado das rendeiras.

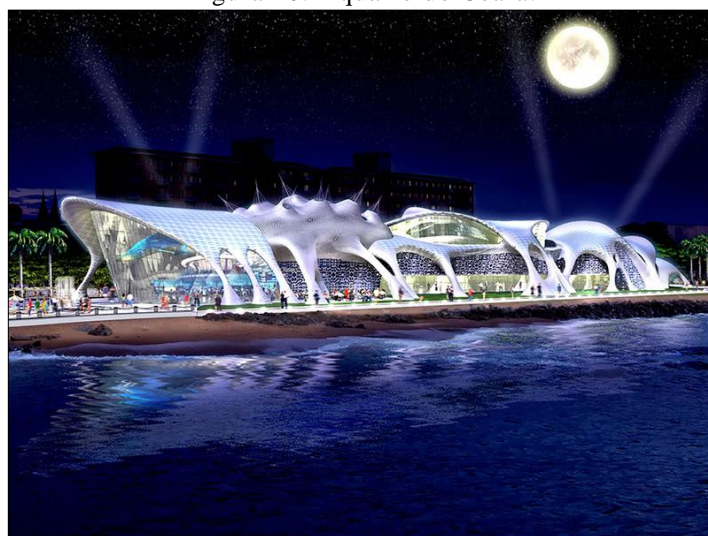
Figura 9: Centro de Eventos do Ceará.



Fonte: MELO, D. N. (2012).

Outro equipamento importante da capital cearense será o primeiro aquário internacional da América Latina (figura 10). Com 21,5 mil m<sup>2</sup> de área construída, o Aquário Ceará terá quatro pavimentos que abrigarão áreas de lazer, dois cinemas 4D, restaurante, loja de presentes, simuladores de submarino e equipamentos que proporcionam interação entre público e aquário. Túneis submersos levarão os visitantes ao interior de tanques com capacidade para 15 milhões de litros e milhares de espécies de animais marinhos. Orçado em R\$ 250 milhões, estima-se que o aquário receba, anualmente, 1,2 milhão de visitantes, gerando uma receita de R\$ 21,5 milhões (BARREIRA, 2009).

Figura 10: Aquário do Ceará.



Fonte: Disponível em:  
<<http://blog.opovo.com.br/imoveisenegocios/acquario-ceara>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

O Centro de Fortaleza e a Beira Mar de Fortaleza, pela força indutora das potencialidades, cada vez mais se posicionam como importantes espaços turísticos. Fortaleza possui uma gastronomia rica baseada em sabores tropicais, o que torna a cidade mais atrativa em função da diversificação gastronômica. Existem inúmeros restaurantes espalhados em toda a cidade oferecendo pratos típicos e até internacionais, existindo vários polos gastronômicos: Varjota, Praia de Iracema e Beira Mar. O polo gastronômico da Varjota é o mais conhecido e frequentado (*travel guide* - Portal Fortaleza).

A comida cearense é oriunda da cultura alimentar do litoral (pesca) mesclado com o sertão (pecuária e agricultura), desta forma destacam-se os mariscos como o pescado, caranguejo, camarão e em especial a lagosta. O baião de dois com carne do sol, a tapioca, a paçoca, rapadura, doces caseiros, entre outros, são outros exemplos de comidas típicas, etc. As frutas tropicais como o coco, a goiaba, graviola, murici, siriguela, caju, sapoti, manga, entre outras são muito apreciadas. As bebidas locais mais apreciadas são a cachaça, a cajuína, as caipirinhas, a caipirosca e estas últimas utilizam as frutas tropicais.

O artesanato de Fortaleza tem atraído os visitantes de todos os recantos. Fortaleza e a Região Metropolitana é um dos maiores centros de produção de artesanato do país. Há uma excelente qualidade das peças e uma enorme diversificação constituída por cerâmicas, madeira, couro, cestaria, trançado, tecelagem, metal, xilogravura, santos, ex-votos, renda e labirinto. Existem inúmeros pontos de venda destes produtos, entre os quais citaria o mercado central, o centro de artesanato Luiza Távora, o mercado São Sebastião, a feirinha da Beira-Mar.

Em trabalho de campo realizado na cidade, observou-se que a confecção, entretanto, tem sido um dos principais produtos feitos em larga escala ao ponto de a cidade se tornar um dos mais importantes polos de produção do país e um centro criador de moda.

A folheteria turística encontrada em recepções de hotéis mostra que Fortaleza possui vários *shoppings* e polos de moda espalhados em toda a cidade, valendo salientar a Monsenhor Tabosa, o Maraponga Mart Moda, os Polos de Fabricação da Vila União, Montese, Pan Americano, Presidente Kennedy, Quintino Cunha e outros. A moda popular é intensamente vendida em varejo e no atacado no Beco da Poeira, no entorno do viaduto da Pessoa Anta, na Praça Castro Carreira, na Emcetur, no mercado Central e nos seus entornos e corredores comerciais.

Quem chega a Fortaleza logo descobre que a cidade dispõe de uma boa quantidade de entretenimento. As festas de forró se destacam por representarem a dança típica da região e acontecem o ano inteiro em clubes e casas noturnas espalhadas nos diversos bairros da cidade. Outras festividades ocorrem em certos períodos do ano e em vários núcleos urbanos, como as festas juninas, o *reveillon*, o pré-carnaval e o carnaval.

Fortaleza tem um diferencial em relação as outras cidades do Brasil com a presença de humoristas nos bares, casas noturnas, teatros, entre outros. O show de humor faz parte da programação dos roteiros turísticos da cidade. A cidade se destaca como a capital do humor brasileiro. Os turistas ficam descontraídos e encantados como show segundo relato de turistas que retornam a cidade conforme descrito no Portal Turismo de Fortaleza. Esta imagem tem sido reforçada por outros humoristas da terra que ganharam fama nacional como Chico Anísio, Renato Aragão, Tom Cavalcanti, Tiririca e Falcão.

O turismo ecológico ainda pouco explorado em Fortaleza possui áreas potencialmente passíveis de um melhor aproveitamento. O Parque do Coco, a Sapiranga e os mangues do rio Ceará e do Caça e Pesca são exemplos destes espaços.

Por fim, há também um considerável potencial turístico na periferia de Fortaleza. Este potencial poderá ser transformado em produto turístico a partir de uma política de desenvolvimento em função da oferta cultural. Ela ainda está inexplorada turisticamente, mas a tematização ou museolização destas áreas transformadas em distritos turístico podem gerar um forte desenvolvimento turístico local.

## **5 POTENCIALIDADES DA PERIFERIA DE FORTALEZA PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SOLIDÁRIO**

Uma vez compreendido o panorama conceitual do turismo e da economia solidária, assim como o contexto atual do desenvolvimento do Estado do Ceará e de Fortaleza, passa-se neste momento a descrever mais detidamente sobre a periferia de Fortaleza e suas potencialidades. Trata-se de um exercício de observação do pesquisador que pretendeu buscar nas áreas não centrais e litprâneas, determinados equipamentos que possam dinamizar o turismo solidário.

Também será apresentado um estudo de caso que acredita-se ser relevante pra dar corpo e sentido às propostas finas que serão apresentadas no próximo capítulo.

### **5.1 UMA PANORAMA DA PERIFERIA FORTALEZENSE**

A riqueza turística da periferia de Fortaleza ainda está oculta, pois os inventários institucionais da oferta turística não auferem o potencial da periferia da cidade no que tange ao patrimônio imaterial, a antropologia turística, o saber e o fazer turístico da população, além do rico potencial cultural da comunidade, elementos que serão essencialmente trabalhados na proposta deste trabalho. No último capítulo será apresentado um zoneamento turístico capaz de contemplar os espaços periféricos da cidade com os distritos turísticos e a partir daí serem aproveitados os circuitos de compras, gastronômicos, do artesanato, do folclore, entre outros. Vale a pena, neste momento, citar alguns exemplos de alguns atrativos turísticos da periferia de Fortaleza:

a) Osmar do Camarão no bairro Mucuripe:

Famoso por seu delicioso camarão, o Osmar do Camarão (Figura 11) existe há quase 40 anos na cidade oferecendo um atendimento personalizado e uma equipe capacitada pronta para atender seus clientes. Os serviços e produtos também não ficam para trás, sendo reconhecidos pela sua qualidade, preparados na hora e com muito capricho. Além dos pratos com camarão, o restaurante é famoso pelos deliciosos pratos com lagosta.



Figura 11: Osmar do Camarão.



Fonte: MELO, D. N. (2012).

b) Maracatu Az de Ouro no bairro Jacarecanga:

O Maracatu é a mais tradicional dança dramática de origem afro-descendente presente na cultura do povo cearense, configurando um cortejo formado por baliza, porta-estandarte, índios brasileiros e nativos africanos, negras e baianas, negra da calunga, negra do incenso, balaieiro, casal de pretos velhos, pajens, tiradores de loas e batuqueiros, em reverência a uma rainha negra e sua corte real. No Ceará, o povo caboclo usa uma mistura de fuligem, talco, óleo infantil e vaselina em pasta para tingir o rosto de negro.

O Maracatu Az de Ouro (figura 12) foi criado em 1936, por Raimundo Feitosa e seus irmãos Zé Nequinho e Alcides. Hoje, com mais de 70 anos de história na cultura popular cearense, o grupo já participou de eventos como “Mestres do Mundo” e “Mostra SESC Cariri das Artes”.

Figura 12: Maracatu Az de Ouro.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

c) Escola de Samba Imperadores da Parquelândia, bairro Parquelândia:

A Escola de Samba Imperadores da Parquelândia (Fig. 13) tem 39 anos de fundação. Já foi quatro vezes consecutivas, vice-campeã do Carnaval de rua de Fortaleza.

Figura 13: Escola de Samba Imperadores da Parquelândia.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

d) Escola de Samba Mocidade Independente da Bela Vista:

A Escola de Samba “Mocidade Independente de Bela Vista” (figura 14), localizada no bairro de Fátima, em Fortaleza foi vice-campeã do Carnaval da capital cearense em 2009. Em 2010, foi a nona agremiação (sexta escola de samba) a desfilar na terça-feira, durante o Carnaval oficial da cidade, terminando na terceira colocação. Em 2011, tornou-se pela primeira vez campeã do Carnaval da cidade, derrotando a Unidos do Acaracuzinho por uma pequena diferença.

Figura 14: Escudo da Escola de Samba Mocidade Independente da Bela Vista.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

e) Vila Pery - Pré-carnaval Peryboneco:

O Bloco Pery Boneco (figura 15) iniciou suas atividades pré-carnavalescas em 2005 por um grupo de amigos da Vila Pery e vem participando do pré-carnaval de Fortaleza anualmente. Em sua edição de 2011 contou com público médio de 12.000 pessoas por noite. O Pery Boneco consolida-se como o maior evento popular da região. O evento encaminha-se para seu oitavo ano de alegria e folia.

Figura 15: Bloco Pery Boneco.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

f) Passaré- Zoológico Sargento Prata:

O Zoológico de Fortaleza (figura 16) surgiu com a ideia do Sargento Prata que mantinha alguns animais na Praça da Criança, no centro de Fortaleza. Em 1954 a Prefeitura de Fortaleza começou a cuidar destes animais silvestres. Em 1979, a coleção de animais do sargento se mudou para o Horto Florestal no Passaré e o zoológico foi inaugurado em 1983. Atualmente é administrado pela Emlurb – Empresa Municipal de Limpeza e Urbanização.

O Zoológico Sargento Prato se encontra no Complexo Ecológico Passaré, que é um complexo constituído de um horto e um espaço verde. Possui uma área de mais de quatro hectares e a média anual de visitantes chega a 30 mil pessoas. A maioria dos visitantes são famílias e alunos de escolas públicas que agendam visitas ao zoológico de Fortaleza. Também há uma lanchonete, banheiros, amplo estacionamento e área de lazer.

O bairro do Passaré abriga desde 1979 o Parque Zoológico Municipal Sargento Prata. O local, mantido pela prefeitura, é moradia de mais de 300 animais e recebe crianças e adultos de terça a domingo.

São dezenas de mamíferos, aves e répteis, em uma grande área verde, com quatro hectares e meio. Com mais de 20 mil visitantes por mês, o Zôo também promove frequentemente eventos didáticos para as crianças.

Figura 16: Zoológico Sargento Prata.



Fonte: MELO, D. N. (2013).

g) Centro Cultural do Bom Jardim:

É um equipamento do Governo do Estado do Ceará/Secretaria da Cultura gerido pelo Instituto de Arte e Cultura do Ceará (IACC), por meio de um contrato de gestão. Possui uma completa infraestrutura para abrigar as mais diversas formas de manifestação cultural. Além de fornecer formação para crianças, jovens, adultos e terceira idade, o espaço ainda é o local de encontro das produções culturais dos moradores do Grande Bom Jardim e aberto a toda comunidade de Fortaleza.

O espaço (Figura 17) tem como objetivo central estimular a participação e o protagonismo direto da comunidade nos eventos de caráter artístico e cultural, focando na capacitação. Foi realizada uma pesquisa com moradores da comunidade para saber quais os anseios artísticos da população e, desta forma, programar os cursos a serem estabelecidos.

Figura 17: Centro Cultural Bom Jardim.



Fonte: Disponível em: <http://www.panoramio.com/photo/39575355>. Acesso em 18 de jun. 2013.

h) Otávio Bonfim - Mercado São Sebastião:

O Mercado São Sebastião (Figura 18) é um equipamento público municipal administrado pelo Sindicato do Comércio Varejista de Frutas e Verduras de Fortaleza (SINCOFRUTAS), por outorga concedida pelo Município de Fortaleza. Foi reformado e inaugurado no final de 1997, pelo prefeito Juraci Magalhães. No entanto, sua história é bem mais antiga, remontando ao início do século XX. Foi construído em local onde se realizava uma feira livre de venda de gêneros alimentícios.

No início o São Sebastião era dedicado principalmente ao comércio de frutas, verduras e carnes. Atualmente, conta com 449 boxes que comercializam uma grande variedade de produtos, como artesanatos, plásticos, descartáveis, raízes, castanhas, ferragens, material elétrico, hidráulico e de construção. Conta ainda com lanchonetes, farmácias e estacionamento.

Figura 18: Mercado São Sebastião.



Fonte: MELO, D. N. (2013).

i) Messejana - Casa de José de Alencar, lagoa e o restaurante Caranguejo Grill:

Messejana (Figura 19) é um bairro de Fortaleza, localizado na zona sudeste da cidade. É um bairro rico em fatos históricos e no qual nasceram, entre outras, as seguintes personalidades: o escritor José de Alencar (figura 20), ex-presidente Castelo Branco. O bairro é conhecido também pela Lagoa da Messejana, onde há uma estátua representando a personagem Iracema, da obra de José de Alencar.

Messejana também é conhecida pela Feira de Messejana, uma das maiores feiras de Fortaleza que acontece todos os domingos. Pela semana ocorre uma pequena feirinha em torno do Mercado central.

Figura 19: Estátua de Iracema na lagoa de Messejana



Fonte: MELO, D. N. (2013).

Figura 20: Casa José de Alencar



Fonte: MELO, D. N. (2013).

j) Maraponga - Martmoda e a lagoa:

Maraponga é um bairro tradicional de classe média situado na Zona Sul de Fortaleza. É um dos bairros mais tradicionais da metrópole fortalezense, utilizada quase que totalmente para moradia, além de ter grande área verde juntamente com a Lagoa da Maraponga, uma das poucas remanescentes lagoas não poluídas da cidade.

Em Maraponga fica localizado o Shopping Maraponga Mart Moda e na Av. Godofredo Maciel, encontra-se o setor comercial da Maraponga, tendo lojas, churrascarias e supermercados tais como Carrefour, Via Pizza e Pinheiro (figura 21). É uma área de proteção ambiental feita pela Lei Municipal n.º 6.883, de 1991. Ela é um lugar aonde moradores aos domingos vão, para nadar e se divertir.

Figura 21: Maraponga Mart Moda.



Fonte: MELO, D. N. (2013).

k) Parangaba - Igreja, estação férrea, lagoa, festa dos caboclos e feira da Parangaba.

Parangaba (figura 22) é um bairro e sede de distrito da cidade de Fortaleza. Já foi município do Ceará, mas o tempo avançou, a população aumentou e a tecnologia no transporte fez de Parangaba uma parte permanente da cidade de Fortaleza, ou seja, um distrito, e posteriormente um bairro. No bairro localiza-se a lagoa da Parangaba, uma lagoa que faz parte da baía do rio Maranguapinho e que é segunda maior lagoa da cidade.

Figura 22: Igreja Matriz



Fonte: MELO, D. N. (2013).

#### 1) Carlito Pamplona - Casa do Cantador:

Primeiro bairro operário de Fortaleza, Carlito Pamplona tem autonomia em serviços e intenso comércio. Não era o dono. Nos dias de hoje, poderia ser comparado a um executivo. Carlito Pamplona, numa homenagem dada a um empreendedor, passou a ser o nome do primeiro bairro operário de Fortaleza.

Curiosamente, o Carlito Pamplona chega a manter uma aura de "cidade de interior", em vista de seu comércio intenso, uma rede bancária e os seus ícones: a Igreja de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, o Mercado do Peixe e a Avenida Francisco Sá, principal corredor de veículos e os antigos prédios das fábricas abandonadas ou que mudaram de nome.

A Casa do Cantador (Figura 23) é um templo da cantoria no Carlito. Se não fosse o letreiro informando ser a “Casa do Cantador”, passaria por uma residência comum, onde há uma clara preocupação com a segurança. No entanto, poucos equipamentos têm sido tão associados à cultura popular e um atrativo do Carlito Pamplona quanto essa instituição, criada para reunir cantadores de todo o Estado. Ali, eles têm hospedagem e participam de oficinas e apresentações.

Na verdade, há muito tempo a Casa deixou de ser um albergue, externamente conhecida pelo muro alto e portões de alumínio, localizada na Rua Coelho Fonseca, 195. O local passou a ser frequentado não apenas por cerca de seus 400 associados em todo o Ceará, mas também por antropólogos, historiadores e pesquisadores, além de estudantes das artes e das tradições populares.



A Casa do Cantador, como lembra o vice-presidente da Associação dos Cantadores do Nordeste, Geraldo Amâncio, é, hoje um atrativo cultural do Carlito Pamplona e do Estado.

A ideia inicial de servir de hospedaria para os artistas populares, em sua maioria de baixa renda, acabou crescendo. Com o tempo, surgiram os festivais, que passaram a ser conhecidos nacional e internacionalmente.

Todo ano acontece o Festival no mês de outubro de cada ano, denominado “Viola, Versos e Repentes”.

Também a entidade, que pode passar a integrar um roteiro turístico-cultural da Capital, disponibiliza o acervo da biblioteca, que reúne mais de 300 livros relacionados à divulgação de obras de artistas ou estudos sobre os repentistas e cantadores do Nordeste, afora obras compostas em cordel.

A essência da Casa pode ser traduzida numa das estrofes de um cordel, em que relata: “A Casa do Cantador/recebe bem o turista/com verso ao som da viola/do cantador repentista/da conquista do embolador/ao escritor cordelista”.

Figura 23: Casa do Cantador.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>.  
Acesso em: 11 fev. 2013.

m) Conjunto José Walter - Casa do Peixe Vivo e o São João:

O Conjunto Prefeito José Walter (Figura 24) é um Conjunto Habitacional construído em 1970 na cidade de Fortaleza e está localizado no bairro Mondubim, nos limites de Fortaleza com Maracanaú.

Quando inaugurado, há 40 anos, o Conjunto Prefeito José Walter era considerado o maior conjunto habitacional da América Latina.

No Centro Social Urbano acontecem eventos organizados pelos moradores, como a Semana de Arte de José Walter, com mostras de artes plásticas, música, cinema, teatro e poesia, o festival revela os talentos do bairro. Dali, já saíram nomes que são nacionalmente conhecidos.

Em todo o Estado acontecem, em média 240 festivais profissionais de São João, mas é no bairro José Walter que a comemoração popular chega a reunir mais de 600 mil pessoas, segundo a organização do evento.

Figura 24: Festival junino no José Walter.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>.  
Acesso em: 11 fev. 2013.

#### n) Conjunto Ceará- Festas Juninas:

O Conjunto Ceará é um dos bairros mais densos e populosos de toda Fortaleza.

Este bairro tem de tudo dentro dele e pode-se considerar uma pequena cidade no meio da periferia de Fortaleza. Projetado no início da década de 70, foi projetado utilizando o conceito urbanístico de unidade de vizinhança, e foi inaugurado em 1978. A estrutura do bairro é formada por diversas escolas públicas estaduais e municipais, Delegacia de Polícia Civil, Quartel da Polícia Militar, Quartel dos Bombeiros, Hospital Distrital, Posto de Saúde, pelo Terminal do Conjunto Ceará, Vila Olímpica, Projeto ABC dentre outros equipamentos.

Com diversas festas populares e diversas comunidades que se reúnem rotineiramente (Figura 25). O Polo de Lazer Luiz Gonzaga se localiza na avenida central do bairro e é palco das grandes festas do bairro, festival de festas juninas, eventos do movimento *Hip Hop* e festas da padroeira Nossa Senhora da Conceição, padroeira do bairro, entre outras.

Figura 25: Festival de quadrilha do Conjunto Ceará.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

o) Vila União - Lojas de Confeção:

O bairro Vila União foi fundado pela prefeitura de Fortaleza em 23 de agosto de 1940. Antes a localidade se chamava Barro Preto.

O bairro tornou-se um centro do comércio atacadista da moda (figura 26), empregando pessoas da região e fora dela, gerando renda, desenvolvendo a rede de serviços e favorecendo a moradia para diferentes segmentos da sociedade. Houve uma migração de mais de 40 fábricas de pronta entrega para o bairro, contribuindo na oferta de emprego e renda e diversificando os serviços do bairro.

Figura 26: Loja de confecção-pronta entrega.



Fonte: MELO, D. N. (2013).

p) Quintino Cunha - Lojas de Confeção:

Populoso e extenso, assim é o bairro Quintino Cunha, com área de 3 quilômetros quadrados e 50 mil habitantes e é o sexto dos 20 bairros em número de pessoas. O nome vem do escritor José Quintino da Cunha, ele foi um dos maiores escritores do Ceará e também foi advogado e político. Apesar de ser distante do centro da cidade, Possui o comércio desenvolvido, e um certo número de famílias vivem da pesca de caranguejo.

No bairro funciona um complexo com escola, Centro de Assistência Social e posto de saúde de atendimento de baixa e media gravidade com dentistas e psicólogos e pela aproximação com o Rio Maranguapinho, no limite com o município de Caucaia a população vivem com a pesca do caranguejo e uma parte das famílias estão crescendo através da confecção de peças íntimas (figura 27).

Figura 27: Loja de moda íntima-pronta entrega.



Fonte: MELO, D. N. (2013).

q) Pirambu – Pirambu Digital, Casa de Chico da Silva e projeto Vila do Mar:

O Bairro Pirambu está localizado na área litorânea da zona oeste da cidade de Fortaleza. A praia é sua maior extensão limítrofe.

Há vários projetos sociais ligados ao bairro, dentre estes, existem escolinhas de futebol de salão, onde os treinos ocorrem, principalmente, no parque da Costa-Oeste. O Pirambu também contempla vários times de futebol amador, tanto futebol de campo como de praia.

O principal ponto para práticas esportivas é o parque da Costa Oeste, o qual abrange duas quadras para futebol de salão e um campo.

No Pirambu encontra-se o Centro Cultural Chico da Silva, onde organizam-se encontros, eventos, cursos de dança, música, teatro, folclore, lazer, reciclagem com arte, embalagem e o cursinho alternativo.

O Projeto Vila do Mar nasceu com a pretensão de requalificar o Grande Pirambu, compreendido pelos bairros Pirambu/Nossa Senhora das Graças, Cristo Redentor e Barra do Ceará. O projeto beneficia 2.382 famílias com novas unidades habitacionais, sendo 948 moradias referentes aos conjuntos Dom Hélder Câmara e Alves de Lima, construídos em parceria com o Governo do Estado. São ainda 4.000 melhorias habitacionais e 8.000 ações de regularização fundiária. Além disso, o Projeto prevê a urbanização da área, construção de creche, centro de saúde, espaço de convivência, cinco quadras esportivas e ciclovias.

A Cooperativa Pirambu Digital teve origem num projeto de formação de jovens em tecnologia da informação do Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará (CEFET/CE). Finalizado o curso e sem uma perspectiva direta a não ser entrar no concorrido mercado de trabalho, o prof. Mauro Oliveira sugeriu aos jovens o desafio de que utilizassem o conhecimento adquirido para estimular o desenvolvimento local. Assim, 52 jovens se juntaram e formaram a Cooperativa Pirambu Digital, que desenvolve projetos voltados para a área de tecnologia além de projetos de inclusão sócio-digital para a população do bairro. Para dar início ao projeto, além do CEFET, o grupo contou com a ajuda do Movimento Emaús Amor e Justiça, que cedeu o local onde a cooperativa foi instalada.

A cooperativa (figura 28) possui várias frentes de negócios: o Polo de Desenvolvimento de *Softwares* (Podes), que produz *softwares* e *sites*; a unidade de Treinamento e Eventos (Trevo), que dá treinamentos e suporte em informática; a Fábrica de Computadores com Inteligência Local (Fácil), que atua com consultoria em *hardware* e redes e a unidade de Negócios e Administração (Nega) que gerencia a parte administrativa e financeira da cooperativa.

Figura 28: Equipe do Pirambu Digital.



Fonte: Disponível em: <<http://www.google.com.br/imagem>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

## 5.2 ECONOMIA SOLIDÁRIA NO CONJUNTO PALMEIRA

O Conjunto Palmeiras é um complexo de residências populares situado na zona sul da periferia de Fortaleza ao lado do antigo aterro sanitário do Jangurussu. Originou-se de uma ocupação espontânea de pessoas despejadas do litoral fortalezense. O local não possuía infraestrutura e os barracos construídos deram formato a uma favela. Em 1973 foi constituído como Conjunto Habitacional abrigando também famílias originárias de áreas de risco.

O desemprego, a falta de moradia digna, a pobreza e o desamparo social era a realidade desta comunidade e foi com ela que os moradores se fortaleceram a partir da criação da Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras (ASMOCONP) em 1981. A iniciativa foi um grito ao Poder Público municipal para alertar sobre as condições insalubres em que viviam, após sete anos receberam água tratada e energia elétrica. Somente em 2006, a Câmara Municipal de Fortaleza reconhecendo a luta desta comunidade, a transformou em bairro (CORIOLANO, 2009).

A urbanização deste local também trouxe aspectos que na percepção de alguns residentes, são negativos:

A urbanização do bairro trouxe consigo a formalização das moradias e a exigência de pagamento de taxas e impostos. Não tendo condições financeiras de retirar dos seus rendimentos tais despesas mensais, os moradores começaram a vender suas casas e mudarem-se para ocupações ou favelas não formalizadas, voltando a viver nas condições anteriores ou ainda piores. Por triste ironia, tinham participado de toda a luta por melhorias e agora não poderiam delas usufruir. (*COMMITTEE ON SOCIAL INCLUSION AND PARTICIPATIVE DEMOCRACY – UCLG, 2012, on line*).

A trajetória de mobilização social desta associação garantiu grandes modificações positivas na comunidade como: a construção de 1.700 m de canal de drenagem no bairro (1990); o I Seminário Habitando o Inabitável, momento de reflexão e crítica que consolidou a União das Associações e Grupos do Conjunto Palmeiras (1991); a rede de esgotamento sanitário por quadras, fato que fortaleceu as lideranças locais e definiu metas para um plano de urbanização local (1992). Estes foram os primeiros passos para a economia solidária no Conjunto Palmeiras (CORIOLANO, 2009).

O trabalho feito pela ASMOCONP tornou o bairro conhecido pela iniciativa da “socioeconomia” solidária, que é um tipo de organização social e de desenvolvimento local que se expande em diferentes comunidades. Para Singer e Souza (2000, p.317) a economia de solidária é “aquela que segue o caminho da cooperatividade, da eficiência sistêmica em vez de eficiência apenas individual.”

Lévy (apud FRANTZ, 2002, *on line*) reforça a ideia de união, associativismo e cooperação nos seguintes termos:

[...] nada é mais precioso que o humano. Ele é a fonte das outras riquezas, critério e portador vivo de todo o valor. [...] é preciso ser economista do humano, [...]. É necessário igualmente forjar instrumentos – conceitos, métodos, técnicas – que tornem sensível, mensurável, organizável, em suma, praticável o progresso em direção a uma economia do humano. Os instrumentos de construção da economia do humano deverão ser forjados pela via do associativismo, pela organização cooperativa, mais que pela competição. A economia do humano pode ser entendida como uma das expressões mais próximas do desenvolvimento local.

A Associação Comunitária do Conjunto Palmeiras interessado na melhoria de vida, realizou pesquisa identificando o que se produz e o que se consome no bairro, o que resultou no documento “Mapa de Produção e do Consumo do Conjunto Palmeiras” o qual apontava problemas e necessidades da população local. Descobriu-se que:

[...] os gastos da população com compras básicas eram realizados nos bairros vizinhos, indicando transferências de renda, que poderia circular internamente ao bairro. Então, concluíram que melhor seria que todos tivessem consciência que o consumo realizado no próprio bairro fortaleceria a economia local, e assim um foi explicando ao outro esta forma de entendimento sobre a economia local. (CORIOLANO, 2009, p. 245).

A partir do II Seminário Habitando o Inabitável com a discussão do que a comunidade necessitava e quais os caminhos que deveriam ser percorridos fez surgir o programa de geração de trabalho e renda e a criação do Banco Palmas (figura 29).

Figura 29: Atendimento no Banco Palmas.



Fonte: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia/1423222/ultimas-noticias/banco-palmas-e-exemplo-de-sucesso-em-seminario-de-microcredito/?indice=130>. Acessado em 18 jun. 2013

Nesse contexto, cabe a afirmativa de que o brasileiro representa a evolução no sentido de criar possibilidades para o surgimento de novas organizações associativas, tanto no meio rural quanto no urbano. Porém, este fato se dá de forma dispersa, mesmo ratificando o resultado das ações de um conjunto de pessoas articuladas com vistas a superar dificuldades, cria uma espécie de capital social sem que elas percebam, mas, que já se constitui em benefício pelas relações estabelecidas (CANTERLE, 2004).

O Banco Palmas contou com o apoio da cooperação internacional, de uma Fundação ligada à Prefeitura Municipal de Fortaleza voltada à profissionalização e geração de emprego e renda (PROFITEC) e de uma organização não governamental de Fortaleza, Cearah Periferia, que disponibilizou R\$2.000,00 (equivalente a 834 euros na época) para os primeiros empréstimos (BANCO PALMAS, 2013, *on line*).



No final da década de 90 no Brasil pouco se sabia sobre economia solidária, logo surgindo dificuldades para um fundo de crédito que viabilizasse a ideia. No entanto, neste mesmo ano, firmaram-se parcerias com a Oxfam e com o Projeto Prorenda/GTZ. O marco fundamental para o Banco Palmas foi a parceria e abertura de uma linha de crédito com o Banco do Brasil.

O Banco Palmas possui duas linhas de crédito, uma em moeda oficial, o real, e outra na moeda social local, o Palmas. Quem compra utilizando a moeda social recebe descontos dos comerciantes locais, que por sua vez ganham “fidelizando” clientes. Somente os produtores e comerciantes podem trocar a moeda social pelo real, já que necessitam fazer compras (estoques, matéria-prima entre outros) e operações financeiras fora do bairro, enquanto os consumidores são incentivados a utilizá-la nos mais de 240 estabelecimentos do bairro que aceitam a moeda (Figura 30). (*COMMITTEE ON SOCIAL INCLUSION AND PARTICIPATIVE DEMOCRACY – UCLG, 2012, on line*).

Figura 30: Dinheiro utilizado no Banco Palmas.



Fonte: MELO, D. N. (2012).

O Mapa de Produção e do Consumo Local do Conjunto Palmeiras (2010/2011), segundo Joaquim Mello (Coordenador do Instituto Palmas), afirma que “o banco é uma ferramenta para as finanças solidárias”. O Coordenador diz ainda que:

É importante ter o mapeamento nas mãos no momento em que for fornecer crédito para alguém a fim de evitar a concorrência e estimular a cooperação. [...] O comércio está evoluindo aos poucos. Isso é bom para o bairro e, até porque, não se tem registro de grandes empreendimentos vindos de fora. (ASSUNÇÃO, 2011, *on line*).

Durante os dez primeiros anos o Banco Palmas trabalhou a ideia de uma rede de “PROSUMIDORES”, isto é, os moradores são ao mesmo tempo produtores, consumidores e atores da transformação social e cidadã. Esta experiência solidária se tornou importante pela inovação no combate a pobreza e por proporcionar a inclusão social (BANCO PALMAS, 2013, *on line*).

Vale ressaltar a importância da Palmatur, fruto do trabalho da décima turma do projeto Incubadora Feminina e consiste em oferecer mão de obra qualificada para as áreas de turismo e varejo. De acordo com a coordenadora pedagógica da Incubadora Feminina, Neide Costa, a abertura da Palmatur (que irá funcionar ao lado do Banco Palmas) se deve ao espírito empreendedor das mulheres daquela região, após 18 meses de curso. “Elas têm entre 19 e 45 anos e estão prontas para prestar serviços de camareira, recepcionista e limpeza de ambientes”, declara Neide (SANTIAGO JÚNIOR, 2010, *on line*).

Figura 31: Comunidade do Palmas no setor turístico.



Fonte: Santiago Júnior (2010, *on line*).

Além disso, a Palmatur também irá funcionar como pousada para turistas que vem conhecer a experiência da rede de economia solidária cearense do Conjunto Palmeira. “Foi feita uma pesquisa e se optou pela formação de uma empresa com esse perfil”, revela Neide. Não é a primeira vez que as concludentes dos cursos promovidos pelo Projeto Incubadora Feminina se aventuram pelo mundo empresarial. Em turmas anteriores já foram abertas a PalmaFashion (com foco voltado para o segmento de moda) e a PalmaLimpe (fabricante de produtos de limpeza). O projeto tem o apoio financeiro do próprio Banco Palmas, Instituto *Wal Mart*, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) (SANTIAGO JÚNIOR, 2010, *on line*).

Estas iniciativas solidárias são capazes de realizar transformações substanciais na maneira como as comunidades periféricas podem conduzir os negócios e provocar um desenvolvimento comunitário e solidário.

A Palmalimp, a Palmafashion e a Palmatur foram empresas incubadas pelo Banco Palmas para trabalharem a economia solidária no Conjunto Palmeira. As duas primeiras microempresas, no caso, a Palmalimp e a Palmafashion conseguiram se desenvolver ao ponto de seus membros poderem comprar suas máquinas e equipamentos e assim constituírem seus próprios negócios e a partir de então passaram a utilizar a franquia da marca do Banco Palmas de forma gratuita.

Os espaços anteriormente utilizados por estas empresas passaram a ser ocupados como escola para treinamento de novas pessoas, que poderão, no futuro, ter seus próprios negócios. O grupo originário da Palmalimp e da Palmafashion além de montarem negócios para si mesmo, também se transformaram em monitores de capacitação, ensinando à comunidade a arte que eles aprenderam. A Palmatur continua sendo a única microempresa incubada pelo Banco Palmas segundo Neide Costa, responsável pela Palmatur. Dado ao exposto as duas microempresas citadas acima já não estão mais funcionando, desta forma os questionários que foram elaborados não foram aplicados, somente o que se refere a Palmatur.

A Palmatur é uma microempresa incubada pelo Banco Palmas, fazendo parte da rede de economia solidária do Conjunto Palmeira. Ela surgiu inicialmente a partir de uma capacitação dada a 20 mulheres da comunidade que foram treinadas para a área do turismo e do varejo. O objetivo da Palmatur é garantir trabalho e renda para as mulheres do bairro encaminhando-as para o mercado formal de trabalho e promover o Conjunto Palmeira como um destino turístico, fortalecendo o desenvolvimento econômico local.

O Banco Palmas realizou no dia 15 de abril de 2010 o I Fórum de Turismo Comunitário Urbano do Conjunto Palmeira, no qual ficou patente o reconhecimento à potencialidade turística do bairro constituído de elementos folclóricos e culturais como o bumba meu boi, reisado, forró, capoeira, xote, maracatu, *hip hop*, repentes, teatro, danças, literatura de cordel etc. além dos aspectos naturais, possui lagoas e esta próximo ao rio Cocó. Tem ainda a rica memória do bairro, suas lutas, suas conquistas pela moradia, bem como lojinhas, barzinhos, igrejas, restaurantes, uma rica gastronomia e uma intensa vida comunitária.

Este tipo de turismo comunitário urbano possibilita a participação da periferia no roteiro turístico da cidade, numa perspectiva de desenvolvimento local solidário e sustentável. Neste contexto a periferia não se constitui somente um ótimo campo para a qualificação profissional de trabalhadores para grandes empreendimentos turísticos, mas uma oportunidade para transformar trabalhadores em empreendedores de turismo comunitário na periferia de Fortaleza. Com esta visão de turismo comunitário urbano o Banco Palmas criou a Palmatur.

Apesar de estrategicamente correto e dentro de uma visão mercadológica, o turismo comunitário ainda é pouco conhecido, divulgado e ainda não tem o apoio oficial como tem o turismo tradicional.

No Conjunto Palmeira a dimensão em nível de escala hoteleira é diminuta, com baixa taxa de ocupação, que depende em muito dos eventos e das atividades desenvolvidas no bairro. Como pode se ver pela pesquisa realizada a Pousada Palmatur é pequena (figuras 32 e 33), possui 4 apartamentos (2 duplos com possibilidade de cama extra e 2 triplos) e sua diária custa R\$ 35,00 (trinta e cinco reais) por pessoa incluindo o café da manhã. Tem capacidade de hospedar até 12 pessoas e é o único meio de hospedagem do Conjunto Palmeira.

Figura 32: Apartamento da Pousada Palmatur.



Figura 33: Banheiro da Pousada Palmatur.



Fonte: MELO, D. N. (2012).

A Palmatur serve para dar apoio a alguns eventos que acontecem na comunidade, hospeda clientes do Banco Palmas, alunos que vão fazer capacitação na associação e pessoas que vão ao Conjunto Palmeira pesquisar a economia solidária ou participar de convenções e seminários.

A pousada participa também como um dos empreendimentos da rede Tucum de Turismo Comunitário e Solidário e tem uma parceria com os restaurantes e barzinhos do bairro para que os turistas ali hospedados utilizem estes serviços, complementando a oferta. Sua divulgação é feita pelo *site* do Banco Palmas, pelos canais de venda da Rede Tucum, mas a maior divulgação é feita mesmo pelo boca a boca.

Além da hospedagem a Palmatur oferece serviços de guiamento e organizou alguns roteiros e trilhas turísticas que podem ser realizadas sob a orientação de alguns monitores existentes na comunidade que passaram por capacitação quando tiveram curso de inglês básico, camareira, turismo comunitário, economia solidária, administração, planejamento de pequenos negócios, operador de caixa, técnica de vendas e noções de turismo. Assim trabalham na Palmatur uma camareira e uma recepcionista, entretanto existem mais cinco pessoas que são *free-lancers* da pousada e podem prestar serviços para a realização de eventos, produção de alimentos, entretenimento cultural, guiamento e limpeza. Todas elas morram no bairro.

Pelas informações identificadas na pesquisa realizada conclui-se que o turismo comunitário urbano em Fortaleza ainda é muito embrionário, ou seja, está dando seus primeiros passos e ainda com muita dificuldade dada a falta de uma pedagogia operacional, e principalmente, pela ausência de uma política pública que incentive este tipo de turismo alternativo. Há uma nítida falta de investimento nas estruturas de turismo receptivo nos bairros, carência de um inventário que alcance os recursos atrativos da antropologia cultural, principalmente os bens e valores imateriais existentes em cada comunidade.

O Conjunto Palmeira tem uma interessante história de luta pela moradia e melhores condições de vida. Todo isto sua história poderia ser reproduzida através de um museu aos moldes do que fez o Ministério da Cultura quando Gilberto Gil, estimulou a construção do museu comunitário da Maré no Rio de Janeiro. Lá aconteceu algo parecido com o Conjunto Palmeira, a luta pela moradia, onde as casas eram de palafitas e no meio do mangue. Eles conseguiram a urbanização, mas a história de vida deste povo ficou registrada em um museu temático onde milhares de turistas e estudantes visitam este museu como uma grande atração turística, tornando o bairro mais uma excelente alternativa de visitação.

Aqueles que se interessam por uma experiência singular que merece ser conhecida como uma cultura autêntica encontra num museu como este a verdadeira história da comunidade. Como na comunidade da Maré, no Rio de Janeiro, o Conjunto Palmeira poderia ter seu museu como uma estrutura turística capaz de fomentar fluxos turísticos para o bairro como forma de estimular o turismo comunitário.

Existe uma forte potencialidade na periferia de Fortaleza e o Conjunto Palmeira é somente um exemplo que poderia vir a ser um projeto piloto de turismo comunitário urbano, entretanto há muito que fazer e somente uma política pública voltada para este segmento poderia encurtar o tempo e assim promovendo um desenvolvimento mais incluyente e sustentável, onde o turismo seria a mola indutora do processo.

## **6 ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM FORTALEZA NA PERSPECTIVA DA ECONOMIA SOLIDÁRIA**

O trabalho apresenta reflexões que mostram a necessidade da existência de um turismo conduzido dentro da perspectiva da economia solidária. O turismo comunitário e solidário deve ser uma importante atividade econômica em Fortaleza, geradora de emprego e renda nas comunidades periféricas, se conduzido de forma profissional e democrática. Assim, propõe-se uma nova política para a área de turismo na cidade de Fortaleza, tendo como principal paradigma uma nova economia onde são levadas em consideração a presença forte das comunidades excluídas, que passariam a ter acesso ao trabalho através da cadeia produtiva do turismo.

Portanto, a relevância desta pesquisa consiste na proposta de um turismo diferenciado para Fortaleza. O objetivo é criar outro tipo de turismo e corrigir as propostas de economia excludente provocada pelo modelo neoliberal, intencionado a estimular uma política que inclua as chamadas classes D e E no sistema produtivo do turismo.

Assim, a contribuição deste trabalho pode ser sintetizada nos seguintes pontos:

- ✓ Contemplar a economia solidária na estrutura organizacional da SETFOR;
- ✓ Plano Estratégico de Desenvolvimento Municipal tendo como paradigma a economia solidária;
- ✓ Programa Operacional de Turismo Comunitário e Solidário para Fortaleza.

### **6.1 CONTEMPLANDO A ECONOMIA SOLIDÁRIA NA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA SETFOR**

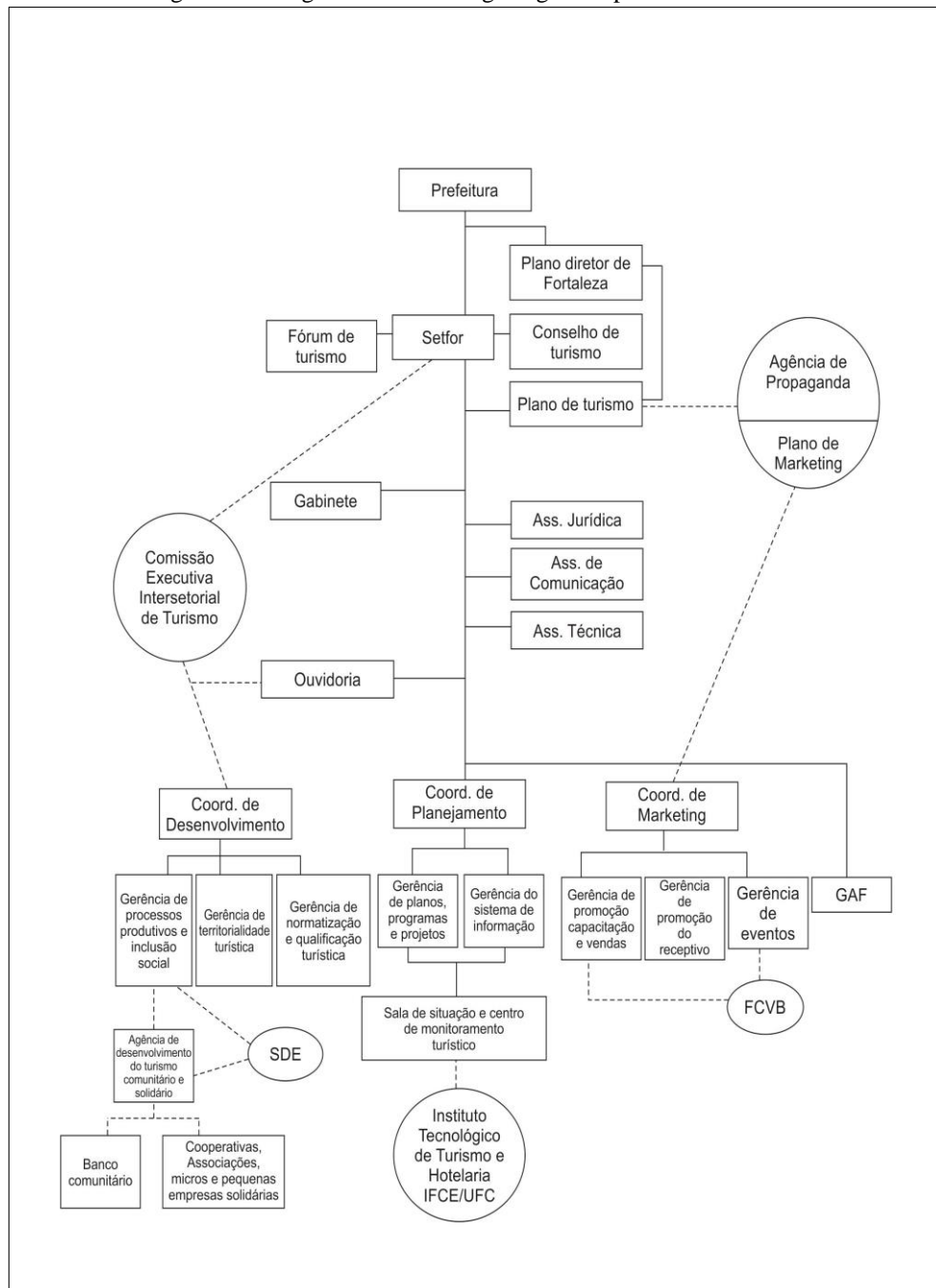
A proposta de reestruturação da Secretaria de Turismo de Fortaleza (SETFOR) partiu de uma análise do seu organograma, da estrutura organizacional e da estrutura funcional proposto e implantado em 2005 para gerenciar e implementar institucionalmente o turismo de Fortaleza.

Neste sentido ficaram identificadas algumas disfunções departamentais, mas principalmente a ausência na sua estrutura de células gerenciais que tivessem por fim desenvolver um turismo não convencional e que fosse baseado na comunidade e na solidariedade.

O trabalho sugere a inclusão de setores que tivesse como finalidade o desenvolvimento do turismo comunitário e solidário, dada a importância deste segmento como instrumento de desenvolvimento local e endógeno, além de todos os outros benefícios por ele produzidos e apresentados ao longo desta dissertação.

Logo após a proposta de uma nova estrutura para a SETFOR, como mostra a figura 34, seria feita uma justificativa das redefinições das funções departamentais.

Figura 34: Sugestão de um organograma para a SETFOR.



Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Fortaleza (2012).  
 Organização: MELO, D. N. (2012).



## 6.2 SUGESTÃO DAS FUNÇÕES DEPARTAMENTAIS

Proposta 1- Os blocos Prefeitura, Secretaria de Turismo de Fortaleza, Fórum de Turismo, Conselho Municipal de Turismo (CMT), Conselho Comunitário mostrados no organograma proposto neste trabalho (figura 34) definem as políticas públicas para o desenvolvimento institucional do turismo em Fortaleza. Juntos aprovarão e acompanharão a execução do Plano Municipal de Turismo (PMT).

Justificativa 1- são as entidades superiores no contexto do sistema turístico, assim devem ditar, participar da execução e acompanhar as políticas de turismo.

Proposta 2 – O bloco Fórum de Turismo é uma instância consultiva e propositiva, enquanto os blocos relativos aos Conselhos Municipal e Comunitário são instâncias deliberativas. Os blocos Secretaria de Turismo de Fortaleza e Prefeitura são instâncias executivas.

Justificativa 2- É função natural de um Fórum ser ente consultivo, enquanto o conselho pode ser deliberativo e consultivo.

Proposta 3 – O Gabinete trata de todas as atividades burocráticas atinentes ao secretário de turismo.

Justificativa 3- É função específica de gabinete.

Proposta 4 – Assessoria jurídica atuará de acordo com o regulamento do Decreto n.º 12.000<sup>16</sup>.

Justificativa 4 – É função específica da Assessoria Jurídica.

Proposta 5 – A Assessoria de Comunicação deverá incluir no Decreto n.º 12.000 os seguintes tópicos:

- A) Divulgar junto à imprensa especializada do turismo o produto Fortaleza.
- B) Manter um boletim de informações com análise conjuntural do turismo em Fortaleza.

Justificativa 5 – Falta acrescentar junto ao Decreto n.º 12.000 estas atividades que são atinentes a comunicação.

Proposta 6 – A assessoria Técnica atuará conforme regulamente o Decreto n.º 12.000.

Justificativa 6 – O Decreto n.º 12.000 já determina as funções específicas de assessoria técnica.

---

<sup>16</sup>O Decreto n.º 12.000, de 14 de março de 2006 e publicado no Diário Oficial do Município, em 22 de março de 2006 regulamenta as atividades da SETFOR criada pela Lei n.º 24/2005.

Proposta 7 – Ouvidoria.

Justificativa 7 – O Decreto n.º 12.000 já determina as funções da ouvidoria.

Proposta 8 – A Coordenadoria de Planejamento deverá incluir no Decreto n.º 12.000 os seguintes tópicos:

- A) Elaboração da análise conjuntural do turismo trimestralmente.
- B) As ações do Prodetur não necessitam ficar subordinada a uma gerencia específica, mas a gerencia de planos, programas e projetos

Justificativa 8 – O Setor de Planejamento deve fazer como atividade atinente a sua função a análise conjuntural do turismo e isto deve ser incluído no Decreto n.º 12.000. O PRODETUR ficaria melhor alocado numa gerência de planos programas e projetos.

Proposta 9 – A Coordenadoria de desenvolvimento deverá:

- A) Suprimir do Decreto n.º 12.000 as políticas setoriais de turismo, que devem ser definidas a nível de Fórum e Conselho.
- B) Estudos e estratégias para minorar os impactos do turismo que devem ser feitos pela coordenação de planejamento por ser uma função típica de planejamento.
- C) Fomentar e empreender projetos que visem a melhoria da qualidade do funcionamento da secretaria que devem ser feitos pela gerência de administração.
- D) Monitorar os postos de informações que devem ser atividade da promoção.
- E) Definir o tipo de demanda a ser captada que deve ser feito pela coordenação de planejamento em parceria com o Conselho e o Fórum.
- F) Definir estudos para subsidiar as políticas de captação de investimentos e fomento do turismo que deve ser feito pela coordenação de planejamento.
- G) Incluir no Decreto n.º 12.000 para a gerência de desenvolvimento: viabilização dos processos produtivos no turismo e proteção e adequação do patrimônio natural e cultural para o turismo
- H) Controle, monitoramento e captação de investimentos e ações de inclusão social pelo turismo que devem ser atividades da gerência de desenvolvimento, o que deve constar no Decreto n.º 12.000.
- I) Atuar junto aos vido governamentais visando a estruturação territorial do turismo em Fortaleza, e incluir no Decreto n.º 12.000 como atividade da gerencia de desenvolvimento.

J) Coordenar o sistema municipal de capacitação turística, e incluir no Decreto n.º 12.000 como atividade da gerência de desenvolvimento.

Justificativa 9 – A coordenação de desenvolvimento ficou pesada. Ela puxou para si atividades que por sua natureza deveriam ser executadas por outras 82vidos, assim algumas de suas atividades deveriam ser redistribuídas.

A Função dos Órgãos Satélites da SETFOR (proposição):

- Agência de Publicidade: será designada pelo gabinete do Prefeito para realizar uma interface com a Secretaria Municipal de Turismo.

Objetivos: desenvolver trabalhos especializados e assessorar a SETFOR em seu plano de *marketing* turístico.

Ações; campanhas publicitárias, pesquisas de mercado, planejamento de *marketing* etc.

- Comissão de intersetorialidade: designada pelo gabinete do prefeito, instituído por Portaria e formada por 82vidos do município que tenham afinidade com o turismo, além de 82vidos estaduais e federais que suas funções tenham interface com o turismo.

Objetivos: realizar ações integradas sob a orientação da SETFOR com o objetivo de melhorar a qualidade do turismo e dos serviços prestados ao turista.

Ações: nos setores de infraestrutura, meio ambiente, segurança, transporte, sistema viário etc.

- Instituto Tecnológico de Turismo e Hotelaria: o (ITTH) é um Instituto do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE). Com base no Convênio n.º 09/2005 de cooperação interinstitucional o município de Fortaleza, na cláusula 4ª, item “d” em outras formas de cooperação científica e tecnológica, pode operacionalizar programas, por um plano de trabalho, no qual o ITTH poderia ser contratado para gerenciar o Sistema de Informação Turística de Fortaleza (SITF) e conseqüentemente o centro de monitoramento da SETFOR.

Objetivos: realizar ações que objetivem o funcionamento do centro de monitoramento do turismo de Fortaleza. Assegurar a organização e o funcionamento do Sistema Municipal de Formação e Capacitação Turística (SMFCT) e projetos de conteúdo científico.

Ações: pesquisas de opinião, pesquisas de demanda, inventário da oferta turística, pesquisas de necessidades de qualificação, montagem de sistemas de classificação e avaliação de serviços, projetos de capacitação, etc.

- Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Fortaleza (SDE):

Objetivos: organizar os arranjos produtivos da cadeia do turismo e possibilitar a realização do projeto turismo solidário de Fortaleza.

Ações: estimular os negócios cooperativados e por associativismo nas áreas do turismo solidário juntamente com a comunidade. Articular com as entidades de economia solidária (FUNDESOL, Banco Palmas, Fundação Florestan Fernandes etc.) o projeto turismo solidário. Instituir a Agência de Desenvolvimento Comunitário e Solidário para operacionalizar o projeto turismo solidário em Fortaleza.

- Agência de Desenvolvimento Comunitário e Solidário:

Objetivos: organizar a comunidade através de cooperativas e associações nas áreas dos distritos turísticos e as ações que serão necessárias para implementação da proposta de turismo comunitário e solidário em Fortaleza.

Ações: fazer a interligação com os órgãos governamentais, as redes de turismo solidário, o *trade* turístico e a comunidade para organização do território, da comunidade e dos empreendimentos solidários, bem como da operacionalização do turismo comunitário e solidário. A Agência de Desenvolvimento Comunitário e Solidário orientará e prestará o apoio técnico necessário para que as associações, cooperativas, micro e pequenos negócios de turismo possam operacionalizar o Programa de Turismo Comunitário e Solidário em Fortaleza.

- Banco Comunitário:

Objetivo: gerenciar o Fundo de Turismo Comunitário e Solidário.

Ações: financiar negócios comunitários e solidários nas 84vidos do programa e prestar assessoramento administrativo financeiros nos negócios da cadeia produtiva do turismo comunitário e solidário.

- Fundação *Convention and Visitors Bureaux*:

Objetivo: realizar a captação, geração e promoção de eventos juntamente com a SETFOR. Orientar e estimular a capacitação profissional para a área de eventos.

Ações: viabilizar eventos para Fortaleza, promover a cidade como um destino de eventos em parceria com a SETFOR.

Justificativa 10 – A Secretaria de Turismo não pode fazer tudo sozinha, neste caso se faz necessário vido de apoio e que sejam especializados em determinadas funções para um melhor cumprimento de seus objetivos, por isto foi sugerido no organograma os vidos satélites da SETFOR.

### 6.3 SUGESTÃO PARA A ELABORAÇÃO DE UM PLANO ESTRATÉGICO DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SOLIDÁRIO EM FORTALEZA

Apresentam-se elementos para a elaboração de um Plano Estratégico de Desenvolvimento turístico para a cidade de Fortaleza dentro da perspectiva da econômica solidária.

Esse Plano seria integrado e específico para estabelecer um projeto de desenvolvimento do setor com uma visão mais social da atividade. Ele será feito tendo em vista as características atuais e as pontencialidades existentes na cidade, observando as tendências do mercado do turismo convencional e do solidário, tanto nacional quanto internacional. Assim, a proposta tem como objetivo maximizar a rentabilidade econômica do turismo municipal e atuar em segmentos que o turismo convencional não tem interesse e tendo também como meta principal a inclusão social.

Um plano com perspectivas voltadas para a inclusão social, precisa ter orientação, ter o foco no turismo receptivo e comunitário, tomando como público alvo os turistas nacionais, regionais e os internacionais, além das redes de turismo solidário. A intenção é o aumento da taxa de permanência do turista e a expansão da territorialidade turística do município, ou seja, desenvolvendo também o turismo nos bairros com participação comunitária.

O plano atuará de forma decidida na procura de mecanismos de parceria entre os setores públicos, a iniciativa privada, e a comunidade. Será também um plano voltado para beneficiar as populações pobres e excluídas, possibilitando a participação, via associação e cooperativas deste setor, na cadeia produtiva do turismo, utilizando o turismo como aquele de maior prioridade política.

Seguem, abaixo, os passos propostos para a elaboração de um plano proposto neste trabalho:

- Análise da atividade turística no Município;
- Diagnóstico setorial;
- Propostas;
- Plano operacional; e
- Organização Funcional e de Gestão.

### *6.3.1 Análise da atividade turística no município de Fortaleza*

Em primeiro lugar haverá uma compilação e validação de informação disponível nos órgãos municipais, estaduais, federais e setoriais, na internet e nas redes de turismo solidário para aproveitar as informações existentes. Paralelamente se entrevistará os principais agentes econômicos e sociais vinculados, diretos ou indiretamente à atividade turística, tanto pública, quanto privada, incluindo-se aí a comunitária, para conhecer diretamente suas opiniões, as tendências de desenvolvimento e os projetos estratégicos a considerar.

Fazem-se necessários quatro tipos de investigação

- Pesquisa quantitativa dos visitantes reais e potenciais de turismo convencional e solidário.
- Pesquisa qualitativa dos visitantes potenciais nos diversos mercados emissores (turismo convencional e solidário).
- Entrevista com prescritores e vendedores de turismo convencional e

solidário nesses mercados.

- Pesquisa junto às comunidades receptoras de turismo convencional e solidário.

### 6.3.2 *Diagnóstico setorial*

No diagnóstico setorial será necessário os seguintes quesitos:

- Requisito quantitativo: levantar o número de turistas reais que chegam a Fortaleza e os potenciais dos mercados emissores, tanto para o turismo convencional quanto para o solidário.
- Requisito qualitativo: permitir a percepção do setor e de outros agentes relevantes, além de completar as entrevistas realizadas, aprofundadas a primeira visão estratégica dos pontos forte e fraco do setor e da atividade em geral e nas oportunidades e avanços que apareçam no seu desenvolvimento quer do turismo convencional quer do solidário. Serão objeto desta pesquisa aqueles agentes com capacidade de gerar opinião e que tenham um papel representativo em relação a atividade e a territorialidade turística de Fortaleza de forma direta e indireta.
- A equipe consultora aplicará a análise dada aos resultados obtidos, assim avaliará as debilidades, ameaças, fortalezas e oportunidades.
- As conclusões serão discutidas com as instituições promotoras, com o *trade*, a comunidade e as redes de turismo solidário. Isto permitirá concretizar os objetivos estratégicos do plano e os fatores chaves, que com a forma de macro programa, constituirão o eixo dos trabalhos propostos.
- Haverá um *workshop* diagnóstico que será um mecanismo de participação dos atores do turismo local.

### 6.3.3 *Proposta*

A proposta do plano será desenvolvida através de programas, que, cada um deles terá um elenco de projetos, ações, normas e procedimentos que tenham como missão e visão o turismo que a cidade de Fortaleza deseja em consonância com as necessidades do mercado, ou seja, proposta tanto de *marketing*, quanto *product oriented*, principalmente para o mercado de turismo solidário.

#### 6.3.4 Plano operacional

A partir da definição dos programas, projetos, ações, normas e procedimentos, se desenvolverão num processo participativo, dirigido à formulação das atuações que irão compor o plano operacional.

Os programas se consolidarão em quatro níveis de responsabilidade e atuação: Setor Público, Setor Privado, Comunidades e Misto. Os programas estruturarão provavelmente os seguintes eixos: Produção dos distritos turísticos (zoneamento); urbanismo / meio ambiente; melhoria da qualidade do produto; infraestrutura básica e turística; comercialização; comunicação; capacitação e formação profissional; controle e monitoramento do sistema turístico; turismo comunitário com base na economia solidária; arranjos produtivos nos distritos turísticos (*cluster* turístico).

Os Programas e Projetos serão elaborados através de fichas técnicas que representem, por sua capacidade transformadora, um impacto de grande importância, seja direto ou indireto, sobre os objetos traçados. Sejam catalisadores para o desenvolvimento de outros projetos.

Os indicadores operacionais permitirão procurar em que medidas se estão alcançando os objetivos. No plano estratégico, portanto, sua existência é fundamental para o segmento. Serão definidos dois tipos de indicadores:

- Setoriais: desenvolvidos ao final da fase do diagnóstico e avaliação da evolução da atividade turística (turismo convencional e solidário) em Fortaleza e seus impactos econômicos, sociais e territoriais, em função das metas do plano.
- Execução: avaliação do desenvolvimento dos projetos, impacto-avaliação da incidência dos projetos sobre os objetivos.

#### 6.3.5 Organização funcional e de gestão

A definição dos mecanismos de gestão são elementos chave para êxito da fase. As implantações devem realizar-se considerando tanto com a posição da sua cúpula decisória como de seus órgãos executivos. Em qualquer caso, a proposta de organização a desenvolver deverá estruturar-se em funções de lograr sua máxima eficácia.

O prazo para elaboração de um plano de turismo para Fortaleza poderá ser seis meses a um ano. Elaboração de um projeto de turismo de inclusão como meta prioritária da atual gestão: turismo comunitário e solidário.



#### 6.4 PROGRAMA OPERACIONAL DE TURISMO SOLIDÁRIO PARA FORTALEZA

Um Programa Operacional de Turismo Comunitário e Solidário poderia ser utilizado como uma das estratégias de desenvolvimento. Parte dos recursos para infraestrutura poderiam originar-se de fontes orçamentárias do município, estado, governo federal e financiamentos externos. Seria um Programa de Desenvolvimento do Turismo Comunitário e Solidário.

Os meios para ajudar aos empreendimentos comunitários individuais poderiam advir da implantação de um fundo de turismo comunitário e solidário oriundo da colaboração do turista com a doação de R\$1,00 (hum real) por dia de permanência em Fortaleza e em troca o turista receberia um diploma digital (não haveria custo) da municipalidade de Benemérito do Turismo Solidário de Fortaleza.

Em função do volume de turistas, ao final de um ano, os recursos seriam suficientes para fazer funcionar um Banco de Crédito Comunitário que serviria para financiar o projeto piloto. Como bem enfatizou Singer, Secretário Nacional de Economia Solidária do TEM em entrevista exclusiva ao *Blog* do Planalto, disse que mais do que distribuir crédito, os bancos comunitários são instrumentos de inclusão social e erradicação da miséria, uma vez que têm como foco a parcela mais pobre da população e fazem girar a economia e o comércio nessas localidades (BLOG DO PLANALTO, 2011, *on line*).

Além disso, explicou Singer que os bancos comunitários se assemelham a cooperativas de crédito, mas com o diferencial de que a gestão é feita pela sociedade local, já as cooperativas são submetidas ao Banco Central. Na prática significa dizer que os bancos comunitários podem praticar taxas de juros reduzidas e, no caso de empréstimo em “moedas solidárias”, nem cobrarem juros, e ao mesmo tempo promovem a interação da comunidade, que é responsável pela gestão e fiscalização do sistema (BLOG DO PLANALTO, 2011, *on line*).

Segundo Singer: “Trata-se de um instrumento de justiça social. Os pobres não têm nenhuma oportunidade de conseguir empréstimo no sistema bancário, sobretudo o privado [...]”. Existe um favorável momento psicológico para a cobrança de uma taxa de turismo para a formação de um fundo de turismo solidário em função da expectativa de grande fluxo turístico impulsionado pelos eventos da Copa e das Olimpíadas, quando os turistas estarão ávidos também por outras atividades

produzidas pelo turismo. A cobrança de uma taxa de turismo ocorreu nos Estados Unidos durante as Olimpíadas de Atlanta em 1996, quando em vez de uma contribuição solidária, o governo instituiu uma lei criando uma taxa obrigatória para formar um Fundo de Turismo (BLOG DO PLANALTO, 2011, *on line*).

No fim dos anos 70 a Câmara Municipal de Fortaleza aprovou por lei a taxa de turismo regulamentada pelo Decreto Lei n.º 10.271 e derogada pela Lei n.º 8.127, de 30/12/1997, cobrada pelos hotéis aos turistas por dia de permanência. Ela servia para formar um fundo de promoção turística. Esta lei funcionou até os fins dos anos 90. Neste período de Pre-Copa do Mundo de Futebol e dos Jogos Olímpicos o turista brasileiro e internacional estaria mais sensibilizado para contribuir para criação de um fundo solidário de turismo que iria melhorar a vida das comunidades carentes da periferia de Fortaleza, onde os recursos produzidos seriam monitorados pelos contribuintes via *internet*.

Há que se entender que o turismo pode se constituir numa importante atividade transferidora de riqueza. Normalmente o consumo turístico é feito com o excedente de renda, que segundo Maslow (*hierarquy of human necessities*) estão estratificados no nível de cultura, satisfação pessoal e *status*. Neste contexto se torna mais fácil a captação dos recursos oriundo das demandas de maior poder econômico para as subdesenvolvidas, via turismo.

O turismo solidário é o entendimento perfeito desta situação, onde existe uma consciência do turista no direcionamento do seu gasto, pois quando o consumo é feito nas comunidades pobres há uma distribuição de renda e quando ele é direcionado para os megaempreendimentos o recurso vai para a acumulação. Isto chama-se consumo ético e solidário. No Turismo solidário o consumidor inverte a lógica do capitalismo, onde a força de atração do capital que polariza o consumo é redirecionado para o de menor atração, pela consciência ética e solidária. O turismo comunitário e solidário é um destes consumos que muda o processo de acumulação, ou seja, o recurso deixa de ir para o que já tem muito e vai para o que tem pouco. A produção de uma oferta turística estruturada nas comunidades deve ser o caminho para a atração destes consumidores solidários.

O principal objetivo deste programa é priorizar, como estratégia de desenvolvimento a inclusão das classes D e E dentro da cadeia produtiva do turismo, principalmente através da economia solidária visando a redução da pobreza e criar novas áreas de atratividade turística na cidade de Fortaleza para que haja uma melhor distribuição espacial do desenvolvimento turístico. Neste contexto, ele visa demonstrar que é possível evitar a desagregação do tecido social nos ambientes em que o programa for implantado. O turismo de inclusão com base na economia solidária, proposto neste trabalho, seria gerenciado, a nível comunitário, por uma Agência de Desenvolvimento Comunitário e Solidário, onde os agentes de turismo comunitário e solidário seriam o elo de ligação do programa com a comunidade.

A Agência teria o apoio de um Banco Comunitário que seria a guardiã do Fundo de Turismo Comunitário e Solidário. O desenvolvimento do programa teria uma filosofia democrática, centrada nos valores locais, baseada na educação, na capacitação profissional e na força de transformação de uma política pública séria e obstinada e inspirada na economia solidária. A intenção é que os cidadãos do lugar possam conduzir seu próprio destino, melhorando-o qualitativamente, beneficiado por políticas públicas de planejamento financeiro, coordenação e controle do modelo de desenvolvimento proposto. O Conjunto Palmeiras dada a sua experiência com a economia solidária, poderia ser o distrito turístico piloto para se dar início ao Programa apresentado.

Assim, a economia solidária de empreendimentos solidários, o associativismo, o cooperativismo e os micro e pequenos negócios serão instrumentos de alavancagem deste modelo de desenvolvimento turístico de base local. A compreensão do Programa Turismo Comunitário e Solidário passa pelo entendimento da crise que vive a globalização, levando os países de baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) a um profundo retrocesso social e econômico. A visão simplista do econômico, do político e do cultural impregnado na globalização tem deixado de lado os aspectos desiguais das regiões. É como se as pessoas menos favorecidas economicamente não fizessem também parte do ideário da sociedade.

Entender o Programa de Turismo Comunitário e Solidário é entender um projeto local de desenvolvimento, fruto do esforço conjunto dos atores locais e do governo. Nele, a força dos fatores endógenos terá que vencer os exógenos, baseados na associatização, na cooperatização e na inteligência.

Somente assim se poderá mostrar que o turismo comunitário e solidário é uma conquista edificada por todos, pois o verdadeiro desenvolvimento turístico exige a participação da comunidade, a territorialidade, o consenso, a descentralização, a democratização das oportunidades, a integração dos segmentos produtivos e principalmente um profundo senso de responsabilidade social do governo e da sociedade.

Um modelo fora desta realidade é mistificar e falsificar o desenvolvimento. É uma tentativa ilusionista que exclui o cidadão comum e o potencial do mercado local. No contexto social o turismo convencional é, por vezes, usado como um instrumento político para manipular a consciência popular. No turismo solidário a comunidade pode criar uma resistência ao individualismo e a concentração de riquezas, dada a sua participação como ator do próprio processo. Deve-se, portanto, perceber que num quadro em que o modelo econômico vigente está a serviço da produção global, sem preocupação com o local, a comunidade fica com mais dificuldade para o desenvolvimento. O grau de dependência resulta, via de regra, na perda da sua singularidade, ou seja, sua identidade.

Portanto, o Programa de Turismo Comunitário e Solidário deve surgir com o apoio de uma política pública de turismo onde seriam investido recursos para implantação deste Programa de Turismo Comunitário e Solidário voltado para a periferia da cidade . Assim seria construído as estruturas para atender o turismo comunitário e solidário. Além disso, a taxa de turismo solidário cobrada por dia de permanência do turista no destino (R\$1,00 - hum real por dia ) serviria para a criação de um fundo que seria gerido por um Banco Comunitário para financiar pequenos negócios da cadeia produtiva do turismo.

Um dos principais problemas no mundo atual é o desemprego, por exemplo, e isto deve ser discutido dentro da comunidade no sentido de se buscar caminhos para solucioná-lo. Neste contexto, mostra-se que o turismo com a participação popular e ajuda do setor público pode ser um caminho a percorrer para criar reais oportunidades de emprego e renda. Ele é uma atividade de serviços, possuindo uma grande capilaridade empregatícia e pode ser considerado uma indústria que funciona 24 horas por dia.

O papel do Poder Público como indutor do Programa poderá ser o de construtor das infraestruturas e um estimulador e animador do processo de desenvolvimento sem exclusões, amplo e promotor da qualidade de vida a partir de projetos locais. O Programa foi concebido como uma estratégia de melhor distribuição de renda e espacialização da potencialidade turística.

Esta prática política nunca foi prioritária no Estado do Ceará nem no Município de Fortaleza. A escala de intervenção do Estado e do município no processo do desenvolvimento turístico pouco chegou a integrar os marginalizados numa engrenagem que pudesse fortalecê-los para torná-los conscientes e partícipes do desenvolvimento. Na realidade Fortaleza nunca priorizou a “força do lugar”, de seus indivíduos. A política de desenvolvimento turístico do município respaldou-se no modelo do Estado, ou seja, voltou-se mais para os investimentos externos e mega empreendimentos e no turismo de sol e praia.

O turismo em Fortaleza estruturou-se com base numa economia de mercado e com a força multinacional da economia globalizada. Outro modelo de desenvolvimento poderia se constituir em alternativa mais eficaz de combate a pobreza e a exclusão social. Um modelo baseado na união da comunidade e na força da solidariedade humana. A economia-solidária se alicerça nas vantagens da contiguidade regional, na emoção contagiante, no conhecimento local, na vizinhança e na comunicação. Assim, a pobreza, via economia solidária, poderia sobrepor o poderio econômico do turismo convencional, formando um círculo virtuoso de desenvolvimento.

A partir do sucesso de um programa de turismo comunitário e solidário, a autoestima da população subdesenvolvida seria edificada. Aconteceria o fortalecimento de sua identidade cultural que buscaria um desenvolvimento originário de seus próprios valores, recursos e capacidade produtiva e criativa. Ter-se-ia como alavanca do desenvolvimento local não somente as potencialidades econômicas, mas o conjunto das variáveis materiais, sociais e políticas inerentes da própria comunidade.

Este poderia ser o novo paradigma de uma política de turismo, um turismo comunitário e solidário, do tipo local, endógeno, territorial, autocentrado, feito nas bases, contrapondo-se ao modelo imposto, vindo de cima para baixo. Ele caracteriza-se pela flexibilidade, opondo-se a rigidez das formas de organização clássica. É uma estratégia de diversificação e de enriquecimento das atividades sobre um dado território. Tem base na mobilização de seus recursos materiais, humanos, tecnológicos, políticos e culturais, incorporada a ideia de uma economia flexível e capaz de adaptar-se mais facilmente as mudanças.

A participação das comunidades na cadeia produtiva do turismo poderá ser feita através do associativismo, do cooperativismo e com a criação de micro empresas e pequenos negócios nas áreas de agenciamento, hospitalidade, alimentação, transporte, animação turística, eventos, entre outros.

Outro aspecto do Programa de Turismo Comunitário e Solidário é que ele irá criar possibilidades de se fazer turismo social com a própria população do lugar que seria, portanto, beneficiada com um projeto de inclusão. Neste caso, ela passaria também a realizar algum tipo de turismo. O objetivo é que as comunidades passem a vivenciar o Ser e o Fazer turístico, e isto é perfeitamente possível. Um exemplo é o que foi feito pelo governo da Ilha de Barbados.

De forma arrojada, ele criou um programa social e lançou o Projeto Turismo de Incentivo voltado para os trabalhadores. Ele chegou a subsidiar a parte promocional (promoção de venda) para que empresários oferecessem pacotes acessíveis à população de baixa renda. Incentivou as indústrias e comerciantes a criarem um incentivo ao trabalho e a produção oferecendo viagens como prêmio, de forma gratuita e dentro da região.

Ainda sobre estes pacotes instruídos pelo governo da Ilha de Barbados, eles tinham um cunho cultural e educativo. Contribuíam para a saúde pública como terapia preventiva. Houve uma diminuição de acidentes de trabalho, pois sem opções de lazer a comunidade pobre optava pela diversão marginal; a bebida, jogos de azar etc. Este projeto de turismo de incentivo ensejou, principalmente, a diminuição das moléstias oriundas do sistema nervoso provocado pelo trabalho. Estes problemas diminuíram tanto que o investimento da parceria do governo com a iniciativa privada foi compensada com a economia feita no segmento da saúde pública, além da boa imagem do governo junto à população. Além do exposto acima, o programa também serviu para diminuir o índice de violência do lugar.

O modelo de projeto de turismo social de Barbados poderia servir para o Brasil e Fortaleza, onde um programa social de largo alcance estaria atrelado ao estímulo à produção.

Um exemplo de aproveitamento de áreas periféricas para o turismo e inclusão das comunidades no sistema produtivo foi dado pelo Rio de Janeiro, em 13 favelas da zona norte, conhecidas como Complexo do Alemão. Ela era uma das zonas mais violentas e perigosas do Rio, mas com um esforço do governo federal, estadual e municipal foi feita uma estratégia de ocupação. O Plano de aceleração do crescimento (PAC) e a implantação das Unidades Pacificadoras (Ups) foram fundamentais para a transformação das favelas em ponto de visitação turística. O Projeto Bom Futuro Turismo do Complexo do Alemão criou uma Agência de Viagem próximo a estação do teleférico com o objetivo de vender passagens aéreas, terrestre, locação de veículos, reservas em hotéis, pacotes turísticos e serviços de receptivo no Complexo do Alemão. A Agência também faz visitas guiadas as ladeiras e escadas da comunidade, faz visita a Central Única das Favelas (CUFA), leva a conhecer o trabalho dos grafiteiros, conduzem a apresentações culturais, apresentam os trabalhos de artesanato dos moradores e fazem passeio de teleférico. O turismo no Complexo do Alemão já é um forte fator de inclusão social, gera empregos para a juventude e para muitos profissionais dada a sua capilaridade empregatícia, e vem se constituindo numa das principais atividades do lugar.

O Programa de Turismo Solidário tem como objetivo propor a captação de recursos para se criar as estruturas básicas e turísticas nos distritos turísticos de Fortaleza, criar um Banco Comunitário para gerir o Fundo de Turismo Solidário e a implantação de uma Agência de Desenvolvimento Comunitário e Solidário, ente técnico que faria a capacitação e coordenaria a implantação do Programa de Turismo Comunitário e Solidário em Fortaleza.

Nesse contexto, o turismo solidário, como um projeto comunitário de socioeconomia solidária, deveria ser uma decisão tomada pelo poder público municipal em parceria com outros níveis de governo, a comunidade, o trade turístico (atores passivos e ativos) e as redes de turismo comunitário e solidário para o desenvolvimento de um turismo alternativo em Fortaleza.

Este tipo de turismo comunitário e solidário tem seus requisitos básicos. O principal deles é a criação de condições de participação da comunidade como beneficiária do turismo de forma direta, não ficando a comunidade como agente passiva do processo, mas incluída e ativa.

Assim, todo um trabalho terá que ser feito: o levantamento da oferta turística real e potencial das possíveis áreas de atuação; a definição da escala apropriada de turismo; determinação sobre uso do espaço; a educação geral e capacitação profissional para o turismo e para a cadeia produtiva; a máxima participação e organização da comunidade em forma cooperativa ou associativa; a integração com outras atividades; a conservação e manejo dos recursos naturais e culturais; a interrelação com o entorno turístico já desenvolvido; a análise e projeções internas e externas; as avaliações permanentes; a definição clara de objetos; a estratégia e tática adequada; a articulação com as redes de turismo comunitário e solidário; e produção das infraestruturas necessárias ao desenvolvimento do turismo.

A implantação e o planejamento dependerão de assessoramento técnico da Agência de Desenvolvimento Comunitário e Solidário a ser criada para este fim e do apoio governamental, com participação ativa dos agentes envolvidos. A ideia de sugerir um Programa de Turismo Comunitário e Solidário para a cidade de Fortaleza se baseia no argumento de que as ações formuladas em gabinetes e sem a participação popular devem ser substituída por uma política com visão comunitária e solidária de turismo. Ele deverá estabelecer interlocução com todos os segmentos da sociedade e, principalmente, ouvindo aqueles que estudam e questionam o turismo, as universidades e institutos de turismo. Estes, muitas vezes, incomodam o poder dominante em função do aspecto crítico a certas políticas adotadas. A participação da comunidade nas políticas públicas do município, inclusive as de turismo, é preponderante para um desenvolvimento democrático.

O Programa de Turismo Solidário apresentado neste trabalho para o Município de Fortaleza tem os seguintes objetivos a propor: estruturar um PRODETUR comunitário e solidário para montagem das infraestruturas básicas e turísticas nos distritos turísticos; criar um Fundo Solidário de Turismo que seria gerenciado por um Banco Comunitário; e implantar um ente técnico denominado Agência de Desenvolvimento Comunitário e Solidário, que seria utilizada pelo programa para:



- Implementar e capacitar as Cooperativas e Associações dos distritos turísticos para o turismo comunitário e solidário.
- Atuar nas áreas propostas pelo Plano de Turismo Comunitário e Solidário em nível de distritos turísticos da cidade de Fortaleza.
- Estruturar administrativamente as associações e cooperativas para a operacionalização do turismo comunitário e solidário.
- Gerenciar e monitorar o sistema municipal de turismo comunitário e solidário.
- Propor o Projeto de Férias para o Funcionalismo Público Municipal e Estadual a ser operacionalizado pela Agência de Desenvolvimento Comunitária e Solidária.
- Propor o Projeto de Turismo Social para a População de baixa renda.
- Estimular o cooperativismo e o associativismo para a produção de negócios turísticos e geração de empregos nas áreas de hospedagem, alimentos e bebidas, agenciamento, locação de veículos, serviços de guiamento, eventos, produção de alimentos etc.
- Propor ambientações (museolização ou tematização) nos territórios e nas comunidades para o desenvolvimento do programa do turismo comunitário e solidário.
- Fomentar ações que visem a melhoria da qualidade de vida das populações que habitam áreas turísticas potenciais da periferia, no caso os distritos turísticos.
- Articular com o Poder Público a implantação de infraestrutura básica e produtiva nas áreas dos distritos turísticos.
- Planejar e controlar os projetos do Programa de Turismo Solidário e Comunitário.
- Estimular o desenvolvimento da cultura local dos distritos para aproveitamento turístico.
- Realizar um programa de intercâmbio com escolas públicas do interior ou de outras capitais, aproveitando as salas ociosas das escolas dos distritos turísticos durante os períodos de recesso escolar para que sirvam de alojamento infantil dentro de um programa de turismo jovem e cultural para alunos da rede pública.

- Criar e implementar o Fundo Solidário do Turismo para os distritos turísticos.
- Organizar os arranjos produtivos do turismo local na área de cada distrito turístico.
- Articular com o Poder Público a lei municipal que cria as zonas sociais de interesses turísticos, onde serão implantados os distritos turísticos de Fortaleza bem como o Fundo de Turismo Solidário
- Estimular o ensino do turismo como disciplina da rede pública municipal e implantar em parceria com a Prefeitura de Fortaleza o programa municipal de *citytour*, onde toda criança matriculada na rede pública iria conhecer sua cidade, inclusive o Passo Municipal e os distritos turísticos.
- Monitorar e avaliar o programa turismo solidário através de indicadores de diminuição das desigualdades sociais.
- Promover gestões para que haja maior investimento público nas áreas dos distritos turísticos.
- Conscientizar a população dos distritos turísticos com vistas ao turismo.
- Promover ampla proteção aos patrimônios naturais, culturais, humanos e produtivos das áreas de interesse para o turismo comunitário e solidário.
- Construir uma boa imagem junto à população de que o programa de turismo solidário é capaz de desenvolver produtos turísticos com possibilidade de se inserirem no mercado nacional e internacional, contribuindo para o combate a violência e a degradação social provocado pelo modelo hegemônico neoliberal.
- Conscientizar o sistema municipal de turismo convencional da necessidade da implantação do turismo alternativo como responsabilidade social.
- Estimular os cidadãos de Fortaleza e de outros lugares a participarem o programa de turismo solidário.
- Incluir os idosos e deficientes físicos no programa de turismo comunitário e solidário.
- Ajudar a transformar em áreas temáticas e territórios museu os espaços degradados dos distritos turísticos afim de que passem a ser pontos de elevado valor cultural e turístico.
- Criar as cooperativas técnicas de turismo em cada distrito turístico que irão gerenciar e operacionalizar, juntamente com as associações, o

programa de turismo solidário e os arranjos produtivos locais a partir de um plano de gestão e qualificação profissional de acordo com as características de cada comunidade inserida na territorialidade do distrito.

- Realizar o desenvolvimento do produto turismo comunitário e solidário e comercializá-lo em redes de turismo solidário ou individualmente no mercado de turismo convencional.
- Desenvolver tecnologias para operacionalizar os territórios museu e as áreas temáticas nos distritos turísticos.

No intuito de implementar o Programa de Turismo Comunitário e Solidário seria interessante se estabelecer um novo zoneamento turístico para Fortaleza, baseado numa espacialidade distrital.

O nível de intervenção local a qual esta proposta tenta atingir não comporta a dimensão espacial do sistema federativo, nem mesmo em sua menor célula, o município. A escala na qual o turismo solidário vai atuar é local, pontual, em nível de comunidade. Sendo assim, faz-se necessário criar uma dimensão geográfica plausível com a proposta ora apresentada. O conceito de distritos turísticos surge, então, como uma dimensão adequada a atender a necessidade conceitual aqui proposta. O distrito turísticos é capaz de se identificar mais com a territorialidade das áreas contíguas, de convergência histórica, econômica e social, além de ser um espaço de convivência. Nele é possível construir os arranjos produtivos locais da cadeia do turismo, com maior poder de atratividade e integração, possibilitando uma efetiva participação popular. Seriam, então, estes espaços no qual a cidade ou o município poderiam ser subdivididos.

No caso de Fortaleza os distritos turísticos poderiam também ser localizados na sua periferia subdesenvolvida, mas com potencial a explorar. Ele deveria ser capaz de alavancar um processo de desenvolvimento a partir do modelo proposto neste trabalho (economia solidária), elemento indutor e estimulador do torque socioeconômico que iria quebrar o ciclo de pobreza do lugar. A partir daí seria gerado sustentabilidade, produzindo trabalho, renda, melhoria de vida para população, num contexto de justa distribuição da riqueza produzida.

O zoneamento dos distritos turísticos poderia obedecer a seguinte espacialidade na cidade de Fortaleza:

- Macrozoneamento da cidade de Fortaleza: Litoral, Centro, Periferia.
- Macrozoneamento do Litoral: Distrito turístico da Barra do Ceará, Pirambu, Praia de Iracema, Beira Mar, Mucuripe, Serviluz, Praia do Futuro, Sabiaguaba.
- Macrozoneamento do Centro: Distrito turístico Histórico e Comercial do Centro, Distrito turístico Cultural do Benfica e Distrito turístico de Jacareganga.
- Macrozoneamento da Periferia: Distrito turístico de Parangaba, Messejana, Castelão, Água Fria, Bom Jardim, Vila União, Montese, Maraponga, Pici, Conjunto Palmeiras.

Os distritos turísticos não precisam ter atrativos naturais ou culturais para se desenvolver. Eventos de várias matizes podem se tornar, em qualquer localidade, com estratégias de *marketing*, em um atrativo turístico. Ele pode se transformar num produto tão famoso e igual aqueles de forte apelo natural e cultural. Áreas sem potencialidade turística podem desenvolver um produto artificial. Em Orlando os Parques Temáticos foram construídos em áreas degradadas, de baixo valor econômico. Após a construção dos Parques passou a ser uma das mais caras do Estado. Las Vegas no meio do deserto e Orlando<sup>17</sup>, nos Estados Unidos da América (EUA), são fortes exemplos de atrativos turísticos criados artificialmente. Fortaleza tem o caso do *Beach Park*, na África o *Sun City* e o mundo está cheio de espaços temáticos para atrair turistas. Esta ideia de tematizar o espaço e torná-lo um produto de interesse turístico pode ser transplantado para os distritos turísticos de Fortaleza. Alguns distritos já tem âncora temática como Messejana, Pirambu, Vicente Pinzon (Serviluz), entre outros. Segundo Sasia Sassen, especialista em áreas temáticas, não há nada mais prazeroso do que conhecer temas históricos *in locu*, pois isto é cultura e aprendizagem ao vivo. A criação de temas para serem interpretados em uma área vai depender da capacidade do criador desenvolver esta criatura; o tema.

---

<sup>14</sup>Atualmente os maiores fluxos mundiais estão sendo atraídos para Parques Temáticos, que são produtos meramente artificiais. Isto ocorreu, em parte, porque a riqueza natural, em função da urbanização massiva, perdeu o seu aspecto primitivo de natureza intacta.

Outra tecnologia de aproveitamento do espaço dos distritos turísticos de Fortaleza para o turismo constitui-se na ideia do território-museu, museu a seu aberto ou ainda ecomuseu, mas neste trabalho irá se trabalhar com o conceito de Raviere de território-museu. Ele diferentemente da área temática aproveita os espaços edificados, os residentes e sua cultura, história e *modus-vivendi* para transformar em território de interesse turístico nacional e até internacional.

No território museu o espaço é planejado para receber a cadeia produtiva do turismo. A comunidade deve estar preparada para ser atração e ator do desenvolvimento turístico, pois na periferia está à cultura dos povos do sertão, a casa do cantador e do embolador, do produtor de confecção e renda (empresas de fundo de quintal), as origens do maracatu, os blocos de carnaval e pré-carnaval, a gastronomia do mar e do sertão, o forró original e o pé de serra, entre outras culturas típicas do Ceará. O principal objetivo do território museu é que ele seja um instrumento do desenvolvimento local a partir da valorização da cultura regional buscando interpretar o meio no qual ele está inserido. Nesta modalidade de museu, membros de uma comunidade passam a ser os coparticipantes (primeiramente ele deve ser fruto de uma política pública) na construção e operacionalização do mesmo. É diferente do museu tradicional, pois ele interage com o entorno social e ambiental fazendo a comunidade se beneficiar da sua cadeia produtiva inclusive com o máximo aproveitamento da atividade turística.

A ideia de território museu ou museu do território partiu do já existente conceito de ecomuseu ou museu da natureza. O museu da natureza foi primeiramente pensado por Henri Riviere nos idos de 1963, na França, como um projeto capaz de fazer inclusão social e combater o êxodo rural. O território museu também tem uma relação com definição de museu do espaço e museu do tempo feita por Jean Clair (apud SOARES; SCHEINER, 2013, *on line*):

Ele se ocupa de apresentar, por sua vez, as variações de vários lugares num mesmo tempo, de acordo com uma perspectiva sincrônica, e as variações de um mesmo lugar em diversos tempos, de acordo com uma perspectiva diacrônica!

Andre Dervalles identifica no território museu uma nova museologia, onde a vertente se dá no realce ao território e sua comunidade. Em vez de realçar o prédio institucional, o museu de concreto.

É nos anos 80 com a emergência dos “turismo de massas” que os locais patrimoniais começam a assumir o papel de atrações, sendo nos anos 90 que o edifício do museu perde ênfase e ganha maior relevância a possibilidade de transferir temporariamente as exposições para fora dos museus. Nota-se que os museus buscam uma transformação estrutural deixam de ser estáticos e passam também a assumir uma característica dinâmica (HERRERA; TRESSERAS, 2001; GARCIA, 2003).

O homem e sua cultura no habitat são recursos museológicos ou temáticos e podem ser os principais elementos para serem explorados na periferia e em alguns casos associados a fatos históricos ou culturais. Como nota-se pelo exposto, o turismo ao transformar recursos culturais em produto turístico faz um resgate da identidade cultural da localidade.

O patrimônio cultural contribui para um ambiente favorável para a incubação e desenvolvimento de projectos turísticos, que podem criar condições para a inovação e diversificação dos produtos turísticos e dos destinos, respondendo a novas necessidades do mercado turístico. A comunidade pode se transformar num museu vivo e dinâmico ou em uma área a ser tematizada (JANSEN-VERBEKE; LIEROIS, 1999).

Logo abaixo seguem alguns exemplos típicos das potencialidades dos bairros da periferia de Fortaleza, que podem ser transformados em distritos turísticos e utilizarem a tecnologia que adapta os seus recursos turísticos em áreas temáticas ou territórios museu:

- Messejana: possui um grande potencial a explorar baseado na vida e na obra de José de Alencar e no seu estilo literário, o indianismo. A Casa de José de Alencar, com uma estrutura de entorno, e a lagoa de Messejana, com a estátua de Iracema, formam uma infraestrutura inicial para uma área temática. As tapioqueiras da Estrada do Fio são também atrativos gastronômicos, bem como os inúmeros restaurantes existentes nas adjacências. Outros tipos de atrativos humanos e culturais existem no Bairro.

- Pici: o bairro do Pici tem um precioso recurso turístico que poderia ser transformado num território museu. Existe ainda, no Campus da Universidade Federal do Ceará, os *bunkers* do antigo Campo de Pouso dos Americanos (Pici ou *Pouse Camp/PC*), o que veio dar nome ao bairro. Estiveram neste campo de pouso cerca de 4.000 soldados americanos. O Pici é a principal marca em Fortaleza da 2ª Guerra Mundial, ao lado do antigo recanto da boemia, o Restaurante-bar Estoril, na

Praia de Iracema. Tem todas as características para se transformar num território museu.

- Parangaba: a beleza natural da lagoa de Parangaba é um forte atrativo turístico e paisagístico da cidade e, conseqüentemente, um referencial geográfico de Fortaleza. Tem um entorno urbanizado e possui em suas proximidades várias infraestruturas, incluindo de entretenimento e lazer (restaurantes, clubes, casas noturnas etc.). Além destes aspectos há que se acrescentar à festa dos Caboclos, que ocorre em Parangaba, e o histórico prédio da Estação Férrea do Arronches. Poderia ser um território museu.

- Montese: o bairro Montese é o centro geométrico da cidade, possuindo um forte pólo comercial. É também um polo de confecção e moda que, juntamente com o bairro Vila União, pode assim se transformar em um pólo turístico de compras. Poderia ser uma área temática.

- Maraponga: a lagoa da Maraponga é a principal referência natural do bairro, formando ao seu redor um parque de lazer. Acrescentem-se ainda inúmeras opções de diversão, inúmeros restaurantes, bares e casas noturnas. Nele está também localizado o principal *shopping* de comercialização de confecção da cidade, o Maraponga Mart Moda, pioneiro neste ramo em Fortaleza. Juntamente com o Montese e Villa União poderia formar uma área temática da moda e da confecção.

- Vicente Pizon: O bairro Vicente Pizon recebe este nome em homenagem ao navegador Espanhol Vicente Yanes Pizon, que descobriu o Brasil antes de Cabral. Ele só não tomou posse das terras em função do tratado de Tordesilhas. O bairro poderia produzir um distrito turístico com seu território museu. A referência ao navegador Espanhol e a descoberta do Brasil antes de Cabral poderia ser o fato indutor. Além disto, poderia ser aproveitado a mais bela vista da cidade; o morro de Santa Terezinha.

- Conjunto Palmeiras: as experiências de economia solidária e o próprio Banco Palmas poderiam ser elemento referencial de um novo modelo de gestão do desenvolvimento. Existe a Palmatur e um hotel voltado para o turismo solidário. Este ambiente poderia ser um atrativo didático e turístico.

Além dos bairros citados, propostos como Distritos Turísticos em função de sua potencialidade, outros espaços também poderiam ser candidatos na cidade: Morro de Santa Terezinha, Varjota (gastronomia), Sabiaguaba etc. Nos distritos turísticos de Fortaleza a cultura aparece como um forte potencial. Ela pode exercer papel estratégico no desenvolvimento turismo de um local. O mais interessante na cultura que aproveita os Distritos Turísticos com o turismo solidário é o seu modelo temático e operacional dentro de uma perspectiva social. O desenho de um território museu ou área temática é uma obra de arte e do engenho humano. Ele aglutina as tendências espontâneas dos recursos humanos, naturais e culturais disponíveis e existentes nos distritos turísticos.

Os Distritos Turísticos no contexto de um Programa de Turismo Comunitário e Solidário podem ser constituídos de áreas temáticas ou territórios museu. Eles são passíveis de um trabalho comunitário, numa visão de turismo de inclusão. Inserem-se num conceito de micro espaço, possibilitando a participação de micronegócios e estão mais próximos da realidade de um turismo solidário para as áreas da periferia da cidade. Como exemplo, José de Alencar poderia potencializar o distrito turístico de Messejana.

Não se deve confundir o que ora se propõe, a tematização do Distrito Turístico, por exemplo, com a tentativa que a prefeitura de Fortaleza teve, no passado, de tematizar a lagoa de Messejana através de uma estátua e da escolha da musa de Iracema<sup>18</sup>. Esta foi uma ação pontual, resultante apenas de uma tática que teve um apelo icnográfico, realizado pelo prefeito Juraci Magalhães (gestão 1997/2004).

A transformação de Messejana em distrito temático deveria ter sido feita através de um planejamento estratégico. Incluir-se-ia, neste contexto, a casa onde nasceu José de Alencar, os sítios nas circunvizinhanças que tinham o nome dos livros do escritor, ícones simbólicos, sinalização turística, portal turístico, entre outras ancoras que formatariam uma área temática de um distrito turístico.

---

<sup>18</sup>O olhar turístico vislumbra a beleza estética da índia (símbolo da mulher nativa cearense) representado na estátua de Iracema e a paisagem da Lagoa. Por outro lado, este olhar não alcança a verdadeira vida da classe pobre da periferia, resultante de um processo de exclusão social.



O espaço temático teria que ter sido maior (o distrito). Ele deveria ter vários outros elementos tais como: pontos para venda de livros de José de Alencar, pinturas temáticas, centro de interpretação, bibliotecas, ambientes para teatralização da vida de José de Alencar e de seus livros etc.

O distrito teria que ter a cara do tema, formatado e sinalizado em vários espaços. Ele teria um conceito de projeto temático, definido e estimulado por uma ação pública em parceria com a comunidade. Deveria ser inspirado no indianismo de José de Alencar, um dos maiores literatas do mundo. Por trás disto tudo o principal: uma política integrada de desenvolvimento social e turístico a partir do local e para o local, induzindo e auferindo como resultado um turismo justo e democrático com inclusão social.

Assim, não frutificou a tentativa de Juraci Magalhães de criar uma área temática em Messejana por falta de um planejamento global. A ação era meramente pontual e “marketeira”. Não tinha a preocupação com as questões do lugar; melhoria de qualidade de vida da população, a sustentabilidade e o progresso econômico originário da indução turística. Ela também não teve o objetivo de alcançar a territorialidade do distrito turístico de Messejana. Seria importante que existissem monumentos para mostrar e satisfazer a curiosidade do turista e que fosse apresentada mais uma obra. Assim, este trabalho propõe a produção de um Distrito Turístico temático com o nome de José de Alencar em Messejana.

O pintor indianista Chico da Silva poderia potencializar o distrito turístico do Pirambu. Outro exemplo de potencialização de um distrito turístico, em Fortaleza, baseado em cultura local é o bairro Nossa Senhora das Graças, conhecido popularmente como Pirambu<sup>19</sup>. Porque não tematizar todo o bairro do Pirambu retratando a vida e o estilo do famoso pintor primitivista Chico da Silva, lugar onde ele morou por muito tempo até vir a falecer?

Uma escola de arte integrada com a comunidade poderia ser o centro formador de novos talentos reproduzindo o primitivismo de Chico da Silva. Lá também poderia existir uma área de comercialização dos produtos do distrito turístico do Pirambu.

---

<sup>19</sup> Pirambu significa “Peixe Roncador”, em tupi-guarani.

Outros temas poderiam ser agregados ao principal com objetivos de formatar um bairro temático. Nele a população poderia usar sua imaginação e criação para desenvolver produtos capazes de atrair os distantes e diferentes visitantes. Ainda existe no Pirambu a casa onde viveu Chico da Silva, este pintor que formou uma escola própria e seus quadros são conhecidos no mundo inteiro. Este elemento poderia ser a célula *mater* originária do objeto de tematização, a arte primitivista.

A exemplo de José de Alencar, tema para Messejana, este trabalho sugere a tematização de Chico da Silva no distrito turístico do Pirambu. Se o município conseguir transformar estes ícones culturais dos distritos turísticos, dentro do ponto de vista social, já seria um marco indelével para um turismo proposto neste trabalho, o de uma política de turismo na perspectiva de economia solidária.

A economia solidária pode fazer uma transformação dentro da própria comunidade, além de uma transformação sociocultural.

O Território Museu seria outro tipo de aproveitamento dos recursos do distrito turístico. Ele seria o espaço do museu vivo, onde vários aspectos da cultura nordestina e cearense poderiam ser museolizados. Nele o turista poderia vivenciar (ver, comprar e conhecer produtos) um território no qual a produção era feita no lugar onde mora aquele que confecciona.

Na entrada do distrito deveria ser construído um centro de interpretação turística do lugar, que através de vídeos e palestras, a ideia do projeto turismo solidário seria repassada ao turista. Seria dado também informações sobre conceitos de cultura local, a história, a comercialização de produtos, projetos comunitários etc.

A vida do pescador também poderia ser museolizada, sua residência decorada com motivos do mar. Algumas poderiam, eventualmente, ter uma pequena loja, além de outros cenários como o produtor e impressor de literatura de cordel, o fabricante de jangadas (poderia ter uma lojinha para vender jangadas em miniatura e em tamanho real), o artesão que trabalha com minerais (loja de artesanato mineral), a confeccionista, a loiceira, a areia colorida, ou outros que trabalham com couro, palha etc.

Jardins tropicais, hortas, centros florais, centro de produção e venda de mudas, espaços turísticos eco-agro-produtivos, centros de desporto, teatros ao ar livre, anfiteatros, centros de cultura e arte, poderiam estar dispostos num distrito possível de visitação turística. Ele poderia ter inúmeros restaurantes, inclusive temáticos, com formato de casa de farinha (venda de paçoca, carne seca etc.) e bares

parecidos com engenho de cana-de-açúcar (venda de caldo de cana e pastéis etc.), tapioqueiras e circundados de pequenos hotéis ou hospedarias domiciliares. Este seria um museu a céu aberto como definiu Jean Clair (apud SOARES; SCHEINER, 2013, *on line*).

Isto tudo formaria um amplo Território Museu de pequenos e micro negócios. Este museu seria de caráter comunitário e seria desenvolvido dentro de uma ótica mercadológica de venda direta do produtor ao consumidor sem a presença do intermediário. Ele teria uma concepção também didática, como se o território museu representasse a força produtiva tradicional e popular do Nordeste e do Ceará. Nele se produziria uma sustentabilidade econômica, onde os produtos seriam adquiridos dentro de espaços que tinham um cunho de museu vivo, onde residências poderiam ter também o papel de oficina de negócios.

Esta proposta, objetiva resgatar um passado, uma cultura de convivência, gerando emprego, renda e principalmente mercado para venda de produtos e serviços na própria comunidade, onde a casa do cantador, do embolador, da rendeira, do artesão de chapéu de palha, da loiceira, do artesão de couro, além de hospedarias domiciliar, etc., poderiam ser atrações turísticas localizadas neste Distrito Turístico.

O Território Museu seria parte de um projeto turisticamente estratégico do Distrito Turístico. Ele seria pensado (casas ou vilas turísticas) por arquitetos, juntamente com a comunidade e as redes de turismo comunitário e solidário e os promotores de viagens e turismo para serem visitados por excursionistas. Assim planejado, o Território Museu teria todas as condições para organização de arranjos produtivos e com produtos acabados para o consumo turístico.

Um exemplo de um lugar apropriado para se transformar em Território Museu poderia ser o Bairro do Pici, onde importantes fatos da II Guerra Mundial aconteceram. Um Museu vivo poderia ser criado, induzido pela prefeitura de Fortaleza, juntamente com o governo do Estado, o governo Federal, a Universidade Federal, a Associação dos Ex-Combatentes e a Agência de Desenvolvimento de Turismo Solidária, proposta neste trabalho<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> Sugerem-se, como base de pesquisa e investigação, os trabalhos feitos pelo jornalista e escritor Antônio Augusto Oliveira. Ele como grande entusiasta da ideia do Museu da II Guerra Mundial no Pici poderia ser consultado para o planejamento e operacionalização deste projeto.

O acervo do museu poderia ser constituído de peças que hoje pertencem aos “Pracinhas” cearenses ou seus herdeiros, trazidos da Itália. Eles conservam estes objetos até hoje, como relíquias. Moradores do bairro possuem artefatos que pertenceram a Base da *U.S Navy* (Marinha Americana), que poderiam disponibilizar para o Museu, ora proposto. O museu seria construído no mesmo local onde está localizada a pista e os *bunkers* (ainda existentes) da antiga base americana no campus do Pici. Os recursos para a montagem do Território Museu poderiam ser públicos e privados, pois o projeto seria autossustentável.

Existe um grande mercado turístico nos Estados Unidos que poderia ser incentivado a conhecer o Distrito Turístico do Pici e seu Território Museu. O povo americano é muito saudosista e o seu caráter nostálgico é aguçado quando é sinalizado por eventos considerados históricos e ligados a sua nacionalidade. Milhares de soldados dos Estados Unidos, entre oficiais e praças, passaram por Fortaleza com destino a Dakar. Boa parte destes soldados ficaram em Fortaleza, compondo as bases do Pici e a do Cocorote, especialmente construídas para eles.

O Território Museu do Pici (bairro) incorporaria um sentimento e uma imagem da presença americana na cidade de Fortaleza. Seria um museu de caráter vivo, onde os visitantes poderiam andar de jipe de guerra, ver peças de artilharia, ou visitar butiques de artesanato militar que seriam construídas nos *Bunkers* da base militar.

No bairro do Pici, os turistas poderiam se deparar com marcas da II Guerra Mundial. Poderia ser mostrado, por exemplo, depósitos artificiais de bombas (existem muitos marcos reais que estão se deteriorando), construções de concreto armado formando estrutura para a lavagem da certa de comando do *Blimp* K-84. Este dirigível, pertencente à Marinha dos Estados Unidos, que até julho de 1945 participou de missões de patrulhamento antissubmarino em águas do Atlântico Sul.

Partindo, da ideia acima um *cluster* turístico teria que ser administrado. Isto com a finalidade de que o turismo pudesse produzir um conjunto de oportunidades de geração de negócios, emprego, renda etc. Tudo com o objetivo de transformar o bairro num distrito turístico que poderia ser desenvolvido com o apoio da Agência de Desenvolvimento do Turismo Solidário.

Alguns Territórios Museu e áreas temáticas poderiam ser desenvolvidos noutros bairros da cidade formando novos distritos turísticos. Uma das grandes vantagens desta proposta seria o aumento da oferta turística e a melhor distribuição desta oferta e da demanda nos espaços urbanos da cidade.

A partir do entendimento de macrozoneamento da cidade em distritos turísticos e aproveitamento de espaços para a transformação em Territórios Museus há que se entender o sistema de operacionalização da estratégia de “turismo solidário”, que terá o apoio de uma Agência de Desenvolvimento do Turismo Solidário. A ideia de operacionalização do projeto “turismo solidário” insere-se dentro de iniciativas de políticas públicas e socioeconômicas que buscam romper o capitalismo hegemônico predominante no mercado. A administração municipal de Fortaleza poderia operacionalizar esta proposta em articulação com grupos da sociedade civil. A solidariedade no ambiente comunitário aponta para outro mundo possível, através de um plano alternativo de desenvolvimento.

A prefeitura de Fortaleza poderia priorizar a economia solidária no segmento de turismo como estratégia para o enfrentamento da pobreza e para a geração de trabalho e renda na periferia de Fortaleza. O turismo é o setor mais apropriado para tal experimentação por caracterizar-se como um serviço e não indústria. Desta forma, não dispensa mão de obra em sua cadeia produtiva que é composta por centenas de micro negócios de baixo investimento, atingindo um volume de 54 subseguintes de impactação. A geração de empregos é o maior legado turístico, oportunizando a sociedade local o direito ao trabalho.

Os passos a serem dados a para a operacionalização de uma política proposta neste trabalho referem-se à elaboração participativa dos projetos de socioeconomia solidária de cada distrito, inseridos no *cluster* turístico, que posteriormente seriam implantados e operacionalizados. A ideia da construção coletiva do modelo “turismo de solidariedade” necessitará do Poder Público para a criação de uma Agência de Desenvolvimento do Turismo Solidário que capacitaria os entes turísticos e as pessoas de cada distrito, e atuaria em parceria com as associações existentes ou a serem criadas na área de influência do distrito.

Além de um Programa de Desenvolvimento do Turismo Comunitário e Solidário e de um Fundo de Turismo Solidário, estes seriam recursos não governamentais, ou seja, do próprio turista para que um banco comunitário possa financiar os pequenos negócios da cadeia produtiva do turismo na periferia da cidade (distritos turísticos) seriam necessários para fechar o circuito operacional.

Seria necessária uma atuação conjunta da Secretaria de Turismo (SETFOR), da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE) e da Secretaria de Ação Social (SEMAS) como eixo operacional indutor do modelo de turismo solidário. Importante também a participação de outros órgãos do município, do estado, do governo federal, da iniciativa privada e da comunidade. As ações em nível das comunidades seriam desenvolvidas pelas cooperativas de turismo solidário, associações comunitárias e micro e pequenas empresas que atuariam direta e indiretamente com o turismo. Elas atuariam sob a orientação da Agência de Desenvolvimento do Turismo Solidário, ente técnico que prestaria assessoria as cooperativas, associações e entes turísticos do lugar. Essas cooperativas, associações e microempresas, caso não existam, necessitariam ser criadas. Isto seria feito pela identificação dos valores humanos na comunidade.

Neste sentido, a Secretaria de Ação Social faria a interfase com a sociedade e a Secretaria de Desenvolvimento Econômico cuidaria da capacitação e do financiamento das iniciativas produtivas. A SETFOR cuidaria do planejamento e da operacionalização do processo, no sentido de estruturar turisticamente o ambiente onde seria implantado o Distrito Turístico. Além disto, a SETFOR faria a articulação para a implementação do fundo do turismo solidário junto à rede hoteleira, em parceria com a Agência de Desenvolvimento do Turismo Solidário, órgão técnico criado então com o propósito de orientar as entidades envolvidas no turismo comunitário e solidário.

A SETFOR faria a articulação com o mercado, com a comunidade e com as redes de turismo comunitário e solidário, com o objetivo de viabilizar não somente a implantação, mas principalmente a operacionalização e manutenção do projeto, em parceria operacional com a Agência de Desenvolvimento do Turismo Solidário e o Banco Comunitário.

Os recursos para operacionalização do programa deveriam ser público, em parte. Neste caso sugere-se a elaboração de um projeto para o Banco Mundial, semelhante ao PRODETUR, que seria o Prodetur Comunitário e Solidário para periferia de Fortaleza. Os recursos para financiar os empreendimentos poderiam advir de microcréditos de bancos públicos e privados ou ainda sugere-se a criação de um Fundo de Turismo Solidário, com objetivo de captar recursos a serem gerenciados por um Banco Comunitário que financiaria os negócios da cadeia produtiva. Os recursos do Fundo também serviriam dar apoio as políticas concernentes, tais como: a promoção do combate a prostituição infantil, a formação profissional, ao estímulo aos micros negócios familiares, à produção comunitária, à conscientização turística, aos investimentos sociais, à infraestrutura turística, além de investimentos em equipamentos turísticos comunitários de apoio ao turismo e principalmente de convivência e produção (oficinas artesanais, escolas de arte, teatros, hospedarias domiciliar).

O mecanismo para a criação de um Fundo de Turismo Solidário consiste na criação de uma taxa de turismo, ou taxa de solidariedade, a ser paga pelo turista. Uma estratégia para a implantação deste mecanismo deverá ser cuidadosamente planejada para não produzir efeitos colaterais danosos ao próprio turismo<sup>21</sup>. Com o objetivo de se evitar uma rejeição da taxa, sugere-se que se faça uma pesquisa de aceitação junto ao turista. Nela seria explicado o objetivo da taxa e uma de conscientização da sua importância, ao lado de um rígido sistema de controle da arrecadação e aplicação do recurso.

Apenas para se ter uma ideia do potencial da arrecadação deste Fundo, imagine que estiveram em Fortaleza 2.178 mil turistas, passando 6 dias em média e cada um contribuindo com 1 real por dia de permanência, ao final do ano se arrecadaria quase 13 milhões de reais e como a taxa é solidária, vários turistas poderiam doar mais de um real por dia como pessoas que contribuíram para a diminuição da pobreza nesta capital e passarem a ser Beneméritos do Turismo de Fortaleza.

---

<sup>21</sup> O atual momento para cobrança da taxa de turismo seria propícia devida a escolha do Brasil para sediar a Copa do Mundo e as Olimpíadas e Fortaleza será uma das sedes da Copa.

O valor anual arrecadado pelo Fundo poderia alcançar muito mais de R\$ 13 milhões, pois vai depender do *marketing* emocional utilizado, ao qual o turista em viagem de lazer e prazer, utilizando o excedente de renda é altamente sensível. Este valor seria significativo para apoiar e dar início a um projeto piloto desta envergadura. Naturalmente, existem outras fontes de recursos tanto públicas quanto privadas para se investir na ideia, um turismo solidário, capaz de melhorar a vida de milhares de cidadãos, ajudando-os a evitar a vida marginal e o subemprego que assola a cidade como os flanelinhas, catadores de lixo, vendedores ambulantes etc..

Como dito, o mecanismo para a arrecadação de recursos junto ao turista deverá ser cuidadosamente tratado no sentido de incluir explicações suficientes para que o turista não considere que esteja pagando mais pelo produto turístico e sim, solidariamente contribuindo para um benefício social através do turismo. Ao doar o recurso para o Fundo, o turista seria cadastrado no livro de tomo municipal de Beneméritos do Turismo Solidário, consciente que estaria contribuindo para a diminuição da miséria em Fortaleza. Seria o Fome Zero de Fortaleza patrocinado pelo turista. Neste caso o doador receberia em sua própria casa um diploma (digital) de Benemérito do Turismo de Fortaleza, onde, no verso estaria a destinação daquele recurso e a contabilidade do Fundo de turismo solidário. Dentre várias estratégias, um convênio com os Correios poderia ser feito no sentido de se criar um selo para se promover o Fundo de Turismo Solidário.



## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Encerrar um trabalho deste porte requer, em geral, a sistematização dos conhecimentos adquiridos tendo por base a realidade encontrada na pesquisa realizada. Este trabalho nos permitiu a compreensão acerca da cidade de Fortaleza na perspectiva turística, socioeconômica, geográfica e urbana para a partir daí aconselhar a implantação de uma política de turismo comunitário e solidário, objeto central desse estudo. O aperfeiçoamento do sistema turístico local é uma tarefa contínua e necessita de reajustes e novas tecnologias. Como afirma Morin (2002, p.43), “a aquisição de um saber total é uma tarefa incapaz de ser realizada.”

A atividade turística está inserida dentro do sistema capitalista que, no mundo inteiro, tem gerado exclusão social. O capitalismo, em sua essência, representa a história de competição entre as classes sociais dentro de uma dinâmica de luta entre dominantes e dominados. A revolução tecnológica tem permitido ao capitalismo uma reestruturação objetivando, infelizmente, o máximo de produção com o mínimo de custo. Isto tem provocado maior concentração de renda, mais desemprego e pobreza, segundo relatório da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Dentro desta visão capitalista surge o neoliberalismo. Ele representa o processo de desregulamentação do Estado, tornando o mercado livre e com a intervenção mínima do governo. Este fato veio tornar os fortes cada vez mais fortes e os fracos cada vez mais vulneráveis as mazelas do sistema.

Este trabalho fez uma leitura da política de turismo na cidade de Fortaleza, no contexto do modelo econômico vigente, acima descrito. Concluiu-se que as comunidades periféricas são as principais vítimas deste processo de opressão social na qual a sociedade excluída está submetida.

Muitas das áreas da periferia de Fortaleza têm um forte potencial turístico, mas devido às precárias condições socioeconômicas e a falta de uma política pública de apoio à exploração do turismo comunitário e solidário, estes lugares continuam subdesenvolvidos. Desta forma, seus habitantes não tiram nenhum benefício deste potencial turístico, capaz de promover melhorias socioeconômicas.

Assim, o objetivo deste trabalho é propor uma estratégia de turismo que produza mais democracia e justiça social. Ele visa estruturar as áreas potencialmente turísticas da periferia e criar as condições básicas para que a população periférica participe do sistema de produção do turismo.

Um dos pontos estratégicos desta proposta é a criação de emprego e renda pelo turismo para esta população excluída. A preparação do espaço periférico e a capacitação das pessoas para gerenciarem negócios na cadeia produtiva do turismo poderá ser um marco emancipatório da comunidade beneficiada. Esta política possibilitará também que os espaços turísticos esquecidos da cidade sejam resgatados via turismo. Isto provocará um desenvolvimento socioespacial mais harmônico em Fortaleza, gerando mais autonomia de crescimento e conseqüentemente mais fluxo turístico e aumento de permanência do turista no destino.

Assim, o turismo solidário é capaz de amenizar parte dos efeitos negativos do capitalismo que afeta sobremaneira a periferia da cidade. A política de turismo proposta pode trazer benefícios econômicos, sociais, culturais e educacionais para a população periférica de Fortaleza mediante um estímulo para que a população periférica produza riqueza via turismo e se beneficie da riqueza gerada. Nota-se, portanto, que a proposta tem um caráter de autossustentabilidade.

A ideia do Fundo de Turismo Solidário proposto neste trabalho é um exemplo que possibilita a obtenção de recursos não governamentais. Este montante de recursos seria capaz de gerar o “toque” para dar início às atividades da comunidade através do crédito as atividades relacionadas direta e indiretamente ao turismo. A proposta do PRODETUR para a periferia de Fortaleza a fim de criar as condições infraestruturais para o programa sugerido seria uma estratégia que se opõe ao turismo convencional que apesar de ter provocado o crescimento da atividade não teve a eficácia no que diz respeito à distribuição de renda e nem combateu as desigualdades socioeconômicas e de desenvolvimento espacial da cidade.

Outro aspecto que deve ser considerado é que o turismo pode ser autofágico, destruindo-se a si próprio. Muitos intérpretes deste pensamento atribuem este fato ao desgaste que uma política econômica mal conduzida, que produza exclusão social e elevada concentração de renda, poderá fazer a sociedade. Os efeitos negativos da degradação social vão se refletir no turismo trazendo uma intranquilidade e grandes riscos para este setor. O turismo depende de seus principais atrativos turísticos: o meio e o homem.

Esta interpretação, em especial, quando se trata de regiões pobres, com possibilidades de convulsão social, pode ser uma sinalização da violência contra o turista, ou seja, o turismo destruindo o próprio turismo. Todo um trabalho para atrair um fluxo representado pela necessidade de se produzir infraestrutura básica, serviços e infraestrutura turística, pode ser destruído facilmente por uma imagem negativa do lugar. O risco de insegurança é fatalmente um dos fatores de maior retração das correntes turísticas, basta verificar o declínio do turismo na Colômbia e no Vietnã, por exemplo. No livro *My Colombian War* de Silvana Paternostro ela fala do medo que as pessoas tinham de ir de um lugar para outro e mostra como a Colômbia estava fora do alcance dos turistas internacionais. Existe, neste caso, risco de vida para os visitantes, tornado a viagem insegura. Isto faz diminuir o fluxo turístico em função da sensação de insegurança (DIÁLOGO, 2013, *on line*).

O turismo comunitário e solidário é capaz de gerar melhores condições sociais para amenizar estes conflitos, ao contrário de modelos atuais de gestão que priorizam o uso da violência contra a violência. Algumas estratégias de segurança para o turista foram montadas no Ceará, exemplos delas são: a Operação Férias, a Polícia Turística, a Delegacia de Apoio ao Turista etc. Estas políticas de segurança deveriam ser complementadas por ações de médio e longo prazo que vão a raiz do problema como estas sugeridas neste trabalho para a cidade de Fortaleza, associadas ao turismo comunitário e solidário. A proposta apresenta-se, então, como um antídoto à violência.

O turismo solidário tem, portanto, como um de seus objetivos resgatar toda uma cultura remanescente de um povo para transformar-se num produto de elevada potencialidade turística. Por isto um esforço deve ser feito pela comunidade e governo para revigorar os bens de raiz facilitados pelo fato da maioria das famílias da capital, principalmente dos bairros periféricos serem originárias do interior do Estado. Muitas delas chegaram na capital vindas do interior, expulsas pela inviabilidade de sobrevivência no campo (êxodo rural). Desta forma, guardam dentro de si as habilidades artesanais, a culinária, a arquitetura vernácula, o teatro, o folclore, as festas religiosas, a literatura de cordel etc., hoje tão desagregados e distantes da realidade moderna, expurgados que foram pela tecnologia.

O morro de Santa Terezinha e o bairro Pirambu, por exemplo, poderiam ser transformados em distritos turísticos com seu Território Museu ou Área Temática, modelos propostos neste trabalho. Haveria a participação da comunidade na tematização e na museolização de seus espaços, que seria cantada em prosa e verso, dando vazão e visibilidade aos seus valores culturais. Estes ambientes poderiam deixar de ser áreas degradadas e passarem a ser pontos prioritários do turismo municipal.

Estes conceitos de Território Museu ou Área Temática, pelo seu cunho social, poderiam propagar nacionalmente a gestão da Prefeitura de Fortaleza. A vontade política e a capacidade tecnológica poderiam transformar favela em distrito turístico. Tudo feito via força do turismo comunitário e solidário, que passaria a transferir renda de quem tem para quem não tem, de forma não assistencialista, gerando oportunidade de integração de pobres e miseráveis, na cadeia produtiva do turismo. Isto dignificaria o ser humano e formaria uma sociedade mais justa, propícia ao desenvolvimento de uma atividade turística saudável e equilibrada, criando um turismo alternativo sem prejuízo do turismo convencional, muito pelo contrário, complementando-o.

O trabalho aponta para a possibilidade que a Prefeitura tem de elaborar um projeto, via Banco Mundial, aos moldes de um “PRODETUR voltado para a inclusão social” na periferia de Fortaleza, a fim de implantar os distritos turísticos nos subúrbios da cidade que tivessem características adequadas para montagem de áreas temáticas e territórios museu.

Vale lembrar que a Prefeitura de Fortaleza tem uma elevada capacidade de endividamento, o que facilitaria projetos financiados pelo Banco Mundial, além do fato deste banco está ávido por ideias e projetos sustentáveis que visem à redução da pobreza e da miséria. Além deste instrumento de financiamento acima, o trabalho propõe a criação de um Fundo de Turismo Solidário, administrado por um banco comunitário, que complementaria as receitas de investimento e crédito para a consecução do programa, tornando-o ainda com maior força de viabilidade. Complementaria esta estrutura operacional do programa a criação de uma Agência de Desenvolvimento do Turismo Comunitário e Solidário, onde os agentes de turismo comunitário e solidário teriam papel preponderante.

A partir das análises feitas neste trabalho, pode-se concluir que a transformação de Fortaleza em um polo de turismo solidário, de inclusão, é um projeto, político, social, cultural, ambiental, econômico e, principalmente, voltado para combater a pobreza e conseqüentemente a violência causada pela exclusão social. Apesar do crescimento econômico alcançado na cidade e da melhoria em infraestrutura, o setor social ainda é o que teve menos avanços. A geração de emprego e renda advindos do desenvolvimento da atividade turística não contempla as necessidades de grande parte dos cidadãos.

Acredita-se que uma estratégia de turismo como a que estamos propondo é capaz de mudar a sociedade, tendo como fundamento o turismo comunitário e solidário . Trata-se de uma política capaz de contribuir para o alívio da pobreza em territórios possuidores de potencial turístico.

Finalmente, este trabalho se apresenta como uma estratégia turística que poderá contribuir para uma melhor reflexão da nova gestão do turismo municipal de Fortaleza em 2013.

## REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Raimundo Freitas. **Das práticas marítimas modernas à elaboração da imagem turística de Fortaleza/Ceará**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – PRODEMA da Universidade Federal do Ceará – UFC, Fortaleza, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGEM. **Congresso ABAV: feira das Américas**, 2005. Disponível em:  
<[http://revistahost.uol.com.br/publisher/preview.php?edicao=1105&id\\_mat=379](http://revistahost.uol.com.br/publisher/preview.php?edicao=1105&id_mat=379)>  
Acesso em: 11 fev. 2013.

ASSUNÇÃO, Karol. Instituto Palmas apresenta mapeamento da produção e do consumo local. In: **Fórum Brasileiro de Economia Solidária**. Secretaria Executiva Nacional. Brasília. 19 abr. 2011. Disponível em:  
<<http://www.bancopalmas.org.br/oktiva.net/1235/nota/161007>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

BANCO PALMAS. **Mapeamento da produção e do consumo local**. Disponível em:  
<<http://www.bancopalmas.org.br/oktiva.net/1235/nota/161007>> Acesso em: 11 fev. 2013.

BARREIRA, Livia. Petrobras entrará com R\$ 10 mi no Acuario. Diário do Nordeste, **Caderno Economia**, 13 maio 2009.

BARRETO, Margarita. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, Célia Maria de Toledo; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D.P. (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papyrus, 2000.

BLOG DO PLANATO. **Crédito e inclusão bancária para a parcela mais pobre da população**. 26 fev. 2011. Disponível em:  
<<http://blog.planalto.gov.br/page/242/?wptheme=Pl..>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

BRASIL. **Ações do PRODETUR**. Disponível em:  
<[http://www.turismo.gov.br/turismo/programas\\_acoes/regionalizacao\\_turismo/prodetur.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/prodetur.html)> Acesso: 12/ago./2012b.

BUARQUE, Sérgio C.; BEZERRA, Lucila. Projeto de desenvolvimento municipal sustentável: bases referenciais. **Projeto Áridas**, mimeo, dez.1994.

CANTERLE, Nilsa Maria G. **O associativismo e sua relação com o desenvolvimento**. Francisco Beltrão-PR: Unioeste, 2004.

CASTELS, Robert. As armadilhas da exclusão. In: BÓGUS, Lúcia et al (Org). **Desigualdade e a questão social**. São Paulo: EDUC, 1996.

CATTANI, Antônio David. Utopia. In: CATTANI, Antônio David. (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003.

CEARÁ. **Guia turístico da cidade de Fortaleza**. Disponível em: <[www.portal-fortaleza.com/2005](http://www.portal-fortaleza.com/2005)> Acesso: 10 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. Secretaria Estadual do Turismo. **Estudos turísticos da SETUR**: evolução do turismo no Ceará, n.17. 4. ed. Fortaleza; SETUR/CE, 2009. Disponível em: <<http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/estudos-e-pesquisas/Evolucao%20do%20Turismo%20no%20Ceara%20Volume%2017.pdf>> Acesso em: 11 fev. 2013.

\_\_\_\_\_. Secretaria Estadual do Turismo. **Plano de turismo sustentável 1995-2010**. 1995. Disponível em: <http://www.ceara.gov.br/>. Acessado em 18 de jun. 2013.

COMITEE ON SOCIAL INCLUSION AND PARTICIPATIVE DEMOCRACY. **Conjunto Palmeiras, Fortaleza, Brasil**: Banco Palmas. Disponível em: <[http://www.uclg-cisdp.org/sites/default/files/Fortaleza\\_2010\\_en\\_FINAL.pdf](http://www.uclg-cisdp.org/sites/default/files/Fortaleza_2010_en_FINAL.pdf)> Acesso em: 11 fev. 2013.

CORES DA CIDADE. **Cores da cidade fortaleza**: projeto de restauração. Disponível em: <<http://www.ofipro.com.br/trabalhos/htmls/coresdacidade.htm>> Acesso: 29/jul./2012

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **Arranjos produtivos locais do turismo comunitário**: atores e cenários em mudança. Fortaleza: EDIUCE. 2009.

COSTA, Sabrina Studart Fontenele. Praia de Iracema e a revitalização de seu patrimônio histórico. **Pós**. Revista do Programa Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP, São Paulo, n.18, p.48-59, dez. 2005.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DENCKER, Ada de F. M. **Pesquisa em turismo**: planejamento, métodos e técnicas. Título da obra. São Paulo: Futura, 2000.

DIÁLOGO. **Colômbia atrai viajantes**. Disponível em: <<http://www.dialogo-americas.com/pt/articles/rmisa/features/viewpoint/2011/01/01/feature-04>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

DIÁLOGOS POLÍTICOS. Fortaleza (CE) lança projeto de qualificação no turismo. Disponível em: <<http://dialogospoliticos.wordpress.com/2009/08/06/fortaleza-ce-lanca-projeto-de-qualificacao-no-turismo/>> Acesso: 13 ago. 2012.

FERREIRA, Daniel. A importância do turismo no Brasil. **Revista EGOS**, v.2, n. 8. 2013. Disponível em: <<http://revistaegos.com.br/2011/09/a-importancia-da-atividade-turistica-no-brasil/>> Acesso em: 29/jun./2013.

FORUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. Caderno de aprofundamento aos debates. Disponível em: [http://www.fbes.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=711&Itemid=12007](http://www.fbes.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=711&Itemid=12007). Acessado em 18 de jun. 2013.

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho; LAVILLE, Jean-Louis. **Economia solidária: uma abordagem internacional**. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

FRANTZ, Walter. **Desenvolvimento local, associativismo e cooperação**, 2002. Disponível em: <<http://www.unijui.tche.br/~dcre/frantz.html>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

G1 CEARÁ. **Fortaleza é quarta cidade que mais recebe turistas brasileiros, diz estudo**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2012/10/fortaleza-e-quarta-cidade-que-mais-recebe-turistas-brasileiros-diz-estudo.html>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

GARCIA, Nuno Guina. **O museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável**. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 2003.

GOMES, Samuel. **Breve história da cidade de Fortaleza**. Disponível em: <<http://www.fortalezao.com/Fortaleza/Breve-Historia-da-cidade-de-Fortaleza-1/>>. Acesso em: 13 dez. 2012.

GONÇALVES, Alexandra Rodrigues. Museus, turismo e território: como podem os equipamentos culturais tornar-se importantes atracções turísticas regionais? In: **Congresso Internacional Turismo da Região de Leiria e Oeste**, 2007. Disponível em: <[http://cassiopeia.ipleiria.pt/esel\\_eventos/files/3902\\_18\\_AlexandraGoncalves\\_4bf512841c6a5.pdf](http://cassiopeia.ipleiria.pt/esel_eventos/files/3902_18_AlexandraGoncalves_4bf512841c6a5.pdf)>. Acesso em: 11 fev. 2013.

GRINOVER, Lúcio. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, C.M. de Moraes (Org). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

HERRERA, J.B.; TRESSERAS, J.J. **Gestión del patrimonio cultural**. Barcelona: Ariel, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

JANSEN-VERBEKE, M.; LIEROIS, E. Anaçysing heritage resources for urban tourism in European cities. In: PEARCE, D.; BUTLE, R. (Eds.) **Contemporary issues in tourism development**, London: Routledge, 1999, p.81-107.

JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. **Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza (1945-1960)**. São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000.

LEMENHE, Maria Auxiliadora. **As razões de uma cidade: conflito de hegemonias**. Fortaleza: Stylus Comunicações, 1991.

LIMA, Paulo Daniel Barreto. **Excelência em gestão pública: a trajetória da GESPÚBLICA**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.



MALDONADO, C. O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e política. In: BARTHOLO et al. (Org.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

MANCE, Euclides André. **A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

MATHEUS, Zilda Maria Alves. **Gestão e avaliação de programas: estudo de caso Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT)**. 2003. 135f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

MORIN, Edgar. Os sentidos do trabalho. In: WOOD, T. (Ed.), **Gestão empresarial: o fator humano**. Tradução de São Paulo: Atlas, 2002, p.13-34.

MOSCOSO, Lina. Ceará lidera sensação de insegurança no NE. **Diário do Nordeste, Caderno Cidade**, 19 out. 2012.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PAIVA, Ricardo Alexandre. **O lugar e a arquitetura do comércio na pesquisa em arquitetura e urbanismo: turismo e metropolização na região metropolitana de Fortaleza**. Disponível em: <[www.arquitetura.ufc.br/.../Turismo-e-Metropolização-na-Região-...](http://www.arquitetura.ufc.br/.../Turismo-e-Metropolização-na-Região-...)> Acesso: 11 ago. 2012.

PANORAMIO. **Centro Cultural Bom Jardim**. Disponível em: <http://www.panoramio.com/photo/39575355>. Acesso em 18 de jun. 2013.

PORTO NETO, Hugo Frota Magalhães. **O patrimônio histórico e cultural e a criminalidade na Praia de Iracema: o impacto das intervenções e ocupações dos espaços públicos no cotidiano e no sentimento do bairro**. Disponível em: <[http://www.mp.ce.gov.br/.../24\\_Hugo.Frota.Magalhaes.Porto.Neto.pdf](http://www.mp.ce.gov.br/.../24_Hugo.Frota.Magalhaes.Porto.Neto.pdf)> Acesso em: 10 ago. 2012.

PORTUGUEZ, Anderson P. **Geografía Humana del bajo Río Doce**. Uberlândia: Assis, 2010.

REDE TUCUM. Disponível em: <<http://www.tucum.org/oktiva.net/2313/secao/18723>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

REVISTA PERFIL MUNICIPAL DE FORTALEZA. **Distribuição espacial da renda pessoal**, Out. 2012.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e ambiente: reflexões e propostas**. São Paulo: Hucitec, 2000.

\_\_\_\_\_. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: Hucitec, 1997.

RODRIGUES, Zilah. **Turismo solidário**: integração entre turistas e comunidade por um mundo melhor. Disponível em: <<http://www.coletivoverde.com.br/turismo-solidario/>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SANTIAGO JÚNIOR, Ilo. Setor turístico é foco do Palmatur. *Diário do Nordeste, Caderno Negócios*, mar. 2010. Disponível em: <<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=738072>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

SEBRAE. **Banco Palmas é exemplo de sucesso em seminário de microcrédito**. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia/1423222/ultimas-noticias/banco-palmas-e-exemplo-de-sucesso-em-seminario-de-microcredito/?indice=130>. Acessado em 18 jun. 2013

SILVA, Jailson de Souza e [et al]. (Orgs.). **O que é a favela, afinal?** Disponível em: <http://www.observatoriodefavelas.org.br/observatoriodefavelas/includes/publicacoes/6157bf4173402e8d6f353d9bcae2db9c.pdf>. Acessado em 18 de jun. de 2013.

SILVA, Jorge Antônio Santos. **O turismo como atividade econômica**: enfoque de demanda versus enfoque de oferta. *Turydes*, v.1, n.1, out. 2007. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/01/jass.htm>>. Acesso em: 11 fev. 2013.

SILVA, José Borzacchiello da. Fortaleza 278 anos. *O Povo. Caderno Opinião*, Fortaleza, 18 abr. 2004, p. 7.

\_\_\_\_\_. **Quando os incomodados não se retiram**: uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza: Fortaleza: Multigraf, 1992.

SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de (Orgs.) **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

SOARES, Bruno C. Brulon; SCHEINER, Tereza C.M. **A ascensão dos museus comunitários e os patrimônios comuns**: um ensaio sobre a casa. Disponível em: <[http://uff.academia.edu/BrunoBrulon/Papers/738384/A\\_ascencao\\_dos\\_museus\\_com\\_unitarios\\_e\\_os\\_patrimonios\\_comuns](http://uff.academia.edu/BrunoBrulon/Papers/738384/A_ascencao_dos_museus_com_unitarios_e_os_patrimonios_comuns)>. Acesso em: 11 fev. 2013.

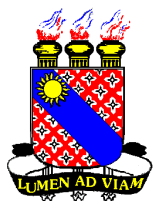
SOUZA, Elsine Carneiro de. **Praia de Iracema**: fatores de estagnação de um espaço turístico à beira-mar. 2007. 86f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2007.

TEIXEIRA, Paulo Roberto Rodrigues. Fortaleza de Nossa Senhora de Assunção. **Revista Dacultura**, Rio de Janeiro: Fundação Cultural Exército Brasileiro, v.4, n.7, p.53-64, 2004.

UNIVERSIDADE SOLIDÁRIA. **Editorial de apresentação.** Disponível em:  
<http://www.unisol.org.br/home.asp>. Acessado em: 18 de jun. 2013.

## APÊNDICES

## APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE  
 CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA – CCT  
 CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS - CESA  
 MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE  
 NEGÓCIOS TURÍSTICOS



## APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Entrevistado: \_\_\_\_\_(Palmatur)

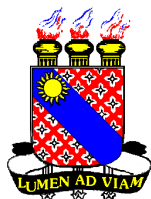
Eu, DÁRDANO NUNES DE MELO, aluno do Curso de Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza (CE), venho trabalhando na dissertação cujo tema é “Turismo Comunitário e Socioeconomia Solidária” e, como uma das atividades metodológicas que respaldarão minha pesquisa será entrevistar pessoas pertencentes à Associação de Moradores do Conjunto palmeiras acerca do assunto tomando por base a Palmalimp, a Palmafashion e a Palmatur. Diante do exposto, solicito a colaboração no sentido de permitir a coleta de dados para a referida pesquisa.

Aproveito a oportunidade para informar que os procedimentos de investigação não afetarão o desenvolvimento das atividades planejadas e que será guardado o sigilo da autoria das informações.

Certa de contar com a colaboração necessária para a concretização desta investigação agradeço antecipadamente a atenção dispensada e coloco-me à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Fortaleza, 13 de dezembro de 2013.

APÊNDICE B - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL  
PELA PALMATUR



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE  
CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA – CCT  
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS - CESA  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE  
NEGÓCIOS TURÍSTICOS



APÊNDICE B - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL  
PELA PALMATUR.

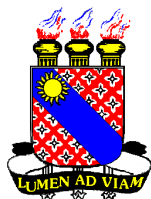
Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Escolaridade: \_\_\_\_\_

1. Quando e porque a Palmatur foi criada e qual a capacidade de hospedagem da Palmatur?
2. Qual o valor das diárias?
3. Quem são os turistas que procuram a Palmatur?
4. Quais os meses de maior ocupação?
5. Como é feita a administração da Palmatur?
6. A Palmatur se relaciona com outras atividades do Conjunto Palmeiras?
7. Quantas pessoas que são do bairro estão trabalhando na Palmatur?
8. As pessoas da comunidade utilizam a Palmatur?
9. Houve treinamento as pessoas que trabalham na Palmatur?
10. Como é feita a divulgação da Palmatur?

APÊNDICE C - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL PELA  
PALMALIMPE.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE  
CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA – CCT  
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS - CESA  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE  
NEGÓCIOS TURÍSTICOS



APÊNDICE C - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL  
PELA PALMALIMPE.

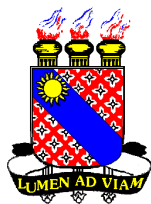
Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Escolaridade: \_\_\_\_\_

1. Como surgiu a Palmalimp?
2. Quem executa os trabalhos da Palmalimp?
3. Como socializam os resultados do trabalho da Palmalimp?
4. Como as pessoas se capacitaram para o trabalho na Palmalimp?
5. Como comercializam os produtos da Palmalimp?
6. Houve treinamento para os membros da Palmalimp?
7. Há divulgação dos produtos? Como ela é feita?
8. O que produz a Palmalimp?
9. Quais os problemas ambientais causados pelo trabalho e como solucionam?

APÊNDICE D - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL PELA  
PALMAFASHION.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE  
CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA – CCT  
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS - CESA  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE  
NEGÓCIOS TURÍSTICOS



APÊNDICE D - GUIA DE ENTREVISTA COM O RESPONSÁVEL PELA  
PALMAFASHION.

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Escolaridade: \_\_\_\_\_

1. Como e porque surgiu a Palmafashion?
2. Quem executa os trabalhos da Palmafashion?
3. Como socializam os resultados do trabalho?
4. Qual a relação da Palmafashion com a comunidade?
5. O que produz a Palmafashion?
6. Como se capacitaram para a produção?
7. Há divulgação dos produtos? Onde?
8. Quais os problemas ambientais causados pelo trabalho e como solucionam?
9. Como são comercializados os produtos da Palmafashion?