

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CAMPUS SOROCABA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES**

**ANA LUIZA MAIA BARROS
JULIANA ALINE NAKAZONE**

**ANÁLISE DO TURISMO DE OBSERVAÇÃO DE BOTO-CINZA NO PARQUE
ESTADUAL ILHA DO CARDOSO - CANANÉIA, SP**

SOROCABA

2020

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CAMPUS SOROCABA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES

ANA LUIZA MAIA BARROS
JULIANA ALINE NAKAZONE

**ANÁLISE DO TURISMO DE OBSERVAÇÃO DE BOTO-CINZA NO PARQUE
ESTADUAL ILHA DO CARDOSO - CANANÉIA, SP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Bacharelado em Turismo do Departamento de
Geografia, Turismo e Humanidades, Centro de Ciências
Humanas e Biológicas da Universidade Federal de São
Carlos para obtenção do título de Bacharel em Turismo

Orientação: Prof.^a Dr.^a Cassiana Panissa Gabrielli

Sorocaba
2020

**ANA LUIZA MAIA BARROS
JULIANA ALINE NAKAZONE**

**ANÁLISE DO TURISMO DE OBSERVAÇÃO DE BOTO-CINZA NO PARQUE
ESTADUAL ILHA DO CARDOSO - CANANÉIA, SP**

Bacharelado em Turismo do Departamento de Geografia, Turismo e Humanidades, Centro de Ciências Humanas e Biológicas da Universidade Federal de São Carlos para obtenção do título de Bacharel em Turismo. Sorocaba, 21 de outubro de 2020.

Orientadora

Profa. Dr.^a Cassiana Panissa Gabrielli
Universidade Federal de São Carlos

Examinador

Prof. Dr. Marcelo Nivert Schlindwein
Universidade Federal de São Carlos

Examinadora

Dr.^a Amanda Sousa Silvino
Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente às nossas famílias por nos darem apoio e suporte necessários durante a realização do curso de Turismo.

Agradecemos a Prof.^a Dr.^a Cassiana Gabrielli, nossa professora orientadora, por sua dedicação, sempre esteve disposta a nos ajudar, esclarecer dúvidas e dar sugestões.

Somos gratas por ter a oportunidade de acesso ao ensino público de qualidade por meio da Universidade Federal de São Carlos e ao corpo docente do curso de Bacharelado em Turismo por se mostrarem dedicados com o ensino dos alunos, sempre proporcionando novas formas de aprendizado através de projetos que incentivaram a autonomia e a solução de problemas.

Agradecemos também ao Departamento de Turismo de Cananéia, a gestão do Parque Estadual da Ilha do Cardoso, ao Instituto de Pesquisas de Cananéia e Projeto Boto-Cinza, ao João de Camargo e aos guias do parque por contribuírem com este trabalho respondendo aos questionários enviados e por estarem dispostos a ajudar e explicar mais sobre o turismo na cidade.

Temos imensa gratidão pelos colegas e amigos do Turismo 016 que conhecemos durante nossa trajetória no curso, com quem compartilhamos emoções e experiências que estarão sempre registradas em nossas memórias. Agradecemos principalmente a Bia, Jacke e Jéssica pelo encorajamento, consolo, momentos inesquecíveis, pelos jogos na hora do almoço e fora da universidade, filmes, comidas e lugares que conhecemos juntas que nos ajudaram a aliviar o nervosismo e que se tornaram ótimas lembranças.

RESUMO

O presente trabalho procura investigar como a observação de boto-cinza se relaciona com o turismo na cidade de Cananéia (SP), na travessia de barco para o Parque Estadual da Ilha do Cardoso, pesquisando sobre planejamento, marketing, infraestrutura turística e conscientização ambiental. Para isso foi realizada uma visita ao município, a fim de conhecer a atividade e algumas pessoas que trabalham com isso. Em seguida foram enviados questionários elaborados especificamente para pessoas ligadas a observação de boto-cinza com o objetivo de investigar a respeito do planejamento e conscientização ambiental, e por fim foram analisadas publicações no Facebook, Instagram e TripAdvisor, contabilizando as publicações que faziam referência ao boto-cinza com imagens, vídeos e legendas que continham emoji, texto ou hashtag. Identificou-se que a divulgação ainda possui um potencial pouco explorado, a infraestrutura turística pode ser melhorada e que há ações de conscientização ambiental, mas que também poderiam ser aperfeiçoadas.

Palavras-chave: turismo; *Sotalia guianensis*; Ilha do Cardoso.

ABSTRACT

The present work seeks to investigate how the observation of estuarine dolphin occurs in the city of Cananéia (SP), on the crossing of the boat to the Parque Estadual da Ilha do Cardoso, researching planning, marketing, tourism infrastructure and environmental awareness. For this, a visit was made to the city in order to learn about the activity and meet some people who work with it. Then, questionnaires were prepared specifically for each person or organization linked to the observation of estuarine dolphins in order to investigate the planning and environmental awareness and, finally, publications on Facebook, Instagram and TripAdvisor were analyzed, counting the publications that made reference to the estuarine dolphin with images, videos and captions that contained emoji, text or hashtag. It was identified that the divulgation of this activity in the city can be better explored, the tourist infrastructure can be improved and there are environmental awareness actions, but they could also be improved.

Keywords: tourism; *Sotalia guianensis*; Ilha do Cardoso.

Lista de Figuras

Figura 1 - Mapa de localização da Ilha do Cardoso.....	39
Figura 2 - Total de publicações analisadas no Facebook e Instagram	51
Figura 3 – Quantidade de publicações por hashtag no Facebook e Instagram	52
Figura 4 – Porcentagem de publicações com botos no Facebook e Instagram	53
Figura 5 – Número de fotos com botos por hashtag no Facebook e Instagram	54
Figura 6 – Número de vídeos com botos por hashtag no Facebook e Instagram ..	55
Figura 7 - Publicações com botos por categoria no Facebook e Instagram	56
Figura 8 – Quantidade de publicações com legendas com menção a botos no Facebook e Instagram.....	57
Figura 9 – Total de fotos em Parque Estadual da Ilha do Cardoso no TripAdvisor	58
Figura 10 – Total de fotos em Praia do Pereirinha no TripAdvisor.....	58

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMOAMCA - Associação de Monitores Ambientais de Cananéia

APA - Área de Proteção Ambiental

COMTUR - Conselho Municipal de Turismo

DADE - Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias

EMBRATUR - Instituto Brasileiro do Turismo

FUMTUR - Fundo Municipal de Turismo

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais

ICMBIO - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

IPeC - Instituto de Pesquisas de Cananéia

ONG - Organização não governamental

PEIC - Parque Estadual da Ilha do Cardoso

PDT - Plano Diretor de Turismo

PIT - Posto de Informações Turísticas

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

UC - Unidade de Conservação

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

Sumário

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS	13
2.1. OBJETIVO GERAL	13
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3. REFERENCIAL TEÓRICO	14
3.1. TURISMO	14
3.2. OBSERVAÇÃO DE MAMÍFEROS MARINHOS	17
3.3. CASES	21
3.3.1. Fernando de Noronha - PE	21
3.3.2. Rota da Baleia Franca: Garopaba, Laguna e Imbituba - SC	22
3.3.3. Bay of Islands e Kaikoura (Nova Zelândia)	25
3.3.4. Arquipélago dos Açores (Portugal)	27
3.3.5. Comentários finais sobre os cases	29
3.4. TURISMO SUSTENTÁVEL	30
3.5. CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL NO TURISMO	33
3.6. USO DE IMAGENS NO TURISMO	34
4. METODOLOGIA	36
5. ÁREA DE ESTUDO	39
5.1. IPEC	41
6. RESULTADOS E DISCUSSÕES	42
6.1. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E O TURISMO NA CIDADE	42
6.2. TURISMO DE OBSERVAÇÃO DO BOTO-CINZA EM CANANÉIA	45
6.3. IMAGEM DO BOTO CINZA NA DIVULGAÇÃO TURÍSTICA DE CANANÉIA E DO PEIC 50	
6.4. IMAGEM DO BOTO-CINZA (<i>SOTALIA GUIANENSIS</i>) NA DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS	51
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS	64
APÊNDICES	72
APÊNDICE A – Questionário para o Instituto de Pesquisas de Cananéia (IPEC)	72
APÊNDICE B - Questionário para o João (barqueiro)	73
APÊNDICE C - Questionário 1 para o Departamento De Turismo De Cananéia	74
APÊNDICE D - Questionário 2 para o Departamento de Turismo de Cananéia	74
APÊNDICE E - Questionário 1 para o COMTUR	75

APÊNDICE F - Questionário 2 para o COMTUR	76
APÊNDICE G – Questionário para o Parque Estadual da Ilha do Cardoso	77

1. INTRODUÇÃO

O estudo da atividade turística em um destino envolve fatores econômicos, políticos, sociais e culturais para entender a dinâmica de visitação de determinada localidade. O planejamento sustentável requer o respeito aos moradores locais, principalmente quando se considera que um destino possui vocação natural para determinado segmento do turismo, pois é preciso levar em conta a conservação dos recursos naturais e se há interesse dos moradores em receber turistas e de que forma.

Este trabalho apresenta uma análise de como a observação de mamíferos marinhos acontece na cidade de Cananéia (SP), focando em questões de planejamento, conservação ambiental e marketing, procurando saber como é planejada, divulgada e se há conscientização ambiental em relação aos cetáceos. Essa proposta se faz interessante já que o município é uma importante estância turística do Estado e é possível observar botos-cinza ao realizar travessias de barco da cidade para o Parque Estadual da Ilha do Cardoso (PEIC), porém não é explícita a relação dos botos no processo de planejamento do destino.

A escolha deste tema para pesquisa surgiu do interesse das autoras em estudar sobre a observação de animais marinhos, e o local de estudo foi escolhido pela possibilidade de analisar a atividade turística voltada para a observação do boto-cinza no estado de São Paulo.

Neste trabalho serão apresentados dados e cases sobre o turismo de observação de cetáceos e, brevemente, outros temas ligados a pesquisa como conscientização ambiental, sustentabilidade e uso de imagens no turismo. Em seguida serão apresentadas as informações coletadas através de uma pesquisa *in loco*, de questionários enviados a pessoas relacionadas ao turismo na cidade e da análise do uso de imagens do boto-cinza para divulgação da atividade no município.

A observação de mamíferos marinhos oferece aos turistas a oportunidade de ver os animais em seu ambiente natural, promovendo entretenimento e encantamento, principalmente quando são observados aqueles animais com mais apelo popular, como o caso de golfinhos. Além disso, é uma atividade diferenciada,

já que não é realizada em todos os lugares e nem feita por todos, o que pode também atrair certos perfis de pessoas que procuram por coisas diferentes para fazer em uma viagem.

Contudo, assim como qualquer outra atividade turística, esta também pode prejudicar o ambiente, através de poluição, perturbação da vida marinha, acidentes com animais, mudanças de hábito dos mesmos, mudanças de habitat, entre outras consequências que podem ser de curto ou longo prazo (Silva Júnior, 2017; Oliveira, 2007).

No entanto, se organizada cuidadosamente, com pesquisas, acompanhamentos e participação do poder público, instituições civis e moradores, pode promover a educação ambiental, contribuir com a preservação do ambiente marinho e dos animais observados. Além disso pode incentivar o desenvolvimento de infraestrutura e políticas para o turismo e para o ambiente marinho harmonizadas com preceitos de sustentabilidade.

Zeppel (2008, apud Silva Júnior, 2017) diz que a observação de animais marinhos pode envolver as pessoas emocionalmente, o que pode levar a mudanças de comportamento, além de trazer benefícios psicológicos, educacionais e conservacionistas.

No Brasil, as principais normas em vigência ligadas a proteção de cetáceos são a lei nº 7.643/87 que proíbe a pesca e qualquer forma de molestamento de cetáceos, e a portaria IBAMA nº117/96 que veda a perseguição e interrupção do curso desses animais, assim como produzir ruído excessivo a menos de 300m, nadar e mergulhar em uma distância menor de 50m, entre outros. Já regras como a quantidade de embarcações presentes no local, cadastramento das mesmas, quantidade de observadores, entre outras, dependem de normas definidas pelas cidades e/ou unidade de conservação.

No decorrer deste trabalho foi possível analisar mais profundamente os assuntos acima citados, sendo uma forma de contribuir para o planejamento turístico da cidade e com o desenvolvimento de pesquisas sobre este tema no município, espera-se que as informações aqui levantadas possam auxiliar os gestores públicos de turismo a melhorarem o turismo na cidade e atrair mais turistas, fortalecendo o segmento do turismo de observação de cetáceos.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GERAL

Investigar como o turismo e a observação de boto-cinza (*sotalia guianensis*) são realizados na Ilha do Cardoso, na cidade de Cananéia, SP.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar como a imagem dos botos é explorada no marketing da Ilha do Cardoso;
- Verificar a infraestrutura presente para a observação de boto-cinza no local;
- Investigar se há atividades de conscientização ambiental para os visitantes em relação ao boto-cinza.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. TURISMO

O turismo pode ser entendido como um fenômeno que envolve relações sociais, políticas e econômicas, e para a realização da atividade turística é necessário o deslocamento para chegar a um determinado destino, durante o qual o turista se depara com diferentes paisagens fora de seu habitual.

Ao analisar a atividade turística e a produção do espaço, Rodrigues (1999, p. 56-57) destaca que:

O espaço do/ou para o turismo constitui numa mercadoria complexa pois ele mesmo é uma mercadoria. Trata-se da natureza ou da produção social, incorporada em uma outra mercadoria, mas como parte do mesmo consumo/ produção do espaço.

Pode-se afirmar que o turismo é uma atividade econômica que visa lucro, muitas vezes com a ocorrência do turismo de massa, pois acontece em um espaço artificial ou natural, onde se concretizam os anseios dos visitantes, sendo uma atividade humana que também gera impactos sobre o ambiente que se desenvolve, causando modificações pela utilização do local.

Coriolano (2006, p. 368) faz uma análise crítica a respeito da atividade turística, dizendo que:

O turismo, uma atividade produtiva moderna, reproduz a organização desigual e combinada dos territórios capitalistas, sendo absorvido com maneiras diferenciadas pelas culturas e modos de produção locais. Dentro da nova dinâmica da acumulação capitalista, responde às crises globais e ampliadas do capital mundial, submetendo diretamente o Estado em favor do mercado, embora e aos poucos, a sociedade civil de vários lugares descubra, estratégias de beneficiar-se economicamente com ele, ou a partir dele.

Deste modo, levando em conta a complexidade das múltiplas relações que envolvem a atividade turística é preciso que haja um planejamento consciente e sustentável, evitando o crescimento desenfreado que acarreta o desgaste dos destinos.

Acrescenta-se a essa complexidade o fato de existirem diversos tipos de turismo como ecoturismo, turismo de sol e praia, turismo religioso, cultural, rural, de saúde, científico, gastronômico, entre outros, que possuem suas próprias

especificidades, impactando o local de diferentes formas, já que as motivações para sua prática são distintas. Para este trabalho, os dois primeiros segmentos são os mais relevantes, já que o local de estudo escolhido, Parque Estadual da Ilha do Cardoso, atrai turistas principalmente para atividades ligadas a estes segmentos.

O turismo de sol e praia refere-se a atividades turísticas relacionadas ao entretenimento, descanso e recreação, realizadas em praias, em que os turistas são atraídos pela água, sol e calor (BRASIL, 2010a).

Este tipo de turismo teve origem no século XVIII, na Inglaterra, onde os ingleses costumavam ir para o litoral durante as suas férias, e posteriormente foi expandido para outros países da Europa ocidental (RODRÍGUEZ, 2002, p. 164 *apud* SCHLÜTER, 2008, p. 32). Segundo Schlüter (2008) a ida à praias popularizou-se no século XIX, na Europa, e a principal motivação para isso era a socialização, porém os benefícios à saúde tornaram-se também atrativos para os turistas, pois acreditava-se que os banhos de mar, a brisa, o sal da água e o clima eram benéficos à saúde.

No Brasil, o turismo de sol e praia é um dos segmentos mais explorado no marketing turístico do país. Segundo pesquisas realizadas pelo Ministério do Turismo sobre o turismo doméstico em 2011 (FIPE, BRASIL, 2012) e turismo internacional entre 2013 e 2017 (FIPE, BRASIL, 2017), dos 30 destinos mais visitados por brasileiros, 20 são cidades litorâneas e entre os destinos mais desejados pelos mesmos estão Fernando de Noronha e Fortaleza, famosos por suas praias. Já para os turistas internacionais que estavam no país a lazer em 2017, 72,4% vieram ao Brasil pelo turismo de sol e praia.

O ecoturismo é um segmento do turismo que aproxima os turistas da natureza, em que é possível realizar a conscientização e sensibilização por meio da educação ambiental.

A EMBRATUR, junto com o IBAMA, definiu, em 1994, ecoturismo como:

[...] um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. (BRASIL, 2010b, p. 17)

O desenvolvimento deste segmento ganhou força a partir da preocupação mundial com os problemas ambientais e das reflexões acerca das consequências do turismo de massa, e tornou-se, portanto, uma forma de incentivar uma atividade

turística sustentável, ou seja, minimizando os danos ao ambiente, promovendo conscientização ambiental e a participação da comunidade local (BRASIL, 2010b).

Além das preocupações em relação a perda da biodiversidade devido aos problemas ambientais, Brumatti (2013) lembra que parte dos turistas atualmente também tem acesso a mais informações e preocupa-se mais com o gasto de dinheiro e com o que faz em seu tempo livre, tornando-se mais exigentes.

A pesquisa do Ministério do Turismo sobre o perfil dos turistas de aventura e ecoturistas mostra estas questões. Estes turistas viajam para fugir do dia a dia e buscam o resgate da vida, do prazer, e enxergam a natureza como algo admirável e cheia de boas surpresas. Identificou-se também que eles demonstram respeito pelo ambiente natural e social, costumam viajar em grupos e são de classe social B (BRASIL, 2010b).

Entre as modalidades do ecoturismo está o turismo de vida selvagem. De acordo com o Cooperative Research Centre (CRC) for Sustainable Tourism (2004, apud Brumatti, 2013, p.197) define-se turismo de vida selvagem como:

[...] as atividades baseadas na interação entre visitante e animais não domesticados em seu habitat natural ou em cativeiro, atraídos pelos mais diversos interesses, contemplativos, mercadológicos ou de pesquisa. Incluem mergulhos recreativos, safáris na África, Observação de Baleias, Observação de Aves ou até mesmo visitas a zoológicos e a caça e pesca esportiva.

Segundo a pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo apresentada anteriormente, a observação de vida selvagem é a atividade mais realizada por turistas de aventura e ecoturistas.

Outro segmento do turismo comum na Ilha do Cardoso é o turismo pedagógico, proporcionado pela diversidade de fauna e ecossistemas presentes no local os quais proporcionam diferentes abordagens para estudos.

Matos (2012) define o turismo pedagógico como as atividades relacionadas ao ensino de qualquer disciplina realizadas fora do ambiente escolar, como excursões, viagens e visitas técnicas.

Este tipo de turismo permite que o ensino seja mais dinâmico e que sejam abordados assuntos e objetos de estudo mais interessantes e familiares para os alunos. Matos (2012, p. 10) acredita que outra razão para a importância do turismo pedagógico é porque este pode contribuir com o entendimento de cidadania,

proporcionando aos estudantes “[...] sentimentos de conservação, manutenção e valorização dos bens patrimoniais, culturais e ambientais.”.

Portanto, realizar atividades fora da sala de aula, colocando o aluno em contato com a natureza traz aprendizado não formal e experiências significativas, fazendo com que o aluno tenha consciência da importância da preservação dos recursos naturais, o sensibilizando a ter uma conduta mais responsável e, caso haja mudança de comportamento do aluno, este possivelmente influenciará seus pais e familiares.

Como apresentado anteriormente, o Parque Estadual da Ilha do Cardoso atrai turistas para todos os segmentos citados: ecoturismo, turismo de sol e praia e turismo pedagógico. Além disso, a presença de botos-cinza na travessia de barco de Cananéia até a Ilha do Cardoso também é um atrativo, possibilitando o turismo de observação de cetáceos, e proporciona a todos os visitantes a chance de observá-los, mesmo que não estejam fazendo a travessia com o objetivo de observar um animal marinho.

3.2. OBSERVAÇÃO DE MAMÍFEROS MARINHOS

A relação do homem com a natureza envolve múltiplos fatores, tanto psíquicos quanto físicos. A viagem e a natureza podem trazer sensação de bem-estar e relaxamento, e, portanto, é preciso responsabilidade para o planejamento sustentável das atividades, principalmente quando realizadas em áreas naturais, para que o turismo possa proporcionar sensações positivas aos turistas e ao mesmo tempo impactar menos o ambiente. De acordo com Eichenberg e Silva (2012), a produção do espaço na natureza deve promover a minimização dos impactos e a interação sem degradação.

A preocupação com os problemas ambientais, a procura por novas experiências e a sensibilização dos humanos pelos animais podem ser motivações que levam os turistas a procurarem o turismo de observação de animais. Assim, este turismo surge como uma alternativa ao turismo convencional, proporcionando experiências e emoções diferentes, além de possibilitar abordagens de educação ambiental.

A observação de baleias, definida como a observação de qualquer espécie de cetáceo¹ em seu habitat natural, seja por ar, terra ou água (HOYT, 2001), é a forma mais comum de observar animais marinhos no Brasil, como acontece com o boto-vermelho na Amazônia, a baleia-jubarte na Bahia e no Espírito Santo, o golfinho-rotador em Fernando de Noronha, o boto-cinza em Cananéia, entre outros.

Em 1998, de acordo com Hoyt (2001), mais de 9 milhões de pessoas participaram de observação de baleias em 87 países e territórios. Dez anos depois, O'Connor et al. (2009) apresentaram que este número cresceu para 13 milhões em 119 países e territórios, sendo que entre as regiões que apresentaram crescimento neste segmento está a América do Sul, com crescimento de 10%. Segundo os autores, a atividade movimentou, no mundo, US\$ 2.1 bilhões.

Segundo Hoyt (2008), no Brasil, a observação de baleias teve início na década de 1980 em Fernando de Noronha e na Amazônia. Ainda de acordo com o autor, em 2006, o Brasil foi o segundo país da América Latina onde mais aconteceram observações de baleias - estima-se que 228.946 pessoas² observaram cetáceos no Brasil -, ficando atrás da Argentina com 244.432 pessoas. Anhatomirim (SC), Fernando de Noronha (PE), Laguna (SC) e bacias do Amazonas são, respectivamente, os locais onde a atividade mais acontece.

Além do papel econômico, a observação de mamíferos marinhos pode promover conscientização ambiental, desenvolvimento de infraestrutura no local e renda para moradores locais.

De acordo com O'Connor et al. (2009) a observação de cetáceos contribui para a conservação de baleias em locais onde a caça comercial destes animais ainda é praticada. Ainda segundo os autores, a caça de cetáceos era feita em larga escala devido aos produtos que poderiam ser obtidos com determinadas partes destes animais, porém no final da década de 1980, a queda do número de baleias preocupou os países da Comissão Internacional da Baleia³ o que resultou na proibição da caça de baleias para fins comerciais. Os autores destacam ainda que, apesar da proibição de uma atividade econômica importante até então, a observação de baleias é uma forma de unir a conservação dos animais com a economia, não

¹ baleias, botos e golfinhos.

² Estes turistas são majoritariamente brasileiros e gastaram aproximadamente US\$ 31.506.838.

³ Criada em 1946, com o propósito de conservar as baleias. Atualmente 89 países são membros da comissão, incluindo o Brasil (INTERNATIONAL WHALING COMMISSION, 2013).

sendo, portanto, uma atividade baseada apenas na preocupação ambiental. Além disso, Barreto e Alvarenga (s.d., apud VILAS BOAS, DIAS, 2010, p. 107) afirmam que a observação de baleias “[...] propicia pesquisa científica, e ainda permite o desenvolvimento de campanhas educacionais e conservacionistas do ambiente marinho.”

Percebendo a importância que o turismo de observação de animais tem para a proteção destes e o interesse dos turistas por experiências cada vez mais únicas, uma das empresas mais relevantes para o turismo atualmente, o Airbnb, lançou recentemente um espaço em sua plataforma para vender experiências relacionadas a observação, cuidado e interação com animais de diferentes habitats ao redor do mundo.

Estas experiências são oferecidas diretamente pelos anfitriões e devem seguir as diretrizes definidas pela World Animal Protection (Proteção Animal Mundial) que foram criadas com o intuito de proteger os animais. Entre as experiências com cetáceos estão a observação de baleias e golfinhos, atividades como caiaque, mergulho, remo, visita a hospitais, entre outros.

Apesar dos benefícios deste turismo para a economia e conscientização ambiental, o Livro Vermelho da Fauna Brasileira Ameaçada de Extinção do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) alerta para o estado de conservação dos animais. Segundo o livro, no Brasil, cetáceos como o boto-cinza e o cachalote encontram-se em situação vulnerável, o boto-cor-de-rosa está em perigo, e a toninha e a baleia-azul encontram-se criticamente em perigo de extinção. Ainda de acordo com o instituto, o principal vetor de impacto às espécies marinhas é a pesca-captura. O turismo desordenado aparece em quinto lugar (BRASIL, 2016).

Portanto, tendo em vista que a ação do homem causa impactos sobre os espaços em que se relaciona, torna-se claro que, assim como todos os outros segmentos do turismo, o turismo de observação, principalmente de animais marinhos, deve ser planejado cuidadosamente pensando não apenas na experiência do turista mas também no bem-estar dos animais. Diversas pesquisas mostram que a interação de qualquer espécie animal com humanos possui consequências e quando nesta interação há, ainda, meios de transporte envolvidos, as consequências negativas podem ser ainda mais sérias. Portanto, devem ser realizadas pesquisas frequentes sobre os impactos da atividade turística com animais e de melhorias no

planejamento do turismo para que a observação possa ser benéfica para os moradores locais, turistas e cause menos efeitos negativos para o ambiente

Silva Júnior (2017) e Oliveira (2007) apresentam em seus trabalhos alguns impactos negativos do turismo de observação de mamíferos marinhos. Oliveira (2007, p. 24) aponta que “o turismo de observação de baleias é o principal causador de impactos na vida selvagem por causa de sua rápida expansão pelo mundo inteiro e grande importância econômica dessa indústria” e grande parte dos impactos estão relacionados a embarcações, as quais podem causar mudanças de comportamento, de curto e longo prazo, dos animais, como diminuição na taxa de respiração, velocidade de natação, mudança de curso e alimentação, entre outros, além do risco dos animais se machucarem.

O autor aborda ainda os golfinhos solitários que são aqueles que estão acostumados com a interação com humanos e interagem com eles facilmente. Oliveira (2007) aponta que isso acontece, normalmente, com animais que são alimentados tanto por turistas quanto por moradores locais.

Já Silva Júnior (2017) cita alguns trabalhos (Marino et al. 2012; Nowacek et al. 2007; ORAMS, 2002, p. 442-444) que apontam que os ruídos das embarcações podem provocar estresse; alimentar os animais pode aumentar a violência entre os mesmos e de animais com humanos; e que os impactos vindos do turismo são acrescentados a outros problemas como mudanças climáticas, poluição química e sonora, tráfego de embarcações, entre outros.

Portanto, devido às problemáticas envolvidas neste segmento do turismo, a gestão desses destinos deve levar em consideração o desenvolvimento da atividade com a minimização dos impactos ambientais e a interação sem degradação para que a experiência de visita seja positiva e possa ser realizada a longo prazo.

A seguir serão apresentados estudos de casos de destinos onde o turismo de observação de cetáceos acontece e foram realizados estudos para compreender os impactos negativos do turismo para estes animais, e, portanto, se mostram exemplos a serem estudados pelas medidas que tomaram para promover a atividade de forma responsável e consciente.

3.3. CASES

Com o objetivo de buscar destinos que possam servir como exemplos no desenvolvimento do turismo de observação de boto-cinza na Ilha do Cardoso, foram selecionados cinco destinos, sendo dois nacionais (Fernando de Noronha no Pernambuco e a Rota da Baleia Franca em Santa Catarina) e três internacionais (Bay of Islands e Kaikoura na Nova Zelândia e o Arquipélago dos Açores em Portugal). A escolha desses locais ocorreu após pesquisas na internet sobre destinos de observação de cetáceos, sendo estes os que mais se destacaram para as autoras por serem exemplos positivos, consolidados no turismo de observação de animais marinhos, com reconhecimento em premiações relacionadas a instituições de conservação ambiental, de seus moradores e/ou do poder público e possuem alta demanda. Os destinos escolhidos apresentam questões políticas, econômicas e culturais diferentes da Ilha do Cardoso, fator interessante para analisar as diferenças na forma como o turismo é desenvolvido nestas localidades. Além disso, é possível levantar as questões que podem ser melhoradas no local de estudo escolhido para esse trabalho, como infraestrutura, legislação, parceria entre o governo e prestadores de serviço e métodos de trabalho das operadoras de passeios para observação de cetáceos.

3.3.1. Fernando de Noronha - PE

O Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha, um dos 100 destinos mais sustentáveis do mundo de 2016 a 2018 e Patrimônio Mundial da Humanidade desde 2001 junto com a Reserva Biológica do Atol das Rocas, é o destino nacional mais desejado por turistas brasileiros (BRASILTURIS, 2018). O destino se destaca principalmente devido a suas praias - entre elas há praias consideradas as mais bonitas do país - mas também pelos animais que podem ser avistados na ilha, como os golfinhos-rotadores e espécies consideradas ameaçadas. Por ser um dos principais destinos de turismo de observação de animais marinhos no Brasil, motivo pelo qual foi escolhido como exemplo deste trabalho. Também é possível encontrar

tartarugas, polvos, lagostas, arraias, baleias, tubarões e diferentes espécies de peixes.

O principal local de concentração de golfinhos no parque é na Baía dos Golfinhos, local onde é proibido nadar e o tráfego de embarcações. Devido a isso, a observação desses animais é feita em terra, em um mirante, ou em embarcações que trafegam ao redor da baía. Outros animais, como as tartarugas marinhas e peixes, podem ser observados através de mergulhos.

Segundo pesquisas do Projeto Golfinho Rotador (2016), criado em 1990 com o objetivo de ajudar na preservação desse animal em Fernando de Noronha, calcula-se que entre 1991 e 2015 mais de 2.000 golfinhos entraram na Baía dos Golfinhos, sendo aproximadamente, 284 golfinhos por dia. O tempo de permanência deste animal no local era de 8h31min em 1998 e começou a cair desde 2003, passando para 2h37min em 2015. Segundo as pesquisas, essa diminuição está diretamente ligada ao aumento do número de embarcações no parque.

Por ser um ambiente frágil, o parque possui regras que devem ser seguidas pelos visitantes e por pessoas que trabalham com o turismo no local, como limite máximo de pessoas que chegam à ilha por dia, quantidade de pessoas por atrativo, agendamento para visitas e passeios - entre eles locais onde há observação de animais marinhos -, pagamento de taxa de visitação, entre outros. Todas as informações e outras como acessibilidade podem ser encontradas no site do parque, onde também é possível comprar ingressos do parque. Já no site do governo de Pernambuco é possível encontrar indicações de serviços, valores de taxa de visitação e realizar o pagamento desta através do sistema disponibilizado no site.

3.3.2. Rota da Baleia Franca: Garopaba, Laguna e Imbituba - SC

Pode-se encontrar a observação de cetáceos também no estado de Santa Catarina, na rota da Baleia Franca, composta pelos municípios de Garopaba, Laguna e Imbituba, que compõem a região turística Encantos do Sul.

O destino é berçário das baleias-francas-austrais no inverno, o que atrai demanda turística para a região nessa estação do ano.

A escolha desse destino como exemplo se deu por ser possível notar que o marketing turístico dos municípios que compõe a Rota da Baleia Franca e da

Secretaria do Estado são bem utilizados, sendo o turismo de observação de baleia-franca bem promovido por meio do Santur (portal de turismo oficial do Estado de Santa Catarina), e a divulgação realizada traz a imagem da baleia como principal recurso.

A Rota da Baleia Franca está inserida na Área de Proteção Ambiental (APA) da Baleia Franca que possui uma área de 156 mil hectares, com 130 km de costa marítima (BRASIL, 2016). Os municípios que fazem parte da APA Baleia Franca são: Içara, Florianópolis, Garopaba, Imbituba, Jaguaruna, Laguna, Palhoça, Paulo Lopes, Tubarão e Balneário Rincão.

De acordo com o Instituto Chico Mendes, a APA Baleia Franca foi criada pelo decreto federal s/nº em 14 de setembro de 2000, tendo como objetivo proteger, em águas brasileiras, a baleia-franca-austral, fazendo a gestão do uso sustentável da região.

Segundo o Instituto Australis (2018), a ocorrência de baleias na costa de Santa Catarina acontece de julho a novembro, sendo o melhor período para a observação na APA da Baleia Franca entre a segunda quinzena de agosto e a primeira quinzena de outubro.

Analisando a divulgação desse segmento turístico é possível perceber que no portal de turismo oficial do Estado de Santa Catarina, na barra o que fazer, na seção ecoturismo e esportes de aventura, existe uma matéria dedicada a observação de baleias. Nesta página estão listados os três municípios que compõem a rota da baleia franca - Garopaba, Imbituba e Laguna - e é possível encontrar links de agências de turismo receptivo que realizam o passeio para a observação das baleias, sendo possível notar um tipo de parceria entre o governo e prestadores de serviço para fomentar o desenvolvimento do turismo de observação na região.

No site do Instituto Baleia Franca também é possível encontrar aspectos dessa parceria: na barra o que fazer há opções de passeios oferecidos por agências de receptivo das cidades da rota. Essa estratégia de divulgação é positiva, facilitando o acesso à informação e incentivando os turistas a buscarem agências parceiras e legalizadas, garantindo segurança e responsabilidade na realização da atividade.

A agência de receptivo Ao Sul Natural oferece pacotes para a observação da baleia-franca de 4 a 7 dias e de acordo com o site da agência, o passeio de observação por barco

[...] tem duração aproximada de 1h30min (dependendo da localização das baleias e o comportamento das mesmas), conta com o acompanhamento de um biólogo do IBF e tripulação especialmente treinados (ICMBio) para uma aproximação adequada dos cetáceos de acordo a legislação vigente [...] (AO SUL NATURAL, 2019).

A agência utiliza o certificado de excelência da Rota da Baleia Franca, promovido pelo Instituto Baleia Franca em parceria com o governo do Estado de Santa Catarina e o SEBRAE. Esse certificado é uma maneira de mostrar que a empresa cumpre todos os requisitos da Rota da Baleia Franca e promove o turismo consciente e sustentável na região.

Em dezembro de 2018 uma portaria do ICMBio normatizou o turismo embarcado na Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca como atividade recreativa e educativa. A portaria prevê que os passeios só poderão ser realizados por empresas regularizadas no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do Ministério do Turismo (Cadastur) e que tenham autorização do Ministério do Turismo (BRASIL, 2018a).

A portaria ainda estabelece normas em relação a capacidade de carga:

[...] Os passeios embarcados poderão ser realizados apenas em quatro dias da semana, com uma embarcação por vez nas baías e enseadas. Um mesmo local só poderá ser visitado duas vezes por dia com intervalo mínimo de duas horas entre um passeio e outro. Nos outros três dias da semana, não haverá passeio para avistamento das baleias. O número de visitantes é limitado à capacidade da embarcação. (BRASIL, 2018a).

Orientações sobre áreas de refúgio, onde não é permitida a entrada de embarcações também são especificadas, além de regras de segurança sobre aproximação dos animais e acionamento dos motores para a segurança dos passageiros e das baleias. A presença de um observador de bordo que seja profissional ou estudante de biologia também é recomendada.

Como forma de conscientização para a conservação dos oceanos, em setembro de 2018 foi publicada uma portaria no Diário Oficial da União que institui 31 de julho como o dia da baleia franca, a data pode ser utilizada como forma de

fortalecer a imagem do destino, como produto turístico nacional, atraindo demanda para a região da Rota da Baleia Franca (BRASIL, 2018b).

3.3.3. Bay of Islands e Kaikoura (Nova Zelândia)

O turismo na Nova Zelândia é mundialmente conhecido pelos segmentos de turismo de aventura e ecoturismo devido a suas paisagens naturais e preservação ambiental. A observação de animais, principalmente marinhos, é uma das atividades que tem contribuído com o ecoturismo no país. Baleias e golfinhos de diferentes espécies, além de pinguins e outras aves, focas e vagalumes podem ser observados em diferentes locais do país.

Apresenta-se a Nova Zelândia como exemplo pois, o país está sempre presente em listas de melhores países para observação de baleias e por representar um caso em que o turismo de observação de animais tem grande importância para o turismo do país. Segundo pesquisas realizadas com turistas da Austrália, China, Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha e Japão, principais emissores de turistas para o país, a observação de vida selvagem ficou entre as duas principais atividades durante a viagem (NEW ZEALAND, 2018).

No site oficial de turismo do país atividades de observação e nado com animais marinhos são bem divulgadas, apresentando fotos e, em alguns casos, vídeos, indicações de cidades e temporadas. Além disso, conta com um espaço para divulgação de empresas que realizam a atividade - que precisam ter uma permissão concedida pelo Departamento de Conservação do país e obedecer a condições estabelecidas pela legislação (Marine Mammals Protection Regulations 1992) -, mostrando se possuem selo de qualidade de serviço e notas no TripAdvisor. O site está disponível em diversos idiomas como inglês, português, espanhol, alemão, francês, chinês, coreano e japonês.

A observação de cetáceos acontece especialmente em suas ilhas principais, as Ilhas Norte e Sul, sendo Bay of Islands (localizada na Ilha Norte) e Kaikoura (cidade da Ilha Sul) importantes destinos para esta atividade. Optou-se abordar os

dois locais por conta da importância de ambos para o turismo de observação e para apresentar como é realizada a atividade nos dois destinos.

Kaikoura considerada a capital marinha da Nova Zelândia (NEW ZEALAND, 2013) e, portanto, um dos principais destinos de observação de animais marinhos no país.

Kaikoura é uma cidade pequena do litoral da Ilha Sul onde, desde 2006, 30% da economia local provém do turismo, sendo um exemplo de cidade que cresceu economicamente devido ao turismo de observação. Kaikoura começou a investir no turismo de observação de cetáceos quando sua economia estava em recessão após o fim da caça de baleias na cidade. A observação de cetáceos foi baseada na cultura maori de proteção e respeito ao meio ambiente, ou seja, culturalmente aceitável, economicamente viável e sustentável, o que tem permitido a cidade continuar recebendo grande quantidade de turistas e continuar sendo considerada um destino sustentável. Em 2006, mais de 1 milhão de turistas visitaram Kaikoura (INTERNATIONAL WHALING COMMISSION, 2018).

A cidade é um dos estudos de caso da Comissão Internacional da Baleia por ser um bom exemplo de planejamento no turismo de observação de cetáceos. Entre os pontos fortes, o estudo ressalta o envolvimento da comunidade local no planejamento e o apoio dos governos local e nacional no desenvolvimento do turismo. Contudo, também são citadas questões que podem ser melhoradas como realização de pesquisas com maior frequência - realizadas atualmente a cada 10 anos - e as informações passadas aos turistas (INTERNATIONAL WHALING COMMISSION, 2018).

Já *Bay of Islands* é uma região composta por 144 ilhas e abrange as cidades Paihia, Kerikeri, Waitangi, Russell, Kawakawa, Kaikohe e Okaihau. O local é um destino turístico popular no país e já foi um dos principais destinos para observação de golfinhos, já que os turistas tinham a possibilidade de nadar com os animais.

Kaikoura possui um site específico para divulgar o turismo, contendo as mesmas informações encontradas no site oficial de turismo do país. Por outro lado, Paihia e Russell, importantes cidades de *Bay of Islands*, não possuem sites com informações suficientes sobre o turismo. Porém, é possível encontrar um site da baía e, no site de turismo do país, informações sobre o local e suas cidades.

As empresas que atuam nos locais citados possuem sites, por onde os interessados podem reservar passeios e encontrar informações importantes sobre os mesmos. Detalhes como acessibilidade, horários de partida, o que é oferecido aos clientes e o que estes devem levar no dia, se há número mínimo e máximo de participantes, entre outros são facilmente encontrados. Os passeios mais comuns em *Bay of Islands* e Kaikoura são de barco, porém também é possível comprar passeios aéreos para observar cetáceos.

Em *Bay of Islands*, além da observação, era permitido nadar com golfinhos, porém, em julho de 2019, esta atividade foi proibida pelo governo da Nova Zelândia em resposta a pesquisas que mostraram que as interações entre golfinhos e turistas têm afetado negativamente a alimentação, descanso e tamanho da população desses animais. Além desta proibição, também foi determinado que as empresas que têm autorização para realizar passeios de barco só podem fazê-los ou de manhã ou de tarde, a fim de proporcionar aos animais um tempo sem contato com humanos, e, no máximo, por 20 minutos (NEW ZEALAND, 2019).

3.3.4. Arquipélago dos Açores (Portugal)

Portugal é um destino com vocação para o turismo de natureza. Conforme dados do Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (2012), 21% do território português é formado por áreas classificadas com fortes valores naturais e de biodiversidade.

O arquipélago de Açores está localizado no Oceano Atlântico Norte, entre a Europa e América do Norte e é formado por nove ilhas: Corvo, Flores, Graciosa, Terceira, S. Jorge, Faial, Pico, S. Miguel e de Santa Maria. A formação geológica do arquipélago favorece a paisagem do local com montanhas, vales e formações rochosas vulcânicas (AZORES GREENMARK, 2015).

De acordo com a UNESCO (2017), o arquipélago dos Açores tem como característica a flora com alto grau de endemismo e sua fauna compreende cerca de 200 tipos de aves e espécies endêmicas, como a águia imperial ibérica, uma das aves de rapina com maior risco de extinção no mundo.

Em relação a fauna marinha, pode-se destacar os 20 tipos diferentes de cetáceos que podem ser avistados no mar dos Açores, sendo espécies residentes e

migratórias, comuns ou raras. (PORTUGAL, 2013). Por sua importância ambiental, as ilhas dos Açores integram a rede mundial de reservas da biosfera da UNESCO.

Nas ilhas dos Açores pode-se encontrar o turismo de observação de mamíferos marinhos. De acordo com o site oficial de turismo dos Açores, os golfinhos-pintados, cachalotes, baleias sardinheira e de barba são mais frequentes no verão. A baleia-azul pode ser avistada com facilidade no inverno.

Com esse exemplo será possível observar como é feita a gestão da atividade de observação de cetáceos em uma área com alta diversidade de espécies marinhas. Outro ponto importante que deve ser ressaltado é a imagem de destino sustentável dos Açores, fator importante que influencia na escolha do destino pelos turistas que se preocupam com a responsabilidade ambiental.

Os operadores de passeios para avistamento dos cetáceos devem cumprir as regras estabelecidas através do Decreto-Lei n.º 9/2006, de 6 de janeiro. As regras dizem respeito a distância de aproximação permitida, velocidade recomendada e tempo de permanência para a observação. Também é possível encontrar normas em relação a conduta dos passageiros e condutores das embarcações. Por exemplo, é proibido perseguir e provocar a separação do grupo de cetáceos, alimentar e tocar nos animais, utilizar marcha à ré e nadar ou mergulhar com os cetáceos (PORTUGAL, 2006).

Pode-se perceber que o site oficial do turismo nos Açores explora o selo de destino sustentável, colocando em evidência as premiações que receberam, entre elas, o Top 100 de Destinos mais Sustentáveis do Mundo de 2016, 2017 e 2018 e o Destino QualityCoast de Platina do Mundo.

A agência de turismo receptivo Futurismo Azores Adventure possui em seu catálogo de serviços passeios para avistamento de cetáceos nas Ilhas de São Miguel e Pico com opções de duração de meio dia ou dia inteiro. Uma opção diferenciada é o passeio de dia inteiro, que traz a vivência como biólogo, intitulado: “Ser Biólogo por um dia em São Miguel”. O pacote inclui, briefing antes da viagem, viagem de barco de cerca de 6 horas, casaco e calças impermeáveis, biólogo marinho a bordo, piquenique no barco, refresco ou chá após a viagem, colete salva-vidas e seguro de vida. O diferencial do passeio é o maior contato com a biologia marinha sendo possível observar o comportamento social das baleias e conhecer como é feita a identificação dos animais.

Durante a atividade a equipe de biólogos grava sons emitidos pelos cetáceos e recolhe amostras de peles ou fezes dos animais para analisar. Os dados obtidos são compartilhados com universidades e institutos.

Na descrição de todos os passeios oferecidos pela Futurismo, há o tempo de duração, nível de dificuldade, localização da atividade, recomendação, itens inclusos na refeição e perguntas frequentes. Em todas as saídas existe um briefing, que consiste em uma apresentação antes do início do passeio, na qual os biólogos marinhos falam das diretrizes para observação de cetáceos e das espécies que poderão ser avistadas. Durante a realização da atividade o biólogo acompanha o grupo.

A agência tem iniciativas de educação e conscientização ambiental com escolas, especialmente no Dia do Mar e Natal, quando são realizadas atividades interativas como a limpeza de praias e decoração da árvore de Natal com materiais recicláveis.

3.3.5. Comentários finais sobre os cases

Através destes cases pretendeu-se discorrer, principalmente, sobre questões de legislação, informações turísticas e divulgação, já que foram e, ainda são, importantes para o crescimento do turismo de observação de mamíferos marinhos nestas regiões.

Nota-se que, em todos os casos apresentados, há divulgação sobre a existência deste tipo de turismo e, é possível encontrar informações turísticas facilmente. É possível acessar os sites oficiais de turismo ou de empresas que vendem passeios de observação em diversos idiomas como, português, inglês, alemão e espanhol, facilitando o acesso a informações básicas sobre a atividade. São divulgadas explicações sobre preço, quando acontece, agendamento, entre outros, mas também apresentando aos turistas informações de segurança e cuidados com o ambiente.

Além disso, em todos os lugares aqui discutidos, também há leis vigentes para proteção e diminuição de danos a animais e ao ambiente, que apresentam, entre outras coisas, capacidade de carga definida para minimizar os impactos gerados pela visitação humana, visando a sustentabilidade do ambiente e da

atividade no local. Levando em consideração os aspectos positivos apresentados em relação aos exemplos de destinos citados, pode-se ter uma base para o planejamento de destino com vocação para o turismo de observação de mamíferos marinhos.

Em relação a Ilha do Cardoso, como será melhor apresentado nos próximos tópicos, algumas dessas ações podem servir de inspiração para os gestores locais, como os passeios propostos em Açores e Santa Catarina que contam com a presença de um biólogo, os estudos de capacidade de carga e normas de visitação, a forma como a atividade e os passeios são divulgados nestes locais e a facilidade no acesso à informações.

3.4. TURISMO SUSTENTÁVEL

Comumente entende-se por sustentabilidade a prática de ações e uso de recursos de forma a atender suas necessidades sem comprometer as próximas gerações. Este conceito é frequentemente abordado na sociedade, seja em escolas, comerciais, reportagens, entre outros. Esse conceito surgiu, em 1960, a partir de preocupações com o consumismo, desperdício e degradação ambiental (BRASIL, 2007).

A partir disso, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento definiu que:

Desenvolvimento sustentável é a atividade que harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo assim que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, apud, BRASIL, 2007, p. 17)

Para Sachs (2007, apud Correa e Godoy, 2008) o desenvolvimento sustentável tem como princípios a sustentabilidade social - primordial, visando a redução da desigualdade -, ecológica, espacial - minimização de impactos socioambientais -, cultural e econômica.

O turismo é uma atividade produtiva moderna, que abrange práticas sociais, econômicas, políticas, culturais e educativas, envolvendo relações sociais e de poder entre residentes e turistas, produtores e consumidores (CORIOLANO, 2006).

Coriolano (2006, p. 375) diz que a relação entre espaço e mercadoria pode ser entendido da seguinte maneira:

O capital ao transformar o espaço em mercadoria, faz surgir novas atividades econômicas, como o ramo econômico das atividades do lazer e do turismo. O turismo provoca profunda mudança sócio-espacial, redefine as singularidades espaciais além de reorientar os usos.

Segundo Burgos e Mertens (2015) a ideia de turismo sustentável surge da preocupação com os impactos negativos do turismo, procurando reduzi-los a partir da adoção dos princípios da sustentabilidade. De acordo com Hera (2004, p.34 apud Burgos e Mertens, 2015, p. 60) as principais razões para o surgimento do turismo sustentável são:

[...] expansão da conscientização ambiental e proliferação do “sustentável” para todas as áreas e atividades humanas; percepção por parte dos turistas dos impactos que o turismo causa ao meio ambiente; maior exigência de qualidade nos destinos para lidar com a forte competitividade do mercado turístico; e aumento da pressão de grupos ambientalistas que passaram a reconhecer e se preocupar com os potenciais impactos do turismo.

Contudo, Burgos e Mertens (2015) ressaltam que não há consenso sobre os conceitos de desenvolvimento sustentável e turismo sustentável já que há muitas pessoas envolvidas, com diferentes visões e interesses. Existem, inclusive, pessoas que acreditam que ambos os termos são apenas jogadas de marketing, visto que é possível interpretar que alguns lugares se utilizam dos termos apenas para atrair clientes, ao invés de realmente querer mudar a forma como o turismo é realizado.

A Organização Mundial de Turismo, por exemplo, possui a seguinte definição para turismo sustentável:

Turismo Sustentável é o que relaciona as necessidades dos turistas e das regiões receptoras, protegendo e fortalecendo oportunidades para o futuro. Contempla a gestão dos recursos econômicos, sociais e necessidades estéticas, mantendo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte à vida (OMT, 1999, apud BRASIL, 2010, p. 20).

Definições destes termos, incluindo as apresentadas nesta seção, são criticadas principalmente por focar mais nos aspectos econômicos ou ambientais do

que nos sociais. Correa e Godoy (2008) notaram que, após analisarem algumas definições de turismo sustentável, alguns elementos em comum como ser economicamente viável, inclusivo para comunidades locais e os cuidados para gerações futuras, são base para políticas voltadas ao turismo sustentável.

Burgos e Mertens (2015, p. 61-62) acreditam que a ideia de sustentabilidade no turismo possa ser aplicada em todas as modalidades de turismo, já que refere-se a “[...] desenvolver outro modelo de turismo ambientalmente mais benigno e que melhor se ajuste a critérios sociais e econômicos de um destino [...]” e apresenta o turismo de base comunitária como exemplo de um tipo de turismo que segue princípios de sustentabilidade, já que

[...] coloca em prática um planejamento fundamentado em um exercício consciente de corresponsabilidade, participação local e governança compartilhada, com o objetivo de, além de dar resposta à demanda dos visitantes, conciliar o desenvolvimento local e a conservação da natureza. Trata-se, portanto, de uma prática turística nascida da percepção das próprias comunidades de que é necessário vivenciar outra lógica de atividade turística.

Portanto, os conceitos de turismo sustentável trazem aspectos positivos pois possuem o objetivo de manter a integridade cultural, a ecologia, a diversidade biológica e o desenvolvimento social.

Em relação ao planejamento sustentável, os autores Stigliano, Ribeiro e César (2011, p. 646) ressaltam que:

[...] Não se defende, portanto, uma visão “congelada” de preservação do patrimônio cultural e ambiental, dissociado das práticas humanas presentes. Destaca-se, pois, a importância do envolvimento dos grupos que residem em áreas de interesse pelo viés da paisagem cultural e seu potencial para evitar a massificação e homogeneização de destinos turísticos insustentáveis.

Considerando os autores acima citados, pode-se dizer que o turismo é uma atividade que traz degradação ambiental, mas, se os conceitos de desenvolvimento turístico sustentável forem aplicados nos destinos, haverá a minimização dos impactos ambientais e sociais. Cabe aos responsáveis pelo planejamento dos destinos considerarem o conceito de sustentabilidade pois, é de extrema importância para que o turismo seja entendido e planejado de acordo com esses princípios, com o intuito de reduzir os impactos negativos causados pela atividade e fortalecer os positivos.

3.5. CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL NO TURISMO

No turismo, uma forma de incentivar a conscientização ambiental é através da educação ambiental, principalmente em Unidades de Conservação (UC), onde em meio ao passeio é possível discutir diversos aspectos sobre o ambiente e a sociedade.

Medina (1997) e Merck (2009) citados por Pissatto, Merck e Gracioli (2012) definiram a educação ambiental como o desenvolvimento de atividades que contribuam para o desenvolvimento do pensamento crítico sobre o meio ambiente e usos adequados dos recursos naturais, a fim de melhorar a qualidade de vida, diminuindo as consequências causadas pelos maus usos dos mesmos pelo ser humano.

Layrargues (2006) ressalta que também é possível promover uma educação ambiental que vá além do incentivo a preservação ambiental, promovendo uma educação ambiental de mudança social e não apenas de mudança ambiental. Esta mudança social pode acontecer se os responsáveis pela educação ambiental relacionarem os problemas ambientais com os sociais abordando questões culturais, políticas, territoriais, entre outras.

Outra forma de explorar a conscientização ambiental e que está relacionada com a educação ambiental é a utilização dos termos espécie-chave e espécie-bandeira. Uma espécie-chave é aquela fundamental para uma comunidade biótica, sendo que sua extinção ocasionaria alterações no ambiente, podendo levar à extinção de outras espécies. O boto-cinza é um exemplo de espécie-chave, já que está no topo da cadeia alimentar. Já espécies-bandeira são espécies carismáticas, de apelo popular, que podem sensibilizar as pessoas sobre questões ambientais (AKAKI, 2010), como é o caso do panda-gigante, marca da ONG WWF⁴, e da tartaruga-marinha, marca do Projeto TAMAR, símbolos da conservação de espécies.

Estas espécies podem contribuir com o turismo, já que têm o poder de atrair turistas para as cidades onde podem ser encontradas. Em contrapartida, o turismo, se realizado de maneira consciente, pode auxiliar na disseminação de informações sobre estes animais e seu estado de conservação através da educação ambiental.

⁴ Fundo Mundial para a Natureza (World Wide Fund For Nature), considerada umas das maiores organizações de conservação da natureza no mundo.

Tal feito pode influenciar os turistas a procurarem se informar melhor sobre os problemas aos quais foram apresentados, as causas, os responsáveis e como podem contribuir.

Louve (2008) e Curtin (2009) apud Silva-Jr. (2017, p. 435) reforçam que a conscientização ambiental a partir da interação com a natureza acontece de acordo com os interesses pessoais dos turistas pelos aspectos naturais, já que a forma como se envolvem nessas atividades propicia a mudança de comportamento momentânea, podendo incentivar mudanças de longo prazo.

Vilas Boas e Dias (2010) destacam que bases de projetos, santuários, parques, entre outros, voltados a proteção de animais, aumentam a quantidade de atrativos turísticos existentes. Além disso, a venda de produtos personalizados para turistas nesses locais contribui para a geração de empregos e renda para as comunidades locais e para os projetos, colaborando, assim, com a manutenção e criação de novos projetos, infraestrutura e atividades de educação ambiental.

Campos (2009) explica que a conscientização ambiental por parte da comunidade receptora pode contribuir também para o interesse dos turistas no local.

[...] a preservação ambiental em destinos quase desconhecidos pela grande população é uma atitude extremamente rentável. A procura por lugares rústicos que conjugam uma bela natureza e um estilo próprio de vida da população local em sítios pouco explorados representam uma “exclusividade sustentável” (CAMPOS, 2009, p. 5)

Portanto, é possível perceber que o incentivo à conscientização ambiental pode auxiliar tanto na preservação do ambiente, a partir da reflexão e mudança de comportamento, quanto para o desenvolvimento local, com a venda de produtos personalizados, estadia em meios de hospedagem, consumo de produtos oferecidos no local, entre outros. Além disso, a imagem de um ambiente preservado pode contribuir para a divulgação do destino, atraindo turistas que procuram experiências diferenciadas.

3.6. USO DE IMAGENS NO TURISMO

A imagem de um destino pode ser um fator decisivo para a escolha do turista, já que ele recebe, constantemente, informações de diferentes destinos seja por redes sociais, conversas com conhecidos, programas de televisão, filmes e séries, entre outros (BRANISSO, 2005).

Segundo Bigné et al (2000, apud Perinotto, 2013, p. 4), além da imagem utilizada para comunicação, o imaginário das pessoas através de suas próprias experiências e compreensão de mundo também influencia na construção da imagem de um destino, atraindo mais ou menos os turistas. Portanto, é necessário que a divulgação de um destino procure chamar a atenção de potenciais turistas, mostrando-lhes algo único para seu perfil, a fim de se diferenciar da concorrência e aumentar o interesse das pessoas de conhecerem o local (PERINOTTO, 2013).

Segundo Lopes e Gunn (2011; 1988, apud Scherer et al 2015, p. 444-445), a formação da imagem de um destino pode acontecer de forma primária (depois de visitar um destino) ou secundária (antes de uma viagem), através de informações recebidas por propagandas, boca-a-boca, entre outros, e que pode variar de pessoa para pessoa dependendo da idade e nível de educação, por exemplo.

Considerando o imaginário, a fotografia é uma das formas de expressão capaz de transmitir momentos registrados pelas pessoas. O uso da fotografia no turismo é essencial, inclusive, de acordo com o Ministério do Turismo em uma matéria de agosto de 2015, o uso de imagens no turismo é um insumo para a venda de destinos turísticos no Brasil, sendo utilizadas em quase todos os meios de comunicação e chamam mais atenção de quem as observa do que um texto, transmitindo sensações positivas e estimulando as pessoas a pesquisarem sobre o local e fazendo com que queiram conhecê-lo.

No caso de imagens utilizadas para divulgação de destinos por parte dos responsáveis pela divulgação do local ou por agências de viagem, é necessário, como dito anteriormente, o cuidado com a escolha da imagem para atrair o público-alvo. É importante atentar para não fazer uso de propaganda enganosa por utilizar imagens que não correspondem à realidade.

Analisando o processo de decisão de compra do consumidor, os autores Tito, Brumatti e Nóbrega (2017, p.432) destacam que:

O poder de decisão do consumidor relaciona-se a fatores de ordem interna (da pessoa) e externa (ambiente) e, conseqüentemente,

podem facilitar ou limitar turistas desejosos de transformar suas motivações e desejos em realidade. A análise de fatores como a disponibilidade, renda, saúde, políticos (terrorismo, natureza do sistema político, restrições a imigração, mídia direcionada as viagens, marketing de agências de viagens, personalidade, estilo de vida e etc.), são de extrema relevância no processo de conhecimento do comportamento do consumidor no turismo

Pode-se dizer que os fatores de ordem externa destacados pelos autores incluem o uso de imagens por meio das mídias direcionadas as viagens e o marketing de agências de viagens. As imagens divulgadas nesses meios vão influenciar diretamente na decisão de compra do consumidor, que constrói um imaginário do destino e espera que suas expectativas sejam atendidas ao chegar no local de sua escolha.

A experiência e satisfação de outras pessoas são também fatores de ordem externa que influenciam na escolha do consumidor. Sobre as mudanças na comunicação no mundo contemporâneo, podemos destacar o uso das redes sociais para expressar a opinião baseada na sua experiência com determinado produto ou serviço. A respeito dessas mudanças os autores Tito, Brumatti e Nóbrega (2017.p.426) dizem que:

Assim, as inovações mercadológicas e as diferentes formas de comunicação relacionadas ao mundo contemporâneo, são capazes de criar condições e oportunidades aos consumidores que pareciam impossíveis, indesejáveis ou não faziam parte de seu conhecimento.

Considerando as possibilidades do turista pós-moderno eles são mais ligados a tecnologia e em seu cotidiano se deparam continuamente com imagens de destinos em suas redes sociais e é comum a presença dos influenciadores digitais que trazem novas perspectivas aos seus seguidores.

Contudo, o uso das imagens no turismo encantam, influenciam e informam os turistas e são um importante meio de trabalho para os profissionais de turismo, tanto do setor público quanto do privado.

4. METODOLOGIA

Para a realização do trabalho foi elaborada uma pesquisa exploratória, que, de acordo com Dencker (2007, p. 151), “[...] procura aprimorar ideias ou descobrir intuições. Possui um planejamento flexível, sendo feita através de levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e estudo de caso.”

Assim, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para entender qual é a situação atual do Parque Estadual Ilha do Cardoso, como: quais atividades são realizadas no local, infraestrutura, perfil dos visitantes, entre outros, e a situação da observação dos botos-cinza. Após isso, foi realizada uma viagem a Cananéia e ao parque, a fim de conhecer o local e colher novas informações para o desenvolvimento da pesquisa e observar as mesmas questões citadas acima, realizando entrevistas semiestruturadas com monitores do parque, e com o Instituto de Pesquisas de Cananéia (IPeC), o qual realiza pesquisas sobre a vida selvagem na região.

Posteriormente foram enviados e-mails para o Departamento de Turismo de Cananéia, ao Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) de Cananéia, ao IPeC, a gestão do Parque Estadual da Ilha do Cardoso⁵ e a um barqueiro, o qual foi recomendado por uma pessoa que trabalha no IPeC.

Com questionários com perguntas diferentes para cada destinatário, a finalidade das mensagens era descobrir o ponto de vista dos mesmos acerca da observação de botos-cinza e da educação ambiental disponibilizada no local. Ao receber as respostas, foi necessário enviar mais dois questionários, um ao Departamento de Turismo e outro ao COMTUR, para obter respostas mais específicas (os questionários podem ser encontrados nos Apêndices A à G). No total dos 7 questionários foram realizadas 55 perguntas, sendo 5 questões fechadas e 50 abertas. Destaca-se que o primeiro questionário enviado ao COMTUR foi respondido por Rafael Xavier⁶ da cadeira de agências de viagens, e o segundo questionário do COMTUR e do Departamento de Turismo foram respondidos⁷ pelo diretor do departamento de turismo Daniel Clayton Pedro Rodrigues⁸.

⁵ Questionário respondido em 27/02/2020.

⁶ Questionário respondido em 06/11/19.

⁷ Questionário 1 do departamento de turismo respondido em 13/11/19. Questionário 2 do departamento de turismo e do COMTUR respondidos em 27/02/20.

⁸ O primeiro questionário do departamento de turismo foi destinado ao diretor de turismo, porém no e-mail não foi apresentado o nome do responsável pelas respostas.

Para a análise dos dados obtidos por meio dos questionários, as questões foram divididas por subseções, sendo elas: turismo de observação do Boto-Cinza em Cananéia, infraestrutura turística e divulgação turística na cidade de Cananéia.

Em seguida foram analisados, durante os meses de outubro a dezembro de 2019, os sites da prefeitura de Cananéia, TripAdvisor, Facebook e Instagram para verificar a divulgação da observação de botos.

Para analisar se há menções ao boto-cinza em redes sociais com intuito de divulgação deste tipo de turismo por parte da gestão do parque, ou de agências de viagem, ou ainda em menções de turistas, verificou-se se há publicação de fotos de botos-cinza nas redes sociais Facebook e Instagram. Essas são mídias sociais bastante acessadas - ocupam o segundo e quarto lugar no ranking de redes sociais mais acessadas pelos brasileiros (WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE, 2019) -, e são utilizadas para publicações de fotos, podendo despertar o interesse em potenciais turistas sobre determinados destinos.

Na visita das pesquisadoras foi possível constatar certa dificuldade em fotografar os botos devido aos movimentos que realizam, os quais não os deixam expostos por muito tempo, o que dificulta tirar fotos em que os botos estejam visíveis com clareza. Contudo, optou-se pelas fotos pois é possível que imagens profissionais sejam utilizadas por empresas de turismo e por entidades públicas de turismo na divulgação da atividade de observação de boto-cinza na Ilha do Cardoso e em Cananéia.

Para isso, optou-se por utilizar, no Facebook e Instagram, as *hashtags* #ilhado Cardoso, #praiadopereirinha e #parqueestadualdailhadocardoso pois são os termos que remetem, de modo mais direto, ao nome do destino em possíveis marcações e são mais fáceis de serem lembrados pelos usuários ao realizarem a postagem. Não foram pesquisadas hashtags com o nome da cidade, já que a observação dos animais acontece apenas na área do parque.

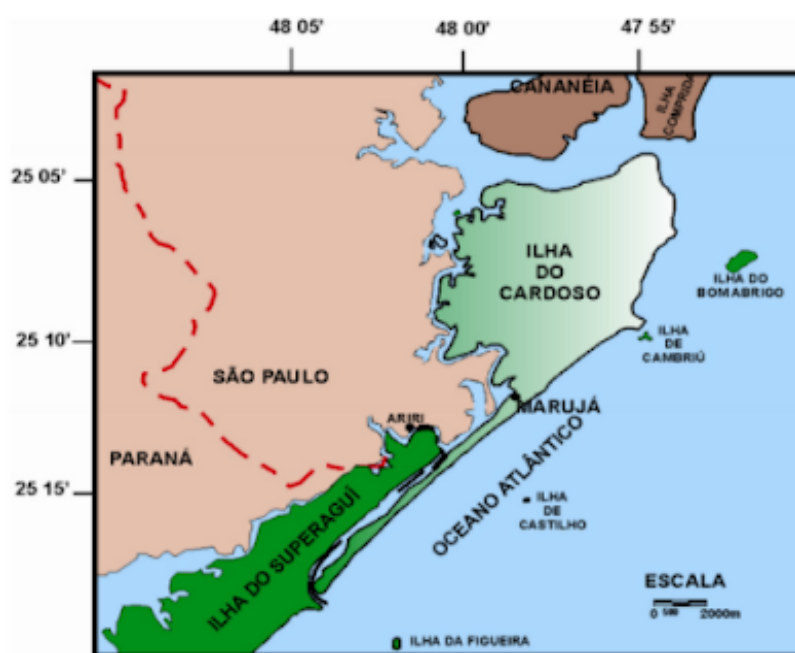
Nestas redes sociais foram analisadas postagens do dia 31 de novembro de 2018 até 05 de outubro de 2019. Este período de análise foi escolhido porque novembro de 2018 marca o início da alta temporada (2018-2019), e as publicações de outubro de 2019 eram as mais recentes (para o início da coleta que aconteceu entre outubro e dezembro de 2019).

Foram elaboradas planilhas para cada rede social e *hashtag*, onde foi possível levantar informações como o total de publicações por mês no período analisado, dividindo-as em fotos com boto e sem boto, vídeos com boto e sem boto, além de verificar se foram postadas por agências de turismo, turistas, órgão públicos ou moradores. Analisou-se também se foram utilizadas legendas com os termos #golfinhos e #boto.

Já o TripAdvisor foi escolhido, pois, atualmente, é um dos sites relacionados ao turismo mais acessados antes e durante a viagem, para procurar sugestões do que fazer, e após viagens para deixar avaliações e comentários a respeito da sua experiência de viagem no local. Em 30 de novembro de 2019 (data da coleta nessa rede social) foram verificadas as fotos presentes em “Parque Estadual da Ilha do Cardoso” e “Praia do Pereirinha” já que são os termos com mais avaliações ao pesquisar em “o que fazer” na página Ilha do Cardoso, e na página inicial da Ilha do Cardoso, onde há algumas publicações de usuários.

5. ÁREA DE ESTUDO

Figura 1 - Mapa de localização da Ilha do Cardoso



Fonte: Bernardi (2001)

Cananéia é uma cidade localizada no litoral sul do estado de São Paulo, a 272 km da capital e a 255 km de Curitiba, e é considerada a primeira cidade fundada no Brasil. Algumas construções desta época ainda estão preservadas e são atrativos na cidade, como a igreja matriz, dois canhões e o centro histórico. Há também outros dois atrativos importantes: o museu municipal, que possui uma réplica de um dos maiores tubarões já capturados no Brasil, com 5,5m de comprimento e 3,5 toneladas, e o mirante do Morro São João, onde é possível observar as ilhas da cidade.

Segundo o site do município, em Cananéia é possível encontrar ruínas coloniais e sítios arqueológicos. Além disso a cidade também é considerada a capital gastronômica do Vale do Ribeira, sendo possível encontrar desde gastronomia colonial a pratos internacionais e eventos gastronômicos (CANANÉIA, 2019).

No entanto, o que mais atrai turistas a cidade são seus atrativos naturais. Cananéia possui importância ecológica, tendo em seu território o Parque Estadual da Ilha do Cardoso e, fazendo parte da região Vale do Ribeira, do Complexo Estuarino Lagunar de Cananéia-Iguape-Paranaguá⁹, da Área de Proteção Ambiental Cananéia-Iguape-Peruíbe e da Reserva de Mata Atlântica do Sudeste, Patrimônio da Humanidade reconhecido pela UNESCO em 1999.

A Ilha do Cardoso é um parque estadual criado em 1962, com área total de 151 km², e um dos principais atrativos da Cananéia. O parque possui grande diversidade biológica com 436 espécies de aves, cerca de 70 mamíferos, além de animais não listados, mais de 5 ecossistemas e diversas espécies de flora (SÃO PAULO, 2001).

Em relação a fauna, além de haver animais ameaçados de extinção e raros, o parque destaca-se em relação às tartarugas-marinhas e os botos-cinza. A Ilha do Cardoso é umas das áreas mais significativas de alimentação das cinco espécies de tartarugas-marinhas que passam pelo Brasil, além de abrigar uma das maiores populações de boto-cinza conhecidas no país (SÃO PAULO, 2001).

Há 6 comunidades caiçaras no parque, localizadas no Marujá - maior comunidade -, Enseada da Baleia, Ponta do Leste, Fole, Cambriú e Itacuruçá, além de sítios em Pereirinha e outros locais. A renda dessas comunidades é oriunda da

⁹ Considerado uma das áreas de Mata Atlântica mais preservadas da costa brasileira e um dos maiores berçários de vida marinha do mundo (CANANÉIA, 2019)

pesca e do turismo, com serviços de hospedagem, alimentação, transportes e monitoria (SÃO PAULO, 2001).

Turismo de sol e praia, ecoturismo e turismo pedagógico são os principais segmentos do turismo na Ilha do Cardoso. Segundo as pesquisas de Filla (2008) durante a alta temporada (dezembro a março) de 2004 a 2007 grande parte dos turistas visitou Cananéia pela natureza, praias e pelo boto-cinza, termos que estão relacionados ao turismo de sol e praia e ecoturismo e ao PEIC.

Já de acordo com Moaes e Lignon (2012) das 8.420 pessoas que se hospedaram no Núcleo Perequê, principal núcleo da Ilha do Cardoso, de 2002 a 2006, mais de 70% eram estudantes de escolas, universidades e outras instituições e realizaram atividades educativas no parque. De acordo com as autoras, a maioria dos estudantes eram de escolas particulares de São Paulo, Campinas, Sorocaba e Curitiba.

5.1. IPEC

O Instituto de Pesquisas Cananéia é uma associação sem fins lucrativos criada com o intuito de desenvolver pesquisas sobre a vida selvagem na região de Cananéia e foi fundado em 1997, apesar de apoiar e realizar pesquisas desde 1981 através do Projeto Boto-Cinza. Além deste, atualmente o IPeC conta com os projetos Aves do Estuário, Carnívoros, Resgate e Tartarugas e nestes oferece minicursos de biologia e ecologia.

O instituto tem um centro de reabilitação de animais marinhos e uma base para pesquisadores na cidade, e é um dos principais responsáveis pela educação ambiental de Cananéia. Com atuação em escolas com apresentação de pesquisas, realização de atividades sobre ecossistemas e impactos ambientais e com o programa Jovem Pesquisador, o qual tem como objetivo capacitar e conscientizar jovens entre 14 e 17 anos, na conservação do Lagamar, que abrange a Ilha do Cardoso. Neste programa, os participantes aprendem sobre a biologia dos botos, realizam pesquisas e são considerados exemplos por outros jovens, pois o seu rendimento escolar aumenta e os conhecimentos adquiridos são aproveitados na escola, o que desperta o interesse dos seus colegas em serem os próximos a participar do projeto.

Com a prefeitura de Cananéia e outras instituições, participa também da Semana do Meio Ambiente, Dia Mundial de Limpeza de Rios e Praias e Semana do Manguezal.

Já com turistas são feitas abordagens em períodos de alta temporada para divulgação de informações e palestras.

6. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A seguir, encontram-se a análise dos resultados baseada nas seguintes etapas de pesquisa: visita in loco, questionários enviados e o uso de imagens de botos-cinza. Estes resultados serão apresentados em quatro subseções: infraestrutura turística, turismo de observação do boto-cinza, imagem do boto cinza na divulgação turística de Cananéia e do PEIC e uso da imagem do boto-cinza (*sotalia guianensis*) nas redes sociais.

A pesquisa *in loco* e as questões de todos os questionários serão apresentadas nas três primeiras subseções: infraestrutura turística, turismo de observação do Boto-Cinza e imagem do boto cinza na divulgação turística de Cananéia e do PEIC.

Já para a análise da imagem do boto-cinza serão apresentados os resultados, com auxílio de gráficos, na última subseção: uso da imagem do boto-cinza (*sotalia guianensis*) nas redes sociais.

6.1. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E O TURISMO NA CIDADE

A seguir serão apresentadas as respostas de perguntas relacionadas ao planejamento do turismo na cidade e no parque, e infraestrutura turística, feitas ao operador de barco, COMTUR e PEIC.

Primeiramente, ressalta-se que durante a pesquisa *in loco* notou-se, do ponto de vista de turista, que poderiam ser feitas algumas melhorias na cidade. Essas poderiam contribuir com a experiência dos turistas, como, por exemplo, a melhor divulgação dos atrativos e informações de serviços, cuidar do estado de

conservação dos mesmos, criação de rodoviária e melhoria no atendimento de alguns serviços. Estas questões, além de observadas pelas autoras durante a pesquisa, também foram mencionadas em conversas com outras pessoas na cidade e encontradas na internet.

Portanto, pretendeu-se analisar o PDT da cidade, porém não foi possível acessá-lo através do site indicado pelo site da prefeitura. Esse erro foi comentado no primeiro questionário do COMTUR, junto com a pergunta sobre como o mesmo poderia ser acessado, a resposta foi: *A equipe de comunicação estará vendo o que aconteceu com o link no site, em breve conseguirá acessar* (questionário 1 com o COMTUR, 2019). No segundo questionário, perguntou-se novamente e foi dito que ele estará disponível no site oficial da prefeitura (questionário 2 com o COMTUR, 2020). Nota-se que um documento de acesso público e bastante requisitado por profissionais e estudantes de turismo deveria ser acessado com maior facilidade¹⁰.

Para descobrir a opinião de alguém que trabalha com passeios de barco sobre o turismo e a infraestrutura turística da cidade, perguntou-se a João Camargo se, para ele, a cidade estava preparada para receber turistas, sua resposta foi: *“Um pergunta complicada...creio está preparada, mas precisa melhorar muita coisa...”* (questionário com João, 2019). Observa-se que a resposta dada por ele não foi consistente e apresenta neutralidade, talvez por receio de se comprometer ou por não saber como responder à pergunta.

Como uma pessoa que trabalha diretamente com turistas, foi perguntado quais eram as sugestões de melhorias para atendimento aos turistas. João citou a instalação de ponto de informações turística, local para venda de passeios, banheiros para turistas, sinalização turística e melhoria nos acessos para trilhas e cachoeiras. Em relação a questão do acesso e sinalização, João comentou que turistas que visitam a cidade já deixaram de conhecer algum lugar por falta de informação (questionário com João, 2019). Sobre isso, pode-se citar o caso observado *in loco* pelas pesquisadoras ao tentarem ir ao mirante da cidade, após a sugestão de um morador. O acesso ao mirante não possui o mínimo de infraestrutura para o visitante, sendo que o caminho que leva até a trilha do mirante não dispõe de placas de sinalização e é encoberto pela mata.

¹⁰ O documento foi procurado até fevereiro de 2020.

Pode-se notar, através das informações obtidas até aqui, que a cidade de Cananéia não dispõe de infraestrutura suficiente e eficaz para o atendimento dos turistas, fato que influencia diretamente na prestação de serviços do setor privado.

Com o objetivo de verificar o posicionamento e as ações que o COMTUR realiza, foram elaboradas questões específicas sobre o planejamento estratégico, plano diretor de turismo, recursos destinados ao turismo, pesquisas de demanda e ocupação hoteleira.

Ao serem perguntados sobre as ações de melhorias de infraestrutura turística na cidade, o COMTUR disse que escolheu os seguintes pleitos para o uso da verba DADE¹¹: recapeamento e urbanismo da avenida principal da cidade, construção do Centro de Apoio ao Turista, reforma de algumas praças e construção de um Centro de Eventos (questionário 1 com o COMTUR, 2019).

Buscando saber mais informações sobre o projeto de construção do centro de apoio ao turista como sua localização, previsão de inauguração, objetivo dessa obra e os tipos de serviços que serão oferecidos, foi elaborada uma pergunta revisada no segundo questionário aplicado com o COMTUR. Em resposta, o diretor de turismo do município declarou: *não temos previsão pois estamos aguardando a liberação do Governo Estadual*. Percebe-se a intenção de estruturação de um projeto, porém sem nada definido, o que é possível constatar em outra resposta. Ao serem questionados sobre mais detalhes sobre o mesmo projeto, como profissionais atuantes, capacitação e maneiras de abordagem ao turista. A resposta do diretor de turismo foi a seguinte: *Como foi dito na primeira pergunta, não temos previsão* (questionário 2 com o COMTUR, 2020).

Ao serem perguntados da maior dificuldade enfrentada pelo COMTUR, foi respondido que é reunir todos os conselheiros para dar quórum nas reuniões (questionário 2 com o COMTUR, 2020).

Sobre a origem dos recursos destinados ao turismo em Cananéia foi dito que há *Repassa estadual, federal e recurso do município e taxa de entrada de veículos de turismo (para o FUMTUR)* (questionário 1 com o COMTUR, 2019).

Perguntados sobre o planejamento estratégico para o fomento do turismo em Cananéia nos próximos anos, a resposta foi a seguinte: *Atualmente Eventos, Festival de Verão, Carnaval, Festa do Mar, Festa de Agosto, Festa do Pescador*

¹¹ Verba repassada pelo estado destinada a obras e projetos para o desenvolvimento turístico de estâncias turísticas.

(questionário 1 com o COMTUR, 2019). Como foi mencionado apenas o calendário de eventos, acredita-se que a pergunta não tenha sido compreendida ou que, naquele momento, só havia planejamento para eventos.

No primeiro questionário para o COMTUR foi perguntado quais ações serão executadas para o melhor atendimento aos turistas na alta temporada, e como resposta foi citado a criação de PIT, Réveillon e Show da Virada, Festival de Verão e Carnaval. Observa-se com a resposta cedida pelo representante das agências de viagem, que não existe um plano de ação concreto, apenas ideias e menção de alguns eventos que acontecerão na cidade. No segundo questionário, foi perguntado se há projetos de treinamento para atendimento ao turista para profissionais que trabalham diretamente com turistas. Foi respondido apenas que já houve treinamentos em parceria com o Sebrae e Senac (questionário 2 com o COMTUR, 2020).

A respeito da existência de uma pesquisa de demanda turística atualizada e dados de taxa de ocupação hoteleira da cidade, foi afirmado que há uma pesquisa de demanda no plano diretor de turismo, e não há dados sobre a ocupação hoteleira (questionário 1 com o COMTUR, 2019).

Já no PEIC, foi observado que o centro de visitantes e museu do parque precisam de melhorias na infraestrutura e exposição. Foi dito pela gestão do PEIC que melhorias estruturais estão em andamento e que se pretende fazer melhorias no museu em termos de qualidade de exposição (questionário com o representante do PEIC, 2020).

Foi citado que no ano de 2019, houve a contratação de serviço da empresa Amâncio Osteomontagem Ltda-ME – Assessoria e Consultoria em replicagem e Montagem de Esqueletos, para realizar o reparo das ossadas de animais marinhos presentes no museu do Núcleo Perequê (questionário com o representante do PEIC, 2020).

6.2. TURISMO DE OBSERVAÇÃO DO BOTO-CINZA EM CANANÉIA

A observação de boto-cinza em Cananéia ocorre apenas durante a travessia da cidade até a Ilha do Cardoso e, portanto, apenas através de barcos. Para turistas que procuram informações na internet, é comum ler que indo ao píer o turista

encontrará diversos operadores de barco abordando turistas. Informação essa confirmada por João Camargo, operador de barco, ao ser perguntado sobre a venda de passeios durante a alta temporada: *“a dinâmica para a venda de passeios, na maioria das vezes, é abordando os turistas. E eles escolhem com quem querem ir (escolhem por barco ou até mesmo pelo valor).”*, sendo possível também agendar os passeios *“[...] Todos os donos de barco tem alguns clientes, então ja deixam marcado um horário pra saída, e as pessoas que vem pela primeira vez acabam comprando os passeios na hora ali no pier.”* (questionário com João, 2019).

Já durante a baixa temporada, turistas - principalmente aqueles que estão na cidade pela primeira vez - podem encontrar dificuldade para comprar o passeio, visto que como a procura é baixa, não há operadores no píer sempre.

Em relação a concorrência do passeio de barco, ainda segundo João, é estabelecido um local fixo para cada grupo de barqueiro vender seu passeio na Avenida Beira Mar, com valor fixo para todos os operadores, sendo que na negociação com os clientes podem oferecer cortesias e descontos, ficando a critério dos turistas decidir de quem contratar o serviço (questionário com João, 2019).

Ao ser perguntado sobre cooperativas de profissionais que realizam o passeio, João relata que *“Teve uma associação de lanchas mas acabou se desmanchando e só tem uma associação das escunas. Mas tem alguns grupos de barqueiros que trabalham juntos, fazem revezamento nas saídas respeitando a vez”* (questionário com João, 2019).

Para realizar os passeios de barco o responsável precisa conseguir uma autorização da prefeitura de Cananéia, para qual é necessário, segundo João, confirmado pelo departamento de turismo: ser morador da cidade, abrir uma empresa, estar com a embarcação regularizada, o piloto deve ter um curso e carteira para pilotar e fazer um cadastro na Secretaria de Meio Ambiente e no Cadastur (questionário 1 com o diretor de turismo, 2019). De acordo com o PEIC há 49 embarcações credenciadas atualmente, sendo que desde 2015 foi estabelecido que apenas 1.000 pessoas podem descer na Praia do Itacuruçá/Pereirinha por dia (questionário com o representante do PEIC, 2020). Conforme foi explicado durante a visita ao parque, este limite de pessoas foi definido emergencialmente, sem nenhum estudo, devido a uma reclamação dos moradores do parque sobre a superlotação na

praia. Foi relatado que durante a alta temporada, eles chegavam a receber cerca de 3.000 pessoas, sendo que há apenas dois restaurantes e, poucos banheiros disponíveis, além de escassez de funcionários. Uma reclamação das pessoas que trabalham com o turismo no local é do limite de pessoas ser contado por dia, e não por períodos do dia, já que acontece de no período da manhã a praia estar lotada e de tarde vazia.

Foi perguntado ao representante do parque se há previsão para um estudo de capacidade de carga, e a resposta foi de que não há, assim como não há previsão para um novo plano de manejo - o mais atualizado é de 1995-2002 (questionário com o representante do PEIC, 2020).

Ao chegar no parque, monitores informam ao grupo de visitantes as regras de visitação. Na área de desembarque, há também um funcionário que fiscaliza a quantidade de pessoas que entraram no parque.

Segundo a gestão do parque há cinco monitores contratados pela Fundação Florestal e cerca de vinte monitores da Associação de Monitores Ambientais de Cananéia (AMOAMCA), formado principalmente por moradores da ilha. Os monitores contratados recebem treinamentos anuais de primeiros socorros, animais peçonhentos e normas da Unidade de Conservação, já os outros monitores recebem treinamentos periodicamente (questionário com o representante do PEIC, 2020).

Com exceção de João, em todos os questionários perguntou-se se há conscientização ambiental para turistas e percebeu-se que apenas o IPeC possui ações voltadas ao boto-cinza devido ao Projeto Boto-Cinza. O departamento de turismo respondeu citando o “Projeto Verão no Clima” com a Secretaria de Meio Ambiente do Estado; o COMTUR citou os monitores do parque; e, o PEIC comentou sobre os monitores ambientais e o Programa de Voluntariado que acontece com moradores e turistas durante a alta temporada, a fim de diminuir os impactos da visitação no qual voluntários realizam atividades de educação ambiental e reforçam as normas de visitação. Já o IPeC aborda turistas e realiza outras atividades sobre questões ambientais com foco no boto-cinza (questionário 1 com o diretor de turismo, 2019; questionário 1 com o COMTUR, 2019; questionário com o representante do PEIC, 2020; questionário com o IPeC, 2019).

O IPeC também foi responsável por realizar cursos com pilotos de barcos, sobre recomendações de conduta, a fim de proteger os botos-cinza da crescente

procura pelo turismo de observação, antes mesmo da necessidade de credenciamento dos mesmos. Entre as informações passadas aos barqueiros estão a quantidade de embarcações por boto, medidas a serem tomadas quando as mesmas chegam a 500m (diminuir a velocidade), 300m (diminuir o ruído) e 50m (parar e deixar em ponto morto) dos animais, entre outros, baseadas na portaria IBAMA nº 117/96. Na época, os donos de embarcação que participavam destes cursos ganhavam um selo “Amigo do Boto Cinza” para que os turistas soubessem quais embarcações conheciam as normas. Hoje, devido ao credenciamento, todos pilotos devem conhecer essas informações.

Com o objetivo de conhecer a opinião destes profissionais do setor do turismo, sobre a observação de boto-cinza para o turismo da cidade, em todos os questionários havia perguntas sobre esta atividade especificamente.

Para João foi perguntado se a observação de boto-cinza é a principal atividade que o turista procura na cidade, e a resposta foi que a natureza preservada é o que atrai os turistas para a região e que, para os passeios de barco, a observação de boto-cinza é a principal motivação, já que *“os golfinhos são animais q as pessoas gostam mto...e vc poder encontra-los bem de perto faz com que os turistas procurem pelo passeio.”*. Além disso, disse que turistas procuram a cidade pelo fato de ser pequena, tranquila e ter acesso a praias e cachoeiras (questionário com João, 2019).

Já o departamento de turismo considera a observação do boto-cinza muito importante para atrair turistas, atribuindo nota 3 em uma escala de 0 a 3, onde 0 é irrelevante, 1 pouco importante, 2 importante e 3 muito importante. Como justificativa para a nota atribuída, o diretor de turismo de Cananéia diz: *“Nossa região é considerada uma das regiões mais preservada em todo o planeta, tendo o lagamar como um berçário do Atlântico Sul. Com isso a presença do boto já é um atrativo.”* (questionário 2 com o diretor de turismo, 2020). Analisando a declaração do diretor de turismo, pode-se notar a supervalorização do potencial natural de Cananéia, afirmando ser uma das regiões mais preservadas de todo o planeta. Ao dizer que a presença do boto já é um atrativo, entende-se que o fato do boto-cinza ter o lagamar como habitat natural é suficiente para atrair demanda turística. Contudo, sabe-se que é preciso ações para o fomento do turismo em uma determinada localidade, investindo em infraestrutura e formulando políticas públicas. Além disso, a

ordenação da visitação é fundamental para a sustentabilidade do ambiente e espécies envolvidas.

Para a gestão do parque perguntou-se sobre o perfil dos turistas e, se há pesquisas sobre impactos negativos do turismo em relação aos botos. De acordo com a resposta,

*O perfil de turistas que visitam o Parque Estadual da Ilha do Cardoso varia conforme o local da ilha em que as pessoas visitam. De forma geral, são pessoas na faixa etária entre 20 e 40 anos, com ensino superior completo e a maioria dos visitantes vêm do interior de São Paulo e capital. Os turistas que visitam a ponta Norte da ilha, são atraídos principalmente pela possibilidade de observação do boto-cinza (*Sotalia guianensis*) e permanecem na ilha por pouco tempo, sendo o tempo de permanência de 1 dia. Os turistas que visitam a porção Sul do PE Ilha do Cardoso, possuem outro tipo de expectativa da visitação na ilha, sendo esta, mais relacionada com a vivência com as comunidades tradicionais caiçaras, a realização de trilhas de longo percurso e são turistas com tempo de permanência maior, variando entre 3 e 5 dias (questionário com o representante do PEIC, 2020).*

Sobre os impactos negativos, o representante do parque diz que seu banco de dados possui pesquisas científicas de 1993 até o ano atual e, os principais temas são a fauna e flora do parque. Apesar de haver pesquisas sobre o boto-cinza, há poucas pesquisas sobre os impactos negativos do turismo. Segundo eles, há estudos sobre potenciais danos a conservação dos botos-cinza devido a aproximação de embarcações que podem machucá-los e, também, problemas causados pelo som dos motores.

Sobre os riscos de danos aos animais, o parque ainda apresentou que a prefeitura de Cananéia publicou em 2011 uma lei que proíbe esportes náuticos como jet ski e esqui aquático nas áreas de maior concentração de cetáceos pelos riscos de molestamento. A fiscalização é feita pela Fundação Florestal e Marinha, sendo a prefeitura responsável por fazer as orientações necessárias (questionário com o representante do PEIC, 2020).

Segundo o diretor de turismo, existe interação com o departamento de meio ambiente em relação a proteção dos animais. Contudo, ao ser perguntado como se dá esse relacionamento, respondeu de forma vaga, dizendo que existe “*Participação*

efetiva com parcerias de Ongs” não especificando como se dá essa participação e em que sentido as ONGs atuam como parceiras (questionário 1 com o diretor de turismo, 2019).

6.3. IMAGEM DO BOTO CINZA NA DIVULGAÇÃO TURÍSTICA DE CANANÉIA E DO PEIC

Para saber as formas de divulgação de Cananéia e do parque, perguntou-se a ambos, se há alguma divulgação dos lugares, e se é utilizada a imagem de botos-cinza. Como a divulgação com boto-cinza é realizada será apresentada na próxima subseção.

Segundo o representante da prefeitura, os meios de divulgação do município são o site da prefeitura, redes sociais e a rádio comunitária. Para responder se imagens de botos são utilizadas nestas formas de divulgação, a resposta foi: *“É uma das imagens mais usadas em todas as propagandas em que o município utiliza seja o poder público, privado ou terceiro setor.”* (questionário 1 com o diretor de turismo, 2019).

Procurando uma resposta mais específica, foi pedido, no segundo questionário, para que fossem assinalados os meios de propaganda em que a imagem do boto é utilizada. Foram assinaladas as respostas folders turísticos, banners e mapas turísticos (questionário 2 com o diretor de turismo, 2020). Ressalta-se que as formas de divulgação respondidas no primeiro questionário (redes sociais e site da prefeitura) eram opções para serem assinaladas, mas não o foram, o que significa que fotos e vídeos de botos-cinza não são utilizadas nestes meios.

Já o representante do parque respondeu que a divulgação é realizada no próprio site, mídias sociais e arquivos impressos da Fundação Florestal, não respondendo se a imagem dos botos é utilizada (questionário com o representante do PEIC, 2020).

De acordo com Filla (2008) a maioria dos turistas que participaram de sua pesquisa (cerca de 70%) conheceu Cananéia através de um amigo ou parente, enquanto cerca de 10% conheceu através da internet. Tal dado pode apontar uma

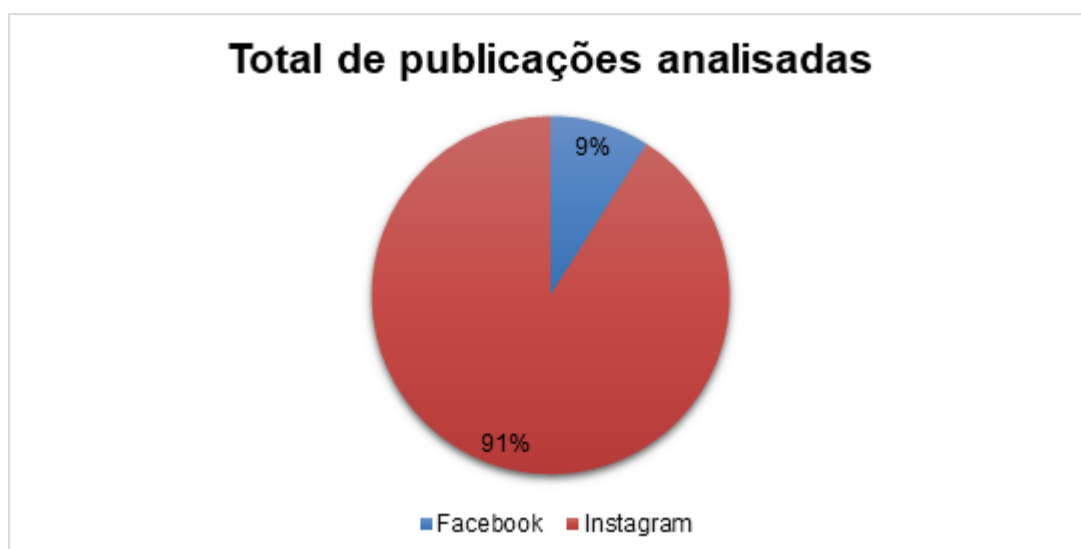
falta de divulgação do local e da possibilidade de avistar botos-cinza, visto que 72,12% apontaram os botos como melhor parte da viagem e, muitos descobrem sobre os animais quando chegam na cidade. As respostas destes questionários e da pesquisa, que será apresentada em seguida, também podem justificar essa hipótese de Filla, visto que não há muita divulgação por parte do poder público, resultando apenas na divulgação feita por agências de viagens e turistas.

6.4. IMAGEM DO BOTO-CINZA (*SOTALIA GUIANENSIS*) NA DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

A seguir serão apresentados os resultados para a análise do uso da imagem do boto-cinza na divulgação da atividade de observação e do destino de acordo com o material coletado pelas pesquisadoras durante os meses de outubro e novembro.

Foram analisadas 6.678 publicações, sendo 6.075 (91%) no Instagram e 603 (9%) no Facebook, conforme mostra a figura 2. Notou-se que apesar do Facebook ser a segunda rede social mais acessada pelos brasileiros, conforme foi apresentado anteriormente, o Instagram mostrou-se mais popular entre turistas e empresas para postagem de fotos e propagandas da Ilha do Cardoso.

Figura 2 - Total de publicações analisadas no Facebook e Instagram



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Em cada rede social pesquisou-se três hashtags (#ilhado Cardoso, #parqueestadualilhado Cardoso e #praiado pereirinha), sendo #ilhado Cardoso a que obteve o maior número de publicações, tanto no Instagram, como no Facebook, com 5.854 e 511 postagens, respectivamente (figura 3). Supõe-se que esta hashtag é a mais utilizada em publicações por ser um termo mais curto, por abranger todos os núcleos do parque e, porque é possível que nem todos os visitantes tenham o conhecimento de que o local é um parque estadual, já que o parque é popularmente chamado apenas de “Ilha do Cardoso”. Conforme mostra a figura 3, constata-se que a #parqueestadualilhado Cardoso é a que apresenta o menor número de publicações, sendo 38 no Facebook e 106 no Instagram.

Durante a pesquisa percebeu-se que, nas duas redes sociais e em todas as hashtags, a maior parte das fotos e vídeos publicados são dos atrativos naturais do parque. A única diferença encontrada de uma rede social para outra é que, enquanto no Instagram a maior parte das publicações gerais (com e sem boto) são de visitantes, seguido de agências, no Facebook destacaram-se um monitor e agências.

Figura 3 – Quantidade de publicações por hashtag no Facebook e Instagram



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Ao analisar as publicações, percebeu-se que são poucas as postagens em que é possível identificar a presença de botos-cinza. Das 6.678 publicações, apenas 232 (3,47%) possuem fotos ou vídeos com botos, sendo que 209 (90%) foram encontradas no Instagram e 23 (10%) no Facebook (figura 4).

É importante ressaltar que apesar de haver poucas publicações com fotos ou vídeos dos botos-cinza, o que pode ser justificado pela dificuldade de fotografar e gravá-los, observou-se que em algumas postagens onde não foram identificadas imagens de botos, há menções no texto sobre o avistamento do animal.

Figura 4 – Porcentagem de publicações com botos no Facebook e Instagram



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Apesar do fato de ser mais fácil gravar o boto-cinza do que fotografá-lo, esta pesquisa mostra que em ambas as redes sociais é mais comum encontrar fotos deste animal, do que vídeos. Conforme apresentado nas figuras 5 e 6, as quais mostram a quantidade de fotos e vídeos, respectivamente, em que é possível ver botos-cinza por hashtag, foram encontradas 161 fotos com botos e 71 vídeos com botos.

Contudo, durante a análise, percebeu-se que há agências de viagem que utilizam imagens de outras espécies de golfinhos, e até de outros destinos, ao divulgar viagens para Cananéia. Ao ler os comentários destas publicações, observou-se que, apesar das imagens serem claramente falsas para quem já visitou o parque, há apenas comentários recomendando o passeio e/ou dizendo que os botos-cinza são realmente bonitos. Isso pode estar associado com a experiência positiva que vivenciaram, mas também pode trazer ilusão para quem ainda não conhece o destino.

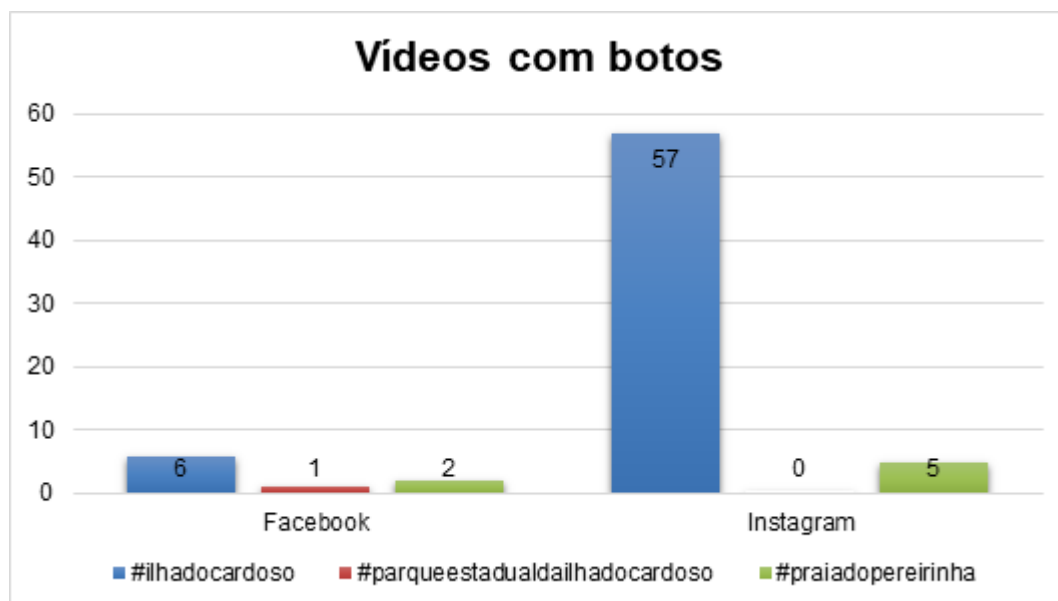
Figura 5 – Número de fotos com botos por hashtag no Facebook e Instagram



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Como esperado, a maior parte dos vídeos foi gravada durante os passeios de barco, porém alguns vídeos foram gravados na praia, onde também é comum avistar o animal de perto, o que pode atrair turistas.

Figura 6 – Número de vídeos com botos por hashtag no Facebook e Instagram

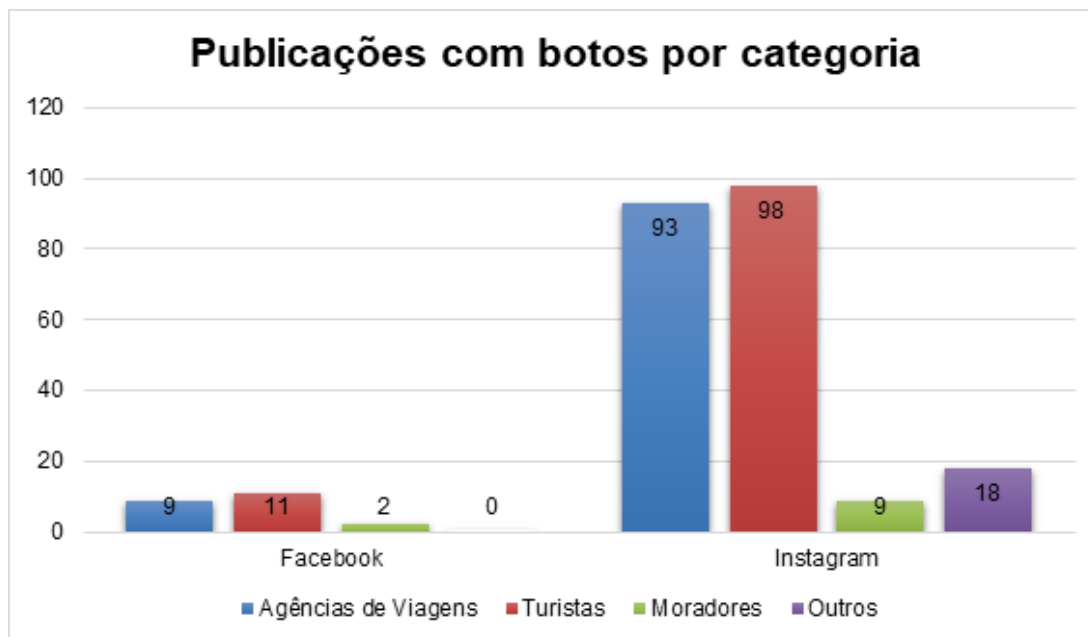


Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Para identificar quem posta fotos e vídeos dos botos, as publicações foram divididas em quatro categorias: agências de viagens, turistas, moradores e outros (composto por pousadas, institutos, entre outros). Inicialmente planejava-se acrescentar uma categoria para órgãos públicos, como a prefeitura de Cananéia e a gestão do parque, porém, nada foi encontrado durante o período da pesquisa, já que, durante o intervalo de tempo da busca realizada, não havia página, nessas redes sociais, gerenciadas pelos responsáveis pelo parque e a página de turismo de Cananéia não era atualizada com frequência.

Em relação às postagens com botos no Instagram e Facebook, considerando fotos e vídeos, pode-se notar que no Instagram há maior número de publicações por parte dos turistas que visitaram a Ilha do Cardoso, como apresentado na figura 7. Há uma pequena diferença entre publicações de turistas (98 publicações) e agências de viagens (93 publicações) no Instagram, sendo possível observar que as agências utilizam com frequência a imagem do boto na divulgação de pacotes de viagens. Analisando as publicações no Facebook, nota-se que os turistas foram os que publicaram o maior número de posts com botos, com 11 publicações, seguido de agências de viagens com 09 publicações.

Figura 7 - Publicações com botos por categoria no Facebook e Instagram



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

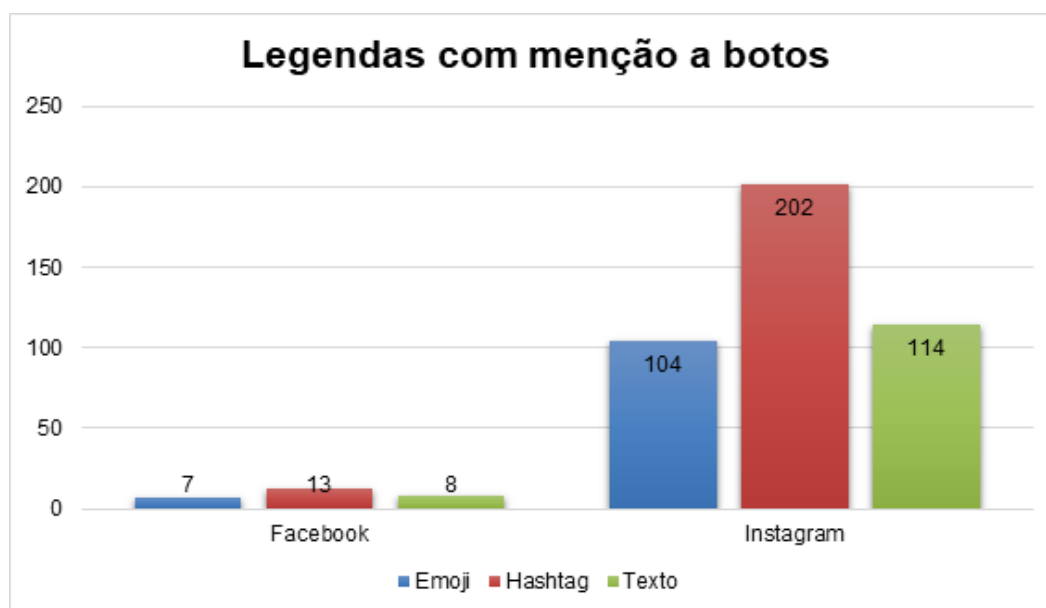
Como forma de explorar a menção aos botos além de fotos e vídeos, podendo ser uma alternativa para quem não conseguiu fotografar e filmar, foram analisadas as legendas das publicações em cada hashtag.

Buscou-se publicações em que apareciam emoji, texto ou hashtag com referência aos botos, portanto foram considerados emoji de golfinho, #golfinhos e #botocinza, e as palavras golfinhos e boto-cinza escritas em textos. Considerou-se apenas uma hashtag por publicação e, nos casos em que um perfil utilizou os três critérios (emoji, menção em texto e hashtag) em um mesmo post, os três foram contados uma vez cada.

No total, foram encontradas 448 referências a botos-cinza, sendo 420 no Instagram e 28 no Facebook. Como pode ser observado na figura 8, em ambos a menção por meio de hashtag foi a mais utilizada, seguida por textos e, por último, emoji. A hashtag foi usada 202 vezes no Instagram e 13 vezes no Facebook.

Seguindo o padrão das informações sobre as hashtags até o momento, encontrou-se na #ilhadocardoso a maior quantidade de menções a botos em legendas nas duas redes sociais - nesta hashtag foram encontradas 379 menções no Instagram e 22 no Facebook.

Figura 8 – Quantidade de publicações com legendas com menção a botos no Facebook e Instagram



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Já o site da prefeitura de Cananéia não foi analisado durante um período específico, visto que, até dezembro de 2019, não havia muitas publicações de imagens e vídeos. No site foram procuradas fotos nas abas atrativos e departamento de turismo, além de digitar no campo de pesquisa os termos boto-cinza e Ilha do Cardoso, porém não foi encontrada nenhuma foto de botos-cinza. Contudo, na página de atrações da cidade - onde é mencionado no texto a possibilidade de avistar o animal - ao clicar em “fotos turísticas”, no final da página, o usuário é redirecionado a uma página do site Flickr onde há uma foto do boto-cinza entre outras 25 fotos. Segundo o site, a página possui 14.956 visualizações.

No site TripAdvisor também foi optado por não analisar as postagens durante um período específico, já que não são postadas fotos frequentemente. Portanto, neste caso optou-se por analisar, nas páginas Ilha do Cardoso, Parque Estadual da Ilha do Cardoso e Praia do Pereirinha, todas as fotos publicadas até o dia 30 de novembro de 2019, uma vez que é mais fácil procurar fotos de botos neste site, e entre os comentários da página inicial os quais são mais prováveis de serem vistos.

Nas publicações da página Ilha do Cardoso não há nenhuma menção aos botos-cinza, enquanto na página Parque Estadual da Ilha do Cardoso é possível

encontrar 5 comentários na página inicial falando de botos e 19 fotos dos mesmos entre o total de 325 fotos, o que corresponde a 6% das fotos (figura 9).

Figura 9 – Total de fotos em Parque Estadual da Ilha do Cardoso no TripAdvisor



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Na página Praia do Pereirinha a primeira foto e, portanto, a de maior destaque, mostra dois botos-cinza - analisando todas as 49 fotos foram encontradas outras 3 fotos, correspondendo a 8% como mostra a figura 10 - e 8 dos 10 comentários da página inicial mencionam o animal.

Figura 10 – Total de fotos em Praia do Pereirinha no TripAdvisor



Fonte: Maia e Nakazone (2019)

Através desta pesquisa, percebe-se que, com exceção do site da prefeitura, em todos os sites é possível encontrar referências ao boto-cinza.

Apesar de terem sido encontradas poucas postagens, comparado ao total de publicações, é possível que usuários das redes sociais analisadas possam ser influenciados a conhecerem os destinos ao se depararem com fotos do local e terem curiosidade na possibilidade da observação de boto-cinza.

Contudo, notou-se que a gestão pública do município não tem uma participação ativa nas redes sociais, deixando de divulgar o destino através desse canal de comunicação, não atraindo a potencial demanda existente nesses meios e perdendo um modo de tornar o destino e a atividade de observação de botos conhecidos por mais pessoas.

Com esta pesquisa, também se percebeu que é de extrema importância a responsabilidade na divulgação de pacotes de viagens, nas quais devem ser utilizadas imagens verídicas dos destinos promovidos para que o turista não tenha um imaginário contrário a realidade, fato que pode tornar sua experiência de viagem negativa.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo do fenômeno do Turismo envolve a multidisciplinariedade que permite a diversidade na interpretação de um determinado objeto de estudo.

A pesquisa a respeito do Turismo de Observação de Boto-Cinza na Ilha do Cardoso abordou temáticas relevantes sobre o planejamento turístico e infraestrutura turística na cidade de Cananéia e na Ilha do Cardoso, a conscientização ambiental em relação aos botos-cinza e o uso da imagem do boto-cinza no marketing turístico da Ilha do Cardoso.

Para alcançar os objetivos estabelecidos foi necessário aplicar técnicas de pesquisa adquiridos durante a graduação em Bacharelado em Turismo e constatar a importância de uma visão multidisciplinar para analisar o contexto e chegar a resultados pertinentes. A oportunidade da realização da pesquisa *in loco* permitiu um olhar atento e crítico que só é possível estando no local.

Através deste trabalho notou-se que a divulgação da observação de botos-cinza, atualmente, é pouco explorada - principalmente considerando que o departamento de turismo considera a presença de botos-cinza muito importante para o turismo da cidade. Entretanto, no site da prefeitura foi encontrada apenas uma foto do boto-cinza, não há redes sociais do município que divulguem a atividade, durante a visita não foi encontrada nenhuma referência aos animais na cidade, e os meios de divulgação citados pelo diretor de turismo (banner, folder e mapa turístico) não atingem muitas pessoas. Portanto, o marketing turístico da cidade não aborda de maneira apropriada a imagem do boto-cinza, podendo afetar a demanda de visitação de um público-alvo que se interesse pela observação de cetáceos. O uso da imagem do boto-cinza de maneira eficaz poderia trazer benefícios para o fomento do turismo na cidade e a venda de souvenirs com a imagem do boto-cinza traria retorno econômico e visibilidade para esse segmento do turismo. Sobretudo, poderia ser uma fonte de financiamento de projetos e pesquisas para conservação e educação ambiental, além de poder propiciar melhorias significativas na infraestrutura turística do município, favorecendo a cadeia produtiva dessa atividade como um todo.

Pela análise das redes sociais percebeu-se que, entre empresas, as agências de viagem são as que mais usam as plataformas para divulgação da observação de boto-cinza. Contudo, também se observou que algumas agências utilizavam imagens que não correspondiam ao boto-cinza encontrado na Ilha do Cardoso, o que pode ser prejudicial para a experiência dos visitantes.

Já em relação a visitantes, o Instagram mostrou-se uma ferramenta com potencial para o fomento da imagem do destino Ilha do Cardoso com foco na observação de boto-cinza. De acordo com os resultados é possível observar a participação ativa dos turistas por meio do Instagram, com publicações utilizando, na maior parte das vezes a #ilhadocardoso, vídeos, fotos e legendas que fazem menção ao boto-cinza. Assim, por meio dessas postagens existe a possibilidade de

outras pessoas conhecerem o local e de influenciar algum seguidor a também visitar o destino.

Além da divulgação, percebeu-se que a infraestrutura da cidade também possui pontos que poderiam ser melhorados e não foram comentados nos questionários por parte da prefeitura e do COMTUR, especialmente sinalização e acesso a atrativos.

Através das respostas de todos os questionários, constata-se que o turismo para a observação de botos-cinza na cidade de Cananéia é um segmento potencial que pode ser mais bem planejado. Um exemplo é a questão da sazonalidade, pois a dinâmica de vendas dos passeios de barco na alta temporada é melhor desenvolvida, já que os turistas podem encontrar a oferta facilmente no píer da cidade. Já na baixa temporada a oferta de passeios de barco é reduzida, dificultando o acesso dos turistas que se encontram na cidade e não fizeram agendamento prévio com algum operador de barco. Como forma de manter a demanda turística na baixa temporada é possível criar ações de desenvolvimento do turismo de observação do boto-cinza, visto que o animal pode ser encontrado no local durante o ano inteiro. Uma possibilidade seria criar ou divulgar um canal de comunicação com operadores de barco ou algum representante, e, como citado anteriormente por João, poderia ser criado um posto de informações turísticas e um local, no píer, para a venda dos passeios.

Em relação a educação ambiental, identificou-se que o IPEC, com o Projeto Boto-Cinza, é o principal responsável por promover projetos com o objetivo de conscientização ambiental, organizando ações com moradores e turistas, enquanto na Ilha do Cardoso o foco são outros animais.

Com este trabalho, pode-se perceber que a observação de boto-cinza e o turismo em Cananéia funcionam, porém poderiam ser melhorados, principalmente em questões de infraestrutura turística e marketing. Esses fatores, se aprimorados, poderiam trazer maior demanda turística para a cidade e melhorar a experiência dos turistas.

Já em relação a conscientização ambiental, considera-se que o IPEC realiza um trabalho interessante no município, porém, acredita-se que os operadores de barco poderiam contribuir mais nessa parte, se capacitados. É importante ressaltar que talvez os operadores de barco tenham comportamentos diferentes, pois nem

todos gostam de conversar e, também, há diferentes perfis de visitantes. Alguns, por exemplo, podem não demonstrar interesse em ouvir sobre educação e conscientização ambiental, porém, seria interessante que os mesmos pudessem repassar mais informações acerca dos animais e sua conservação. Em relação ao parque, entende-se que seu foco não é o boto-cinza, e sim outros animais, portanto acredita-se que seja compreensivo que monitores não abordem muito o assunto, considerando também que eles parecem ser capazes de responder perguntas acerca dos mesmos.

Pensando na demanda de um público específico que busca o turismo de observação do boto-cinza e gostaria de informações mais técnicas sobre o animal, seria interessante a elaboração de um roteiro com maior duração e que contasse com a presença de um biólogo que abordaria assuntos pertinentes ao comportamento do boto-cinza.

Entende-se que a presença do boto-cinza na travessia de barco de Cananéia até a Ilha do Cardoso é um atrativo com vocação turística, mas para que a visita seja sustentável, é preciso aperfeiçoar as técnicas de proteção ao animal, elaborando medidas eficazes para que estes e seu habitat não sejam prejudicados. Através dos questionários, notou-se que não há muitas pesquisas sobre isso, tanto por parte de pesquisadores quanto dos responsáveis pelo parque e pelo turismo no município. Estas pesquisas devem ser encorajadas e solicitadas pelos mesmos para que seja possível compreender como o turismo está impactando o ambiente e o quanto ainda pode impactar, para saber quais as melhores medidas a serem tomadas, possibilitando um planejamento consciente e sustentável.

No decorrer da realização deste trabalho pode-se constatar a relevância de pesquisas de demanda e estudos de capacidade de carga no turismo pois com esses dados concretos será possível estabelecer um plano de ação ativo para determinar a demanda de visita no destino sem prejudicar o ambiente.

Por fim, sugere-se pesquisas futuras que abordem questões que não foi possível abordar neste trabalho, como a gestão pública do turismo no município de Cananéia, investigando como os recursos são destinados e se há planejamento estratégico com foco no fomento do turismo sustentável, e o ponto de vista dos turistas sobre a observação de boto-cinza e podendo ser elaborada e aplicada uma pesquisa de demanda.

REFERÊNCIAS

AKAKI, A. T. **Boto cinza (*Sotalia guianensis*) como ferramenta de planejamento de conservação no Complexo Estuarino Lagunar de Cananéia-SP, Brasil.** 2010. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal de São Carlos, Sorocaba, 2010.

AO SUL NATURAL. **Passeio de observação da baleia franca por barco**. 2019. Disponível em: <<https://www.aosulnatural.com.br/whale-whatching/>>. Acesso em: out. 2019.

AZORES GREENMARK. **Os Açores**. Disponível em: <<https://www.azoresgreenmark.com/pt/>>. Acesso em: out.2019.

BRASIL. Lei nº 7.643 de 18 de dezembro de 1987. Proíbe a pesca de cetáceo nas águas jurisdicionais brasileiras, e dá outras providências. **Planalto**, dez. 1987. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7643.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%207.643%2C%20DE%2018,Art.>. Acesso em: jun. 2020.

_____. Portaria IBAMA N° 117 de 26 de dezembro de 1996. **ICMBio**. 26 dez. 1996. Disponível em: <http://www.icmbio.gov.br/cepsul/images/stories/legislacao/Portaria/1996/p_ibama_17_1996_protocaocetaceos_alterada_p_ibama_24_2002.pdf>. Acesso: set. 2019.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. **Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca**. 2016. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/apabaleiafranca/>>. Acesso em: set. 2019.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Instituído Dia da Baleia Franca**. jul. 2018b. Disponível em: <<https://mma.gov.br/informma/item/15104-baleia-franca-ganha-dia-de-comemora%C3%A7%C3%A3o.html>>. Acesso em: set. 2019.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. **Livro Vermelho da Fauna Brasileira Ameaçada de Extinção**. Brasília, 76 p., 2016. Disponível em: <http://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/publicacoes/publicacoes-diversas/dcom_sumario_executivo_livro_vermelho_ed_2016.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

_____. Ministério do Turismo. **A importância da imagem para a divulgação do destino turístico**. ago. 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5388-a-import%C3%A2ncia-da-imagem-para-a-divulga%C3%A7%C3%A3o-do-destino-tur%C3%ADstico.html>>. Acesso em: jan. 2020.

_____. Ministério do Turismo; FIPE. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil - 2010/2011**. São Paulo, p. 157, set. 2012.

_____. Ministério do Turismo; FIPE. **Caracterização e dimensionamento do turismo internacional no Brasil** – 2013-2017. São Paulo, p. 108, mai. 2018.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. **Turismo e Sustentabilidade**. Brasília, 130p, 2007. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/turismo_e_sustentabilidade.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Segmentação. **Ecoturismo: orientações básicas**. 2. ed. – Brasília, 90p, 2010b. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Ecoturismo_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Segmentação. **Turismo de sol e praia: orientações básicas**. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 90p, 2010a. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Sol_e_Praia_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: jul. 2019.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de observação de baleias é restabelecido em Santa Catarina**. dez. 2018a. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12236-turismo-de-observa%C3%A7%C3%A3o-de-baleias-%C3%A9-restabelecido-em-santa-catarina.html>>. Acesso em: set. 2019.

BRANISSO, D. **DESTINATION BRANDING: análise do destino Bahia**. 2005. 256 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, 2005. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2353/142983.pdf>>. Acesso em: nov. 2020.

BRASILTURIS. **Fernando de Noronha é o destino nacional mais desejado dos brasileiros**. dez. 2018. Disponível em: <<https://brasilturis.com.br/fernando-de-noronha-desejado/>>. Acesso em: set. 2019.

BRUMATTI, P. N. M. O papel do turismo de observação da vida selvagem para a conservação da natureza. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.6, n.3,

pp.778-799, ago/out 2013. Disponível em:
<http://www.rebiotingua.eco.br/biblioteca/36204_rodrigues_2013.pdf#page=191>.
Acesso em: jun. 2019.

BURGOS, A.; MERTENS, F. Os desafios do turismo no contexto da sustentabilidade: as contribuições do turismo de base comunitária. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, vol. 13, n.1, p. 57-71, 2015. Disponível em:
<http://www.pasosonline.org/Publicados/13115/PS0115_04.pdf>. Acesso em: fev. 2020.

CAMPOS, L. P. **Preservação ambiental e ecoturismo na comunidade do Marujá, Ilha do Cardoso-SP**. 2009. Disponível em:
<<http://etecagricoladeiguape.com.br/projetousp/Biblioteca/PRESERVA%C3%87%C3%83O%20AMBIENTAL%20E%20ECOTURISMO%20NA%20COMUNIDADE.pdf>>.
Acesso em: jun. 2019.

CANANÉIA. **A nossa cidade**. 2019. Disponível em:
<[https://www.cananeia.sp.gov.br/post/\\$14598](https://www.cananeia.sp.gov.br/post/$14598)>. Acesso em: out. 2019.

CORIOLOANO, L. N. M. T. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. (Org.). **América Latina: cidade, campo e turismo**. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo, 2006, p. 367-378. Disponível em:
<<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/21coriol.pdf>>. Acesso em: jun. 2019.

CORREA, R. A.; GODOY, A. M. G. Políticas públicas e turismo sustentável em Foz do Iguaçu. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n.115, p.149-172, jul./dez. 2008. Disponível em:
<<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4813464>>. Acesso em: mar. 2020

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**; 9 ed. São Paulo: Futura, 1998. 335 p.

EICHENBERG, F.O.; SILVA, C. A. Turismo de natureza: a relação homem/natureza e seus desdobramentos a partir dessa categoria de turismo. In: Festival de Turismo das Cataratas do Iguaçu, jun. 2012, Foz do Iguaçu. **VI Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu**. Foz do Iguaçu, 2012. Disponível em:
<<http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/4.-TURISMO-NA-NATUREZA-RELA%C3%87%C3%83O-HOMEMxNATUREZA-E-SEUS-DESDOBRAMENTOS-A-PARTIR-DESSA-CATEGORIA-DE-TURISMO.pdf>>. Acesso em: out. 2019.

FILLA, G. F. **Monitoramento das interações entre o boto-cinza, *Sotalia guianensis* (van Bénédén, 1864), e atividades de turismo no Complexo Estuarino-Lagunar de Cananéia, litoral sul do Estado de São Paulo**, 2008, 165f. Tese (Doutorado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Biológicas, Zoologia, Setor de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008.

FUTURISMO AZORES ADVENTURE. **Observação de Baleias e Golfinhos**. 2019. Disponível em: <<https://www.futurismo.pt/pt-pt/atividade/observacao-baleias-golfinhos>>. Acesso em: out. 2019.

FUTURISMO AZORES ADVENTURE. **Ser Biólogo por um dia**. Disponível em: <<https://www.futurismo.pt/pt-pt/program/marine-biologist-full-day>>. Acesso em: out. 2019.

GOLFINHO ROTADOR. **Rotadores de Noronha**. 2016. Disponível em: <<https://golfinhorotador.org.br/os-gofinhos/rotadores-de-noronha/>>. Acesso em: set. 2019.

HOYT, E. **Whale watching 2001: Worldwide tourism numbers, expenditures, and expanding socioeconomic benefits**. International Fund for Animal Welfare, Yarmouth Port, MA, USA, pp. i–vi; 158 f., 2001. Disponível em : <http://www.erichoyt.com/eh/Downloads_files/Hoyt%20WW%202001%20Report.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

HOYT, E.; IÑÍGUEZ, M. **The State of Whale Watching in Latin America**. WDCS, Chippenham, UK; IFAW, Yarmouth Port, USA; and Global Ocean, London, 60 f., 2008. Disponível em: <http://www.erichoyt.com/eh/Downloads_files/WWLAeng.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

INSTITUTO AUSTRALIS. **Turismo de observação**. 2018. Disponível em: <<http://baleiafranca.org.br/protecao/turismo-de-observacao/>>. Acesso em: set. 2019

INSTITUTO DA CONSERVAÇÃO DA NATUREZA E DAS FLORESTAS (Portugal). **Turismo de Natureza**. 2012. Disponível em: <<http://www2.icnf.pt/portal/turnatur>>. Acesso em: out. 2019.

INTERNATIONAL WHALING COMMISSION. **New Zealand: Kaikoura** Adaptive management of an industry in harmony with traditional values. 2018. Disponível em: <<https://wwhandbook.iwc.int/en/case-studies/new-zealand-kaikoura>>. Acesso em: out. 2019.

_____. **Overview**. 2013. Disponível em: <<https://iwc.int/iwcmain>>. Acesso em: jun. 2019.

IPEC. **HOME**. Disponível em: <<https://ipecpesquisas.org.br/>>. Acesso em: jul. 2019.

LAYRARGUES, P. P. Muito além da natureza: educação ambiental e reprodução social. In: LOUREIRO, C.F.B.; LAYRARGUES, p.P.; CASTRO, R.C. De (Orgs.) **Pensamento complexo, dialética e educação ambiental**. São Paulo: Cortez. p. 72-103. 2006.

MATOS, F. C. Turismo Pedagógico: o estudo do meio como ferramenta fomentadora do currículo escolar. **Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**, Caxias do Sul, 2012. Disponível em: <https://www.uces.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/01/01_Mattos.pdf>. Acesso em: out. 2019.

MOAES, H. M. T.; MIGNON, M.C. Caracterizando os Visitantes do Parque Estadual da Ilha do Cardoso (SP): subsídio para o planejamento de atividades Turística-educacional em áreas de manguezal. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.5, n.3, set/dez 2012, pp. 648-665. Disponível em: <<https://periodicos.unifesp.br/index.php/ecoturismo/article/view/6146/3951>>. Acesso em: out. 2019.

NEW ZEALAND. DEPARTMENT OF CONSERVATION. **New protection for bottlenose dolphin**. ago. 2019. Disponível em: <<https://www.doc.govt.nz/news/media-releases/2019/new-protection-for-bottlenose-dolphin/>>. Acesso em: set. 2019.

_____. **Experiências com a vida selvagem muito procurados na Nova Zelândia**. 2013. Disponível em: <<https://www.newzealand.com/br/feature/popular-wildlife-experiences-around-new-zealand/>>. Acesso em: set. 2019.

_____. Tourism New Zealand. **Infographics**. 2018. Disponível em: <<https://www.tourismnewzealand.com/markets-stats/research/infographics/>>. Acesso em: set. 2019.

O'Connor, S., et al. **Whale Watching Worldwide: tourism numbers, expenditures and expanding economic benefits, a special report from the International Fund for Animal Welfare**, Yarmouth MA, USA, 295 f., 2009. Disponível em: <https://www.mmc.gov/wp-content/uploads/whale_watching_worldwide.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

OLIVEIRA, D. G. R. **Impactos da visitação turística sobre animais em áreas naturais**. 2007. 69 f. Monografia (especialização) - Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, 2007. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/180/1/2007_DaniloGustavoRodriguesOliveira.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

PERINOTTO, A. R. C. **Investigando a comunicação turística de Parnaíba/PI-Brasil: internet e redes sociais, descrição e análise**. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, v. 6, n. 15, p. 1-25, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/15/parnaiba.pdf>>. Acesso em: mar. 2020.

PISSATTO, M.; Merck, A. M. T.; GRACIOLI, C. B. Ações de educação ambiental realizadas no âmbito de três unidades de conservação do rio grande do sul. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, v. 5, n°5, p. 804-812, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reget/article/view/4242/2810>>. Acesso em: jun. 2019.

PORTUGAL, Diário da República Electrónico. Decreto-Lei n.º 9/2006. **Aprova o Regulamento da Actividade de Observação de Cetáceos nas Águas de Portugal Continental**. Disponível em: <<https://dre.pt/pesquisa/-/search/168231/details/maximized>>. Acesso em: out.2019.

_____. TURISMO DE PORTUGAL, I.P. VISIT PORTUGAL. **Observação de Cetáceos nos Açores**. 2013. Disponível em: <<https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/observacao-de-cetaceos-nos-acoress>>. Acesso em: out. 2019.

RODRIGUES, A. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: Yázigi; Carlos; Cruz (Org.). **Turismo Espaço Paisagem e Cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999. p.55-62.

SANTA CATARINA. **Observação de baleias**. Disponível em:<<http://turismo.sc.gov.br/atividade/observacao-de-baleias/>>. Acesso em: set. 2019.

SÃO PAULO. Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo. **Plano de Manejo** - fase 2. 2001, 198 p. Disponível em: <<http://arquivos.ambiente.sp.gov.br/fundacaoflorestal/2012/01/PlanoManejo-PEIC.pdf>>. Acesso em: jul. 2019

SCHERER et al. Motivações, dimensões da imagem e qualidades afetivas dos lugares: a escolha do destino e as fotos em viagens de turismo e lazer. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 9(3), p. 442-458, set./dez. 2015. Acesso em: abril 2020.

SCHLÜTER, R. Las playas y el desarrollo turístico. In: _____. **Turismo una visión integradora**. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2008, p. 31-58.

SILVA-JR, J. M. Turismo de Observação de Mamíferos Aquáticos: benefícios, impactos e estratégias. **Revista Brasileira de Ecoturismo**. São Paulo, v.10, n.2, pp. 433-465, mai-jul 2017. Disponível em: <https://golfinhorotador.org.br/publications/Turismo_Obs_%20Mamaqs.pdf>. Acesso em: jun. 2019.

STIGLIANO, B.; RIBEIRO, H.; CÉSAR, P. Paisagem Cultural e Sustentabilidade: possíveis conexões e subsídios para políticas públicas e planejamento do turismo. **Revista Turismo em Análise**, v.22, n.3, p. 632-650, dez. 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v22i3p632-650>>. Acesso em: jun. 2019.

TITO, A. L., BRUMATTI, P., & NÓBREGA, W. (2017). Pós-modernidade e Turismo: Reflexões Acerca da Experiência Turística no Contexto das Agências de Viagens. **Revista Turismo Em Análise**, v.28, n.3, p. 424-437, set-dez. 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v28i3p424-437>>. Acesso em: mar. 2020.

UNESCO. **23 novas reservas da biosfera na Rede Mundial da UNESCO, 2017** Disponível em: <<https://es.unesco.org/news/23-nuevas-reservas-biosfera-red-mundial-unesco>>. Acesso em: out. 2019.

UNIDADES DE CONSERVAÇÃO NO BRASIL. **Apa de Proteção Ambiental da Baleia Franca**. Disponível em: <<https://uc.socioambiental.org/pt-br/arp/2581#municipios>>. Acesso em: set. 2019.

VILAS BOAS, M. H. A.; DIAS, R. Biodiversidade e turismo: o significado e importância das espécies-bandeira. **Turismo & Sociedade**. Curitiba. v. 3, n.1, p. 91-114, 2010. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/16659/11407>>. Acesso em: jun. 2019.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUIT. **Digital 2019: Brazil**. 2019. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil>>. Acesso em: set. 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário para o Instituto de Pesquisas de Cananéia (IPeC)

- 1. Como é o trabalho de vocês em relação aos botos-cinza?*
- 2. Existem parcerias público-privada do Instituto com alguma empresa prestadora de serviços turísticos na cidade?*
- 3. Como vocês veem a atividade turística realizada atualmente em relação a presença dos botos-cinza?*

4. *Como pensam que o turismo de observação de animais marinhos pode ser fomentado na região de maneira sustentável?*
5. *Há ações de conscientização ambiental para turistas em relação ao boto-cinza? Se sim, quais ou de que tipo?*

APÊNDICE B - Questionário para o João (barqueiro)

1. *Como é a dinâmica de vendas dos passeios de barco na alta temporada?*
2. *Existe agendamento prévio ou no pier é possível adquirir o passeio sem agendamento?*
3. *Como funciona a concorrência com os outros operadores de passeios?*
4. *Existe uma cooperativa de profissionais que realizam os passeios de barco? Há realização de alguma atividade em conjunto?*
5. *Você sabe se os monitores que trabalham no parque da Ilha do Cardoso são moradores de lá?*
6. *Como é feito o processo para conseguir autorização da Prefeitura?*
7. *Na sua opinião a cidade de Cananéia está preparada para receber turistas? Explique.*
8. *Quais melhorias para atendimento dos turistas na cidade você sugere? Por que?*
9. *Sabemos que para receber turistas primeiro a cidade precisa contar com um boa infraestrutura para atender a população. Como você vê essa situação na cidade de Cananéia?*
10. *Na sua opinião a observação de boto-cinza é a principal atividade que os turistas procuram na cidade? Por que?*

11. *Qual a principal motivação dos turistas que vão para Cananéia?*

APÊNDICE C - Questionário 1 para o Departamento De Turismo De Cananéia

1. *Em uma escala de 0 a 3, sendo 0 irrelevante, 1 pouco importante, 2 importante e 3 muito importante, como o departamento de turismo classifica a relevância que o boto-cinza possui para atrair demanda turística?*

2. *As embarcações que realizam travessias para o parque precisam ter alguma autorização da prefeitura? Se sim, qual e existem critérios?*

3. *Há ações de conscientização ambiental para turistas? Se sim, quais ou de que tipo?*

4. *Como é feito o monitoramento dos impactos da presença de embarcações e jet skis nas áreas frequentadas pelos botos?*

5. *Como se dá a interação com o departamento de meio ambiente em relação a esse monitoramento?*

6. *É feito algum tipo de divulgação do município? Se sim, qual?*

7. *É ou já foi usada imagem de botos nela?*

APÊNDICE D - Questionário 2 para o Departamento de Turismo de Cananéia

1. *Explique o motivo pelo qual se considera muito importante a relevância que o boto-cinza possui para atrair demanda turística para a cidade de Cananéia.*
2. *Sabe-se que para as embarcações realizarem travessia para o Parque Estadual da Ilha do Cardoso é preciso alvará de funcionamento da Prefeitura, quais são os critérios para a obtenção do alvará? é preciso realizar algum treinamento? Explique como funciona esse processo na prática.*
3. *Assinale abaixo os meios em que propagandas institucionais em que imagem dos botos são veiculadas:*
 - *Folders turísticos da cidade*
 - *Banners de divulgação em pontos estratégicos da cidade*
 - *Site oficial do turismo em Cananéia*
 - *Página no Facebook oficial do turismo em Cananéia*
 - *Página no Instagram oficial do turismo em Cananéia*
 - *Mapa turístico da cidade*

APÊNDICE E - Questionário 1 para o COMTUR

1. *Qual planejamento estratégico para fomento do turismo em Cananéia nos próximos anos?*
2. *Como podemos acessar ao PDT da cidade? (Houve tentativa de acesso através do site mas não foi possível abrir o documento).*
3. *Quais ações estão sendo tomadas para a melhoria da infraestrutura turística da cidade?*
4. *De onde se originam os recursos destinados ao turismo em Cananéia?*
5. *Quais ações serão executadas para melhor atendimento aos turista na alta temporada?*
6. *Existe uma pesquisa de demanda turística atualizada?*

7. *Existem dados de taxa de ocupação hoteleira da cidade?*

8. *Há ações de conscientização ambiental para turistas? Se sim, quais ou de que tipo?*

APÊNDICE F - Questionário 2 para o COMTUR

1. *Sabemos que um dos pleitos escolhidos pelo COMTUR para o uso da verba do DADE é a construção de um centro de apoio ao turista, de acordo com o projeto qual será a localização desse centro e qual a previsão de inauguração? Qual objetivo da implementação de um centro de apoio ao turista? Que tipo de serviços serão oferecidos?*

2. *Existem ou já existiram projetos para fazer treinamentos de atendimento ao turista com profissionais de pousadas, hotéis, camping, entre outros meios de hospedagem, restaurantes, lanchonetes, pizzarias, bares e demais empresas do ramo de alimentos e bebidas, operadores de passeios de barco, entre outros profissionais que tenham contato diretamente com o turista? Como seria esse treinamento de atendimento ao turista?*

3. *Quais serão os profissionais que trabalharão no centro de apoio ao turista? Eles serão capacitados para realizar esse atendimento? Explique como pretende-se abordar os turistas e como o atendimento será realizado*

4. *O Plano de Diretor de Turismo (PDT) é um documento de acesso público e bastante requisitado por profissionais e estudantes de turismo, como podemos obter informações sobre esse documento? Em qual data esse plano foi elaborado? Como podemos ter acesso com facilidade?*

5. *Liste os membros que compõem o COMTUR e de qual setor de atuação no ramo de turismo fazem parte*

6. *Como esses membros foram selecionados? Qual a dinâmica do COMTUR, são realizadas reuniões frequentes? Quais foram as últimas pautas e decisões tomadas pelo COMTUR?*

7. *Quais as principais dificuldades enfrentadas pelo COMTUR?*

APÊNDICE G – Questionário para o Parque Estadual da Ilha do Cardoso

1. *Qual o perfil de turistas que visitam o parque?*

2. *Há ações de conscientização ambiental para visitantes? Se sim, quais ou de que tipo? Se não, isso já foi considerado?*

3. *São realizadas pesquisas para identificação de impactos negativos do turismo em relação aos animais presentes no parque? Se sim, com que frequência? E em relação aos botos-cinza?*

4. *Quantos monitores trabalham no parque e como eles são escolhidos?*

5. *Como funciona o processo de credenciamento para os monitores atuarem no parque?*

6. *Há capacitação para os monitores?*

7. *Há um limite de embarcações que podem entrar no parque?*

8. *Há impactos já identificados em relação aos botos? Se sim, quais? Foram tomadas medidas para diminuí-los?*

9. *Como se dá a relação do parque com a prefeitura de Cananéia? Que contribuições a prefeitura já faz ou poderia fazer para auxiliar o turismo no parque?*

10. *Quando pesquisamos sobre o plano de manejo do parque nós encontramos um de 1995-2002. Caso este seja o mais atual, há previsão de elaboração de um novo?*

11. *Há previsão para um estudo de capacidade de carga na Ilha do Cardoso?*
12. *Como se pretende fazer a gestão e fiscalização da capacidade de carga na Ilha do Cardoso?*
13. *Pretende-se realizar melhorias no centro de visitantes e no museu do Parque?*
14. *É feito algum tipo de divulgação do parque? Se sim, qual? É, ou já foi usada imagem de botos nelas?*