



Junio 2019 - ISSN: 1988-7833

TURISMO, GUIAMENTO E FORMAÇÃO TÉCNICA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO COM EGRESSOS DOS CURSOS DE GUIA DE TURISMO E ORIENTADOR TURÍSTICO LOCAL EM MOSSORÓ/RN

Francisco Diassis da Silva¹

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN
franciscodiassis1979@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Francisco Diassis da Silva (2019): “Turismo, guiamento e formação técnica: um estudo exploratório com egressos dos cursos de guia de turismo e orientador turístico local em Mossoró/RN”, Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (junio 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/06/orientador-turistico-mossoro.html>

Resumo - O artigo apresentou os resultados de uma pesquisa exploratória realizada com os egressos dos cursos de Guia de Turismo (SENAC, turma 2012 - 2013) e Orientador Turístico Local – OTL (SENAC/PMM, turma 2018). Objetivou-se investigar de que forma esses egressos atuam no mercado de trabalho local (Mossoró/RN/Brasil) e sua relação com o pretensão desenvolvimento econômico do município por meio do turismo. O estudo foi realizado com 16 egressos desses cursos. A coleta de dados se deu entre os dias 20 e 30 de outubro 2018, através da plataforma *Survio.com*. A pesquisa mostrou que existe significativa evasão no campo de atuação do profissional do Guia e do Orientador Turístico Local, especialmente pelas características limitadas do mercado turístico mossoroense e por falta de valorização da profissão. A análise identificou que, segundo os relatos, poucos desses egressos (04 – o que significa 23,6%) estão inseridos efetivamente no mercado local.

Palavras-chave: Turismo, Guia, Mercado de trabalho, Desenvolvimento econômico, Mossoró/RN.

Abstract - The article pointed out the results of an exploratory research realized with graduated students of the Tourism Guide course (SENAC, class 2012 – 2013) and Local Tourism Adviser – OTL (SENAC/PMM, class 2018). It was aimed to investigate in what way this graduated students act in the local labour market (Mossoró/RN/Brasil) and your relationship with the pretended economic development of the city by the tourism. The study was realized with 16 graduated students of these courses. The data collect occurred between October 20 to 30 2018, by the *Survio.com* platform. The research showed that exist an evasion in the professional Guide area and the Local Tourism Adviser, especially by the limited features of the mossoroense tourism market and for lack of appreciation of the job. The analyze identified that, according to the stories, few of these graduated students are effectively inserted in the local market 4 (23,6%).

Keywords: Tourism, Guide, Labour Market, economic development, Mossoró/RN.

¹ Graduando do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN).

1 Introdução

O presente trabalho discorre acerca da pretensa atividade turística na cidade de Mossoró/RN e dos profissionais Guia de Turismo e Orientador Turístico Local (OTL). As atividades desses profissionais estão diretamente ligadas aos serviços de orientação, acompanhamento e de informação turística, apresentar uma região ou localidade e seus atrativos turísticos, exigindo a necessidade de um profissional qualificado. Cabe destacar que nos anos 1970 e 1980, o guia ainda atuava de forma espontânea. A profissão de Guia de Turismo só veio a ser regulamentada em 1993 pelo então presidente da República Itamar Franco. A lei Nº 8.623 de 28/Jan/1993 dispõe sobre a profissão de Guia de Turismo e dá outras providências. Essa lei ainda argumenta sobre as atribuições do Guia de Turismo: “é considerado Guia de Turismo o profissional que devidamente cadastrado na Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo nos termos da Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993 –, exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas.

Diante da diversidade de produtos turísticos e da necessidade de especialização da mão de obra, algumas cidades se projetam para o desenvolvimento da economia através do turismo. Perante a reestruturação urbana vivenciada na década de 1990, com os governos municipais e suas políticas urbanas buscando inovação na gestão das cidades, é possível identificar interessantes convergências. Essas convergências dizem respeito às estratégias utilizadas pelo poder político para “vender” as cidades (Sánchez, 2001). A partir dos anos 80, 90 e 2000, muitos municípios brasileiros se projetaram e começaram a incentivar o turismo como fator de desenvolvimento econômico e social. Dito isto, o presente artigo dissertará sobre as principais funções e atribuições junto ao contexto da formação profissional do Guia de Turismo e OTL, relacionando-se com a demanda e oferta turística na cidade de Mossoró/RN, visto que esses profissionais são os principais responsáveis pela experiência do turista na região visitada. Nos anos de 2012 – 2013, formou-se uma turma de Guia de Turismo na Instituição de Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), e, no ano 2018 formou-se uma turma de Orientador Turístico Local – OTL, numa parceria entre a Prefeitura Municipal de Mossoró e o Senac. A turma de Guia 2012 – 2013 (Senac) contava com 16 (dezesesseis) alunos: 8 (oito) foram aprovados, 7 (sete) foram reprovados e 1 (um) desistiu do curso. Na turma de Orientador Turístico Local 2018 Senac/prefeitura, foram 30 (trinta) alunos: 29 (vinte e nove) foram aprovados e 1 (um) desistiu.

Diante disso, almeja-se compreender as percepções sobre as expectativas desses egressos na área de turismo. Para além disso, identifica-se uma adesão aos novos projetos ou serviços oferecidos com elevada aceitação e aprovação pública, no qual alguns projetos têm alcançado elementos que reiteradamente são apresentados pelos governos municipais na qualificação da mão de obra na área de turismo.

As políticas públicas de desenvolvimento do turismo no interior do Estado do Rio Grande do Norte vêm sendo acompanhadas pelo município e têm contribuído para essa reinvenção da cidade pelas mãos de um discurso pró-turismo. A reabertura do aeroporto Dix-Sept Rosado (em 2018) e a qualificação da mão de obra na área de turismo – dentre outras ações – são exemplos dessa tentativa de criação de um pretenso desenvolvimento da cidade como destino turístico.

Para tanto, neste trabalho, pretende-se investigar de que forma os profissionais de Turismo – Guias de Turismo e OTL² –, atuam no município de Mossoró e região. A pesquisa volta-se para fontes secundárias e empíricas com a intenção de esclarecer o processo da tentativa de institucionalização de Mossoró como destino turístico. Como delimitação para esta “realidade” turística, optou-se pela problemática do mercado de trabalho.

Existe uma diversidade de trabalhos acadêmicos que abordam os espaços públicos de lazer e o turismo na cidade de Mossoró/RN (Silva e Silva, 2016; Rocha, 2005; Brandão e Costa, 2015; Lima e Pereira, 2017; Castro, 2012; Sousa, 2016). Estes estudos têm levantado preocupações sobre a exclusão social nesses espaços, o que pode vir a prejudicar as políticas de turismo em consolidar a atividade no município de Mossoró.

A pesquisa caracterizou-se de forma exploratória, devido a forma do levantamento dos dados bibliográficos e documentais. Preocupou-se em se identificar a realidade desses profissionais na cidade de Mossoró/RN, ou seja, a pesquisa pretende corroborar, através dos questionários aplicados

² É considerado Guia de Turismo o profissional que devidamente cadastrado na Embratur - Instituto Brasileiro de Turismo nos termos da Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993, exerça as atividades de acompanhamento, orientação e transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas (BRASIL, 1993).

e da bibliografia realizada, com trabalhos futuros. Os questionários foram aplicados e respondidos com prévio consentimento dos entrevistados e posteriormente transcritos pelo autor. Cabe ressaltar que todos os nomes de entrevistados neste artigo são fictícios.

2 Políticas de turismo e o desenvolvimento da profissão do guia e do orientador turístico local

O profissional Guia de Turismo e o Orientador Turístico Local vêm se tornando um dos elementos fundamentais na composição do produto turístico por serem, muitas vezes, os principais intermediários entre o turista e o atrativo.

O turismo tornou-se relevante para a economia mundial, tornando-se um condicionante no processo de desenvolvimento de muitos Estados e municípios. A esse respeito Trigo (1993: 99) ressalta que:

O acesso do Brasil à modernidade precisa ser garantido. O país é bastante defasado quando comparado com os países desenvolvidos. Nossa sociedade, em geral, e o turismo especificamente, sentem o fosso que separa o Brasil de outras nações. Estamos perdendo capital, tecnologia e possibilidades de trabalho. [...]. Existe ainda a capacidade de diversos setores sociais unirem-se em torno de projetos que envolvam novas oportunidades profissionais, conceitos culturais e pedagógicos ampliados e melhoria da qualidade de vida do ser humano.

Deste ponto, entende-se que no Brasil, as capitais e principalmente as cidades de médio porte vêm buscando estratégias de qualificação de profissionais na área de turismo em prol do desenvolvimento econômico.

No que diz respeito a essas constatações, procura-se enfatizar as estratégias de reestruturação das cidades. Sánchez (2001: 33) destaca sobre esse importante processo de modificações urbana:

Através da análise de alguns processos de reestruturação urbana da década de 90, em sua relação com os respectivos governos de cidade e suas políticas urbanas, é possível identificar interessantes convergências. Essas convergências dizem respeito às estratégias utilizadas pelo poder político para “vender” as cidades. De fato, a partir de um determinado momento histórico, aqui identificado com os anos 90, as cidades passaram a ser “vendidas” de modo semelhante, o que sugere que o espaço das cidades se realiza agora enquanto mercadoria.

Para Sánchez (2001), as mudanças impulsionadas por este fenômeno não se restringem ao mundo econômico, mas afetam a produção do espaço urbano e atingem diretamente a formulação e legitimação de paradigmas nas políticas urbanas. Portanto, entende-se que existe uma dependência entre os procedimentos materiais e simbólicos tomados aqui como estratégias de agentes envolvidos nos processos de reestruturação urbana. A abordagem proposta enfatiza a articulação entre os interesses globais e a formação de um mercado mundial de cidades, no qual o turismo faz parte e há uma necessidade discursiva de produção de trabalhadores qualificados.

No Brasil do século XXI, em âmbito estadual, regional e municipal, as estruturas da gestão pública e a cadeia produtiva do turismo, as instituições e as organizações da sociedade civil operam as ações executivas do Programa de Regionalização do Turismo, apoiados pelos interlocutores estaduais, municipais dos programas de descentralização³. A Lei 11.771 de 2008 estabelece a Política Nacional do Turismo e em seu art. 4º a Política Nacional de Turismo é regida por um conjunto de leis e normas voltadas ao planejamento e ordenamento do setor – e, por diretrizes, metas e programas definidos no – PNT.

³ Programa de Regionalização do Turismo. Ver em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/setu/CartilhaPRT2013.pdf>.

Dentre esse conjunto de leis, normas, diretrizes e metas podem ser destacados: a) planejamento e gestão; b) informações e estudos turísticos; c) logística de transportes; d) regionalização do turismo; e) fomento à iniciativa privada; f) infraestrutura pública, infraestrutura adequada para a expansão da atividade e a melhoria dos produtos e qualificação dos equipamentos; g) serviços turísticos; h) promoção e apoio à comercialização; i) turismo sustentável⁴.

Na realidade local, diante dessa necessidade de qualificação e de formação de recursos humanos, tem sido um discurso corriqueiro entre estudantes em turismo, empresários, instituições públicas e privadas de que o turismo irá trazer desenvolvimento econômico para o município de Mossoró. Entretanto, esse é um tema complexo e exige um planejamento minucioso e bem articulado, visto que o turismo também pode trazer problemas para a localidade e/ou região, pois, os fatores de empreendimentos turísticos relacionados à localidade têm de estar em sintonia com o planejamento público, respeitando as necessidades da comunidade local.

Rocha (2005: 181) alerta: “a integração exclusivamente comercial ou financeira não contribui para o bem-estar dos cidadãos. Pode até melhorar as estatísticas e os índices macroeconômicos, ou oferecer uma imagem que dá a impressão de que o lugar está se desenvolvendo”. Em artigo publicado, Brandão e Costa (2015) desenvolveram um estudo intitulado “*Um olhar sobre a violência homicida em Mossoró/RN/Brasil e sua relação com o turismo de eventos*”. Na pesquisa, os autores enfatizam a importância da comunidade local para consolidação do turismo. “Considerando questões dispostas, torna-se imperativo lembrar a necessidade de existir uma política pública que privilegie a relação dos visitantes com as comunidades locais” (Brandão; Costa, 2015: 3). A pesquisa ainda reforça que: “Uma política que objetive o desenvolvimento da atividade turística não pode privilegiar apenas o turista, esquecendo os atores sociais locais e seus espaços que partilham com aqueles que os visitam”.

Diante de pesquisas desenvolvidas em turismo fica evidente que a comunidade local não pode ser excluída do planejamento turístico. Mossoró tem uma população estimada de 291 mil habitantes e uma economia baseada na produção salineira, fruticultura, extração petrolífera e um ampliado setor terciário (Lima e Pereira, 2017: 18). A prefeitura de Mossoró, a exemplo do Governo do Estado do Rio Grande do Norte, tem se lançado para um plano de *marketing* turístico – e de qualificação da mão de obra em turismo, com a finalidade de atrair turistas⁵. As políticas de desenvolvimento do turismo na cidade de Mossoró se desenvolvem principalmente no entorno da cultura, o chamado turismo de eventos, dentre os quais, podem ser destacados: 1) Mossoró Cidade Junina, realizado todo mês de junho; 2) o Auto da Liberdade, em que se comemora no dia 30 de setembro a libertação dos escravos; 3) a festa de Santa Luzia, que acontece de 01 a 13 de dezembro; e 4) o “Pingo da Mei Dia”, festa que abre o Mossoró Cidade Junina.

Mossoró elaborou uma infraestrutura específica para realização desses eventos, o (corredor cultural), onde fica localizada a Estação das Artes, o Teatro Municipal *Dix-Huit* Rosado, o Memorial da Resistência e a praça da convivência – esta, recebeu o nome Largo Manuel Duarte⁶. A transformação das cidades em mercadorias vem indicar que o processo de mercantilização do espaço atinge outro patamar, produto do desenvolvimento do mundo da mercadoria, da realização do capitalismo e do processo de globalização em sua fase atual (Sanchez, 2001). Esse corredor cultural local, o *marketing* e a tentativa de qualificação da mão de obra reforçam os caminhos que vêm sendo percorridos por essa estratégia de desenvolvimento da cidade de Mossoró – e, portanto, ela encontra uma nova dinâmica para a reprodução do capitalismo através dos sujeitos envolvidos no processo de transformação do espaço público. Para Sanchez (2001), na produção desse espaço operam agentes e interesses combinados (e conflitantes) em diferentes campos políticos e arranjos territoriais para cada caso. Sujeitos, instituições, práticas e produtos circulam, de maneira relacionada, no âmbito de diferentes mercados, materiais e símbolos. Sousa (2016: 119) reforça: “foi entre as ruas Prudente de Moraes e Nísia Floresta que ocorreu o desenvolvimento do Projeto Avenida Rio Branco, embora não de forma oficial, foi adotado inclusive em divulgação dos eventos naqueles espaços pela prefeitura e pela mídia”.

O planejamento da política dos espaços turísticos de Mossoró está vinculado à gestão de negócios. Nessa direção, a política pública apresenta-se como uma ação voltada para o atendimento das necessidades de um lugar específico. O *city marketing* é orientado para criar a imagem ou marca da cidade e “vendê-la” de forma empreendedora. “Como tal, serve de direcionamento para formulação da política urbana, enquanto que o planejamento estratégico é um instrumento de proposições de longo prazo” (Castro, 2012: 72). Sanchez (2001: 31) reafirma esta análise e

⁴Ver em: Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos <http://www.planalto>

⁵ Ver na Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Norte – SETUR. Planejamento estratégico e marketing para o turismo do RN.

⁶ Homenagem a um dos heróis da resistência mossoroense ao bando de Lampião.

acrescenta que “as chamadas “cidades-modelo” são imagens de marca construídas pela ação combinada de governos locais, junto a atores hegemônicos com interesses localizados, agências multilaterais e redes mundiais de cidades”.

As políticas de desenvolvimento turístico também abrangem a zona rural de Mossoró, visto que encontram-se nessas regiões atrativos turísticos, as áreas petrolíferas, a fruticultura e a salinicultura. A prefeitura de Mossoró tem divulgado esses espaços como atrativos turísticos. O sal tenta se destacar como produto turístico na mídia⁷. No dia 17/09/2017, em entrevista durante evento do lançamento da “Rota do Sal”, a prefeita de Mossoró/RN, Rosalba Ciarlini destacou a importância do sal para a economia da região, tanto na exploração para consumo quanto para o turismo. “Somos defensores das atividades econômicas que impulsionam o desenvolvimento”⁸, ressaltou a prefeita. O museu do petróleo também é divulgado como ponto de visitação turística. Da mesma forma, o turismo pedagógico também destaca-se na cidade pelas instituições e por agentes ligados ao turismo local, devido ao forte traço cultural em torno do cangaço.

O turismo relaciona-se com um campo mais amplo que envolve hotelaria, gastronomia, hospitalidade, lazer, entretenimento, meio ambiente, mídia, cultura em geral (Trigo, 2015: 97). Portanto, é de interesse dos municípios, do Estado e do país buscar mecanismos para desenvolvimento da economia em prol do bem-estar social de sua população.

No Rio Grande do Norte, o turismo tem sido explorado especialmente na modalidade sol e mar. A interiorização do turismo ainda não é uma realidade para muitos municípios e por isso tem-se buscado o desenvolvimento através do *marketing* e da qualificação da mão de obra dos profissionais em turismo nesses municípios interioranos. Foram levados em consideração os aspectos da história e de outros atrativos turísticos na cidade de Mossoró e na região. O Cangaço, o evento Mossoró Cidade Junina, o sub-evento Chuva de Bala no País de Mossoró, a fruticultura irrigada, as salinas, a atividade petrolífera, além do sol e mar, visto que o litoral fica a 45 km, são potencialidades divulgadas na cidade e região. Tibau, Grossos, Areia Branca, Porto do Mangue, são cidade praianas de fácil acesso, dentre outras.

Portanto, percebe-se para os municípios a importância da qualificação dos guias e/ou orientador turístico local, visto existir nessa lógica do *city marketing* a necessidade de vender as cidades.

3 Guia de turismo e o orientador turístico local na cidade de Mossoró/RN e região

Em economias avançadas e de grande competitividade, as profissões ligadas ao turismo só serão reconhecidas pelo mercado e pela sociedade se tiverem boa formação. Nos setores públicos e/ou privados é preciso que os profissionais tenham formação continuada. A área de turismo compreende vários setores e diversos profissionais. Trigo (2015: 99) ressaltava sobre a formação dos profissionais em turismo:

Finalmente, o universo dos cursos de turismo diminuiu significativamente, o que foi ótimo para área pois boa parte dos cursos não tinham a mínima qualidade e formavam profissionais aquém das exigências da sociedade e do mercado. Em compensação surgiram outros cursos de eventos, gastronomia, hospitalidade, lazer e áreas afins que ajudam na formação profissional específica nos diversos segmentos de viagens, turismo e hospitalidade.

Segundo Trigo (2015: 98), “é importante que a sociedade e o mercado saibam que existe uma consciência madura e lúcida por parte da maioria dos profissionais [...], e que a ideia de regulamentação não mais está na agenda do profissional em turismo”. Ele ainda reforça que: “há os poucos românticos e idealistas que sonham ou imaginam que uma “regulamentaçãozinha” garante alguma coisa nesse mercado tão caótico e mutável onde vivemos, seja no Brasil ou no mundo” (Trigo, 2015: 98). No entanto, o autor lembra que uma das poucas profissões regulamentadas em turismo é justamente a de guia de turismo. A Lei Nº 8.623, 28/Jan/1993, no seu art. 1º reforça sobre o

⁷ Produção do sal potiguar foi destaque no Fantástico no dia 10/11/017. A reportagem destacou o processo do sal, os benefícios do consumo humano e malefícios, além de seu potencial turístico.

⁸ As informações sobre a entrevista da prefeita Rosalba Ciarlini, estão disponíveis em: <https://costabrancanews.com/54514-2/>.

exercício da profissão de guia de turismo no território nacional. No art 2º são expressados os efeitos desta lei: é considerado guia de turismo o profissional que, devidamente cadastrado no Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), exerça atividades de acompanhar, orientar e transmitir informações a pessoas ou grupos, em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais, internacionais ou especializadas.

Não cabe a esta pesquisa discutir a regulamentação do profissional de turismo, em especial a de guia de turismo. Porém, é fundamental entender suas bases para diagnosticar de que forma esses profissionais atuam na área de turismo e como essa atividade pode contribuir para a cidade de Mossoró e região.

O Ministério do Turismo publicou no Diário Oficial da União, no dia 31/01/2014, portaria que estabelece requisitos e critérios para o exercício da atividade de guia de turismo. Para o exercício da profissão é necessário comprovar a conclusão de curso técnico profissionalizante na área (reconhecido pelo Ministério da Educação) e ser cadastrado no Cadastro dos Prestadores de Serviço Turísticos (Cadastrur)⁹.

Os guias de turismo e os orientadores turísticos locais formados pelo Senac, e pela prefeitura de Mossoró, estão habilitados a exercerem suas profissões, pois, os seus certificados e a instituição formadora são reconhecidos pelo Ministério da Educação. O Guia de Turismo e/ou o OTL são os mediadores entre os turistas e os atrativos turísticos. Nessa linha, aponta-se a profissionalização da atividade de guia de turismo como uma necessidade, tendo também refletido o contexto mais global de mudanças nas cidades e nas demandas dos sujeitos envolvidos.

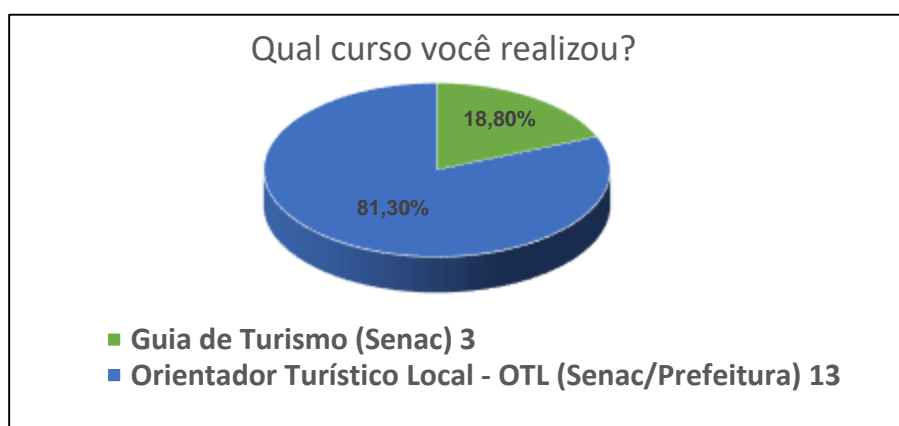
Os egressos nos cursos de Guia – turma 2012-2013 – e Orientador Turístico Local 2018 – turma 2018 – foram os objetos desta pesquisa. A pesquisa mostrou, ainda que brevemente, o pretenso desenvolvimento econômico do município por meio do turismo. A pesquisa localizou 4 (quatro) dos 8 (oito) guias de turismo e só 3 (três) 37% responderam o questionário. Dos 29 OTL (vinte e nove), todos foram localizados e 13 (treze) 45% responderam o questionário. A localização dos entrevistados foi possível através do Facebook e WhatsApp. Ao todo, 16 guias e OTLs fizeram parte deste estudo.

Dos 16 (dezesesseis) egressos, 8 (oito) 50% são mulheres. Os homens também somaram 8 (oito) 50%. Quanto ao estado civil, 10 (dez) 62% são casados e 6 (seis) 38% são solteiros.

É corriqueiro entre alunos, professores e profissionais de turismo que as pessoas que comprem uma viagem de turismo comprem um desejo, e o profissional Guia e/ou OTL contribui para a satisfação, assistência e orientação desse turista. Portanto, esse profissional colabora diretamente para o desenvolvimento social e econômico da localidade visitada.

Conforme já mencionado o questionário utilizado para a abordagem junto ao Guia e ao OTL, foi destacado a seguir em forma de gráficos. Cabe ressaltar, ainda, que foram demonstradas em gráficos as perguntas que mais tiveram relevância para entender o perfil sociodemográfico desses profissionais e de que forma eles atuam no mercado de trabalho.

FIGURA 1

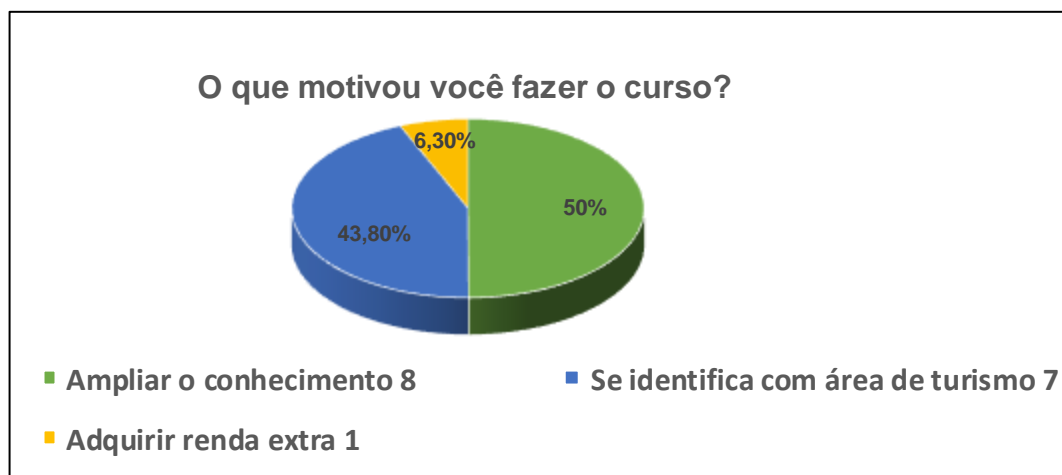


FONTE: ELABORADO PELO AUTOR

⁹ Ver em: <http://www.brasil.gov.br/editoria/turismo/2014/01/ministerio-do-turismo-regulamenta-atividade-de-guia-de-turismo>.

De acordo com a figura 1, percebe-se que a maioria dos egressos são OTLs, precisamente 13 [treze] 81,3%, e 3 [três] 18,8%, são Guia.

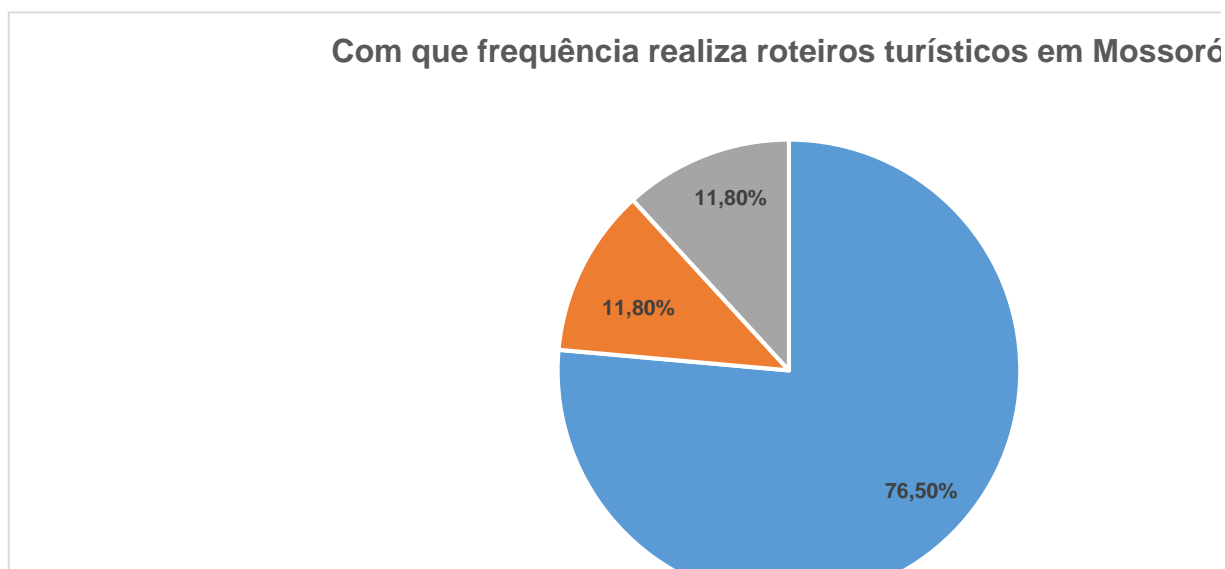
FIGURA 2



FONTE: ELABORADO PELO AUTOR

A figura 2 ressalta sobre as motivações de ingressar na área de turismo. Dos candidatos 7 (sete) 43,8% escolheram o curso porque se identificaram com a área de turismo; 8 [oito] 50% optaram pelo curso para ampliar o conhecimento em turismo, e 1 (um) 6,3% buscou o curso para adquirir renda extra.

FIGURA 3



FONTE: ELABORADO PELO AUTOR

Na figura 3 observa-se que quando perguntados com que frequência realizam guiamento de roteiros turísticos em Mossoró 12 (doze) 76,5% responderam que nunca; 2 (dois) 11,8% responderam que somente nos finais de semana e outros 2 (dois) 11,8% disseram que raramente.

Perguntados se participam de qualificação continuada, 10 (dez) 62,5% responderam que participam regularmente; 5 (cinco) 31,3% responderam que as vezes; 1 (um) 6,3% não participa.

Quando indagamos sobre o que pode ser feito para desenvolver o turismo em Mossoró, Emanuel respondeu: “um planejamento mais efetivo e mais valorização dos profissionais que atuam na área”. Lindalva, respondeu que: “manter uma infraestrutura adequada para a recepção do turista”. Aqui o entrevistado Gustavo respondeu que:

(...) “1° a cidade apostar em nosso potencial - 2° a própria população valorizar sua cultura - 3° infraestrutura - 4° capacitação - 5° facilidade para capacitar com parceira com órgãos públicos - 6° tecnologia para os equipamentos de Cultura e verba para manter os patrimônios públicos - 7° vender o peixe lá fora e oferecer o melhor ao turista”.

Segundo as informações contidas na pergunta sobre considerar Mossoró uma cidade turística, 11 (onze) 70,6% dos entrevistados afirmaram que Mossoró recebe muitos turistas; 3 (três) 17,6% disseram que o município oferece uma infraestrutura adequada para os turistas; 2 (dois) 11,8% não consideram Mossoró uma cidade turística.

Apesar de quase 90% dos entrevistados não atuarem como guia, eles percebem que há demanda turística na cidade. Tal constatação pode ser analisada ao se observar a ideologia do *city marketing*, desta forma, criando uma imagem que, concretamente, não existe na cidade. Essa constatação relaciona-se com as “cidades modelos” através do desempenho estratégico e específico na elaboração de projetos imediatistas que deem visibilidade à cidade. Diante da elaboração desses projetos em determinadas regiões da cidade, o *city marketing* tem papel fundamental fazendo parecer para o senso comum (população em geral) que essas cidades sejam centros turísticos consolidados. De acordo com Sánchez (2001: 31), “essa aparência constrói o processo de transformação de determinados projetos de cidade em “modelos” de dentro para fora, como se fosse construído apenas e essencialmente a partir da ação local dos governos”.

É importante relatar ainda que o município recebe um número maior de turistas nas datas festivas das quais já foram citadas acima. Indagados sobre quais os roteiros turísticos mais realizados, Márcia respondeu que são: “Roteiro do Cangaço, Roteiro Histórico Cultural, Salinas e Pedagógico”. Rafael destacou que os roteiros mais frequentes são: “Cultura - hotel - parque - igrejas - turismo rural e City tour”. São nesses roteiros e datas que os poucos guias atuantes conseguem sobreviver materialmente do turismo, elaborando alguns dos breves roteiros turísticos, principalmente o pedagógico [petróleo e salinas] e o cultural [equipamentos de cultura da cidade] Memorial da Resistência, Teatro Dix-Huit Rosado, Museu Histórico de Mossoró Lauro da Escóssia e o Museu do Petróleo, localizado na Estação das Artes.

4 Considerações finais

A pesquisa realizada traz resultados que corroboram algumas análises já feitas sobre o Guia de Turismo e Orientador Turístico Local. Mossoró tenta ter direcionamento: desenvolver e fomentar a economia por meio do turismo, através dos equipamentos urbanos de lazer, cultura e história. Contudo, vale destacar que o estudo aponta que 76,5% dos profissionais entrevistados nunca realizaram roteiros turísticos no município, logo, trabalham em outras áreas e/ou estão desempregados. 11,8% responderam que realizam roteiros turísticos somente nos finais de semana e outros 11,8% disseram que raramente realizam roteiros turísticos. Quanto a Mossoró como pretensão destino turístico, a análise constatou uma exclusão social nos espaços de lazer e turismo, diante do processo de transformação da cidade em mercadoria – a chamada “cidade modelo”. A população mais pobre [periférica] deixa de frequentar esses espaços. “Note-se que todos os espaços de atração e de destinação pretensamente turísticos estão localizados em duas áreas consideradas nobres da cidade: Zona Central e a Zona Oeste” (Brandão; Costa, 2015: 25). A reinvenção da cidade e as estratégias de desenvolvimento da economia por meio do turismo trouxeram novos problemas para a cidade, ou seja, existe uma distinção de assistência das políticas públicas e privadas. Brandão e Costa (2015) esclarecem ainda que, ao mesmo tempo, as regiões que possuem as melhores infraestruturas de serviços em geral como saúde, educação, saneamento básico, comércio e segurança são as central e oeste, ficando boa parte do resto da cidade à margem dos louros do “progresso” (!?).

Portanto, e ainda, a despeito dos avanços da cidade de Mossoró como pretensão destino turístico, a pesquisa identificou que o Guia e o Orientador Turístico Local encontram dificuldades para

atuarem na área de turismo devido a falhas no seu planejamento estratégico quanto ao desenvolvimento da cidade como destino turístico, das quais foram destacadas algumas pelos entrevistados: falta de valorização do Guia e do OTL, falta de espaço para esses profissionais nos equipamentos de lazer, cultura e história; e mais investimentos por parte do poder público e privado nos equipamentos de turismo e de lazer da cidade de Mossoró.

Partindo da conjectura de que “os resultados da gestão pública não são medidos pelo acúmulo de valores monetários, mas pela utilização ordenada dos recursos em favor da comunidade”, como destaca (Braga, 2007: 4), Mossoró tem deixado a desejar quanto a essa observação e tem contrariado essas políticas públicas no intuito de transformar a cidade em destino turístico através de políticas públicas imediatistas. Observam-se políticas públicas voltadas diretamente para a divulgação da cidade e desses espaços específicos através do *city marketing* [cidade mercadoria] quando analisados os investimentos de desenvolvido do turismo em pontos estratégicos da cidade, causando desta forma exclusão social da população [periférica], além da falta de valorização do guia e do orientador turístico local, agente fundamental para consolidação do núcleo receptor da atividade turística enquanto fenômeno social.

Para encerrar, o Guia se caracteriza como elemento marcante na experiência do turista e da interação dos serviços, transportes, alimentação, comércio, hospedagem, entre outros. Portanto, e ainda, se entendido como uma atuação que possa atrair os turistas pelos aspectos técnicos e/ou pelos conhecimentos adquiridos, os serviços desses profissionais [Guia e/ou Orientador Turístico Local] tornam-se essenciais para o município de Mossoró, desta forma, proporcionando experiência e interação do turista ao local visitado. É ainda necessário repetir, demasiadamente, o óbvio? Ou o evidente é tão desconcertante que pode envergonhar as elites que administram o pretenso turismo local? As respostas ficam por conta do leitor.

Referências

Braga, D. C. (2007). *Planejamento Turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Brandão, T. S.; Costa, J. H. (2015). *Um olhar sobre a Violência Homicida em Mossoró/RN/Brasil e sua Relação com o Turismo de Eventos*. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 18, junio.

Brasil (1993). *Lei Nº 8.623*. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos dispõe sobre a profissão de Guia de Turismo e dá outras providências. LEI Nº 8.623, DE 28 DE JANEIRO DE 1993.

Brasil. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF, Senado, 1998. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/tópicos10657832/artigo-180-da-constituição-federal-de-1988>.> Acesso em: 01/09/2018.

Castro, C. Y. S. de F. (2012). *O corredor Cultural: Espaço de Materialização da Exclusão Social em Mossoró/RN*. Tese de doutorado apresentada à coordenação do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, como requisito para obtenção do título de Doutora em Ciências Sociais. UFRN – Natal.

Lima, F. V. de; Pereira, E. D. (2017). *Leviatã Ameaçado: crimes, drogas e violência*. Mossoró-RN, EDUERN.

Regulamentação, exercício e critérios para atuação na área de guia de turismo. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/editoria/turismo/2014/01/ministerio-do-turismo-regulamenta-atividade-de-guia-de-turismo>>Acesso em: 02/09/2018.

Rocha, A. P. B. (2005). *Expansão Urbana de Mossoró (período de 1980 a 2004): geografia dinâmica e reestruturação do território*. Natal-RN: EDUFRN.

Sanchez, F. (2001). *A Reinvenção das Cidades Na Virada de Século: Agentes, Estratégias e Escalas de Ação Política*. Revista de Sociologia e Política nº 16: 31-49 jun.

Silva, G. F. da; Silva, H. M. M. (2016). *O Espaço Público Como Fator de Segregação Urbana e Espacial: o caso da avenida Rio Branco em Mossoró/RN*. XVIII Encontro Nacional de Geógrafos. São Luiz-MA.

Sousa, M. de. (2016). *A produção da Diferenciação Socioespacial em Mossoró-RN*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da FCT-UNESP, como requisito para obtenção do título de Doutora em Geografia. Presidente Prudente.

Trigo, L. G. G. (1993). *Turismo e Qualidade Tendências Contemporâneas*. Campinas, São Paulo: Papirus (Coleção Turismo).

Trigo, L. G. G. (2015). *Regulamentação Profissional em Turismo: um erro histórico*. Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN), Mossoró/RN, vol. 4, n. 2, jul./dez.