

TUR YDES

TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

ISSN: 1988-5245

eumed.net
Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

SAI
Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

VOL. 15 N° 32 JUNIO/JUNHO 2022



TURyDES es una revista académica de formato electrónico y de aparición semestral, ISSN 1988-5261, editada y mantenida por Servicios Académicos Intercontinentales SL. Cuenta con revisión por pares y revisión por pares ciego, el artículo es enviado a una o más personas. Los revisores no conocen los datos de los autores y éstos no conocen los datos de los revisores.

Misión

El Equipo Editorial de TURyDES ofrece esta revista como instrumento de investigación del turismo como factor clave para el desarrollo sustentable en Iberoamérica.

Para ello:

Favorece el intercambio académico a través de la apertura de un espacio crítico, científico, constructivo, reflexivo y de comprensión de los fenómenos turísticos.

Estimula la transferencia de buenas prácticas en las materias de turismo sustentable.

Provee una base de datos especializada para los hacedores de políticas públicas vinculadas al turismo y el desarrollo.

Comunica al sector privado los beneficios técnico-productivos generados a partir de las estrategias de turísticas para el desarrollo sustentable especialmente en iberoamerica.

Objetivos

Promover el estudio y la investigación del turismo en Iberoamérica y su efecto sobre el desarrollo local y el medio ambiente a partir del trabajo en redes.

Crear un foro de discusión a través del cual incentivar los intercambios entre investigadores, analistas, especialistas, profesores y alumnos.

Establecer un espacio de reunión para todos los investigadores, analistas, especialistas, profesores y alumnos; a través del desarrollo de nuevas herramientas del entorno virtual, en su relación con la producción académica en la materia.

Sobre los derechos de propiedad de estos textos

La propiedad intelectual de los textos que publicamos en la revista académica TURyDES sigue siendo íntegramente de los autores. El Grupo de Investigación Eumed.net renuncia explícitamente a cualquier derecho que pudiera tener por su edición o publicación electrónica.

Copyright © y términos de uso

Uso comercial: el uso, mediante copia, publicación total o parcial de los artículos de este sitio, queda rigurosamente prohibido sin la autorización previa de los autores y/o propietarios de los contenidos.

Uso personal y académico: los artículos pueden ser utilizados parcialmente con la condición de que se haga mención explícita de la fuente y de los derechos de autor. Para su uso en Internet, deberá incluirse necesariamente un vínculo visible y explícito, además de las menciones previstas a los efectos. Asimismo, las citas deberán incluir un vínculo o referencia exacto.

Política de acceso abierto

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material

La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:

Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con propósitos comerciales.

CompartirIgual — Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

Avisos:

No tiene que cumplir con la licencia para elementos del material en el dominio público o cuando su uso esté permitido por una excepción o limitación aplicable.

No se dan garantías. La licencia podría no darle todos los permisos que necesita para el uso que tenga previsto. Por ejemplo, otros derechos como publicidad, privacidad, o derechos morales pueden limitar la forma en que utilice el material.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Director

Dr. Antonio Nadal Masegosa, Universidad de Málaga, España.

https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Nadal

<https://orcid.org/0000-0002-2788-0058>

Responsable Editorial

Lisette Villamizar Moreno

Administradora de Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

lisette@eumed.net / eumednet@gmail.com

Comité Científico

Jorge Olcina Cantos, Universidad de Alicante, España,

<https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Olcina-2>.

Alfonso Vargas Sánchez, Universidad de Huelva, España, <https://orcid.org/0000-0003-0588-8654>.

Carlos Hernández Fernández, Universidad de La Laguna, España, <https://orcid.org/0000-0001-9460-8073>.

José Pablo Abeal Vázquez, Universidade da Coruña, España, <https://orcid.org/0000-0001-9267-2450>.

António Rodrigues, Instituto Superior de Educação e Ciências, Portugal, <https://orcid.org/0000-0001-5550-5581>.

Carlos Ruz Saldívar, Universidad Veracruzana, México, <https://orcid.org/0000-0002-0765-9313>

Letícia Peret Antunes Hardt, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Brasil, <https://orcid.org/0000-0002-6661-0050>.

Bi Jingling, Universidad Normal de Nanjing, China, <http://schools.njnu.edu.cn/sflc/person/jingling-bi>

Jorge Enrique Chaparro Medina, Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia, https://www.researchgate.net/profile/Jorge_E_Chaparro_Medina.

Aldair Oliveira de Andrade, Universidade Federal do Amazonas, Brasil, <https://orcid.org/0000-0001-5205-9766>.

Gustavo Ballesteros Pelegrín, Universidad de Murcia, España, <https://orcid.org/0000-0001-8428-8379>.

Reinaldo Giraldo Diaz, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia, <https://orcid.org/0000-0002-6221-9468>.

Abraham Bernárdez-Gómez, Universidad de Murcia, España, <https://orcid.org/0000-0003-1862-5554>.

Marcelo Rabelo Henrique, Universidade Federal de São Paulo, Brasil, <https://orcid.org/0000-0002-5940-4267>.

Benjamín Castillo Osorio, Universidad Nacional de Colombia- Medellín, Colombia, <https://orcid.org/0000-0003-1949-1009>.

Sergio Reyes Corredera, Universidad de Málaga,
España, <https://www.researchgate.net/profile/Sergio-Reyes-Corredera>

Jorge Chauca García. Universidad de Málaga,
España, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=818546>

Concepción Francos Maldonado, Universidad de Oviedo, España, <https://orcid.org/0000-0003-4425-5251>

Elisabel Chaves Guerrero, Universidad de Málaga, España,
<https://www.researchgate.net/profile/Elisa-Chaves-Guerrero-2>



ÍNDICE

VOL. 15 Nº 32 JUNIO/JUNHO 2022

CALIDAD DE LAS AGUAS EN RÍOS QUE DESEMBOCAN EN PLAYAS TURÍSTICAS. ESTUDIO DE CASO EN REPÚBLICA DOMINICANA. José del Carmen Castillo Jáquez; Vladimir Antonio Núñez Rodríguez; Francisco Orgaz-Agüera.	01
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS DE ECOTURISMO EN SANTANDER, COLOMBIA. David Rafael Hernández Salas.	18
DESENVOLVIMENTO PARA QUEM? EXCLUSÃO SOCIAL EM TERRITÓRIOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS. Marcela de Melo Soares Sales; Vanice Santiago Fragoso Selva.	36
TURISMO, FOTOGRAFIA, ARQUITETURA E CIDADE: DESVELANDO RELAÇÕES CIENTÍFICAS PARA O DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL. Aline Bianca Zanoni Conzatti; Leticia Peret Antunes Hardt.	51



ISSN: 1988-5261
<https://doi.org/10.51896/TURYDES>

TURYDES. TURISMO Y DESARROLLO LOCAL



CALIDAD DE LAS AGUAS EN RÍOS QUE DESEMBOCAN EN PLAYAS TURÍSTICAS. ESTUDIO DE CASO EN REPÚBLICA DOMINICANA

José del Carmen Castillo Jáquez

Departamento de Ciencias Naturales, Universidad Tecnológica de Santiago
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3438-4511>
J_castillo@utesa.edu

Vladimir Antonio Núñez Rodríguez

Departamento de Sostenibilidad y Desarrollo, Universidad Tecnológica de Santiago
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0828-7117>
sostenibilidad@utesa.edu

Francisco Orgaz-Agüera

Vicerrectoría de Investigación, Universidad Tecnológica de Santiago
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4240-8640>
franorgaz@utesa.edu

RESUMEN

El turismo de sol y playa en modalidad Todo Incluido es una de las principales actividades socioeconómicas de la República Dominicana. La contaminación del agua es un factor determinante para la salud de las comunidades locales y de los turistas que visitan las playas del país. En este sentido, el objetivo de esta investigación es doble: por un lado, identificar las características de la calidad de las aguas de los ríos que desembocan en las playas de Puerto Plata y, por otro lado, analizar como afecta la calidad de las aguas de los ríos que desembocan en las áreas costeras de Puerto Plata al desarrollo de la actividad turística. Puerto Plata es el segundo destino de sol y playa de la República Dominicana. Se ha utilizado la metodología de aplicación del Índice de Calidad de Agua (ICA) para analizar la calidad de las aguas de los dos ríos que desembocan en las playas turísticas de Puerto Plata: río Muñoz y río San Marcos. Los datos se recolectan utilizando equipos especializados, se analizan en el programa SPSS y Excel. Los resultados indican que el ICA de las aguas de los ríos que desembocan en las playas turísticas de Puerto Plata es mala. Estos resultados pueden afectar, a corto plazo, al desarrollo del turismo y al comportamiento de la demanda que recibe este destino turístico.

Palabras clave: índice de calidad de agua, río, playa, turismo, República Dominicana.

QUALITY OF THE WATERS IN RIVERS THAT FLOWER INTO TOURIST BEACHES. CASE STUDY IN THE DOMINICAN REPUBLIC

ABSTRACT

All-Inclusive sun and beach tourism is one of the main socioeconomic activities in the Dominican Republic. Water pollution is a determining factor for the health of local communities and tourists who visit the country's beaches. In this sense, the objective of this research is twofold: on the one hand, to identify the characteristics of the water quality of the rivers that flow into the beaches of Puerto Plata

and, on the other hand, to analyze how it affects the quality of the waters. of the rivers that flow into the coastal areas of Puerto Plata to the development of tourist activity. Puerto Plata is the second sun and beach destination in the Dominican Republic. The methodology of applying the Water Quality Index (WQI) has been used to analyze the quality of the waters of the two rivers that flow into the tourist beaches of Puerto Plata: the Muñoz River and the San Marcos River. The data is collected using specialized equipment, analyzed in the SPSS program and Excel. The results indicate that the WQI of the waters of the rivers that flow into the tourist beaches of Puerto Plata is bad. These results may affect, in the short term, the development of tourism and the behavior of the demand received by this tourist destination.

Keywords: water quality index, river, beach, tourism, Dominican Republic.

INTRODUCCIÓN

Los ríos son esenciales para proporcionar una condición previa para la salud pública y la vida acuática. En los últimos años, las actividades urbanas, industriales y agrícolas, acompañadas de procesos naturales (como las precipitaciones, erosión y efectos estacionales) han causado que los ecosistemas acuáticos sufran altos niveles de cargas contaminantes (Kazi et al., 2009). Como resultado, la calidad de los recursos hídricos se ha deteriorado, la biodiversidad y la funcionalidad asociadas con los arroyos han disminuido y la salud del ecosistema fluvial se ha visto amenazada (Tian et al., 2019).

Muchos ríos desembocan en ecosistemas costeros-marinos. Estas áreas son hábitats y recursos críticos que abarcan la transición de los flujos de agua dulce derivados de los paisajes terrestres, fluviales y de humedales de las tierras altas al entorno marino (Shih et al., 2021). Las regiones costeras son recursos invaluableles que brindan una gran cantidad de servicios ecosistémicos (Grizzetti et al., 2019), incluido el secuestro de carbono; la protección contra eventos meteorológicos como huracanes y marejadas ciclónicas; el hábitat y criaderos de aves, vida silvestre y de comunidades acuáticas; el uso recreacional; y la pesca comercial y recreativa (Tien et al., 2021). La calidad de las aguas de los ríos que desembocan en las zonas costeras suele verse muy afectadas por las actividades antropogénicas, cuyo alcance se ha vuelto más grave en los últimos años debido al aumento de la densidad de población y el desarrollo (Shih et al., 2021).

Las zonas costeras-marinas, además de los servicios ecosistémicos, también ofrecen servicios para el desarrollo del turismo y la recreación (Arabadzhyan et al., 2021; Tien et al., 2021). El turismo es un sector que puede generar importantes impactos positivos para los destinos (Streimikiene et al., 2021; Zhuang et al., 2021). En el caso de República Dominicana, el turismo de sol y playa se ha constituido como una de las principales actividades económicas. Destacan las regiones de Punta Cana, Boca Chica-Juan Dolio y Puerto Plata, donde se ubican, además, los principales aeropuertos internacionales del país, que reciben más del 80% de los visitantes que llegan a República Dominicana. Aunque la pandemia del coronavirus ha reducido la llegada de turistas, en 2019, República Dominicana registró 6.446.036 turistas internacionales, consolidándose como uno de los

principales destinos del Caribe (Banco Central, 2020).

El presente estudio de investigación se centra en la zona costera de Puerto Plata, el segundo destino turístico de Resort Todo Incluido de la República Dominicana, tras la región del Este (Punta Cana-Bávaro-La Romana). La modalidad de Resort Todo Incluido ha sido muy estudiada (Dryglas y Salamaga, 2018; Moreno-Gené et al., 2018; Havlíková et al., 2019; Rico et al., 2020), incluida en la República Dominicana (Kermath y Thomas, 1992; Meyer-Arendt y Sambrook, 1992) y, específicamente, también en Puerto Plata (López-Guzmán et al., 2016). Esta oferta turística tiene mucho impacto en el desarrollo socioeconómico de la región.

El objetivo de esta investigación es doble: por un lado, identificar las características de la calidad de las aguas de los ríos que desembocan en las playas de Puerto Plata y, por otro lado, analizar como afecta la calidad de las aguas de los ríos que desembocan en las áreas costeras de Puerto Plata al desarrollo de la actividad turística. Con la finalidad de presentar las aportaciones de esta investigación, este artículo se estructura, tras esta introducción, en un segundo apartado donde se presenta un marco teórico sobre la calidad de las aguas y su incidencia en el turismo de sol y playa. Posteriormente, se presenta la metodología, los resultados y discusión, las conclusiones y, finalmente, se referencia la bibliografía citada en el artículo.

MARCO TEÓRICO

Este apartado se ha dividido en dos partes. En primer lugar, se presenta una revisión de las diferentes herramientas de análisis de agua, centrándonos en la utilizada en el trabajo de campo de esta investigación; posteriormente, se desarrolla un apartado sobre la contaminación del agua y su impacto en el turismo.

Análisis de la calidad de agua

La identificación de los fenómenos que afectan la calidad del agua en la cuenca y la comprensión de los factores predominantes que determinan la calidad del agua no solo es importante por el bien del medio ambiente natural, sino que también es una tarea compleja (Bojarczuk et al., 2018). La aplicación de una variedad de herramientas podría mejorar la comprensión de los mecanismos que afectan la calidad del agua en los ecosistemas que son sensibles a varios factores, incluidas las perturbaciones tanto naturales como provocadas por el hombre y sus actividades antropogénicas (Bojarczuk et al., 2018).

La calidad del agua en general es la combinación del número de microorganismos, concentraciones de compuestos químicos y propiedades físicas; por lo tanto, los estudios interdisciplinarios proporcionan los mejores efectos en este sentido. La combinación de pruebas hidroquímicas con análisis microbiológicos del agua puede ser una herramienta útil que permita el análisis multivariado de los resultados obtenidos, y ha demostrado ser útil en una serie de estudios sobre ecosistemas acuáticos, incluidas las aguas de manantiales (Bojarczuk et al., 2018), y las aguas subterráneas (Singh et al., 2019; Sharma et al., 2021).

Harclerod et al. (2013) combinó con éxito un enfoque geográfico con análisis microbiológicos y químicos del agua para rastrear las fuentes puntuales y no puntuales de contaminación con *E. coli* en Texas. Bhandari et al. (2017), por otro lado, realizaron un análisis considerando una serie de factores que afectan la calidad del agua, incluyendo la cantidad de metales pesados, la concentración de *E. coli* y el uso del suelo en una cuenca de Brays Bayou (Texas) para rastrear los cambios en el uso de la tierra y contaminación del agua de un río económicamente importante. También en Polonia, una combinación de métodos, es decir, físicos, microbiológicos, hidrológicos y meteorológicos, permitió obtener un gran conjunto de datos que se sometieron a análisis estadístico multivariante. Esto permitió rastrear los factores que afectan los cambios espaciotemporales en una serie de indicadores de calidad del agua, evaluar el gradiente de contaminación a lo largo de un río y determinar el efecto acumulativo de la contaminación urbana (Glińska-Lewczuk et al. 2016).

En este sentido, la literatura ha demostrado que existe una gran necesidad de evaluar la calidad del agua de los ríos (Tian et al., 2019). La evaluación de la calidad del agua se basa comúnmente en una comparación de parámetros físicos, químicos y biológicos (Bhandari et al., 2017). Muchos estudios han establecido varios métodos para evaluar la calidad del agua. Algunos ejemplos son los siguientes:

- a) Indicadores de agua univariados, que utilizan el parámetro de calidad del agua más deteriorado y descuidan otros parámetros de calidad del agua (Eum et al., 2020).
- b) El estado trófico, como las concentraciones de nitrógeno y fósforo, que son los parámetros de calidad del agua de mayor preocupación (Wu et al., 2018; Dar et al., 2021).
- c) Una evaluación integral, como el Índice de Calidad del Agua (ICA o WQI, por sus siglas en inglés), que es un instrumento matemático utilizado para integrar numerosos parámetros físicos, químicos y biológicos en un solo número y puede representar una imagen integral del nivel de calidad del agua (Nong et al., 2020; Taloor et al., 2020).

El método ICA, en comparación con los dos métodos indicados en los anteriores apartados a y b, brinda información sustancial sobre los parámetros de calidad del agua, pero además puede eliminar las variaciones entre los diferentes parámetros de calidad del agua que se usan de forma individual o unilateral (Noori et al., 2021). Para proporcionar una descripción precisa del estado de la calidad del agua, el método ICA abarca una amplia gama de parámetros, lo que requiere más tiempo y costo para medir (Nong et al., 2020). Sin embargo, como método de evaluación integral eficaz, el ICA se ha utilizado como un criterio para la evaluación de aguas superficiales basado en los parámetros estándar para la caracterización de la calidad del agua (Taloor et al., 2020).

Según el método ICA, los rangos de calidad del agua se han definido en cinco grados: excelente, buena, moderada, mala y mala (Nong et al., 2020). En los últimos años, el método ICA, se considera una de las formas más eficaces de comunicar información sobre las tendencias de la calidad del agua al público en general y a los responsables de la formulación de políticas en

particular, y se ha utilizado ampliamente en los ecosistemas acuáticos (Tripathi y Singal, 2019; Ewaid et al., 2020). Con base en el ICA, los contaminantes del agua (inorgánicos y orgánicos) podrían destacarse para un tratamiento integral de la calidad del agua (Sener et al., 2017). Por ejemplo, Wu et al. (2018) evaluaron la calidad del agua en la cuenca del lago Taihu como "moderada" utilizando el método ICA. Estos investigadores seleccionaron cinco parámetros cruciales (nitrógeno de amoníaco, índice de permanganato, nitrógeno de nitrato, oxígeno disuelto y turbidez) que afectan la calidad del agua y especularon que las influencias antropogénicas y uso de la tierra fueron probablemente los responsables de las variaciones en la calidad del agua de esta cuenca.

Por su parte, Krishan et al. (2016) clasificaron la calidad del agua en los distritos de Muzaffarnagar y Shamli (India) como "buena" para uso doméstico, desarrollando el método del ICA, y determinaron que las áreas industriales y agrícolas podrían influir en la calidad del agua. Estos estudios anteriores evaluaron la calidad del agua utilizando el método ICA y supusieron el impacto de las influencias antropogénicas en la calidad del agua, pero pocos estudios han analizado la relación existente entre la calidad del agua y las actividades antropogénicas (Tian et al., 2019), entre ellas el turismo.

Contaminación del agua e impacto en el turismo

Desde la década de 1960, una amplia gama de países en desarrollo se ha centrado en la actividad turística para generar puestos de trabajo adicionales e ingresos, aumentar los ingresos de divisas y diversificar la economía (Baoying y Yuanqing, 2007). El desarrollo del turismo puede generar problemas ambientales, pero también, la calidad de los servicios puede repercutir en la imagen del destino. Así, la contaminación del agua es uno de los principales obstáculos para sostener el desarrollo turístico (Baoying y Yuanqing, 2007).

El crecimiento del turismo en las zonas costeras se ha convertido en la industria de más rápido crecimiento y alcanzó su punto máximo en las últimas décadas (Islam y Shamsuddoha, 2018), convirtiéndose también en una de las industrias más grandes del mundo (De Andrés et al., 2018). Sin embargo, el turismo puede ser uno de los principales contribuyentes a la rápida urbanización y contribuir a los impactos ambientales. Por tanto, las áreas costeras son aptas para los desarrollos turísticos, pero al mismo tiempo estas áreas se consideran lugares amenazados (Nitivattananon y Srinonil, 2019). Los impactos ambientales negativos en los sistemas costeros pueden incluir: aumento de la erosión costera; inundaciones costeras más extensas; mayor marejada ciclónica; mayor pérdida de propiedad y hábitats costeros; mayor riesgo de inundación y posible pérdida de vidas; pérdida de recursos renovables y de subsistencia y recreación turística; y daños a otra infraestructura (De Andrés et al., 2018; Nitivattananon y Srinonil, 2019). Además, muchos de los ríos que desembocan en el océano están contaminados (Dsikowitzky et al., 2018; Kapp y Yeatman, 2018; Choi et al., 2021), lo que genera un mayor impacto ambiental para el destino turístico de sol y playa.

La contaminación de las zonas costeras es omnipresente y no solo representa un peligro para una amplia gama de vida silvestre marina (Kazour et al., 2019), sino que también afecta a las

poblaciones humanas al causar impactos en la salud (Landrigan et al., 2020). El daño económico se produce en forma de costosas operaciones de limpieza, pérdida de ingresos del turismo debido al poco atractivo de una costa contaminada (Mikhailenko et al., 2020) y daños a la infraestructura portuaria, barcos e instalaciones costeras (Bove et al., 2020).

En este sentido, Kozak (2002) encuentra que la elección de un destino turístico con alojamientos de Resort Todo Incluido, por parte de un turista, depende de diferentes atributos, entre ellos las características del lugar y, concretamente, la limpieza y seguridad de las playas del destino. Así, las playas de los Resort Todo Incluido de Puerto Plata han recibido una valoración media aceptable por parte de los turistas (López-Guzmán et al., 2016), siendo esto uno de los factores principales para ellos a la hora de elegir un destino turístico de Resort Todo Incluido (Kozak, 2002). Además, la valoración media de los turistas sobre el paisaje, la limpieza de playas, los recursos naturales y la conservación del entorno, también, ha sido buena (López-Guzmán et al., 2016). Sin embargo, y aunque la valoración sobre las playas ha sido óptima, las aguas costeras pueden contener características fisicoquímicas y bacteriológicas dañinas para los bañistas, las cuales no se pueden apreciar a simple vista. Por lo tanto, es fundamental poder identificar los factores que influyen en la calidad del agua en los ríos y como afectan a la actividad turística que se desarrolla en las playas donde desembocan los mismos.

METODOLOGÍA

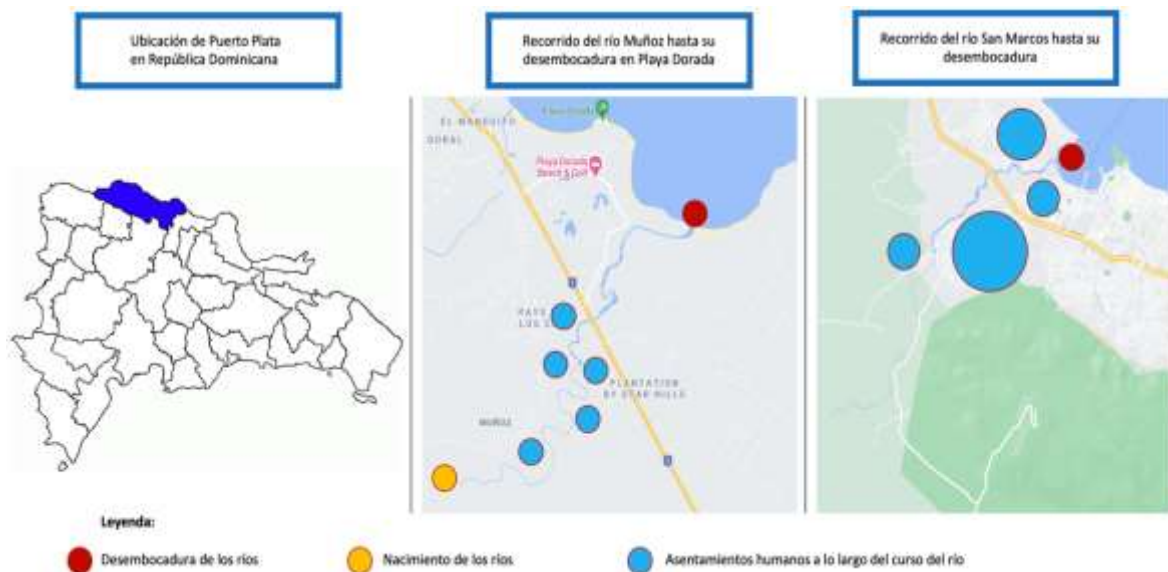
La metodología se ha dividido en cuatro partes. Primeramente, se presenta el área de estudio de la investigación. Posteriormente, se describe el muestreo de agua realizado; a seguidas, se presentan los parámetros utilizados para realizar el índice de calidad de aguas en las dos zonas de muestreo; después, se presenta la ecuación utilizada para calcular el ICA y, por último, se describen las herramientas utilizadas para analizar los datos.

Área de estudio

El área de estudio de esta investigación se localiza en las desembocaduras de los ríos de la costa de Puerto Plata. Específicamente, en los ríos Muñoz (Playa Dorada) y San Marcos (entre Playa Oeste y Playa Costambar). En la figura 1 se muestra la ubicación de Puerto Plata en la República Dominicana y el impacto de los asentamientos humanos a lo largo del recorrido de los ríos hasta su desembocadura.

Figura 1.

Ubicación de Puerto Plata e impacto de los asentamientos humanos a lo largo de los ríos



Fuente: elaboración propia, a partir de Google Maps.

Muestreo de agua

Las muestras de agua se recolectaron de la desembocadura de los ríos San Marcos y Muñoz, unos metros antes de hacer contacto con el mar, y obteniéndose una muestra de agua a una profundidad de 1 metro. La toma de muestras se realizó durante el año 2019, en tres periodos diferentes del año: 8 de marzo (estación más seca), 12 de junio (estación de lluvias) y 18 de septiembre (estación ciclónica). En cada uno de los tres muestreos realizados se obtuvo una muestra de agua en el mismo horario: 1:00 p.m. para el río Muñoz y 1:30 p.m. para el río San Marcos.

El tiempo de muestreo se planeó con anticipación sin capturar eventos de lluvia significativos (<5 mm durante 48 horas). Las muestras de agua en cada sitio tenían tres repeticiones, recolectadas en botellas de polietileno prelavadas.

Para la recolección y el procesamiento de las muestras en laboratorio se contrataron los servicios de la empresa Environmental Quality Laboratories SRL (EQLAB), con Sede en Puerto Rico y con un recinto en República Dominicana. Esta empresa cuenta con más de 20 años de experiencia en el análisis de calidad de agua en la República Dominicana y cuenta con la acreditación ambiental del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de la República Dominicana, de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (USEPA, por sus siglas en inglés), de la Administración de Medicamentos y Alimentos de Estados Unidos (USFDA, por sus siglas en inglés), de la Organización Internacional para Estandarización de la Información, y del Programa Nacional de Acreditación de Laboratorios Ambientales de los Estados Unidos (NELAC, por sus siglas en inglés).

Parámetros medidos para realizar el ICA

Como se indicó en el marco teórico, el ICA es una herramienta ampliamente utilizada y validada para el análisis de la calidad de aguas de los ríos (Sener et al., 2017; Wu et al., 2018; Tian et al., 2019; Nong et al., 2020; Taloor et al., 2020; Noori et al., 2021). Los parámetros utilizados para desarrollar el Índice de Calidad de Agua (ICA) son los siguientes:

- El pH. Se midió in situ con medidores portátiles: un Hach Multiparámetro HQ40D.
- Nitratos (mg/l). Se midió utilizando el Espectrofotómetro Hach, Modelo DR6000.
- Coliformes fecales (NMP/100ml). Se midió con la técnica de tubos múltiples e incubación.
- Demanda bioquímica de oxígeno (mg/l). Se midió mediante dilución por incubación.
- Fosfatos totales (mg/l). Se analizó utilizando el Espectrofotómetro DR 2800Hach.
- Turbidez (NTU). Se analizó utilizando el Turbidímetro, marca Hach, modelo TL23000.
- Temperatura del agua (°C). Se midió in situ con medidores portátiles: un Hach Multiparámetro HQ40D.
- Sólidos totales disueltos (mg/l). Se utilizó un Conductímetro, marca Sper Scientific, modelo 850038.
- Oxígeno disuelto (mg/l). Se midió in situ con medidores portátiles: un Hach Multiparámetro HQ40D.

Cálculo de los ICA

Se utilizó la versión desarrollada por la Fundación de Sanidad de los Estados Unidos para obtener el ICA (Brown et al., 1970; Noori et al., 2021; Uddin et al., 2021). El ICA de cada río se calculó en base a las 9 variables de calidad del agua mencionadas anteriormente. En la figura 2 se presenta la ecuación del ICA empleada.

Figura 2.

Ecuación ICA empleada

$$ICA = \frac{\sum_{i=1}^n C_i P_i}{\sum_{i=1}^n P_i}$$

Fuente: (Brown *et al.*, 1970).

En la ecuación, n es el número total de los parámetros seleccionados incluidos en el estudio; C_i es el valor normalizado del parámetro i y P_i es el peso del parámetro i . El valor mínimo de P_i fue 1, siendo estos valores utilizados en publicaciones previas (Tian et al., 2019).

Herramientas de análisis de los datos

El análisis de datos se realizó con SPSS 24 y Microsoft Excel 2021. A través de Microsoft Excel se tabularon los datos, que fueron analizados posteriormente con el programa SPSS. Mediante este programa, a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov (Tian et al., 2019), se confirmó que las variables de calidad del agua se distribuyeron normalmente.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los valores de cada uno de los parámetros utilizados para calcular el ICA del río San Marcos se presentan en la tabla 1. Se muestran los valores para cada uno de los tres muestreos.

Tabla 1.

Parámetros fisicoquímicos y bacteriológicos para evaluación del ICA de las aguas de los sitios de las desembocaduras de los ríos San Marcos.

Parámetro	Unidad de medidas	Río San Marcos		
		Marzo 2019	Junio 2019	Septiembre 2019
pH	--	9.89	8.11	9.45
Nitratos	mg/l	5.8	7.7	1.2
Coliformes fecales	NMP/100 ml	< 1.8	< 1.8	< 1.8
Demanda bioquímica de oxígeno	mg/l	309	318	317
Fosfatos totales	mg/l	0.92	1.41	0.64
Turbidez	NTU	8.99	11.1	3.26
Temperatura del agua	°C	29.1	30.3	30.6
Sólidos totales disueltos	mg/l	30900	29500	37500
Oxígeno disuelto	mg/l	20.02	2.11	2.6

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2 se muestran los valores de cada uno de los parámetros utilizados para calcular el ICA del río Muñoz. Se muestran los datos de los tres muestreos realizados.

Tabla 2.

Parámetros fisicoquímicos y bacteriológicos para evaluación del ICA de las aguas de los sitios de las desembocaduras del río Muñoz

Parámetro	Unidad de medidas	Río Muñoz		
		Marzo 2019	Junio 2019	Septiembre 2019
pH	--	9.57	8.94	9.53
Nitratos	mg/l	3.4	4.6	0.9
Coliformes fecales	NMP/100 ml	< 1.8	< 1.8	< 1.8
Demanda bioquímica de oxígeno	mg/l	354	372	297
Fosfatos totales	mg/l	0.1	0.1	0.05
Turbidez	NTU	4.2	5.36	7.58
Temperatura del agua	°C	29.4	32.2	29.4
Sólidos totales disueltos	mg/l	40200	33600	38800
Oxígeno disuelto	mg/l	7.89	5.11	7.55

Fuente: elaboración propia.

Una vez obtenida la información primaria se procedió con la determinación de cada peso relativo asignado a cada parámetro y ponderados entre 0 y 1 (P_i) y los subíndices de cada parámetro (i) de acuerdo con la metodología descrita.

Por recomendaciones de la propia metodología, utilizar el método de cálculo por una función ponderada multiplicativa es más sensible a los cambios de los parámetros que utilizar una suma lineal ponderada de los subíndices (Noori et al., 2021). No obstante, en la tabla 3 (río San Marcos) y tabla 4 (río Muñoz) se muestran ambos resultados.

Tabla 3.

Hoja de cálculo del ICA por ambos métodos recomendados, aplicado al río San Marcos

Parámetro fisicoquímico y bacteriológico	Valores reportados / subíndices (i)			Peso relativo (P)	Resultados parciales (función ponderada multiplicativa)			Resultados parciales (suma lineal ponderada)		
	03. 2019	06. 2019	09. 2019		03. 2019	06. 2019	09. 2019	03. 2019	06. 2019	09. 2019
Enterococos fecales, NMP/100 ml	< 1.8 / 95	< 1.8 / 95	< 1.8 / 95	0.15	14.25	14.25	14.25	1.98	1.98	1.98
pH	9.89	8.11	9.45	0.12	2.76	9.60	3.60	1.46	1.69	1.50

	/ 23	/ 80	/ 30							
Demanda bioquímica de oxígeno, mg/l	309 / 2	318 / 2	317 / 2	0.1	0.20	0.20	0.20	1.07	1.07	1.07
Nitrato, mg/l	5.8 / 70	7.7 / 65	1.2 / 90	0.1	7.00	6.50	9.00	1.53	1.52	1.57
Ortofosfato, mg/l	0.92 / 40	1.41 / 35	0.64 / 70	0.1	4.00	3.50	7.00	1.45	1.43	1.53
Diferencia temperatura, °C	2.0 / 70	2.0 / 70	2.0 / 70	0.1	7.00	7.00	7.00	1.53	1.53	1.53
Turbidez, NTU	8.99 / 80	11.1 / 78	3.26 / 90	0.08	6.40	6.24	7.20	1.42	1.42	1.43
Sólidos totales disueltos, mg/l	3090 0 / 3	29500 / 3	37500 / 3	0.08	0.24	0.24	0.24	1.09	1.09	1.09
Saturación de oxígeno, %	120 / 90	45 / 35	45 / 35	0.17	15.30	5.95	5.95	2.15	1.83	1.83
ICA por muestreo					57	53	54	35	34	34
Promedio ICA					55			34		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4.

Hoja de cálculo del ICA por ambos métodos recomendados, aplicado al río Muñoz

Parámetro fisicoquímico y bacteriológico	Valores reportados / subíndices (i)			Peso relativo (P)	Resultados parciales (función ponderada multiplicativa)			Resultados parciales (suma lineal ponderada)		
	03. 2019	06. 2019	09. 2019		03. 2019	06. 2019	09. 2019	03. 2019	06. 2019	09. 2019
Enterococos fecales, NMP/100 ml	< 1.8 / 95	< 1.8 / 95	< 1.8 / 95	0.15	14.25	14.25	14.25	1.98	1.98	1.98
pH	9.57 / 30	8.94 / 50	9.53 / 30	0.12	3.60	6.00	3.60	1.50	1.60	1.50
Demanda bioquímica de	354	372	297	0.1	0.20	0.20	0.20	1.07	1.07	1.07

oxígeno, mg/l	/ 2	/ 2	/ 2							
Nitrato, mg/l	3.4 / 80	4.6 / 70	0.9 / 95	0.1	8.00	7.00	9.50	1.55	1.53	1.58
Ortofosfato, mg/l	0.10 / 92	0.10 / 92	0.05 / 92	0.1	9.20	9.20	9.20	1.57	1.57	1.57
Diferencia temperatura, °C	2.0 / 70	2.0 / 70	2.0 / 70	0.1	7.00	7.00	7.00	1.53	1.53	1.53
Turbidez, NTU	4.2 / 90	5.4 / 85	7.6 / 80	0.08	7.20	6.80	6.40	1.43	1.43	1.42
Sólidos totales disueltos, mg/l	40200 / 3	33600 / 3	38800 / 3	0.08	0.24	0.24	0.24	1.09	1.09	1.09
Saturación de oxígeno, %	82 / 90	62 / 60	82 / 90	0.17	15.30	10.20	15.30	2.15	2.01	2.15
ICA por muestreo					65	61	66	40	39	40
Promedio ICA					64			40		

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados anteriores, las aguas superficiales muestreadas en las desembocaduras costeras del río San Marcos y del río Muñoz clasifican, según el ICA, como de calidad “mala”, con valores de 34 y 40 respectivamente. Es de señalar que estos resultados tienen una alta correlación con las observaciones realizadas durante los levantamientos de campo, donde es apreciable la alta carga contaminante que reciben estas aguas superficiales por la intensa actividad antrópica en su cuenca hidrológica de aporte, con residuos líquidos sin tratamiento y desechos sólidos domésticos e industriales.

Estos resultados no son buenos para las playas de Puerto Plata, debido a que la existencia de la contaminación del agua en las playas influye en los comportamientos de la demanda turística. El estudio de Mate-Sanchez-Val y Aparicio-Serrano (2022), realizado en playas de la costa mediterránea, indicó que una vez que una playa supera un valor umbral en términos de contaminación, los turistas que habían visitado previamente dicho destino se trasladan a zonas menos conocidas y contaminadas a lo largo de la costa. Además, encontramos efectos de desbordamiento espacial significativos entre los municipios en este proceso.

En el estudio desarrollado por Chen y Teng (2016), los resultados mostraron que la limpieza de las playas, la seguridad, el suministro de información, la gestión de sedimentos y hábitats y el

hacinamiento fueron considerados importantes por los turistas. Por tanto, en el caso de Puerto Plata, se debe actuar para mejorar la calidad del agua de los ríos que desembocan en la costa. En definitiva, los resultados de esta investigación muestran que la calidad del agua que descarga en la costa es de mala calidad, y no es sostenible. Así, la actividad turística, las infraestructuras de servicios relativas, como tiendas, restaurantes y hoteles, pueden verse afectadas a corto plazo (Baoying y Yuanqing, 2007).

CONCLUSIONES

Los sistemas costeros-marinos atraen a cientos de millones de turistas cada año, y en regiones como el Caribe, el turismo es un pilar de la economía. Dado que una parte considerable del desarrollo turístico se centra en el turismo Todo Incluido, el sector depende de la integridad de los recursos costeros, como playas y aguas no contaminadas. Estos recursos están cada vez más amenazados y las presiones antropogénicas cada vez tienen mayor impacto en la salud de las playas. Por tanto, la gestión de los ecosistemas costeros para el turismo es primordial.

Sin embargo, a pesar de que en teoría se dispone de una amplia gama de herramientas de gestión, existe evidencia de que la gobernanza costera está limitada. En este sentido, la presente investigación quiere fomentar los estudios de análisis de la calidad de agua en la República Dominicana, como herramienta para evaluar las playas turísticas del país.

A partir del Índice de Calidad de las Aguas (ICA), se concluye que no hubo prácticamente variación en la calidad de las aguas de los ríos que desembocan en las playas de Puerto Plata entre los muestreos realizados en diferentes tiempos, lo cual es un indicador de la persistencia de la carga contaminante como aporte a las aguas costeras, fluyendo por los ríos muestreados (ríos San Marcos y Muñoz). En caso de las aguas superficiales muestreadas en el río San Marcos y el río Muñoz, ambas clasifican según el ICA como de calidad mala, con valores de 34 y 40 respectivamente. Esto podría repercutir a largo plazo en los comportamientos de la demanda turística, que han demostrado mayor conocimiento sobre el desarrollo sostenible y que tienen en cuenta aspectos en favor del medio ambiente para elegir un lugar para visitar.

El Gobierno dominicano debe tener presente los resultados de esta investigación y proporcionar opciones de manejo de los ríos y las zonas costeras, que puede ser utilizadas por empresas turísticas, industrias y población en general, con la finalidad de garantizar la sostenibilidad de los sistemas costeros-marinos. Algunos ejemplos exitosos han sido evaluados en otros estudios (Dube et al., 2020; Dube y Nhamo, 2020).

Las medidas de gestión insuficientes dan como resultado la disminución de la calidad del agua. Se sugieren contramedidas en los enfoques de gestión de los recursos hídricos para hacer frente a la actual contaminación del agua y hacer que el desarrollo turístico sea sostenible en la región de Puerto Plata.

AGRADECIMIENTOS

Los autores de este trabajo quieren agradecer al Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT) de la República Dominicana, quienes apoyaron el proyecto de investigación “Modelo de manejo de la contaminación en sistemas marino-costeros de la zona norte de República Dominicana”, a través del Fondo Nacional de Innovación y Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDOCyT) 2016-2017.

REFERENCIAS

- Arabadzhyan, A., Figini, P., García, C., González, M. M., Lam-González, Y. E., & León, C. J. (2021). Climate change, coastal tourism, and impact chains—a literature review. *Current Issues in Tourism*, 24(16), 2233-2268. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1825351>
- Banco Central (2020). *Estadísticas turísticas 2019*. Banco Central de la República Dominicana.
- Baoying, N., & Yuanqing, H. (2007). Tourism development and water pollution: Case study in Lijiang Ancient Town. *China Population, Resources and Environment*, 17(5), 123-127. [https://doi.org/10.1016/S1872-583X\(08\)60006-6](https://doi.org/10.1016/S1872-583X(08)60006-6)
- Bhandari, S., Maruthi Sridhar, B. B., & Wilson, B. L. (2017). Effect of land cover changes on the sediment and water quality characteristics of Brays Bayou watershed. *Water, Air, & Soil Pollution*, 228(9), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s11270-017-3538-7>
- Bojarczuk, A., Jelonkiewicz, Ł., & Lenart-Boroń, A. (2018). The effect of anthropogenic and natural factors on the prevalence of physicochemical parameters of water and bacterial water quality indicators along the river Białka, southern Poland. *Environmental Science and Pollution Research*, 25(10), 10102-10114. <https://doi.org/10.1007/s11356-018-1212-2>
- Bove, G., Becker, A., Sweeney, B., Vousdoukas, M., & Kulp, S. (2020). A method for regional estimation of climate change exposure of coastal infrastructure: Case of USVI and the influence of digital elevation models on assessments. *Science of the Total Environment*, 710, 136162. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.136162>
- Brown, R. M., McClelland, N. I., Deininger, R. A., & Tozer, R. G. (1970). A water quality index-do we dare. *Water and sewage works*, 117(10), 339-343.
- Chen, C. L., & Teng, N. (2016). Management priorities and carrying capacity at a high-use beach from tourists' perspectives: A way towards sustainable beach tourism. *Marine Policy*, 74, 213-219. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2016.09.030>
- Choi, H. M., Cho, Y. C., Lee, B., Ryu, I. G., Kim, S. H., Shin, D., & Yu, S. (2021). Trend Analysis for River Water Quality Change Before and After the Prohibition of Ocean Dumping of Livestock Manure. *Journal of Korean Society on Water Environment*, 37(2), 75-91. <https://doi.org/10.15681/KSWE.2021.37.2.75>
- Dar, S. A., Rashid, I., & Bhat, S. U. (2021). Land system transformations govern the trophic status of an urban wetland ecosystem: Perspectives from remote sensing and water quality analysis. *Land Degradation & Development*, 32(14), 4087-4104. <https://doi.org/10.1002/ldr.3924>
- De Andrés, M., Barragán, J. M., & Scherer, M. (2018). Urban centres and coastal zone definition: Which area should we manage? *Land use policy*, 71, 121-128. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.11.038>
- Dryglas, D., & Salamaga, M. (2018). Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 234-246. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.008>
- Dsikowitzky, L., Van der Wulp, S. A., Ariyani, F., Hesse, K. J., Damar, A., & Schwarzbauer, J. (2018).

- Transport of pollution from the megacity Jakarta into the ocean: Insights from organic pollutant mass fluxes along the Ciliwung River. *Estuarine, Coastal and Shelf Science*, 215, 219-228. <https://doi.org/10.1016/j.ecss.2018.10.017>
- Dube, K., & Nhamo, G. (2020). Vulnerability of nature-based tourism to climate variability and change: Case of Kariba resort town, Zimbabwe. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 29, 100281. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100281>
- Dube, K., Nhamo, G., & Chikodzi, D. (2020). Climate change-induced droughts and tourism: Impacts and responses of Western Cape province, South Africa. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100319>
- Eum, H. I., Gupta, A., & Dibike, Y. (2020). Effects of univariate and multivariate statistical downscaling methods on climatic and hydrologic indicators for Alberta, Canada. *Journal of Hydrology*, 588, 125065. <https://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2020.125065>
- Ewaid, S. H., Abed, S. A., Al-Ansari, N., & Salih, R. M. (2020). Development and evaluation of a water quality index for the Iraqi rivers. *Hydrology*, 7(3), 67. <https://doi.org/10.3390/hydrology7030067>
- Glińska-Lewczuk, K., Gołaś, I., Koc, J., Gotkowska-Płachta, A., Harnisz, M., & Rochwerger, A. (2016). The impact of urban areas on the water quality gradient along a lowland river. *Environmental monitoring and assessment*, 188(11), 1-15. <https://doi.org/10.1007/s10661-016-5638-z>
- Grizzetti, B., Liqueste, C., Pistocchi, A., Vigiak, O., Zulian, G., Bouraoui, F., & Cardoso, A. C. (2019). Relationship between ecological condition and ecosystem services in European rivers, lakes and coastal waters. *Science of the Total Environment*, 671, 452-465. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.03.155>
- Harclerode, C. L., Gentry, T. J., & Aitkenhead-Peterson, J. A. (2013). A geographical approach to tracking *Escherichia coli* and other water quality constituents in a Texas coastal plains watershed. *Environmental monitoring and assessment*, 185(6), 4659-4678. <https://doi.org/10.1007/s10661-012-2895-3>
- Havlíková, M., Stupková, L. C., & Plíšková, L. (2019). Evaluation of sustainable tourism potential of the principle Giant Mountains resorts in the Czech Republic. *Environmental & Socio-economic Studies*, 7(4), 26-35. <https://doi.org/10.2478/enviro-2019-0021>
- Islam, M. M., & Shamsuddoha, M. D. (2018). Coastal and marine conservation strategy for Bangladesh in the context of achieving blue growth and sustainable development goals (SDGs). *Environmental science & policy*, 87, 45-54. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2018.05.014>
- Kapp, K. J., & Yeatman, E. (2018). Microplastic hotspots in the Snake and Lower Columbia rivers: A journey from the Greater Yellowstone Ecosystem to the Pacific Ocean. *Environmental Pollution*, 241, 1082-1090. <https://doi.org/10.1016/j.envpol.2018.06.033>
- Kazi, T. G., Arain, M. B., Jamali, M. K., Jalbani, N., Afridi, H. I., Sarfraz, R. A., & Shah, A. Q. (2009). Assessment of water quality of polluted lake using multivariate statistical techniques: A case study. *Ecotoxicology and environmental safety*, 72(2), 301-309. <https://doi.org/10.1016/j.ecoenv.2008.02.024>
- Kazour, M., Jemaa, S., Issa, C., Khalaf, G., & Amara, R. (2019). Microplastics pollution along the Lebanese coast (Eastern Mediterranean Basin): Occurrence in surface water, sediments and biota samples. *Science of the Total Environment*, 696, 133933. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.133933>
- Kermath, B. M., & Thomas, R. N. (1992). Spatial dynamics of resorts: Sosua, Dominican Republic. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 173-190. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90076-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90076-2)

- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism management*, 23(3), 221-232. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00090-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00090-5)
- Krishan, G., Singh, S., Singh, R. P., Ghosh, N. C., & Khanna, A. (2016). Water quality index of groundwater in Haridwar district, Uttarakhand, India. *Water and Energy International*, 58(10), 55-58. <https://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:wei&volume=58&issue=10&article=005>
- Landrigan, P. J., Stegeman, J. J., Fleming, L. E., Allemand, D., Anderson, D. M., Backer, L. C., & Rampal, P. (2020). Human health and ocean pollution. *Annals of global health*, 86(1), 151. <https://dx.doi.org/10.5334%2Faogh.2831>
- López-Guzmán, T., Orgaz-Agüera, F., Alector Ribeiro, M., & Domínguez Estrada, F. (2016). All-inclusive tourism in Dominican Republic. An analysis from the perspective of the tourist demand. *Revista de Economía del Caribe*, (17), 125-142. <http://dx.doi.org/10.14482/ecoca.17.6700>
- Mate-Sanchez-Val, M., & Aparicio-Serrano, G. (2022). Seawater deterioration and the tourist beta convergence process: A geospatial big data analysis of the Spanish Mediterranean coast. *Current Issues in Tourism*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2021156>
- Meyer-Arendt, K. J., Sambrook, R. A., & Kermath, B. M. (1992). Seaside resorts in the Dominican Republic: a typology. *Journal of Geography*, 91(5), 219-225. <https://doi.org/10.1080/00221349208979846>
- Mikhailenko, A. V., Ruban, D. A., Ermolaev, V. A., & van Loon, A. J. (2020). Cadmium pollution in the tourism environment: A literature review. *Geosciences*, 10(6), 242. <https://doi.org/10.3390/geosciences10060242>
- Moreno-Gené, J., Sánchez-Pulido, L., Cristobal-Fransi, E., & Daries, N. (2018). The economic sustainability of snow tourism: The case of ski resorts in Austria, France, and Italy. *Sustainability*, 10(9), 3012. <https://doi.org/10.3390/su10093012>
- Nitivattananon, V., & Srinonil, S. (2019). Enhancing coastal areas governance for sustainable tourism in the context of urbanization and climate change in eastern Thailand. *Advances in Climate Change Research*, 10(1), 47-58. <https://doi.org/10.1016/j.accre.2019.03.003>
- Nong, X., Shao, D., Zhong, H., & Liang, J. (2020). Evaluation of water quality in the South-to-North Water Diversion Project of China using the water quality index (WQI) method. *Water research*, 178, 115781. <https://doi.org/10.1016/j.watres.2020.115781>
- Noori, R., Ansari, E., Bhattarai, R., Tang, Q., Aradpour, S., Maghrebi, M., & Kløve, B. (2021). Complex dynamics of water quality mixing in a warm mono-mictic reservoir. *Science of the Total Environment*, 777, 146097. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.146097>
- Rico, A., Olcina, J., Baños, C., Garcia, X., & Sauri, D. (2020). Declining water consumption in the hotel industry of mass tourism resorts: Contrasting evidence for Benidorm, Spain. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 770-783. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1589431>
- Şener, Ş., Şener, E., & Davraz, A. (2017). Evaluation of water quality using water quality index (WQI) method and GIS in Aksu River (SW-Turkey). *Science of the Total Environment*, 584, 131-144. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2017.01.102>
- Sharma, S. K., Sharma, V., Mohamed, H. I., Khan, H., & Ahmed, S. S. (2021). Supervise the physicochemical quality of ground water using soft computing technique. *Environmental Technology*, 1-9. <https://doi.org/10.1080/09593330.2021.1983023>
- Shih, J. S., Driscoll, C. T., Burtraw, D., Shen, H., Smith, R. A., Keyes, A., & Russell, A. G. (2021). Energy policy and coastal water quality: An integrated energy, air and water quality modeling approach. *Science of The Total Environment*, 151593.

<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.151593>

- Singh, S., Ghosh, N. C., Krishan, G., Kumar, S., Gurjar, S., & Sharma, M. K. (2019). Development of indices for surface and ground water quality assessment and characterization for Indian conditions. *Environmental monitoring and assessment*, 191(3), 1-20. <https://doi.org/10.1007/s10661-019-7276-8>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Taloor, A. K., Pir, R. A., Adimalla, N., Ali, S., Manhas, D. S., Roy, S., & Singh, A. K. (2020). Spring water quality and discharge assessment in the Basantar watershed of Jammu Himalaya using geographic information system (GIS) and water quality Index (WQI). *Groundwater for Sustainable Development*, 10, 100364. <https://doi.org/10.1016/j.gsd.2020.100364>
- Tian, Y., Jiang, Y., Liu, Q., Dong, M., Xu, D., Liu, Y., & Xu, X. (2019). Using a water quality index to assess the water quality of the upper and middle streams of the Luanhe River, northern China. *Science of the Total Environment*, 667, 142-151. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.02.356>
- Tien, N. H., Viet, P. Q., Duc, N. M., & Tam, V. T. (2021). Sustainability of tourism development in Vietnam's coastal provinces. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(5), 579-598. <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/WREMSD.2021.117443>
- Tripathi, M., & Singal, S. K. (2019). Use of principal component analysis for parameter selection for development of a novel water quality index: a case study of river Ganga India. *Ecological Indicators*, 96, 430-436. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2018.09.025>
- Uddin, M. G., Nash, S., & Olbert, A. I. (2021). A review of water quality index models and their use for assessing surface water quality. *Ecological Indicators*, 122, 107218. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2020.107218>
- Wu, L., Qiao, S., Peng, M., & Ma, X. (2018). Coupling loss characteristics of runoff-sediment-adsorbed and dissolved nitrogen and phosphorus on bare loess slope. *Environmental Science and Pollution Research*, 25(14), 14018-14031. <https://doi.org/10.1007/s11356-018-1619-9>
- Zhuang, Y., Yang, S., Razzaq, A., & Khan, Z. (2021). Environmental impact of infrastructure-led Chinese outward FDI, tourism development and technology innovation: A regional country analysis. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1-33. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1989672>



ISSN: 1988-5261
<https://doi.org/10.51896/TURYDES>

TURYDES. TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

D I C E latindex

IDEAS Dialnet

INDICES CSIC MIAR



EconPapers

ERIH PLUS

Scopus

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS DE ECOTURISMO EN SANTANDER, COLOMBIA

David Rafael Hernández Salas

Fundación Universitaria del Área Andina

ORCID: 0000-0002-0448-137X

e-mail: dhernandez178@estudiantes.areandina.edu.co

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en incorporar el marketing digital a las estrategias de mercadeo y publicidad, mientras se evalúan los niveles de implementación de herramientas digitales en campañas de marketing de empresas de ecoturismo santandereanas. Esto, con el fin de establecer una propuesta de estrategia que sirva de base para que las empresas del sector cuenten con un mecanismo para diseñar sus planes estratégicos de marketing digital y así cumplir sus objetivos empresariales, mediante el manejo adecuado de herramientas digitales. Este objetivo se desarrolla a través de una investigación aplicada en función de sus objetivos y mixta, en función de sus fuentes de información; el alcance es exploratorio y descriptivo; se utiliza un enfoque triangular; se aplican encuestas y entrevistas a una muestra representativa de 17 empresas del sector ecoturístico de Santander con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%. Los resultados muestran que las empresas ecoturísticas santandereanas tienen oportunidades de mejora significativas, siendo necesario recomendar la implementación de la estrategia propuesta.

Palabras clave: ecoturismo, marketing digital, pensamiento estratégico, planificación táctica, sostenibilidad.

DIGITAL MARKETING STRATEGIES FOR ECOTOURISM COMPANIES IN SANTANDER, COLOMBIA

ABSTRACT

This research focuses on incorporating digital marketing into marketing and advertising strategies, while evaluating the levels of implementation of digital tools in marketing campaigns of ecotourism companies from Santander. This, to establish a strategy proposal that serves as a basis for companies in the sector to have a mechanism to design their strategic digital marketing plans and thus meet their business objectives, through the proper management of digital tools. This objective is developed through applied research based on its objectives and mixed, based on its sources of information; the scope is exploratory and descriptive; a triangular approach is used; surveys and interviews are applied to a representative sample of 17 companies in the ecotourism sector of Santander with a confidence level of 95% and a margin of error of 5%. The results show that ecotourism companies in Santander

have significant opportunities for improvement, and it is necessary to recommend the implementation of the proposed strategy.

Keywords: digital marketing, ecotourism, strategic thinking, sustainability, tactical planning.

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS DE ECOTURISMO NO SANTANDER, COLÔMBIA.

RESUMO

Esta pesquisa tem como foco a incorporação do marketing digital nas estratégias de marketing e publicidade, avaliando os níveis de implementação das ferramentas digitais nas campanhas de marketing das empresas de ecoturismo do Santander. Isso, a fim de estabelecer uma proposta de estratégia que sirva de base para que as empresas do setor tenham um mecanismo para desenhar seus planos estratégicos de marketing digital e assim atender seus objetivos de negócios, por meio da gestão adequada das ferramentas digitais. Este objetivo é desenvolvido por meio de pesquisa aplicada com base em seus objetivos e mista, com base em suas fontes de informação; o escopo é exploratório e descritivo; uma abordagem triangular é usada; pesquisas e entrevistas são aplicadas a uma amostra representativa de 17 empresas do setor de ecoturismo do Santander com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%. Os resultados mostram que as empresas de ecoturismo Santander têm oportunidades significativas de melhoria, sendo necessário recomendar a implementação da estratégia proposta.

Palavras-chave: ecoturismo, marketing digital, pensamento estratégico, planejamento tático, sustentabilidade.

INTRODUCCIÓN

A través de la investigación desarrollada se ha pretendido identificar las oportunidades de mejora que presentan diversas empresas de ecoturismo en el departamento de Santander, en la implementación de las estrategias de marketing digital, siendo las redes sociales el principal medio de promoción de las pequeñas y medianas empresas en la actualidad. Así pues, el resultado de este trabajo se resume en la propuesta de una herramienta que les pueda servir como derrotero para generar estrategias de promoción y publicidad en *social media* a las empresas analizadas.

Para diseñar esta herramienta y darle solución al problema de investigación es necesario determinar cuáles son los elementos que debe contener una estrategia de marketing digital en el sector de Ecoturismo en Santander. Estos han sido identificados a través de una exploración de tipo triangular y diferentes fuentes de información (Palazzolo & Vidarte Asorey, 2013). Así, se pueden abordar los resultados cuantificables de las encuestas y los calificables de la entrevista.

El mecanismo propuesto consta de la explicación de las tácticas para establecer el público objetivo en campañas de marketing digital y de la generación de estrategias para contribuir a la mejora de los niveles de alcance de las publicaciones generadas por las empresas, mientras que se establecen las pautas para la realización de análisis financieros para medir el alcance económico de la inversión realizada en publicidad digital.

Por tanto, se busca poner en evidencia los hallazgos durante el reconocimiento de la situación actual de las organizaciones, en donde se identificaron aspectos significativos a mejorar, dado que, la mayoría no ejecuta estrategias de promoción y publicidad en redes sociales. Y, algunas de las que sí utilizan el social media para promover sus servicios, presentan estrategias incompletas, sin evaluar la efectividad de la inversión realizada y sin enfocar sus tácticas hacia la mejora continua.

Los principales aspectos para mejorar se reflejan en que no hay crecimiento o es lento, en relación con el reconocimiento, los seguidores y los clientes en redes sociales. Y, algunos factores que influyen en la ralentización de este crecimiento consisten en las limitaciones que imponen las redes sociales al alcance de las publicaciones, por no ajustarse a las pautas establecidas de las plataformas. Asimismo, se perciben ofertas turísticas limitadas por falta de alianzas y capacidad, lo que disminuye el impacto en los turistas que buscan nuevos destinos por explorar, y, es el resultado de la inadecuada promoción que hacen las empresas en social media de los destinos que visitan. Adicionalmente, se evidencia que la toma de decisiones para las estrategias de marketing digital es realizada de manera arbitraria, sin argumentos fundamentados en informes de rendimiento de las inversiones en material y pauta publicitaria.

Partiendo de estos elementos, y de la revisión de las estrategias efectivas ejecutadas por empresas líderes en turismo a nivel nacional, se busca establecer a modo general, una herramienta aplicable a diferentes tipos de empresas ecoturísticas, para controlar y eliminar las oportunidades de mejora que mayor impacto tienen en los resultados de reconocimiento y participación en el mercado de las empresas analizadas dentro del sector ecoturístico.

Como fuentes de información para esta investigación se ha acudido a bases de datos y repositorios institucionales. Las bases de datos utilizadas son: Google Académico, *Researchgate*, *Eumed*, Redalyc, Elsevier, Scielo, Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico y Dialnet. Los repositorios institucionales pertenecen a las universidades: Pontificia Universidad Javeriana, Universidad Cooperativa de Colombia (UCC), Universidad del Rosario, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales (UDCA), Corporación Universitaria Rafael Núñez, Universidad del Magdalena, Universidad Santo Tomás (USTA), Universidad de Córdoba, Corporación Universitaria Minuto de Dios (Uniminuto) y Uniamazonía.

De la revisión de la literatura de estas fuentes, se logró establecer 7 categorías para clasificar los temas a abordar durante la investigación. La primera agrupa las razones por las que el ecoturismo surgió como tendencia hasta posicionarse como una modalidad turística; la segunda aborda el nacimiento y evolución del ecoturismo en Colombia; la tercera enfatiza en la importancia del uso del marketing digital para promover el ecoturismo; la cuarta analiza el impacto económico directo e indirecto del ecoturismo en las comunidades interesadas. La quinta categoría evidencia la importancia del ecoturismo como oportunidad para superar el conflicto armado y construir tejido social; la sexta adentra en la exploración de las oportunidades de ecoturismo en Santander y cómo es el panorama actual del uso de marketing digital para su promoción y publicidad. Y, finalmente, la séptima establece la importancia del marketing digital para promover el sector ecoturístico santandereano.

Ecoturismo y *marketing* digital en Colombia

El ecoturismo ha surgido como respuesta a las constantes transformaciones de cómo las personas perciben su relación con la naturaleza y el planeta, con tendencias hacia el respeto y el regreso a los orígenes, a la naturaleza, a la búsqueda de la tranquilidad en los entornos naturales sin interferencia masiva humana, resultando el uso de ecosistemas ambientales con fines turísticos amigables, impactando económica y ambientalmente la cadena compuesta por consumidores y proveedores de turismo. Así surge el término ecoturismo para definir al turismo verde, sostenible, sustentable y responsable con la naturaleza (Diaz Christiansen, Pérez Gálvez, & Ortega Correa, 2017); (Obombo Magio & Velarde Valdez, 2019); (Pineda Paredes & Villarreal Peña, 2019).

El ecoturismo en Colombia se asocia con la denominación de los Parques Nacionales Naturales (PNN) como áreas especiales de protección ambiental, durante la década de los 80's. Desde entonces, los gobiernos han denominado PNN otros territorios y a través de diferentes concesiones han buscado desarrollar un turismo sostenible mediante figuras de guardaparques voluntarios y participando en programas de cooperación internacional. Además, diversas comunidades desarrollan actividades de ecoturismo comunitario a través de asociaciones y fundaciones, como forma de sustento económico y construcción de tejido social (Sánchez León & Vanegas Hincapié, 2018); (Sonsa Muñoz & Chaves García, 2019); (Luna Cabrera, Narváez Romo, & Molina Moreno, 2020).

Como toda actividad turística, no depende del gobierno para su estímulo y crecimiento, sino de organizaciones privadas cuya razón social está basada en servicios de ecoturismo y usan, principalmente, las redes sociales para lograr reconocimiento y participación en el mercado. Porque es a través de estas plataformas virtuales que los consumidores construyen relaciones de confianza y verifican la honestidad y coherencia de las organizaciones (Valderrama León, 2014).

El marketing digital se entiende como “las estrategias de mercado que se realizan en la *web* para que un usuario de un sitio concrete su visita tomando una acción que se ha planeado de antemano” (Selman, 2017). Y, tiene la particularidad de estar presente en la gran mayoría de instancias de la *web*, a través de los *smartphones*, la televisión digital y los videojuegos, siendo su costo mucho menor en comparación con el mercadeo tradicional de televisión, radio, periódicos, revistas, vallas publicitarias, etc. También, se percibe el marketing digital como una estrategia que no utiliza medios físicos para publicidad, es decir, es marketing verde (Navarrete Barrero, 2016).

En Colombia. uno de los PNN más visitados es el de Los Nevados, que registró en 2017, 1'087.567 visitas. Y, aunque la organización encargada de su administración, la Fundación Nevados, no tiene ánimo de lucro, el ecoturismo al parque beneficia a las comunidades aledañas y a la economía municipal, porque constituyen un paso obligado para los ecoturistas (Lozano Cruz, 2017). Y así sucede en diversos territorios como el Chocó, donde el ecoturismo contribuye a la sostenibilidad ambiental, ofreciendo nuevas oportunidades económicas a los pobladores.

En otras regiones, donde también se trata de superar los resultados del conflicto armado, el marketing digital es una base para la puesta en marcha de proyectos ecoturísticos. Por ejemplo, en el departamento de Córdoba, el ecoturismo ha contribuido al mejoramiento de su imagen y al uso sostenible de los recursos naturales (Muñoz Álvarez, Osorio Mass, Alfonso Garzón, Muñoz Hernández, & Canabal Guzmán, 2018). Se destaca el municipio San Bernardo del Viento con una

proyección internacional para promocionar el ecoturismo basado en el potencial de los paisajes naturales, la biodiversidad de los manglares y el río Sinú (Bravo Rojas & Muentes Hoyos, 2020).

El ecoturismo en la zona norte del país impacta territorios como la Sierra Nevada de Santa Marta, la Ciudad Perdida y La Guajira, que involucran ecosistemas con características biodiversas específicas y culturas ancestrales que han establecido sus propios parámetros para el cuidado ambiental (González Crawford, 2018). De las empresas de ecoturismo, el 65% hace uso de las TIC para promocionar y vender sus servicios (Fandiño Isaza, Dávila Coa, & Rodríguez Bolaño, 2018).

Hay bastantes territorios en donde el ecoturismo significa una nueva oportunidad para recuperar la paz en las comunidades con la promoción de servicios como hospedaje, senderismo, caminatas, pesca, espeleología, visitas a cascadas, avistamiento y reconocimiento de fauna, entre otros. A través del *marketing* digital, en el departamento de Caquetá y en lugares como La Macarena y Vistahermosa, en el Meta, donde agrupaciones campesinas se han constituido y promocionan sus servicios ecoturísticos a través de redes sociales y páginas web (Basto Cardona, García Capdevilla, & Vargas Losada, 2019); (Aragón Correa, Corredor Arboleda, & García Capdevilla, 2019); (Pineda Paredes & Villarreal Peña, 2019).

Aunque el ecoturismo se concibe lejos de grandes ciudades y en territorios con características exóticas de biodiversidad, en ciudades como Tunja (Franco Rozo, 2020), Bogotá (Sonsa Muñoz & Chaves García, 2019); (Bernal Reyes, 2021), y, municipios aledaños (Ayala Alfonso & Losada Arias, 2020), se impulsan a través del *marketing* digital, proyectos ecoturísticos basados en actividades como *camping*, *glamping*, senderos ecológicos y ancestrales, y turismo rural.

Ecoturismo y marketing digital en Santander

Las ofertas de ecoturismo en Santander han crecido, convirtiendo al departamento en un referente por los pueblos con paisajes coloniales, los sitios turísticos, la práctica de deportes extremos, además de la exótica comida tradicional santandereana. Sin embargo, la oferta se limita a planes cercanos a ciudades principales como Bucaramanga, San Gil, Barichara o Socorro; aprovechándose solo una parte de las muchas opciones que existen en la región. Por ejemplo, en municipios como Gámbita, Florián, San Vicente de Chucurí, Mogotes, El Playón, Guadalupe, San José de Suaita, Jordán, Berlín, entre otros, existen diversos sitios para disfrutar, como cascadas, pozos y piscinas naturales, y actividades ecológicas para realizar como senderismo, *camping*, *glamping*, práctica de deportes y observación de fenómenos, y paisajes naturales diversos, dada la ubicación en la cordillera de los Andes, que también contribuye a poder experimentar una gran variedad climática; todo a precios asequibles (Vanguardia, 2019).

La oferta gastronómica a lo largo del departamento es bastante amplia y popular, y constituye una forma de preservar las tradiciones ancestrales del territorio, garantizando empleo para los pobladores de diversos municipios, que, en muchos casos se ven obligados a trasladarse a la cabecera departamental o a otros departamentos, por el limitado acceso a oportunidades laborales. Así pues, el ecoturismo constituye un medio sostenible de crecimiento para la región y sus habitantes.

Sin embargo, de 44 empresas dedicadas al ecoturismo en Santander, 17 tienen presencia en redes sociales. Y, solo 2 han indicado que tienen estrategias de *marketing* digital establecidas, ya sea, a través de contrato con agencia, o equipo de comunicaciones interno. Esto equivale al 4% de

organizaciones ecoturísticas con planeación para el mercadeo a través de redes sociales. Lo que significa que el 96% de empresas de ecoturismo santandereanas pueden mejorar la forma como promueven y venden sus servicios a través de las plataformas digitales, que son la principal fuente para obtener reconocimiento y crecimiento económico a través de la publicidad, en la actualidad.

¿Por qué es importante generar una estrategia de marketing digital para las empresas santandereanas de ecoturismo?

De acuerdo con (Roseta & Sousa, 2019) la evolución del *marketing* es el *marketing* digital, así como, la evolución del turismo es el turismo sostenible o ecoturismo. No obstante, el *marketing* digital para el ecoturismo está más centrado en el *inbound marketing*, es decir, la atracción a turistas a través de contenido digital que promueva el compromiso ambiental, conectando de forma emocional los propósitos de la organización con los objetivos turísticos de los clientes que buscan experiencias diferentes, o que representen un cambio significativo respecto a la rutina diaria de la vida cotidiana.

En Santander, varias organizaciones gubernamentales han implementado acciones para impulsar el turismo, resultando beneficiadas las organizaciones dedicadas al ecoturismo (Redacción Vanguardia, 2021). No obstante, estos esfuerzos se han visto diezmados porque dichas acciones no son ampliamente difundidas o no se implementan con frecuencia, y, aunque constituyen un impulso para las empresas del sector, su alcance es limitado en comparación con grandes empresas turísticas con infraestructuras consolidadas en *marketing* digital, a través del uso efectivo de social media.

Por tanto, resulta notoria la necesidad de brindar un mecanismo que las empresas de ecoturismo puedan utilizar como base para generar estrategias de marketing digital, sabiendo que, varias de estas organizaciones están constituidas por comunidades rurales, asociaciones de artesanos, campesinos, pescadores, guías turísticos, líderes ambientales, y en general, personas que pueden no contar con los conocimientos básicos de mercadeo digital que posee un experto en el área. Y, tampoco cuentan con un músculo económico robusto para contratar servicios publicitarios.

Hipótesis con base en la literatura y lo planteado

La hipótesis central es que las organizaciones de ecoturismo santandereanas deben aplicar una estrategia de marketing digital que les permita contar, al menos, con presencia en redes sociales para construir comunidades que se identifiquen con su marca, convirtiendo extraños en seguidores, amigos y clientes (Salazar Corrales, Borja Brazales, & Paucar Coque, 2017).

METODOLOGÍA

Diseño de investigación

En función de los propósitos, esta investigación es de tipo aplicada (Ariza, 2021). Y, con base en las fuentes de información, se trata de una investigación mixta, en tanto que, se ha indagado en fuentes documentales para recopilar los fundamentos teóricos y recolectar herramientas para ejecutar la investigación de campo, y así, obtener información sobre el ecoturismo en Santander.

A través de un estudio descriptivo se han analizado las tendencias en las prácticas de marketing digital de un grupo de organizaciones dedicadas al ecoturismo en Santander para

identificar las oportunidades de mejora. El enfoque de la investigación es de tipo triangular; de forma cuantitativa y cualitativa, se investigó en diferentes fuentes de información, abordando los resultados cuantificables de la encuesta y los calificables de la entrevista.

Para el componente documental de la investigación, se ha acudido a información generada por otros en libros, revistas académicas y repositorios universitarios, tanto para los aspectos teóricos sobre el marketing digital y el ecoturismo, como para proyectos e investigaciones sobre esta área, llevados a cabo en diferentes regiones de Colombia.

El componente de campo se desarrolla desde el estudio del método documental. Se han utilizado cuestionarios, de opción de grado para dilucidar mejor las tendencias en las respuestas, dado que, se dan opciones de respuesta estructuradas que le facilitan a los encuestados encontrar las variables con las que más se identifican. Así pues, se ha planteado una encuesta cuyos resultados han sido tabulados, cuantificados y analizados a través de Excel; programa que permite agrupar las variables analizadas y graficar los resultados, en función de diversos parámetros.

Las entrevistas se han realizado a los gerentes o líderes de la gestión comercial, para conocer de forma cualitativa y cuantitativa cómo perciben el retorno de la inversión de las estrategias que ejecutan, así como, para evidenciar a grandes rasgos, el conocimiento técnico o empírico con el que cuentan para implementar sus tácticas de marketing digital y para planificar sus estrategias de mercadeo, además del nivel de estructuración con el que planifican estas estrategias.

Muestra

La muestra está conformada por 17 empresas registradas como prestadoras de servicios de ecoturismo en Santander (El Economista, 2021). La muestra se ajusta a un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5%. Por tanto, se generarán 17 encuestas y 17 entrevistas.

La encuesta está constituida por 24 preguntas de opción de grado, establecidas con el fin de determinar de forma cuantitativa el grado de efectividad en las estrategias de marketing digital que tienen las organizaciones. Y, la entrevista está compuesta por 13 preguntas abiertas que permiten establecer los perfiles de capacidades internas y externas de las empresas, y reconocer otro tipo de características que les han permitido o dificultado surgir y consolidarse en su mercado.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Es pertinente dar a conocer que varias de las empresas seleccionadas inicialmente como la muestra representativa para la investigación fueron modificadas, debido a que, como efecto residual de la pandemia debieron finalizar su actividad productiva. Esto requirió la búsqueda de organizaciones que se han consolidado en el último año, ya sea, porque pasaron de la informalidad a la legalidad, o porque, guías turísticos transformaron su actividad económica de prestación de servicio personal a empresarial.

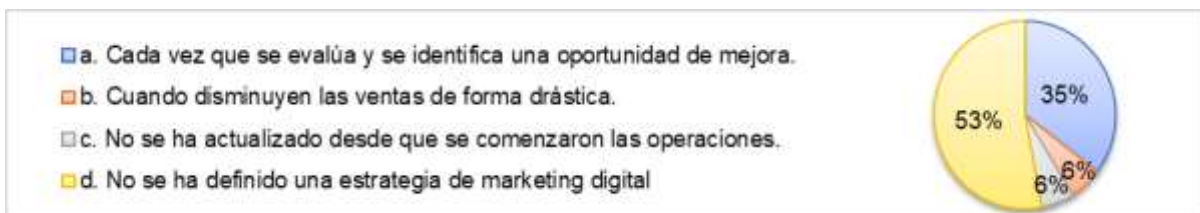
Adicionalmente, algunas de las empresas cerradas estaban compuestas por agremiaciones de campesinos o miembros de una comunidad (pescadores, agricultores, artesanos, entre otros) que se habían organizado para dar a conocer su territorio de forma ecoturística. Inicialmente, algunas se mostraron reticentes hacia la participación en la investigación por tener acceso limitado a

herramientas de comunicación o porque sus representantes no contaban con disponibilidad para resolver la encuesta y otorgar la entrevista, porque su prioridad es su actividad productiva y no la adquisición de herramientas para impulsar sus proyectos ecoturísticos. No obstante, se logró conformar la muestra representativa con empresas emergentes y obtener los resultados necesarios.

La investigación ha permitido evidenciar que más del 50% (Figura 1) de las organizaciones evaluadas no han definido una estrategia de marketing digital, ni han establecido metodologías para la evaluación de sus resultados, con el fin de medir la efectividad de las acciones ejecutadas para la atracción de clientes y tomar decisiones que contribuyan a su crecimiento en el mercado.

Figura 1.

Cada cuánto actualizan la estrategia de marketing digital las empresas de ecoturismo en Santander.

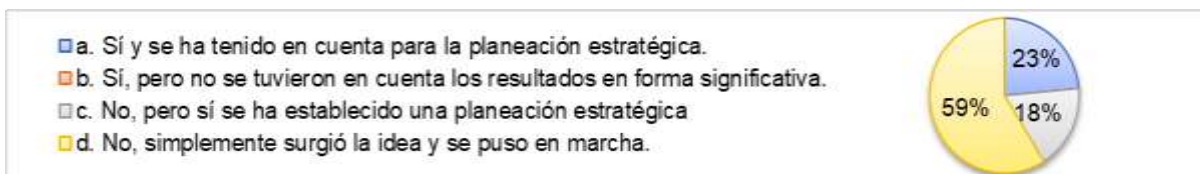


Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

Así mismo, se puede establecer que el 59% de las organizaciones no han planificado la puesta en marcha de los modelos de negocio, dejando de evaluar la viabilidad y de implementar procesos administrativos que sirven para la planeación estratégica del mercadeo (Figura 2).

Figura 2.

Porcentaje de empresas que realizan investigaciones de mercado para medir la viabilidad de su idea de negocio.



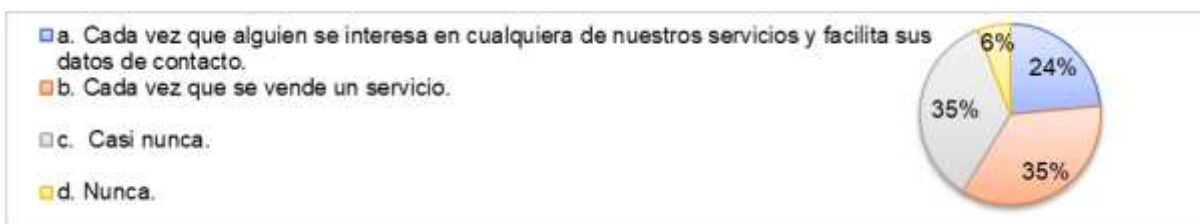
Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

Adicionalmente, se evidencia que no existe un nivel significativo de planificación en más de la mitad de las empresas encuestadas, dado que, el 47% evalúa los resultados de la ejecución de sus servicios, y el 53% no suele evaluar la satisfacción de sus clientes para tomar decisiones e implementar acciones para mejorar sus servicios.

En la Figura 3 se evidencia que el 41% de las organizaciones respondieron que no han tomado acciones para crear comunidades y comunicarse con sus clientes fidelizados y/o fidelizar clientes potenciales. El 59% que actualiza su base de datos de forma constante lo hace cada vez que un usuario facilita datos de contacto.

Figura 3.

Frecuencia de actualización de bases de datos de clientes en las empresas encuestadas.



Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

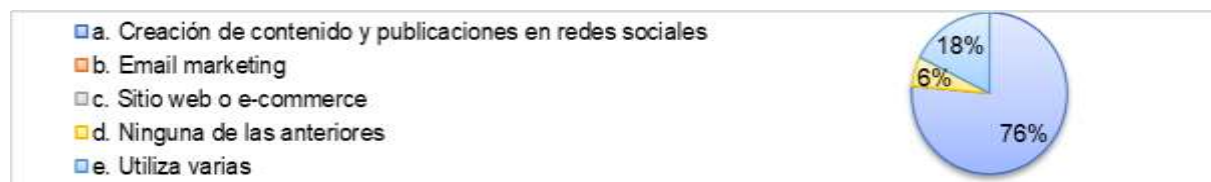
La necesidad de planificación se hace evidente porque el 41% de las empresas encuestadas no analizan si las acciones ejecutadas dentro de sus estrategias de marketing digital son efectivas, ni realizan mediciones del retorno de las inversiones realizadas. Por lo que, no pueden establecer de forma cuantitativa su crecimiento. Asimismo, el 41% a veces analiza el retorno a la inversión, el 12% lo analiza casi siempre y solo el 6% lo analiza Siempre.

Los formatos más utilizados para comunicar eventos, promociones y servicios a sus clientes, crear comunidades e interactuar con ellas entregando contenido de valor que contribuya a la fidelización, son publicaciones en redes sociales. Sin embargo, no se comparte contenido de valor en página web o a través de *e-mail marketing* o SMS. El 53% de los encuestados realiza publicaciones temporales como estados y *reels*. Y, el 47% prefiere las publicaciones como vídeos e imágenes.

En la figura 4 se evidencia que el 18% de las empresas afirma utilizar varias herramientas y el 76% utiliza únicamente la creación de contenido y publicaciones en redes sociales, y el 6% no utiliza redes sociales, sitio *web* o *e-mail marketing*.

Figura 4.

Herramientas utilizadas por las empresas de ecoturismo en Santander para el marketing digital.

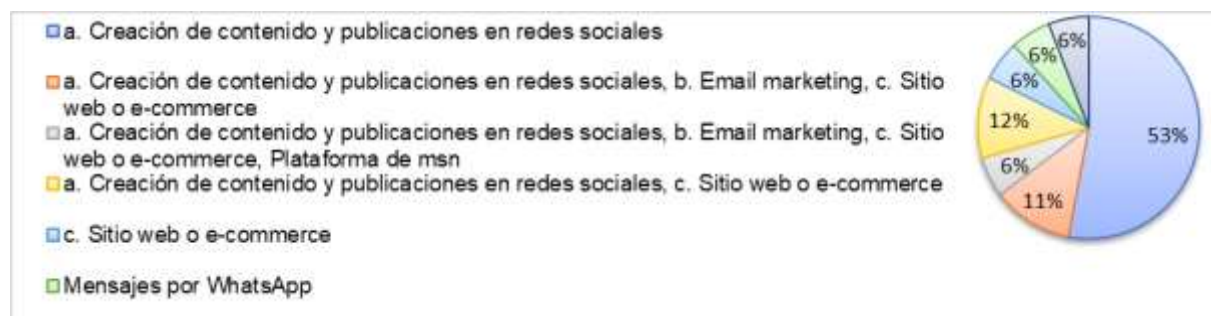


Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

De las empresas que utilizan varias herramientas para hacer mercadeo y mantener su posicionamiento en el mercado, el 53% prefieren la creación de contenido para redes sociales y sus sitios web (Figura 5). Algunas empresas pautan sus campañas publicitarias y miden el retorno de la inversión mediante el número de clientes fidelizados. Sin embargo, solo dos de las organizaciones hacen seguimiento de tipo cuantitativo a los resultados para la toma de decisiones.

Figura 5.

Medios más utilizados por las empresas que se apoyan en varias herramientas para el marketing digital.



Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

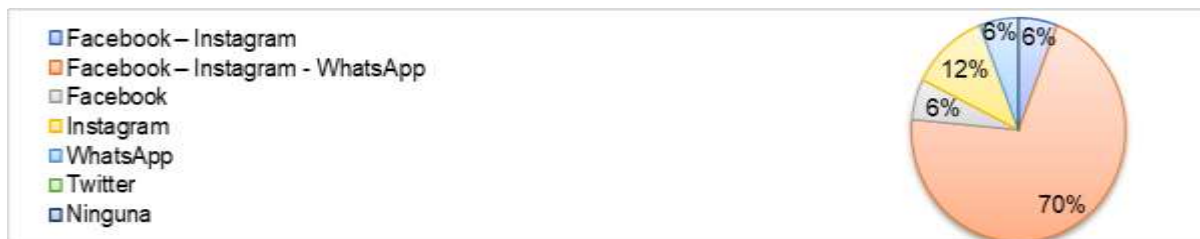
Siendo las redes sociales una de las herramientas más aprovechadas, su uso se evidencia en que el 44% publica diariamente, el 33% publica más de 4 veces al mes, el 17% publican 3 veces a la semana y el 6% publica apenas una vez al mes.

Conviene resaltar que el 70% de las empresas utilizan para compartir contenido las plataformas que tienen mayor alcance para promocionar productos y servicios. Siendo Facebook, Instagram y WhatsApp las de mayor preferencia (Figura 6). De estas, la más utilizada para

implementar campañas publicitarias es *Facebook Ads*, con un 71% de las empresas pautando a través de esta plataforma, en contraste con el 29% que nunca pagan pauta publicitaria.

Figura 6.

Redes sociales más utilizadas por las empresas de ecoturismo santandereanas para compartir contenido.

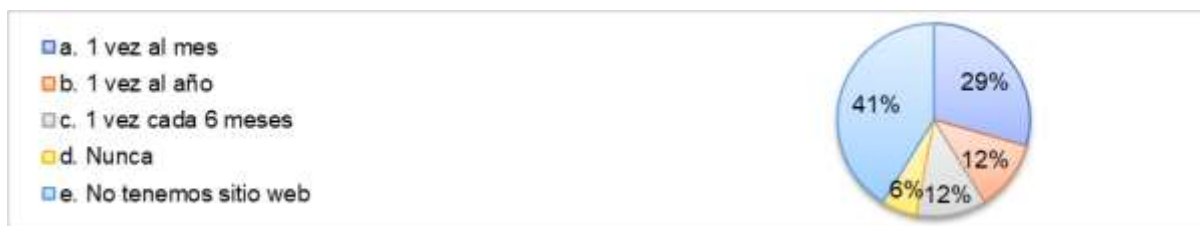


Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

Aunque el 59% de las empresas tienen sitio web, solo la mitad de estas lo aprovechan y lo gestionan para su beneficio y el de sus clientes. Apenas el 29% lo actualizan una vez al mes, seguidos por el 12% que lo hacen 1 vez cada 6 meses, y otro 12% hace actualizaciones 1 vez al año. El 6% de los que tienen sitio web nunca lo han actualizado (Figura 7).

Figura 7.

Frecuencia de actualización de los sitios web de las empresas de ecoturismo santandereanas.



Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

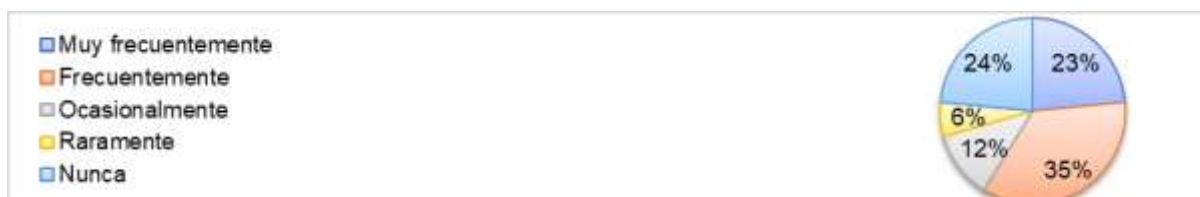
Es importante resaltar que, el 94% de las empresas encuestadas conceden gran importancia a la definición del público objetivo en las campañas que realizan. Por lo que, es fundamental que cuenten con los conocimientos necesarios para poder definir con efectividad este aspecto elemental en la publicidad a través del *marketing* digital. El 6% indica que es de poca importancia este aspecto.

Se resalta que el 59% de las empresas evalúan con frecuencia las tendencias del mercado y las dinámicas de satisfacción de los clientes. Esto resulta beneficioso para este tipo de empresas disruptivas. No obstante, el 23% nunca evalúan las tendencias del mercado, el 12% lo hacen de forma ocasional y el 6% casi nunca.

Conviene destacar que las organizaciones encuestadas tienden a evaluar con frecuencia si cuentan con ventajas competitivas y aspectos diferenciadores frente a las otras empresas, con el fin de dar a conocer aspectos que los destaquen entre los usuarios. El 58% lo evalúa de forma frecuente en mayor o menor medida; el 24% nunca hace esta evaluación, el 12% lo evalúa ocasionalmente y el 6% de forma muy esporádica (Figura 8).

Figura 8.

Frecuencia con que los encuestados evalúan los aspectos diferenciadores que les ofrecen a los clientes.

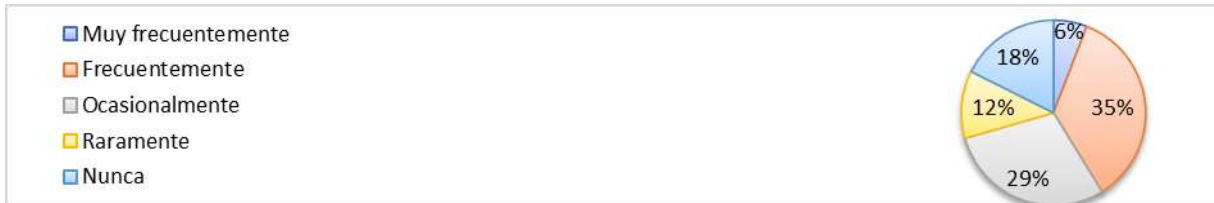


Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

La figura 9 permite evidenciar que el 41% de las empresas miden constantemente el cumplimiento de los objetivos de mercadeo. El 18% nunca evalúan si las acciones que ejecutan logran cumplir los objetivos de mercadeo, lo que significa que puede que estas empresas no planteen objetivos o si los tienen, no les asignan ninguna importancia en el funcionamiento de su organización.

Figura 9.

Frecuencia de medición del cumplimiento de los objetivos de mercadeo en las empresas encuestadas.

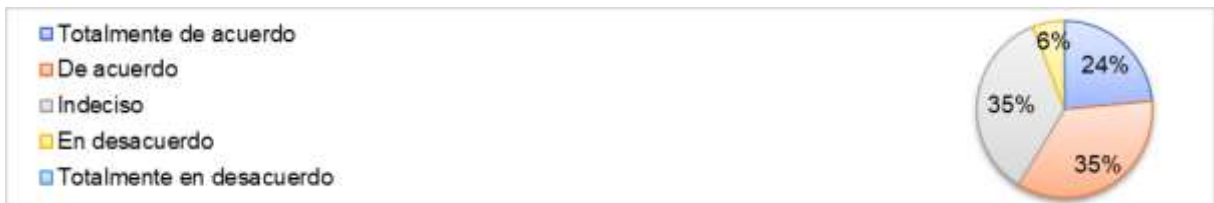


Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

El 59% de las empresas se aseguran de establecer unos objetivos y de que las estrategias y tácticas contribuyan al cumplimiento de ellos (Figura 10). No obstante, algunos de los que indican que hacen mediciones, las realizan de forma cualitativa, comparando si las metas de ventas de servicios coinciden con el alcance y reacciones de las publicaciones en redes sociales y el aumento en el número de seguidores. El 35% no están seguros de si los objetivos de mercadeo se alinean con la estrategia y las tácticas de la organización. Y, el 6% no se aseguran de medir o comparar.

Figura 10.

Frecuencia con que las empresas evalúan si los objetivos de mercadeo están de acuerdo con las estrategias planteadas y las tácticas empleadas

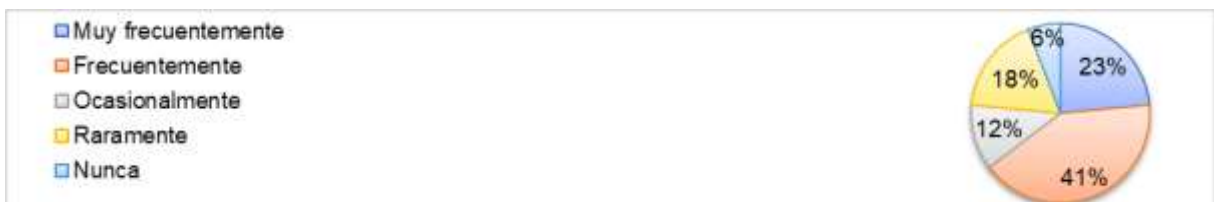


Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

El 64% de las empresas se aseguran de que sus equipos de trabajo alineen las actividades que ejecutan con el cumplimiento de los objetivos de la organización. Pero, la cifra de empresas que no verifican este aspecto corresponde al 24% (Figura 11).

Figura 11.

Respuestas a la pregunta que busca establecer si las empresas verifican que sus equipos de trabajo conocen, comprenden y trabajan para cumplir los objetivos de las organizaciones.



Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

El 30% de las organizaciones de ecoturismo en Santander no suelen revisar, evaluar y actualizar sus planes estratégicos. El 23% nunca hacen esta evaluación porque pueden no tener un plan estratégico. Y, el 47% sí revisan y actualizan su plan estratégico con frecuencia.

El 71% de las organizaciones le concede gran importancia a buscar actualizaciones en tecnología que permitan optimizar las estrategias de marketing digital y el servicio al cliente. Y, el 29% le asigna importancia, pero no de forma significativa. Adicionalmente, la totalidad de las empresas ha reconocido que se apoyan en elementos de tecnología de alta calidad para la toma de vídeos, fotografías y edición de contenido para entregarle a sus clientes y publicar en redes sociales.

El 53% le concede importancia en mayor o menor medida a apoyarse en organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, mientras que 29% no considera importante en absoluto el apoyo que estas instituciones puedan brindarle (Figura 12). Las empresas que consideran que se han beneficiado de este tipo de organizaciones, resaltan a FONTUR, encargada de “Recaudar, administrar y ejecutar los recursos de la contribución parafiscal para la promoción y competitividad del turismo” (FONTUR, 2022); el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), algunas Alcaldías Municipales y la Gobernación de Santander.

Figura 12.

Importancia que le conceden las empresas al apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales.

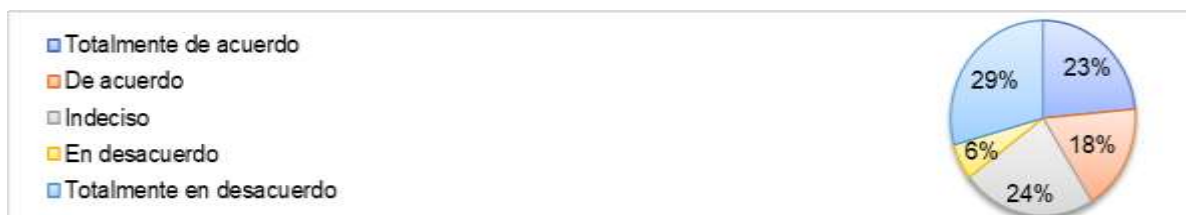


Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

El 41% de las empresas encuestadas implementan o tienen como guía una o varias normas establecidas para el ecoturismo. Una de las organizaciones ha informado que implementa la NTS-TS 003, Norma de Turismo Sostenible (la más relevante) y está buscando certificación de calidad para la empresa. Y, tanto las organizaciones, como los guías turísticos deben contar con Registro Nacional de Turismo. Aun así, el 35% de los encuestados no le concede importancia a utilizar alguna norma, al menos como guía para la prestación de servicios ecoturísticos de calidad (Figura 13).

Figura 13.

Nivel de importancia que le conceden las empresas a utilizar o guiarse por normas técnicas para ecoturismo con calidad.



Nota. Elaboración propia a partir de encuesta.

En las entrevistas realizadas a los representantes comerciales de las organizaciones se identificaron los perfiles de capacidad interna de las empresas de ecoturismo en Santander. Y, también los factores externos que las empresas identifican como oportunidades y amenazas para el crecimiento del sector ecoturístico departamental. En la Tabla 1 se consolidan estos resultados a través de una matriz DOFA, en la que de forma resumida se agrupan los factores más relevantes a nivel interno y externo, considerados por las 17 organizaciones entrevistadas

Tabla 1.

Matriz DOFA.

Fortalezas	Debilidades
Conocer y reconocer los territorios, su historia y las comunidades	Es necesario mejorar el contenido en redes sociales y compartir contenido de valor
Brindar seguridad y confianza a los ecoturistas	Se debe mejorar la organización financiera y económica
Conocimiento sobre tecnología	Mejorar la organización para aprovechar los medios de promoción
El “voz a voz” de los clientes que da a conocer las experiencias positivas	Necesidad de ejecutar estrategias efectivas de publicidad en medios digitales y físicos
Ofrecer experiencias que transforman vidas	Se necesita fortalecer las redes sociales y hacer campañas de reconocimiento
Construcción de relaciones de cercanía con los viajeros	Falta de alianzas estratégicas con proveedores de zonas nuevas.
Variedad de planes para todo tipo de usuarios.	No implementar normas de calidad en todos los procesos para estar mejor cualificados
Tecnología para llevar a cabo las actividades (GPS)	Se debe capacitar a los trabajadores en atención a los clientes
Experiencia, trayectoria y reconocimiento en el mercado	Falta de aprendizaje de otro idioma para atender turistas extranjeros. Inglés principalmente.
Equipos tecnológicos avanzados para entregar contenido de valor	Falta documentar, planificar y llevar trazabilidad para mejorar la toma de decisiones
Guías turísticos oriundos de las zonas que brindan confianza	Es necesario implementar planeación estratégica para el mercadeo digital.
Comunidades creadas en redes sociales con clientes fidelizados	Baja presencia en internet a través de página web para contenido de valor y medios de pago
Innovación en recorrer nuevas rutas	
Oportunidades	Amenazas
Capacitaciones Cámara de Comercio, MinTIC y Alcaldías	Falta de apoyo por parte del gobierno
Apoyo de casas de la cultura	No hay acompañamiento a los pequeños empresarios de turismo
Disposición de las comunidades para dar a conocer y compartir sus territorios	Leyes gubernamentales perjudiciales, tanto para empresas, como para el medio ambiente
Tendencia de disfrute del medio ambiente con responsabilidad	Sobre explotación de sitios ecoturísticos por empresas con poco compromiso ambiental
Necesidad de experiencias de calidad para la mente y el alma	Organizaciones que cuidan las áreas protegidas no permiten las actividades de ecoturismo.
Alianzas estratégicas entre agencias ecoturísticas	Falta de cultura y gestión para la conservación de caminos ancestrales e históricos.
Digitalización de las modalidades de pago, facilitando el control	No todas las empresas legalizadas se sienten beneficiadas por FONTUR y otras entidades.
Capacitaciones a las comunidades a través de aliados estratégicos locales	La elevada carga tributaria disminuye la posibilidad de crecimiento de las empresas legales
Ser empresa legal permite agremiarse, crear redes y alianzas estratégicas	Las empresas ilegales dañan el mercado a través de malos servicios a ecoturistas nuevos
Influenciadores interesados en visitar y promover las rutas ecoturísticas	Cobro de IVA a servicios turísticos, lo que encarecerá el precio a los usuarios.
Acceso a Parques Nacionales Naturales	Mal estado de la infraestructura vial
Alianzas estratégicas con restaurantes y comercios de las comunidades	Ventas de predios a privados, incluyendo sitios públicos importantes para ecoturismo.
Promoción y reconocimiento de Colombia como destino ecoturístico.	Alto índice de informalidad y falta de garantías para las empresas legales y sus usuarios

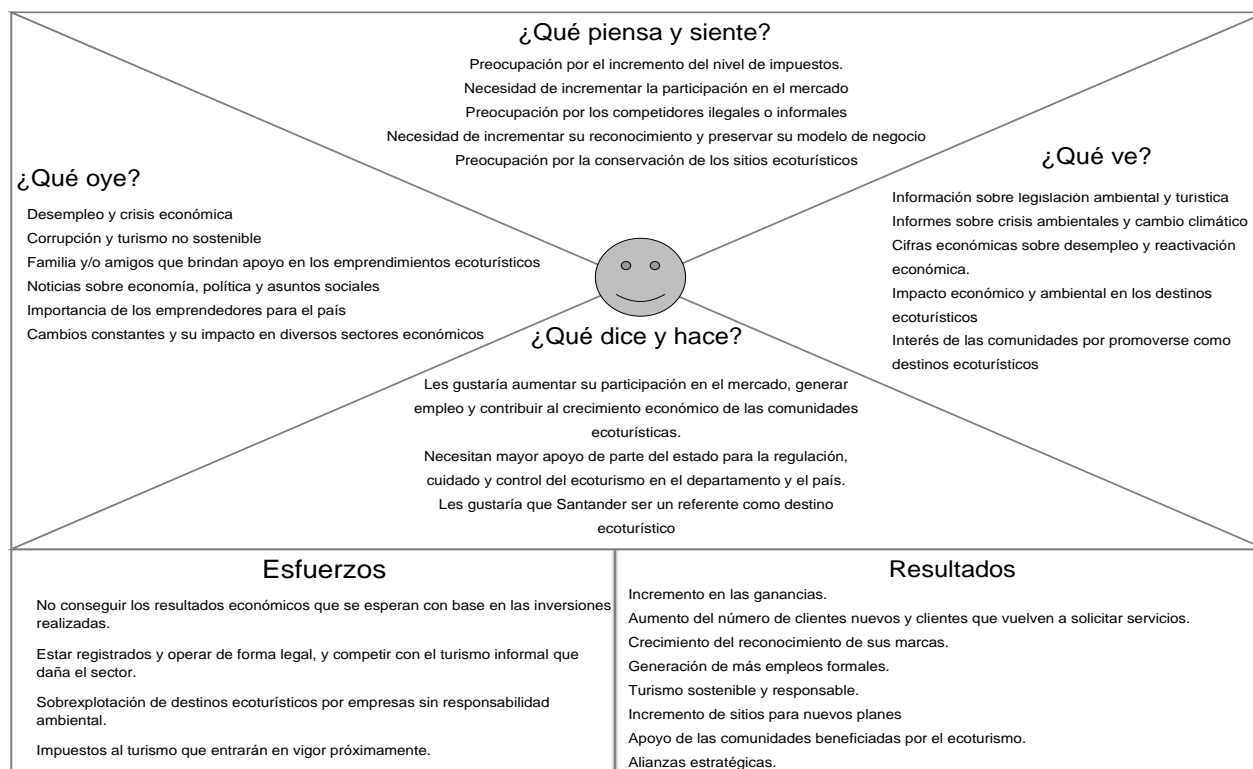
Etapa postpandemia: necesidad de reencontrarse con la naturaleza

Nota. Elaboración propia a partir de encuesta

A través de un mapa de empatía (Figura 14) (Carrillo Pineda, 2022), se caracterizan las necesidades de los empresarios de ecoturismo, con el fin de establecer cuál es el valor que debe agregar la herramienta propuesta, dado que, los objetivos de las empresas deben corresponder a los objetivos de las personas que las integran.

Figura 14.

Mapa de empatía



Nota. Elaboración propia a partir de entrevistas.

CONCLUSIONES

Se puede afirmar que las empresas de ecoturismo en Santander se verían beneficiadas del diseño de una guía que sirva como modelo para la generación de estrategias de marketing digital. Para la construcción de esta herramienta se deben evaluar los elementos que contienen las estrategias propuestas o implementadas en casos de éxito de otros sectores turísticos, para identificar y establecer parámetros para mejorar aspectos fundamentales como el reconocimiento en redes sociales, y el crecimiento en seguidores y clientes a través de la emisión de contenido de calidad con diseño profesional, adecuado y que permita un alcance significativo orgánico y pautado.

El mecanismo propuesto debe plantear herramientas para optimizar los procesos de toma de decisiones con fundamentos en los resultados evaluados de forma cuantitativa y cualitativa, ya que, también debe establecer parámetros para medir el crecimiento en reconocimiento, seguidores, clientes y retorno de la inversión. Y, así evaluar si la estrategia es efectiva para lograr un mayor alcance con base en la optimización de públicos segmentados y entrega de contenido de valor.

Se ha evidenciado la necesidad que tienen las organizaciones ecoturísticas de Santander de contar con mecanismos para ejecutar el análisis y determinación del público objetivo de las campañas

de mercadeo digital. Esto se establece con base en que, de las organizaciones encuestadas, solo dos conceden importancia a la definición de un *target* para lograr un alcance óptimo y la consecución de los objetivos de mercadeo. Por tanto, las demás organizaciones están en la necesidad de conocer la metodología para establecer un público objetivo en las campañas publicitarias, para que las pautas que realicen cumplan con las expectativas a partir de las cuales se generan.

Asimismo, se enfatiza en la pertinencia de establecer los aspectos que deben tener en cuenta las organizaciones ecoturísticas para mejorar los niveles de alcance de las publicaciones emitidas. Es decir, identificar pautas y recomendaciones de acuerdo con los parámetros que establecen las redes sociales para llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles, incrementar el reconocimiento, número de seguidores y clientes.

Las pautas para realizar análisis financieros que permitan medir el alcance económico de la inversión realizada a través de las estrategias de marketing digital también deben hacer parte del instrumento a diseñar. Porque, la generación de esta información contribuye a evaluar si se están ejecutando las acciones correctas para lograr reconocimiento y crecimiento económico, o si se identifican oportunidades de mejora y se deben tomar decisiones de estrategias más efectivas.

El propósito del mecanismo orientador debe estar enfocado hacia el establecimiento de estrategias efectivas de marketing digital para potencializar el reconocimiento de los servicios en el sector ecoturístico de Santander, en tanto que, la inmensa mayoría de empresas participantes en la investigación no han seguido un derrotero que les haya permitido aprovechar los beneficios que dan las redes sociales y plataformas digitales para la venta de servicios vanguardistas e innovadores, con base en las tendencias que están siguiendo los consumidores en la actualidad. De esta manera, en la figura 15 se da a conocer, a través de un lienzo CANVAS, cuáles serían las características con las que contaría la herramienta que se les entregaría a las organizaciones participantes en la investigación en curso, con el fin de que potencialicen su trabajo en redes sociales y logren sus objetivos de mercadeo digital.

Figura 15.

Lienzo CANVAS de la herramienta para el diseño de estrategias de marketing digital.

<p>SOCIOS CLAVE</p> <p>Experto en marketing digital Bases de datos Diseñadores gráficos</p> 	<p>ACTIVIDADES CLAVE Investigación de tendencias en marketing digital Investigación en tendencias de ecoturismo</p>  <p>RECURSOS CLAVE Equipo de cómputo Internet Diseño gráfico</p> 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Herramienta para generación de estrategias de marketing digital efectivas que contribuyan al crecimiento y mantenimiento en el mercado de las empresas de ecoturismo en Santander</p> 	<p>RELACIÓN CON LAS EMPRESAS</p> <p>Asesoría integral sobre generación de imágenes y contenidos. Instructivo para implementación de pauta publicitaria y segmentación de público Instructivo para evaluar el retorno de la inversión en pauta</p>  <p>CANALES Redes sociales Herramientas para videoconferencias E-mail</p> 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>Empresas de ecoturismo en Santander que deseen implementar estrategias efectivas de marketing digital para aumentar su participación en el mercado y garantizar el reconocimiento entre los clientes fidelizados y los potenciales</p> 
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Diseño de guía o herramienta para el diseño de estrategias de marketing digital Inversión en desplazamientos para reuniones presenciales</p> 		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <p>Asesoría en el diseño de contenido para redes sociales Pautas para el establecimiento de público objetivo Orientación para la generación de pauta publicitaria</p> 		

Nota. Elaboración propia a partir de encuestas y entrevistas.

REFERENCIAS

- Aragón Correa, J. A., Corredor Arboleda, V. A., & García Capdevilla, D. A. (2019). Estrategia de negocio en las MiPymes turísticas, Caquetá, Colombia. *FACCEA*, 9(2), 133-141. Obtenido de <http://www.uniamazonia.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/133-141/2431>
- Ariza, E. D. (2021). Eje 4. Propongamos. En E. D. Ariza, *Seminario de Investigación II* (pág. 5). Bogotá: AREANDINA.
- Ayala Alfonso, D. A., & Losada Arias, H. (2020). *Diseño e implementación del plan de marketing digital para la Asociación Mutual Turismutual Villapinzón*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/28320/1/2020_dise%c3%b1o_implementaci%c3%b3n_plan.pdf
- Basto Cardona, N. A., García Capdevilla, D. A., & Vargas Losada, H. F. (2019). Estrategia de marketing digital mediante la realidad virtual para potencializar el ecoturismo en la vereda El Manantial Municipio de Florencia-Caquetá, Colombia. *Entorno Geográfico*, 128-147. doi:https://www.researchgate.net/publication/344169227_Estrategia_de_marketing_digital_mediante_la_realidad_virtual_para_potencializar_el_ecoturismo_en_la_vereda_El_Manantial_Municipio_de_Florencia-Caqueta_Colombia
- Bernal Reyes, L. C. (2021). *Estrategia de Marketing Digital de Turismo Rural y Comunitario de la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental*. Bogotá: Corporación Universitaria minuto de Dios. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/12305/T.ATH_BernalReyesLauraCatalina_2021.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Bravo Rojas, A. M., & Muentes Hoyos, Y. d. (2020). *Estrategias de marketing para la internacionalización del turismo en el municipio de San Bernardo del Viento, Córdoba - Colombia*. Montería: Universidad de Córdoba. Obtenido de <https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/3975/Monografia%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrillo Pineda, D. M. (2022). *Mapa de Empatía*. Bogotá: AREANDINA.
- Diaz Christiansen, S., Pérez Gálvez, J., & Ortega Correa, M. (2017). Análisis de las motivaciones hacia el ecoturismo en Ecuador. Un estudio de caso en la isla Santay. *TURyDES: Revista Turismo y Desarrollo local*, 10(22), 1-19. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/isla-santay.html>
- El Economista. (2021). *Ecoturismo en Santander*. Obtenido de Sitio web El Economista: <https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/ECOTURISMO/departamento/SANTANDER/>
- Fandiño Isaza, J. R., Dávila Coa, L., & Rodríguez Bolaño, M. (2018). Marketing digital en las empresas de Turismo de Naturaleza del Departamento de Magdalena. *VinculaTégica EFAN*, 289-296. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Fandino-Isaza/publication/330295536_Marketing_digital_en_las_empresas_de_Turismo_de_Naturaleza_del_Departamento_de_Magdalena/links/5c37e4d992851c22a36b2a89/Marketing-digital-en-

- FONTUR. (2022). *Funciones y deberes*. Obtenido de Sitio web FONTUR Colombia: <https://fontur.com.co/es/quienes-somos/funciones-y-deberes>
- Franco Rozo, J. A. (2020). *Proyecto de investigación Marketing digital, una estrategia aplicada al turismo de la ciudad de Tunja*. Tunja: Universidad Santo Tomás. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28478/2020jesusfranco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González Crawford, A. M. (2018). *El marketing digital como estrategia para posicionar la marca Magic Tour Colombia S.A.S*. Santa Marta: Universidad del Magdalena. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/270126525.pdf>
- Lozano Cruz, E. A. (2017). La relevancia de las actividades ecoturísticas en Colombia: una aproximación económica y social para su desarrollo en el Parque Nacional Natural Los Nevados. Colombia. *Revista Geográfica Digital*, 1-10}.
- Luna Cabrera, G., Narváez Romo, A., & Molina Moreno, Á. (2020). Percepción de jóvenes rurales frente al ecoturismo en el Centro Ambiental Chimayoy, Municipio de Pasto, Colombia. *Información tecnológica*, 31(2), 229-238. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000200229>
- Muñoz Álvarez, C. A., Osorio Mass, R. C., Alfonso Garzón, L. F., Muñoz Hernández, H., & Canabal Guzmán, J. D. (2018). Ecoturismo, marketing ecológico y postconflicto, una mirada en contexto para el departamento de Córdoba. *Corporacion Universitaria Rafael Núñez: Revistas CURN*, 91-127. Obtenido de <https://core.ac.uk/reader/267966529>
- Navarrete Barrero. (2016). *El ecoturismo en el departamento del Chocó: una mirada desde el desarrollo sostenible y el marketing verde*. Obtenido de Repositorio Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales UDCA: <https://core.ac.uk/download/pdf/326429124.pdf>
- Obombo Magio, K., & Velarde Valdez, M. (2019). El ecoturismo en las reservas de la biosfera. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 97-112.
- Palazzolo, F., & Vidarte Asorey, V. (2013). *Claves para abordar el diseño metodológico*. Obtenido de Sitio web Maestría Diseño Comunicacional FADU - UBA: <https://maestriadicom.org/articulos/claves-para-abordar-el-diseno-metodologico/>
- Pineda Paredes, J. M., & Villarreal Peña, J. F. (2019). *La Macarena y Vistahermosa, una posibilidad para el ecoturismo comunitario 1980-2019*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46766/tesis%20javerianaaaa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Redacción Vanguardia. (12 de Marzo de 2021). *¿Quiere viajar?: Conozca las promociones del Gobierno para programar sus vacaciones en Santander*. Obtenido de Sitio web Vanguardia: <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/quiere-viajar-conozca-las-promociones-del-gobierno-para-programar-sus-vacaciones-en-santander-YX3505133>
- Roseta, P., & Sousa, B. M. (2019). O papel do marketing como potenciador do ecoturismo e desenvolvimento sustentável. *Latin American Journal of Business Management*, 10(2), 53-72.

Obtenido de <https://lajbm.com.br/index.php/journal/article/view/573/261>

Salazar Corrales, A., Borja Brazales, Y., & Paucar Coque, L. (2017). El marketing digital y su influencia en la administración empresarial. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3(4), 1161-1171. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325485>

Sánchez León, A. C., & Vanegas Hincapié, C. (2018). *Proyecto de Investigación Requerimientos Logísticos y Estratégicos del Ecoturismo en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/18332/S%C3%A1nchezLe%C3%B3n-AngieCatherine-2018.pdf?sequence=1>

Selman, H. (2017). Marketing Digital. En S. Habyb, *Marketing Digital* (pág. 6). Ibukku. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=marketing+digital&ots=KliGJx3Yn-&sig=QxQQEN42ZVvwW8ta-Jitd6Y-KyY#v=onepage&q=marketing%20digital&f=false>

Sonsa Muñoz, D. A., & Chaves García, K. A. (2019). *Diseño del plan estratégico de marketing del Ecoturismo en la ciudad de Bogotá*. Obtenido de Repositorio UCC: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/13533/1/2019_Dise%C3%B1o_%20Marketing_%20Ecoturismo.pdf

Valderrama León, N. A. (2014). *Desarrollo de estrategia de comunicación para el posicionamiento de la empresa de ecoturismo Colombia Expedición*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/14637/ValderramaLeonNatalyAndrea2014.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Vanguardia. (24 de Enero de 2019). *Los 10 sitios para visitar en Santander de los que poco se habla*. Obtenido de Sitio web Vanguardia: <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/los-10-sitios-para-visitar-en-santander-de-los-que-poco-se-habla-JB355902>

TURYDES. TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

DESENVOLVIMENTO PARA QUEM? EXCLUSÃO SOCIAL EM TERRITÓRIOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS

Marcela de Melo Soares Sales

Doutoranda em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6638-6458>
e-mail: marcelasmm@gmail.com

Vanice Santiago Fragoso Selva

Professora. Dra. do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2477-3898>
e-mail: vanice.selva@ufpe.br

RESUMO

A inclusão social, o crescimento econômico e a conservação dos recursos naturais são os pilares do desenvolvimento local, cujo sucesso depende da participação da comunidade nas decisões que implicam mudanças nas formas de uso dos espaços e na dinâmica ambiental. Considerando o turismo em destinos litorâneos, percebe-se que o setor ainda carece de planejamento e gestão adequados e integrados para o ordenamento territorial. Assim, o objetivo deste artigo foi analisar se as ações implementadas pela gestão municipal do Ipojuca para fomento do turismo de Porto de Galinhas vêm contribuindo para o desenvolvimento local. Essa investigação teve abordagem qualitativa e caráter descritivo, com a realização de pesquisas bibliográfica, documental e observação *in loco*. Com base nos resultados obtidos, concluiu-se que a gestão municipal do Ipojuca precisa melhorar o planejamento do turismo para que os benefícios advindos das práticas turísticas sejam revertidos em melhorias sociais e econômicas para os moradores de Porto de Galinhas.

Palavras-chave: Desenvolvimento Local, Participação Social, Governança, Turismo, Inclusão Social, Gestão, Porto de Galinhas.

¿DESARROLLO PARA QUIÉN? EXCLUSIÓN SOCIAL EN TERRITORIOS TURÍSTICOS COSTEROS

RESUMEN

La inclusión social, el crecimiento económico y la conservación de los recursos naturales son los pilares del desarrollo local, cuyo éxito depende de la participación de la comunidad en las decisiones que implican cambios en el uso del espacio y la dinámica ambiental. Considerando el turismo en los destinos costeros, se percibe que el sector aún carece de una planificación y gestión adecuadas e integradas para la ordenación del territorio. Así, el objetivo de este artículo fue analizar si las acciones implementadas por la gestión municipal de Ipojuca para promover el turismo en Porto de Galinhas han contribuido al desarrollo local. Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo y carácter descriptivo, con la realización de investigaciones bibliográficas y documentales y la observación *in situ*. A partir de los resultados obtenidos, se concluyó que la gestión municipal de Ipojuca necesita

mejorar la planificación turística para que los beneficios derivados de las prácticas turísticas se revertan en mejoras sociales y económicas para los habitantes de Porto de Galinhas.

Palabras clave: Desarrollo Local, Participación Social, Gobernanza, Turismo, Inclusión Social, Administración, Porto de Galinhas.

DEVELOPMENT FOR WHOM? SOCIAL EXCLUSION IN COASTAL TOURIST TERRITORIES

ABSTRACT

Social inclusion, economic growth, and conservation of natural resources are the pillars of local development, whose success depends on the participation of the community in decisions that involve changes in the use of space and environmental dynamics. Considering tourism in coastal destinations, it can be seen that the sector still lacks adequate and integrated planning and management for territorial planning. Thus, the objective of this article was to analyze whether the actions implemented by the municipal management of Ipojuca to promote tourism in Porto de Galinhas have been contributing to local development. This research had a qualitative and descriptive approach, with the realization of bibliographic and documental research and on-site observation. Based on the results obtained, it was concluded that the municipal management of Ipojuca needs to improve tourism planning so that the benefits arising from tourism practices are reversed in social and economic improvements for the residents of Porto de Galinhas.

Keywords: Local Development, Social Participation, Governance, Tourism, Social Inclusion, Management, Porto de Galinhas.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento local envolve processos de mudança endógena que permitem melhorar a qualidade de vida da população de pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos, sobrepondo-se à visão economicista ao utilizar como parâmetros a plenitude individual e a autodeterminação coletiva (Anderson, 2015). É guiado pelo tripé: oportunidades sociais, competitividade econômica e conservação dos recursos naturais, exigindo um modelo de gestão em que todos os integrantes da rede, Estado, mercado e sociedade civil participam da tomada de decisão (Anderson, 2015).

Nessa perspectiva, a comunidade local precisa ter voz nas decisões que implicarão mudanças nas formas de uso dos territórios e na dinâmica ambiental. Para garantir a participação popular, incorporando o conhecimento, as demandas e os conflitos dos residentes, os arranjos institucionais são modificados para um processo decisório descentralizado, cujas práticas de governança alinhem os diversos interesses dos atores sociais para a consecução da vontade coletiva (Silva *et al.*, 2018).

Logo, o conceito de desenvolvimento local preconiza que os comunitários têm mais condições de intervir nas políticas públicas, ao indicarem formas de ajustá-las ao seu contexto, evitando o

aprofundamento das desigualdades sociais existentes. Nessa acepção, os municípios são os protagonistas do desenvolvimento, por constituírem a esfera governamental mais próxima da população. Assim, para um planejamento e gestão adequados faz-se necessário estudar as particularidades do território, como: infraestrutura, cultura, capital humano, atividades econômicas predominantes, recursos naturais, entre outros fatores associados aos objetivos visados (Barros & Castro, 2013).

No que tange à gestão municipal de áreas litorâneas brasileiras, percebe-se que o turismo é uma das principais atividades econômicas desses territórios. Apesar do potencial para dinamizar a economia e promover a inclusão social, o setor ainda carece de um planejamento satisfatório e de políticas públicas específicas para o ordenamento territorial (Selva, 2012). É indispensável controlar o processo de ocupação de uma região, dimensionando o número de visitantes, fluxo de transporte e infraestrutura básica, de modo que as intervenções realizadas não comprometam o meio ambiente, impactando negativamente na paisagem, topografia, sistema hídrico e recursos naturais.

Dessa forma, para que o turismo não intensifique os problemas locais, seu planejamento precisa ser uma construção coletiva, considerando as políticas e atores que tenham relação direta com o setor turístico ou que neste possam acarretar impactos. Essa estrutura, em seus moldes ideais, evita a implementação de políticas públicas de cunho predominantemente desenvolvimentista, tendo como fundamento a sustentabilidade (Selva, 2012). Vale destacar que os mediadores das instâncias colegiadas devem respeitar elementos como cultura, capital social, identidade e pertencimento das comunidades turísticas. No âmbito municipal, é necessário integrar as diferentes organizações, agências públicas, prestadores de serviços e representações locais (Santos & Avila, 2017; Selva, 2012).

O cenário brasileiro aponta para o caráter segregador da conformação e uso dos territórios turísticos litorâneos, segmento de sol e praia, principalmente no Nordeste. Isso acontece quando o planejamento não é articulado com as demandas locais. A exclusão social dos sujeitos da rede de turismo é evidenciada pelos empregos informais e precários. Os residentes também convivem com a elevação do custo de vida, especulação imobiliária (esta termina “empurrando” a população para municípios vizinhos), acúmulo de lixo nos bairros que não são foco do turismo, entre outras dificuldades (Abreu & Costa, 2017; Cunha, Ibiapina, Santos, Rocha, & Silveira Júnior, 2016).

Todavia, o turismo não pode ser responsabilizado pela problemática dos destinos anfitriões, tampouco deve-se esperar que suas práticas proporcionem justiça social. Como qualquer atividade econômica, ele segue a lógica do capitalismo e é condicionado pelo legado histórico de desigualdades socioespaciais do território brasileiro. Quando não há um planejamento adequado pode ampliar as assimetrias, como pobreza, degradação ambiental e desterritorialização (Cruz, 2018; Selva, 2012).

Por conseguinte, a presente pesquisa é justificada pela necessidade de discutir a inclusão social dos comunitários nos territórios turísticos litorâneos. Tendo como premissa que a qualidade do planejamento da gestão municipal do turismo influencia no desenvolvimento e sustentabilidade locais.

Como lócus foi escolhido o município do Ipojuca, mais precisamente a Vila de Porto de Galinhas, localizada no Litoral Sul pernambucano, por ter uma das principais praias indutoras do

turismo no estado, com elevado fluxo de turistas domésticos e internacionais atraídos pelas suas belezas naturais e cuja biodiversidade carece de medidas para conservação ambiental. O recorte temporal foi de 2010 a 2022, tendo em vista que os dados socioeconômicos coletados contemplaram esse período.

Isto posto, tem-se a seguinte pergunta de pesquisa: as ações implementadas pela gestão municipal do Ipojuca para o incremento do turismo em Porto de Galinhas contribuem para o desenvolvimento local?

Buscando responder esse questionamento, o objetivo desta pesquisa foi analisar se as ações implementadas pela gestão municipal do Ipojuca para fomento do turismo de Porto de Galinhas vêm contribuindo para o desenvolvimento local.

REVISÃO DE LITERATURA

Desenvolvimento Local, Turismo e Inclusão Social

A modernidade, o capitalismo e a globalização reforçam a lógica utilitarista que percebe o progresso apenas como o acúmulo de bens materiais, afastando o indivíduo dos valores morais indispensáveis à formação de uma sociedade cooperativa e ambientalmente responsável (Calgaro & Pereira, 2017). Como agravante, os programas de governo implementados visando ao crescimento econômico além de não acolherem a multidimensionalidade dos problemas, acarretaram diversas externalidades negativas, tanto sociais quanto ambientais.

Então, foi necessário repensar os modelos de planejamento e gestão para que as medidas aplicadas conseguissem atender os interesses coletivos, reduzindo a pobreza e atenuando as desigualdades. Com esse fim, surgiu uma estratégia fundamentada na visão ecológico-humanista que pressupõe um processo endógeno de mudança social, econômica e política, valorizando as pessoas e culminando na melhoria da qualidade de vida dos residentes de um território, trata-se do desenvolvimento local (Araújo, Temoteo, Andrade, & Trevizan, 2017).

O diferencial desse tipo de desenvolvimento é a ampliação do universo de atores nas negociações, atribuindo às comunidades o papel de agentes de transformação da sua realidade, saindo da posição de beneficiárias passivas dos programas governamentais aprovados. A fim de promover a cooperação entre as entidades envolvidas (Estado, instituições públicas e privadas, sociedade civil), a governança é o sistema de articulação ideal, pois permite que a população apresente as suas demandas para os formuladores de políticas públicas aspirando à eficiência dos serviços e à efetivação de direitos (Lacerda & Silva, 2019).

A atuação da população nos espaços públicos de diálogo possibilita a construção de um desenvolvimento estruturado pelos seguintes eixos: social, ambiental, territorial, econômico e político. E o pluralismo de atores oriundos de diferentes classes e com perfis político-ideológicos distintos enriquece o debate acerca das ações necessárias para reduzir as assimetrias da localidade (Gohn, 2019).

O êxito dos projetos de desenvolvimento local depende de um ambiente sociopolítico favorável, com a convergência de interesses dos atores sociais do município em torno das temáticas selecionadas para discussão na agenda pública. Assim, a gestão municipal precisa assegurar a democracia nas negociações, mediando os conflitos e impedindo favoritismos nas decisões. O grande desafio é incluir as diferentes organizações, agências públicas, prestadores de serviços e representações dos comunitários (Selva, 2012) nas políticas de desenvolvimento local.

No que tange ao turismo, embora tenha potencial para promover o desenvolvimento, quando as mudanças engendradas pela gestão ignoram as particularidades do território (patrimônio cultural, atividades econômicas e recursos naturais), sendo implementadas visando atrair grandes quantidades de visitantes, acabam provocando impactos negativos como a redução da biodiversidade e o desvirtuamento do ambiente, das culturas e identidades locais (Braga & Selva, 2016; Carniello & Silva, 2018).

Considerando os destinos litorâneos nordestinos percebe-se que são territórios marcados por desigualdades, exigindo ações de turismo bem planejadas para não agravar os problemas existentes. Nessa perspectiva, a gestão municipal é responsável por prover a infraestrutura básica para o ordenamento das atividades turísticas incluindo a comunidade receptora na formulação de programas e projetos que contemplem as demandas dos residentes e as necessidades dos turistas, conciliando qualidade dos serviços prestados e bem-estar social (Selva, 2012).

Ainda que os destinos litorâneos da região Nordeste figurem entre os maiores indutores do turismo no Brasil, as políticas públicas de fomento à atividade geralmente têm cunho desenvolvimentista, seguindo um modelo de turismo de massa e globalizado que não absorve as comunidades locais como força de trabalho, reforçando o legado histórico de exclusão social nos municípios (Braga & Selva, 2016).

Para que interesses mercadológicos não se sobreponham às demandas dos residentes é preciso que estes se informem a respeito do planejamento da gestão turística do município e participem ativamente das instâncias colegiadas para lutar por um programa de turismo dirigido ao desenvolvimento local.

Planejamento e Gestão do Turismo

Como qualquer atividade econômica que precisa minimizar riscos e atuar em ambientes de incerteza, o turismo deve ser orientado por um planejamento estratégico adequado. Essa ferramenta administrativa, aplicável em organizações públicas ou privadas, permite que os gestores atinjam os objetivos desejados, por meio da revisão contínua dos planos de ação, e consigam operar com segurança em diferentes cenários (Sousa & Dias, 2017).

Planejar o turismo envolve identificar as potencialidades e fragilidades do território, preocupando-se com os possíveis impactos que a atividade provocará na paisagem. O conjunto concentração de visitantes e interferências realizadas para atendê-los pode acarretar prejuízos à comunidade anfitriã. É indispensável que suas práticas priorizem o uso responsável dos recursos naturais e histórico-culturais, sem esquecer as necessidades dos residentes. Por conseguinte, o

planejamento precisa focar a sustentabilidade, integrando as dimensões social, ambiental, econômica e institucional (Ferreira & Bernardy, 2018; Santos & Avila, 2017).

É oportuno lembrar que para consolidar o turismo, os gestores direcionam suas ações para aumentar a atratividade de um determinado local, introduzindo infraestruturas físicas e sociais, que podem modificar ou produzir espaços turísticos (Selva, 2012). Essas intervenções devem ser precedidas por um planejamento integrado, com a articulação dos diversos atores, Estado (em todos os seus níveis), instituições públicas e privadas, e comunidade local (Silva *et al.*, 2018).

Por se tratar de uma construção coletiva, o planejamento requer o comprometimento de todos os envolvidos nas práticas turísticas, principalmente o poder público que deve criar mecanismos para incentivar a participação dos comunitários e apoiar o diálogo nas instâncias colegiadas para um processo decisório democrático (Trindade, César, & Vianna, 2019).

Pode-se inferir que o planejamento é uma ferramenta indispensável para que a gestão do turismo combine qualidade dos serviços e respeito à dinâmica ambiental do território, legitimando a vontade coletiva e evitando que suas ações reflitam apenas interesses mercadológicos, alheios ao desenvolvimento local.

METODOLOGIA

Esta pesquisa tem abordagem qualitativa e descritiva, pois buscou compreender a gestão municipal do turismo e o desenvolvimento local, permitindo discorrer sobre seus aspectos subjetivos e complexas interações não traduzidas pelas estatísticas comuns do turismo que, em sua maioria, refletem apenas a participação do setor na economia brasileira.

Assim, foi realizada pesquisa bibliográfica com a leitura de livros, periódicos e artigos científicos, identificando as teorias produzidas acerca do problema objeto da investigação. Também foi feita pesquisa documental, com a apuração de dados dos sítios eletrônicos oficiais, como: banco de legislação, publicações de órgãos públicos (estatísticas socioeconômicas do município, programas e projetos da gestão municipal do Ipojuca) e privados (notícias associadas ao Turismo de Porto de Galinhas), e atas do Conselho Municipal de Turismo do Ipojuca (Comturi) de 2021.

Por fim, houve a observação *in loco*, para o entendimento da dinâmica das práticas turísticas na praia de Porto de Galinhas, com visitas às ruas que não fazem parte da rota comum dos turistas, visando à investigação das condições de moradia dos residentes e dos contrastes sociais existentes

Para compreender a contribuição da gestão municipal do turismo do Ipojuca para o desenvolvimento local da Vila de Porto de Galinhas é preciso fazer uma caracterização desses espaços.

Ipojuca

O município do Ipojuca está localizado no extremo Sul da Região Metropolitana do Recife (RMR), próximo aos municípios do Cabo de Santo Agostinho, Escada, Sirinhaém e Rio Formoso, com uma área territorial de 521,801 km². Sua economia é baseada na indústria, na agricultura e no turismo, possuindo as maiores usinas de cana-de-açúcar de Pernambuco e constituindo um dos

principais polos turísticos do Nordeste (Inventário Turístico de Pernambuco [INVTUR], 2017). A divisão administrativa é distrito-sede (Ipojuca), Camela e Nossa Senhora do Ó. A população estimada para o ano de 2019 foi de 96.204 pessoas e o Produto Interno Bruto (PIB) per capita de 2017 foi R\$115.089,32 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2019).

A cobertura vegetal pertence ao bioma Mata Atlântica e ecossistemas associados, como os manguezais e matas de restingas, porém os conflitos no uso e ocupação do solo resultaram na perda de parte desses recursos naturais. O clima tropical úmido com chuvas de outono-inverno (“As” da classificação climática de Köppen) bem distribuídas ao longo do ano e temperatura média anual de 24° C favorecem o turismo da região (INVTUR, 2017).

Ipojuca tem praias conhecidas internacionalmente: Porto de Galinhas, Cupe, Muro Alto, Maracaípe e Serrambi, recebendo turistas durante o ano inteiro e impulsionando o PIB do município que foi considerado o segundo maior indutor do turismo em Pernambuco, pertencente à categoria A (grande fluxo de turistas domésticos e estrangeiros), conforme Mapa do Turismo do Brasil (2019-2021), juntamente com Recife (Brasil, 2019).

Mesmo com expressiva receita proveniente do turismo, alguns destinos litorâneos nordestinos têm desigualdades sociais e econômicas significativas. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ano base 2018, a renda média mensal dos trabalhadores formais do Ipojuca era de 3,4 salários mínimos, ressaltando que apenas 37,1% da população estava ocupada e 44% recebia até meio salário mínimo (IBGE, 2019). Esses dados apontam que a maior parte dos moradores ainda vive em situação de pobreza.

Os indicadores referentes à segurança no município também são preocupantes. Segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) de 2019, Ipojuca foi o terceiro município mais violento de Pernambuco, com taxa de homicídios de 152,0, ficando atrás apenas de Cupira com 170,0 e São José da Coroa Grande, 152,9. A Secretaria de Defesa Social esclarece que a maior parte dos crimes é motivada pelo tráfico de drogas (Ipea, 2019).

O município também possui problemas relacionados à ocupação do território e ao meio ambiente: em 2017, apenas 50,6% de domicílios tinham esgotamento sanitário adequado e 22,1% de domicílios urbanos em vias públicas com bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio regulares (IBGE, 2017). Cabe destacar que Ipojuca não tem uma política municipal de saneamento básico e a gestão de resíduos sólidos é feita em conjunto com 14 municípios da RMR, por meio do Plano Metropolitano de Resíduos Sólidos (Ipojuca, 2020).

O município do Ipojuca ainda apresenta vulnerabilidades quanto à renda, acúmulo de pobreza e falta de infraestrutura domiciliar, fatores que podem contribuir para o aumento da violência e da criminalidade. A seguir, a caracterização de Porto de Galinhas, lócus da presente investigação.

Porto de Galinhas

Localizada no distrito de Nossa Senhora do Ó, em Ipojuca, a apenas 60km do Aeroporto Internacional do Recife, com coordenadas geográficas de -8.50029 (latitude) e -35.00289 (longitude),

a praia de Porto de Galinhas (Figura 4), compõe um dos principais destinos indutores do turismo no Nordeste, com 3,9km de extensão, limitada ao norte pela praia de Cupe e ao sul pela de Maracaípe (INVTUR, 2017).

Porto de Galinhas tem águas mornas e cristalinas durante o ano inteiro, com clima tropical de planície, cujas chuvas são de outono-inverno e temperatura média de 24° C, sofre pouco com a sazonalidade do turismo (INVTUR, 2017). Caracterizada pelos recifes de corais, seu território também possui estuários, manguezais (Figura 1) e coqueirais, essa rica diversidade de paisagens requer políticas públicas da gestão municipal do Ipojuca e do Governo do Estado de Pernambuco para o desenvolvimento sustentável das atividades turísticas.

Figura 1:

Manguezais em Porto de Galinhas.



Fonte: Autoras (2020).

As piscinas naturais de Porto de Galinhas são um convite ao visitante (Figura 2), mas além da beleza cênica, esse ecossistema é bastante frágil. Essa atividade recreativa pode afetar as algas e a fauna associada, modificando sua estrutura pelo impacto do pisoteio.

Figura 2:

Piscinas naturais de Porto de Galinhas.



Fonte: Ipojuca (2015).

Saindo um pouco do turismo de sol e mar, há em Porto de Galinhas o Zoológico Pet Silvestre, no qual os visitantes interagem com os animais, recebendo informações sobre educação ambiental e preservação das espécies (Pet Silvestre, 2020).

O artesanato é outro atrativo turístico local, no centro da Vila de Porto de Galinhas há lojas com artigos em couro, madeira, cestaria e traçados, peças em cerâmica e tapeçarias (INVTUR, 2017). Os artesãos utilizam o símbolo do balneário, a galinha, em diferentes peças, sendo encontradas nas ruas várias galinhas feitas a partir de troncos de coqueiros que caíram e são recolhidas pelo artista Carcará (Figura 3) para esculpir suas obras (Brasil, 2016).

Figura 3:

Carcará esculpindo uma das galinhas.



Fonte: Embarque na Viagem (2014).

Apesar de ser um território que gera receitas para o município, a Vila de Porto de Galinhas apresenta contrastes e problemas sociais, exigindo que a administração pública inclua a comunidade receptora na formulação de políticas públicas, contemplando as necessidades de turistas e residentes, para equilibrar qualidade dos serviços e bem-estar social.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Considerando as orientações contidas no Plano Diretor do Município do Ipojuca (Lei n. 1.490, de 06 de junho de 2008), referentes às atividades turísticas e ao desenvolvimento territorial (função social, ambiental, econômica e gestão democrática), se houvesse o seu efetivo cumprimento os indicadores aqui relatados seriam melhores. O documento elenca os eixos que devem ser considerados nas práticas turísticas, como incentivo às cadeias produtivas locais, respeito ao equilíbrio ambiental e fomento à inclusão social, recomenda também a elaboração de um Plano Diretor para o Turismo do Ipojuca, mas não há indicativos de sua criação, pois não consta no banco de legislação do sítio eletrônico da Prefeitura, nem da Secretaria do Turismo do município.

Na tentativa de amenizar os problemas socioambientais, a gestão municipal do Ipojuca lançou, em meados de junho de 2020, o programa de retomada econômica, “Ipojuca é TOP”, com diretrizes voltadas para: geração de emprego e renda, melhoria e criação de equipamentos públicos, inclusão social, ampliação da rede de proteção à população e responsabilidade ambiental.

Uma das primeiras ações foram as obras de infraestrutura, pois até recentemente muitas ruas dos bairros circunvizinhos ao centro da Vila de Porto de Galinhas, que não fazem parte da rota dos

turistas, permaneciam sem pavimentação, com alagamentos nos períodos chuvosos. Assim, algumas ruas estão recebendo o calçamento adequado beneficiando os residentes.

Todavia, as comunidades de Salinas, Socó e Pantanal, localizadas na periferia de Porto de Galinhas, ainda sofrem com a ausência de saneamento básico e de infraestrutura adequada, habitação, emprego e renda. A comunidade Salinas é conhecida entre os nativos pela extrema pobreza (Figura 4), mas também pelo histórico de violência, tendo diminuído os casos com a presença do Batalhão de Operações Especiais (BOPE), desde o final de 2018, como ação para o combate ao tráfico de drogas e homicídios da região.

Figura 4:

Problemas habitacionais na Comunidade de Salinas.



Fonte: Autoras (2020).

Outro problema em Porto de Galinhas é a invasão das áreas de mangues para construção de moradias, como pode ser observado no caminho para Maracaípe (Figura 5). Além da retirada irregular da cobertura vegetal original, substituída pela plantação de bananeiras, não há esgotamento sanitário adequado, podendo acarretar doenças nos moradores e gerando mau cheiro no local.

Figura 5:

Construções irregulares nas áreas de mangue.



Fonte: Autoras (2022).

Ainda sobre o saneamento básico em Porto de Galinhas, no trecho onde fica o letreiro da praia, perto da Praça das Esculturas, há o escoamento de esgoto a céu aberto (Figura 6), sendo denunciado por moradores em diversas ocasiões. Faltam esforços para a sustentabilidade ambiental, pois as reclamações nesse sentido não partem apenas dos residentes, os turistas percebem esses problemas.

Figura 6:

Escoamento de esgoto no mar próximo ao letreiro



Fonte: Agência Estadual de Meio Ambiente [CPRH] (2021).

Pode-se constatar que Porto de Galinhas teve um crescimento acelerado e desordenado sem investimentos em infraestrutura de esgotamento sanitário, gerando impactos ambientais em sua cadeia social e econômica (CPRH, 2021). A verticalização dos imóveis de Porto de Galinhas e o sistema de concessão das licenças para construção em Ipojuca constituem causas do problema supracitado. As edificações feitas sem observar as questões ambientais, a capacidade de esgotamento sanitário e com alterações profundas na paisagem, têm impactado no saneamento e na mobilidade do balneário ipojuicano.

Também é preocupante o aumento do número de casos de pessoas em Pernambuco com dengue, zika e chikungunya, arboviroses transmitidas pelo mosquito *Aedes aegypti* (Diário de Pernambuco, 2021). O período de chuvas e a urbanização não planejada de Porto de Galinhas, combinados com a falta de manutenção das casas de veraneio e dos terrenos, tornam a localidade propícia para a disseminação dessas doenças.

Os últimos três anos têm sido difíceis para os ipojuicanos. No segundo semestre de 2019 houve o derramamento de óleo bruto/petróleo no mar, atingindo praias e mangues do litoral nordestino, sendo considerado o maior acidente ambiental brasileiro (Araújo, Ramalho, & Melo, 2020). Pernambuco teve uma redução na quantidade de turistas, cerca de 20%, em relação ao ano anterior (Brasil, 2020a). Todavia, a movimentação dos hotéis em Porto de Galinhas manteve a taxa de ocupação no mesmo patamar de 2018, pois foi a única praia do balneário ipojuicano livre do contaminante.

No começo de 2020, o setor turístico pernambucano estava em recuperação, quando começou a pandemia causada pelo novo Coronavírus (COVID-19), sendo adotadas atitudes

preventivas pelo mundo (OPAS, 2020). Desse modo, o Brasil aplicou o modelo dos países atingidos, paralisando as atividades de diversos segmentos sociais e econômicos. O turismo entrou em colapso, pois o regime de quarentena proibiu eventos culturais, fechou aeroportos, restringiu a entrada de estrangeiros no país, entre outras medidas, levando *resorts*, hotéis e pousadas a suspenderem seu funcionamento, sem capital para manter os empregos (Brasil, 2020b).

Quando o turismo é a principal atividade econômica de um território, a exemplo de Porto de Galinhas, a situação se agrava. Desse modo, a gestão municipal estabeleceu planos de contingência para minimizar os prejuízos da população e dos membros da cadeia produtiva, principalmente os trabalhadores informais e autônomos, como guias turísticos, barraqueiros, jangadeiros, bugueiros e pescadores que ficaram em situação de vulnerabilidade econômica.

Dadas as circunstâncias, é preciso reduzir as incertezas com a aproximação da gestão de todos os *stakeholders*, promovendo a participação social articulada pela governança, a fim de elaborar um planejamento estratégico para o turismo. As decisões da Prefeitura Municipal do Ipojuca devem obedecer às diretrizes do Ministério do Turismo (MTur) dirigidas à contenção do COVID-19, com o incentivo ao turismo doméstico e a adoção dos protocolos de segurança sanitária.

Destaca-se que o desenvolvimento local depende da participação dos residentes nas decisões que impactam em sua qualidade de vida. Os problemas de Porto de Galinhas indicam que as políticas públicas adotadas ainda têm caráter emergencial, carecendo de um enfoque preventivo que equilibre eficácia econômica, respeito à natureza e justiça social. Há uma evidente preocupação em fortalecer o turismo diante das dificuldades enfrentadas nos últimos tempos, mas a análise das atas do Conselho Municipal de Turismo do Ipojuca (Comturi) de 2021 apontam que não foram discutidos assuntos importantes que afetam o setor, como infraestrutura, segurança e esgotamento sanitário, nem houve envolvimento dos representantes dos comunitários.

A despeito dos arranjos institucionais de governança para gestão do turismo, percebe-se uma escassez de políticas alinhadas com a realidade local, que englobem os problemas sociais, econômicos e ecológicos elencados. Uma hipótese é a não apresentação das demandas nos espaços de diálogo ou favorecimentos, no processo decisório, de grupos com interesses mercadológicos ou partidários, subvertendo as instâncias colegiadas. Os comunitários precisam participar das decisões que têm reflexo na produção e uso dos espaços turísticos, tornando-se agentes de transformação da realidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das situações aqui expostas, nota-se a necessidade da reestruturação do planejamento do turismo pela gestão municipal do Ipojuca para que as ações caminhem em direção ao desenvolvimento local. A situação, por ora, reforça o legado de exclusão social, ao impor um modelo voltado apenas para atender as demandas dos turistas, sem preocupação com as necessidades dos moradores de Porto de Galinhas.

Por fim, debater o desenvolvimento local é relevante para que os residentes percebam a importância da participação nos espaços de diálogo. Esse despertar como sujeitos do processo

decisório contribuirá para a implementação de políticas públicas municipais mais eficazes, resultando em uma sociedade mais justa e incluyente.

REFERÊNCIAS

- Abreu, L. M., & Costa, A.N. (2017). Turismo e Litoral: Transformações Espaciais, Fragmentação Urbana e Exclusão Social no Nordeste do Brasil. *Thésis*, Rio de Janeiro, 2(3), 334-356, jan./out. Recuperado em 3 maio, 2021, de <http://anparq.web965.uni5.net/index.php/revista-thesis/article/view/73>.
- Agência Estadual de Meio Ambiente (CPRH). (2021). *CPRH aplica nova multa à Prefeitura de Ipojuca por descarte irregular de esgoto*. Recife, CPRH. Recuperado em 23 julho, 2021, de <http://www2.cprh.pe.gov.br/2021/03/03/cprh-aplica-nova-multa-a-prefeitura-de-ipojuca-por-descarte-irregular-de-esgoto/>.
- Anderson, T. (2015). ¿Por qué importa la desigualdad? Del economicismo a la integridad social. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 60(223), jan-abr, 191-208. Recuperado em 6 maio, 2021, de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/45384>.
- Araujo, M. E., Ramalho, C. W. N., & Melo, P. W. de. (2020). Artisanal fishers, consumers and the environment: immediate consequences of the oil spill in Pernambuco, Northeast Brazil. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, 36(1). Recuperado em 9 julho, 2021, de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2020000100301&lng=en&nrm=iso.
- Araújo, W. A., Temoteo, J. A. G., Andrade, M. O., & Trevizan, S. D. P. (2017). Desenvolvimento local, turismo e populações tradicionais: elementos conceituais e apontamentos para reflexão. *Interações*, Campo Grande, MS, 18(4), 5-18, out./dez. Recuperado em 4 maio, 2021, de <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v18i4.1392>.
- Barros, A. A., & Castro, C. H. S. (2013). Gestão social e gestão pública no desenvolvimento local. *Cadernos do Desenvolvimento*, Rio de Janeiro, 8(12), 147-162, jan.-jun. Recuperado em 4 maio, 2021, de <http://www.cadernosdodesenvolvimento.org.br/ojs-2.4.8/index.php/cdes/article/view/163>.
- Braga, M. B., & Selva, V. S. F. (2016). O turismo de base comunitária pode ser um caminho para o desenvolvimento local? *Rede – Revista Eletrônica do PRODEMA Fortaleza, Brasil*, 10(1), 38-53, jan./jun. Recuperado em 10 maio, 2021, de <http://www.revistarede.ufc.br/rede/article/view/272>.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2016). *Porto de Galinhas: apenas um dos encantos de Ipojuca*. Brasília, DF: Ministério do Turismo. Recuperado em 10 julho, 2021, de http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6300-porto-de-galinhas-apanas-um-dos-encantos-de-ipojuca_2.html.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2019). *Mapa do Turismo do Brasil (2019-2021)*. Recuperado em 10 maio, 2021, de <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2020a). *Anuário Estatístico de Turismo – 2020*. Brasília, DF: Ministério do Turismo. Recuperado em 8 julho, 2021, de <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>.
- Brasil. (2020b). *Decreto nº. 10.282, de 20 de março de 2020*. Recuperado em 9 julho, 2021, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/D10282.htm.
- Calgaro, C., & Pereira, A. O. K. (2017). Políticas públicas e cooperação social em John Rawls. *Veredas do Direito*, Belo Horizonte, 14(28), 277-302, janeiro/abril. Recuperado em 10 maio, 2021, de <http://www.domhelder.edu.br/revista/index.php/veredas/article/view/970/589>.

- Carniello, M. F., & Silva, C. L. B. (2018). Turismo como vetor de desenvolvimento local: análise da estrutura turística no município de São José do Barreiro --SP. *Redes*, Santa Cruz do Sul, 23(3), 422-440, setembro-dezembro. Recuperado em 8 maio, 2021, de <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/12189>.
- Cruz, R. C. A. (2018). Desenvolvimento desigual e turismo no Brasil. *Confins [On-line]*, 36. Recuperado em 6 maio, 2021, de <http://journals.openedition.org/confins/13707>.
- Cunha, J. M. A., Ibiapina, M. M., Santos, F. F., Rocha, R. R. N., & Silveira Júnior, J. G. (2016). *Turismo (in)sustentável em Barra Grande (PI): conflitos, impactos, desigualdade e exclusão social*. *Revista Geografar*, Curitiba, 11(1), 152-173, jul./2016. Recuperado em 8 maio, 2021, de <https://revistas.ufpr.br/geografar/article/view/48983>.
- Diário de Pernambuco. (2021). *Pernambuco registra aumento nas notificações de arboviroses*. Recuperado em 14 agosto, 2021, de <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/saude/2021/05/pernambuco-registra-aumento-nas-notificacoes-de-arboviroses.html>.
- Embarque na Viagem. (2014). *Artista plástico Carcará ganha exposição permanente em Porto de Galinhas*. 1 fotografia. Recuperado em 20, julho, de <https://embarquenaviagem.com/2014/10/17/artista-plastico-carcara-ganha-exposicao-permanente-em-porto-de-galinhas/>.
- Ferreira, A. S., & Bernardy, R. J. (2018). Estudos e proposições para desenvolvimento estratégico do turismo no município de Itá (SC). *Desenvolvimento Regional em debate*, 8(1), 70-89, jan./jun. Recuperado em 7 maio, 2021, de <http://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/1710>.
- Gohn, M. G. (2019). Teorias sobre a participação social: desafios para a compreensão das desigualdades sociais. *Caderno CPRH*, Salvador, 32(85), 63-81, jan/abr. Recuperado em 9 maio, 2021, de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792019000100063.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2019). *Cidades e estados do Brasil*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado em 15 julho, 2021, de <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/ipojuca.html>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2017). *Indicadores sociais dos municípios brasileiros*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado em 15 julho, 2021, de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/ipojuca/panorama>.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2019). *Atlas da violência – retratos dos municípios brasileiros*. Brasília, DF: IPEA. Recuperado em 15 agosto, 2021, de <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/19/atlas-da-violencia-2019>.
- Inventário Turístico de Pernambuco – ficha do município do Ipojuca – INVTUR. (2017). *Olinda: Empetur*. Recuperado em 10 julho, 2021, de <http://inventariope.blogspot.com/search/label/Ipojuca>.
- Ipojuca. Prefeitura Municipal do Ipojuca. (2020). *Banco de leis do município do Ipojuca*. Ipojuca: PMI, 2020. Recuperado em 15 julho, 2020, de <http://leis.ipojuca.pe.gov.br/goldendoc/index.asp?appname=Legislacao&basename=legislacao&op=getodir&vdir=&forcelogin=true&login=convitado&pass=convitado>.
- Ipojuca. Secretaria de Turismo. (2015). *Piscinas naturais*. 1 fotografia.
- Lacerda, L. B. N., & Silva, C. M. (2019). Participação popular no contexto da governança local. *Braz. J. of Develop.*, Curitiba, 5(9), 16284-16296 set. Recuperado de 11 maio, 2021, de <http://www.brjd.com.br/index.php/BRJD/article/view/3404>.
- Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS). (2021). *Folha informativa – COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus)*. Recuperado em 8 julho, 2021, de

https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875.

- Pernambuco. (2008). *Lei Municipal nº. 1.490, de 06 de junho de 2008. Plano Diretor do Município de Ipojuca*. Recuperado em 11 junho, 2021, de <http://leis.ipojuca.pe.gov.br/goldendoc/index.asp?appname=Legislacao&basename=legislacao&op=gotodir&vdir=%5CPlano%20Diretor>.
- Pet Silvestre. (2020). *Zoológico Pet Silvestre. Ipojuca: Pet Silvestre, 2020*. Recuperado em 11 novembro, 2020, de <https://www.petsilvestre.com.br/>.
- Santos, M. S., & Avila, M. A. (2017). Planejamento participativo: uma análise do turismo de Uruçuca (BA) a partir da ótica dos residentes. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, 17(1), 30-45, abr. Recuperado em 8 maio, 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115451293004.pdf>.
- Selva, V. S. F. (2012). Uma abordagem acerca de políticas públicas e gestão municipal do turismo. In Castilho, C. J. M.; & Selva, V. S. F. (org.). *Turismo, políticas públicas e gestão dos ambientes construídos*. Recife: UFPE.
- Silva, M. V. G., Peron, A. C. P., Zuba, M. E., Meza, M. L. F. G., Nascimento, D. E. N. & Souza, M. (2018). Administração pública societal: um instrumento de controle e participação social. *Revista de Políticas Públicas da UFMA*, Maranhão, 22(371-394). Recuperado em 6 maio, 2021, de <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/9237>.
- Sousa, J. C., & Dias, P. H. R. C. (2017). Integração do planejamento estratégico ao pensamento estratégico. *Revista de Ciências da Administração*, 19(47), 29-44. Universidade Federal de Santa Catarina Santa Catarina, Brasil. Recuperado em 15 maio, 2021, de <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2017v19n47p29>.
- Trindade, B. S., César, P. A. B., & Vianna, S. L. G. (2019). Governança do Turismo: planejamento e gestão local e regional em Gramado-RS. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(3), 653-663, jul-set. Recuperado em 15 maio, 2021, de <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i3p653>.



ISSN: 1988-5261
<https://doi.org/10.51896/TURYDES>

TURYDES. TURISMO Y DESARROLLO LOCAL



TURISMO, FOTOGRAFIA, ARQUITETURA E CIDADE: DESVELANDO RELAÇÕES CIENTÍFICAS PARA O DESENVOLVIMENTO URBANO SUSTENTÁVEL

Aline Bianca Zanoni Conzatti

Arquiteta e Urbanista, Profa. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana (PPGTU) da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-4881-1676>
alinebzaroni@gmail.com

Letícia Peret Antunes Hardt

Arquiteta e Urbanista, Profa. Doutora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana (PPGTU) da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-6661-0050>
l.hardt@pucpr.br

RESUMO

Partindo da suposição de que há favorecimento do fator visual e conseqüente distorção perceptiva em cenas de divulgação de marcos turísticos e suas respectivas cidades, objetiva-se identificar a aproximação conceitual de definição de variáveis analíticas para enfrentamento dessas dificuldades. Com abordagem qualiquantitativa, foram utilizadas técnicas de revisão sistemática de fontes secundárias a partir de levantamento bibliométrico, associando assuntos centrais (fotografia, arquitetura e cidade), secundários (imagem, monumento, urbano e cenário) e transversais (turismo e sustentabilidade). Os resultados contemplam 30 artigos selecionados por critérios específicos para interpretação detalhada, consubstanciada em painéis de variáveis de análise, que subsidiam, além de ponderações sobre a temática, a corroboração da hipótese formulada, demonstrando a capacidade de indução de cenários pela fotografia, dissociada de percepções sensoriais e de experiências pessoais. Conclui-se, todavia, que as imagens de fenômenos turísticos nas áreas da arquitetura e do urbanismo são de relevante importância para a gestão sustentável das cidades.

Palavras-chave: Marcos Turísticos, Imagens Fotográficas, Obras Arquitetônicas, Paisagens Urbanas, Variáveis Analíticas, Gestão Sustentável de Cidades.

TURISMO, FOTOGRAFÍA, ARQUITECTURA Y CIUDAD: DEVELANDO LAS RELACIONES CIENTÍFICAS PARA EL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE

RESUMEN

Partiendo del supuesto de que existe un favorecimiento del factor visual y la consecuente distorsión perceptual en los escenarios promocionales de los marcos turísticos y sus respectivas ciudades, el objetivo de la investigación es identificar el enfoque conceptual para definir variables analíticas para el enfrentamiento de estas dificultades. Con un enfoque cualitativo y cuantitativo, se utilizaron técnicas de revisión sistemática de fuentes secundarias a partir de levantamientos bibliométricos, asociando temas centrales (fotografía, arquitectura y ciudad), secundarios (imagen, monumento, urbano y paisaje) y transversales (turismo y sostenibilidad). Los resultados incluyen 30 artículos seleccionados por criterios específicos de interpretación detallada, sustentados en paneles de variables de análisis, que apoyan, además de consideraciones sobre el tema, la corroboración de la hipótesis formulada, demostrando la capacidad de inducción de escenas por la fotografía, disociada de las percepciones sensoriales. y de las experiencias personales. Cabe señalar, sin embargo, que las imágenes de los fenómenos turísticos en los ámbitos de la arquitectura y del urbanismo son de relevancia para la gestión sostenible de las ciudades.

Palabras clave: Marcos Turísticos, Imágenes Fotográficas, Obras Arquitectónicas, Paisajes Urbanos, Variables Analíticas, Gestión Sostenible de las Ciudades.

TOURISM, PHOTOGRAPHY, ARCHITECTURE AND CITY: UNVEILING SCIENTIFIC RELATIONS FOR SUSTAINABLE URBAN DEVELOPMENT

ABSTRACT

Starting from the assumption that there is a favoring of the visual factor and consequent perceptual distortion in promotional scenes of tourist landmarks and their respective cities, the research objective is to identify the conceptual approach for defining analytical variables to face these difficulties. With a qualitative and quantitative approach, systematic review techniques of secondary sources were used from bibliometric surveys, associating central (photography, architecture and city), secondary (image, monumento, urban, and scenery) and transversal (tourism and sustainability) subjects. The results include 30 articles selected by specific criteria for detailed interpretation, substantiated in panels of analysis variables, which support, in addition to considerations on the theme, the corroboration of the formulated hypothesis, demonstrating the ability to induce scenarios by photography, dissociated from sensory perceptions and personal experiences. It should be noted, however, that the images of tourist phenomena in the areas of architecture and urbanism are of relevant importance for the sustainable management of cities.

Keywords: Tourist Landmarks, Photographic Images, Architectural Works, Urban Landscapes, Analytical Variables, Sustainable Management of Cities.

INTRODUÇÃO

Como a imagem é um dos principais sistemas de comunicação global, pode-se presumir a existência de diversos estudos acerca dessa temática, porém não é exatamente o que acontece. O

simples fato da reflexão sobre o fenômeno demonstra que diversos aspectos nas relações do homem com representações imagéticas ainda não foram suficientemente aprofundados (Jaafar & Ismail, 2015; Li et al., 2020).

Diante dessa problemática, depara-se com outras questões relevantes. Na área do turismo, por exemplo, apesar de a fotografia oferecer muitas possibilidades científicas, muitas vezes há desconhecimento de processos interpretativos para sua adequada leitura (Wright & Sharpley, 2018), inclusive de ícones arquitetônicos considerados atrativos para visitação (Ozorhon & Ozorhon, 2015). Do mesmo modo, a inserção urbanística da arquitetura pode não ser devidamente enquadrada pelo tomador da cena fotográfica, resultando em falseamento da realidade local, que pode ser relacionada a condições satisfatórias – ou não – de sustentabilidade urbana (Dimitrovski & Vallbona, 2018).

Nesse âmbito, o objetivo deste trabalho consiste em identificar a aproximação conceitual de definição de variáveis analíticas para enfrentamento dessas dificuldades, com vistas à gestão sustentável das cidades. Para o seu alcance, foram desenvolvidos os métodos e técnicas abaixo explicitados.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho foi desenvolvido a partir de métodos exploratórios e descritivos, baseados em técnicas bibliográficas, webgráficas e documentais. Foi também apoiado em revisão sistemática de fontes secundárias a partir de levantamento bibliométrico. Nesse processo, foi utilizado o repositório Web of Science, frente ao seu porte e à sua relevância no meio acadêmico, notadamente nos campos das ciências sociais aplicadas e das artes (CA, 2020-2021), de especial interesse para este estudo. Os pares de palavras-chaves utilizados foram resultantes da associação dos três assuntos centrais (fotografia – *photography*, arquitetura – *architecture* – e cidade – *city*) entre si e com secundários (imagem – *picture*, monumento – *monument*, urbano – *urban* – e cenário – *scenery*), considerando o turismo (*tourism*) e a sustentabilidade (*sustainability*) como temas transversais.

Dada a intenção precípua de atualidade dos textos, a busca dos artigos considerou o período de 2015 a 2020, sendo dividida em três passos metodológicos. O primeiro contou com a adoção dos seguintes filtros: *open access* (acesso livre) – com vistas ao entendimento do conteúdo com maior disponibilidade à comunidade científica; *final articles* (artigos finais) – para garantia de análise de resultados mais conclusivos; e *peer review* (revisão por pares) – visando à qualidade do processo seletivo. Uma filtragem adicional foi realizada quanto às áreas de conhecimento das revistas, sendo selecionadas as de arquitetura, de estudos urbanos e de hospitalidade, esporte, lazer e turismo. Esses resultados compreendem o total geral de 4.763 publicações (Quadro 1).

Quadro 1

Totais de artigos científicos encontrados e selecionados por pares de termos a partir da busca bibliométrica na base internacional

Termos de busca	<i>photography</i>	<i>architecture</i>	<i>city</i>	<i>picture</i>	<i>monument</i>	<i>urban</i>	<i>scenery</i>
<i>photography</i>							
<i>architecture</i>	40 (3)						
<i>city</i>	24 (3)	523 (8)					
<i>picture</i>	3 (0)	18 (0)	31 (0)				
<i>monument</i>	0 (0)	42 (0)	22 (0)	0 (0)			
<i>urban</i>	31 (0)	685 (3)	3.255 (11)	41 (2)	17 (0)		
<i>scenery</i>	0 (0)	6 (0)	13 (0)	0 (0)	0 (0)	12 (0)	

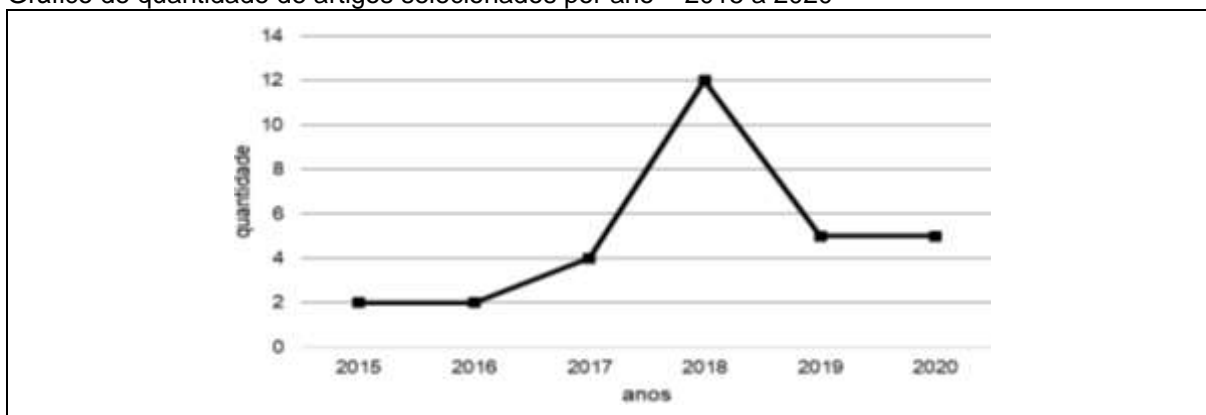
Fonte: Baseado nos resultados bibliométricos. X = artigos encontrados; (X) = artigos selecionados

O segundo passo consistiu na seleção conforme a qualificação específica de cada periódico segundo o Scimago Journal Rank (SJR, 2020-2021), sendo unicamente apuradas as revistas das categorias Q1 e Q2, atualizadas para 2020, com exclusão de textos repetidos. Na sequência, foi feita a caracterização dos artigos restantes em quatro classes de alinhamento temático, a partir da leitura de títulos, palavras-chave e resumos.

Para leitura integral do conteúdo, foram selecionados somente os 30 textos com classificação de média alta e alta aderência para análise detalhada. A maior quantidade de artigos é registrada para 2018 (12 – 40,0%). Há equilíbrio entre 2015 e 2016 (2 cada ano – 6,7% anuais) e entre 2019 e 2020 (5 cada ano – 16,7% anuais) (Figura 1).

Figura 1

Gráfico de quantidade de artigos selecionados por ano – 2015 a 2020



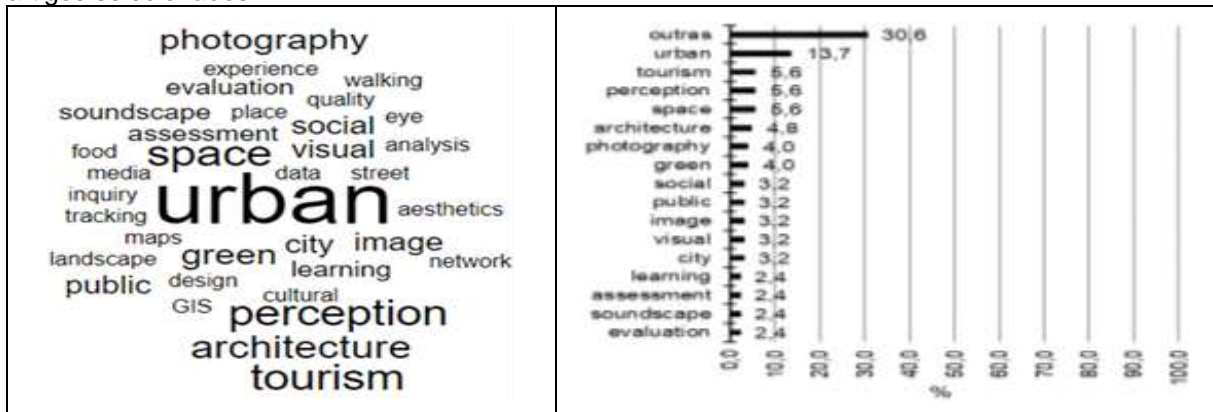
Fonte: Baseada nos resultados bibliométricos.

Para o relacionamento entre temas principais, cabe destaque ao par de palavras “arquitetura e cidade” (26,7%), enquanto “arquitetura e fotografia” e “cidade e fotografia” têm menor expressão (10,0% cada). Esse fato revela a incipiente abordagem do componente fotográfico nos contextos arquitetônico e urbanístico.

No caso das 243 palavras-chave relatadas pelos 30 artigos, pouco mais da metade (124 – 51,0%) têm mais de uma menção. Destas, o termo urbano é referente a 13,7% das citações, enquanto os temas principais, relativos a fotografia (4,0%), arquitetura (4,8%) e cidade (3,2%), são menos expressivos (Figura 2).

Figura 2

Diagrama em nuvem e gráfico de proporcionalidade de palavras-chave com mais de uma menção nos artigos selecionados



Fonte: Baseada nos resultados bibliométricos.

Ressalta-se, ainda, a representatividade das palavras turismo, percepção e espaço (5,6% cada). Esse resultado indica a importância, para a atividade turística, de relações entre processos imagéticos e perceptivos (Rajesh, 2013), notadamente em espaços arquitetônicos e urbanizados. Muitos termos também poderiam ser relacionados a princípios de desenvolvimento sustentável.

Verifica-se que a maior parte dos 84 autores desses textos são da Espanha (20,2%) e do Reino Unido (19,0%) (Figura 3), com marcante participação do continente europeu e do Hemisfério Norte. Constata-se, assim, que obras de possível interesse temático produzidas abaixo da linha equinocial não têm o alcance necessário à disseminação dos seus conteúdos, cabendo exceção ao caso da Austrália.

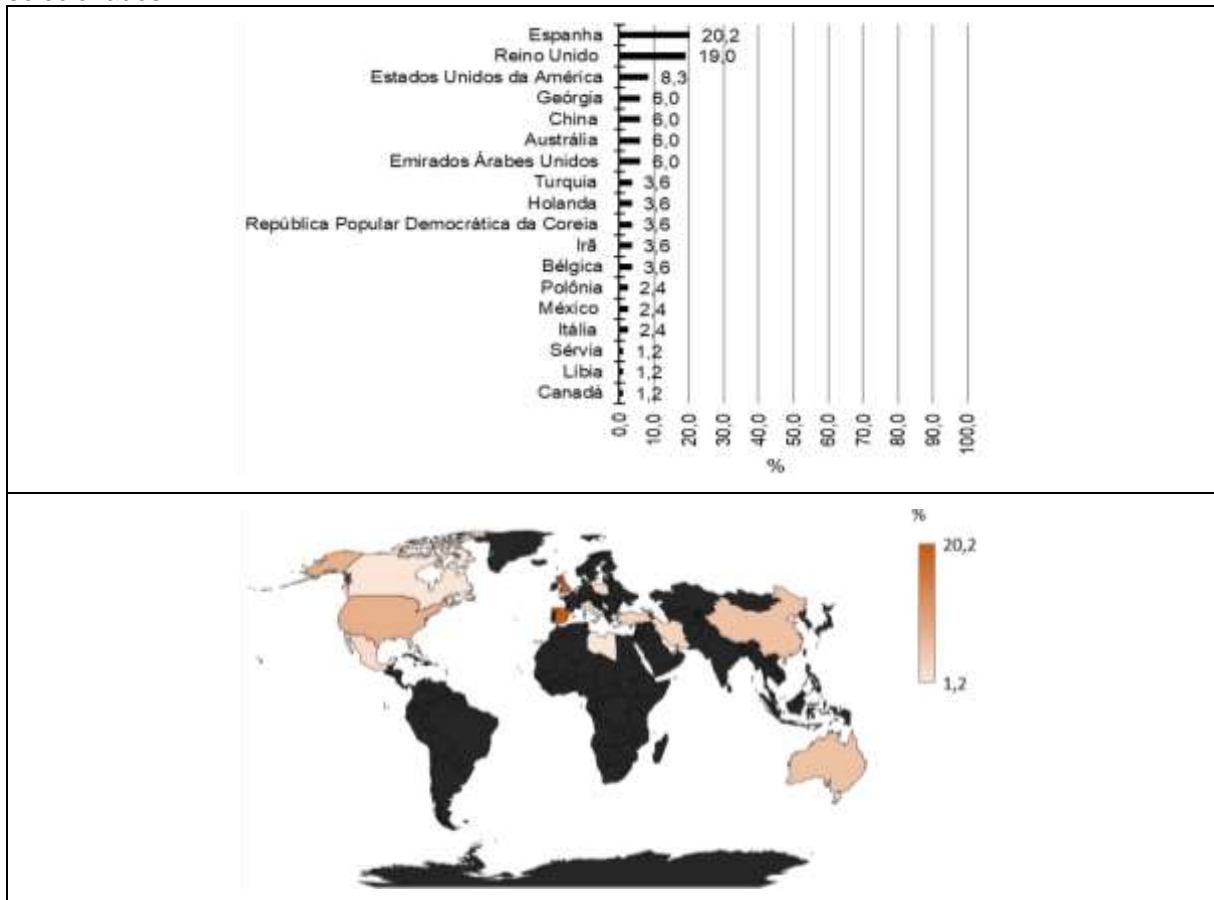
Landscape and Urban Planning, Journal of Architecture and Urbanism e Frontiers of Architectural Research possuem mais artigos publicados (4 cada – 13,3%), seguidos por Architecture, City and Environment e Urban Forestry & Urban Greening (3 cada – 10,0%) (Figura 4). Observa-se que as áreas de conhecimento de maior coincidência entre esses periódicos são Estudos Urbanos e Arquitetura, as quais são justamente as de maior proporcionalidade dentre todas as revistas selecionadas (18,5% e 16,3%, respectivamente), seguidas por Geografia, Planejamento e Desenvolvimento (12,0%) (Figura 5). Mais uma vez, constata-se a aproximação com campos multidisciplinares relacionados – direta ou indiretamente – à sustentabilidade em suas vertentes ambiental, social e econômica.

Parcela de 23,3% das publicações não têm estudo aplicado a uma ou mais localidades específicas. Aquelas com esse tipo de empirismo são preferencialmente voltadas a centros urbanos de países europeus (Bélgica, Espanha e Holanda), com quatro cidades cada, correspondendo individualmente a 11,8% por país (Figura 6). Este também é o caso do Irã, na Ásia. Percebe-se certa similaridade geográfica de concentração acima da Linha do Equador como verificado para a origem dos autores, reafirmando a insuficiência de abordagem ou de exposição de casos no Hemisfério Sul.

Na sequência, o recente estado da arte da temática, evidenciado pelos resultados bibliométricos, é associada a outras fontes secundárias. Em suma, tem-se um conjunto de conceitos, teorias, abordagens e discussões voltado à identificação de variáveis analíticas iniciando pela interpretação da imagem fotográfica.

Figura 3

Gráfico de proporcionalidade e respectivo mapa coroplético de origem dos autores dos artigos selecionados



Fonte: Baseada nos resultados bibliométricos.

Figura 4

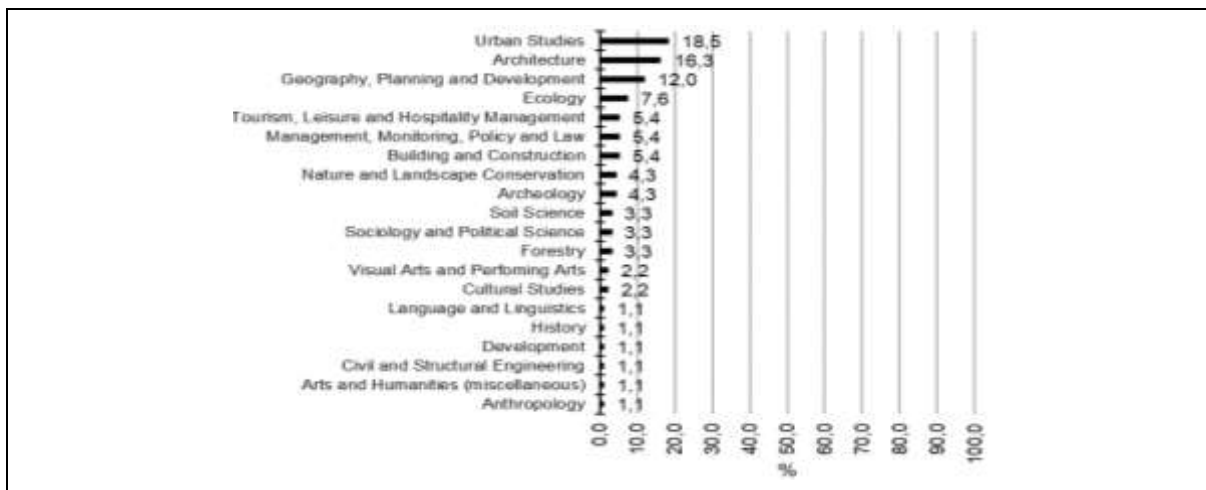
Gráfico de proporcionalidade de periódicos de publicação dos artigos selecionados



Fonte: Baseada nos resultados bibliométricos.

Figura 5

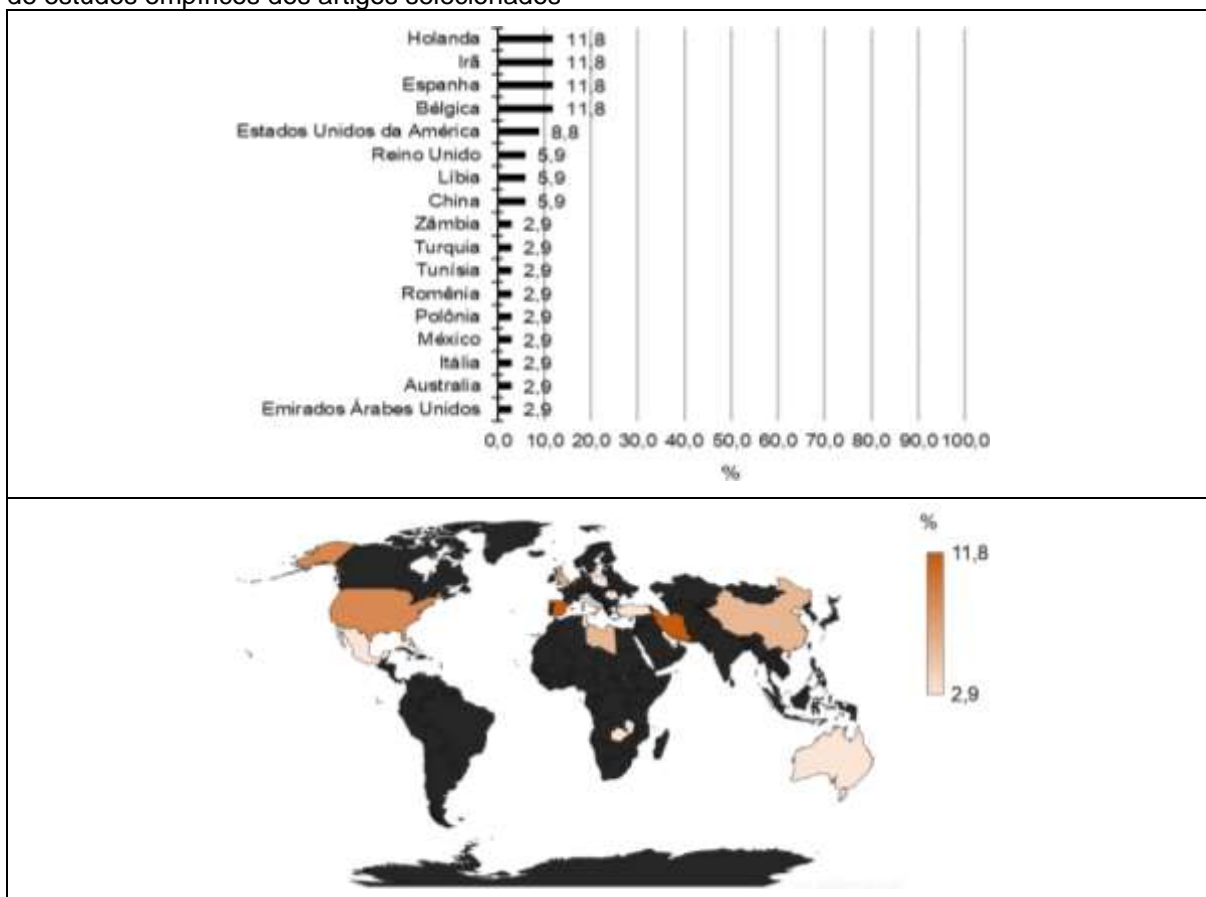
Gráfico de proporcionalidade de áreas do conhecimento dos periódicos de publicação dos artigos selecionados



Fonte: Baseada nos resultados bibliométricos.

Figura 6

Gráfico de proporcionalidade e respectivo mapa coroplético de países com localidades de aplicação de estudos empíricos dos artigos selecionados



Fonte: Baseada nos resultados bibliométricos.

FOTOGRAFIA

Este recurso imagético contribuiu para a visão mais abrangente de âmbitos antes transmitidos apenas em formatos verbais e escritos ou por meio de outras expressões visuais. Com novos progressos em diversos campos do conhecimento, o avanço da indústria gráfica permitiu a

replicação de imagens reprodutoras da memória imagética do mundo e suas transformações. Além de promover emoções, as fotos são utilizadas como fontes documentais, apesar de constituírem um universo fragmentado ótica e contextualmente (Wright e Sharpley (2018).

Progressivamente, as imagens antes voltadas a apreciadores, adquiriram função na comunicação de massa e no *marketing* da cidade (Jacobs & Notteboom, 2018). De acordo com Jeon, Kin e Song (2015), depois do advento da Revolução Industrial, a mídia transformou o paradigma da percepção, formando o ideal de “urbe moderna”, com a promoção da dinamicidade pela presença de veículos nos retratos, induzindo a interpretação tanto de cenários desejados quanto de ambientes degradados, justamente quando o desenvolvimento sustentável começou a ser preconizado.

A imagem fotográfica é um registro de um momento e de um lugar, porém depende exclusivamente do recorte do fotógrafo, que decide o que registrar naquela cena. Dessa maneira, o enquadramento não é somente uma ferramenta para fixar o objeto, mas é essencial para enfatizar uma ideia (Rueda Velázquez, Rentería Cano & Martínez Durán, 2019).

Portanto, as fotografias normalmente possuem intenções nelas incorporadas, sendo capazes de iludir o observador (Llinares Millán, Iñarra & Guixeras, 2018). Farahani, Motamed e Ghadirinia (2018) explicam que, apesar da motivação do fotógrafo, imagens disponibilizadas em mídias sociais possibilitam entendimentos divergentes, atraindo – ou não – os indivíduos. A documentação e a propaganda, com a sua capacidade de combinação, complementam a cena retratada, cujos intuitos alternam entre perfeição técnica e exploração lúdica (Otxotorena Elicegui, 2018).

Com o surgimento dos meios digitais, há proliferação de fotos tiradas em diferentes locais e aumento do seu compartilhamento com diversas pessoas (Motamed & Farahani, 2018). O elevado número de imagens em redes sociais gera vasta quantidade de informações que mostram como os usuários entendem a cidade, já que é possível analisar diversas questões, incluindo componentes urbanos mais relevantes (Martí-Ciriquían, Nolasco-Cirugeda, & Serrano-Estrada, 2019).

Wright e Sharpley (2018) lembram que a prática da fotografia está se tornando cada vez mais fundamental para a vida contemporânea, mas a veracidade de um documento fotográfico é um dos aspectos primordiais a serem observados. Paralelamente, é necessária a identificação de dimensões internas da foto, além do componente isolado de seu contexto.

Para a análise de imagens, também são relevantes as contribuições da psicologia ambiental no estudo da resposta humana na identificação dos elementos da cena que despertam preferências individuais. Llinares Millán, Iñarra e Guixeres (2018) constatam, por exemplo, que a existência de árvores contribui para melhor avaliação, enquanto a presença de cabeamento elétrico, de carros e de aspectos de descuido é associada à cognição negativa.

De acordo com Le et al. (2017), esse fato ocorre porque cenas de natureza são processadas com maior eficiência pelo cérebro humano. Já imagens com propriedades estéticas não naturais são, muitas vezes, consideradas desconfortáveis, pois provocam maior resposta hemodinâmica. Portanto, é possível verificar que os elementos são classificados de maneiras distintas (Li et al., 2020).

A partir da verificação de que toda fotografia possui características comuns que estipulam como o mundo se transforma na imagem, depende-se a necessidade de compreender a leitura imagética propriamente dita e a análise de elementos como componentes determinantes para a

construção de significados e simbolismos. Esses elementos resumem o primeiro conjunto de variáveis analíticas de interesse deste estudo, sumarizadas no Quadro 2.

Quadro 2

Painel de variáveis de análise da fotografia

Categoria	Variável	Descrição
Imagética (qualidade técnica)	Composição	Tamanho, formato, orientação, enquadramento, nitidez e posição do observador (angulações lateral e vertical, e altura da visada)
	Produção	Técnicas gráficas
Geográfica (representação espaço-temporal)	Local	Espaço representado na fotografia
	Data	Resultado da trajetória do lugar ao longo dos anos
Física (atributos de estabilidade)	Objetos fixos	Lógica da representação dos objetos e suas relações com a experiência vivida e com o espaço construído
Figurativa (atributos de efemeridade)	Elementos não fixos	Pessoas e outros componentes com presença eventual no espaço real
Temática (representatividade)	Significado	Relações entre o retratado e o real

Fonte: Baseado nos resultados analíticos das referências consultadas.

Nesta pesquisa, cabe especial destaque à representatividade pela possibilidade de a fotografia não revelar, por vezes, a realidade local (Joly & Martin, 2021), o que inclui espaços não sustentáveis. Esse processo é também aplicado à representação fotográfica de obras arquitetônicas.

FOTOGRAFIA DA ARQUITETURA

A dinâmica urbanística se tornou mais complexa ao adentrar o século XX e os cidadãos custavam a apreender as rápidas – e muitas vezes insustentáveis – transformações do espaço urbano, com a percepção de mundo moldada pela tecnologia em diversas esferas da vida cotidiana. As urbes contemporâneas, interpretadas como produtos de consumo, passaram a ser os principais destinos selecionados pelo turismo (Jaafar & Ismail, 2015; Mustasha et al., 2020).

Além disso, as edificações icônicas, principalmente as culturais, têm constituído, desde meados do século passado, opção eficaz para a atividade na transformação urbanística (Ozorhon & Ozorhon, 2015). Sítios monumentais e históricos também possuem elevado interesse turístico e recebem, anualmente, milhões de visitantes (Perez-Martinez, Torija & Ruiz, 2018).

Determinadas obras arquitetônicas passaram a ser significativamente conhecidas, divulgadas e interpretadas por meio de imagens fotográficas. Rueda Velázquez, Rentería Cano e Martínez Durán (2019) afirmam que a fotografia permite a troca visual entre a realidade e a representação tanto de elementos plásticos em uma imagem arquitetônica quanto da essência do espaço construído na intensidade da cena em que está inserido.

Porém, há diferentes modos de “ver o mundo”. Diversos artifícios têm sido explorados pelos fotógrafos, como a utilização de efeitos óticos e químicos para alteração intencional da realidade, com a manipulação de condições espaciais e ambientais para realce da imagem não retratando, muitas vezes, o espaço de maneira fidedigna (Llinares Millán, Iñarra & Guixeres, 2018). Para o turismo, a cena do atrativo é fundamental; no entanto, durante o processo de visitação, esse cenário pode ser modificado, sendo percebido como positivo ou negativo (Jaafar & Ismail, 2015).

A representação imagética do destino turístico, normalmente projetada por promotores da atividade, influencia diretamente a tomada de decisão dos visitantes. Ocasionalmente, para o *marketing*, uma imagem verdadeira não é tão importante quanto o imaginário projetado na mente do indivíduo (Jaafar & Ismail, 2015).

Nenhuma representação é suficiente perante a possibilidade de experiências espaciais porque é necessário experimentar sensações (Salama & Maclean, 2017). A vivência de um espaço envolve os sentidos humanos, não somente a visão, e inclui, ainda, o tempo e o movimento do usuário, que, ao envolver esses fatores, desfruta do local por completo.

A percepção dos indivíduos acontece de maneira fluida, variando de acordo com seus sentimentos, estado de espírito, memórias e outros fatores (Agael & Özer, 2017). Por sua vez, as preferências paisagísticas envolvem mais que avaliações de uma foto estática, pois esta exclui funções multissensoriais, com perda de interações dinâmicas da pessoa com o ambiente, bem como com suas transições e mudanças (Pierskalla, Deng & Siniscalchi, 2016).

Os riscos de utilização de ambientes virtuais são justamente devidos à avaliação apenas por estímulos visuais, impossibilitando a percepção integral do ambiente real por meio de sensações (Stevenson, 2017; Van Dongen & Timmerman, 2019). Middel et al. (2019) ressaltam que essas questões também dizem respeito à composição da cidade sob a ótica do ser humano. Na interpretação da paisagem, a visão fragmentada é superada pelo conceito holístico de ambiente, princípio basilar da sustentabilidade, o qual permite a sua captação como um todo (Scatena, 2018).

Esses fundamentos indicam que o homem não visualiza isoladamente as partes, mas um conjunto inseparável do todo, com sensação global. Ademais, é necessário ver cada objeto como resultado morfológico e constituído pelos efeitos de relações, e não apenas como significado, para haver percepção estética (Koffka, 2013).

Simultaneamente, a imagem possui propriedades físicas, relacionadas à materialidade – como a fotografia, por exemplo – e semânticas, associadas à concepção mental no plano do intelecto. Também a arquitetura é resultante de sintaxe dessas partes para composição do todo, promovendo diversificadas percepções sensoriais e diferentes experimentações psicológicas (Koffka, 2013).

Para tanto, quando da sua concepção e representação, recorre-se, desde a Antiguidade, à tríade vitruviana, formada pela *firmitas* (estrutura), pela *venustas* (forma) e pela *utilitas* (função). Essas três categorias embasam o segundo conjunto de variáveis analíticas de interesse deste estudo, sintetizadas no Quadro 3. Diante do exposto, é possível dizer que o olhar possui significativa importância na análise das características imagéticas. Desse processo, derivam dois sujeitos: o gerador da cena e o observador, cabendo destaque, neste trabalho, ao fotógrafo e aos cenários arquitetônicos no meio urbanizado, interpretados pelos leitores das fotografias.

Quadro 3

Painel de variáveis de análise da fotografia da arquitetura

Categoria	Variável	Descrição
Estrutura (<i>firmitas</i>)	Solidez	Caráter construtivo, associado ao emprego de materiais
Forma (<i>venustas</i>)	Beleza	Aspecto estético da obra, relacionado à composição formal

Função (utilitas)	Utilidade	Uso dos espaços, vinculado à funcionalidade local
----------------------	-----------	---

Fonte: Baseado nos resultados analíticos das referências consultadas.

FOTOGRAFIA DA ARQUITETURA NA CIDADE

A percepção da urbe por seus habitantes parte da relação da experiência pessoal com a estrutura real da área habitada (Filomena, Verstegen & Manley, 2019), podendo ser definida por diferentes aspectos quantitativos e qualitativos, que lhe prestam identidade, estrutura e significado (López-Besora, Isalgué Buxeda & Coch Roura, 2016). Porém, a homogeneização de paisagens no mundo globalizado tem dissolvido particularidades identitárias.

Normalmente, os lugares são repletos de significado. No entanto, essa essência pode ser atrelada à sua continuidade histórica, por identidade ou pertencimento, ou ligada a uma perspectiva mais recente, que considera a diversidade e as interações sociais como causas de significância de locais (Iwanczak & Lewicka, 2020), inclusive os urbanizados.

Como as cidades são compostas por partes que interagem e se comunicam continuamente, mudanças em cada um desses elementos, inevitavelmente alteram suas relações, assim como a própria urbe (Ozorhon & Ozorhon, 2015). Em diversas ocasiões, as fotografias disponibilizadas não capturam o cenário real do urbe e, no âmbito do turismo, podem retratar somente o lado da oferta, com informações imprecisas. O fato é que uma foto que não representa a realidade do destino interfere na expectativa do turista e afeta, consideravelmente, seu nível de satisfação (Jaafar & Ismail, 2015).

Pelo fato de a mente dos turistas ser formada por imagens pré, durante e pós visita (Jaafar & Ismail, 2015), sua satisfação não depende somente das fotografias anteriores à visita, mas também das experimentações vividas no próprio lugar. As abordagens baseadas no *marketing* são justamente criticadas por não reconhecerem os visitantes como parte do processo, sendo, quase sempre, ignorados como importante fonte de informação (Van Der Zee, Bertocchi & Vanneste, 2020).

Consequentemente, é fundamental a avaliação e gestão sustentável das paisagens locais para melhoria da experiência turística (Perez-Martinez, Torija & Ruiz, 2018). Além disso, os indivíduos se sentem menos inclinados a frequentar espaços inseguros ou degradados, dentre outras possibilidades de insustentabilidade espacial (Dimitrovski & Vallbona, 2018).

É evidente que o turismo aproveita características físicas e comunidades locais como qualidades do destino, mas é fundamental o entendimento das relações – inclusive imagéticas – entre identidades, uma percebida pelos visitantes e outra inerente aos residentes. Além disso, a relação entre tempo de observação e gosto por um objeto condiciona o período gasto na sua apreciação e pode revelar o nível em que este foi considerado agradável (Fuente Suárez, 2020).

Um ponto importante é o estabelecimento da qualidade espacial pela competência de criação de lugares capazes de demonstrar a complexidade da cidade e de promover áreas fundamentais para interação social, transmitindo sua mensagem imagética e articulando as relações entre espaços abertos e construídos (Rossini & Roca, 2018). Para Yeganeh & Kamalizadeh (2018), a territorialidade

exerce forte efeito nos comportamentos dos cidadãos, visto que constitui uma das maneiras de percepção da integração dos edifícios com o entorno urbanizado.

Por outro lado, a interpretação das pessoas sobre um lugar pode ser fruto dos seus próprios valores culturais. Os turistas, por exemplo, avaliam os aspectos de um destino em comparação com os de seus locais de origem. Portanto, a história de vida de um indivíduo molda a maneira como ele percebe e vivencia o mundo (Guachalla, 2018).

Em síntese, há fortes relações entre percepções humanas e ambientes urbanizados, determinadas pela combinação de fatores sociopolíticos e histórico-culturais, bem como por estilos de vida, os quais interferem na apreensão dos lugares (Agael & Özer, 2017). Sob a ótica da paisagem urbana, pode-se valer da sua composição por elementos naturais e antrópicos, categorias que fundamentam o terceiro conjunto de variáveis analíticas de interesse deste estudo (Quadro 4).

Quadro 4

Painel de variáveis de análise da fotografia da arquitetura na cidade

Categoria	Variável	Descrição
Componentes naturais	Elementos físicos (abióticos)	Céu (firmamento sem nuvens), nuvens, água, rochas e outros (como solo exposto, areia,...) ¹
	Elementos biológicos (abióticos)	Árvores, vegetação não arbórea e outros (como animais,...)
Componentes antrópicos	Elementos construídos	Edificações e vedações, vias e calçadas, mobiliário, infraestrutura aparente (como luminárias, fiação aérea,...), placas comerciais e outros
	Elementos móveis	Veículos automotores (carros, ônibus, motocicletas,...), pessoas e outros (como veículos não motorizados,...)

Fonte: Baseado nos resultados analíticos das referências consultadas.

O imaginário mundial é formado por espaços contemporâneos contidos em uma diversidade de fotografias e figuras eletrônicas dos ambientes natural e construído, com estabelecimento de formas de conexão com os lugares, onde a assimilação espacial – turística ou não – está fundada na somatória – sustentável ou não – desses componentes. Em síntese, os painéis de variáveis analíticas anteriormente sistematizados conduzem a uma série de ponderações sobre a temática tratada.

CONCLUSÃO

Uma das principais vantagens dos procedimentos metodológicos aplicados consiste na cobertura interdisciplinar de ampla gama de fenômenos pelas consideráveis quantidades tanto dos artigos originalmente encontrados quanto daqueles analisados em detalhe. Para trabalhos futuros, entretanto, cabem recomendações de ampliação dos textos e de possibilidades de combinações de palavras-chave.

A fotografia propriamente dita assumiu importância, utilização e transformação ao longo do tempo, induzindo cenários, sobretudo no campo do turismo, fato intensificado pela proliferação de imagens digitais. Contudo, permanecem imposições de verificação da veracidade da representação fotográfica, da intenção do tomador da cena e da compreensão da leitura imagética.

Paralelamente, a fotografia da arquitetura constitui potente ferramenta de promoção turística, com estímulo tanto do desejo de visitar lugares quanto do intuito de influenciar indivíduos, transformando a cidade em produto de consumo. Reitera-se, porém, a possível modificação da

realidade do espaço retratado, cuja assimilação depende das experiências de cada observador, assim como da plenitude dos seus sentidos.

Para a fotografia da arquitetura na cidade, afere-se que a percepção da urbe está diretamente relacionada com a cognição individual e coletiva. Através do turismo, prioriza intencionalmente cenas atrativas, que, muitas vezes, são submetidas a modificações técnicas para intensificação do encantamento do que é visualizado.

Com a construção de painéis de variáveis e corroboração da hipótese aventada, entende-se que as fotografias, como parte dos fenômenos turísticos nas áreas de arquitetura e urbanismo, são importantes para a gestão sustentável de cidades, especialmente porque o turismo pode ser uma das principais fontes de renda das urbes contemporâneas. Com o alcance do objetivo da pesquisa, suas contribuições mais relevantes repousam não somente nas bases teórico-conceituais, mas sobretudo na visão holística que orienta a sustentabilidade.

REFERÊNCIAS¹

- Agael, F., & Özer, Ö. (2017). Human perception in the Libyan built environment: Al-Khums and Bani Walid cities as case studies. *Archinet-IJAR – International Journal of Architectural Research*, 11(2), 157–174. DOI:10.26687/archnet-ijar.v11i1242 (*)
- CA – Clarivate Analytics. (2020-2021). *Web of Science Platform*. <https://clarivate.com/webofsciencegroup/solutions/webofscience-platform/>
- Dimitrovski, D., & Vallbona, M.C. (2018). Urban food markets in the context of a tourist attraction - La Boqueria market in Barcelona, Spain. *Tourism Geographies*, 20(3), 397–417. DOI:10.1080/14616688.2017.1399438 (*)
- Farahani, L.M., Motamed, B., & Ghadirinia, M. (2018). Investigating heritage sites through the lens of social media. *Journal of Architecture and Urbanism*, 42(2), 199–211. DOI:10.3846/jau.2018.7057 (*)
- Filomena, G., Verstegen, J.A., & Manley, E. (2019). A computational approach to 'The Image of the City'. *Cities*, (89), 14–25. DOI:10.1016/j.cities.2019.01.006 (*)
- Fuente Suárez, L.A. (2020). Subjective experience and visual attention to a historic building: A real-world eye-tracking study. *Frontiers of Architectural Research*, 9(4), 774–804. DOI:10.1016/j.foar.2020.07.006 (*)
- Guachalla, A. (2018). Perception and experience of urban areas for cultural tourism: A social constructivist approach in Covent Garden. *Tourism and Hospitality Research*, 18(3), 297–308. DOI:10.1177/1467358416646820 (*)
- Iwanczak, B., & Lewicka, M. (2020). Affective map of Warsaw: Testing Alexander's pattern language theory in an urban landscape. *Landscape and Urban Planning*, 204(103910), p.1–16. DOI:10.1016/j.landurbplan.2020.103910 (*)
- Jacobs, S., & Notteboom, B. (2018). Photography and the spatial transformations of Ghent, 1840–1914. *Journal of Urban History*, 44(2), 203–218. DOI:10.1177/0096144216629969 (*)

¹ (*) = artigos selecionados no levantamento bibliométrico

- Jaafar, S.M.R., & Ismail, H.N. (2015). Capturing the actual perceived image of international urban tourist during visitation in Kuala Lumpur. *International Journal of Built Environment and Sustainability*, 2(4), 324–329. DOI:10.11113/ijbes.vn4.100
- Jeon, Y-C., Kim, D-S., & Song, H. (2015). A study on the simulated surface effect in contemporary architecture: The relationship between simulacra and digital fabrication technology. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 14(1), 25–32. DOI:10.3130/jaabe.14.25 (*)
- Joly, M.; & Martin, J. (2021). *Introduction à l'analyse d'image*. (3.ed). Armand Colin.
- Koffka, K. (2013). *Principles of Gestalt psychology*. (repr). Routledge.
- Le, A.T.D., Payne, J., Clarke, C., Kelly, M.A., Prudenziati, F., Armsby, E., Penacchio, O., & Wilkins, A.J. (2017). Discomfort from urban scenes: Metabolic consequences. *Landscape and Urban Planning*, (160), 61–68. DOI:10.1016/j.landurbplan.2016.1003 (*)
- Li, J., Zhang, Z., Jing, F., Gao, J., Ma, J., Shao, G., & Noel, S. (2020). An evaluation of urban green space in Shanghai, China, using eye tracking. *Urban Forestry & Urban Greening* 56(126903), 1–11. DOI:10.1016/j.ufug.2020.126903 (*)
- Llinares Millán, M.C., Iñarra, S., & Guixeres, J. (2018). Design attributes influencing the success of urban 3D visualizations: Differences in assessments according to training and intention. *Journal of Urban Technology*, 25(4), 39–57. DOI:10.1080/10630732018.1444873 (*)
- López-Besora, J., Isalgué Buxeda, A., & Coch Roura, H. (2016). A digital image processing method for urban scenes brightness assessment. *Architecture, City and Environment*, 11(32), 157–170. DOI:10.5821/ace.11.34837 (*)
- Martí-Ciriquián, P., Nolasco-Cirugeda, A., & Serrano-Estrada, L. (2019). Los datos geolocalizados de las redes sociales en el estudio de cuestiones urbanas complejas: cinco temas, cinco redes. *Architecture, City and Environment*, 14(41), 83–108. DOI:10.5821/ace.14.41.8217 (*)
- Middel, A., Lukasczyk, J., Zakrzewski, S., Arnold, M., & Maciejewski, R. (2019). Urban form and composition of street canyons: A human-centric big data and deep learning approach. *Landscape and Urban Planning*, 183(12132), 122–132. DOI:10.1016/j.landurbplan.2018.1001 (*)
- Motamed, B., & Farahani, L.M. (2018). The evaluative image of the city through the lens of social media: Case study of Melbourne CBD. *Journal of Architecture and Urbanism*, 42(1), 24–33. DOI:10.3846/jau.2018.1474 (*)
- Mustasha, E., Alsyouf, I., Labadi, L.A., Hamad, R., Khatib, N., & Mutawa, M.A. (2020). Application of AHP and a mathematical index to estimate livability in tourist districts: The case of Al Qasba in Sharjah. *Frontiers of Architectural Research*, 9(4), 878–889. DOI:10.1016/j.foar.2020.04.001 (*)
- Otxotorena Elicegui, J.M. (2018). Enfoques, encuadros, miradas. Algunas apreciaciones complementarias sobre las relaciones de arquitectura y fotografía. *EGA – Revista de Expresión Gráfica Arquitectónica*, 23(34), 122–133. DOI:10.4995/ega.2018.10853 (*)
- Ozorhon, I.F., & Ozorhon, G. (2015). Investigation of the relationship between museums and cities in the context of image: cases from Istanbul. *Journal of Architecture and Urbanism*, 39(3), 208–217. DOI:10.3846/20297955.2015.1088418 (*)

- Perez-Martinez, G., Torija, A.J., & Ruiz, D.P. (2018). Soundscape assessment of a monumental place: A methodology based on the perception of dominant sounds. *Landscape and Urban Planning*, (169), 12–21. DOI:10.1016/j.landurbplan.2017.07.022 (*)
- Pierskalla, C.D., Deng, J., & Siniscalchi, J.M. (2016). Examining the product and process of scenic beauty evaluations using moment-to-moment data and GIS: The case of Savannah, GA. *Urban Forestry & Urban Greening*, (19), 212–222. DOI:10.1016/j.ufug.2016.07.011 (*)
- Rajesh, R. (2013). Impact of tourist perceptions, destination image and tourist satisfaction on destination loyalty: A conceptual model. *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* [online]: 11(3-s.i.), 67–78. DOI:10.25145/j.pasos.2013.11.039
- Rossini, F., Roca, E., & Harris, S. (2018). The notion of ground: A definition of urban permeability in Hong Kong and Barcelona. *Architecture, City and Environment*, 13(38), 211–234. <http://dx.doi.org/10.5821/ace.13.38.5432> (*)
- Rueda Velásquez, C., Rentería Cano, I., & Martínez Durán, A. (2019). Construcciones visuales: miradas cruzadas de arquitecto y fotógrafo: Luis Barragan versus Armando Salas Portugal, Jose Antonio Coderch versus Francesc Catala-Roca. *Revista 180*, (44), 52–63. [http://dx.doi.org/10.32995/rev180.num-44.\(2019\).art-639](http://dx.doi.org/10.32995/rev180.num-44.(2019).art-639) (*)
- Salama, A.M., & Maclean, L. (2017). Integrating Appreciative Inquiry (AI) into architectural pedagogy: An assessment experiment of three retrofitted buildings in the city of Glasgow. *Frontiers of Architectural Research*, 6(2), 169–182. DOI:10.1016/j.foar.2017.0001 (*)
- Scatena, D. (2018). Perceiving the void and the living being to build new environment friendly urban spaces. *Journal of Architecture and Urbanism*, 42(1), 40–45. DOI:10.3846/jau.2018.2024 (*)
- SJR – SCImago Journal Rank. (2020-2021). *Journal rankings*. <https://www.scimagojr.com/journalrank.php>
- Stevenson, A. (2017). Arrival stories: Using participatory, embodied, sensory ethnography to explore the making of an English city for newly arrived international students. *Journal of Contemporary Ethnography*, 46(5), 544–572. DOI:10.1177/0891241615619994 (*)
- Van Der Zee, E., Bertocchi, D., & Vanneste, D. (2020). Distribution of tourists within urban heritage destinations: A hot spot/cold spot analysis of TripAdvisor data as support for destination management. *Current Issues in Tourism*, 23(2), 175–196. DOI:10.1080/13683500.2018.1491955 (*)
- Van Dongen, R.P., & Timmerman, H.J.P. (2019). Preference for different urban greenscape designs: A choice experiment using virtual environments. *Urban Forestry & Urban Greening*, 44(126435), 1–11. DOI:10.1016/j.ufug.2019.126435 (*)
- Wright, D., & Sharpley, R. (2018). The photograph: tourist responses to a visual interpretation of a disaster. *Tourism Recreation Research*, 43(2), 161–174. DOI:10.1080/02508281.2017.1409921 (*)
- Yeganeh, M., & Kamalizadeh, M. (2018). Territorial behaviors and integration between buildings and city in urban public spaces of Iran's metropolises. *Frontiers of Architectural Research*, 7(20), 588–599. DOI:10.1016/j.foar.2018.06.004 (*)