



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ  
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS**

**MAGDA DOS SANTOS LIMA**

**LAZER E TURISMO EM FORTALEZA/CE: O CONSUMO E A ARRECADAÇÃO  
TRIBUTÁRIA NAS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO**

**FORTALEZA – CEARÁ  
2017**

MAGDA DOS SANTOS LIMA

LAZER E TURISMO EM FORTALEZA: O CONSUMO E A ARRECADAÇÃO  
TRIBUTÁRIA NAS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados, da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão dos Negócios e dos Territórios Turísticos.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr.<sup>a</sup> Luzia Neide Coriolano.

FORTALEZA – CEARÁ

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Lima, Magda dos Santos.

Lazer e turismo em Fortaleza/CE: o consumo e a arrecadação tributária nas barracas da Praia do Futuro [recurso eletrônico] / Magda dos Santos Lima. - 2017.

1 CD-ROM: il.; 4 ¼ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico com 127 folhas, acondicionado em caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Fortaleza, 2017.

Área de concentração: Gestão dos Negócios e dos Territórios Turísticos.

Orientação: Prof.<sup>a</sup> Dra. Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano.

1. Lazer. 2. Turismo. 3. Barracas Praia do Futuro. 4. Consumo. 5. Arrecadação Tributária. I. Título.

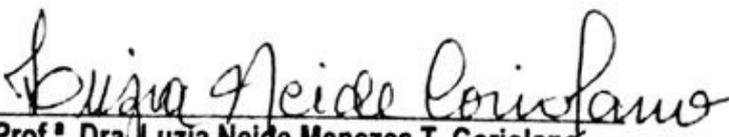
MAGDA DOS SANTOS LIMA

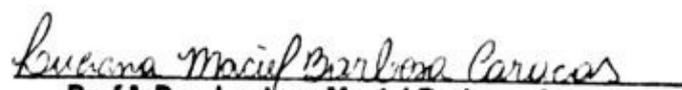
LAZER E TURISMO EM FORTALEZA: O CONSUMO E A ARRECADAÇÃO  
TRIBUTÁRIA NAS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO

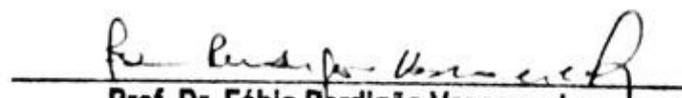
Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Estudos Sociais Aplicados, da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão dos Negócios e dos Territórios Turísticos.

Data da aprovação: 13 de novembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA

  
Prof.ª. Dra. Luzia Neide Menezes T. Coriolano  
Presidente/Orientadora

  
Prof.ª. Dra. Luciana Maciel Barbosa Caracas  
1º Membro

  
Prof. Dr. Fábio Perdigão Vasconcelos  
2º Membro

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Mestre dos Mestres, Jesus Cristo, e a Nossa Senhora. Sem a intercessão da Mãe e o auxílio do Filho, sozinha, nada consigo.

À minha família amada. Alfredo Rogério, meu marido, Marília e Maria Cecília, minhas filhas, que me apoiam, me incentivam e acreditam em mim, mesmo quando eu desacredito.

À Profa. Luzia Neide Coriolano. Sua energia, dedicação, competência e disponibilidade serviram não só para me orientar, mas para me inspirar. Lições do Mestrado que levo para minha vida.

Aos Professores e colegas da turma XI do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos. Momentos de convivência que me ensinaram muito sobre disciplina, objetivos, superação, respeito e solidariedade.

A disponibilidade dos professores da banca de qualificação: Luciana Maciel Barbosa Caracas e Fábio Perdigão Vasconcelos, cujas contribuições foram de grande valia para esta dissertação.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a conclusão desse trabalho, que para mim tem um significado muito especial.

“Somos todos turistas.

Deus é o Agente de Viagens.

Maria Santíssima a Guia.

As rotas, reservas e destinos já estão  
definidos.

Confie Neles e desfrute da ‘Viagem’  
maravilhosa chamada VIDA”.

(Autor desconhecido)

## RESUMO

A dissertação tem como título lazer e turismo em Fortaleza: o consumo e a arrecadação tributária nas barracas da Praia do Futuro. O tema tem relevância pelo fato da Praia do Futuro exercer grande importância na cidade de Fortaleza como espaço turístico. Lugar qualificado para lazer e turismo, práticas fortemente ligadas ao consumo de produtos e serviços ofertados pelas barracas de praia, que compõem o cenário turístico local. Tem objetivo de analisar o lazer e o turismo na Praia do Futuro, a partir do consumo e da arrecadação tributária das barracas. Analisa-se a relevância das barracas da Praia do Futuro para a cidade de Fortaleza, quais produtos e serviços oferecem, se emitem notas fiscais de vendas e qual a contribuição dos empreendimentos para a arrecadação de impostos no Estado. Adota-se o método dialético para estudar as relações dinâmicas e contraditórias estabelecidas entre Estado, empresários, turistas e residentes que frequentam a Praia do Futuro. Realiza-se pesquisa institucional e de campo. Constata-se que as barracas de praia são espaços especiais para o turismo de sol e praia da Metrópole e que a Praia do Futuro   espaço de lazer e turismo de Fortaleza, embora comporte conflitos relativos   situa o jurídica dos empreendimentos. Questão que envolve o avanço desordenado das constru es que limita o uso da praia. Constata-se que as barracas oferecem diversificada oferta, em especial a gastron mica, com intenso consumo, porém, as práticas de venda de produtos, reforçadas pelo comportamento dos frequentadores, permitem a sonega o do imposto que deve ser recolhido ao Estado do Ceará. Verifica-se que a participa o das barracas de praia na arrecada o tributária estadual poderia ser mais expressiva se os estabelecimentos cumprissem as obriga es tributárias. E que há necessidade de trabalho de sensibiliza o para a educa o fiscal direcionado a turistas e residentes que frequentam o espaço turístico. A importância do tributo e do papel do cidadão no estímulo a arrecada o do ICMS torna-se fundamental, assim como a cobrança da transparência na aplica o dos impostos.

**Palavras-chave:** Lazer. Turismo. Barracas Praia do Futuro. Consumo. Arrecada o Tributária.

## ABSTRACT

The dissertation has the theme Leisure and Tourism in Fortaleza: The Consumption and Tax Collection in the Tents of Praia do Futuro. The theme is relevant because Praia do Futuro has great importance in the city of Fortaleza as a tourist space. Qualified place for leisure and tourism, practices strongly linked to the consumption of products and services offered by the beach huts, which make up the local tourist scene. It aims to analyze leisure and tourism in Praia do Futuro, based on the consumption and tax collection of the tents. We analyze the relevance of the tents of Praia do Futuro to the city of Fortaleza, what products and services they offer, whether they issue sales tax invoices and what the contribution of the enterprises to the collection of taxes in the State. A dialectic method is used to study the dynamic and contradictory relations established between the State, businessmen, tourists and residents who attend Praia do Futuro. Institutional and field research is carried out. It is noticed that the beach tents are special spaces for the tourism of sun and beach of the Metropolis and that the Praia do Futuro is space of leisure and tourism of Fortaleza, although it bears conflicts regarding the legal situation of the enterprises. A question that involves the disorderly advance of the constructions that limits the use of the beach. It is noticed that the tents offer a diversified supply, especially the gastronomic one, with intense consumption, however, the practices of sale of products, reinforced by the behavior of the patrons, allow the evasion of the tax that must be collected to the State of Ceará. It is verified that the participation of the beach tents in the state tax collection could be more expressive if the establishments fulfilled the tax obligations. And that there is a need for awareness-raising for tax education aimed at tourists and residents who frequent the tourist area. The importance of the tax and the role of the citizen in stimulating the collection of ICMS becomes essential, as well as the collection of transparency in the application of taxes.

**Keywords:** Leisure. Tourism. Beach Tents of Praia do Futuro. Consumption. Tax. Tax-Collection.

## LISTA DE FIGURAS

|   |            |
|---|------------|
| <b>Figura 1 – Banhos de mar na Praia Formosa, hoje Praia de Iracema, em 1939</b><br>.....                 | <b>42</b>  |
| <b>Figura 2 – Praias de Fortaleza.....</b>  | <b>43</b>  |
| <b>Figura 3 – Hotel Iracema Plaza, símbolo de lazer na Praia de Iracema na<br/>década de 1950.....</b>    | <b>44</b>  |
| <b>Figura 4 – Estabelecimentos comerciais e os ciclos econômicos em<br/>Fortaleza.....</b>                | <b>46</b>  |
| <b>Figura 5 – Estrutura da Cidade Fortal.....</b>   | <b>52</b>  |
| <b>Figura 6 – Theatro José de Alencar.....</b>  | <b>56</b>  |
| <b>Figura 7 – Orla de Fortaleza.....</b>  | <b>60</b>  |
| <b>Figura 8 – Rua do bairro Varjota.....</b>  | <b>61</b>  |
| <b>Figura 9 – Mercado Central de Fortaleza.....</b>   | <b>62</b>  |
| <b>Figura 10 – Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura.....</b>  | <b>63</b>  |
| <b>Figura 11 – Espaço Cultural da Unifor.....</b>   | <b>64</b>  |
| <b>Figura 12 – Centro de Eventos do Ceará.....</b>  | <b>65</b>  |
| <b>Figura 13 – Museu da Fotografia.....</b>   | <b>66</b>  |
| <b>Figura 14 – Caixa Cultural de Fortaleza.....</b>   | <b>67</b>  |
| <b>Figura 15 – Avenida Monsenhor Tabosa.....</b>  | <b>68</b>  |
| <b>Figura 16 - Shopping center em Fortaleza.....</b>  | <b>69</b>  |
| <b>Figura 17 – Praia do Futuro nos anos de 1980.....</b>  | <b>73</b>  |
| <b>Figura 18 – Vista aérea das barracas da Praia do Futuro.....</b>                                       | <b>75</b>  |
| <b>Figura 19 – Irregularidades na Praia do Futuro.....</b>  | <b>76</b>  |
| <b>Figura 20 – Barraca da Praia do Futuro abandonada.....</b>   | <b>77</b>  |
| <b>Figura 21 – Proposta de requalificação da Praia do Futuro.....</b>                                     | <b>79</b>  |
| <b>Figura 22 – Barracas da Praia do Futuro.....</b>   | <b>82</b>  |
| <b>Figura 23 – Barracas da Praia do Futuro.....</b>   | <b>83</b>  |
| <b>Figura 24 – Caranguejo servido em barraca da Praia do Futuro.....</b>                                  | <b>88</b>  |
| <b>Figura 25 – Procedimentos de fiscalização de contribuintes com divergência<br/>de informações.....</b> | <b>102</b> |
| <b>Figura 26 – Projeto de Ação Fiscal da SEFAZ.....</b>   | <b>103</b> |
| <b>Figura 27 – Imagem dos documentos Conferência de Conta<br/>e Cupom Fiscal.....</b>                     | <b>107</b> |

## LISTA DE GRÁFICOS

|  |            |
|--|------------|
| <b>Gráfico 1 - Evolução da demanda turística via Fortaleza.....</b>  | <b>51</b>  |
| <b>Gráfico 2 – Origem dos Entrevistados.....</b>   | <b>84</b>  |
| <b>Gráfico 3 – Sexo dos Entrevistados.....</b>   | <b>84</b>  |
| <b>Gráfico 4 – Faixa etária dos entrevistados.....</b>   | <b>85</b>  |
| <b>Gráfico 5 – Escolaridade dos entrevistados.....</b>   | <b>86</b>  |
| <b>Gráfico 6 – Renda dos Entrevistados.....</b>  | <b>86</b>  |
| <b>Gráfico 7 – O que os entrevistados mais gostam nas Barracas da Praia do<br/>Futuro.....</b>                             | <b>89</b>  |
| <b>Gráfico 8 – O que os entrevistados não gostam nas barracas da Praia do<br/>Futuro.....</b>                              | <b>90</b>  |
| <b>Gráfico 9 – Importância das barracas da Praia do Futuro.....</b>  | <b>91</b>  |
| <b>Gráfico 10 – Desvantagens causadas pelas barracas da Praia do Futuro.....</b>   | <b>92</b>  |
| <b>Gráfico 11 – Opinião dos entrevistados sobre a ação judicial para retirada<br/>das barracas da Praia do Futuro.....</b> | <b>94</b>  |
| <b>Gráfico 12 - Média de gastos realizados em uma barraca da Praia do Futuro<br/>.....</b>                                 | <b>105</b> |
| <b>Gráfico 13 - Motivos pelos quais frequentadores das barracas não solicitam<br/>cupom fiscal.....</b>                    | <b>106</b> |
| <b>Gráfico 14 – Arrecadação de ICMS do Estado do Ceará de 2011 a 2016 (em<br/>bilhões de reais).....</b>                   | <b>109</b> |
| <b>Gráfico 15 - Arrecadação do ICMS em Fortaleza no ano de 2016.....</b>   | <b>110</b> |

## LISTA DE TABELAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabela 1 – Evolução da demanda turística via Fortaleza.....   | 50  |
| Tabela 2 – Frequência de visitas à Praia do Futuro.....   | 87  |
| Tabela 3 – O que os entrevistados mais gostam nas Barracas da Praia do Futuro.....                            | 89  |
| Tabela 4 – O que os entrevistados não gostam nas barracas da Praia do Futuro.....                             | 90  |
| Tabela 5 – Importância das Barracas da Praia do Futuro.....   | 91  |
| Tabela 6 – Desvantagens causadas pelas barracas da Praia do Futuro.....                                       | 92  |
| Tabela 7 – Opinião dos entrevistados sobre a ação judicial para retirada das barracas da Praia do Futuro..... | 93  |
| Tabela 8 – Média de gastos realizados em uma barraca da Praia do Futuro .....                                 | 104 |
| Tabela 9 – Arrecadação do ICMS no Estado do Ceará de 2011 a 2016.....   | 109 |
| Tabela 10 – Arrecadação do ICMS em Fortaleza no ano de 2016.....  | 110 |
| Tabela 11 – Comparativo do ICMS arrecadado.....   | 111 |
| Tabela 12 – Arrecadação das Barracas de Praia cadastradas no regime Normal de pagamento no ano de 2016.....   | 111 |

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

|          |  |
|----------|--|
| ABIH     | Associação Brasileira da Indústria de Hotéis   |
| ABRASCE  | Associação Brasileira de Shopping Centers  |
| AEPF     | Associação dos empresários da Praia do Futuro  |
| ALMEC    | Associação dos Lojistas do Mercado Central   |
| CEDUF    | Célula de Educação Fiscal  |
| CGF      | Cadastro Geral da Fazenda  |
| ECF      | Equipamento Emissor de Cupom Fiscal  |
| EIA      | Estudo de Impacto Ambiental  |
| GRPU     | Gerência do Patrimônio da União  |
| IBGE     | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  |
| ICMS     | Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicações |
| IPEA     | Estudo do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas  |
| IPECE    | Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará  |
| IPHAN    | Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional   |
| MPF      | Ministério Público Federal   |
| PEF      | Programa de Educação Fiscal do Estado do Ceará   |
| PIB      | Produto Interno Bruto  |
| PRODETUR | Programa de Desenvolvimento do Turismo   |
| RIMA     | Relatório de Impacto Ambiental   |
| SEFAZ    | Secretaria da Fazenda do Estado do Ceará   |
| SETFOR   | Secretaria de Turismo de Fortaleza   |
| SETUR    | Secretaria de Turismo do Estado do Ceará   |
| SPU      | Superintendência do Patrimônio da União  |
| UNIFOR   | Universidade de Fortaleza  |

## SUMÁRIO

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO.....</b>  | <b>13</b>  |
| <b>2</b> | <b>METODOLOGIA: O CAMINHO DA INVESTIGAÇÃO.....</b>  | <b>18</b>  |
| 2.1      | OS CONCEITOS FUNDANTES.....   | 20         |
| 2.2      | OS PASSOS DA PESQUISA.....  | 35         |
| <b>3</b> | <b>FORTALEZA: A METRÓPOLE LITORÂNEA DO LAZER E DO<br/>TURISMO.....</b>                          | <b>39</b>  |
| 3.1      | ESPAÇOS DE LAZER E TURISMO EM FORTALEZA.....  | 57         |
| 3.2      | UM OLHAR SOBRE A PRAIA DO FUTURO.....   | 70         |
| <b>4</b> | <b>AS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO COMO ESPAÇOS DE CONSUMO<br/>E ARRECADAÇÃO TRIBUTÁRIA.....</b> | <b>74</b>  |
| 4.1      | A OFERTA TURÍSTICA DAS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO.....   | 80         |
| 4.2      | O CADASTRO DAS BARRACAS NO SISTEMA DE TRIBUTAÇÃO<br>ESTADUAL.....                               | 94         |
| 4.3      | O CONTROLE DA SECRETARIA DA FAZENDA SOBRE O RECOLHIMENTO<br>DO ICMS.....                        | 98         |
| 4.4      | A CONTRIBUIÇÃO DAS BARRACAS NA ARRECADAÇÃO TRIBUTÁRIA DO<br>ESTADO DO CEARÁ.....                | 108        |
| 4.5      | AÇÕES DE CIDADANIA E EDUCAÇÃO FISCAL PARA RESIDENTES E<br>TURISTAS.....                         | 112        |
| <b>5</b> | <b>CONCLUSÃO.....</b>   | <b>117</b> |
|          | <b>REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>120</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem como temática de investigação o lazer e o turismo em Fortaleza, a partir do consumo nas barracas da Praia do Futuro e a arrecadação tributária realizada pelas barracas.

O Governo do Estado vê no turismo oportunidade para fazer crescer a economia. O turismo, além de proporcionar entrada de divisas, oferece possibilidade de ampliação da arrecadação de impostos, em especial o que incide sobre a circulação de mercadorias. A atividade ganha cada vez mais importância no Estado por desempenhar papel decisivo no desenvolvimento de metrópoles e cidades, justo que são núcleos receptores de turismo. Pelo potencial dinamizador que o turismo oferece a atividade recebe tratamento especial do poder público que, ao longo das últimas décadas, no Ceará, implanta políticas públicas para projetar a metrópole Fortaleza, o litoral, serra e sertões nos roteiros do turismo nacional.

Fortaleza e cidades litorâneas do Ceará investem na atividade turística e, sobretudo são contempladas com políticas públicas para o melhoramento da infraestrutura a fim de que recebam fluxos turísticos. Cidades localizadas no litoral atraem investimentos públicos e privados e se tornam núcleos receptores de turistas. Fortaleza e o litoral cearense mostram crescimento no turismo e tornam-se destinação turística, sendo os espaços modificados gradativamente para atender ao turismo, com a dinâmica que a atividade oferece.

O Ceará, sobretudo o litoral cearense, deixa de ser visto como espaço de pobreza e subdesenvolvimento, assolado por secas, ao se tornar território turístico. As políticas públicas aliadas ao *marketing* fazem ver que o estado é lugar de praias ensolaradas que permitem o desfrute de inúmeras opções de diversão. Assim, o litoral ganha projeção e passa a ser mercadoria valorizada, transformado em espaço para lazer e turismo, atendendo demanda crescente de visitantes.

A cidade de Fortaleza recebe mais investimentos que as demais cidades do Estado, reorganiza o território e se projeta como destino turístico, sendo porta de entrada oficial para os turistas que buscam o Ceará. Segundo dados da Secretaria de Turismo (SETUR), a demanda turística via Fortaleza, em 2015, de turistas nacionais e internacionais, foi de mais de 3 milhões de turistas, gerando receita turística de 7 milhões de reais (SETUR,2017).

O fato de Fortaleza estar em região pobre do Nordeste do Brasil e oferecer precária segurança urbana dificulta os avanços das políticas de turismo, mas pode-se dizer que Fortaleza é uma cidade moderna e turistificada, tem foco no turismo e conta com fluxos o ano todo. É a quinta maior capital do país, cidade metrópole de um estado que se moderniza e investe no turismo como atividade econômica relevante. É implantada na metrópole infraestrutura turística necessária, como o aeroporto internacional, rede hoteleira, terminal marítimo com capacidade para receber grandes cruzeiros, pólos gastronômicos, centro de eventos e diversos espaços culturais propícios ao lazer.

Fortaleza é também conhecida como lugar de compras, de eventos e de excelente gastronomia, atividades que auxiliam na divulgação do destino turístico. A Cidade possui mais de 34 km de litoral, espaços privilegiados que atraem turistas e residentes, como a Beira-Mar, Praia de Iracema e Praia do Futuro.

Como resultado do investimento no turismo, a cidade de Fortaleza se consolida no mercado nacional como destino turístico, ganha relevância pela capacidade de gerar emprego e renda para a população. Como outras atividades econômicas, o turismo também tem importância pela capacidade de gerar impostos que incidem sobre a venda de mercadorias e serviços.

O turismo é atividade econômica que se realiza sob a lógica do mercado. Os empresários e trabalhadores do turismo ofertam bens e serviços. As pessoas buscam lazer e consumo, levando o Estado a regular a atividade e propiciar a infraestrutura necessária, dependendo de recursos financeiros, obtidos, dentre outros meios, via arrecadação de impostos. O Estado atua ora para impulsionar o livre exercício da atividade econômica, ora para extrair dos empreendedores os tributos, que são recursos necessários à manutenção da máquina pública.

Assim, o papel do Estado é fundamental para impulsionar a economia para o desenvolvimento da sociedade. Para exercer as funções estatais, o Estado arrecada tributos, que ajudam a mover a máquina pública e promover os serviços públicos essenciais à sociedade. O Estado arrecada impostos, mas tem que fazê-lo de forma a não impedir o desenvolvimento das atividades econômicas. Como se diz popularmente, como um bom pastor deve tosquiá-las, mas não esfolá-las.

Cabe ao poder público estimular o crescimento da atividade turística como alternativa de desenvolvimento econômico do Estado, porque a atividade tem potencial para gerar impostos que incidem sobre o consumo realizado por turistas e

residentes. As atividades vinculadas ao lazer e turismo, na ótica mercadológica, exercem papel relevante na economia, ao gerarem renda para as empresas e indivíduos e também por contribuírem para a arrecadação tributária. O aumento das receitas públicas permite mais investimento público em infraestrutura, segurança, saúde e outras atividades sociais. E o que beneficia a cidade, beneficia tanto o residente quanto o turista.

O poder público espera que o cidadão compreenda a importância do tributo e perceba a relação dos impostos com o atendimento das demandas da sociedade. Sabe-se que nem sempre as ações alcançam os resultados desejados, seja pela falta de consciência tributária dos cidadãos, seja pelo próprio descrédito da sociedade quanto à aplicação correta dos recursos públicos. Para alguns, o Estado é visto como entidade que extrai compulsoriamente parte da renda obtida pelos cidadãos no livre exercício da atividade econômica e, por ineficiência, desperdiça a maioria dos recursos na manutenção da máquina pública, falhando em atender às necessidades sociais. Por se sentirem usurpados dos direitos, muitos cidadãos se esquivam ou se omitem no cumprimento dos deveres sociais, sobretudo no pagamento de tributos.

A existência do Estado democrático de direito exige dos cidadãos o cumprimento de deveres, dentre estes o pagamento de tributos e fiscalização do repasse ao ente tributante. A sonegação fiscal em estado pobre como o Ceará acarreta prejuízos para a sociedade.

As atividades de turismo e lazer fazem parte do cotidiano urbano da cidade de Fortaleza, metrópole turistificada. Pela lógica do mercado capitalista, turismo e lazer estão associados ao consumo de bens e serviços. Ao visitarem as barracas da Praia do Futuro, turistas e residentes consomem alimentos e bebidas nos restaurantes, compram nas lojas e utilizam diversos serviços ofertados no local. Os gastos realizados geram renda para os integrantes da cadeia produtiva do turismo e impostos que são recolhidos ao Estado e que contribuem para o crescimento da arrecadação tributária estadual.

A realidade estudada na pesquisa volta-se para as barracas da Praia do Futuro, onde as práticas de lazer e turismo estão fortemente associadas ao consumo de produtos, que geram arrecadação tributária para o Estado do Ceará. Para a compreensão desta realidade, elabora-se os seguintes questionamentos:

- Qual a relevância das barracas da Praia do Futuro como espaços de lazer e turismo na cidade de Fortaleza?
- Quais os produtos e serviços vendidos nas barracas da Praia do Futuro?
- Como se faz o registro das vendas realizadas nas barracas da Praia do Futuro?
- As barracas da Praia do Futuro emitem notas fiscais nas vendas que realizam?
- Qual a contribuição das barracas da Praia do Futuro na arrecadação tributária estadual?
- Qual o trabalho de educação fiscal e cidadania realizado para estimular os cidadãos a solicitarem notas fiscais quando realizam compras nas barracas da Praia do Futuro?

Com base nos questionamentos efetuados, a presente dissertação tem os seguinte objetivos:

Objetivo Geral:

- Analisar o lazer e o turismo em Fortaleza, a partir do consumo e da arrecadação tributária das barracas da Praia do Futuro.

Específicos:

- Identificar os produtos e serviços vendidos nas barracas da Praia do Futuro;
- Verificar como é feito o registro das vendas efetuadas nas barracas da Praia do Futuro;
- Investigar se as barracas da Praia do Futuro emitem notas fiscais para os consumidores, nas vendas que realizam;
- Verificar qual a contribuição das barracas da Praia do Futuro na arrecadação tributária estadual;
- Analisar o trabalho de educação fiscal realizado para estimular a solicitação de notas fiscais nas barracas da Praia do Futuro, possibilitando o incremento da arrecadação tributária estadual.

A dissertação está estruturada em cinco partes. Na introdução, apresenta-se o objeto de estudo e a contextualização, relevância do estudo, questionamentos formulados e objetivos a serem alcançados. Na segunda parte, apresenta-se a

metodologia dialética como o método adequado por buscar conflitos e contradições, bem como os passos da pesquisa. Na terceira parte, estuda-se Fortaleza como metrópole do lazer e do turismo, com produção de espaços turísticos na cidade, analisando-se especificamente a Praia do Futuro. O quarto item volta-se ao objeto de análise: as barracas da Praia do Futuro como espaços de consumo e arrecadação tributária, com a apresentação dos resultados obtidos com o estudo e a pesquisa.

A relevância do tema está na importância que a Praia do Futuro exerce, como espaço de lazer e turismo na cidade de Fortaleza, em função das barracas de praia, que fazem parte do cenário turístico da cidade, atraindo semanalmente em torno de 100 mil visitantes na baixa estação e 250 mil na alta estação, segundo informações da Associação de Empresários da Praia do Futuro. Na Praia do Futuro as práticas de lazer e turismo estão fortemente associadas ao consumo. Turistas e residentes utilizam a infraestrutura fornecida pelas barracas, consomem produtos e serviços e estimulam o crescimento dos empreendimentos. As barracas são estabelecimentos comerciais cadastrados na Secretaria da Fazenda que recolhem impostos incidentes sobre os produtos que vendem. Justifica-se então a análise das barracas da Praia do Futuro porque são importantes como atrativo turístico na cidade de Fortaleza e porque contribuem com a arrecadação tributária estadual, recursos financeiros essenciais ao atendimento das demandas da coletividade.

## 2 METODOLOGIA: O CAMINHO DA INVESTIGAÇÃO

Na presente dissertação se escolhe o método dialético. A dialética analisa a realidade no contexto social, político e econômico dentro da perspectiva de constante mutação, sem desprezar as contradições existentes. O objeto investigado é processual, visto ser produção histórica.

A metodologia científica se define como uma visão de ciência, de sociedade e de análise científica adotada pelo pesquisador. Refere-se ao estudo do método e dos instrumentos necessários para a elaboração do trabalho científico. Trata-se também do conjunto de técnicas e processos empregados na realização da pesquisa e a formulação dos questionamentos que levarão ao objeto da investigação científica.

A dissertação exige rigor e pesquisa, não se contenta com informações superficiais. Analisar um fato pelo conhecimento científico vai além de explicá-lo, significa descobrir e explicar as relações com outros fatos, à luz das teorias e conceitos. O conhecimento científico analisa a realidade além das aparências, para descobrir as causas dos acontecimentos. Difere do conhecimento empírico, pois não se contenta com a aparência do fato, busca a essência. Conhece as causas e as leis que o determinam. Diz Lakatos e Marconi (2010) que:

O conhecimento vulgar ou popular, às vezes denominado senso comum, não se distingue do conhecimento científico nem pela veracidade, nem pela natureza do objeto conhecido: o que os diferencia é a forma, o modo ou o método e os instrumentos do conhecer (LAKATOS; MARCONI, 2010, p. 58).

O conhecimento científico lida com ocorrências e fatos. É sistemático, ordenado, formado por idéias e teoria. Pode ser verificável e aproximadamente exato, por não ser definitivo. Novas descobertas podem modificar a teoria construída. O método científico vai além da descrição dos caminhos traçados para chegar aos resultados. Refere-se aos motivos pelos quais se escolheu determinado caminho, em vez de outro, pois “não há ciência sem o emprego de métodos científicos” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p. 65).

A dialética confere legitimidade para pensar a realidade como totalidade dinâmica, onde os contrários se opõem e criam novas realidades que exigem novas análises. Chega-se assim a novas conclusões a respeito dos fatos analisados. Parte da premissa de que os fenômenos da sociedade estão em conexão e que a

realidade não é estática. Todo estudo parte da ideia de que o mundo está sempre em constante mudança. Neste sentido a dialética:

Reconhece a dificuldade de se apreender o real, em sua determinação objetiva, por isso a realidade se constrói diante do pesquisador por meio das noções de totalidade, mudança e contradição. A noção de totalidade refere-se ao entendimento de que a realidade está totalmente interdependente, interagida entre os fatos e fenômenos que a constitui. Já a noção de mudança compreende que a natureza e a sociedade estão em constante mudança e que elas tanto são quantitativas quanto qualitativas. Enquanto isso a noção de contradição torna-se o motor da mudança. As contradições são constantes e intrínsecas à realidade. As relações entre os fenômenos ocorrem num processo de conflitos que geram novas situações na sociedade (DINIZ; SILVA, 2008, p. 4).

Diz Kosik (1976, p. 434) que “totalidade não significa todos os fatos”. O estudo dialético analisa a realidade como um todo estruturado, no qual os fatos são racionalmente compreendidos. Não se limita ao todo ou às partes, mas analisa as contradições, os elementos contrários que formam uma totalidade.

Salvador (2012, p. 102) acrescenta que o mundo é permeado por contradições, pela luta dos contrários. Diz o autor:

As contradições não expressam dualismos, mas sim pares dialéticos que devem ser analisados criticamente, como: pobreza e riqueza, mercado e Estado, matéria e consciência, necessário e contingente, forma e conteúdo, realidade e possibilidade, tempo e espaço. Os pares dialéticos mostram que os fenômenos, em sua essência, estão em unidade, integrando uma só dinâmica: no momento, a capitalista. (SALVADOR, 2012, p. 102).

O método dialético apoia-se na análise crítica da realidade. Interpreta-se a realidade em movimento, as contradições e as potencialidades de mudanças. Não há realidade estática. O movimento de mudança é contínuo.

A dinâmica do lazer e turismo imposta pela sociedade capitalista acirra as relações sociais produzidas no espaço turístico. Turistas, residentes, empresários e trabalhadores autônomos interagem no espaço social, em face da lógica do mercado capitalista, ao transformarem lazer e turismo em mercadorias sujeita às leis de mercado. O turismo é atividade dinâmica que produz espaços e reproduz relações dinâmicas e contraditórias, dentro da lógica de mercado em que se realiza. O método dialético presta-se, assim, para análise da complexidade das relações:

Para isso, é sumamente importante trabalhar de modo qualitativo, lançando mão de observações, de entrevistas com agentes sociais e de reflexões acerca da realidade estudada, sempre objetivando uma análise crítica do objeto de estudo. É imprescindível calcar as nossas análises na totalidade da realidade estudada, considerando os diferentes agentes sociais, as diferentes atividades desenvolvidas, assim como as desigualdades e as contradições que marcam o espaço delimitado para pesquisa. Somente

assim estaremos atentando para a dinâmica do real, ao ultrapassarmos as meras descrições, percepções e estatísticas que são insuficientes para uma análise acurada da complexidade socioespacial (SALVADOR, 2012, p. 108).

A cidade é espaço produzido, cheio de contradições da vida em sociedade. É local de moradia, trabalho, lazer, descanso e turismo. O litoral da metrópole reproduz esse modelo, lugar de inter-relação e de conflitos entre os diferentes atores sociais. Conflitos estão sempre presentes na história da humanidade, decorrentes das relações entre distintos sujeitos sociais que atuam no espaço com interesses divergentes. Acontecem em diferentes níveis, estados, grupos sociais e sujeitos. Analisar as relações pelo método dialético significa compreender conflitos e contradições decorrentes de distintos interesses dos agentes sociais que atuam na produção e reprodução da porção do espaço geográfico (FREIRE, 2015).

Fortaleza é parte integrante da totalidade dinâmica e contraditória, o que justifica sua escolha como objeto de investigação. Analisar, pelo método dialético, as barracas da Praia do Futuro, para além de dados estatísticos, significa identificar como se reproduzem as relações entre os diferentes atores sociais que interagem no espaço de lazer, turismo e consumo. Estado e sociedade são partes de um todo integrado e ao mesmo tempo contraditório onde os conflitos e diferenças são negociados à luz dos interesses comuns e coletivos. Existem jogos de interesses não patentes e é necessário compreendê-los para não se produzir textos ingênuos.

## 2.1 OS CONCEITOS FUNDANTES

Para teorizar o objeto de estudo da dissertação faz-se necessário estabelecer os fundamentos que norteiam a investigação. Em face do tema escolhido, foram estabelecidos os seguintes conceitos fundantes: lazer, turismo, metrópole, litoral, consumo, Estado e tributação.

No início do século XX, as lutas por redução na jornada de trabalho nas sociedades urbano-industriais, com a conseqüente ampliação do tempo livre, tornam mais relevante a questão do uso que o trabalhador faz do tempo em que não está trabalhando. O tempo de não trabalho deixa de ser compreendido como oportunidade de contemplação e passa a ser visto como tempo de recuperação e preparação do corpo e do espírito para a atividade laboral.

Nesse contexto, a classe burguesa que, nos primórdios do sistema capitalista, era contrária às reivindicações operárias por mais tempo livre e combatia as diversões populares, considerando-as um risco para a produção e possível foco de subversão, cede às pressões da classe trabalhadora organizada e cria o lazer para atender interesses, seja para incrementar direta ou indiretamente os negócios, pelo estímulo ao consumo e pela crença de que o lazer é útil para a restauração das forças de trabalho, seja por propagar valores úteis à manutenção da ordem (MELO;ALVES JÚNIOR, 2012). O lazer passa a ser visto como tempo necessário para recuperação da força de trabalho, de modo a não comprometer a produtividade dos trabalhadores e também como tempo para que os trabalhadores consumam produtos ofertados pela indústria.

A separação do trabalho e lazer trouxe valoração econômica para o tempo livre das pessoas. Antes dedicado ao ócio puro e simples, as atividades de lazer passam a ocupar de forma crescente o tempo livre levando ao consumo de lazeres. Produto vendido no mercado que cresce em função das necessidades das pessoas descansarem do trabalho. As atividades de lazer têm capacidade de inovação permanente, assim há que se distinguir entre ócio, lazer e turismo:

Ócio é necessidade humana fundamental, faz parte da vida de todos, sem distinção de classe, raça, cor ou credo, é invenção do ser humano; o lazer é invenção da sociedade industrial com a conquista de tempo livre do trabalho e o turismo decorre do avanço do próprio capitalismo e do processo civilizatório (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2014, p. 5).

O lazer surge como síntese dialética entre o tempo de trabalho e o tempo livre, oposição ao tempo gasto obrigatoriamente nas atividades de trabalho impostas pelo sistema capitalista. Dumazedier (1999) define o lazer como um conjunto de atividades às quais o indivíduo se entrega de bom grado, após cumprida as obrigações profissionais, familiares, pessoais e sociais, seja para descansar, seja para se divertir, seja para se desenvolver. Explica Silva:

Na sociedade contemporânea ocidental, trabalho e lazer são aspectos alternados da vida cotidiana. Trabalha-se para garantir o lazer, que por sua vez serve como descanso e recuperação das energias físicas e mentais para o trabalho [...] essa oposição entre trabalho e lazer é uma das características da sociedade capitalista e ela não é só quantitativa [...] mas qualitativa: ao lazer relaciona-se o prazer, o entretenimento, a satisfação dos desejos, enquanto ao trabalho o compromisso, a responsabilidade. (SILVA, 2004, p. 36).

O sistema capitalista cria no indivíduo a necessidade de entretenimento e lazer, como contraponto a exigência do trabalho. Também cria a idéia de que o lazer

pode ser realizado de forma diferente, financiado pelo próprio capital. Surge então a necessidade das viagens de férias como alternativa de lazer. Descobre-se o prazer de viajar, “não apenas por necessidade e obrigação, mas por ser algo prazeroso, forma de gozo, até se transformar em uma mercadoria como objeto de desejo e de felicidade” (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2014, p. 318).

Lazer e turismo são necessidades induzidas. O modelo econômico vigente cria no indivíduo a idéia de que viajar e consumir são necessidades. Nesse sentido, afirma Parente (2006):

Lazer está para além da simples reposição da força laboral; é a possibilidade de reflexão e ócio; introspecção, observação pessoal ao próprio sentimento. Lazer é, ao mesmo tempo, imaginação e extravasamento; é o não trabalho aproveitado como descanso, distração, satisfação e prazer. Contudo, o caráter teoricamente inalienável do lazer é cooptado pelo modo de produção hegemônico em diversos segmentos, sobretudo no turismo. (PARENTE, 2012, p. 100).

As viagens e deslocamentos das pessoas são o cerne do turismo. A atividade turística é uma forma de lazer, constitui uma das formas de se utilizar o tempo livre. O lazer se relaciona ao tempo livre, ao não trabalho, ao ócio. O turismo é uma forma de lazer induzida pelo capitalismo. (CORIOLANO, 2006).

O lazer, sob a ótica da sociedade mercadológica, deixa de ser mera oportunidade de usar o tempo livre em atividades culturais, de recreação, divertimento, ou da forma que o indivíduo entender como satisfatórias para repor as energias gastas no trabalho. O tempo livre do indivíduo se transforma em objeto da “indústria do lazer”, é associado às idéias de deslocamento e consumo e é direcionado para a prática do turismo, que se transforma em:

Empreendimento rentável, negócio lucrativo que mobiliza instituições, equipamentos, produtos e ocupações no entorno, assim como rede de hotéis e *resorts*, clubes, agências de viagens, excursões, pacotes, parques de diversões, academias. Vincula-se ao modo de vida que a modernidade exige com sua dinâmica, sem restringir-se apenas à reposição das forças despendidas em jornadas de trabalho. (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2014, p. 8).

O turismo é fenômeno que surge com o modo de produção capitalista, É atividade que exerce papel de destaque no mundo contemporâneo, transformada em fenômeno econômico que atende a diversos interesses. Neste sentido:

O turista busca experiências e satisfações espirituais e físicas, os integrantes da cadeia produtiva do turismo buscam lucro financeiro, o governo considera o turismo um fator de riqueza para a região e os residentes vêem a atividade como geradora de empregos e promotora de intercâmbio cultural (IGNARRA, 2003, p.4).

A partir dessa visão, a atividade turística adquire relevante expressão econômica em determinadas regiões, como no Nordeste e na capital Fortaleza, reorganizando espaços geográficos e produzindo novas territorialidades. Os lugares turísticos são preparados para atrair cada vez mais visitantes com políticas privadas, públicas e alternativas. “Ora transformam, ora preservam paisagens, criando infraestruturas favoráveis a realização da atividade”. (PARENTE, 2012, p. 101).

As manifestações de lazer e divertimento com o arranjo espacial decorrente dessas práticas orientam a produção de novas territorialidades. A especialização do lazer e do turismo, em face do modo vigente, contribui para a constituição de espaços turistificados, especialmente nas cidades litorâneas, para onde o poder público direciona investimentos. O litoral adquire sobrevalorização, pela capacidade de oferecer novos territórios para exploração da atividade turística, como explicam os teóricos.

Turismo, ócio, recreação e lazer são atividades econômicas que têm produzido grandes transformações no espaço natural e cultural do litoral. O turismo mobiliza intensos fluxos para os litorais que passam a ser vistos como destinos turísticos, e, sobretudo como produtos do consumo turístico. O sol, o mar, as praias, possuem uma força atrativa muito forte, que para muitos chega a ter poder mítico – o desejo do litoral. O imaginário sobre o litoral é riquíssimo, daí porque é identificado como destino turístico de milhões de pessoas/ano (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2014, p. 33).

Ao longo dos tempos, o papel do litoral se altera. Inicialmente local de proteção do território contra invasões externas, passa a ser espaço de escoamento da produção, com a atividade portuária exercendo papel de destaque. Nesse momento o litoral é visto como região desprestigiada, local de moradia de pescadores e das classes mais pobres.

Com a associação do mar a funções terapêuticas relacionadas ao clima e aos banhos marítimos, o litoral adquire nova configuração para as classes mais abastadas. Nesse sentido “As novas práticas marítimas, representativas da incorporação dos hábitos europeus pelas referidas classes, suscitam tímido movimento de urbanização das zonas de praia” (DANTAS, 2011, p. 41).

O litoral se reconfigura como espaço de lazer das classes mais abastadas. Nas cidades litorâneas, a atração exercida pelo mar, a partir das práticas marítimas que se consolidam, banhos de mar, vilegiatura e as práticas de lazer e turismo dinamizam a vida na metrópole e valorizam economicamente os espaços litorâneos.

Inicia-se o processo de afastamento dos grupos de menor poder aquisitivo, que são obrigados a buscar outros locais para morar e exercer suas atividades. Em face da nova configuração “espaços anteriormente ocupados pelas populações pobres, passaram a ser requeridos pela elite, com expulsão dos antigos habitantes. O litoral destaca-se como mercadoria própria ao turismo, considerado como um dos principais atrativos de desenvolvimento da atividade”. (FREIRE, 2015, p.61) Com a valorização da atividade turística, a orla marítima se reconfigura e o litoral assume um papel de relevância como destino turístico, em função dos atrativos do turismo de sol e praia. A esse respeito, afirma Paiva (2011):

A produção e o consumo dos espaços litorâneos, que qualificam a modalidade de turismo de sol e mar, constituem um dos segmentos mais dinâmicos da atividade turística, pois além do ambiente natural litorâneo e da variedade dos seus ecossistemas exercerem elevado poder de atração, possibilitam ainda o exercício de diversas práticas de lazer. (PAIVA, 2011, p. 59).

O litoral se consolida como espaço de lazer e turismo, transformando-se em mercadoria objeto de desejo de residentes e visitantes, e alvo das políticas públicas e privadas. “A paisagem litorânea, transformada em recurso turístico, submete-se aos ditames do mercado que estabelece valores e transforma as paisagens naturais em objetos de consumo” (FREIRE, 2015, p. 46).

Nesse contexto, as metrópoles litorâneas são transformadas em núcleos receptores de turistas, pois apresentam os atrativos do turismo de sol e praia, aliados aos serviços e a infraestrutura necessários a propiciar certo padrão de conforto e segurança aos visitantes. Araújo (2015) afirma que:

As metrópoles são espaços articulados socioeconomicamente, desiguais e contraditórios, com modo de vida restritamente urbano que estabelecem relações com vários agentes sociais, espaciais e econômicos, em níveis cada vez mais intensos e de grandes escalas espaciais, e que produzem aspectos materiais e subjetivos perante os seus significados (ARAÚJO, 2015, p. 12).

A valorização dos espaços turísticos está associada à infraestrutura necessária ao desenvolvimento da atividade. Em geral, os turistas procuram as principais metrópoles do mundo. Espaços litorâneos são os mais preferidos. A partir daí, gera-se a rede de serviços turísticos que, bem administrados, transformam a atividade turística em elemento dinamizador da economia da cidade. Segundo Coriolano (2002, p. 39) “o turismo é considerado uma das principais atividades do terciário, mobilizando fluxos de serviços, capitais e populações”.

Nesse cenário, as facilidades oferecidas pelas metrópoles, aliadas ao fascínio que o litoral exerce no imaginário social transformam cidades em espaços turistificados. “Metrópole e litoral são espaços procurados pelos turistas. Segmentos turísticos prioritários são de sol e praia e de negócios” (FREIRE, 2015, p. 61). Na Metrópole Fortaleza o turismo de sol e praia se consolida, mesmo com ajustes ainda a serem feitos. E o turismo de negócios tem crescido consideravelmente a partir do funcionamento do novo Centro de Eventos do Ceará e infraestruturas disponíveis em hotéis e outros equipamentos.

O turismo integra de forma definitiva a agenda econômica do poder público, que vê na atividade o meio de estimular a oferta de empregos, gerar renda para os integrantes da cadeia produtiva de turismo e arrecadação tributária para os cofres públicos. Nessa perspectiva, cidades litorâneas se transformam, nas últimas décadas, em núcleos receptores e portão de entrada para os turistas, a exemplo de Fortaleza, que é considerada “núcleo dispersor de turistas para todo o estado” (CORIOLANO, 2002).

As metrópoles litorâneas investem na oferta de equipamentos turísticos, amplia-se a rede de meios de hospedagem e serviços de alimentação. A cidade concentra eventos e atividades para atrair fluxo maior de visitantes. “A produção e o consumo dos espaços litorâneos, que qualificam a modalidade de turismo de ‘sol e mar’, constituem um dos segmentos mais dinâmicos da atividade turística” (PAIVA, 2017, p. 263).

As cidades se constituem, desde muito tempo, atrativo para os viajantes, mesmo quando as motivações de viagem não estavam ligadas ao lazer. Com a projeção da atividade turística, a cidade se converte em importante atrativo turístico, pois materializa diversas fases do processo de urbanização, transformando importantes artefatos culturais em atrativos turísticos. As estruturas espaciais existentes e consolidadas auxiliam no desenvolvimento da atividade turística. “A cidade se configura como centro de emissão de turistas e também importante centro de recepção” (PAIVA, 2011, p. 45).

Metrópoles atraem fluxos turísticos por motivos diversos como compras, atividades culturais, negócios e eventos ou pelo próprio fascínio que os grandes centros urbanos exercem. As cidades se reorganizam e novos espaços turísticos, para além do litoral, são produzidos. Neste sentido, explica Boullón (2002) que:

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país (BOULLÓN, 2002, p.79).

A configuração territorial se modifica. As cidades turísticas recebem obras de infraestrutura e melhorias urbanas com caráter embelezador, para produzir cenários que influenciam na escolha do turista. Silva (2004) explica:

As metrópoles são pressionadas pela necessidade de manter a atratividade e, ao mesmo tempo, solucionar ou amenizar os conflitos urbanos comuns às grandes cidades, que tem raízes em problemas estruturais históricos, advindos da má distribuição de renda (SILVA, 2004, p.23).

O poder público instrumentaliza a metrópole para servir ao turismo e deixa em segundo plano os serviços destinados aos residentes, causando insatisfações.

O turismo no Ceará se irradia a partir da lógica metropolitana. Fortaleza, sede da região metropolitana, exerce papel importante na concentração e distribuição de fluxos turísticos na região urbana e nas demais regiões turísticas do estado. Atratividade para o turismo, tempo de permanência do turista, oferta de bens e serviços turísticos e redução da sazonalidade são questões que passam a fazer parte da pauta de discussões sobre o turismo.

A atividade turística, apesar de contraditória e abrigar conflitos, é setor econômico estratégico de desenvolvimento do Ceará. Em conjunto com outras atividades, contribuiu para melhorar o bem-estar dos cearenses direta ou indiretamente ligados à cadeia produtiva do turismo. A atividade torna-se alternativa viável para incrementar ofertas de emprego, qualificar profissionais para o setor, gerar impostos. “Contribui para criar, melhorar ou ampliar infraestruturas em áreas com potencial turístico, aumentando a oferta de serviços necessários ao residente e ao visitante”. (SOUZA, 2013, p.129).

Atrativos turísticos de cidades litorâneas exercem papel relevante para impulsionar o turismo. A manutenção da atividade com a atração de fluxos turísticos constantes depende de diversos componentes. Tudo o que compõe o lugar complementa e enriquece a oferta turística. Para que o destino turístico seja capaz de atrair fluxo constante de visitantes e gerar emprego e renda para a cidade, além dos atrativos, é preciso ter infraestrutura planejamento e estratégia para o funcionamento da cadeia produtiva do turismo, desde a promoção do destino,

hospedagem, alimentação e todos os demais serviços dos setores impactados pelo turismo. Neste sentido Freire (2015) esclarece:

Para realização da viagem, essencial a prática turística, precisa-se de estrutura direcionada à recepção do turista, meios de hospedagem, alimentação, eventos, entretenimento, entre outros. Para tanto são necessárias infraestruturas urbanas e turísticas, aeroportos, rodovias, marinas, redes de esgoto, instalações de tratamento de água, restauração de monumentos históricos, museus e centros de preservação ambiental, que beneficiam turistas e a população residente. O Estado funciona como intermediário entre escalas internacionais e nacionais, o que é fundamental para manutenção do sistema capitalista, por fornecer infraestruturas e incentivos fiscais para as empresas instalarem-se em determinadas regiões (FREIRE, 2015, p. 50).

A escolha do destino a ser visitado tem motivações diversas, algumas de ordem subjetiva, particulares do turista. Outras relacionadas à infraestrutura do lugar. São aspectos relativos à segurança, limpeza, facilidade de acesso e de comunicação, meios de transporte, preservação do patrimônio histórico. Panosso Netto e Trigo (2009, p. 137) afirmam que o turista também escolhe o destino se “nele houver infraestrutura, atrativos, coisas para ser conhecer, boa gastronomia e segurança, dentre outros fatores”.

A facilidade de acesso à informação muda o perfil do turista, que é seletivo e exigente na escolha do lugar. O turista cada vez mais participa da formatação de suas viagens. “A motivação deixa de ser mera busca pelo sol e se torna busca por novos conhecimentos e novas experiências” (IGNARRA, 2003, p. 216).

O desenvolvimento das atividades urbanas da Metrópole Fortaleza é suporte à atividade turística. O turismo se desenvolve na cidade porque esta oferece infraestrutura e a cidade se beneficia da atividade. Diz Coriolano (2014):

O uso da cidade para o turista pressupõe o uso para o residente. A circulação dos turistas na cidade, a localização dos atrativos, dos equipamentos e serviços turísticos, tudo isso tem relação com as condições urbanas da cidade. (CORIOLANO, 2014, p.400)

Neste sentido, a atuação da gestão pública é fundamental para organizar o espaço urbano, criar e gerir espaços públicos, construir e manter equipamentos e para fornecer apoio à iniciativa privada. A atividade turística se inter-relaciona com as demais atividades de um lugar, recebendo influência não só das políticas públicas diretamente ligadas ao turismo, mas de todas as políticas aplicadas aos demais setores. As políticas públicas são essencialmente transversais, pois necessitam do

envolvimento de vários setores para viabilizar o setor turístico (LEITÃO; CORIOLANO, 2008). Neste sentido, Freire (2015) acrescenta:

Políticas urbanas que incidem sobre o litoral da Metrópole dotam o território com equipamentos que viabilizam a apropriação dos espaços pelos diferentes sujeitos sociais. Prerrogativas garantem o caráter público dos espaços, de modo a regular o uso pelos diferentes sujeitos sociais. Entre os usos do território estão inclusas práticas de lazer e turismo (FREIRE, 2015, p. 63).

As políticas públicas são definidas como ações executadas pelo poder público para atender aos interesses da coletividade. Nas palavras de Schindler (2014, p. 29) políticas públicas “são todas as decisões do Estado direcionadas a garantir os interesses da sociedade em algum assunto mais específico”. Nesse sentido as políticas públicas de turismo ou direcionadas a setores diversos são essenciais ao desenvolvimento da atividade turística. Neste sentido, afirmam Barbosa e Coriolano (2016):

O turismo é promovido por políticas, especialmente as públicas. O Estado atua como incentivador e parceiro de grupos empresariais que com políticas de turismo constroem hotéis, restaurantes, espaços propícios ao lazer. Empreendedores conseguem incentivos fiscais, além de serem beneficiados com infraestruturas básicas nos locais de instalação dos empreendimentos. Apropriam-se também de recursos naturais e culturais de lugares, transformando-os em atrativos turísticos divulgados pela mídia e comercializados, pois no turismo vende-se o lugar seja praia, clima, sol. (BARBOSA; CORIOLANO, 2016, p. 256).

O turismo é promovido por políticas, especialmente as públicas. O Estado atua como incentivador, dota os lugares potencialmente turísticos de infraestrutura básica e estabelece parcerias com os empresários, que instalam hotéis, restaurantes e outros equipamentos turísticos.

No contexto do capitalismo contemporâneo, as transformações espaciais decorrentes da atividade turística têm o Estado como principal agente ou sujeito promotor de ações públicas para o turismo. O Estado atua em diversas instâncias, mas destaca-se o papel que cumpre “na provisão de infraestrutura, na legitimação da ideologia e na idealização e implementação de políticas públicas”. (PAIVA, 2011, p. 126).

A atuação eficiente da gestão pública nas metrópoles é fundamental na atração de fluxos turísticos. O poder público é responsável pelo ambiente no qual o produto turístico é ofertado. Serviços essenciais à comunidade, como saneamento

básico, limpeza urbana, fornecimento de água, energia elétrica, comunicações, transportes públicos e segurança, são necessários também para que o mercado turístico seja propício à negociação de seus bens e serviços.

O Estado alterna o exercício de diversos papéis em face das necessidades da sociedade contemporânea. Promotor de desenvolvimento, regulador, investidor, o Estado exerce funções no contexto de economias modernas, globalizadas, baseadas em premissas relativas ao livre exercício das atividades econômicas e redução dos gastos públicos. E assim oportuniza condições favoráveis à acumulação de capital, extraíndo deste as receitas necessárias ao financiamento das atividades destinadas a atender às demandas sociais. O Estado exerce o papel de regulador e de provedor de infraestrutura, sendo também o ente tributante.

Receitas geradas principalmente pela arrecadação de tributos permitem que o Estado exerça as atividades para as quais foi concebido. A tributação é parte imprescindível do contrato estabelecido entre Estado e sociedade, por meio do qual os indivíduos aceitam financiar a atuação estatal e o Estado se compromete em manter a ordem pública, atendendo às necessidades da coletividade.

A tributação é aspecto indissociável da vida na sociedade capitalista. Está presente na quase totalidade das relações de compra e venda e afeta de muitas maneiras a vida econômica do cidadão, que paga tributos ao comprar alimentos, quando usa meios de transporte, abastece seu veículo, ou utiliza os serviços básicos, como energia elétrica, água ou telefone. No preço de cada mercadoria ou serviço que compra está embutido um valor relativo ao tributo, que deve ser repassado pelo fornecedor de bens e serviços ao ente público (CASTRO; SANTOS; RIBEIRO, 2010).

A atividade turística se insere neste contexto econômico. Práticas de lazer e turismo estão associadas ao consumo de bens e serviços, que geram efeitos diretos e indiretos sobre outros setores econômicos. Entre os impactos positivos citam-se: o incremento do nível de emprego, aumento das divisas, geração de impostos e os efeitos multiplicadores do turismo (SOUZA, 2013). Boullón (2002) explica que o turismo pertence ao setor terciário da economia, reúne uma série de bens e serviços produzidos por diversas atividades e se sustenta no consumo de bens e serviços. Atividades que geram tributos essenciais para a prestação de serviços públicos.

O turismo impulsiona a criação de áreas turistificadas, criando o imaginário de que turismo e lazer estão aliados ao consumo. Consumo gera tributos, dos quais o Estado lança mão para atender às demandas da coletividade. Nesse cenário, turismo e arrecadação de impostos são aspectos de coexistência necessária e muitas vezes contraditória entre o capital e o poder público. Trata-se de relação dialética e conflituosa. O Estado regula a sociedade e é influenciado por ela na consecução das políticas públicas. Neste sentido, Pereira (2010) mostra que:

O governo do Estado pode e deve procurar arbitrar os conflitos de classe; governar é, afinal, tomar decisões. Mas essa arbitragem não é neutra – ela reflete a relação de poder entre as classes – e está longe de ser soberana. Ainda que as decisões atendam melhor a alguns grupos ou classes sociais, serão sempre fruto de compromissos ou concessões mútuas. Os governantes estão necessariamente inseridos no ambiente político e social e suas decisões não têm o caráter de uma arbitragem neutra, mas constituem o difícil e contraditório processo de governar (PEREIRA, 2010, p. 127).

A atividade turística tem efeitos multiplicadores diretos e indiretos. Turistas e residentes são consumidores em potencial. Os gastos que realizam nos lugares que visitam movimentam a economia do lugar, geram renda para os integrantes da cadeia produtiva do turismo e contribuem para a arrecadação de tributos. “O espaço turístico é objeto de consumo em si e também é palco de distintos níveis e formas de consumo” (PAIVA, 2011, p. 30).

Turismo e lazer estão associados ao consumo. As compras fazem parte do cotidiano de residentes e turistas, admitindo-se hoje inclusive um segmento específico que é o turismo de compras. Independente da modalidade de turismo que se pratica, o visitante adquire serviços de hospedagem, se alimenta em bares e restaurantes e visita atrações turísticas onde realiza compras, em maior ou menor quantidade. Esclarece Paiva (2011) que a:

Atividade turística tem uma abrangência econômica significativa, pois articula desde os setores mais modernos da produção até modos de produção considerados arcaicos, como a manufatura e o artesanato, repercutindo nas atividades de comércio e serviços, dirigidos para o consumo turístico e compondo a diferenciação espacial dos lugares (PAIVA, 2011, p.49).

O turismo se reproduz na metrópole e litoral. A praia é lugar público, em tese acessível para o lazer sem gastos financeiros. A lógica do modelo capitalista muda essa configuração, transforma o litoral em mercadoria de valor e impõem novas práticas de lazer e turismo, aliados ao consumo de bens e serviços. O espaço se reorganiza. Em praias, como a do Futuro, instalam-se barracas que oferecem

uma grande diversidade de alimentos, bebidas e outros serviços para o entretenimento dos visitantes.

Os estabelecimentos comerciais ficam sujeitos ao recolhimento de impostos incidentes sobre as vendas que realizam. Nessa perspectiva, surge a relevância da atuação estatal, que proporciona a infraestrutura necessária à realização das atividades de lazer e turismo no litoral e exige dos empresários ali instalados a contrapartida, representada pela arrecadação dos impostos incidentes sobre a atividade comercial que realizam. O turismo se beneficia dos investimentos públicos realizados e, por ser atividade econômica de relevância, tem potencial para gerar receitas tributárias que não podem ser dispensadas pelo poder público.

O Estado necessita de recursos para o exercício das funções e a tributação é a forma de obter os meios financeiros que lhe permitem atender os fins para os quais foi criado. “No exercício da soberania o Estado exige que os indivíduos lhe forneçam os recursos de que necessita. Institui o tributo. O poder de tributar nada mais é que um aspecto da soberania estatal, ou uma parcela desta” (MACHADO, 2016, p. 26).

O poder de tributar surge da necessidade que o Estado tem de obter recursos para realizar as políticas sociais para os quais se propõe. Assim, o dever de pagar impostos é o meio de efetivação dos direitos sociais, pois todos os cidadãos devem contribuir para a realização dos deveres estatais, que beneficiam a sociedade como um todo.

A Constituição Federal estabelece distribui os tributos entre impostos, taxas e contribuições de melhoria, e reparte a competência entre a União, Estados, Distrito Federal e Municípios para instituir e cobrar estes tributos.

A Lei nº 5.176/66, denominada Código Tributário Nacional, estabelece que imposto é “o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte” Significa dizer que o Estado tem o poder de instituir impostos sobre determinadas situações econômicas, chamadas de fato gerador, e que a arrecadação obtida não obriga o estado a realizar uma contraprestação específica ao contribuinte que faz o pagamento. A arrecadação é usada no financiamento da atividade estatal. Como diz Fuhrer (2015):

O imposto é simplesmente exigido, sem contraprestação e sem indicação prévia sobre a sua destinação. A aplicação posterior será para o custeio da administração, e para serviços em benefício de toda a comunidade, em geral, como ocorre, por exemplo, com os serviços de saúde pública, sem destinatário específico (FUHRER, 2015, p. 38).

Dentre os impostos de competência estadual, destaca-se o Imposto sobre operações de Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicações (ICMS). Esse imposto incide sobre a circulação de mercadorias realizadas no território estadual e sobre dois tipos de serviços: transporte interestadual e intermunicipal e comunicações.

O ICMS é definido, na esfera estadual, como o tributo de maior importância, pois além de incidir sobre grande variedade de operações, tem capacidade de arrecadação muito expressiva, fazendo a diferença no orçamento público. É a principal fonte de captação de recursos no Ceará, correspondendo a mais de 90% de toda a arrecadação própria realizada pelo Estado e supera todos os repasses financeiros feitos pelo governo federal. Também se configura como importante instrumento de políticas públicas, pois o governo estabelece níveis de cobrança do imposto, maiores ou menores, para incentivar determinados segmentos econômicos ou para exercer maior poder de fiscalização em setores com grandes potenciais de arrecadação.

A Constituição Federal determina a repartição da receita do ICMS entre o estado que arrecada e o município onde foi arrecadado. Significa que parte do imposto arrecadado na cidade de Fortaleza é repassado para a gestão municipal, definindo o ICMS como o grande financiador dos gastos públicos realizados tanto pelo estado, quanto pelos municípios.

O ICMS é um tributo de competência dos Estados e do Distrito Federal que incide principalmente sobre a venda de mercadorias. Dentro dos limites conferidos pela Constituição Federal, o Estado determina, em lei estadual específica, a obrigatoriedade de recolhimento do ICMS, sobre que atividades incidirá e em que percentuais deve ser pago. Sobre o ICMS no Estado do Ceará e a necessidade dos estados de instituir impostos, como meio para obter recursos necessários ao funcionamento do Estado e ao provimento das demandas públicas, afirma Ribeiro Neto:

O ICMS foi instituído pela Lei nº 12.670/1996, com fundamento no art. 155, inciso II, da Constituição Federal de 1988, e art. 1º da Lei Complementar nº 87/1996. Evidentemente, a instituição do imposto em referência é uma facultatividade do ente tributante competente, nunca uma obrigatoriedade. Entretanto, considerando que o ente público, seja a União, os Estados, o Distrito Federal ou os Municípios, em função do princípio da autonomia, necessita de recursos para se auto organizar, auto gerir e auto administrar, além de suprir as necessidades básicas da população existente em seu território, seria um despautério o não-exercício da facultatividade de instituir os tributos de sua competência (RIBEIRO NETO, 2016, p. 83).

O tributo é uma prestação de natureza compulsória. A obrigatoriedade de pagamento existe independente da manifestação de vontade de quem tem o dever de pagar. O ente tributante identifica situações sobre as quais recai a tributação e extrai parte do patrimônio do indivíduo. A tributação implica a diminuição da propriedade da pessoa tributada. Estado e cidadãos se opõem na maioria das vezes, pelo confronto entre o direito ao livre exercício da atividade econômica e o direito de tributar. O interesse do poder público e do particular devem encontrar um ponto de convergência, que é o interesse maior da coletividade. Explica Melo (2006) que a relação fisco-contribuinte:

É uma relação jurídica que necessita ser balanceada e equilibrada, a despeito de ambos sujeitos terem interesses distintos que, no mais das vezes, se contrapõem, ou seja, de um lado o interesse do contribuinte de ter o maior espaço possível de proteção legal de seus direitos individuais e, de outro lado, o interesse do Fisco de tornar-se tão eficiente quanto possível o que, no mais das vezes, implica em restrição a direitos individuais. (MELO, 2006, p. 16).

Dada a importância do ICMS como fonte financiadora dos gastos públicos, e considerando que o poder público estadual não tem como prescindir de qualquer receita, em face da escassez de recursos financeiros e das necessidades ilimitadas da população, qualquer potencial de arrecadação não pode ser desprezado. Isso porque se espera atuação estatal justa e eficiente na arrecadação de receitas e no atendimento às demandas da população do estado do Ceará.

O Estado exerce meios de controle, determinando em leis próprias as obrigações das empresas para dar ciência ao órgão fazendário dos valores de imposto a serem recolhidos. São regras que se referem especialmente à obrigatoriedade de emissão de notas fiscais nas vendas de mercadorias.

O cidadão paga tributos e tem “um dever de colaborar que, inclusive, por força do princípio da solidariedade, não se dirige apenas aos sujeitos passivos das

obrigações tributárias, mas a todo e qualquer sujeito que possa prestar ajuda na tarefa de se alcançar a justiça fiscal”. (MELO, 2006, p. 140).

Turistas e residentes são consumidores e colaboram com o ente público quando solicitam notas fiscais ao realizarem compras nos lugares turísticos. Garantem assim que o órgão fazendário tome conhecimento das vendas realizadas pelos estabelecimentos comerciais e do valor do imposto que deve ser repassado ao poder público.

O ICMS é classificado como tributo indireto, pois “tem o fardo tributário sustentado, efetivamente, pelo consumidor final, tendo em vista que o valor do imposto é embutido no preço dos produtos ou mercadorias” (LIMA, 2010. p. 55). O imposto pago pelos cidadãos ao realizarem compras deve ser obrigatoriamente repassado pelos empresários ao poder público. Neste sentido, Costa mostra que:

O consumidor não tem conhecimento de que seja ele próprio o verdadeiro contribuinte do ICMS, porque ignora que o preço de cada mercadoria/serviço traz embutido o valor desse imposto. O comerciante, um simples repassador, quando deixa de emitir a nota fiscal por ocasião da operação de venda, está se apropriando de uma quantia que deveria retornar à sociedade sob a forma de serviços e obras públicas, como educação, saúde, moradia, saneamento básico entre outros (COSTA, 2009, p. 21).

Turistas e residentes são cidadãos livres, ativos e responsáveis. Inseridos no meio social, seu comportamento está intrinsecamente ligado ao conceito básico de cidadania: vivência de direitos e deveres, em qualquer local do território nacional. São necessárias concessões mútuas e princípios éticos para que a sociedade civil seja um instrumento de emancipação social, em vez de mero espaço para a defesa de interesses próprios. Neste sentido, torna-se relevante estudar o conceito de educação fiscal, como um dos componentes da cidadania:

A educação fiscal tem como principal proposta despertar na sociedade uma reflexão sobre o contexto em que o cidadão está inserido, oferecendo a ele informações para uma atuação consistente e de contribuição para a melhoria das condições sociais vigentes. Quanto mais educada fiscalmente estiver nossa população, mais será possível exercer plenamente a cidadania e, em consequência, maior será o desenvolvimento econômico e social. Quanto maior a consciência de contribuinte, maior será a possibilidade de conseguirmos a justiça social e uma distribuição de riqueza mais justa. (MARTINI, 2014, p.1).

Há que se combater o imaginário vigente na sociedade de que o governo não merece arrecadar porque aplica mal. A redução dos recursos da arrecadação de tributos causada pela sonegação fiscal reduz o poder de investimento público e traz prejuízos à coletividade. O Estado precisa de receitas públicas para atender às

demandas da sociedade, e é dever do cidadão, turista ou residente, garantir que os impostos pagos por ele sejam repassados ao ente público. Tributo é instrumento concedido legitimamente ao Estado para a obtenção do bem comum. A dissociação entre pagamento e benefício direto permite a idéia de responsabilidade coletiva onde a sociedade é beneficiária dos bens e serviços fornecidos pelo Estado.

O Estado tem o dever de impulsionar a livre atividade econômica, incluindo-se todas as atividades relacionadas ao turismo, mas tem o direito de exigir a contrapartida financeira, pois as regras da vida em sociedade não podem ser interpretadas no contexto da proteção ao direito individual, mas de garantia de uma justa distribuição de encargos. Neste sentido, afirma Melo (2006):

Quando se tem em mente o dever constitucional fundamental de contribuir para os gastos públicos, o conteúdo desse dever explicita um interesse constitucional, que não necessariamente equivale ao interesse da Administração nem se opõe ao interesse do cidadão, mas representa um interesse cujo conteúdo é uma gestão tributária eficiente e justa porque em nome desse interesse geral vêm sendo atribuídos diversos deveres aos cidadãos, no sentido de colaborarem com a Administração tributária. (MELO, 2006, p. 138).

As atividades de turismo e lazer não estão desvinculadas da vida em sociedade. Turistas e residentes tem responsabilidades, direitos e deveres, frutos da interação que exercem no meio social. Isso se refere às questões culturais, ambientais e também tributárias. As atividades de turismo e lazer, realizadas na lógica de mercado vigente, tem repercussão na vida econômica da comunidade e na arrecadação de impostos, necessários à manutenção da ordem pública.

## 2.2 OS PASSOS DA PESQUISA

A pesquisa científica é a realização de um estudo planejado com definição de uma problemática a ser investigada. A finalidade é encontrar respostas para esclarecer as questões mediante a aplicação do rigor de um método científico. Parte-se de um problema, de questionamentos ou situação para a qual o conhecimento ainda não dispõe de respostas adequadas.

Na pesquisa, as respostas para as questões formuladas foram esclarecidas com a ajuda da revisão da literatura, a partir de autores e pesquisadores que tratam dos temas abordados, auxiliando na compreensão do objeto de estudo e servindo de orientação à produção do texto dissertativo.

Após o registro do referencial teórico sobre o tema, o segundo passo consistiu na observação *in loco* da área objeto de estudo que é empírico e também teórico. O universo da pesquisa é formado pelas barracas de praia cadastradas na Secretaria da Fazenda do Estado do Ceará como contribuintes do ICMS. Como técnica de coleta de dados qualitativos e quantitativos foram utilizados dois tipos de formulários: um aplicado aos responsáveis pelas barracas previamente selecionadas e outro junto aos frequentadores das barracas.

Para determinar a amostra de frequentadores das Barracas da Praia do Futuro para aplicação do questionário, foram utilizados dados fornecidos pela SEFAZ e pela Associação de Empresários da Praia do Futuro. Segundo dados da SEFAZ, existem 18 barracas de praia cadastradas no Regime Normal de pagamento, focos da análise, e sujeitas ao recolhimento do ICMS no percentual de 3,5% incidente sobre o faturamento. Foi possível realizar pesquisa em 15 barracas, pois 3 não foram encontradas.

Realizou-se pesquisa quantitativa, com questionários estruturados, com perguntas e respostas de múltiplas escolhas, e também qualitativa, pois foi solicitado aos visitantes, a partir de questões abertas, que fornecessem opiniões sobre o que gostam e o que não gostam nas barracas de praia, a importância das barracas para a cidade de Fortaleza e se os empreendimentos trazem desvantagens para a Praia do Futuro. O cruzamento dos dados obtidos mediante a pesquisa qualitativa e quantitativa revela-se como importante mecanismo de percepção da realidade explorada.

O pesquisador opta, na coleta de dados então por examinar uma parte representativa, chamada amostra. Segundo Stevenson (2011), o tamanho da amostra “n” é quantificado a partir da seguinte expressão, que se presta a fazer estimativas para determinadas características populacionais medidas em função de alguns parâmetros estatísticos.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{[(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q]}$$

Onde:

- **Z** é a abscissa da curva normal, assumindo o valor de 1,96 para um nível de confiança de 95%, que é a probabilidade de ocorrência de um determinado evento. Significa que, para cada 100 amostras

escolhidas, em 95 delas as estimativas apresentadas são estatisticamente compatíveis com a realidade do universo.

- **N** é o número de elementos da população.
- **e** é o erro de estimativa admitido no processo amostral que expressa o grau de precisão da amostra, admitindo-se o percentual de 5%
- **p** é a percentagem populacional de um determinado atributo, sucesso ou fracasso. Se o valor de p é desconhecido, obtém-se o maior tamanho de amostra possível, que acontece quando  $p=0,5$  (50%) e  $q=0,5$  (50%), pois o produto  $p.q=0,25$  (25%) assume o maior valor.

O tamanho da amostra foi definido por critérios estatísticos, levando-se em conta a estimativa de visitantes na praia do futuro por semana, que é de 100 mil visitantes na baixa estação e de 200 a 250 mil visitantes na alta estação, conforme dados informados pela Associação dos Empresários da Praia do Futuro. Para o cálculo do tamanho da amostra, foram definidos como parâmetros:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 250.000 * 0,5 * 0,5}{[(250.000 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5]}$$

Pela aplicação da fórmula, chegou-se ao resultado de 384 questionários, para se ter precisão e representatividade comprovada cientificamente. Foram aplicados aos visitantes de 15 barracas da Praia do Futuro 397 questionários nos dias 21, 22 e 23 de julho e 12 e 13 de agosto de 2017. Justifica-se a aplicação dos questionários no mês de julho por ser período de férias escolares e alta estação, onde observa-se maior frequência de visitantes na Praia do Futuro, inclusive pela realização da micareta Fortal, que atrai grande quantidade de foliões a Fortaleza. Em agosto, a aplicação dos questionários foi realizada em final de semana que reuniu o dia do estudante, 11 de agosto, e feriado municipal católico, dedicado à Padroeira de Fortaleza, 15 de agosto. Esses eventos próximos ao fim de semana geram maior fluxo de pessoas na praia em busca de lazer e diversão. Os resultados dos questionários são discutidos na presente dissertação.

Foi realizada entrevista com o Orientador da Célula de Educação Fiscal da SEFAZ para obtenção de dados relativos aos trabalhos de educação fiscal

realizados pela secretaria e percepção quanto à possibilidade de trabalhos específicos para frequentadores de bares e restaurantes da cidade de Fortaleza.

Em seguida foram coletados dados relativos à arrecadação de ICMS do segmento bares e restaurantes de Fortaleza e das barracas de praia cadastradas na Secretaria da Fazenda do Ceará como contribuintes do ICMS, para verificação da participação dos estabelecimentos na arrecadação tributária estadual.

A partir do material coletado e com o resultado dos questionários e entrevistas realizou-se a construção do texto com o objetivo de responder aos questionamentos formulados e produção da dissertação.

### 3 FORTALEZA: A METRÓPOLE LITORÂNEA DO LAZER E DO TURISMO

Metrópole é lugar e conceito polissêmico. Apresenta diferentes interpretações ao longo dos tempos. As distintas interpretações enfocam um aspecto fundamental: funcionalidade. Segundo Costa e Pequeno (2015) Metrópole é uma:

Grande aglomeração multifuncional, com diversidade econômica, social e cultural, densidade elevada de pessoas, comércio, serviços e infraestrutura que atende a uma ampla área, além de manter relações com outras metrópoles nacionais e internacionais (COSTA; PEQUENO, 2015, p. 35).

Fortaleza é uma das metrópoles nacionais. Cidade que exerce concentração e distribuição de atividades econômicas, serviços e fluxo de pessoas, capital e trabalho. Diz Araújo que metrópole é “uma cidade que se agiganta perante as diversas relações e amplia o relevante papel espacial e econômico” (ARAÚJO, 2015, p. 11).

Fortaleza é a quinta capital mais populosa do país, com população estimada pelo IBGE em 2016, na ordem de mais de 2,5 milhões de pessoas, o que corresponde a 1,29% da população brasileira e 29,1% da população do Ceará. É considerada a mais densa capital brasileira e se classifica entre os dez municípios com maiores densidades demográficas. Registrou em 2014 um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 56,7 bilhões, equivalente a 7,05% do PIB do Nordeste e 0,98% do PIB nacional, segundo dados do IBGE (2016). Silva (2015, p. 385) diz que

Fortaleza cresceu muito em curto espaço de tempo, e guarda poucos vestígios do passado recente. Com a expansão urbana surgem bairros equipados, alteração no sistema viário, implantação de infraestrutura e equipamentos que atendem parcialmente às demandas da aglomeração urbana extremamente dinâmica.

A urbanização de Fortaleza intensifica-se, tempo em que a cidade se agiganta frente aos municípios. Em Fortaleza crescem as atividades de comércio e serviços. A cidade centraliza a maior parte da produção de bens e serviços e exerce influência sobre as demais cidades do Estado. É identificada como cidade sertaneja e metrópole do semiárido, sendo evidente a centralidade que exerce em relação às demais cidades que constituem a região metropolitana.

A condição de metrópole consolida a cidade como local de produção e reprodução do capital. Adquire expressão como artefato produzido com diferentes tipos de infraestrutura e de equipamentos. “É polo de múltiplas atividades, centro de

fluxo e refluxo de pessoas, mercadorias e capitais e propicia intensa rede de relações sociais”. (SILVA, 2015, p. 387).

Fortaleza demorou a exercer papel de destaque como cidade, sobrepujada por cidades do interior do estado que exerciam atividades dominantes, como as de criação de gado e oficinas de charqueada. Que a cidade só assume posição como núcleo urbano de destaque no ciclo do algodão, no fim do século XIX, quando concentra a atividade de escoamento do produto trazido do interior do estado pela ferrovia, para exportação primeiro pelas pontes e, posteriormente, pelo Porto do Mucuripe, em 1930. Ainda assim, a cidade não perde a ligação com o sertão:

Um dos fatores que contribuíam para que Fortaleza mantivesse ligação com o sertão foram as constantes migrações das pessoas que fugiam das secas. Com isso mantinha-se um sentimento interiorano no litoral, pois, mesmo migrando para áreas litorâneas, as pessoas não deixavam de utilizar seus vínculos com o interior do Estado. Isto refletia no modo como eram construídas as casas em Fortaleza e nos costumes interioranos praticados na Cidade (SILVA, 2006, p. 35).

As atividades comerciais crescem e a cidade se sobrepõe no cenário estadual como núcleo urbano com grande influência interiorana, pelo predomínio de famílias originadas do sertão. A cidade “permanece voltada para o sertão, sendo produzida de costas para o mar. Assim, não desperta cedo para o uso de sua maritimidade e, principalmente, para o uso de sua zona de praia como opção de lazer” (SILVA, 2006, p. 33).

A zona da Praia Formosa, que corresponde à Praia de Iracema, concentrava grande movimentação de pessoas e mercadorias, em função da atividade portuária. “As necessidades de consumo das classes abastadas propiciam o desenvolvimento de importante comércio local dependente da zona portuária”. (DANTAS, 2011, p. 31). O litoral começa a exercer maior influência sobre a dinâmica da vida urbana em Fortaleza somente no século XIX, como afirma Dantas (2011):

A lógica dicotômica entre o sertão e o litoral só será questionada no século XIX, com a adoção de geoestratégia reforçando o papel de Fortaleza na vida econômica, política, social e cultural da capitania. A geoestratégia inscreverá Fortaleza na lógica característica das cidades litorâneas que se abrem para o exterior, sem abdicar, no seu caso, de herança proveniente de quadro simbólico do sertão. Constrói-se uma cidade litorânea-interiorana, que redescobre o mar continuando interiorana, ligada ao sertão. (DANTAS, 2011, p. 23).

A importância das atividades portuárias dinamiza o trabalho e faz a área ser vista com reserva pela elite, que considerava a zona da praia desaconselhável para permanência, em função da grande presença dos trabalhadores e da atividade

de carga e descarga de mercadorias. O litoral nesse período ainda não é objeto de desejo das classes mais abastadas. Era espaço ocupado por pescadores e famílias pobres, como afirma o geógrafo Silva (2006):

O litoral de Fortaleza era lugar de moradia dos pescadores, dos homens que se aventuravam no mar em busca do pescado para garantir a sobrevivência e movimentar as pequenas relações de comércio nos lugarejos próximos às vilas de pescadores. Estes homens e suas famílias viam no mar a possibilidade de melhoria de vida mediante o trabalho. Assim, não era prática usual nestas comunidades utilizar o mar como lazer. O mar fazia parte do cotidiano destas pessoas, e, assim, trabalho e lazer aglutinavam-se em virtude da estreita relação que mantinham com ele. (SILVA, 2006, p. 26).

A ligação de Fortaleza com o mercado europeu ocorre pelo porto e permite que a população tenha acesso aos costumes praticados na Europa, o que influenciou a ligação da cidade com o mar. No início do século XX as práticas terapêuticas e de lazer associadas ao mar assumem importância significativa e a orla marítima começa a ganhar nova configuração. O mar deixa de ser lugar inóspito e desagradável. O litoral assume nova valorização para a elite da cidade e inicia-se o processo de expulsão dos pescadores e emigrantes vindos do sertão que buscavam a capital, fugindo das secas e na esperança de melhores condições de vida. É assim que geógrafos e historiadores narram este período.

Os banhos de mar associados ao lazer e às práticas curativas, caminhadas na praia e reuniões realizadas ao luar valorizam a Praia Formosa e gradativamente outros espaços litorâneos de Fortaleza. Inicia-se o processo de passagem da cidade litorânea interiorana, com alma de sertão para cidade litorânea (DANTAS, 2011, p.14). As novas práticas marítimas mudam a relação das pessoas com o mar:

Essa transformação se materializa em Fortaleza, cidade a exercer papel preponderante no desenvolvimento das novas práticas marítimas no Ceará. É na capital que essas práticas surgem, com os banhos de mar de caráter terapêutico, substituídos, com o tempo, por práticas vinculadas à sociedade de lazer em emergência (sobretudo os banhos de mar e o veraneio), práticas que, em oposição às primeiras, condicionam urbanização sensível das zonas de praia e se expandem na totalidade dos espaços litorâneos cearenses, com o veraneio. (DANTAS, 2011, p. 44).

**Figura 1 – Banhos de mar na Praia Formosa, hoje Praia de Iracema, em 1939**



Fonte: Skyscrapercity (2004).

As zonas litorâneas são transformadas em espaços de conflitos, marcados por duas lógicas. Uma representada pelos usos tradicionais, o porto, a pesca e a habitação dos pobres, e outra pelas novas práticas marítimas, relacionadas aos tratamentos terapêuticos, aos banhos de mar e ao veraneio. (DANTAS, 2011, p. 52).

Assim, inicia-se em Fortaleza a dinâmica do crescimento da cidade orientada para o litoral, explicada também por Donegan (2011):

Em Fortaleza, o crescimento da cidade teve início ao redor do Forte de Schoonenberg e seguiu em direção ao leste da cidade, incentivado pela construção do Porto do Mucuripe. O foco de uso das praias para o lazer seguiu essa dinâmica: mudou da Praia de Iracema (próxima ao centro antigo) para a Praia do Meireles e a do Mucuripe (correspondendo à Av. Beira-Mar) e, finalmente, para a Praia do Futuro. Ao longo dos anos 1970, a Praia do Futuro tornou-se uma das principais áreas de recreação e lazer da cidade, com a orla ocupada por barracas de praia, tendendo a se desenvolver mais devido ao crescimento da cidade e do turismo, além de obras de infraestrutura, como a Ponte da Sabaguaba (DONEGAN, 2011, p. 17).

A Figura 2 apresenta as Praias da Metrópole Fortaleza:

**Figura 2– Praias de Fortaleza**



Fonte: Ceará.com (2012).

Estabelece-se em definitivo a articulação de Fortaleza com o mar. O litoral passa a fazer parte do cotidiano e do imaginário das pessoas. O próprio hino da cidade, escrito por Gustavo Barroso e oficializado em 1958, mostra a forte presença do mar nas relações sociais reproduzidas na cidade. O texto do escritor retrata as características da metrópole litorânea, cheia de sol, luz e luar, banhada pelo mar e repleta de jangadeiros

Junto à sombra dos muros do forte  
 A pequena semente nasceu.  
 Em redor, para a glória do Norte,  
 A cidade sorrindo cresceu.  
 No esplendor da manhã cristalina,  
 Tens as bênçãos dos céus que são teus  
 E das ondas que o sol ilumina  
 As jangadas te dizem adeus.

Fortaleza! Fortaleza!  
 Irmã do Sol e do mar,  
 Fortaleza! Fortaleza!  
 Sempre havemos de te amar

O emplumado e virente coqueiro  
 Da alva luz do luar colhe a flor  
 A Iracema lembrando o guerreiro,  
 De sua alma de virgem senhor.  
 Canta o mar nas areias ardentes  
 Dos teus bravos, eternas canções:  
 Jangadeiros, caboclos valentes,  
 Dos escravos partindo os grilhões.

Em Fortaleza, até 1950, as práticas marítimas associadas ao lazer acontecem na Praia do Peixe, hoje Praia de Iracema e também conhecida como Praia dos Amores. As novas funções atribuídas ao litoral, relacionadas ao lazer propiciam o surgimento dos primeiros restaurantes e bares à beira-mar. Em 1951, instala-se em Fortaleza o primeiro hotel na orla marítima, o Iracema Plaza, idealizado para oferecer serviços de hospedagem, condomínio residencial e comercial, propiciando ao fortalezense incorporar como lazer o hábito de se alimentar fora de casa (EDIFÍCIO..., 2009). O prédio representa o início da hotelaria em Fortaleza. Hoje está abandonado e em fase de deterioração.

**Figura 3– Hotel Iracema Plaza, símbolo de lazer na Praia de Iracema na década de 1950**



Fonte: Fortaleza Nobre (2004).

Em 1963, a Avenida Beira-Mar produz nova reconfiguração da orla de Fortaleza, com a ampliação da zona de praia dedicada ao lazer e diversão. “A construção da Avenida Beira-Mar valoriza o bairro do Meireles, atrai novas edificações, clubes e favorece o surgimento de pequenos restaurantes, onde eram feitas as peixadas típicas do Ceará” (SILVA, 2006, p. 57).

Segundo Freire (2015, p. 71) “O litoral de Fortaleza é diversificado segundo diferentes tipos de usos e ocupações”. Depois da ocupação da Beira-Mar o olhar se volta para a Praia do Futuro.

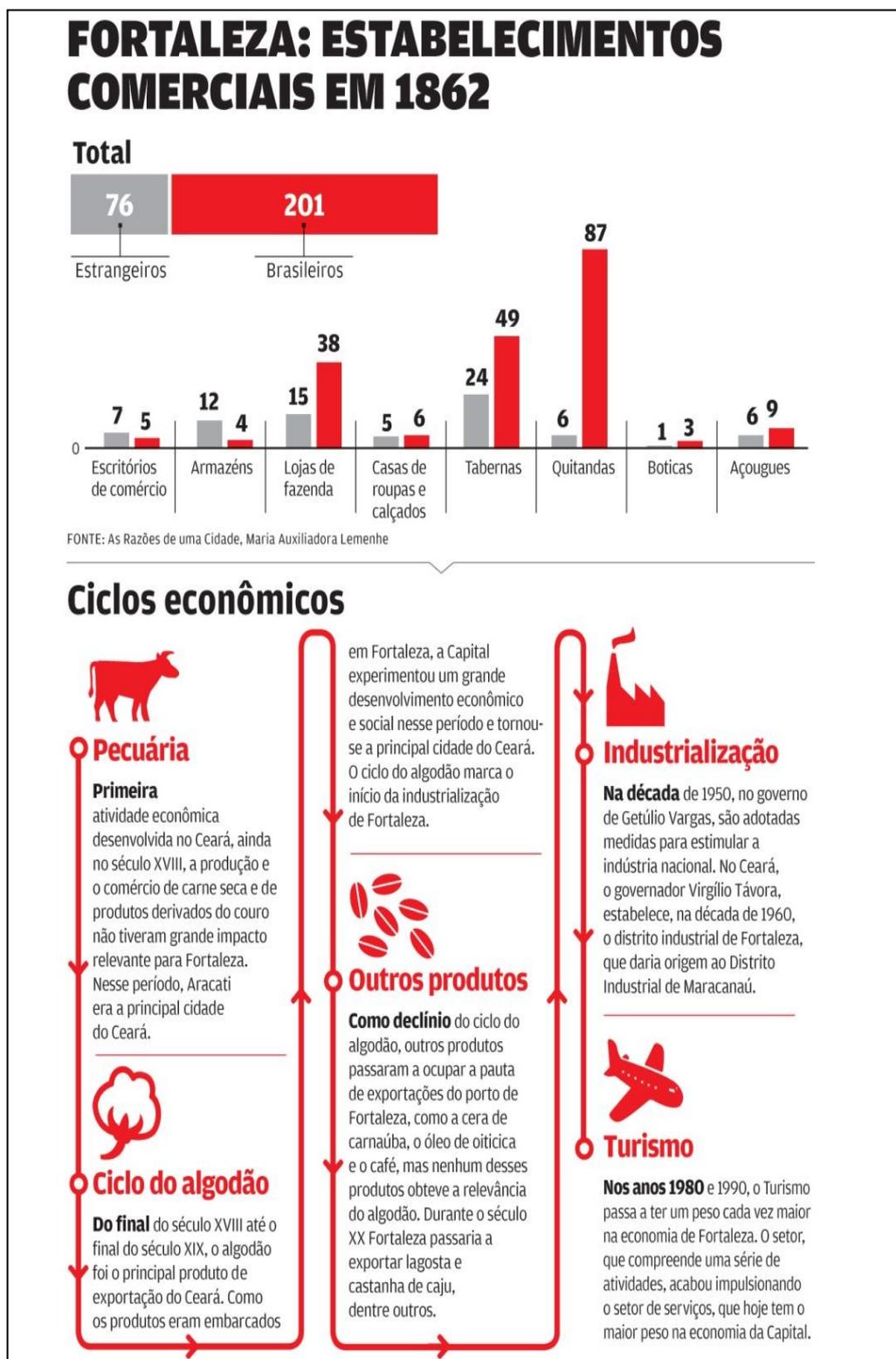
A Praia do Futuro surge como opção de lazer para o fortalezense somente após o ano de 1976, com a ampliação da Avenida Santos Dumont que permite o acesso àquela praia considerada afastada em relação às demais áreas litorâneas da cidade de Fortaleza.

Entre as décadas de 1980 e 1990, é implantada nova política econômica estadual, a partir do primeiro “governo das mudanças” sob a liderança do governador Tasso Jereissati. Em oposição às práticas estabelecidas pelos governos anteriores, afirma Brasil (2009) que:

A principal proposta da nova gestão é promover a modernização da máquina administrativa, superar o atraso econômico que considerava de responsabilidade do ciclo político anterior arcaico e conservador e gerar desenvolvimento econômico no estado, para reverter a condição de miséria associada ao governo dos coronéis. (BRASIL, 2009, p. 56).

A Figura 4 mostra a trajetória econômica de Fortaleza e os potenciais da cidade.

Figura 4– Estabelecimentos comerciais e os ciclos econômicos em Fortaleza



Fonte: O Povo (2017).

A atividade turística assume relevância pela capacidade de articular diversos setores econômicos e gerar emprego e renda no Ceará. Inicia-se a nova lógica

de ocupação litorânea no estado. O litoral é valorizado em função das potencialidades turísticas. As ações do poder público intervêm no espaço urbano da metrópole Fortaleza para propiciar infraestrutura atrativa ao turismo.

A atividade turística recebe expressivos investimentos e implanta pólo turístico na Região Metropolitana de Fortaleza, sendo o litoral o principal atrativo turístico. Os investimentos são direcionados para a melhoria de espaços públicos, modernização da infraestrutura e divulgação da cidade como destino turístico, substituindo as imagens de seca e pobreza pela imagem da cidade moderna, hospitaleira, de belas praias, com sol o ano todo, com capacidade de atrair e satisfazer os visitantes. "O turismo é colocado pelas lideranças políticas como redentor no processo de reestruturação socioespacial do Ceará". (PAIVA, 2011, p. 123).

A estratégia de valorização da atividade turística é reforçada com a implantação do Programa de Desenvolvimento do Turismo. A partir do PRODETUR, núcleos receptores de turismo são dotados de infraestrutura urbana, especialmente as metrópoles e cidades litorâneas ainda carentes de serviços urbanos, o que possibilita o desenvolvimento da atividade (BARBOSA, 2017).

As políticas públicas se consolidam com a implantação do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará (PRODETURIS) em 1989, Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR/NE) em 1993, seguido do PRODETUR II, em 2004 e o PRODETUR NACIONAL em 2008. A partir destes programas, foram instituídas zonas turísticas em todo o litoral cearense e inicia-se uma série de investimentos estatais relacionados ao turismo, especialmente na implantação e ampliação da infraestrutura das zonas consideradas turísticas. Neste cenário, em 1995 foi criada a SETUR, denotando o reconhecimento da importância econômica do turismo para o Estado. (ARAÚJO, 2015)

A valorização da atividade turística propicia a realização de intervenções em Fortaleza direcionadas a ampliação e modernização da cidade e da oferta turística, criando nova imagem para a cidade. "A partir da década de 1990, a orla marítima de Fortaleza reaparece como território de espetáculo para o turismo, espaço destacado, rearranjado para o lazer elitizado". (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2014, p. 78).

Destaca-se a melhoria e ampliação da estrutura viária do Ceará, que facilitou a mobilidade dos turistas para outros destinos litorâneos no estado, a partir de Fortaleza; a construção do novo Aeroporto Internacional Pinto Martins, em 1998; a

construção do novo prédio do Mercado Central, também em 1998, em substituição ao prédio anterior, cujas instalações estavam precárias e já não atendiam a demanda turística que crescia gradativamente. O reordenamento do Mercado dos Pinhões, antiga estrutura do Mercado de Carnes e importante instrumento de difusão e valorização da cultura regional. A recuperação da Ponte Metálica, também chamada Ponte dos Ingleses, estrutura construída em 1921 que servia ao primeiro porto da cidade e que se transformou em lugar de lazer e contemplação, assim como a inauguração do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura em 1998, importante centro cultural e equipamento turístico localizado na Praia de Iracema. As ações do PRODETUR em Fortaleza também contemplaram obras de requalificação da Avenida Beira-Mar e urbanização da Praia do Futuro.

O turismo integra a agenda dos governos como atividade que contribui para o desenvolvimento econômico do estado. Fortaleza é capital do estado, cidade litorânea estrategicamente posicionada e porta de entrada de visitantes. A cidade é a principal beneficiária de modelo de gestão que começa a investir na atividade turística. Neste sentido

Com a promoção desses investimentos públicos, o espaço metropolitano torna-se lócus dessa lógica turística. As metrópoles nordestinas formam o principal centro distribuidor de fluxos turísticos, consolidando a prática da atividade turística litorânea e metropolitana (ARAÚJO, 2011, p. 72).

A partir da lógica de que as cidades exercem papel expressivo na atividade turística, Fortaleza se consolida como metrópole litorânea turística e adota dinâmica voltada para a atratividade de fluxos turísticos. Na atividade turística, Fortaleza exerce papel relevante na concentração e distribuição de fluxos turísticos. Neste sentido, “além das características que a metrópole historicamente já desempenhava (político-administrativa, industrial, terciária, portuária), soma-se na contemporaneidade o papel de comando da dinâmica socioespacial do turismo”. (PAIVA, 2011, p. 205).

O turismo em Fortaleza inicia predominantemente litorâneo. A cidade centraliza a maioria dos serviços e decisões turísticas e apresenta várias vantagens para o desenvolvimento da atividade, como a localização geográfica favorável em relação aos mercados internacionais emissores, e a posição consolidada no mercado nacional como destino de férias. Além do turismo de sol e praia, a cidade avança no turismo de negócios, com a implantação do Centro de Eventos, e no

turismo de compras, especialmente no segmento de confecções, eventos que funcionam como fator de redução da sazonalidade ao longo do ano. Com relação ao turismo de negócios, reportagem publicada no jornal Diário do Nordeste (2017) informa que:

Apesar de o Sudeste centralizar a maioria desse público, Fortaleza conseguiu evoluir na absorção desses visitantes, tendo o Centro de Eventos do Ceará favorecido a conquista de tal resultado. Receber pessoas que viajam a negócios também costuma ser mais lucrativo, pois o gasto médio per capita é de US\$ 82, com permanência maior, de acordo com levantamento feito pelo Ministério do Turismo. Já os turistas de lazer desembolsam, em média, 67 dólares. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2017, *online*).

A consolidação da demanda por turismo e lazer de praia cria ambiência para esta dinâmica. Privilegiam-se os espaços litorâneos e produzem-se territorialidades em função de demanda turística. Espaços de maior valorização são apropriados pela população de maior renda e pelos turistas. O litoral é transformado em espaço valorizado e disputado e também passivo de conflitos. Neste sentido:

O Ceará, especialmente Fortaleza, inseriu-se num processo de “turistificação”, de uma forma irreversível, e sua tendência é cada vez mais acelerar o crescimento dos equipamentos e dos fluxos turísticos. O investimento na infraestrutura nas áreas chamadas turísticas impõe também a necessidade de implementação de infraestruturas urbanas nas áreas não turísticas e, sobretudo, investir no resgate dos valores culturais, muitas vezes desprestigiados. Há que se cuidar da cidade toda e não apenas das áreas turísticas. Contudo, o turismo requer áreas privilegiadas, aloca-se nas mais bonitas e conservadas; isto é uma solicitação da própria atividade, considerando que o turista está comprando um serviço e, sobretudo, fugindo dos problemas nos pólos emissores, não querendo encontrá-los nos receptores. (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2014, p. 166).

A cidade exerce também uma centralidade em relação ao desenho turístico da área metropolitana. Estruturas voltadas aos segmentos do entretenimento, turismo e lazer como o Beach Park, no município de Aquiraz, o Museu da Cachaça, em Maranguape, o polo de *kite surf*, na Praia do Cumbuco, em Caucaia, além de muitos hotéis e *resorts* construídos ao longo do litoral metropolitano, atraem turistas que estabelecem seus roteiros a partir de Fortaleza. A dinâmica da economia gerada pelo turismo se irradia de Fortaleza e beneficia áreas da região metropolitana e também outras cidades do Estado.

É evidente a expansão da atividade, impulsionada pelos serviços implantados na capital e ancorada nos atrativos distribuídos ao longo do litoral. A infraestrutura implantada na cidade que conecta Fortaleza a outros municípios

litorâneos permite que visitantes fiquem na cidade e visitem praias situadas em municípios vizinhos, em passeios de um dia que são oferecidos pelas agências de turismo que operam na cidade.

Em face do potencial econômico do turismo, o poder público tem destinado maior atenção ao desenvolvimento da atividade turística na cidade de Fortaleza. O entendimento é que o “investimento em turismo faz parte do esforço de mitigação da pobreza, pois a atividade absorve micros e pequenos empreendimentos além dos grandes empreendimentos e contribui para o desenvolvimento socioeconômico da Metrópole e do Ceará”, afirmam os discursos oficiais.

A importância da atividade turística diz respeito aos impactos positivos na economia de Fortaleza. De acordo com o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará IPECE, em 2015 a cidade recebeu 3.343.815 turistas, com permanência média de seis dias e gasto per capita diário de R\$ 364,54. A renda gerada pelo setor chegou a R\$ 12,7 bilhões, correspondendo a 21,7% do PIB da capital. O número é superior a 2014, quando a renda do turismo foi de R\$ 10,87 bilhões, representando na época 19,85% do PIB de Fortaleza (IPECE, 2015).

A demanda turística na cidade de Fortaleza obteve crescimento em números absolutos de mais de 2,5 milhões de pessoas entre 1996 e 2015, representando uma população flutuante equivalente à população da cidade, contribuindo para a dinamicidade da economia do lugar, exigindo uma rede de prestação de serviços para atender a demanda que se instala temporariamente na cidade em busca das práticas de lazer e turismo.

**Tabela 1– Evolução da demanda turística via Fortaleza**

(continua)

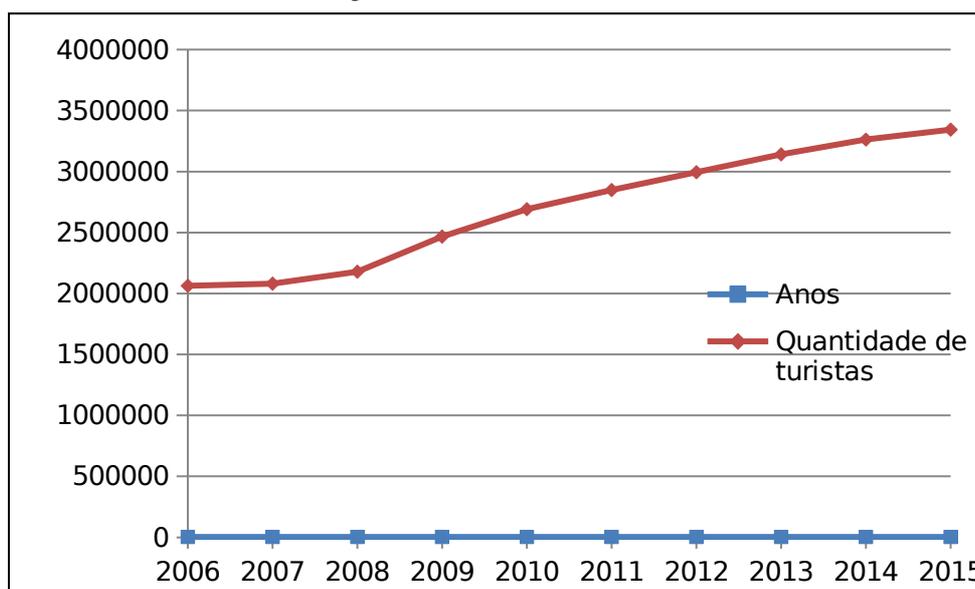
| Ano  | Demanda Turística em Fortaleza |
|------|--------------------------------|
| 1996 | 773.247                        |
| 1997 | 970.000                        |
| 1998 | 1.297.598                      |
| 1999 | 1.388.490                      |
| 2000 | 1.507.914                      |
| 2001 | 1.631.072                      |
| 2002 | 1.629.422                      |
| 2003 | 1.550.857                      |

**Tabela 1 – Evolução da demanda turística via Fortaleza**

(conclusão)

|            |                                       |
|------------|---------------------------------------|
| 2004       | 1.784.354                             |
| 2005       | 1.968.856                             |
| 2006       | 2.062.493                             |
| 2007       | 2.079.590                             |
| <b>Ano</b> | <b>Demanda Turística em Fortaleza</b> |
| 2008       | 2.178.395                             |
| 2009       | 2.466.511                             |
| 2010       | 2.691.729                             |
| 2011       | 2.848.459                             |
| 2012       | 2.995.024                             |
| 2013       | 3.141.406                             |
| 2014       | 3.262.000                             |
| 2015       | 3.343.815                             |

Fonte: Adaptada de SETUR-CE.

**Gráfico 1–Evolução da demanda turística via Fortaleza**

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Segundo informações da Secretaria de Turismo de Fortaleza (Setfor), durante o mês de julho de 2017, 400 mil turistas brasileiros e do exterior escolheram a capital cearense como território de lazer e turismo, o que representa um incremento de R\$ 1,6 bilhões na economia local (LIMA NETO, 2017).

Conforme dados do setor de imigração da Polícia Federal, em julho de 2017, 14.423, passageiros oriundos de voos internacionais desembarcaram no

Aeroporto Internacional Pinto Martins, representando um crescimento de 26% em relação a julho de 2016. No período de janeiro a julho de 2017, o crescimento no número de desembarques foi de 8%, totalizando 72.732 passageiros que chegaram a capital. Os dados são de voos internacionais que chegam diretamente a Fortaleza. Segundo o Secretário de Turismo<sup>1</sup>, o crescimento é uma resposta à divulgação do Ceará nos principais mercados emissores, como Portugal, Itália, Alemanha e Argentina, e também nas principais feiras de turismo do mundo (O POVO, 2017).

A demanda turística em Fortaleza se intensifica nos meses de férias e recebe maior impulso no mês de julho com o Fortal, grande micareta de Fortaleza, que é realizada há 26 anos na cidade, em uma área especialmente construída para esta finalidade, a Cidade Fortal, atraindo público de turistas do Nordeste e Sudeste do país. Pessoas que demandam produtos e serviços e movimentam a cadeia produtiva do turismo, beneficiando direta e indiretamente vários setores econômicos da cidade. A Figura 5 mostra a estrutura construída, denominada Cidade Fortal.

**Figura 5– Estrutura da Cidade Fortal**



Fonte: Diário do Nordeste (2014).

O turismo é apregoado como fator de impulso para dinamizar a economia local e dar visibilidade ao lugar. A atividade turística no Estado do Ceará é

<sup>1</sup> Aivaldo Pinho.

ressaltada, ganha força e se consolida. Levantamento da empresa Kayak, líder global de pesquisas *on line* de viagens, indica Fortaleza como o destino turístico nacional mais procurado pelas famílias brasileiras no mês de julho de 2017 (SARAIVA, 2017). Pesquisa divulgada pela Airbnb, empresa digital especializada em aluguel de imóveis, coloca a cidade como destino preferido por esse perfil de viajantes brasileiros. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2017).

Em reportagem veiculada no Jornal Diário do Nordeste, o presidente do Sindicato de Restaurantes, Bares, Barracas de Praia, *Buffets* e Similares do Estado<sup>2</sup> diz que a cidade é beneficiada com o aumento do número de famílias que vem a Fortaleza, pois os visitantes ficam mais tempo no destino e, conseqüentemente gastam mais. Diz também que a expectativa é de que o número de contratações temporárias nos estabelecimentos da cidade em 2017 seja 5% maior que em 2016.

Fortaleza é registrada entre as 10 cidades do Brasil mais procuradas pelos viajantes no ano de 2017, segundo levantamento realizado pela agência *on line* de turismo Viajanet, que levou em consideração as buscas e compras de passagens para os 12 meses deste ano. A cidade está em 6º lugar, ficando atrás apenas de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Brasília (NASCIMENTO, 2017). A cidade é conhecida pela hospitalidade dos cearenses e dispõe de atrativos que a credenciam para obter êxito na realização de atividade turística, atraindo fluxos constantes de visitantes. Fortaleza é caracterizada como:

Centro turístico por excelência. Um misto de novo e velho, de tradição e modernidade, de litoral e sertão está presente na cidade em várias manifestações de sua pujança urbana. À medida que se expande pelo interior, captura o sertão e o reproduz, lhe atribuindo novos significados. Fortaleza é metrópole, é cidade, é interior. Feiras, barracas de frutas, festas de São João, comidas típicas, sanfona, triângulo e muito forró estão presentes na cidade ao lado de centros culturais, pólos industriais, centros digitais entre outras inovações. A cidade consegue viver bem com suas funções dicotômicas. Metrópole e parque temático com reprodução da vida sertaneja. Vaquejadas, centros de tapioqueiras, casas de forró e tantas outras manifestações confirmam Fortaleza como a metrópole sertaneja no litoral. (SILVA, 2006, p. 54).

Fortaleza é considerada a sexta cidade brasileira com melhor mobilidade urbana, sendo a 1ª do Norte e Nordeste, segundo pesquisa realizada pela UrbanSystems, empresa especializada em pesquisas para levantar tendências em cidades e mercados. Os dados são de 2017 e a classificação se baseou em pontua-

---

<sup>2</sup> Moraes Neto, presidente do Sindicato de Restaurantes, Bares, Barracas de Praia, Buffets e Similares do Estado.

ção que leva em consideração oito indicadores de mobilidade: proporção entre ônibus e automóveis, idade média da frota dos meios de transportes públicos, quantidade de ônibus por habitante, variedade dos meios de transporte, extensão de ciclovias, rampas para cadeirantes, número de vôos semanais e transporte rodoviário. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2017).

É também a capital cearense o terceiro destino do Nordeste mais buscado pelos turistas para compra de passagens de última hora, para realização de viagens nos 20 dias seguintes à aquisição do bilhete. Essa procura é composta em sua maioria por jovens que desejam aproveitar a orla cearense para passar feriados ou férias, segundo levantamento realizado em junho de 2017 pela *startup* NaHora.com. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2017).

A cidade turística cresce e se desenvolve em cenário de expectativas favoráveis para o turismo e dificuldades a serem enfrentadas. A concessão do controle do Aeroporto Internacional Pinto Martins para empresa alemã privatiza a gestão do aeroporto e pode causar insatisfação em função de alteração de preços dos serviços. A indecisão sobre a permanência das barracas da Praia do Futuro pode trazer prejuízos para os integrantes da cadeia produtiva do turismo.

A Metrópole Fortaleza abriga realidades sociais distintas, complexas e também antagônicas. A cidade alcança novos patamares de desenvolvimento, melhora a infraestrutura e enfrenta problemas estruturais relacionados à má distribuição de renda. As políticas públicas não conseguem atender questões relativas à saúde, educação e segurança, porque estes temas não são prioridades na sociedade capitalista que tem o lucro como objetivo, e não o bem estar social.

Estudo do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) e do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, realizado com base em dados do ano de 2015, aponta Fortaleza como a 13ª cidade mais violenta do Brasil. Segundo o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH Ceará)<sup>3</sup>, Fortaleza é uma cidade que oferece muitas opções em restaurantes, barracas de praia, humor, hospitalidade e hotelaria. No entanto, apesar dos atrativos, há queixas recorrentes de visitantes quanto à insegurança e falta de higiene, o que compromete a imagem da cidade (NASCIMENTO, 2017).

A cidade se consolida como destino turístico no mercado nacional. No mercado internacional ainda não alcança representatividade significativa. Recebe

---

<sup>3</sup>Eliseu Barros

voos diretos da Alemanha, Argentina, Colômbia, Cabo Verde, Estados Unidos, Itália, Guiana Francesa e Portugal, contudo o fluxo de visitantes estrangeiros é inexpressivo. Segundo pesquisa realizada pela SETUR entre os meses de dezembro de 2015 a fevereiro de 2016, os turistas que se destinaram (2016) ao Ceará são predominantemente de origem nacional com 80,85% e apenas 19,15% de origem internacional.

Realidade que pode ser modificada a partir das últimas notícias veiculadas pela mídia local e confirmadas pelo Governador do Estado<sup>4</sup> no sentido de que Fortaleza foi a cidade escolhida para sediar, a partir de maio de 2018, o Hub do grupo Air France-KLM, conectando a capital com as cidades de Amsterdã e Paris e aumentando a frequência de voos semanais para cidades do Norte e Nordeste que utilizaram Fortaleza como conexão. Segundo o grupo a escolha de Fortaleza se deu pela posição estratégica em relação às capitais do Norte e Nordeste e pelo potencial de desenvolvimento da economia, do turismo e do aeroporto de Fortaleza que deve receber R\$ 2 bilhões em obras de modernização e ampliação (DIÁRIO DO NORDESTE, 2017).

A implantação de políticas que estimulem o turismo cultural é outro desafio. Em Fortaleza “Há uma riqueza cultural na Metrópole não direcionada ao turismo que precisa ser resgatada para o lazer do residente e do turista” (PREFEITURA, 2016,p.9). O patrimônio de uma cidade é componente importante para a atividade turística e a exploração ordenada dos recursos patrimoniais pelo turismo gera uma distribuição mais equitativa dos benefícios entre as áreas da cidade.

O patrimônio cultural, tanto o material como o imaterial são bases do turismo. Patrimônio cultural é a riqueza comum que nós herdamos como cidadãos, que se transmite de geração para geração. É a soma dos bens culturais e conserva a memória do que fomos e somos. Revela a nossa identidade. Permite ao indivíduo ter consciência de si mesmo e do ambiente que o cerca. Permite conferir a um povo orientação, para que se reconheça como comunidade, inspirando valores, estimulando o exercício da cidadania, a partir de um lugar social e da continuidade no tempo (BARROCO, 2008).

---

4 Camilo Santana.

A Figura 6 mostra o Theatro José de Alencar, importante equipamento cultural localizado no bairro do Centro em Fortaleza e não inserido nos roteiros turísticos das grandes agências de turismo da capital.

**Figura 6– Theatro José de Alencar**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Fortaleza é também destino indutor do desenvolvimento turístico regional e municipal na categoria A, conforme diretrizes do Plano Nacional de Turismo e do Programa de Regionalização do Turismo, contudo abriga problemas relacionados à pobreza, desigualdade social e índices crescentes de violência, que prejudicam a imagem da cidade. A concentração de renda faz com que o processo de turistificação também ocorra de forma desigual. Possui 34 km de litoral, mas em algumas praias a balneabilidade é comprometida, pois a conservação do patrimônio natural não tem sido respeitada. A infraestrutura urbana de apoio ao turismo não é instalada de forma integrada. O planejamento, muitas vezes, vem a reboque para solucionar problemas socioespaciais. (PREFEITURA..., 2016, p. 7). As ações são lentas e muitas obras ficam inacabadas. O Estado é omissivo ou relapso em relação à fiscalização e controle.

A Prefeitura de Fortaleza, para elaboração do Plano Fortaleza 2040, fez diagnóstico e apontou os entraves ao desenvolvimento do turismo na capital. A expansão do Aeroporto Pinto Martins, parada por falta de verbas, assim como outros empreendimentos, a insegurança, baixo aproveitamento do potencial patrimonial da cidade, a falta de capacitação de profissionais da cadeia turística, serviços

deficitários de atendimento ao turista, balneabilidade comprometida das praias da cidade e necessidade de ampliação de programações culturais para os domingos.

Fortaleza é denominada metrópole híbrida, multifacetada, permeada por conflitos de interesses e contradições típicas da sociedade moderna. É lugar de residência, de lazer, de turismo, de esperança e luta por moradia, trabalho e melhores condições de vida. “É metrópole turística de bairros ricos e também lugar de pobreza e miséria para os que têm limitado acesso às benesses das políticas públicas”. (PARENTE, 2012, p. 19).

A Fortaleza moderna é contraditória e incorpora no modo de vida da cidade as demandas de lazer e turismo inseridas no modo de produção capitalista. O turismo faz parte da realidade da metrópole, amplia oportunidades de trabalho para os residentes, gera impostos e movimenta a economia da cidade.

### 3.1 ESPAÇOS DE LAZER E TURISMO EM FORTALEZA

Na metrópole Fortaleza, as práticas econômicas, culturais, sociais e políticas interagem e são responsáveis pela construção do espaço que se fragmenta para atender à moradia, trabalho e lazer. O espaço geográfico é transformado em lugar, território, cidade, e são objeto de consumo do turismo. A atividade turística se apropria do espaço e lhe dá nova funcionalidade. O turismo cria e recria espaços, chega a dar nova identidade ao espaço.

Os núcleos receptores de turistas sofrem várias transformações socioespaciais. Infraestruturas são criadas ou apropriadas em função da atividade turística. A rede de serviços se organiza em função dos visitantes. O turismo é capaz de reorganizar atividades e reordenar espaços para que possa acontecer, apoiado por políticas públicas e privadas, preparando regiões para a atividade.

A localização, a acessibilidade e os atributos de determinados locais, naturais ou construídos, são elementares à atividade turística. As intervenções de infraestrutura e do desenho urbano exercem papel importante na criação dos atrativos turísticos. Diz Paiva (2011) que o espaço turístico é determinado a partir do momento em que existe o interesse e a visitação a um determinado local pelas pessoas. Não depende exclusivamente da formatação de locais e produtos para o consumo, frutos da turistificação.

A dinâmica do turismo na cidade promove diferenciações socioespaciais. Alguns espaços absorvem atividades relacionadas às práticas de turismo e lazer enquanto outras áreas não se inserem na lógica da atividade turística. Os lugares turísticos de Fortaleza são visivelmente delimitados. A dinâmica reforça o direcionamento das políticas públicas que privilegiam determinados espaços da cidade. Os bairros da Aldeota, Meireles, Praia de Iracema e Praia do Futuro concentram a maioria dos fixos e do fluxo de turistas, em função principalmente do turismo litorâneo. São áreas beneficiárias da maioria dos investimentos públicos.

O desenvolvimento da atividade turística abriga contradições como qualquer outra atividade produtiva. A construção do espaço turístico torna-se conflitiva, pois constrói e desconstrói. O ambiente natural e as relações sociais sofrem transformações em função da dinâmica da atividade. O espaço da cidade se revela desigual e contraditório. Determinados locais são selecionados para a demanda turística, o que implica a concentração de grande parte de investimentos, recursos, infraestrutura, equipamentos urbanos para mobilizar fluxos turísticos. Neste sentido, afirma Araújo (2011):

As políticas públicas turísticas promovem o crescimento de fluxos turísticos e a articulação da dinâmica metropolitana com a prática turística, mas, em contrapartida, reforçam as diferenciações socioespaciais ao promover a centralização de grande parte dos fluxos turísticos em determinadas localidades, deixando outras à margem dos investimentos e das dinâmicas turísticas. (ARAÚJO, 2011, p. 72).

Diferentes elementos agem na metropolização de Fortaleza. O turismo agiliza a dinâmica da metrópole. É cidade fragmentada e contraditória, que abriga desenvolvimento e degradação. É cidade desigual e segregada, rica e pobre ao mesmo tempo.

Fortaleza é divulgada como metrópole litorânea, moderna e turistificada. Na realidade, a dinâmica da atividade turística na cidade privilegia partes do núcleo urbano onde a produção e o consumo do espaço para lazer e turismo são realizados na lógica da produção capitalista. Determinadas áreas de Fortaleza cidade são detentoras de investimentos das políticas públicas e alocam investimentos privados. O mesmo processo que produz riqueza produz pobreza, diz Coriolano (2006). Há uma parte da cidade que pertence apenas aos residentes. Os turistas passam longe.

Em Fortaleza a maioria dos espaços produzidos e consumidos no turismo são lugares privilegiados dentro da metrópole, produzidos e consumidos como

mercadorias. Partes do território metropolitano existem em função da produção e consumo voltado aos turistas. O litoral de Fortaleza constitui um espaço de produção e consumo mais dinâmico da atividade turística realizada na MetrÓpole. Além do ambiente litorâneo que exerce grande atração, apresenta ofertas diversificadas de lazer para residentes e turistas.

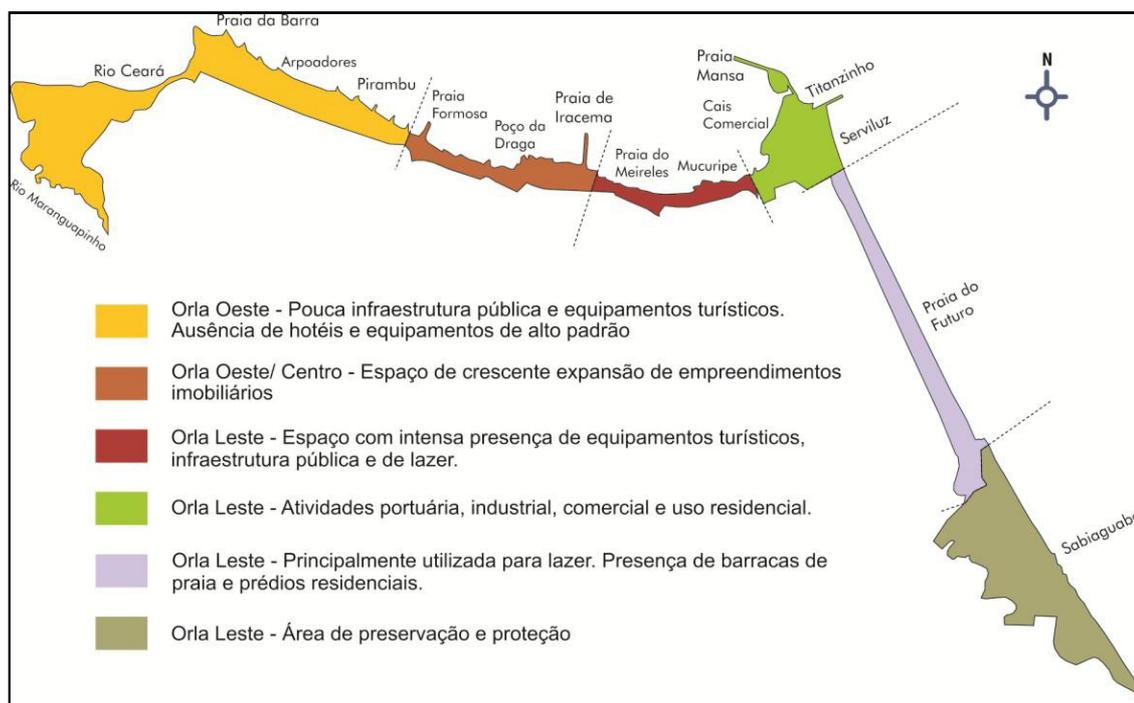
O desenvolvimento do turismo no litoral de Fortaleza segue lógica urbana e assim urbaniza litorais com distintos espaços turísticos. Reconfigurados, melhoram infraestrutura e ampliam rede de serviços em função das demandas dos residentes e turistas. Áreas litorâneas sem turismo não seguem a mesma dinâmica e ficam à margem da atividade turística, pouco contempladas com políticas públicas e investimentos privados. O litoral da cidade se divide a partir do uso que se faz dos espaços.

Na parte oeste da cidade, da foz do Rio Ceará, na Praia das Goiabeiras, passando pela Barra do Ceará, Cristo Redentor, Nossa Senhora das Graças e Arraial Moura Brasil, o espaço é de ocupação irregular e desordenada, área carente de recursos e investimentos públicos. Contrasta com parte da orla leste, que é lugar de uso ordenado e ocupação turística, beneficiada com políticas de infraestrutura como esclarece o geógrafo Parente (2012):

Na porção leste da cidade, os bairros nobres concentram a maior parte dos equipamentos privados de lazer e as infraestruturas públicas, ainda em bom estado de conservação, o que cria fronteiras demarcadas pelo exercício de hierarquização do poder na sucessiva privatização do público. Em contrapartida, o lado oeste de Fortaleza, mesmo na orla, concentra pobreza e negligência do Estado, que, contraditoriamente, privilegia espaços privados, permitindo que esses avancem sobre os públicos, como é o caso do Marina Park Hotel, com espaços excludentes como parte da praia, e a comunidade do Moura Brasil, que se localiza imediatamente na frente deste megaequipamento de hospedagem e lazer sem acesso. Ambos dividem o mesmo espaço geográfico, embora possuam realidades socioeconômicas evidentemente distantes. (PARENTE, 2012, p. 6).

A Figura 7 apresenta a orla de Fortaleza, com as distinções estabelecidas pelo tipo de uso e ocupação do território.

**Figura 7– Orla de Fortaleza**



Fonte: Jornal O Povo (2010).

Fortaleza é sem dúvida uma metrópole que privilegia o turismo, Fala-se de vocação turística. A vocação foi produzida e direcionada ao longo dos tempos pela implantação de políticas públicas e privadas que melhoraram a rede de serviços e propiciaram a instalação de equipamentos que projetam a cidade.

Em Fortaleza, muitos associam o turismo à degradação, o que não se revela o mais correto. A atividade melhora os ambientes. O turismo explora a beleza do litoral, onde espaços foram produzidos em função das demandas de lazer e turismo e se inseriram em definitivo na dinâmica da cidade.

A Avenida Beira-Mar concentra a maior parte da rede hoteleira. A feira de artesanato, restaurantes e o próprio calçadão da Beira-Mar, que serve tanto a turistas quanto residentes para as práticas de esportes e lazer, movimentam grande fluxo de pessoas.

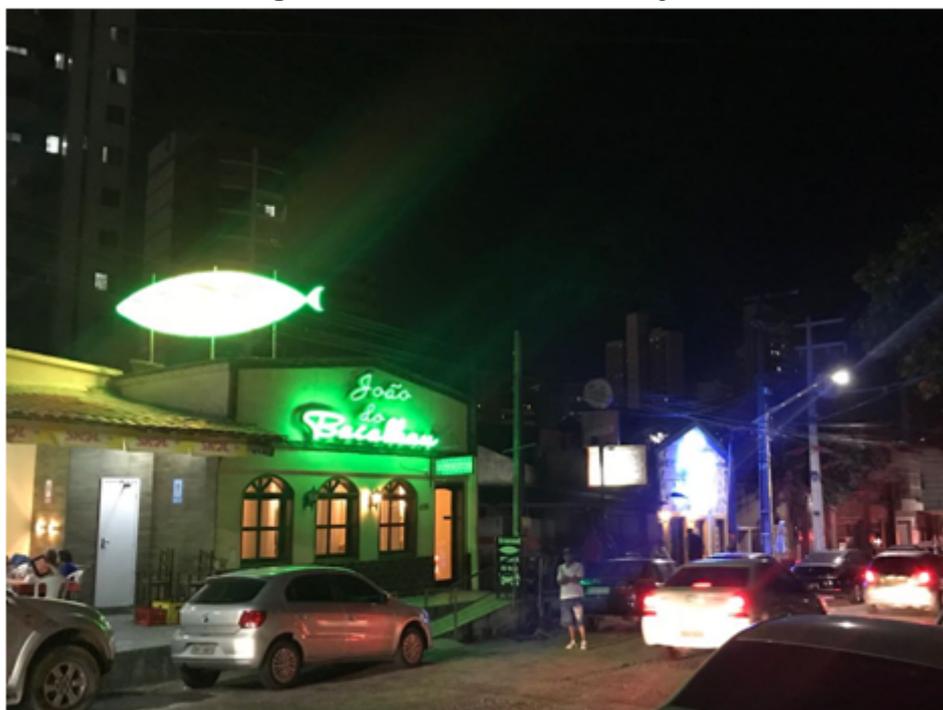
O Aterro da Praia de Iracema abriga o maior evento realizado pela Prefeitura Municipal em parceria com a iniciativa privada, a festa do *Réveillon*, que atraiu mais de 1,2 milhões de pessoas em 2016, segundo a Secretaria de Turismo, tornando Fortaleza um dos destinos preferidos por turistas brasileiros na época do evento. O Terminal Marítimo do Porto do Mucuripe, com capacidade para receber navios de grande porte e espaço para realização de festas privadas, shows e eventos corpora-

tivos, considerado pelo poder público equipamento que contribui para fomentar o desenvolvimento do turismo no Estado do Ceará, (COMPANHIA ..., 2013). A Praia do Futuro, objeto do estudo, destaca-se pela balneabilidade e pela estrutura de barracas de praias que oferecem diversas opções de lazer e diversão a residentes e turistas.

A cidade cresce, espaços se inserem na lógica do turismo e novos espaços são produzidos para além do turismo de sol e mar. Alternativas de lazer e turismo abrigam possibilidades de exploração de novos segmentos turísticos na cidade. A combinação de vários segmentos para a formatação de um produto turístico contribui para a diversificação da oferta, aumento de permanência do turista nos lugares e diminuição da sazonalidade da atividade (BRASIL, 2010). Assim, Fortaleza tem aumentado a oferta turística, consolidando espaços de lazer e turismo em diversas áreas da capital.

O bairro da Varjota é um pólo gastronômico de Fortaleza. Concentra inúmeros bares e restaurantes de gastronomia de várias nacionalidades e se consolida como atrativo turístico. A localização estratégica, próxima aos bairros dito nobres da cidade como Aldeota e Meireles, recebe grande fluxo de residentes e de turistas. A Figura 8 apresenta uma das ruas do bairro, que concentra diversos restaurantes.

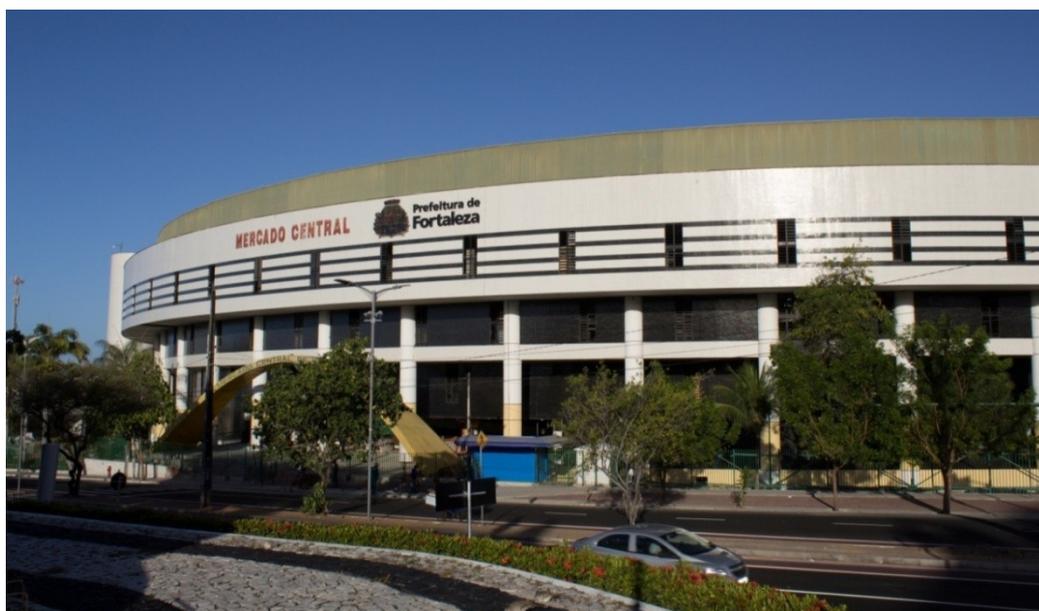
**Figura 8– Rua do bairro Varjota**



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O Mercado Central de Fortaleza, localizado no centro da cidade, abriga 559 boxes que vendem artigos em couro, rendas e bordados, roupas, bijuterias, artigos para decoração e lembrancinhas da cidade. Os visitantes também encontram produtos típicos da culinária regional como castanhas, doces, licores e cachaças. É considerado o maior mercado do Nordeste. O presidente da Associação dos Lojistas do Mercado Central (ALMEC)<sup>5</sup>, afirmou em reportagem veiculada no jornal Diário do Nordeste, em janeiro de 2017, que o mercado é o segundo ponto turístico mais visitado de Fortaleza, depois das praias, e que a média de visitantes nas férias gira em torno de 5.000 pessoas por dia (LIMA, 2017). A Figura 9 apresenta a fachada do Mercado Central de Fortaleza

**Figura 9– Mercado Central de Fortaleza**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

---

5 João Eudes Oliveira.

O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, espaço cultural instalado na Praia de Iracema, com 14,5 mil metros quadrados, abriga a realização de exposições, feiras culturais, shows musicais e outros eventos relacionados à difusão da arte e cultura no estado. O nome homenageia o jangadeiro Francisco José do Nascimento, o Chico da Matilde ou Dragão do Mar, símbolo da resistência popular cearense contra a escravidão, nos anos de 1881. Equipamento considerado de muita importância para a revitalização da Praia de Iracema, contudo, nos últimos anos enfrenta problemas relativos à falta de segurança no entorno, acúmulo de lixo e ocupação irregular de ambulantes. São dificuldades que afetam o próprio centro cultural e também bares e restaurantes instalados nas imediações. A Figura 10 mostra imagem do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura.

**Figura 10– Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

O Espaço Cultural da Universidade de Fortaleza (Unifor) é outro local da cidade destinado a exposições de artes, que recebeu em outubro de 2016 da Prefeitura Municipal de Fortaleza, por meio da SETFOR, o título de Patrimônio Turístico de Fortaleza, por sua contribuição à cultura da cidade através da arte. Segundo o secretário municipal de turismo<sup>6</sup>, o espaço cultural se inclui na agenda turística de Fortaleza e é mais uma alternativa para promover a cidade, que é destino de lazer, cresce no turismo corporativo e avança para o turismo cultural. (PREFEITURA..., 2016). A Figura 11 apresenta a fachada do Espaço Cultural da Unifor.

**Figura 11– Espaço Cultural da UNIFOR**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

O Centro de Eventos do Ceará, inaugurado em 2012, com capacidade para 30.000 pessoas e que, segundo a Secretaria de Turismo do Ceará, é o mais

---

6 Erick Vasconcelos

moderno espaço do gênero da América Latina e o segundo maior do Brasil em área útil, com 76 mil metros quadrados. É um equipamento multiuso, divisível em vários espaços menores, destinado a feiras, exposições e outros eventos de diferentes tipos, portes e vocações. Trata-se de equipamento de importância estratégica para que Fortaleza possa investir no turismo de negócios, atrair visitantes em época de baixa estaca e reduzir a sazonalidade do fluxo turístico na cidade. A fachada do Centro de Eventos do Ceará está na Figura 12.

**Figura 12 – Centro de Eventos do Ceará**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

O Museu da Fotografia, equipamento privado inaugurado em 2017, com área de 2,5 mil metros quadrados, no bairro da Varjota, que conta com um acervo de obras que retratam diferentes momentos da fotografia no Brasil e no mundo. É espaço destinado a exposições, oficinas e palestras relacionadas à fotografia. A relevância do Museu da Fotografia para o Estado levou ao reconhecimento do equipamento como Patrimônio Turístico da Capital pela Prefeitura de Fortaleza. A Figura 13 apresenta a fachada do Museu da Fotografia.

**Figura 13– Museu da Fotografia**

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A Caixa Cultural de Fortaleza, centro cultural instalado na Praia de Iracema, no prédio da antiga alfândega, construção histórica tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN. Espaço destinado à difusão da cultura e trabalho de artistas brasileiros, abriga a realização de projetos culturais nas áreas de artes visuais, teatro, dança, música, mostras de cinema, cursos, oficinas e lançamentos de livros, além de trabalhos na área de responsabilidade social. A Figura 14 apresenta o prédio da Caixa Cultural de Fortaleza.

**Figura 14– Caixa Cultural de Fortaleza**



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

A Avenida Monsenhor Tabosa concentra 232 estabelecimentos que comercializam roupas, calçados e acessórios e atrai grande número de turistas. É, sobretudo um polo de moda no Ceará. A Lei municipal n° 10.580/2017 transformou a via no primeiro corredor turístico da capital cearense e desde julho de 2017 o shopping a céu aberto funciona até 20hs. De acordo com a Lei, corredor turístico é uma via que contém estabelecimentos voltados ao público turista, através da qual circulam fluxos turísticos no cumprimento de seus itinerários, e fazem conexão entre as áreas, complexos, atrativos turísticos, respectivo turístico e os locais emissores do turismo local. A Avenida pode ser vista na Figura 15.

**Figura 15– Avenida Monsenhor Tabosa**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A variedade de *shoppings centers* instalados em Fortaleza, espaços que exercem grande importância na sociedade atual, assumindo inclusive atividades antes realizadas em locais públicos, como ruas e praças, para práticas de atividades de lazer. Segundo a Associação Brasileira de Shopping Centers - ABRASCE, a cidade de Fortaleza dispõe de 15 *shoppings* instalados e em pleno funcionamento. São equipamentos que complementam a oferta turística da cidade. Durante os meses de janeiro e julho, dois grandes *shoppings* da capital disponibilizam ônibus gratuito aos turistas hospedados em hotéis na Beira-Mar, Praia de Iracema e Praia do Futuro. A Figura 16 mostra shopping center em Fortaleza.

**Figura 16–Shopping center em Fortaleza**



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

A ampliação da oferta de equipamentos de turismo e lazer na cidade de Fortaleza dá novo reordenamento urbano e confere à cidade novas produções espaciais, permitindo novas formas de aproveitamento dos espaços e mais alternativas para o desenvolvimento da atividade turística na cidade.

### 3.2 UM OLHAR SOBRE A PRAIA DO FUTURO

A Praia do Futuro é zona de praia incorporada às práticas de lazer na cidade de Fortaleza a partir dos anos 70. Segundo Dantas (2011, p. 63) “incorporou-se ao espaço urbano, ora como periferia de zona portuária (Porto do Mucuripe) ora como lugar ocupado para responder a demanda das classes abastadas que frequentavam a Praia do Meireles”.

Em 1950, a Imobiliária Antonio Diogo loteou uma área que se estendia do Farol do Mucuripe até a barra do Rio Cocó, compreendendo 7 quilômetros de extensão, chamada inicialmente como “praia por trás do farol do Mucuripe”. A

respeito da denominação Praia do Futuro, o jornalista J. C. Alencar Araripe afirma, em reportagem veiculada no jornal local, Diário do Nordeste, em 31.07.1995:

Aproveito a oportunidade para uma explicação. A denominação Praia do Futuro foi dada por mim, quando editorialista do Correio do Ceará. Mas o que eu queria dizer é que aquela era a praia do nosso futuro urbano, e não dar um nome definitivo a ela, sem sentido, aliás, para ser um nome próprio, para ter caráter toponímico. Mas o nome pegou e ficou (Diário do Nordeste, 1995).

A procura pela Praia do Futuro acontece quando a elite de Fortaleza se sente incomodada com a presença dos habitantes dos subúrbios nas Praias de Iracema e do Meireles, facilitada pela ampliação do serviço de transporte coletivo. As classes abastadas querem manter o lazer praiano longe da convivência entre classes, considerada incompatível com os bons costumes da época, e se movimenta em busca de novas áreas litorâneas. (PRAIA, 2010).

A busca pela delimitação de espaços em função das condições socioeconômicas é um aspecto que marca a construção de significados em Fortaleza. A distância social entre as classes sempre se configurou também em uma busca de distância física entre os indivíduos. Neste sentido, a Praia do Futuro se insere como mais uma alternativa de lazer exclusivo buscado pelas elites locais. (CÂMARA, 2011, p. 8). Diz Silva (2006) que:

A Praia do Futuro é lugar 'escolhido' pela alta sociedade fortalezense que frequentava a Praia de Iracema, Meireles e Mucuripe, a partir da procura pelas práticas dos banhos de mar, quando buscava uma área com água sem sinais de poluição e livre da presença 'incômoda' da classe pobre (SILVA, 2006, p. 94).

A partir da década de 1970 a Praia do Futuro se insere como espaço de lazer e entretenimento da cidade de Fortaleza. As obras de prolongamento da Avenida Santos Dumont e a construção da Avenida Zezé Diogo facilitam o acesso e transformam a Praia do Futuro em território de uso residencial, comercial, turístico e de lazer, tornando-a mais diversa que outras praias urbanas. Segundo Brasil (2009, p. 118)

Com a abertura das avenidas Santos Dumont e Zezé Diogo, e com a construção do calçadão ao longo de toda extensão da zona de praia na década de 1980, as classes mais abastadas de Fortaleza começaram a utilizar a Praia do Futuro como área de lazer, surgindo os primeiros clubes na área. Em paralelo a esse processo, devido à alta taxa de ocupação da população de baixa renda e em resposta à necessidade de área de lazer, a prefeitura construiu o Polo de Lazer da Praia do Futuro. Assim, a ocupação desse bairro se consolidou através da convivência entre classes sociais distintas.

Território de uso misto, a área não apresenta valorização imobiliária equivalente a outros bairros litorâneos da cidade, com baixa taxa de verticalização e presença reduzida de meios de hospedagem. Atribui-se a pouca densidade habitacional às dificuldades no fornecimento de serviços básicos, como saneamento, fornecimento de água e energia, além da proclamada e não comprovada alta taxa de maresia do local, que afirmam ser a segunda maior do mundo. Em virtude dos fatores e da grande faixa litorânea, a especialização da área resulta da estrutura de lazer e turismo propiciada pelas barracas de praia.

A Praia do Futuro tem 7 km de extensão e é a faixa de praia mais utilizada para o lazer e o turismo por turistas e fortalezenses. Administrativamente, foi dividida pela Prefeitura de Fortaleza em Praia do Futuro I e Praia do Futuro II. A Praia do Futuro I tem início na Avenida Renato Braga à Praça do Futuro e do Oceano Atlântico à Rua Trajano Medeiros. Enquanto que a Praia do Futuro II vai da Praça do Futuro até o rio Cocó e do Oceano Atlântico à Rua Trajano de Medeiros.

É considerada a principal praia da capital e se destaca por duas características que a diferenciam das demais praias da cidade de Fortaleza e a transformaram em importante espaço de lazer e turismo. A balneabilidade e a infraestrutura fornecida pelas barracas de praia.

As barracas intensamente utilizadas fazem parte da cultura local, vão se consolidando e se diferenciando, compondo grandes complexos. Algumas foram aumentando seu programa de necessidades, incorporando *play-grounds*, parques aquáticos, lojas e boutiques. Se já se podia falar de uma especialização espacial, tal fenômeno pode ser visto claramente agora. (DONEGAN, 2011, p. 78).

Os fluxos de turistas e residentes transformam o modo de aproveitamento do espaço. As pessoas que procuram as barracas formam 'tribos', domínios, espaços selecionados, divididos, onde impera a identidade com o grupo. (SILVA, 2006, p. 19). Nas visitas realizadas, pode-se observar que, nos finais de semana, a praia é procurada durante o dia para o lazer praiano, no final da tarde recebe jovens para atividades de entretenimento e à noite acontecem apresentações musicais e shows de humor. Quintas à noite acontece a tradicional caranguejada. Nos demais dias da semana, a frequência é muito pequena, podendo-se atribuir esse fato à precária segurança no entorno.

A ocupação da Praia do Futuro por barracas iniciou-se entre 1960 e 1970, com a instalação de palhoças simples, de madeira e palha de carnaúba, de propriedade de pescadores locais. Eram instalações rústicas, construídas mais

longe do mar, antes da Avenida Dioguinho. Não atendiam padrões sanitários e apenas serviam de suporte às pessoas que começaram a descobrir a área como alternativa de lazer em Fortaleza.

Ao longo dos anos a Praia do Futuro foi alvo de intervenções do poder público que objetivavam urbanizar e transformar a orla em área de lazer. Segundo Maciel (2014) foram várias as tentativas de planejamento do lazer organizado pelas barracas de praia. Projeto Turístico Atlântico Sul, em 1985, durante a gestão municipal do prefeito César Cals Neto, interrompido por falta de verbas. Operação Praia do Futuro, em 1987, iniciada a execução na administração da Prefeita Maria Luiza Fontenele, também interrompida.

Operação Praia do Futuro, em 1988, intervenção proposta por barraqueiros, Ministério Público Federal, Procuradoria Geral do Estado, Delegacia do Patrimônio da União e Prefeitura Municipal de Fortaleza. Nesta intervenção apenas 1.600m de faixa de praia foram ordenados. Na gestão do prefeito Ciro Gomes, em 1989, houve a continuação do ordenamento da faixa de praia da gestão anterior. Na gestão do prefeito Juraci Magalhães (1997-2004), concluíram-se as obras do calçadão.

Na gestão municipal da prefeita Luizianne Lins (2005-2012) a Praia do Futuro foi beneficiada com obras realizadas com recursos do PRODETUR e na gestão do prefeito Roberto Cláudio (2013-2020) foi realizado projeto de requalificação da área. Observe-se que as intervenções do poder público que facilitaram o acesso à Praia do Futuro e urbanizaram a área sempre levaram em consideração a presença das barracas.

**Figura 17 – Praia do Futuro nos anos de 1980**



Fonte: Fortaleza nobre (2010).

A praia do Futuro reproduz as relações contraditórias do modo de produção capitalista. “O turismo é guiado pela esfera empresarial e não pela lógica do planejamento, do desenvolvimento sustentado e da inclusão social” (MOURA, 2012, p. 24) É espaço público disponível para o lazer e ócio. É espaço loteado em barracas de praia que condicionam pessoas a realizarem práticas de lazer e turismo aliadas ao consumo. Local de trabalho e meio de sustento para muitos. Alvo da aplicação de recursos públicos e fonte de tributos, que incidem sobre as atividades comerciais ali praticadas. São funções e atividades que requerem dos atores envolvidos participação e planejamento com o objetivo de preservar área que exerce papel importante para a cidade de Fortaleza.

#### **4 AS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO COMO ESPAÇOS DE CONSUMO E ARRECADAÇÃO TRIBUTÁRIA**

Ao longo dos anos, as barracas da Praia do Futuro passam por transformações em resposta às demandas por lazer e turismo. De simples palhoças, gradativamente, incorporam novas funcionalidades, ocupam mais espaço na orla marítima e se transformam em importantes empreendimentos “compondo o conjunto econômico mais significativo da área” (DONEGAN, 2011, p.77).

As barracas fazem parte da história e da cultura da cidade e exercem papel importante no desenvolvimento econômico do município, porque geram renda e postos de trabalho, valorizam a cultura local e promovem o turismo na capital. A praia recebe cerca de 100 mil visitantes na baixa estação e de 200 a 250 mil na alta estação. É responsável ainda por gerar três mil empregos diretos e dez mil indiretos, conforme informações fornecidas pela Associação dos Empresários da Praia do Futuro (PRAIA, 2017).

As barracas são um diferencial na cidade de Fortaleza, não se encontrando estrutura semelhante em outras praias do Nordeste. São fonte de lazer e diversão para residentes em Fortaleza e atrativo turístico para visitantes de outros estados e estrangeiros.

Ao mesmo tempo em que têm grande força econômica e um intenso uso da população local e turística, as barracas de praia têm uma frágil situação legal, por ocuparem em parte terrenos da marinha e faixas de praia (DONEGAN, 2011, p. 80). A ampliação dos empreendimentos sem controle ou fiscalização tem gerado questionamentos quanto à privatização do espaço público e limitação do uso da praia como bem público.

A Figura 18 mostra vista aérea das barracas da Praia do Futuro.

**Figura 18– Vista aérea das barracas da Praia do Futuro.**



Fonte: Menus (2015).

A lei nº 7.661/88 cria o Plano de Gerenciamento Costeiro da União, para definir qual espaço se qualifica como praia, bem de uso público e de livre acesso por todos:

Art. 10. As praias são bens públicos de uso comum do povo, sendo assegurado, sempre, livre e franco acesso a elas e ao mar, em qualquer direção e sentido, ressalvados os trechos considerados de interesse de segurança nacional ou incluídos em áreas protegidas por legislação específica.

§ 1º. Não será permitida a urbanização ou qualquer forma de utilização do solo na Zona Costeira que impeça ou dificulte o acesso assegurado no caput deste artigo.

§ 2º. A regulamentação desta lei determinará as características e as modalidades de acesso que garantam o uso público das praias e do mar.

§ 3º. Entende-se por praia a área coberta e descoberta periodicamente pelas águas, acrescida da faixa subsequente de material detrítico, tal como areias, cascalhos, seixos e pedregulhos, até o limite onde se inicie a vegetação natural, ou, em sua ausência, onde comece um outro ecossistema.

Em 2005, estabelece-se disputa judicial entre os proprietários de barracas e o Ministério Público Federal (MPF), que pediu a imediata remoção de todos os estabelecimentos irregularmente instalados na praia. A ação civil pública foi ajuizada contra 154 ocupantes, que exploram barracas e outros estabelecimentos comerciais localizados na Praia do Futuro.

Segundo o MPF, 101 construções impedem o livre acesso à praia, 43 não possuem inscrição ou autorização junto ao órgão federal competente para autorizá-las e de 110 ocupações registradas ou inscritas, 98 estabelecimentos ocupam área que excede o tamanho do espaço autorizado. O órgão federal afirma que as

barracas foram construídas sem controle ambiental prévio, sem licenciamento ambiental nem apresentação de Estudo e Relatório de Impacto Ambiental (EIA/RIMA).

As irregularidades verificadas provocam sérios danos ambientais, alterando a paisagem, impedindo o transporte de sedimentos entre o sistema praia-duna, contribuindo para a degradação do ambiente, podendo, inclusive, causar danos à biologia marinha. O MPF argumenta também que a ocupação da Praia do Futuro pelos barraqueiros restringe o acesso à área da praia apenas às pessoas que possuem condições financeiras para consumir os produtos oferecidos nas barracas. A Figura 19 apresenta as principais irregularidades verificadas na Praia do Futuro.

**Figura 19– Irregularidades na Praia do Futuro**



Fonte: Diário do Nordeste (2017).

A Figura 20 apresenta barraca da praia do futuro abandonada e em fase de deterioração.

**Figura 20 – Barraca da Praia do Futuro abandonada**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Em abril de 2017 o Tribunal Federal Regional da 5ª Região atende parcialmente ao pedido do Ministério Público e determinou a remoção das barracas instaladas na Praia do Futuro que não possuem autorização da Superintendência do Patrimônio da União (SPU). Na decisão, foi determinado um prazo de dois anos para as barracas não autorizadas saírem do local.

Nesse prazo, as barracas autorizadas devem se adequar à faixa permitida para funcionamento, inclusive retirando instalações, como piscinas, brinquedos e muros que impedem o livre acesso à praia, segundo o órgão público. A decisão gera conflitos e grande polêmica porque são empreendimentos inicialmente autorizados pelo poder público, que existem há muito tempo e têm grande importância para como equipamentos de lazer e turismo, conforme explica estudo realizado pelo Instituto Américo Barreira (2011):

De um lado, há a intenção do MPF de adequar o espaço à legislação vigente, com a ação de retirada das barracas que estiverem descumprindo o dispositivo legal de regulamentação da área; de outro, há o fato de que os restaurantes e bares à beira-mar existentes na Praia do Futuro consistem em um dos principais atrativos turísticos da cidade e que, mesmo em desacordo com a lei representam um papel social e econômico importante para Fortaleza. (CÂMARA MUNICIPAL, 2011, p. 5).

Segundo a presidente da AEPF<sup>7</sup>, hoje existem 60 barracas de praia em funcionamento e 23 barracas fechadas. O entendimento dos empresários é que se estabeleça um plano para a saída voluntária de famílias que usam as barracas como habitação e que as edificações abandonadas ou inativas sejam retiradas. Existe a necessidade de reformulação da área de atuação, que não se resume a simples retirada de todas as barracas, sob o risco da área da Praia do Futuro passar por um processo de “favelização”.

Opinião compartilhada pelo Secretário de Turismo do Estado, quando afirma que “a retirada dos empreendimentos pode transformar Fortaleza em uma cidade-dormitório, do ponto de vista turístico”. Para o Secretário de Turismo de Fortaleza, é de suma importância que as barracas permaneçam, mas os exageros devem ser corrigidos. (O POVO, 2017).

Reunião realizada em setembro de 2017 entre Ministério Público, Instituto de Planejamento de Fortaleza (IPLANFOR) e Fórum Permanente para Requalificação da Praia do Futuro definiu a necessidade de divisão da área da praia, da Foz ao Porto. A proposta de requalificação se baseia nas seguintes medidas: realocação das barracas fora da faixa de areia da praia, padronização das barracas que devem obedecer a modelos e tamanhos específicos, divisão das barracas em grupos de quatro por microrregiões, com espaçamento de 800 metros entre cada agrupamento, liberando o acesso à praia. A Figura 21 apresenta proposta de requalificação da Praia do Futuro.

---

<sup>7</sup> Fátima Queiroz.

**Figura 21– Proposta de requalificação da Praia do Futuro**



Fonte: Diário do Nordeste (2017).

A proposta alimenta a polêmica em torno da reordenação. Empresários entendem que a medida mais urgente seria a retirada das barracas abandonadas e a ordenação do comércio ambulante na região. Afirmam que a proposta apresentada é um equívoco, pois envolve um grande desembolso de recursos públicos, mexe com toda a estrutura existente e descaracteriza a Praia do Futuro porque transforma as barracas em quiosques de calçadão (PAULINO, 2017).

Apesar da polêmica que envolve a reordenação da Praia do Futuro, prevalece o entendimento de que não é interesse do Poder Público nem dos barraqueiros a remoção total das barracas, pelo papel importante que exercem na cidade, como espaços de lazer e turismo e fonte de renda e de empregos. As partes envolvidas devem buscar consenso a partir de um plano de requalificação e

obrigatória reordenação do território, com a continuação dos empreendimentos instalados, respeitados os limites legais estabelecidos, resolvendo em definitivo a questão judicial que se arrasta há anos.

#### 4.1 A OFERTA TURÍSTICA DAS BARRACAS DA PRAIA DO FUTURO

A praia é associada a banho de mar, brincadeiras na areia, caranguejo e água de coco. A Praia do Futuro vai muito além dos encantos naturais proporcionados pelo sol e o mar. A estrutura hoje existente coloca o mar como coadjuvante. Quem vai à Praia do Futuro o faz por motivações diversas. E as barracas inovam constantemente no atendimento e na prestação de serviços diferenciados. Turistas e residentes encontram na Praia do Futuro espaço onde lazer e turismo são realizados com comodidade e conforto, aliados ao consumo de diversos bens e serviços.

A importância que as barracas da Praia do Futuro exercem na metrópole Fortaleza está no cerne da dissertação. Em função disto, foram realizadas visitas às barracas da Praia do Futuro selecionadas como objeto de análise, entrevistas com responsáveis pelas barracas e aplicação de questionário junto aos frequentadores das barracas selecionadas.

A seleção das barracas para a pesquisa obedeceu à metodologia específica, traçada com base nas informações disponibilizadas pela AEPF e nos dados fornecidos pela Secretaria da Fazenda (SEFAZ).

Segundo a Associação, existem 60 barracas em funcionamento na Praia do Futuro. A informação foi comparada com relatórios fornecidos pela SEFAZ, onde se constatou que 18 barracas estão enquadradas em regime de pagamento específico, em função do maior porte do estabelecimento. Na visita de campo realizada em julho de 2017, não foi possível localizar 03 barracas registradas nos cadastros da SEFAZ. A respeito destas, se verificou que não efetuaram nenhum recolhimento de ICMS no ano de 2016.

Nas visitas de campo realizadas e da análise dos relatórios fornecidos pela SEFAZ, constatou-se que uma barraca de grande porte está cadastrada como microempresa e outra barraca está cadastrada em endereço diverso. Esta última, classificada como barraca 15, foi incluída na pesquisa, pois de fato funciona na Avenida Zezé Diogo.

As 15 barracas em funcionamento foram visitadas, com o objetivo de conhecer a estrutura dos empreendimentos e realização de entrevista. Em onze barracas, foi possível entrevistar pessoas responsáveis pelo estabelecimento. Em quatro barracas foi informado que a pessoa apta a conceder informações não se encontrava no local.

Perguntou-se aos responsáveis pelas barracas que tipo de produtos e serviços são oferecidos aos visitantes. Todos os entrevistados citaram a gastronomia como o carro-chefe, informando que é grande a procura pelos pratos tradicionais do litoral cearense, como o caranguejo, os frutos do mar e a peixada. Pelas respostas fornecidas, pode-se observar que a oferta das barracas difere em alguns itens e que, considerando o conjunto dos entrevistados, as barracas da Praia do Futuro colocam à disposição dos frequentadores grande quantidade de produtos e serviços. O Quadro 1 apresenta os produtos e serviços oferecidos nas barracas da Praia do Futuro.

#### **Quadro 1 – Produtos e serviços oferecidos nas barracas da Praia do Futuro**

|   |
|---|
| Gastronomia                                 |
| Coktelaria                                  |
| Sorveteria,                                 |
| Creperia                                    |
| Shows musicais                              |
| Shows de humor                              |
| Quinta do caranguejo                        |
| <i>Lounge</i>                               |
| Parque aquático                             |
| Parque infantil com recreadores e monitores |
| Pacotes para aniversários e casamentos      |
| Eventos para empresas                       |
| Acesso a internet                           |
| Beach tênis, futvôlei                       |
| Serviço de guarda-vidas                     |
| Berçários, fraldários                       |
| Lojas de conveniência                       |
| Massoterapia                                |
| Guarda-volumes                              |

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O conjunto de produtos e serviços ofertados pelas barracas da Praia do Futuro exerce um diferencial em relação inclusive a outras praias do Nordeste, que

não dispõem de estrutura semelhante, o que torna o local espaço muito procurado para lazer e diversão na cidade de Fortaleza.

**Figura 22– Barracas da Praia do Futuro**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

**Figura 23 – Barracas da Praia do Futuro**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

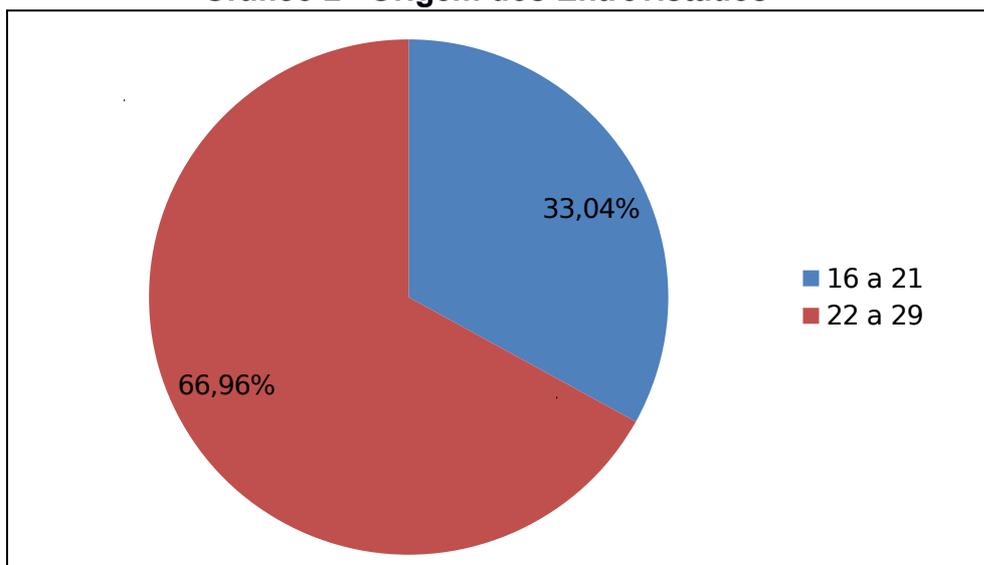
As barracas se reorganizam continuamente para atrair mais visitantes. Produzem espaços diferenciados, atraindo públicos específicos. Barracas que dispõem de parque aquático, monitores e recreadores infantis atraem público composto de famílias. Barracas modernas oferecem atrações voltadas para atrair o público jovem, que chega à Praia do Futuro no período da tarde. Existe barraca dotada de grande estrutura que atrai preferencialmente turistas estrangeiros. Espaços reservados para a prática de esportes e a permissão para animais atrai público específico em outra barraca. São novas funcionalidades incorporadas ao lazer praiano, que transformam as barracas em espaços de consumo na cidade de Fortaleza.

Para apreender a percepção dos visitantes sobre as barracas da Praia do Futuro, realizou-se a aplicação de questionários junto aos frequentadores das barracas previamente selecionadas. A quantidade de questionários aplicados obedece à metodologia específica, calculada com base na estimativa de visitantes na Praia do Futuro na alta estação, fornecida pela Associação de Empresários, que é de 200 a 250 mil visitantes por semana.

Os questionários foram aplicados nos dias 21, 22 e 23 de julho e nos dias 12 e 13 de agosto de 2017. As perguntas iniciais estabelecem o perfil dos frequentadores das barracas.

Foram entrevistados 397 usuários das barracas. Destes, 290 são residentes em Fortaleza, enquanto 107 são turistas, provenientes de diversos estados, inclusive brasileiros residentes na Argentina e Alemanha. Os estados mais citados foram São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Pará, Piauí, Pernambuco Bahia e Distrito Federal. Também se identificou pessoas residentes em outros municípios do Estado como Caucaia, Eusébio, Maracanaú e Sobral.

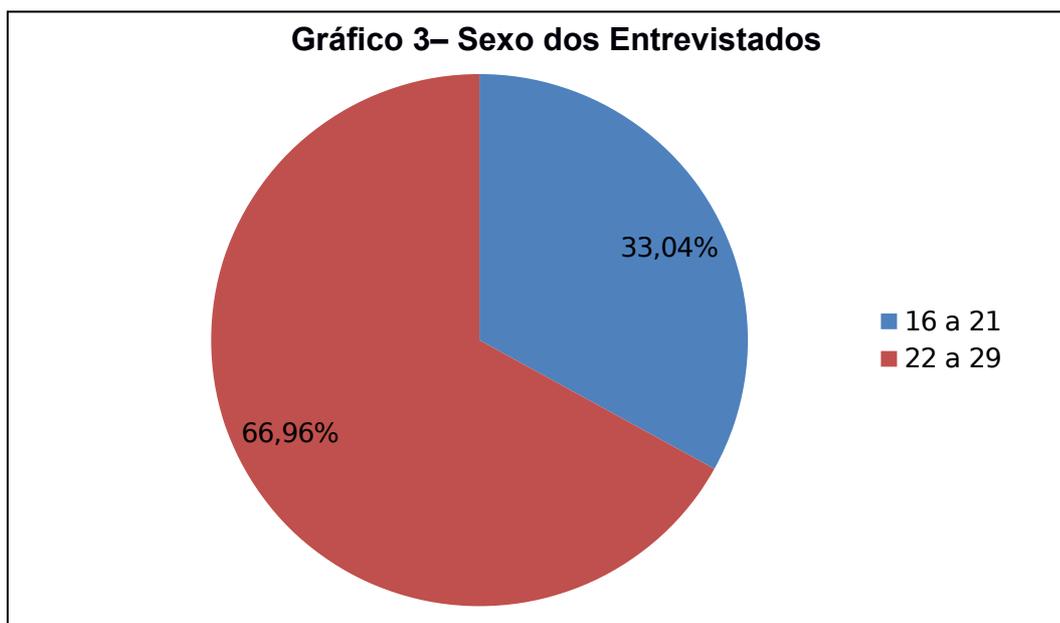
**Gráfico 2– Origem dos Entrevistados**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Dos 397 entrevistados, 228 são do sexo feminino e 169 do sexo masculino, como se observa no Gráfico 3.

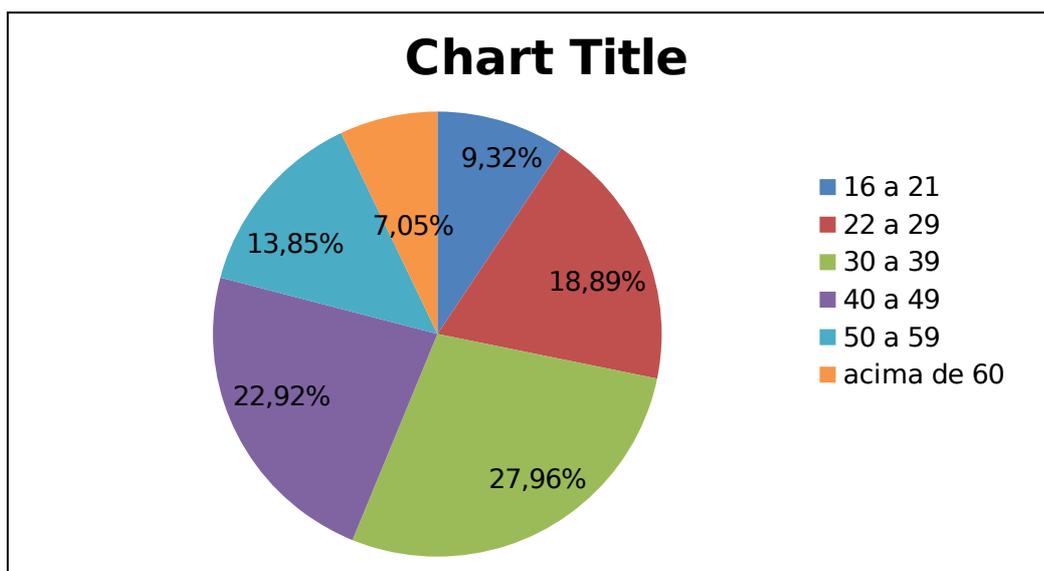
**Gráfico 3– Sexo dos Entrevistados**



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

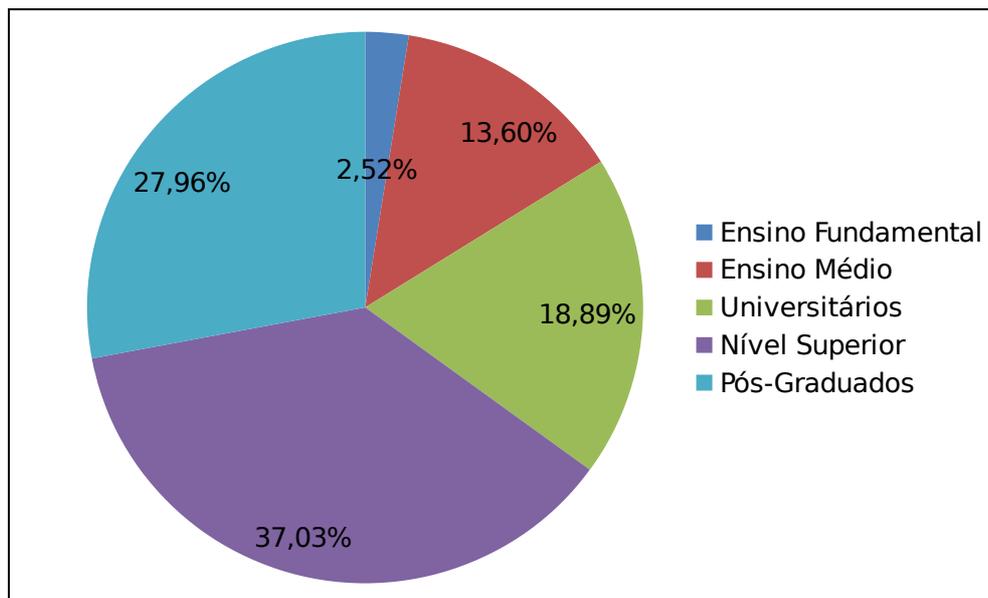
Com relação à faixa etária, observa-se distribuição variada. Nas barracas pesquisadas foi possível entrevistar desde jovens que informaram estar na faixa etária entre 16 e 21 anos até pessoas que informaram ter mais de 60 anos. Na tabulação dos resultados, constata-se predominância de pessoas entre 30 e 39 anos de idade.

**Gráfico 4 – Faixa etária dos entrevistados**



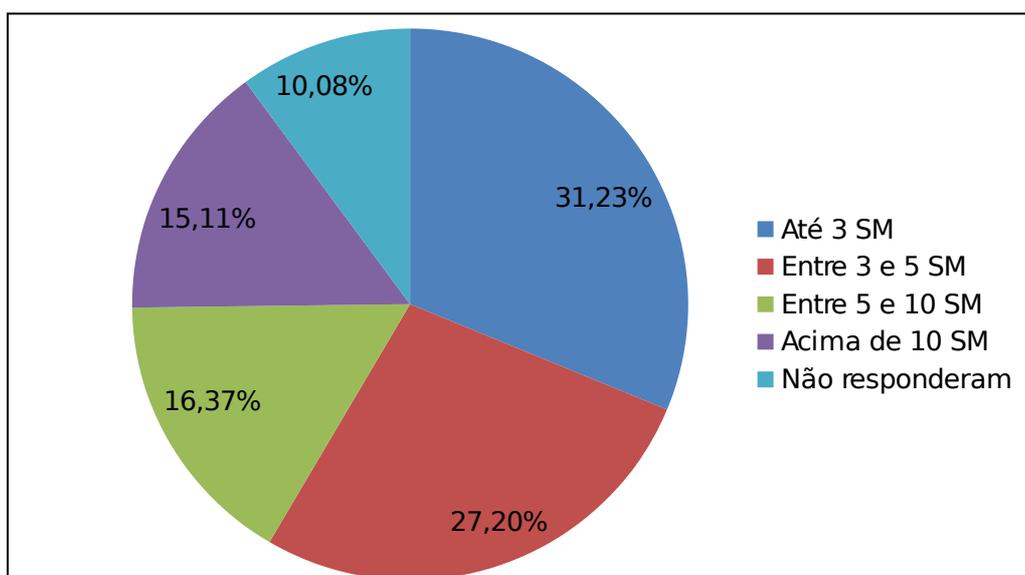
Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Quanto à escolaridade, as respostas indicaram uma predominância de visitantes com nível de escolaridade mais elevado. 10 pessoas informaram ter apenas o ensino fundamental, 54 concluíram o ensino médio, 75 são universitários, 147 tem nível superior e 111 pessoas informaram ter pós-graduação, conforme demonstrado no Gráfico 5.

**Gráfico 5– Escolaridade dos entrevistados**

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A renda informada pelos entrevistados também aponta para tendência de que as barracas pesquisadas sejam frequentadas por pessoas com renda mais elevada. Na pesquisa, 124 entrevistados informaram ter renda até três salários mínimos, 108 pessoas informaram ter renda entre três e cinco salários mínimos, 65 pessoas com renda entre cinco e dez salários mínimos e 60 pessoas com renda acima de dez salários mínimos. 40 entrevistados preferiram não responder à pergunta.

**Gráfico 6– Renda dos Entrevistados**

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Perguntados se conheciam a Praia do Futuro, 360 pessoas, correspondendo a 90% dos entrevistados, afirmaram que sim. Apenas 37 pessoas informaram ser a primeira vez que visitavam a praia. Quanto à frequência de visitas, a maioria das respostas indica que os usuários das barracas retornam várias vezes, principalmente nos finais de semana e nas férias, o que demonstra que a Praia do Futuro apresenta oferta turística capaz de atrair e fidelizar residentes e visitantes.

O resultado confirma na entrevista realizada com os responsáveis pelas barracas. Todos afirmaram ter clientes fidelizados, residentes e turistas, alguns inclusive de origem internacional. Um dos gerentes de barracas informou ter cartão de fidelização que concede descontos aos usuários. A Tabela 2 apresenta a frequência de visitas à Praia do Futuro.

**Tabela 2– Frequência de visitas à Praia do Futuro**

| <b>Frequência</b>         | <b>Quantidade de Pessoas</b> |
|---------------------------|------------------------------|
| Fins de Semana            | 123                          |
| Nas férias                | 95                           |
| Uma ou duas vezes por mês | 59                           |
| Raramente                 | 120                          |
| <b>Total</b>              | <b>397</b>                   |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Perguntado sobre o que mais gostam nas barracas da Praia do Futuro, os entrevistados citaram mais de um fator de atração. A maioria dos entrevistados citou a culinária das barracas, o que reforça a percepção dos barraqueiros que a gastronomia é fator de grande atratividade dos empreendimentos. Além da comida, as respostas sempre se reportaram à estrutura oferecida pelas barracas, à comodidade, aos produtos e serviços oferecidos, ao bom atendimento, assim como à segurança propiciada pela existência das barracas.

**Figura 24– Caranguejo servido em barraca da Praia do Futuro**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

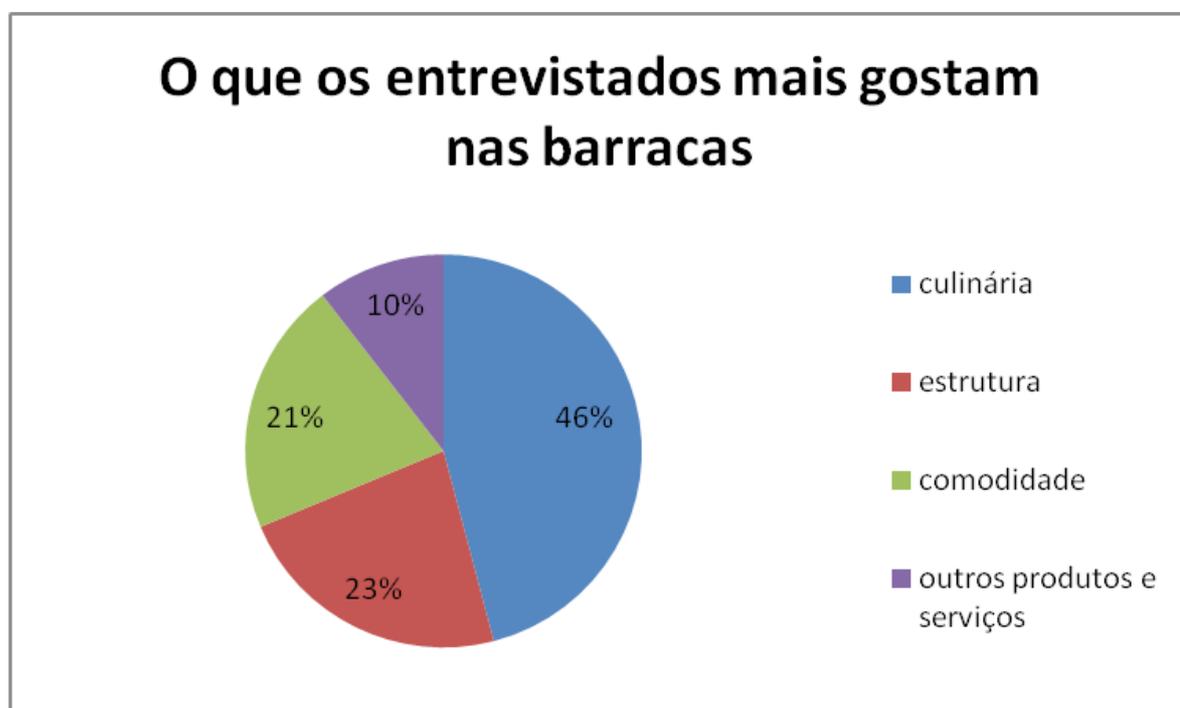
Na aplicação do questionário, observa-se que a opção por frequentar a Praia do Futuro está fortemente associada à existência das barracas de praia e a possibilidade de consumir os produtos e serviços oferecidos. Foi citado inclusive por alguns entrevistados que “se não houvesse as barracas não teria nada para fazer na praia” e que “sem as barracas, a Praia do Futuro ficaria muito perigosa”. Os itens mais citados pelos entrevistados estão registrados na Tabela 3.

**Tabela 3– O que os entrevistados mais gostam nas Barracas da Praia do Futuro**

| O que mais gosta nas Barracas                        | Quantas pessoas citaram |
|--|-------------------------|
| Culinária das barracas                               | 242                     |
| Comodidade oferecida pelas barracas                  | 110                     |
| Estrutura das barracas                               | 120                     |
| Outros produtos e serviços oferecidos pelas barracas | 55                      |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

**Gráfico 7– O que os entrevistados mais gostam nas Barracas da Praia do Futuro**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A concentração de residentes e turistas na Praia do Futuro reflete no exercício de atividades informais, fato que merece atenção do poder público. Muitos ambulantes transitam nas barracas, oferecendo diversos produtos, desde alimentação até roupas de praia, às vezes provocando reclamações de usuários das barracas, que se sentem incomodados com as abordagens constantes dos vendedores. Os proprietários das barracas utilizam de seguranças particulares para proibir a passagem dos ambulantes, evitando incômodos aos clientes, sem levar em consideração que os vendedores estão em faixa de praia, um bem de uso comum do povo.

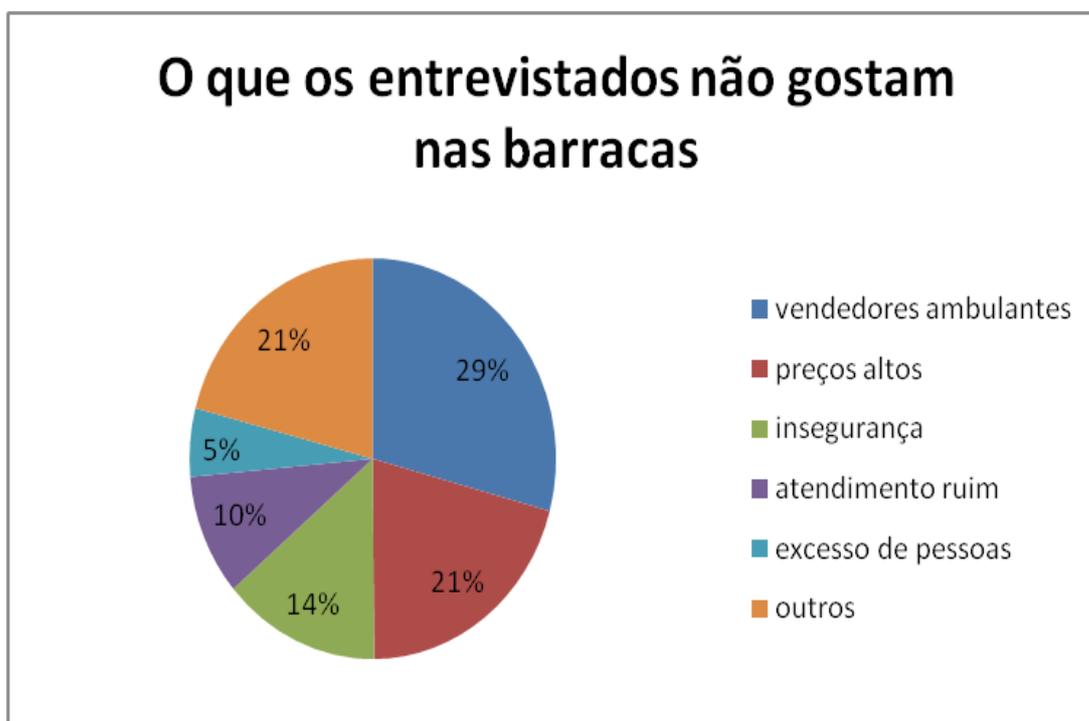
Esse problema se constatou quando, solicitado a indicação do que não gostam nas barracas da Praia do Futuro, a maior frequência de respostas dos frequentadores das barracas citou os vendedores ambulantes. Outros problemas citados referem-se a preços altos cobrados nas barracas, excesso de pessoas e insegurança na área da Praia do Futuro, como se lê na Tabela 4.

**Tabela 4– O que os entrevistados não gostam nas barracas da Praia do Futuro**

| O que não gosta nas barracas  | Quantas pessoas citaram |
|---|-------------------------|
| Vendedores ambulantes   | 116                     |
| Preços altos  | 82                      |
| Insegurança no entorno  | 55                      |
| Atendimento ruim as barracas  | 39                      |
| Excesso de pessoas  | 22                      |
| Outros (animais, barulho, falta de estacionamento, obrigação de consumação, falta de higiene) | 83                      |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

**Gráfico 8– O que os entrevistados não gostam nas barracas da Praia do Futuro**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A pesquisa verifica ainda, junto aos usuários, a importância atribuída às barracas da Praia do Futuro para Fortaleza e se estas trazem alguma desvantagem para a cidade. Apenas 11 entrevistados não atribuíram nenhuma importância às

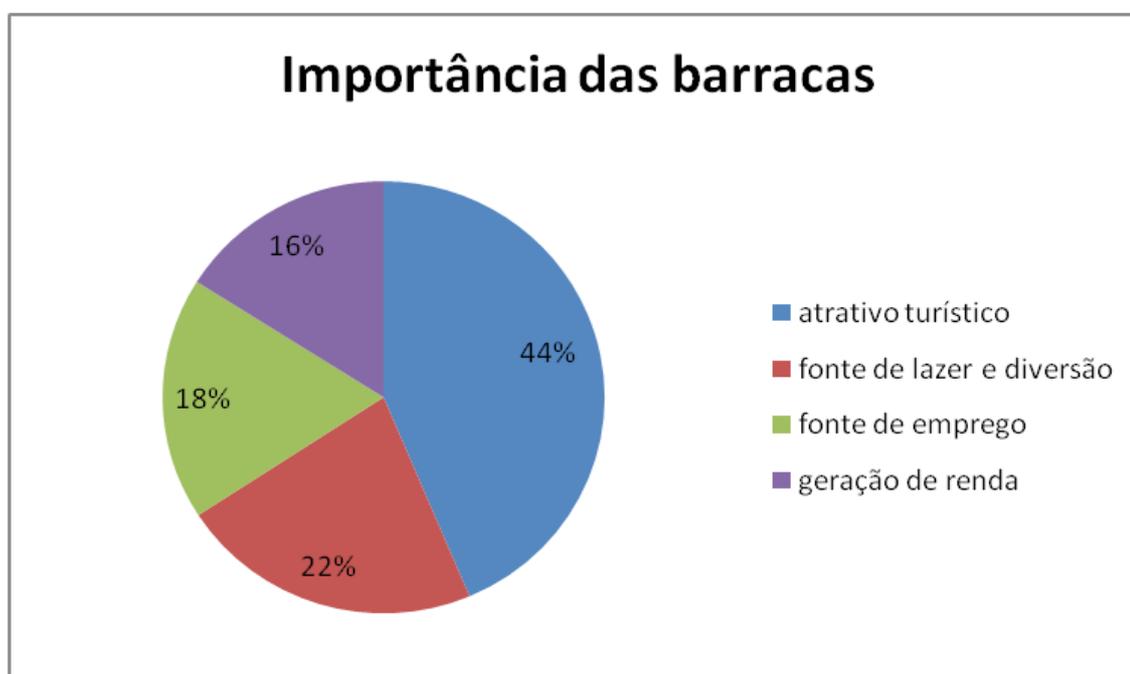
barracas para a cidade de Fortaleza. 386 pessoas, correspondendo a 97% dos entrevistados, afirmaram que as barracas são importantes para Fortaleza. Os motivos mais citados pelos entrevistados estão na Tabela 5.

**Tabela 5– Importância das Barracas da Praia do Futuro**

| Motivo da importância das barracas | Quantas pessoas citaram |
|------------------------------------|-------------------------|
| Atrativo turístico                 | 212                     |
| Fonte de lazer e diversão          | 108                     |
| Fonte de empregos                  | 88                      |
| Geração de renda para Fortaleza    | 78                      |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

**Gráfico 9– Importância das barracas da Praia do Futuro**



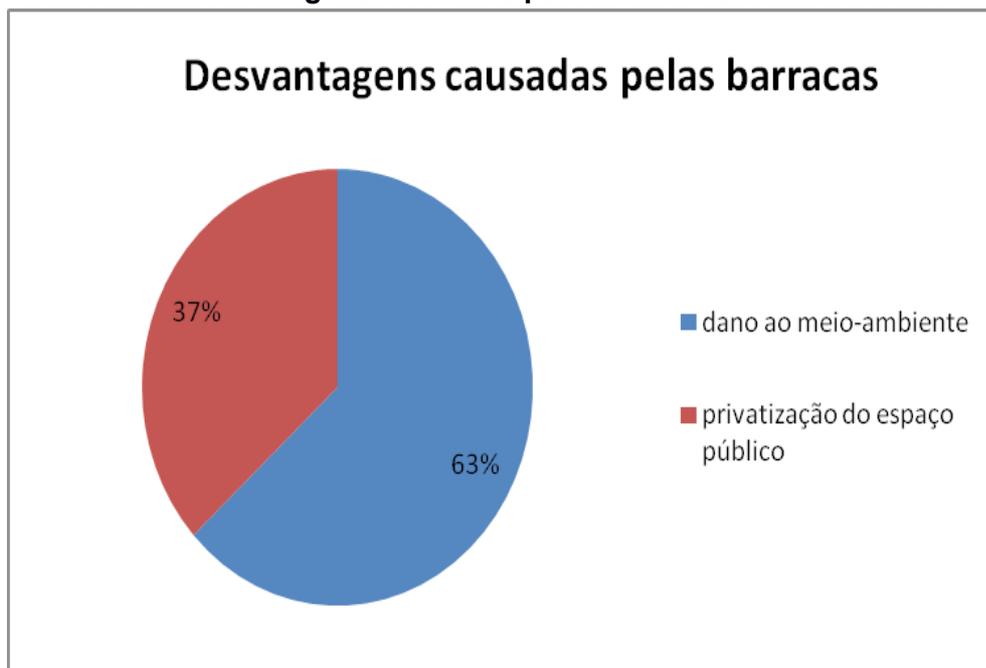
Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Quanto às possíveis desvantagens causadas pelas barracas, 175 pessoas, correspondendo a 44% dos entrevistados, afirmam que os empreendimentos não causam qualquer prejuízo à cidade, mas 222 pessoas entendem que as barracas causam prejuízos, conforme demonstrado na Tabela 6.

**Tabela 6– Desvantagens causadas pelas barracas da Praia do Futuro**

| Desvantagens causadas pelas barracas | Quantas pessoas citaram |
|--------------------------------------|-------------------------|
| Causam dano ao meio-ambiente         | 146                     |
| Privatizam o espaço público          | 85                      |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

**Gráfico 10– Desvantagens causadas pelas barracas da Praia do Futuro**

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Perguntado aos entrevistados sobre que tipo de danos as barracas causam ao meio-ambiente, eles citaram poluição ambiental, sonora e visual, porque as barracas obstruem a vista do mar. Também citaram produção excessiva de lixo e sujeira na praia. Os entrevistados mencionaram várias vezes o comportamento dos usuários das barracas, que jogam lixo em local inadequado.

A respeito de danos ao meio ambiente, reportagem veiculada em jornal de Fortaleza diz que a beleza e a balneabilidade da Praia do Futuro estão ameaçadas pelo grande número de ligações clandestinas de esgotos e galerias pluviais na região. Segundo proprietário de uma das barracas, a Prefeitura de Fortaleza fez um grande processo de transformação da Praia do Futuro. Construiu galerias pluviais para recepção e escoamento das águas de chuvas, mas não impediu as ligações clandestinas que prejudicam a orla (LIMA, 2017).

Indagados sobre a privatização do espaço público, a maioria dos entrevistados, apesar de considerar que as barracas são importantes, julgam que o crescimento desenfreado dos empreendimentos reduz a faixa de praia e causa segregação. Afirmam que deve existir limites para que os barraqueiros não se considerem “donos da praia” e que deve ser garantido o acesso para quem quer usufruir somente do mar e não ir às barracas.

A respeito da transformação do espaço da Praia do Futuro em função das barracas, Donegan (2011, p. 130) diz que o crescimento do turismo e a mudança na ocupação da orla marítima parecem ter incentivado a construção de cenário pensado como atrativo para um público específico, embora impeça o livre trânsito do calçadão à praia. Estruturas de barracas com vastos programas, níveis requintados de tratamento e limites físicos extensos ampliam a densidade de ocupação e dificultam o acesso. O tipo de ocupação realizado por algumas barracas tende a transformar o empreendimento em principal atração, impedindo inclusive a vista do ambiente natural ao seu redor.

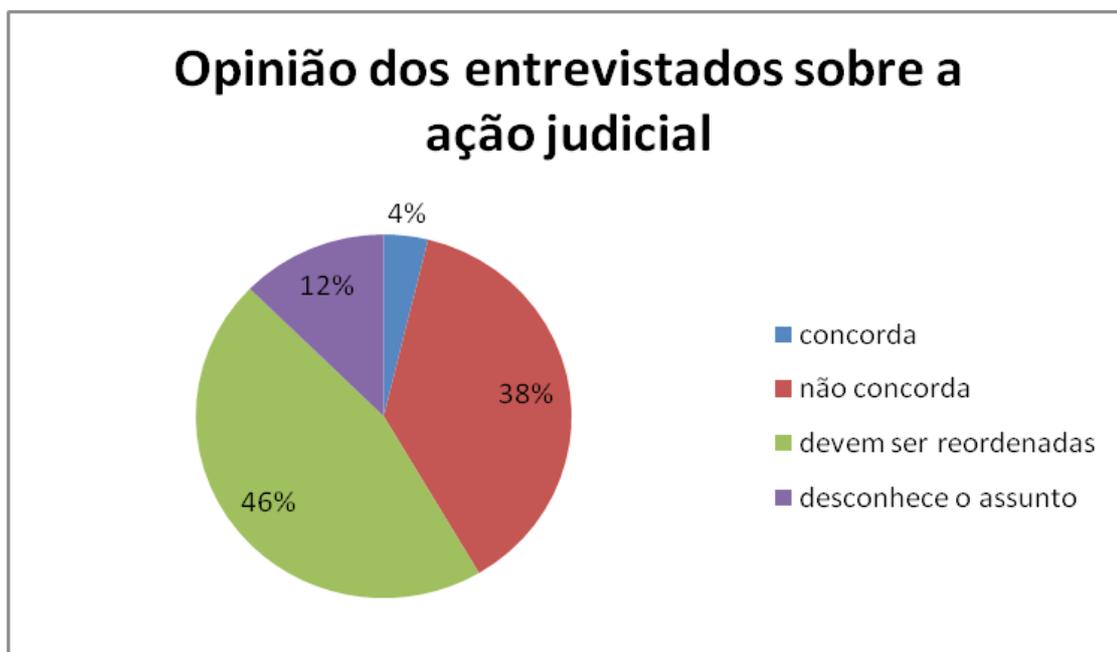
Embora cientes dos problemas causados pela ocupação desordenada, o entendimento de que as barracas são importantes se confirma quando perguntados sobre a ação judicial para remover as barracas da Praia do Futuro. A grande maioria não concorda com a remoção, mas entende que as mesmas devem passar por uma reordenação, conforme Tabela 7.

**Tabela 7– Opinião dos entrevistados sobre a ação judicial para retirada das barracas da Praia do Futuro**

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Concorda              | 15  |
| Não concorda          | 150 |
| Devem ser reordenadas | 182 |
| Desconhece o assunto  | 50  |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

**Gráfico 11 – Opinião dos entrevistados sobre a ação judicial para retirada das barracas da Praia do Futuro**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Pelos resultados obtidos na primeira parte da pesquisa, foi possível constatar que a Praia de Futuro é território importante na cidade de Fortaleza e que as práticas de lazer e turismo no espaço são associadas à oferta de produtos e serviços realizada pelas barracas. A estrutura propiciada pelos empreendimentos revestiu o ato de “ir à praia” de vários outros significados, além daqueles relacionados ao banho de mar e contato com a natureza.

#### 4.2 O CADASTRO DAS BARRACAS NO SISTEMA DE TRIBUTAÇÃO ESTADUAL

As barracas da Praia do Futuro são estabelecimentos que comercializam grande variedade de produtos, além de prestarem diversos serviços. A Constituição Federal estabelece repartição de competências para cobrança de tributos entre União, Estados e Municípios. Cabe ao município cobrar impostos sobre a prestação de serviços. Ao Estado compete tributar a venda de mercadorias.

Neste sentido, as barracas da Praia do Futuro são classificadas pela SEFAZ como estabelecimentos comerciais do segmento de bares e restaurantes. São obrigadas à inscrição cadastral e, conforme o porte do estabelecimento e

previsão de faturamento, enquadradas em regime de pagamento que determina o tipo de recolhimento de ICMS que irá efetuar ou mesmo a dispensa do recolhimento do imposto, conforme determinam os artigos 2º, 14, e 70 da Lei nº 12.670/96:

Art. 2º. São hipóteses de incidência do ICMS:

I – as operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive o fornecimento de alimentação e bebidas em bares, restaurantes e estabelecimentos similares.

Art. 14. Contribuinte é qualquer pessoa física ou jurídica, que realize com habitualidade ou em volume que caracterize intuito comercial, operações de circulação de mercadorias ou prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e prestações se iniciem no exterior.

Parágrafo 2º. Incluem-se entre os contribuintes do ICMS:

XI – o fornecedor de alimentação, bebidas e outras mercadorias em qualquer estabelecimento.

Art. 70. Os contribuintes definidos nesta Lei são obrigados a inscrever seus estabelecimentos no Cadastro Geral da Fazenda (C.G.F.) antes de iniciar suas atividades, na forma como dispuser o regulamento.

Sobre o Cadastro Geral da Fazenda - CGF, o artigo 92 do Decreto nº 24.569/97 estabelece:

Art. 92. O Cadastro Geral da Fazenda (CGF) é o registro centralizado e sistematizado no qual se inscreverão, pela Internet, através do site da Secretaria da Fazenda, , ou do Núcleo de Execução da Administração Tributária (Nexat) da respectiva circunscrição fiscal, e antes de iniciarem suas atividades, todas as pessoas físicas ou jurídicas definidas em lei como contribuintes do ICMS, e conterà dados e informações que os identificará, localizará e classificará segundo a sua natureza jurídica, atividade econômica, tipo de contribuinte e regime de recolhimento, em:

IV. Quanto ao regime de recolhimento:

- a) normal;
- b) substituição interna;
- c) substituição interestadual;
- d) outros;
- e) empresa de pequeno porte;
- f) microempresa;
- g) especial;
- h) microempresa social

Em atendimento à legislação vigente e em função do tipo de atividade comercial que realizam e previsão de faturamento, as barracas podem ser cadastradas pela SEFAZ no regime de pagamento Normal, Empresa de Pequeno Porte ou Microempresa. As Empresas de Pequeno Porte e Microempresa recolhem impostos federais, estaduais e municipais a que estão sujeitos, através de regime especial unificado de arrecadação de tributos e contribuições, denominado Simples Nacional, estabelecido na Lei nº 123/2006

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código

Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e

II - no caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

§ 1º Considera-se receita bruta, para fins do disposto no caput deste artigo, o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos.

Já as empresas do regime Normal de pagamento apresentam expectativa de faturamento superior aquele estabelecido na legislação do Simples Nacional, ou perderam essa condição por descumprimento de obrigações tributárias. Obedecem legislação estadual específica para o recolhimento de impostos e cumprimento de obrigações tributárias. Regra geral, as empresas do regime Normal de pagamento são obrigadas ao recolhimento do ICMS pela alíquota de 18% sobre as operações de vendas de mercadorias que realizam.

Todavia, legislação estadual estabelece regime especial de tributação para as empresas cadastradas no segmento de bares e restaurantes, que consiste no recolhimento do percentual de 3,5% sobre as vendas realizadas. Sobre regime especial de tributação, estabelece o artigo 67 do Decreto nº 24.569/97:

Art. 67. Em casos peculiares e objetivando facilitar o cumprimento das obrigações tributárias, poder-se-á adotar regime especial de tributação, mediante prévia manifestação de órgão técnico fazendário.

Sobre o regime especial de tributação para bares e restaurantes, estabelece o artigo 763 do Decreto nº 24.569/97:

Art. 763. Em substituição à sistemática normal de tributação, fica facultado aos estabelecimentos que exerçam atividade de fornecimento de alimentação, bebidas e outras mercadorias, em sistema coletivo ou em restaurante, churrascaria, pizzaria, lanchonete, bar, pastelaria, confeitaria, doceria, bomboneria, sorveteria, casa de chá, loja de delicatessen, serviço de Buffet, hotel, motel, pousada e assemelhados a recolher o imposto devido mediante a aplicação do percentual de 3,5% incidente sobre o total do faturamento bruto relativo à saída de alimentação e outras mercadorias fornecidas individualmente ou em pacote contratado pelo adquirente.

Art. 765. Os estabelecimentos a que se refere esta Seção, exceto os fornecedores de refeições industriais e os serviços de Buffet, ficam sujeitos a utilização de equipamento emissor de cupom fiscal que atenda a legislação pertinente.

As barracas de praia objeto da pesquisa são enquadradas na atividade de bares e restaurantes e no regime normal de pagamento. A legislação estadual define que o faturamento bruto se compõe de todos os valores apurados pela barraca

decorrentes do fornecimento de alimentação, outras mercadorias e dos serviços prestados, excluindo dessa composição as gorjetas, desde que limitadas a 10% do valor da conta. Isso significa que, se a barraca inclui na conta ingresso de parque aquático ou *couvert* referente a shows musicais, estes devem ser registrados no cupom fiscal e o ICMS incidente deve ser recolhido.

A legislação estadual também determina que deve ser excluído do faturamento bruto as mercadorias tributadas pelo regime de substituição tributária, ou seja, mercadorias cujo ICMS já foi recolhido em operação anterior. Isso se aplica, a venda de sorvete, picolé, cerveja, chope, refrigerante e água mineral realizada pelas barracas. Sobre esses produtos a barraca de praia não recolhe ICMS porque o imposto já foi recolhido pelo estabelecimento que vendeu a mercadoria para a barraca. A regra não se aplica quando a barraca utiliza o produto como ingrediente para o preparo de outro produto, por exemplo, usa água mineral para preparar suco. Nesse caso deve recolher o ICMS.

O caranguejo vendido nas barracas tem tributação específica. No Ceará, a captura do crustáceo é reduzida e a maioria dos caranguejos consumidos no Estado vem do Delta do Parnaíba, entre os estados do Piauí e do Maranhão. A Instrução Normativa nº 31/2009 determina que deve ser recolhido ICMS no valor de R\$ 0,10 por unidade nas entradas de caranguejo provenientes de outros estados. Segundos dados fornecidos pela Sefaz, constata-se que no Ceará um grande distribuidor e proprietário de barraca adquire a maior quantidade do produto para comercialização e distribuição entre os restaurantes de Fortaleza.

O regime especial para bares e restaurantes objetiva reduzir a carga tributária e facilitar o cumprimento das obrigações tributárias, de forma a estimular a atividade, em função da importância que o segmento exerce no Estado. É tratamento diferenciado em relação às demais atividades de comércio, que não é percebido pelos empresários.

Perguntados se recebem algum incentivo de órgãos públicos, os responsáveis pelas barracas foram unânimes em afirmar que não recebem qualquer tipo de apoio do poder público. Afirmam que recolhem impostos como todas as outras atividades comerciais e que a fiscalização é rigorosa. Reclamaram inclusive que são obrigados a arcar com o custo da coleta de todo o lixo produzido, com exceção do resíduo do coco.

Observe-se que ações do poder público não são percebidas pelos empresários. A atividade é estimulada quando recebe autorização para recolher ICMS em percentuais menores que outros segmentos econômicos. As barracas são beneficiadas por políticas públicas como o PRODETUR Nacional, que implantou projeto de requalificação da Praia do Futuro, com a realização de obras de drenagem, terraplanagem, sinalização, eletrificação e iluminação de avenidas. A área também foi beneficiada com intervenções da gestão municipal, que padronizou calçadas, implantou ciclovias e duplicou a Avenida Zezé Diogo.

Segundo informações prestadas pela AEPFM, existem 60 barracas em funcionamento na Praia do Futuro. Pelos relatórios fornecidos pela SEFAZ, 18 barracas estão cadastradas no regime Normal de Pagamento, submetidas à obrigatoriedade do recolhimento do ICMS pelo percentual de 3,5% sobre as vendas realizadas. As demais estão cadastradas como Microempresas ou Empresas de Pequeno Porte e fazem recolhimento dos tributos federais, estaduais e municipais de forma unificada. Independente do regime de pagamento em que estejam enquadradas, todas estão obrigadas à emissão de nota fiscal de venda a consumidor ou cupom fiscal nas vendas que realizam.

#### 4.3 O CONTROLE DA SECRETARIA DA FAZENDA SOBRE O RECOLHIMENTO DO ICMS

A nota fiscal é o documento exigido pela legislação fiscal que comprova uma compra, com indicação do preço, e serve de controle ao Fisco de toda operação realizada pelo contribuinte, que constitua fato gerador de tributo ou tenha relevância para a fiscalização tributária (DINIZ, 1998). É direito e dever do consumidor exigir a emissão de nota fiscal, conforme estabelece o Decreto nº 24.569/97.

Art. 139. Sempre que for obrigatória a emissão de documento fiscal, o destinatário da mercadoria ou bem e o usuário do serviço são obrigados a exigir tal documento daquele que deva emití-lo, contendo todos os requisitos legais.

A legislação tributária estadual determina a obrigatoriedade de emissão de nota fiscal ou cupom fiscal em toda operação de venda de mercadorias, independente do regime de tributação em que a empresa tenha sido enquadrada e

do fato de estar ou não obrigada a recolhimento de ICMS. A nota fiscal é fundamental para identificar o contribuinte responsável pelo eventual recolhimento de tributos federais, estaduais ou municipais.

É documento essencial para que o Fisco tome conhecimento das operações realizadas, do faturamento obtido, inclusive para fins de reenquadramento em regime de tributação mais adequado ao porte econômico do contribuinte. É correto dizer que no Estado do Ceará, independente do porte do estabelecimento, nenhum contribuinte está desobrigado de emitir nota fiscal, sob qualquer justificativa.

Neste sentido, as barracas da Praia do Futuro, independente do regime de tributação em que estejam enquadradas, são obrigadas a emitirem nota fiscal de venda ao consumidor ou cupom fiscal, documentos que tem o mesmo efeito jurídico, para todos os clientes que consomem alimentos e bebidas em seus estabelecimentos. Neste sentido, o Decreto n° 24.569/97 determina:

Art. 177. Nas operações em que o adquirente seja pessoa física ou jurídica não contribuinte do imposto estadual, será emitido o Cupom Fiscal ou, no lugar deste, a Nota Fiscal de venda a consumidor, em ambos os casos, emitidos por equipamento emissor de cupom fiscal (ECF).

ECF é o equipamento automatizado, que emite cupons fiscais, calcula o imposto devido na venda de cada produto, armazena a numeração e os valores dos cupons fiscais e emite relatórios fiscais consolidados aos quais o Fisco tem acesso. Deve ser instalado no local de atendimento ao público e a utilização deve ser autorizada pela SEFAZ, em observação aos requisitos de segurança exigidos no Decreto n° 29.907/2009. Estabelece o referido decreto:

Art. 36. O Cupom Fiscal e a Nota Fiscal de Venda a Consumidor, modelo 2, ambos emitidos por ECF, serão utilizados nas operações em que o adquirente seja pessoa física ou jurídica não contribuinte do ICMS.

Parágrafo 1°. O contribuinte deve emitir o cupom fiscal e entregá-lo ao comprador ou consumidor, independentemente do seu valor ou de solicitação.

Art. 37. As empresas que exercerem a atividade de venda ou revenda de mercadorias ou bens a varejo, com receita bruta anual superior a R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), estão obrigadas a manter e utilizar o ECF.

O contribuinte inscrito na SEFAZ é obrigado a escriturar em livros fiscais próprios e informar ao Fisco o valor das operações de venda realizadas durante o mês e o imposto devido sobre as operações. Considerando que todas as operações realizadas mediante a emissão de cupom fiscal ficam registradas no ECF, a Cenas

tem acesso às informações e autorização legal para cobrar falta de recolhimento do imposto sobre operações registradas no ECF e não informadas pelo contribuinte.

Daí a importância da utilização do ECF e a necessidade de que todas as operações de venda sejam feitas através de cupom fiscal. Venda não registrada no ECF é venda não informada ao Fisco. Imposto que foi cobrado ao consumidor, pois está embutido no preço da mercadoria, mas que deixa de ser recolhido. Venda sem cupom fiscal é sinônimo de sonegação fiscal.

A partir dos dados cadastrais fornecidos pela SEFAZ e nas visitas realizadas, constatou-se que todas as 15 barracas pesquisadas possuem ECF's devidamente autorizados e instalados em seus estabelecimentos.

A SEFAZ busca formas de coibir a falta de emissão de cupons fiscais, monitorando empresas do segmento de comércio varejista, realizando fiscalizações específicas junto a contribuintes que deixam de emitir notas fiscais em operações de venda, lavrando autos de infração para cobrança do ICMS sonegado e aplicando penalidades específicas. Tem aplicado inclusive sanções relativas à autorização de funcionamento da própria empresa, no caso de descumprimento reiterado da obrigação tributária, conforme estabelece o Decreto n° 24.569/97:

Art. 101. Os contribuintes do ICMS terão suas inscrições suspensas do CGF por ato específico do Secretário da Fazenda, mediante a instauração de processo administrativo com amplo direito de defesa, quando praticarem irregularidades fiscais caracterizadas através da lavratura de autos de infração, inclusive com retenção de mercadorias.

Art. 102. Terá ainda suspensa a inscrição, na forma que dispõe o artigo anterior, o contribuinte que praticar de forma reiterada irregularidade fiscal, caracterizada através da lavratura de autos de infração, inclusive com retenção de mercadorias, nas hipóteses abaixo:

II – negar ou deixar de fornecer nota fiscal ou documento equivalente relativo à saída de mercadoria ou prestação de serviços.

A SEFAZ também busca outros meios de tomar conhecimento das operações praticadas pelos contribuintes. Assim, estabelece o Decreto n° 29.907/2009, que as empresas administradoras ou operadoras de cartão de crédito ou débito devem entregar ao Fisco, periodicamente, as informações relativas às vendas realizadas por cartões de crédito ou de débito.

Art.13. As administradoras ou operadoras de cartão de crédito, ou de débito, ou similar, entregarão, até o final do mês seguinte ao da ocorrência, no endereço eletrônico e nas condições previstas em norma a ser expedida pelo Secretário da Fazenda, os arquivos eletrônicos contendo as informações relativas a todas as operações de crédito, de débito, ou similares, com ou sem transferência eletrônica de fundos realizada no mês anterior.

A partir do estabelecimento dessa obrigação, a SEFAZ tem constatado de forma reiterada que as vendas efetuadas por cartão de crédito e de débito têm superado o montante do faturamento registrado no ECF e informado à SEFAZ. A diferença refere-se exatamente às vendas realizadas sem cupom fiscal. Observe-se que as vendas cujo pagamento foi feito em dinheiro, se não forem realizadas mediante cupom fiscal, permitem que o contribuinte fuja ao pagamento do ICMS, pois não chegam ao conhecimento do Fisco.

Para combater a sonegação fiscal, a SEFAZ tem realizado periodicamente ações de cobrança junto a contribuintes que apresentam divergências entre o faturamento com cartões de crédito e de débito e o que foi declarado ao Fisco. No mês de julho desse ano, foram identificadas 1.011 empresas que omitiram mais de R\$ 1,19 bilhão de vendas por meio de cartões, nos anos de 2015 e 2016. A maior divergência foi observada no comércio varejista, cujo valor somou R\$ 750 milhões. O segmento de bares e restaurantes ficou em segundo lugar, deixando de informar a venda de R\$ 115,4 milhões. A Figura 24 apresenta procedimentos de fiscalização adotados pela SEFAZ em contribuintes que omitiram informações sobre vendas.

**Figura 25– Procedimentos de fiscalização de contribuintes com divergência de informações**

| <b>Quantidade de contribuintes: 1.011</b> |               |                                 |                       |                                    |
|---|---------------|---------------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| <b>Total das divergências</b>             |               |                                 |                       |                                    |
| <b>2015: R\$ 408.900.543,16</b>           |               | <b>2016: R\$ 610.603.247,00</b> |                       | <b>Total: R\$ 1.019.503.790,16</b> |
| <b>Por segmento econômico</b>             |               |                                 |                       |                                    |
| Segmento                                  | Qte. empresas | Total diferença 2015            | Total diferença 2016  | Total diferença                    |
| Comércio varejista                        | 677           | 296.133.421,69                  | 454.076.457,08        | 750.209.878,76                     |
| Bares, restaurantes                       | 127           | 49.480.824,78                   | 65.930.348,70         | 115.411.173,48                     |
| Indústria                                 | 171           | 41.823.767,52                   | 41.673.320,47         | 83.497.087,99                      |
| Serviços de transportes                   | 5             | 16.892.688,03                   | 30.464.142,20         | 47.356.830,23                      |
| Comércio atacadista                       | 31            | 4.569.841,15                    | 18.458.978,55         | 23.028.819,69                      |
| <b>Total</b>                              | <b>1011</b>   | <b>408.900.543,16</b>           | <b>610.603.247,00</b> | <b>1.019.503.790,16</b>            |
| <b>Maiores por segmento econômico</b>     |               |                                 |                       |                                    |
| <b>Comércio varejista</b>                 |               |                                 |                       |                                    |
| Atividade econômica                       | Qte. empresas | Total diferença 2015            | Total diferença 2016  | Total diferença                    |
| Artigos esportivos                        | 10            | 107.401.353,00                  | 86.550.084,89         | 193.951.437,89                     |
| Artigos do vestuário e acessórios         | 127           | 25.762.891,12                   | 105.646.160,46        | 131.409.051,58                     |
| Calçados                                  | 11            | 12.345.524,70                   | 41.954.853,19         | 54.300.377,89                      |
| Demais atividades                         | 529           | 150.623.652,87                  | 219.925.358,54        | 370.549.011,41                     |
| <b>Total</b>                              | <b>677</b>    | <b>296.133.421,69</b>           | <b>454.076.457,08</b> | <b>750.209.878,76</b>              |
| <b>Indústria</b>                          |               |                                 |                       |                                    |
| Atividade econômica                       | Qte. empresas | Total diferença 2015            | Total diferença 2016  | Total diferença                    |
| Confecção de peças do vestuário           | 101           | 16.363.889,73                   | 16.912.552,50         | 33.276.442,22                      |
| Equipamentos de informática               | 19            | 13.398.021,54                   | 3.059.146,01          | 16.457.167,55                      |
| Confecção de roupas íntimas               | 22            | 5.408.357,23                    | 4.248.475,99          | 9.656.833,21                       |
| Demais atividades                         | 29            | 6.653.499,03                    | 17.453.145,98         | 24.106.645,00                      |
| <b>Total</b>                              | <b>171</b>    | <b>41.823.767,52</b>            | <b>41.673.320,47</b>  | <b>83.497.087,99</b>               |

FONTE: SEFAZ-CE

Fonte: SEFAZ/CE (2017).

A partir dos dados levantados, a SEFAZ iniciou trabalhos de recuperação dos valores de imposto que deixaram de ser recolhidos, oferecendo aos contribuintes oportunidade de regularização espontânea. Os contribuintes que não atenderem à solicitação serão submetidos à ação de fiscalização para cobrança do ICMS, com a aplicação de penalidades específicas. A Figura 25 apresenta os procedimentos adotados pela SEFAZ para cobrança do ICMS sonegado pelos contribuintes que deixaram de emitir cupons fiscais nas operações de venda.

**Figura 26– Projeto de Ação Fiscal da SEFAZ**

**DETALHAMENTO**

## Projeto Cartão de Crédito - 2017

**Objetivo:**  
Permitir a autorregularização espontânea; Divergências entre os valores de faturamento declarados e os valores das operações de vendas e prestações de serviços fornecidos pelas Administradoras de Cartões de Crédito/Débito:

EFD x TEF (Regime Normal)  
PGDAS-d x TEF (Simples Nacional)  
Período analisado: 2015 e 2016

---

**Etapas**

|   |   |
|---|---|
|    |    |
| <p><b>1) Comunicado via Portal SIGET</b><br/>Os contribuintes, contadores e sócios serão comunicados via Portal SIGET, com o detalhamento das divergências encontradas.</p>   | <p><b>2) Intimação</b><br/>Serão emitidos Termos de Intimação pelos agentes do Fisco, para que os contribuintes autorregularizem ou justifiquem suas divergências.</p>  |
|    |    |
| <p><b>3) Autorregularização</b><br/>Os contribuintes terão até 31/07/2017 para efetuarem a autorregularização, inclusive podendo usufruir dos benefícios do Refis*<br/>Prazo para Autorregularização Espontânea: 31/07/2017</p> | <p><b>4) Sanção - A partir de 1º/08/17:</b><br/>O não saneamento espontâneo implicará em: fiscalização para o devido lançamento do crédito tributário perda de credenciamento além de outras medidas cabíveis. Modelo do comunicado</p> |

(\*) Lei Nº 16.259, de 9 de junho de 2017  
 Obs.: A lei Nº 16.279, de 5 de julho de 2017, proíbe novos programas de recuperação fiscal (REFIS) pelos próximos 5 (cinco) anos.

Fonte: Sefaz/CE (2017).

Fiscalizações para recuperar o imposto não recolhido são medidas necessárias, mas não obtém total êxito. Ações corretivas, realizadas em momentos posteriores ao cometimento da infração, não recuperam todo o imposto que foi sonegado, até porque parte das empresas que cometem este tipo de infração encerram suas atividades antes que as ações fiscais sejam implementadas.

É necessária a adoção de medidas preventivas. Neste sentido, foi publicado o Decreto nº 31.922/2016, que prevê a substituição dos equipamentos

ECF's utilizados atualmente, pelo equipamento denominado Módulo Fiscal Eletrônico, que emite o Cupom Fiscal Eletrônico e a Nota Fiscal de Consumidor Eletrônica e que permite transmissão à Sefaz *on-line* das informações relativas às operações de venda realizadas e, mediante autorização fornecida pelas administradoras de cartão, a emissão obrigatória do cupom fiscal eletrônico junto com a autorização de venda por cartão.

Legislação específica estabelece prazos diferenciados para obrigatoriedade de utilização do Módulo Fiscal Eletrônico, conforme faturamento, regime de pagamento e início das atividades comerciais. Observa-se que a SEFAZ moderniza os procedimentos para estimular a emissão de cupom fiscal, mas não dispensa a participação do cidadão. O cupom fiscal deve ser exigido pelo consumidor para evitar que o empresário utilize de outros meios para registrar as operações de venda, sonegando as informações ao Fisco.

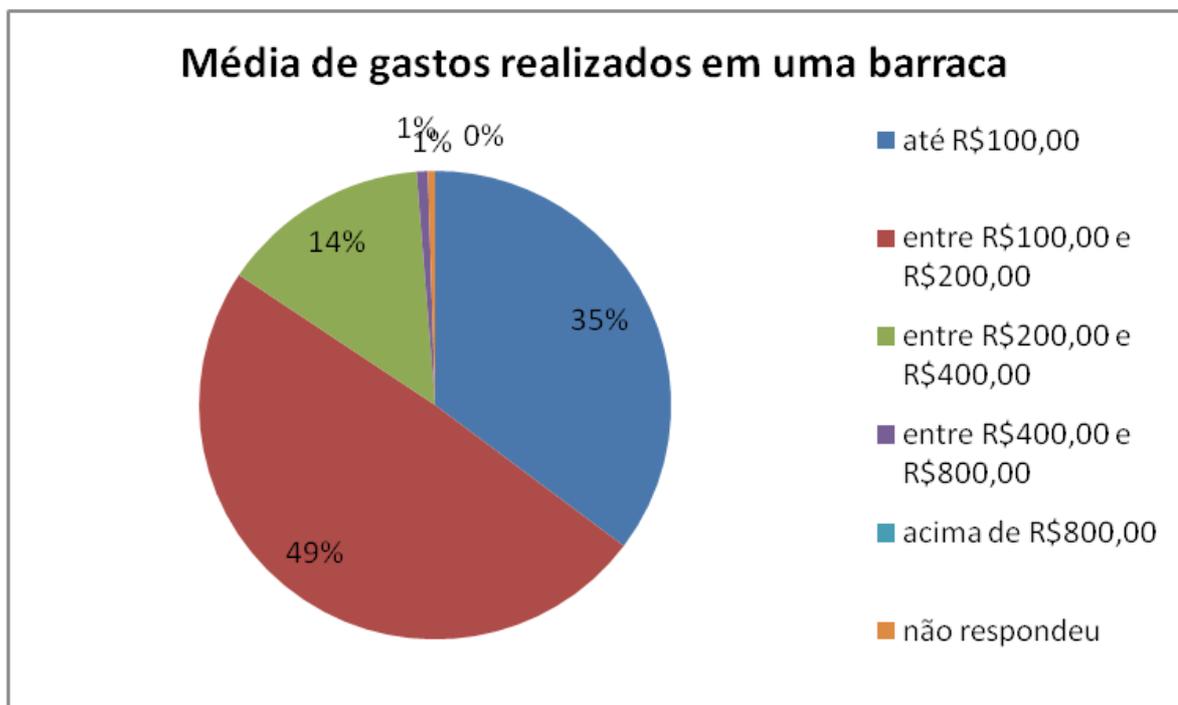
Na pesquisa realizada com os frequentadores das barracas, foi perguntada a média de gastos que os entrevistados realizam em uma barraca. As respostas estão na Tabela 8.

**Tabela 8– Média de gastos realizados em uma barraca da Praia do Futuro**

| <b>Valor gasto</b>            | <b>Quantidade</b> |
|-------------------------------|-------------------|
| Até R\$ 100,00                | 140               |
| Entre R\$ 100 e R\$ 200,00    | 195               |
| Entre R\$ 200,00 e R\$ 400,00 | 57                |
| Entre R\$ 400,00 e R\$ 800,00 | 3                 |
| Acima de R\$ 800,00           | 0                 |
| Não respondeu                 | 2                 |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

**Gráfico 12– Média de gastos realizados em uma barraca da Praia do Futuro**



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

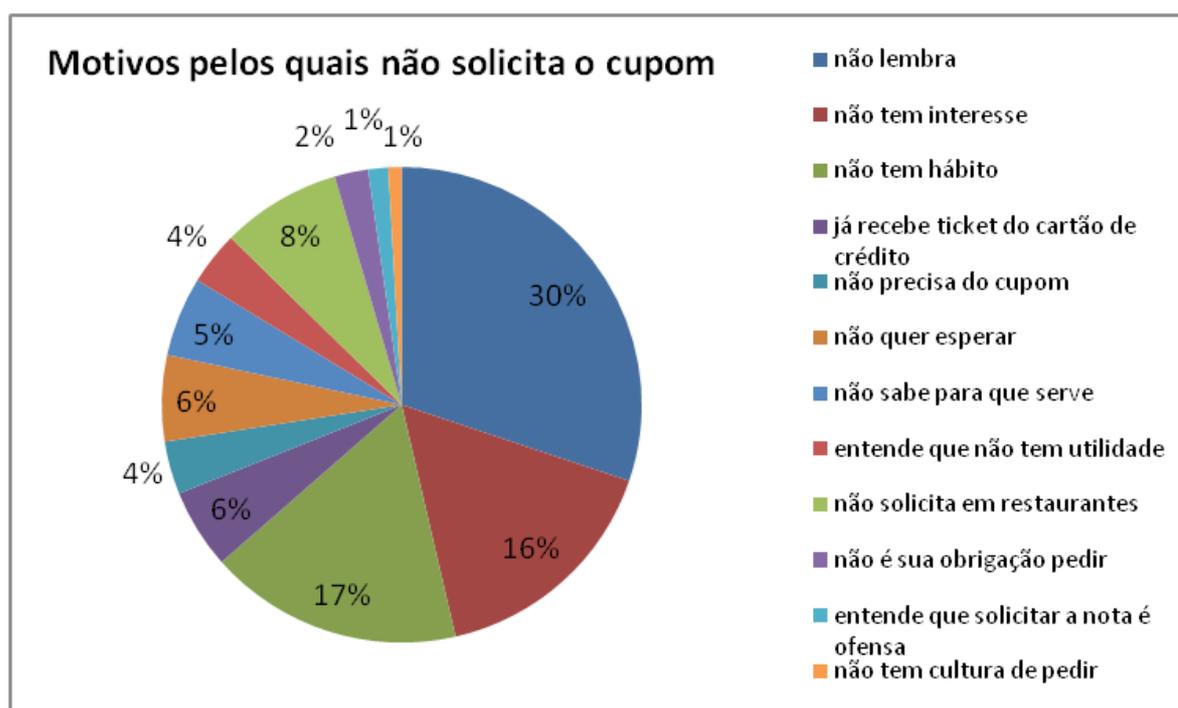
Perguntado também aos usuários das barracas se recebiam cupom fiscal aos realizarem gastos nas barracas. 116 entrevistados responderam que sim, enquanto 281 informaram não receber cupom fiscal. Para aqueles que informaram não receber cupom fiscal foi perguntado se solicitavam o documento. 57 pessoas informaram que solicitaram o cupom fiscal e não foram atendidos. O que chama a atenção é que 224 pessoas afirmaram que, mesmo não recebendo o cupom fiscal, não solicitam o documento. Indagados porque não solicitam, as respostas obtidas estão no Quadro 2.

## Quadro 2 – Motivos pelos quais frequentadores das barracas não solicitam cupom fiscal

|   |
|---|
| Não lembro de pedir   |
| Não tenho interesse, é desnecessário  |
| Não tenho hábito de pedir nota fiscal                                       |
| Já recebo o ticket do cartão de crédito                                     |
| Já havia conferido a conta, não precisava do cupom fiscal                   |
| Se pedir cupom fiscal, tenho que esperar, porque demoram a entregar         |
| Acho que é apenas um papel, não sei para que serve                          |
| Não tem utilidade nenhuma, joga fora  |
| Não solicito nota fiscal em locais que vendem comidas e bebidas             |
| É obrigação do estabelecimento dar nota fiscal. Não é minha obrigação pedir |
| No Brasil, pedir nota fiscal soa como ofensa ao comerciante                 |
| Não temos cultura de pedir nota fiscal                                      |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

## Gráfico 13– Motivos pelos quais frequentadores das barracas não solicitam cupom fiscal



Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Pelos dados levantados na pesquisa, verificou-se que em torno de 70% das pessoas que visitaram as barracas informaram não ter recebido cupom fiscal relativo ao consumo que realizaram. Compram produtos, efetuam o pagamento, no qual está embutido o ICMS que deve ser repassado ao Estado e quando deixam de

receber cupom fiscal, permitem que o valor relativo ao imposto, que é pago por ele, consumidor final, fique nas mãos do empresário.

Observe-se que são pessoas, em sua grande maioria, com bom nível de escolaridade. 83% dos entrevistados são universitários ou tem nível superior ou são pós-graduados e ainda assim, não sabem qual a função do cupom fiscal e julgam não ter qualquer obrigação de solicitá-lo.

Na entrevista realizada junto aos responsáveis pelas barracas, foi perguntado se as vendas realizadas são registradas e os cupons fiscais emitidos e entregues para os clientes. Todos os entrevistados afirmaram possuir sistema informatizado que emite cupons fiscais em todas as vendas realizadas. Alguns afirmaram também que os clientes não se interessam em receber o cupom fiscal. Em visita realizada como usuária da Barraca 1, encerrada a conta e feito o pagamento, foi entregue um documento intitulado “Relatório Gerencial – Conferência de Conta”, que muito se assemelha ao cupom fiscal. Somente após solicitação o cupom fiscal foi emitido. Os documentos podem ser visualizados na Figura 27.

**Figura 27– Imagem dos documentos Conferência de Conta e Cupom Fiscal**

| <p>AV ZEZE DIOGO, 4451 - PRAIA DO FUTURO<br/>FORTALEZA - CEARA</p> <p>CNPJ: 29/07/2017 13:14:06 GNF:031246 COD:089960<br/>GRG:031206 IE: CER:0008</p> <p>NÃO É DOCUMENTO FISCAL</p> <p><b>RELATÓRIO GERENCIAL</b><br/>Gerencial X</p> <p>CONFERENCIA DE CONTA</p> <p>AGUARDE A EMISSÃO DO CUPOM FISCAL</p> <p>EMISSOR: 15- RENATO SANTOS</p> <p>NÃO É DOCUMENTO FISCAL</p> <p>CONTA(S): 65</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PRODUTO</th> <th>QTD X</th> <th>VL. UNT.</th> <th>VL. TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AGUA SEM GAS</td> <td>1 X</td> <td>5,00</td> <td>5,00</td> </tr> <tr> <td>BATATA FRITA COM QUE</td> <td>1 X</td> <td>20,00</td> <td>20,00</td> </tr> <tr> <td>BOLINHAS DE PEIXE</td> <td>1 X</td> <td>20,00</td> <td>20,00</td> </tr> <tr> <td>PEPSI COLA</td> <td>3 X</td> <td>5,00</td> <td>15,00</td> </tr> <tr> <td>SKOL 600 ML</td> <td>2 X</td> <td>11,00</td> <td>22,00</td> </tr> </tbody> </table> <p>NÃO É DOCUMENTO FISCAL</p> <p>SUB-TOTAL: 82,00<br/>TAXA SERVIÇO: 8,20</p> <p>TOTAL GERAL: 90,20</p> <p>AGUARDE A EMISSÃO DO CUPOM FISCAL</p> <p>NÃO É DOCUMENTO FISCAL</p> <p>MD5:8a9a2e972685eea4d01c674fc7505edb<br/>EasyAssist-Windows 3.0.0 UNP1632016</p> <p>DARUMA AUTOMAÇÃO MACH 1<br/>ECF-IF VERSÃO:01.00.00 ECF:002 Lj:0001<br/>OPR:023- DEBORAH EVELYN<br/>JJJJJJJJDDDBETEIEI 29/07/2017 13:14:09<br/>R:DR0813BR000000359078</p> |              | PRODUTO              | QTD X     | VL. UNT. | VL. TOTAL | AGUA SEM GAS | 1 X | 5,00 | 5,00    | BATATA FRITA COM QUE | 1 X | 20,00 | 20,00 | BOLINHAS DE PEIXE | 1 X | 20,00 | 20,00 | PEPSI COLA | 3 X | 5,00 | 15,00 | SKOL 600 ML | 2 X | 11,00 | 22,00 | <p>AV ZEZE DIOGO, 4451 - PRAIA DO FUTURO<br/>FORTALEZA - CEARA</p> <p>CNPJ: 29/07/2017 13:16:43 GNF:057901 COD:089962<br/>GRG:031206 IE: CER:0008</p> <p>NÃO É DOCUMENTO FISCAL</p> <p><b>CUPOM FISCAL</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ITEM</th> <th>CODIGO</th> <th>DESCRICAO</th> <th>QTD</th> <th>UN</th> <th>VL UNIT</th> <th>R\$</th> <th>ST</th> <th>A/T</th> <th>VL ITEM</th> <th>R\$</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>001</td> <td>000000000670</td> <td>AGUA SEM GAS</td> <td>1</td> <td>UN</td> <td>F1</td> <td>5,00</td> <td></td> <td></td> <td>5,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>002</td> <td>000000000132</td> <td>BATATA FRITA COM QUE</td> <td>1</td> <td>UN</td> <td>T03,70%</td> <td>20,00</td> <td></td> <td></td> <td>20,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>003</td> <td>000000000122</td> <td>BOLINHAS DE PEIXE</td> <td>1</td> <td>UN</td> <td>T03,70%</td> <td>20,00</td> <td></td> <td></td> <td>20,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>004</td> <td>000000000650</td> <td>PEPSI COLA</td> <td>3</td> <td>UN</td> <td>T03,70%</td> <td>5,00</td> <td></td> <td></td> <td>15,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>005</td> <td>000000000733</td> <td>SKOL 600 ML</td> <td>2</td> <td>UN</td> <td>T03,70%</td> <td>11,00</td> <td></td> <td></td> <td>22,00</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Subtotal R\$ 82,00<br/>ACRESCIMO +8,20</p> <p><b>TOTAL R\$ 90,20</b></p> <p>CARTAO 90,20<br/>CONTA: 65</p> <p>Trib aprox F:29,42 E:0,00 IBPT</p> <p>MD5:8a9a2e972685eea4d01c674fc7505edb<br/>EasyAssist-Windows 3.0.0 UNP1632016</p> <p>IEA 0371F 08F00 625038 42 406233 588A3 12081 52C</p> <p>DARUMA AUTOMAÇÃO MACH 1<br/>ECF-IF VERSÃO:01.00.00 ECF:002 Lj:0001<br/>OPR:023- DEBORAH EVELYN<br/>JJJJJJJJDDDBETEIEI 29/07/2017 13:16:51<br/>R:DR0813BR000000359078</p> |  | ITEM | CODIGO | DESCRICAO | QTD | UN | VL UNIT | R\$ | ST | A/T | VL ITEM | R\$ | 001 | 000000000670 | AGUA SEM GAS | 1 | UN | F1 | 5,00 |  |  | 5,00 |  | 002 | 000000000132 | BATATA FRITA COM QUE | 1 | UN | T03,70% | 20,00 |  |  | 20,00 |  | 003 | 000000000122 | BOLINHAS DE PEIXE | 1 | UN | T03,70% | 20,00 |  |  | 20,00 |  | 004 | 000000000650 | PEPSI COLA | 3 | UN | T03,70% | 5,00 |  |  | 15,00 |  | 005 | 000000000733 | SKOL 600 ML | 2 | UN | T03,70% | 11,00 |  |  | 22,00 |  |
|---|--------------|----------------------|-----------|----------|-----------|--------------|-----|------|---------|----------------------|-----|-------|-------|-------------------|-----|-------|-------|------------|-----|------|-------|-------------|-----|-------|-------|--|--|------|--------|-----------|-----|----|---------|-----|----|-----|---------|-----|-----|--------------|--------------|---|----|----|------|--|--|------|--|-----|--------------|----------------------|---|----|---------|-------|--|--|-------|--|-----|--------------|-------------------|---|----|---------|-------|--|--|-------|--|-----|--------------|------------|---|----|---------|------|--|--|-------|--|-----|--------------|-------------|---|----|---------|-------|--|--|-------|--|
| PRODUTO   | QTD X        | VL. UNT.             | VL. TOTAL |          |           |              |     |      |         |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| AGUA SEM GAS  | 1 X          | 5,00                 | 5,00      |          |           |              |     |      |         |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| BATATA FRITA COM QUE  | 1 X          | 20,00                | 20,00     |          |           |              |     |      |         |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| BOLINHAS DE PEIXE   | 1 X          | 20,00                | 20,00     |          |           |              |     |      |         |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| PEPSI COLA  | 3 X          | 5,00                 | 15,00     |          |           |              |     |      |         |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| SKOL 600 ML   | 2 X          | 11,00                | 22,00     |          |           |              |     |      |         |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| ITEM  | CODIGO       | DESCRICAO            | QTD       | UN       | VL UNIT   | R\$          | ST  | A/T  | VL ITEM | R\$                  |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| 001   | 000000000670 | AGUA SEM GAS         | 1         | UN       | F1        | 5,00         |     |      | 5,00    |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| 002   | 000000000132 | BATATA FRITA COM QUE | 1         | UN       | T03,70%   | 20,00        |     |      | 20,00   |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| 003   | 000000000122 | BOLINHAS DE PEIXE    | 1         | UN       | T03,70%   | 20,00        |     |      | 20,00   |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| 004   | 000000000650 | PEPSI COLA           | 3         | UN       | T03,70%   | 5,00         |     |      | 15,00   |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |
| 005   | 000000000733 | SKOL 600 ML          | 2         | UN       | T03,70%   | 11,00        |     |      | 22,00   |                      |     |       |       |                   |     |       |       |            |     |      |       |             |     |       |       |  |  |      |        |           |     |    |         |     |    |     |         |     |     |              |              |   |    |    |      |  |  |      |  |     |              |                      |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |                   |   |    |         |       |  |  |       |  |     |              |            |   |    |         |      |  |  |       |  |     |              |             |   |    |         |       |  |  |       |  |

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

As barracas da praia do futuro estão sujeitas a tipos diversos de tributação nas operações de venda. Produtos como alimentos, bebidas ou mesmo roupas e acessórios, que são vendidos em algumas barracas, estão sujeitos à tributação pelo ICMS. Outros serviços agregados pelas barracas, como estética, locação de veículos, são tributados pelo município e devem ser prestados mediante emissão de nota fiscal própria. A não emissão de cupom fiscal ou de nota fiscal de serviços sempre causa prejuízos para a cidade de Fortaleza, seja pela parcela do imposto estadual que pertence ao município e deixa de ser recolhido, seja pelo próprio imposto municipal, que também é sonegado.

Apesar dos avanços tecnológicos obtidos pela SEFAZ nos últimos anos para coibir a falta de emissão de notas fiscais, a participação do cidadão enquanto consumidor final é fundamental. Quando exerce ser direito e dever de pedir nota fiscal impede que o empresário se utilize de meios para fugir à obrigatoriedade de utilização de ECF ou módulo fiscal ou se utilize de meios alternativos para registro das vendas efetuadas sem o conhecimento do Fisco.

#### 4.4 A CONTRIBUIÇÃO DAS BARRACAS NA ARRECADAÇÃO TRIBUTÁRIA DO ESTADO DO CEARÁ

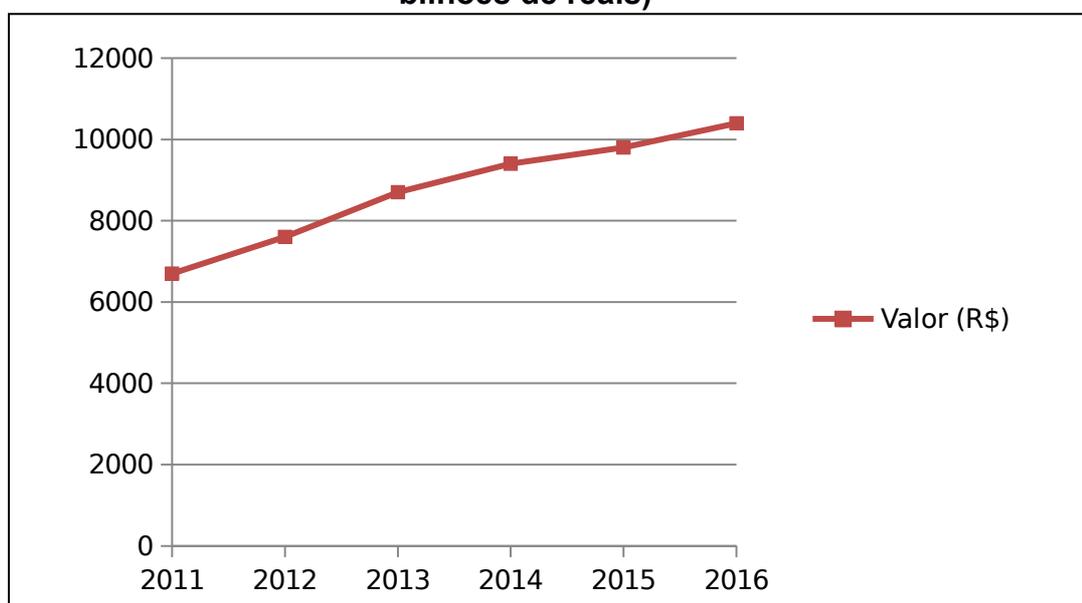
O Estado do Ceará tem no ICMS a principal fonte arrecadatória de recursos próprios. Qualquer valor de ICMS é importante porque o imposto recolhido, junto com os repasses federais, provém o estado dos recursos necessários ao custeio da própria administração estadual, ao financiamento dos poderes Legislativo e Judiciário estadual, ao atendimento dos serviços básicos de educação, saúde e segurança e para os investimentos necessários à expansão e conservação das obras de infraestrutura, que servem tanto aos residentes como aos turistas. Daí sua relevância para o Estado e a justificativa para que o Fisco atue de modo a evitar que o imposto seja sonegado.

O Estado tem obtido avanços no processo arrecadatório do ICMS, alcançando crescimento real na arrecadação nos últimos cinco anos, apesar da crise econômica que o país enfrenta. A tabela 9 apresenta o ICMS arrecadado no estado nos últimos cinco anos.

**Tabela 9– Arrecadação do ICMS no Estado do Ceará de 2011 a 2016**

| Ano  | Valor (R\$)       |
|------|-------------------|
| 2011 | 6.794.823.902,96  |
| 2012 | 7.646.410.385,67  |
| 2013 | 8.705.388.723,74  |
| 2014 | 9.455.729.056,21  |
| 2015 | 9.859.113.143,33  |
| 2016 | 10.436.149.947,25 |

Fonte: Adaptado de SEFAZ/CE (2017).

**Gráfico 14 – Arrecadação de ICMS do Estado do Ceará de 2011 a 2016 (em bilhões de reais)**

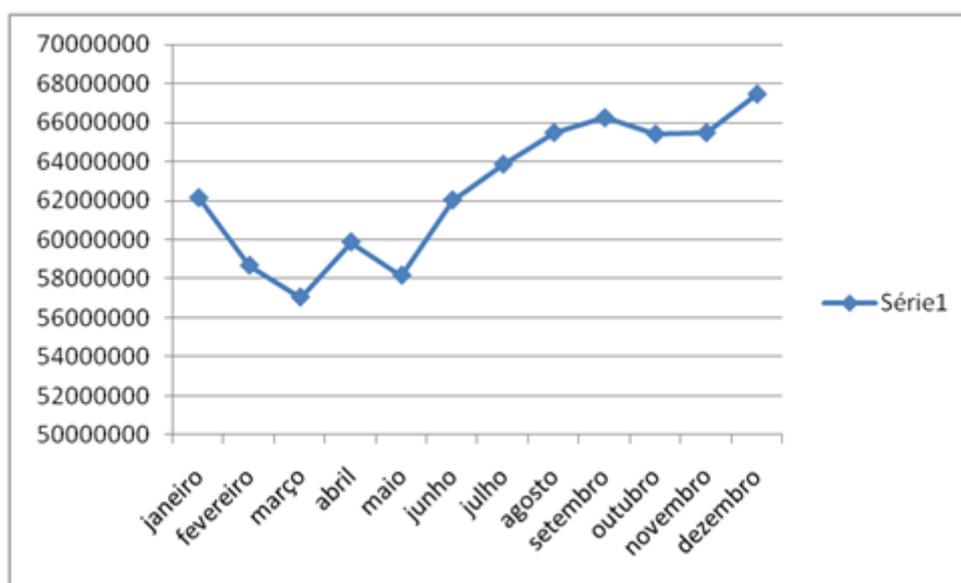
Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Fortaleza concentra a maior parte das atividades comerciais do Ceará, destacando-se conseqüentemente como município com maior índice de arrecadação de ICMS no Estado. O imposto arrecadado na cidade corresponde a mais de 70% da arrecadação total de ICMS no Ceará. A Tabela 10 apresenta a arrecadação do ICMS do município de Fortaleza no ano de 2016.

**Tabela 10 – Arrecadação do ICMS em Fortaleza no ano de 2016**

| Mês       | Valor (R\$)      |
|-----------|------------------|
| Janeiro   | 621.355.903,79   |
| Fevereiro | 586.691.232,25   |
| Março     | 570.417.611,77   |
| Abril     | 598.750.843,77   |
| Maior     | 581.622.885,65   |
| Junho     | 620.209.366,62   |
| Julho     | 638.573.312,05   |
| Agosto    | 654.789.848,83   |
| Setembro  | 662.403.917,53   |
| Outubro   | 654.015.665,89   |
| Novembro  | 654.728.889,49   |
| Dezembro  | 674.503.269,14   |
| Total     | 7.518.062.746,78 |

Fonte: SEFAZ/CE (2016).

**Gráfico 15–Arrecadação do ICMS em Fortaleza no ano de 2016**

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

A cidade de Fortaleza conta com 351 contribuintes cadastrados na SEFAZ no segmento de bares e restaurantes. Na Avenida Zezé Diogo, na Praia do Futuro, existem 48 empresas que exercem a atividade, sendo que 18 empresas são do regime normal de recolhimento e as demais são Empresas de Pequeno Porte ou Microempresas. Os dados constantes na tabela 11 apresentam o comparativo, para o ano de 2016, entre o ICMS total arrecadado em Fortaleza, o ICMS arrecadado

pelos bares e restaurantes da cidade, pelos bares e restaurantes da Avenida Zezé Diogo, na Praia do Futuro e por fim, o imposto recolhido pelas barracas da Praia do Futuro cadastradas no regime normal de pagamento e que estão em pleno funcionamento.

**Tabela 11– Comparativo do ICMS arrecadado**

|   |                  |
|---|------------------|
| Cidade de Fortaleza   | 7.518.062.747,90 |
| Bares e Restaurantes de Fortaleza                                     | 16.514.721,90    |
| Bares e Restaurantes Av. Zezé Diogo - Praia do Futuro                 | 963.281,48       |
| Bares e Restaurantes Av. Zezé Diogo - Praia do Futuro - Regime Normal | 632.755,08       |

Fonte: SEFAZ/CE (2016).

As barracas da Praia do Futuro objeto da pesquisa se classificam como empreendimentos de porte expressivo, atendem grande número de usuários e ampliam constantemente a oferta de produtos, mas apresentam participação inexpressiva na arrecadação de ICMS. A Tabela 12 apresenta os valores arrecadados no ano de 2016 por cada barraca, identificadas por números em atendimento à exigência do sigilo fiscal. Na análise do quadro, observa-se grande discrepância de recolhimento entre as barracas, com recolhimento de imposto em valores mínimos por algumas, sendo que três estabelecimentos, em pleno funcionamento, não recolheram nenhum valor de ICMS no ano de 2016.

**Tabela 12– Arrecadação das Barracas de Praia cadastradas no regime Normal de pagamento no ano de 2016**

(continua)

| <b>Barraca</b> | <b>Valor Recolhido (R\$)</b> |
|----------------|------------------------------|
| Barraca 1      | 180.118,61                   |
| Barraca 2      | 0,00                         |
| Barraca 3      | 622,76                       |
| Barraca 4      | 2.742,75                     |
| Barraca 5      | 0,00                         |
| Barraca 6      | 54.511,81                    |
| Barraca 7      | 1.455,08                     |
| Barraca 8      | 6.063,62                     |
| Barraca 9      | 0,00                         |
| Barraca 10     | 65.634,36                    |
| Barraca 11     | 151.323,48                   |

**Tabela 12 - – Arrecadação das Barracas de Praia cadastradas no regime Normal de pagamento no ano de 2016**

(conclusão)

| <b>Barraca</b> | <b>Valor Recolhido (R\$)</b> |
|----------------|------------------------------|
| Barraca 12     | 1.910,00                     |
| Barraca 13     | 81.963,17                    |
| Barraca 14     | 8.995,07                     |
| Barraca 15     | 77.414,37                    |
| <b>TOTAL</b>   | <b>632.755,08</b>            |

Fonte: SEFAZ/CE (2016).

O Estado exerce seu papel quando provém a cidade de infraestrutura necessária à instalação dos empreendimentos e quando adota tratamento diferenciado para bares e restaurantes, estabelecendo regime diferenciado e simplificado para o recolhimento do ICMS. Demonstra o interesse do poder público em estimular a atividade. Cabe aos empresários realizar a contrapartida esperada, emitindo cupons fiscais e recolhendo o ICMS incidente em todas as vendas que realizam.

#### 4.5 AÇÕES DE CIDADANIA E EDUCAÇÃO FISCAL PARA RESIDENTES E TURISTAS

O ICMS é imposto que exerce papel de grande relevância no provimento das receitas públicas, fundamentais ao desenvolvimento do Estado, à manutenção da ordem e prestação dos serviços públicos. É também fator de divergência entre Estado e sociedade. Não há sintonia entre o que a sociedade espera do Estado e o que está disposta a contribuir e o que o governo oferece e exige em tributos.

Corrupção, desvio de verbas públicas e aplicação ineficiente dos recursos são situações que reforçam nos indivíduos a crença de que o imposto arrecadado serve somente aos governantes e não retorna em forma de serviços públicos. Obrigações tributárias são fonte de conflito e insatisfação. A realidade atual produz indivíduos alheios e descrentes, que não se comprometem com objetivos da coletividade. O empresário se furta ao cumprimento das obrigações tributárias sonhando impostos. Os indivíduos se omitem na obrigação de exigir a nota fiscal.

São práticas extremamente prejudiciais e que atrasam ainda mais o desenvolvimento do Estado.

É comum no Brasil a queixa de que se pagam muitos impostos. A alta carga tributária e o sistema de arrecadação muito complexo dificultam o empreendedorismo, obrigando as empresas a despenderem tempo e recursos excessivos para cumprir as obrigações tributárias. Bem menos divulgada é a sonegação de impostos, prática mais deletéria que o excesso de burocracia. Pois se trata de flagrante ilegalidade e de concorrência desleal com quem cumpre suas obrigações. A alegativa de que a sonegação advém da complexidade do sistema tributário é inapropriada, a não ser que se aceitasse que todas as empresas sonegam, o que não é verdade. O razoável é que se tomasse consciência que a luta efetiva contra impostos altos e excesso de burocracia exige que as obrigações tributárias estejam cumpridas, de modo que a queixa não pareça um escudo para o cometimento de ilegalidades (EMPRESAS CEARENSES, 2017).

No Ceará, a última informação relacionada a sonegação de ICMS foi divulgada pela Sefaz em 2014, que estimou o valor de R\$ 600 milhões desviados dos cofres públicos, equivalente a 10% dos créditos tributários oficialmente declarados. A Sefaz também informou que não trabalha especificamente com dados de sonegação, pois estes têm caráter imaterial. Projetos específicos realizados em segmentos com indícios de sonegação são periodicamente realizados, sempre com recuperação de recursos omitidos pelos contribuintes (DIÁRIO DO NORDESTE, 2016).

Neste cenário, a educação tributária ganha algum espaço na mídia e nos meios escolares como forma de chamar a atenção para o cumprimento das obrigações tributárias pelos cidadãos contribuintes. A inserção do tema permitiu a implementação, em alguns estados brasileiros, de programas específicos aplicados a escolas e universidades e campanhas educativas junto à sociedade. O tema é complexo em função da realidade brasileira e os trabalhos realizados não são suficientes para criar nos indivíduos a consciência da responsabilidade que lhes cabe, na qualidade de cidadãos consumidores.

Sendo inevitável pagar tributos, e se, de algum modo, a parte dos rendimentos direcionados aos cofres públicos diminui a satisfação dos indivíduos, é preciso compreender melhor o que se paga, o motivo pelo qual se tem que pagar e como se deve intervir para que o esforço pessoal de cada cidadão seja devolvido em forma de prestação adequada de serviços públicos (LIMA, 2017).

Educação tributária é um desafio, pois se trata de um processo de inserção de valores na sociedade com o objetivo de formar cidadãos conscientes do dever de cumprimento das obrigações tributárias e direito ao exercício da cidadania,

mediante a cobrança da correta destinação dos recursos provenientes dos tributos arrecadados pelo Estado (MAIA, 2017).

O empresário deve cumprir com a obrigação de recolher o imposto que está embutido no preço das mercadorias que comercializa. O cidadão tem a obrigação de solicitar nota fiscal nas compras que realiza. Quando este deixa de exigir o documento fiscal ao estabelecimento comercial, a não emissão da nota fiscal significa que não houve o indispensável destaque do imposto. Não acontecendo o destaque, nada garante que o comerciante vai fazer o recolhimento do ICMS. Esse é um dos aspectos da Educação tributária. Esta vai além. Forma cidadãos conscientes da função social do tributo e fiscalizador dos gastos públicos.

Conscientizar cidadãos envolve o conhecimento do tributo, a função, a destinação correta, a importância como meio de prover a sociedade dos serviços necessários e o papel que cada indivíduo exerce nessa dinâmica. É educação para a cidadania, permitindo ao indivíduo a percepção do contexto social em que está inserido e seu papel como cidadão, residente ou turista. “A Educação Tributária deve caminhar nesse sentido: informar, para que todos conheçam; educar, para que todos pratiquem”. (MELO, 2017).

O Programa de Educação Fiscal do Estado do Ceará (PEF) tem como objetivo sensibilizar o cidadão para a função socioeconômica do tributo e de sua responsabilidade pelo acompanhamento da aplicação dos recursos públicos por meio do exercício do controle social e do conhecimento sobre a administração pública.

Em 2007, foi criada por meio do Decreto nº 28.900 a Célula de Educação Fiscal que compõe a estrutura organizacional da SEFAZ e tem a responsabilidade de formar disseminadores de educação fiscal, realizar palestras, cursos e eventos, para informar aos cidadãos sobre a função econômica e social do tributo. Programas específicos também são realizados para estimular as pessoas a solicitarem notas fiscais nas compras que realizam, como a atual campanha “Sua Nota Vale Dinheiro”, onde mediante cadastro realizado no site da SEFAZ, o cidadão contribuinte tem direito a receber um valor em dinheiro correspondente às notas e cupons fiscais que recebe em suas compras.

Em entrevista realizada com o Orientador da Célula de Educação Fiscal da SEFAZ<sup>8</sup> foi apresentado o resultado da pesquisa, no qual 70% dos entrevistados

---

8 Argemiro Torres Neto

informaram não receber cupom fiscal relativo ao consumo que realizam. Considerando que 83% dos entrevistados são universitários, tem nível superior ou são pós-graduados e não sabem qual a função do cupom fiscal e julgam não ter qualquer obrigação de solicitá-lo, foi perguntado que trabalho de educação fiscal pode ser realizado com o público alvo, frequentadores de bares e restaurantes em Fortaleza, para conscientizar sobre a função social do tributo e mais especificamente sobre o direito e dever de solicitar cupom fiscal.

Segundo o Orientador da célula, o Programa de Educação Fiscal no Ceará, ao longo dos 19 anos de atividade, desenvolve ações direcionadas a estudantes do ensino fundamental, ensino médio e universitários. Também promove campanhas junto a servidores públicos e sociedade em geral. Capacitações presenciais e à distância são realizadas, com a formação de disseminadores de educação fiscal. Segundo o Orientador (2017):

A percepção é que carecemos da formatação de uma política pública que possa alcançar mais efetivamente a sociedade, disseminando o pensar da importância da tributação e sua relação direta com a cidadania. Afinal, como se pode pensar em direitos como educação, saúde, segurança, lazer e não refletir sobre a necessidade de financiamento dos mesmos? (TORRES NETO, 2017).

A respeito de programas específicos como “Sua Nota Vale Dinheiro” o orientador enfatiza o efeito pontual e não permanente de conscientização. Afirma que pedir nota é se colocar como participante do processo de gestão do Estado, mas o cidadão brasileiro tem rejeitado esse papel. Mais que um trabalho específico em um segmento é necessário ampliar e reforçar o trabalho de educação fiscal iniciado em 1998. Necessidade há muito percebida pelo Programa de Educação Fiscal do Ceará, mas ainda não atendida, pois educação não é prioridade. É preciso investimento financeiro, humano e vontade política.

De fato, campanhas específicas têm como objetivo de melhorar a arrecadação em segmentos de difícil acompanhamento, como o comércio varejista. É um mecanismo de estímulo à cidadania fiscal, pois incentiva o cidadão a exercer um direito e um dever, o de pedir nota fiscal, que de outro modo, não exerceria. São necessárias, mas se tratam apenas de um “acordo” temporário entre as partes, onde o Estado ganha com o aumento da arrecadação e o indivíduo tem um benefício financeiro. Perdem força ao longo do tempo, inclusive pela redução de verbas.

Campanhas desse formato não conscientizam o indivíduo que a emissão de nota fiscal é direito e dever e garantia de recolhimento de impostos.

Levar educação fiscal à sociedade é projeto amplo e de longo prazo. Exige recursos financeiros, humanos e vontade política. Vai além de eleger o tributo como ato de cidadania. Envolve uma total reformulação do papel do estado frente à administração dos recursos públicos. Significa tratar a sonegação e desvio de recursos públicos como crimes que merecem total reprovação e devem ser severamente combatidos. Restabelecer o pacto entre Estado e sociedade significa estabelecer a consciência de quem sem os tributos não há desenvolvimento econômico e social.

## 5 CONCLUSÃO

Fortaleza se consolida como metrópole turística e obtém avanços no desenvolvimento da atividade, ampliando a oferta de espaços onde lazer e turismo podem ser realizados além das práticas relacionadas ao sol e mar, grande atrativo da cidade litorânea.

Governo do Estado e Prefeitura Municipal defendem a importância da atividade como geradora de renda e fonte de empregos e direcionam esforços e investimentos para reforçar a imagem de cidade turística e propiciar infraestrutura adequada para receber os visitantes. As políticas públicas beneficiam determinadas áreas da cidade, consideradas atrativas, enquanto outras áreas ficam à margem da aplicação de políticas públicas, gerando distorções. Pobreza e desigualdade espacial são problemas crônicos que comprometem a imagem turística da cidade.

O litoral leste de Fortaleza se destaca em relação às demais áreas litorâneas da capital nas práticas de lazer e turismo. A Praia do Futuro está consolidada como área turística, em função da infraestrutura que as barracas de praia propiciam aos visitantes.

A imagem da Praia do Futuro é fortemente associada à presença das barracas de Praia, que condicionam o tipo de lazer e turismo realizado no local. Os empreendimentos fazem parte do cenário turístico da capital e a Praia do Futuro exerce atratividade em função da grande diversidade de produtos e serviços ofertados pelas barracas, que estimulam o consumo e geram renda para os integrantes da cadeia produtiva do turismo e impostos que contribuem para a arrecadação tributária estadual.

O crescimento desordenado das barracas gera segregação, elitiza o lazer e privatiza a área da praia, bem de uso público, o que culminou em ação judicial para remoção das construções irregulares, gerando imensa preocupação para todos os interessados na permanência responsável dos empreendimentos.

Poder Público e empresários discordam da remoção total das barracas, porque entendem que a medida pode acarretar desertificação ou favelização da Praia do Futuro. Discutem e buscam consenso por meio de projeto de requalificação e reordenação da área, mantendo os empreendimentos, sem causar danos ao meio-ambiente e sem impedir ou constringer o livre acesso à praia dos cidadãos que

desejam realizar lazer e turismo sem consumir produtos e serviços oferecidos pelas barracas.

Pelos resultados obtidos na pesquisa, constatou-se que os frequentadores da Praia do Futuro consideram as barracas importantes para a cidade de Fortaleza, porque se qualificam como atrativo turístico, geram renda para a cidade e empregos para a população. Entendem que devem passar por reordenação, pois o crescimento desordenado dos empreendimentos limita o livre acesso à praia e pode causar danos ao meio ambiente.

As barracas atraem grande número de frequentadores que consomem os produtos oferecidos, mas, na maioria das vendas que realizam, não emitem cupons fiscais. Limitam-se a emitir notas de controle que não tem valor fiscal. Contatou-se também que a maioria dos frequentadores não exige o cupom fiscal. Não entendem a sua importância para garantir o recolhimento do ICMS e não se sentem obrigados ao dever de colaboração com o ente tributante. São práticas que permitem a sonegação do imposto devido ao Estado do Ceará.

Em função da omissão, as barracas da Praia do Futuro, apesar da grande oferta de produtos sujeitos à incidência do ICMS, apresentam uma participação inexpressiva na arrecadação do imposto, algumas delas não tendo recolhido nenhum valor no ano de 2016, embora estejam em pleno funcionamento.

Não se trata de estabelecer o valor razoável de recolhimento de ICMS, mas de demonstrar que a participação das barracas na arrecadação tributária do Estado do Ceará poderia ser bem mais expressiva se os estabelecimentos emitissem cupom fiscal em todas as vendas que realizam e recolhessem o ICMS incidente sobre as operações. Isso se aplica às barracas da Praia do Futuro e aos restaurantes de Fortaleza, de modo geral.

A intervenção pública na área da Praia do Futuro é idônea, indispensável e proporcional. É idônea porque as barracas são estabelecimentos comerciais cadastrados na SEFAZ, que devem emitir cupons fiscais de venda a consumidor. É indispensável porque a emissão de cupons fiscais garante o recolhimento aos cofres públicos do ICMS, recurso financeiro essencial ao atendimento das demandas sociais. É proporcional porque o Estado realiza investimentos públicos na Praia do Futuro e concede regime de recolhimento simplificado para as barracas, permitindo a arrecadação do ICMS em percentual razoável, que não compromete a continuidade dos empreendimentos, importantes para a geração de emprego e

renda aos residentes e para a realização do lazer e do turismo na cidade de Fortaleza.

A Praia do Futuro é espaço onde as práticas de lazer e turismo estão fortemente associadas ao consumo. É espaço onde se observa práticas de sonegação fiscal. Exige-se atuação estatal, para aplicação de monitoramento mais eficaz junto aos estabelecimentos.

Constata-se a necessidade de formatação de uma política pública de educação fiscal direcionada aos frequentadores das barracas, residentes e turistas, para criar consciência da importância da tributação e sua relação direta com a cidadania. Mais especificamente, criar no residente e no visitante a consciência de que é direito e dever exigir cupom fiscal em todas as compras que realiza, para garantir que o imposto pago por ele, consumidor, seja repassado ao Estado. Recursos financeiros essenciais ao Estado, utilizados na aplicação de políticas públicas que beneficiam a cidade e favorecem a continuidade da atividade turística.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Enos Feitosa. A metropolização e o papel das políticas governamentais do turismo em Fortaleza-Ceará. **Sociedade e Território**, Natal, v.27, n.3, p.5-25, jul./dez. 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/sociedadeeterritorio/article/download/6734/6136>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

ARAÚJO, Enos Feitosa. As políticas públicas e o turismo litorâneo no ceará: o papel da Região Metropolitana de Fortaleza. **Sociedade e Território**, Natal, v.23, n.2, p. 57-73, jul./dez. 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/sociedadeeterritorio/article/download/3499/2812>>. Acesso em: 18 dez. 2016.

BARBOSA, Luciana Maciel; CORIOLANO, Luzia Neide. Políticas territoriais de turismo no Nordeste: o PRODETUR como estratégia socioeconômica. **Geosaberes**, Fortaleza, v.6, n.3, p. 255-277, 2016. Disponível em: <<http://www.geosaberes.ufc.br/seer/index.php/geosaberes/article/viewArticle/474>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

BARBOSA, Luciana Maciel. **Políticas Territoriais de Turismo: Concepções e Impactos do Prodetur no Nordeste Brasileiro**. 2017. 263 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em: <[http://www.uece.br/mag/dmdocuments/luciana\\_maciel\\_barbosa.pdf](http://www.uece.br/mag/dmdocuments/luciana_maciel_barbosa.pdf)>. Acesso em: 01 out. 2017.

BARROCO, Lize Maria Soares. A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano. **Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local**, Habana, v.1, n.2, mar.2008. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/curydes/02/sbb.htm>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

BOULLON, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução de Jocely Viana Baptista. Bauru, SP: Educs, 2002.

BRASIL, Amíria Bezerra. **Lotearam o Sol do Ceará**. A Captura do Estado pela Atividade Turística e a Exploração do Litoral de Fortaleza pelo Capital Imobiliário. 2009. 146 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Departamento de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009. Disponível em: <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3187>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

BRASIL. **Apelação Cível nº 538085-CE** (2005.81.00.017654-5). Tribunal Federal Regional da 5ª Região. Disponível em: <<https://www.trf5.jus.br/downloads/userupload/68e084cbbd/AC538085-CE.pdf>>. Acesso em: 10 ago.2017.

BRASIL. **Lei nº 123**, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm)>. Acesso em: 23 abr. 2017.

BRASIL. **Lei nº 5.172**, de 25 de outubro de 1966. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5172.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172.htm)>. Acesso em: 23 abr. 2017.

BRASIL. **Lei nº 7.661** de 16 de maio de 1988. Institui o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L7661.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7661.htm)>. Acesso em: 23 abr. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural**: orientações básicas. 3. ed. Brasília, 2010.

CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA. Instituto de Pesquisas Américo Barreira. **Imagem das Barracas da Praia do Futuro em Fortaleza**. Abril de 2011.

CASTRO, Jorge Abrahão; SANTOS, Cláudio Hamilton Matos; RIBEIRO, José Aparecido Carlos (Orgs.). **Tributação e Equidade no Brasil**: um registro da reflexão do IPEA, biênio 2008-2009. Brasília: IPEA, 2010

CEARÁ. **Decreto nº 29.907**, de 28.09.2009. Estabelece os requisitos de hardware, de software e gerais para desenvolvimento de equipamento emissor de cupom fiscal (ECF) e os procedimentos aplicáveis ao contribuinte usuário de ECF e às empresas credenciadas.

CEARÁ. **Decretonº 24.569**, de 31.07.1997. Consolida e regulamenta a Legislação do Imposto Sobre Operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação (ICMS), e dá outras providências.

CEARÁ. **Lei nº 12.670**, de 27.12.1996. Dispõe acerca do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS, e dá outras providências.

CEARÁ. Secretaria de Turismo. **Indicadores turísticos 2010/2016**. Disponível em: <<http://www.setur.ce.gov.br/images/PDFs/ESTUDOS-PESQUISAS/indicadores-turismo-2010-2016.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2017.

COELHO, Ingrid. Turismo de Compras cresce e aquece economia do Ceará. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 25 jul 2017. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/turismo-de-compras-cresce-e-aquece-economia-do-ceara-1.1793887>>. Acesso em: 05 ago. 2017.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **Do local ao global**. 3. ed. São Paulo: Papirus, 2002.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

CORIOLOANO, Luzia Neide (Org.). **Turismo: gestão da cadeia produtiva**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2008. 400p.

CORIOLOANO, Luzia Neide; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. Lazer e turismo: novas centralidades da sociedade contemporânea. **Revista Brasileira de Estudos e Lazer**, Belo Horizonte, v.1, n.2, p. 3-22, ago. 2014a.

CORIOLOANO, Luzia Neide; VASCONCELOS, Fábio Perdigão (Orgs.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EdUECE, 2014b. 441p.

COSTA, Maria Clélia Lustosa; PEQUENO, Renato. **Fortaleza: Transformações na Ordem Urbana**. Rio de Janeiro: Letra Capital; Observatório das Metrôpoles, 2015.

COSTA, Veridiana Paula de Meneses Costa. **A importância dos postos fiscais de fronteira no Ceará sobre as entradas de importações e arrecadação de ICMS**. 2009. 48 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009. Disponível em: <[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/6159/1/2009\\_dissert\\_vpmcosta.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/6159/1/2009_dissert_vpmcosta.pdf)>. Acesso em: 27 ago. 2017.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Mar à vista: estudo da maritimidade em Fortaleza**. 2. ed. Fortaleza: Edições UFC, 2011.

DIÁRIO DO NORDESTE. Força do Turismo. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 24 jun. 2017. Opinião. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/opiniaio/forca-do-turismo-1.1776689>>. Acesso em: 05 jul. 2017.

DIÁRIO DO NORDESTE. Fortaleza é a 6ª Cidade do País em Mobilidade. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 04 jul 2017. Cidade. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/fortaleza-e-a-6-cidade-do-pais-em-mobilidade-1.1781755>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

DIÁRIO DO NORDESTE. Fortaleza é a terceira do Nordeste procurada para viagens de Última Hora. **Diário do Nordeste**, 23 jun. 2017, Fortaleza. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/online/fortaleza-e-a-terceira-do-nordeste-mais-procurada-para-viagens-de-ultima-hora-1.1776678>>. Acesso em: 07 jul. 2017.

DIÁRIO DO NORDESTE. Fortaleza é hub da Air-France-KLM. Nova Era no Turismo. **Diário do Nordeste**, 26 set. 2017, Fortaleza. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/fortaleza-e-hub-da-air-france-klm-nova-era-no-turismo-1.1826096>>. Acesso em: 26 set. 2017.

DIÁRIO DO NORDESTE. Prefeitura reconhece espaço cultural da Unifor como patrimônio turístico de Fortaleza. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 17 out 2016. TUR. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/online/prefeitura-reconhece-espaco-cultural-unifor-como-patrimonio-turistico-de-fortaleza-1.1635499>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

DIÁRIO DO NORDESTE. Sefaz quer segurar R\$ 80 mi com Ações. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 27 ago. 2016. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/sefaz-quer-segurar-r-80-mi-com-acoes-1.1607538>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário Jurídico**. São Paulo: Saraiva, 1998.

DONEGAN, Lucy. **Barracas de praia, praia de barracas**: configuração, tipo e usos na Praia do Futuro, Fortaleza – CE. 2011. 145 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Centro de Tecnologia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2011. Disponível em: <[https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/12359/1/LucyD\\_DISSERT.pdf](https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/12359/1/LucyD_DISSERT.pdf)>. Acesso em: 30 maio 2017.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

EDIFÍCIO São Pedro. 28 nov. 2009. Antigo Iracema Plaza Hotel. Disponível em: <<http://www.fortalezanobre.com.br/2009/11/edificio-sao-pedro-antigo-iracema-plaza.html>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

FREIRE, Débora Ferreira. **Lazer e turismo nas barracas da Praia do Futuro**: usos e conflitos territoriais na metrópole - Fortaleza – CE. 2015. 180 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2015. Disponível em: <[http://www.uece.br/mag/dmdocuments/debora\\_ferreira\\_freire.pdf](http://www.uece.br/mag/dmdocuments/debora_ferreira_freire.pdf)>. Acesso em: 20 abr. 2016.

FUHRER, Maximiliano Cláudio Américo; FUHRER, Maximiliano Roberto Ernesto. **Resumo de Direito Tributário**. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 2015.

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. **Sefaz identifica R\$ 1,19 bi de diferença no faturamento informado pelas empresas cearenses**. Disponível em: <<http://www.ceara.gov.br/component/content/article/20752/20752>>. Acesso em: 20 jul.2017.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. 205p.

KOSIK, Karel. **Dialética do concreto**. Tradução de Célia Neves e Alderico Toríbio. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMA NETO, João. Ações resgatam convivência com espaços públicos. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 30 jul. 2017. Cidade. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/acoes-resgatam-convivencia-com-espacos-publicos-1.1796619>>. Acesso em: 10 set. 2017.

LIMA, Francisco Dorneles. **A Importância do ICMS na Receita Pública do Estado do Ceará**. 2010. 193 f. Dissertação (Mestrado em Economia do Setor Público) – Mestrado Profissional em Economia do Setor Público, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010. Disponível em: <[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/5923/1/2010\\_dissert\\_fdlima.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/5923/1/2010_dissert_fdlima.pdf)>. Acesso em: 12 maio 2017.

LIMA, Ivan Cordeiro. **Educação fiscal para a cidadania**. São Paulo: Fazesp, 2015. Disponível em: <<http://www.educacaofiscal.sp.gov.br/contents/apostila-educacao-fiscal-cidadania.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

LIMA, Patrício. Mercado Central recebe milhares de turistas. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 jan 2017. Cidade. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/mercado-central-recebe-milhares-de-turistas-1.1680181>>. Acesso em: 04 jun.2017.

LIMA, Patrício. Praia do Futuro ameaçada por ligações clandestinas de esgoto. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 23 jul. 2017. Cidade. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/praiado-futuro-ameacada-por-ligacoes-clandestinas-de-esgoto-1.1792894>>. Acesso em: 04 jun.2017.

MACHADO, Hugo de Brito. **Curso de Direito Tributário**. 37. ed. São Paulo: Malheiros, 2016.

MACIEL, Wellington Ricardo Nogueira. As barracas da praia e a civilização do lazer: espaço urbano, poder e sociabilidade na Praia do Futuro. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 45, n.1, p.187-219, 2014. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/revciensio/article/view/2433/1877>>. Acesso em: 10 out. 2017.

MAIA, Luísa Ondina Santos. **Educação tributária: informação e conhecimento para a cidadania**. Disponível em <[http://www.sefaz.ce.gov.br/content/aplicacao/internet/programas\\_campanhas/informacaocidadania.pdf](http://www.sefaz.ce.gov.br/content/aplicacao/internet/programas_campanhas/informacaocidadania.pdf)>. Acesso em: 10 jul.2017.

MARTINI, Augusto Jerônimo Martini. **A Experiência da Educação a Distância no Centro de Educação Fiscal para a Cidadania da Escola Fazendária de São Paulo**. 15 Anos de Educação Fiscal do Estado do Ceará. [s/l]: Edições Fundação Sintaf, 2014.

MELO, Luciana Grassano de Gouvea. **Estado social e tributação: uma nova abordagem sobre o dever de informar e a responsabilidade por infração**. 2006. 167 f. Tese (Doutorado em Direito) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Faculdade de Direito, do Recife. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

MELO, Victor Andrade; ALVES JÚNIOR, Edmundo de Drummond. **Introdução ao Lazer**. 2. ed. São Paulo: Manole, 2012.

MOURA, Daniela Maia Sabóia. **A celeuma jurídica na área das barracas da Praia do Futuro em Fortaleza/Ceará sob a perspectiva da função socioambiental da propriedade urbana e da justiça ambiental**. 2012. 127 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2012.

NASCIMENTO, Hugo Renan. Fortaleza entre os dez destinos mais procurados. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 05 set. 2017. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/fortaleza-entre-os-dez-destinos-mais-procurados-1.1815436>>. Acesso em: 07 set. 2017.

NASCIMENTO. Thatiany. Apesar de Atraente, Capital mantém Gargalos no Turismo. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 10 dez. 2016. Cidade. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/apesar-de-atraente-capital-mantem-gargalos-no-turismo-1.1667051>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

NASCIMENTO. Thatiany. Projeto prevê Retirada de Barracas da Faixa de Areia. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 13 set 2017. Cidade. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/projeto-preve-retirada-de-barracas-da-faixa-de-areia-1.1819360>. Acesso em: 13 set. 2017.

O POVO. Desembarque de Passageiros em Voos Internacionais cresce 26% em Julho. **O Povo**, Fortaleza, 25 ago. 2017. Economia. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/noticias/economia/2017/08/desembarque-de-passageiros-em-voos-internacionais-cresce-26-em-julho.html>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

O POVO. Empresas cearenses omitem mais de R\$ 1 bilhão em vendas. **O Povo**, Fortaleza, 14 jul. 2017. Editorial. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/jornal/opiniaio/2017/07/editorial-empresas-cearenses-omitem-mais-de-r-1-bilhao-em-vendas.html>>. Acesso em: 14 jul.2017.

O POVO. Fórum quer consenso sobre requalificação da Praia do Futuro. **O Povo**, Fortaleza, 05 mai 2017. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/jornal/cotidiano/2017/05/forum-quer-consenso-sobre-requalificacao-da-praia-futuro.html>>. Acesso em: 30 maio 2017.

PAIVA, Ricardo Alexandre. **A metrópole híbrida: o papel do turismo no processo de urbanização da Região Metropolitana de Fortaleza**. 2011. 211 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-13012012-160306/pt-br.php>>. Acesso em: 14 set. 2017.

PAIVA, Ricardo Alexandre. Impactos da urbanização turística no litoral de fortaleza/ce: fragmentação socioespacial. In: CORIOLANO, Luzia Neide, VASCONCELOS, Fábio Perdigão; FERNANDES, Laura Mary Marques (Orgs.). **Turismo e prática de responsabilidade socioambiental em empreendimentos turísticos no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2017.

PANOSSO NETTO, Alexandre; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Cenários do turismo brasileiro**. São Paulo: Aleph, 2009.

PARENTE, Karlos Markes Nunes. **Espaços Públicos e privados de lazer e turismo na orla oeste de Fortaleza**: embates políticos e contradições socioespaciais. 2012. 155 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2012.

PAULINO, Nicolas. Novo projeto para a Praia do Futuro desagrada a empresários. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 14 set 2017. Cidade. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/novo-projeto-para-praia-do-futuro-desagrada-a-empresarios-1.1819942>>. Acesso em: 14 set. 2017.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. A Construção Política do Estado. **Lua Nova**, São Paulo, n.81, p.117-146, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n81/a06n81.pdf7-146>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

PRAIA do Futuro, 25 de jun 2010. Disponível em: <<http://www.fortalezanobre.com.br/2010/06/praiadofuturo.html>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

PRAIA do Futuro. Areias Férteis para os Negócios. **O Povo**, Fortaleza, 18 mar. 2017. Economia. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/jornal/dom/2017/03/praiadofuturo-areias-ferteis-para-os-negocios.html>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA. **Plano Estratégico do Turismo de Fortaleza, integrante do PDES do Plano Fortaleza 2040**. Junho de 2016. Disponível em: <<http://fortaleza2040.fortaleza.ce.gov.br/site/assets/files/eixos/5Turismo.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

RIBEIRO NETO, José. **Comentários à legislação tributária e processual do estado do Ceará**. 2. ed. Fortaleza: Tipoprogresso, 2016.

SALVADOR, Diego Salomão C. O. A Geografia e o método dialético. **Sociedade e Território**, Natal, v.24, n.1, p.97-114, jan./jun. 2012.

SARAIVA, Raone. Diferença de R\$ 1 bi faz Ceará ampliar controle sobre cartões. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 jul. 2017. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/diferenca-de-r-1-bi-faz-ceara-ampliar-controle-sobre-cartoes-1.1787134>>. Acesso em: 07 jul. 2017.

SARAIVA, Raone. Fortaleza é o Destino mais procurado para as Férias. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 23 jun. 2017. Negócios. Disponível em <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/fortaleza-e-destino-mais-procurado-para-as-ferias-1.1776039>>. Acesso em: 08 jul. 2017.

SARAIVA, Raone. Turismo nacional ganha com recessão e dólar alto. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 04 jul. 2017. Negócios. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/turismo-nacional-ganha-com-recessao-e-dolar-alto-1.1781842>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

SCHINDLER, Andressa Alves Watanabe. **Políticas públicas aplicadas ao turismo**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

SILVA, Ângela Maria Falcão. **A cidade e o mar**: as práticas marítimas modernas e a construção do espaço da Praia do Futuro. 2006. 180 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Ciências, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006. Disponível em:

<[http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/7517/1/2006\\_dis\\_amfsilva.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/7517/1/2006_dis_amfsilva.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2017.

SILVA, José Borzacchiello. Governança metropolitana em Fortaleza. In: COSTA, Maria Clélia Lustosa; PEQUENO, Renato (Eds.). **Transformações na ordem urbana**. Rio de Janeiro: Letra Capital; Observatório das Metrópoles, 2015.

SILVA, José Borzacchiello; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; ZANELLA, Maria Elisa; MEIRELES, Antonio Jeovah de Andrade (Orgs.). **Litoral e sertão, natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.

SILVA, Maria da Glória Lanci. **Cidades turísticas** - identidades e cenários de lazer. São Paulo: Aleph, 2004.

SOUZA, Romênia Oliveira. As políticas públicas de turismo no Brasil e no Ceará entre 1990-2010 e suas contribuições para o desenvolvimento econômico e social. **Caderno de Cultura e Ciência**, Crato, v.12, n.2, dez. 2013. Disponível em <[http://periodicos.urca.br/ojs/index.php/cadernos/article/view/629/pdf\\_1](http://periodicos.urca.br/ojs/index.php/cadernos/article/view/629/pdf_1)>. Acesso em: 15 fev. 2017.

STEVENSON, William J. **Estatística Aplicada à Administração**. São Paulo: Editora Harbra, 2001.

TORRES NETO, Argemiro. **Entrevista concedida a Magda dos Santos Lima**. Fortaleza. 12 set. 2017.