

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO DE AQUIDAUANA, BRASIL

Social Representations in Public Tourism Policies of Aquidauana, Brazil

RANGEL APARECIDO ARGUILHEIRA CASTILHO¹, IZAC OLIVEIRA BELINO BONFIM², ANTONIO FIRMINO DE OLIVEIRA NETO³, EROS SALINAS CHAVES⁴

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i2p283>

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo identificar as Representações Sociais [RS] dos agentes sociais dominantes e dominados, na perspectiva de um jogo bourdieuseano, no espaço turístico de Aquidauana, município localizado no estado de Mato Grosso do Sul (Brasil), por meio da Metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo [DSC]. As RS de ambos os agentes sociais são apresentadas ao longo dos resultados e discussões, nas quais detectou-se que eles apostam no desenvolvimento do turismo de Aquidauana, porém, indicam existir necessidade de projetos de viabilidade, de divulgação e de políticas públicas que interajam com a sociedade; identificou-se nas RS dos agentes sociais, ainda, que o asfaltamento da BR419 não trará muitas contribuições para o turismo, mas estimulará outros setores econômicos, e que o Conselho Municipal de Turismo [COMTUR] é um espaço de contradições e conflitos. Conclui-se que em Aquidauana predomina o jogo de interesses e que a instituição pública não atende aos anseios e devaneios da sociedade.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Políticas Públicas; Representações Sociais; Desenvolvimento do Turismo; Aquidauana-MS, Brasil.

ABSTRACT

This research aimed to identify the Social Representations (RS) of the dominant and dominated social agents, from the perspective of a Bourdieusian game, in the tourist area of Aquidauana, a

¹ **Rangel Aparecido Arguilheira Castilho** - Bacharel em Turismo, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. <http://orcid.org/0000-0001-8286-1100> E-mail: rangelcastilho@hotmail.com

² **Izac Oliveira Belino Bonfim** - Doutor. Professor na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande-MS, Brasil. Orcid. E-mail: izac.bonfim@ufms.br

³ **Antonio Firmino De Oliveira Neto** – Doutor. Professor no Programa de Pós-graduação em Estudos Culturais, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Aquidauana, Mato Grosso do Sul, Brasil. <http://orcid.org/0000-0002-7955-5417> E-mail: oliveira.neto@ufms.br

⁴ **Eros Salinas Chaves** – Doutor. Professor em Turismo, Ministério de Turismo, Havana, Cuba. Professor visitante da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. <http://orcid.org/0000-0003-2612-8048> E-mail: salinaschavezeros@gmail.com

municipality located in the state of Mato Grosso do Sul [Brazil], through the Collective Subject Discourse Methodology [DSC]. The Social Representations of both social agents are presented throughout the results and discussions, in which it was detected that they are betting on the development of Aquidauana tourism, however, they indicate the need for feasibility, dissemination and public policies projects that interact with the society; it was also identified in the SR of social agents, that the paving of BR419 will not bring many contributions to tourism, but will stimulate other economic sectors, and that the Municipal Tourism Council [COMTUR] is a space of contradictions and conflicts. It is concluded that the game of interests prevails in Aquidauana and that the public institution does not meet society's desires and daydreams.

KEYWORDS

Tourism; Public Policy; Social Representations; Tourism Development; Aquidauana-MS, Brazil.

INTRODUÇÃO

A existência de recursos naturais e culturais em condições de atrair fluxos turísticos [reais e potenciais], com efeitos para dinamizar e desenvolver uma região ou localidade sob uma perspectiva econômica, desperta interesse tanto na iniciativa privada quanto das instâncias governamentais. Nesse cenário, o estado de Mato Grosso do Sul possui 79 municípios (IBGE, 2019), dos quais 42 fazem parte das oito regiões turísticas estabelecidas pela Fundação de Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul (Bordin, 2018). De acordo com os dados do Observatório de Turismo [OBSERVATUR-MS], em março de 2019, 63% dos desembarques ocorridos no Aeroporto Internacional de Campo Grande foram de turistas. Os destinos mais procurados por eles foram: Bonito, com 42,1%; Campo Grande, com 36,1%; e Corumbá, com 8,5%. Já no mês anterior, fevereiro de 2019, entre os desembarcados, 47,9% tinham como destino Campo Grande; 24,2%, Bonito; e 7,1%, Ponta Porã. Utilizado como referência, nas duas pesquisas divulgadas pelo OBSERVATUR-MS, Aquidauana não aparece como destino turístico.

O Estado de Mato Grosso do Sul tem cinco aeroportos servidos pela aviação comercial, localizados nas cidades de Campo Grande, Dourados, Corumbá, Bonito e Três Lagoas, porém, quatro deles, servido por apenas uma companhia aérea (Infraero, 2019). A capital, Campo Grande, apresenta o maior número de embarques/desembarques, operando com as principais companhias aéreas brasileiras. A partir da capital, há uma rede de distribuição rodoviária para todas as regiões turísticas, entretanto, a extensão do território geográfico dificulta o acesso, entre outros, a região turística do Pantanal, onde está localizada a cidade de Aquidauana.

Observado *in loco* e no OBSERVATUR-MS, os dados de demanda turística para Aquidauana são incipientes e escassos. Os turistas que visitam o Pantanal de Aquidauana recorrem às poucas pousadas pantaneiras presentes no território com número de leitos limitados. Estas funcionam como resorts fechados, com baixa interação dos turistas com as comunidades ribeirinhas, aldeias e agentes sociais do espaço urbano. Difere de Corumbá que, localizada na mesma região, possui produtos turísticos formatados com apelos culturais, naturais, gastronômicos, entre outros, favorecendo a sociabilidade entre turistas e residentes. A pesca sempre foi geradora de fluxos turísticos para todas as cidades da região turística do Pantanal. Numa pesquisa exploratória, detectou-se nos últimos anos um declínio deste segmento, bem como a falta de políticas públicas e de planejamento que ensejem a formatação de novos produtos turísticos no município. Porém, percebe-se nos discursos da sociedade a expectativa de que a atividade turística impulse o crescimento e desenvolvimento econômico local.

Neste sentido, é necessário compreender a viabilização de políticas públicas neste território, identificando as representações sociais e a participação da sociedade civil no planejamento do turismo. Deste modo, este artigo tem como escopo teórico estudos sobre Políticas Públicas (Brusadin, 2015; Gomes, 2018), Teoria dos Campos (Bourdieu, 2004) e Representações Sociais (Moscovici, 1978), com objetivo de identificar as Representações Sociais dos agentes sociais [dominantes e dominados], no espaço turístico de Aquidauana. Por meio da técnica de análise do Discurso do Sujeito Coletivo [DSC], de Lefevre e Lefevre (2005), buscou-se identificar [a] a importância da atuação do Conselho Municipal de Turismo na atividade turística local; [b] a perspectiva da pavimentação da BR 419 como um fator motivador de ações em prol do desenvolvimento do turismo; [c] a criação deanel viário como indutor de novos empreendimentos turísticos; por fim, como meta, [d] busca-se identificar nas Representações Sociais [senso comum], a possibilidade, ou não, de desenvolvimento do turismo.

O estudo parte da premissa de compreender a atividade turística como indutora e fomentadora de novos negócios, com poder de alavancar a economia, gerar emprego e renda, promover o desenvolvimento social e cultural local. Em Aquidauana, porém, uma análise prévia indica que o turismo não produziu, ali, mudanças significativas nos últimos 10 anos. A partir deste contexto, este artigo apresenta o referencial teórico, o contexto do estudo de caso, a metodologia empregada, a análise e discussão de resultados e, por fim, as conclusões.

A TEORIA DOS CAMPOS DE BOURDIEU

A Teoria dos Campos, de Bourdieu (2011), é um dos conceitos mais recentes em suas críticas sociológicas do século XX. A partir de uma perspectiva estruturalista buscou compreender os fenômenos sociais, em que agentes sociais em diferentes posições (dominantes e dominados) lutam e estabelecem estratégias para ocupar determinadas posições em um jogo de interesses. Corroboram essa leitura Montagner e Montagner (2011), ao discorrer que “o conceito de campo surge na obra de Bourdieu em um período mais tardio” (p. 258) e a sua utilização, segundo os autores (2011), permite “uma análise de um determinado espaço social” (p. 258). Na perspectiva de Bourdieu (1989,), o espaço social é entendido como um “campo de forças onde agentes sociais se definem pelas suas posições relativas” (p. 135). É neste campo, onde os agentes sociais se socializam e estabelecem suas ações, que emergem respectivamente suas representações sociais a respeito de um objeto ou fenômeno.

De acordo com Pimentel, Oliveira e Carvalho (2016), “cada espaço social corresponde a um campo – econômico, cultural, científico – onde é determinada a posição social de cada agente, revelando as figuras de ‘autoridade’, aquelas detentoras de maior volume de capital” (s.p.). Pereira (2015) ainda complementa que “o campo também pressupõe confronto, tomada de posição, luta, tensão e poder” (p. 5). Neste sentido, as leituras sociológicas de Lahire (2002) direcionam ao entendimento do campo, o qual “constitui uma maneira de responder a uma série de problemas científicos” (p. 51-52). O mesmo autor ainda discorre que no espaço social podemos encontrar uma magnitude de campos, todos dotados de agentes sociais em distintas posições em um jogo. Nas leituras de Bourdieu (1989) é possível identificar o campo político, científico, cultural, esportivo, entre outros.

O campo, na visão de Bourdieu (2011) é um microcosmo autônomo no interior de um macrocosmo social. As estratégias estabelecidas pelos agentes sociais podem ser compreendidas por ações e discursos com enunciados visando a detenção de poder e capital em um determinado campo. No jogo disputado, é comum a imersão de discursos que ensejam a construção de representações sociais, sendo estas algumas estratégias que dispõem a luta e a concorrência pelo domínio do campo, como, por exemplo, as lutas incessantes no campo político do turismo de um determinado território. De acordo com Bourdieu (2004), o

Castilho, R.A.A., Bonfim, I.O.B., Oliveira Neto, A.F. & Chaves, E.S. (2021). Representações sociais nas políticas públicas de turismo de Aquidauana-MS, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(2), 283-307, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i2p283>

Campo é um microcosmo social dotado de certa autonomia, com leis e regras específicas, ao mesmo tempo em que influenciado e relacionado a um espaço social mais amplo. É um lugar de luta entre os agentes que o integram e que buscam manter ou alcançar determinadas posições. Essas posições são obtidas pela disputa de capitais específicos, valorizados de acordo com as características de cada campo. (p. 22-23).

Na estrutura de um campo, segundo Nogueira e Nogueira (2009), há posições ocupadas e disputadas por agentes sociais em posições dominantes [com estratégias conservadoras] e como dominados, agentes sociais contra hegemônicos, que ocupam posições inferiores [com estratégias que variam entre conservação e contestação]. Neste sentido, entender a noção de campo enseja detectar as estratégias utilizadas pelos agentes sociais dominantes e dominados para alçar posições em um determinado jogo. Na diversidade de obras e escritos de Bourdieu é possível visualizar toda conexão entre a teoria dos campos, habitus e capital. Além da compreensão do campo como um microcosmo social amparado por leis específicas, cada campo, com sua especificidade, possui conexões relacionadas a determinados capitais. Na perspectiva de Pimentel, Oliveira e Carvalho (2016), “os capitais vão determinar as posições no campo dos agentes, o habitus ou as disposições vão determinar o que o agente se predispõe a fazer ou não e a maneira como faz [estratégias]” (s.p.).

No interior de um campo, o capital é objeto de movimentação, valorização e legitimação. De acordo com Bourdieu (1983), habitus é

[...] um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas [...]. (p. 65).

É notório compreender que o conceito de habitus foi concebido como um princípio mediador, por Bourdieu. Pode ser considerado como um meio de ligação entre as práticas individuais relacionado às condições sociais de existência. Para Setton (2002), o “habitus surge então como um conceito capaz de conciliar a oposição aparente entre realidade exterior e as realidades individuais”. (p. 63). A mesma autora ainda aponta que o habitus seria “capaz de expressar o diálogo, a troca constante e recíproca entre o mundo objetivo e o mundo subjetivo das individualidades”. (p. 63). Desta forma, o habitus pode ser visualizado como um conjunto de esquemas de percepção, ou mesmo representação, e compreendido como apropriação daquilo que é posto em prática em um campo. Postulado nesse referencial teórico que se visualiza um

campo político do turismo no município de Aquidauana, onde agentes sociais em distintas posições no jogo alçam estratégias para alcançar ou manter posições, construindo representações sociais subjetivas ao desenvolvimento do turismo local.

TURISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS

As Políticas Públicas que estabelecem as diretrizes para projetos e ações em prol do desenvolvimento do turismo no Brasil são relativamente recentes. Brusadin (2005) cita a criação da Empresa Brasileira de Turismo [Embratur, atualmente Instituto Brasileiro de Turismo] em 1966, como o início do planejamento da atividade turística no Brasil. Knupp e Mafra (2012) mencionam que desde meados da década de 1990, o governo brasileiro vem delineando diretrizes para o crescimento da atividade turística de forma descentralizada, porém, somente no governo de Luiz Inácio Lula da Silva foi criado o Ministério do Turismo [MTur], tornando-se importante marco para o desenvolvimento do turismo no País. Nos governos anteriores, o Turismo sempre esteve atrelado a outros órgãos, como da Cultura e/ou do Esporte e Cultura, tendo um caráter de *status* secundário.

Para exemplificar, o Brasil, um país continental, recebeu no ano de 2017, 6.588.770 turistas estrangeiros (MTur, 2018), praticamente os mesmos números de 6,6 milhões que a República Dominicana recebeu no mesmo ano, com um território equivalente ao estado de Alagoas. Antes da criação do MTur, em 2003 houve o Programa Nacional de Municipalização do Turismo [PNMT], criado em 1991, instituído em 1994, vigorando até 2002. Segundo Brusadin (2005), o PNMT tinha como objetivo estimular o desenvolvimento turístico nacional a partir da descentralização das políticas públicas de turismo e do fortalecimento do planejamento turístico nos municípios. Brusadin (2005) ainda discorre que o PNMT “previa uma abordagem comunitária participativa e a formação de Conselhos e Planos de Turismo com uma proposta teoricamente ascendente, cujos fundamentos derivariam das bases da sociedade.” (p. 88). Posteriormente ao PNMT, emerge o Programa de Regionalização do Turismo [PRT], iniciado em 2003 e lançado em 2004. De acordo com o MTur (2013), “seu objetivo principal é o de apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no País, a partir de 8 eixos estruturantes com vistas à promoção do desenvolvimento regional” (s.p.).

A partir da iniciativa desses programas no Brasil, que inclui uma devolutiva dos municípios indutores com agentes sociais diversificados [iniciativa privada, setor público, entidades de classe, instituições de ensino, entre outros], ocasionalmente denominados gestores de

competitividade, foi possível a consolidação dos Conselhos Municipais de Turismo nos destinos que ainda não possuíam tais instâncias instaladas. A criação desses conselhos tem como prerrogativa dar voz e participação ativa aos atores da sociedade.

Gastal e Moesch (2007) argumentam que, para o desenvolvimento do turismo local, “deve haver uma gestão turística que identifique, mobilize e arregimente os agentes institucionais e agentes sociais, as lideranças comunitárias, políticas e empresariais da região” (p. 49). Desta forma, os Conselhos Municipais de Turismo serão ativos se houver a participação de membros da sociedade de forma plena e eficaz, superando o interesse do poder dominante em um determinado campo ideológico; A partir dessas proposituras é que este trabalho analisa as Representações Sociais, por meio do Discurso do Sujeito Coletivo [DSC], entre agentes sociais dominantes e dominados, no campo ideológico situado no espaço turístico de Aquidauana.

O CONTEXTO DE AQUIDAUANA: PORTAL DO PANTANAL

A cidade de Aquidauana está localizada no oeste do território do Mato Grosso do Sul, na região turística do Pantanal, da qual também fazem parte os municípios de Miranda e Corumbá. Aquidauana é conhecida pelo cognome turístico Portal do Pantanal, por estar localizada na entrada da planície pantaneira, a 130 quilômetros da capital Campo Grande. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018), sua população é de 47.784 pessoas e PIB per capita, em 2016, de R\$ 18.568,37, ocupando a 69ª posição de um total de 79 municípios do Estado, e um IDH (2010) de 0,688, abaixo da média nacional de 0,813. Com localização às margens do rio que lhe empresta o nome e próxima ao Pantanal, assolada pelas enchentes na época de cheias, Aquidauana tem sua trajetória inicial ligada ao transporte fluvial.

O povoamento de Aquidauana teve início em 1892, quando foi lavrada a ata de fundação do povoado. Entretanto, a região já era ocupada efetivamente pelos índios Terena e pelos espanhóis, que estiveram no território quando da fundação do povoado de Santiago de Xerez, que foi destruído pelos bandeirantes paulistas no século XVII. Na margem esquerda do rio Aquidauana a ocupação foi mais efetiva nos primórdios do povoamento, já que ali estaria o ponto de comercialização, com o embarque e o desembarque de gado e de outras mercadorias para o suprimento dos moradores da região (Joia, 2005). Neste sentido, o desenvolvimento inicial aconteceu lentamente pelos rios que interligavam o território mato-grossense, e que, conseqüentemente, chegava a Aquidauana.

Aos poucos, a cidade ganhou *status* no estado de Mato Grosso, com sua capacidade logística de porto bem localizado, armazéns e boa infraestrutura. De acordo com Robba (1992), o núcleo da margem esquerda do rio prosperava com estrutura portuária, e o da margem direita, com a estrutura administrativa, dependia de balsas para transpor o rio e abastecer o comércio. O autor cita ainda que, em 1926, foi instalada uma ponte de ferro, adquirida na cidade de São Paulo, dando maior agilidade na troca comercial entre o centro da cidade, o porto e o bairro da margem esquerda. Fato importante ocorreu em 12 de outubro de 1914, quando da chegada dos trilhos ferroviários da Noroeste do Brasil o que, segundo Robba (1992), “impulsionou ainda mais a ocupação da margem direita, para onde se deslocaram as casas comerciais” (p. 17). Arruda (1995) cita que a linha férrea, primeiramente, compreendia os trechos São Paulo-Bauru-Corumbá-Bolívia e tinha a função de transporte, de turismo e de comércio e exportação.

No ano de 1965, o território de Aquidauana foi desmembrado para a formação do município de Anastácio, cujo distrito sede ficou localizado na margem esquerda do Rio Aquidauana. Com isso, a cidade de Aquidauana ficou localizada na margem direita do rio e perdeu sua ligação com a BR262, ficando deslocada de um importante eixo rodoviário, o que resultou na limitação das suas possibilidades como geradora de produtos e serviços, escoamento de produção e catalisadora de investimentos nos setores produtivos. De acordo com informações do Município de Corumbá (2019), com a finalização da pavimentação da BR262 em 1986, as cidades do Pantanal Sul tomaram novo impulso, dinamizando suas atividades, inclusive no setor de turismo. No entanto, o modal de transporte ferroviário foi caindo em desuso, pois houve uma transferência para o modal rodoviário. Em 2009, a empresa Serra Verde Express, de Curitiba lançou o trem turístico Pantanal Express, com um percurso de 222 quilômetros entre Campo Grande e Miranda, visando o desenvolvimento do modal ferroviário, baseado na contemplação da natureza. Todavia, o projeto fracassou e foi desativado no ano de 2015.

Segundo dados da Fundtur-MS (Bordin, 2018), o turismo no Pantanal está segmentado no turismo ecológico, de observação de aves, de pesca, gastronômico, rural e cultural, porém concentrado nas pousadas pantaneiras existentes na região. Entretanto, conforme identificado *in loco*, existe baixa interação entre os turistas que frequentam as pousadas e as cidades, distritos e aldeias da região. Desta forma, detectou-se que os agentes sociais que buscam inserção na atividade turística não conseguem viabilizar alternativas empreendedoras junto aos turistas, pois estes ficam isolados nas pousadas pantaneiras. Uma nova oportunidade para Aquidauana e seus agentes sociais em distintas posições, apresenta-se com a perspectiva da

pavimentação da BR 419 e a criação do anel viário interligando várias regiões da cidade. As pavimentações e adequações de infraestrutura rodoviária são importantes no Mato Grosso do Sul para fomentar o deslocamento e integrar territórios distintos, tendo em vista as longas distâncias entre cidades, um grande número de rodovias federais e estaduais sem pavimentação e quase 90% destas das pavimentadas apenas com pista simples. Segundo o Ministério do Transportes (2015), a obra foi incluída no Programa de Aceleração de Crescimento [PAC] e publicada no Diário Oficial da União de 16-4-2018, na página 72 [Licitação nº 78/2018]. Além da perspectiva desta obra, outro empreendimento — Rota Bioceânica — enseja representações sociais subjetivas nos agentes sociais que vivem na região. A Rota Bioceânica é um projeto conjunto entre os governos brasileiro, paraguaio, argentino e chileno (Governo Mato Grosso do Sul, 2018). Segundo os agentes sociais [dominantes], em seus discursos propagados para a sociedade local, a conclusão deste empreendimento possibilitará crescimento da economia local, oportunidades de geração de emprego e renda, desenvolvimento social, e fomentará o turismo para além das pousadas pantaneiras.

DESENHO DA INVESTIGAÇÃO E TÉCNICA DA RECOLHA DE DADOS

Os procedimentos metodológicos utilizados nesta investigação, foram pautados numa pesquisa qualitativa postulado no referencial do estado da arte da teoria das Representações Sociais [RS], de Serge Moscovici (1978). De acordo com Moscovici (1978),

[...] a representação social é uma modalidade particular do conhecimento, cuja função é a elaboração dos comportamentos e a comunicação entre indivíduos. A representação é um corpus organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas graças às quais os homens fazem inteligível a realidade física e social, integram-se em um grupo ou em uma relação cotidiana de intercâmbios, liberam os poderes de sua imaginação (pp. 17-18).

Neste sentido, a construção do conhecimento social é manifestada pelos saberes dos sujeitos e pelo pensamento individual (Moscovici, 1978). O desenho desta investigação, consiste num estudo de caso da Cidade de Aquidauana no Pantanal Sul-mato-grossense. O estudo de caso, segundo Yin (2001), “é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos” (p. 27) além disto, segundo o mesmo autor, “conta com muitas das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas”, como a “observação direta” e “série sistemática de entrevistas”.

Para atingir o objetivo proposto e identificar as dimensões das Representações Sociais optou-se por procedimentos metodológicos distintos nas diversas etapas da pesquisa. A primeira fase, de

abordagem exploratória, ocorreu com agrupamento de estratégias pré-definidas, com pesquisa bibliográfica e observacional no espaço turístico no último semestre de 2019. Foram utilizadas como fontes referenciais bibliográficas [livros, artigos, etc.] e como fontes primárias [jornais, redes sociais, blogs, etc.] que abordam e divulgam problemática local e voluntariamente dão vozes ao pensamento social e contribuem para a produção de representações sociais.

O roteiro de entrevista, objetivando identificar as RS dos agentes sociais, foi embasado com as ideias sobre o turismo local, o asfaltamento da BR 419, a construção do anel viário e as ações do Conselho Municipal de Turismo na cidade de Aquidauana. As três questões foram estruturadas na seguinte ordem: (a) Quais as possibilidades de desenvolvimento do turismo em Aquidauana na sua visão? (b) Você acredita que a possibilidade de pavimentação e criação do anel viário da BR 419 possa trazer oportunidades para o turismo em Aquidauana? (c) Você acredita que o Comtur colabora para o desenvolvimento do turismo em Aquidauana?

Todos os questionamentos deixaram um espaço aberto para o entrevistado externalizar suas representações, com o objetivo de identificar as possíveis ideologias. Para análise dos dados visando compreender o jogo bourdieuseano (2004) disputado no espaço turístico de Aquidauana, recorreu-se à técnica de análise por meio do Discurso do Sujeito Coletivo [DSC], delineando-se perguntas abertas para buscar compreender as RS dos agentes sociais [dominantes e dominados], que se utilizam de estratégias diversas para alçar posições. No Quadro 1 apresenta-se um exemplo de como se extraem as RS por meio do DSC, utilizando um exemplo de uma entrevista realizada na Cidade de Aquidauana / MS com um empresário do ramo do turismo de pesca a respeito do desenvolvimento do turismo.

Quadro 1 - Representações Sociais por meio do Discurso do Sujeito Coletivo

DISCURSO	EXPRESSÃO-CHAVE	IDEIA CENTRAL	RS DO DSC
----------	-----------------	---------------	-----------

<p>Não existe um planejamento para o desenvolvimento do turismo. A atividade turística que era nosso ganha pão acabou. Hoje, os turistas buscam outros destinos para pesca como Passo do Lontra e Corumbá. Não existem mais projetos para o turismo de pesca, somente para Carnaval fora de época e para as pousadas pantaneiras. Nós pequenos empresários estamos entregues a própria sorte.</p>	<p>[...] Não existe um planejamento para o desenvolvimento do turismo. [...] Nosso ganha pão acabou. [...] Não existe mais projetos para o turismo de pesca. [...] Nós pequenos empresários estamos entregues à própria sorte.</p>	<p>[...] falta de planejamento [...] o turismo acabou [...] não existem projetos [...] esquecidos</p>	<p>Não existe planejamento para o turismo. A atividade turística acabou. Não existe mais turismo de pesca. Só há projetos para Carnaval fora de época e para as pousadas pantaneiras.</p>
---	---	--	---

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A análise e a interpretação do que são as RS dos agentes sociais [dominantes e dominados] foram feitas por meio da metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo elaborada por Lefèvre e Lefèvre (2005), que consiste na organização e tabulação dos dados qualitativos de natureza verbal, colhidos nos depoimentos dos entrevistados. A metodologia tem como base interpretar as Representações Sociais, de Serge Moscovici (2009). De acordo com Lefevre e Lefevre (2005), o Discurso do Sujeito Coletivo: “é uma modalidade de apresentação de resultados de pesquisas qualitativas, que tem depoimentos como matéria-prima, sob a forma de um ou vários discursos-síntese escritos na primeira pessoa do singular, expediente que visa expressar o pensamento de uma coletividade, como se esta coletividade fosse o emissor de um discurso” (p. 70).

Para compreender as representações sociais do sujeito, a análise é realizada da seguinte forma:

Esta técnica consiste em selecionar, de cada resposta individual a uma questão, as Expressões-Chave, que são trechos mais significativos destas respostas. A essas Expressões Chaves correspondem Ideias Centrais que são a síntese do conteúdo discursivo manifestado nas Expressões Chave. Com o material das Expressões Chave das Ideias Centrais constroem-se discursos-síntese, na primeira pessoa do singular, que são os DSCs, onde o pensamento de um grupo ou coletividade aparece como se fosse um discurso individual (Lefevre & Lefevre, 2005, p.70).

Nas entrevistas, as RS são as verbalizadas no espaço percebido, sentido, representado e também vivido. Assim, a compreensão do resultado de uma RS passa pelas expressões-chave que identificam a ideia central. Para Moscovici (1978), representar um objeto ou um acontecimento do espaço social é, ao mesmo tempo, possibilitar-lhe a criação de um signo, é evidenciá-lo,

caracterizando-o como significante. Torna-se uma visão de um modo particular, mas que representa as vozes do senso comum, de uma sociedade.

Após concluir todas as etapas das entrevistas, foram feitas a análise e a interpretação dos discursos proferidos pelos agentes sociais, que identifica a representação social do discurso do sujeito coletivo. A apuração das representações sociais por meio da análise do Discurso do Sujeito Coletivo corrobora o entendimento de uma amostra qualitativa que possui significado e significantes, pois “supõe que as ideias são anteriores às palavras” (Saussure, 1916, p. 121). O resultado geral dos discursos-sínteses [DSC] de cada ator social demonstra quais são as dimensões de seus significados e significantes nas representações sociais construídas no espaço-tempo da Cidade de Aquidauana-MS.

Seleção da Amostra - Para que fosse possível compreender todas as possíveis representações sociais entrevistou-se agentes sociais dominantes e dominados. Para uma compreensão sociológica de dominantes e dominados, optou-se pela distinção delineada por Pimentel, Oliveira e Carvalho (2011) que discorrem sobre a posição dos agentes sociais. Para esses autores, “a posição é como os agentes estão distribuídos no espaço social de acordo com o seu volume de capital [econômico, social e cultural]” (s. p.).

Os dominantes foram escolhidos entre membros do poder público, empresários e outros agentes sociais que participam ativamente da cadeia produtiva do turismo local, que possuem poder econômico e conhecimento sobre o mercado de turismo. Na escolha destes agentes sociais, foi levada em consideração a participação no Comtur na atual gestão e nas anteriores. Na entrevista dos agentes sociais dominados optou-se pela escolha de profissionais artesões, estudantes e membros de comunidade, como indígenas, que poderiam estar representando os interesses de uma determinada coletividade dentro do Comtur, mas que por falta de conhecimento ou exclusão democrática desconhecem a realidade do fazer e pensar o turismo em conjunto. O objetivo foi dialogar com agentes sociais que fossem da mesma realidade espacial, mas que possuíssem percepção subjetiva dos problemas que afetam o desenvolvimento do turismo em Aquidauana-MS. Desta forma, consegue-se obter um resultado satisfatório, pois, segundo Bourdieu (2011), “são as condições sociais do funcionamento do campo político como um lugar em que certo número de pessoas, que preenchem as condições de acesso, joga um jogo particular do qual outros são excluídos” (p. 197).

A partir deste critério de amostra, iniciou-se a pesquisa com um número de cinco agentes sociais de ambos grupos até que fosse exaurida e identificada uma amostra qualitativa que

representasse o mesmo universo de discursos e representações sociais. As entrevistas dialogadas têm a função de identificar as mesmas RS que são repetidas pelo número inicialmente projetado e, a partir do momento que a percepção cognitiva apresenta o mesmo discurso, chega-se a um ponto de saturação.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em julho de 2018 foi aprovado pela Assembleia Legislativa do Estado do Mato Grosso do Sul, o Projeto de Lei nº 105/2018, que regulamenta o Sistema Estadual de Turismo, a Política Estadual para o Turismo e o Plano Estadual de Turismo. A lei regulamenta o turismo no território sul-mato-grossense, em consonância com as Políticas Públicas Federais desenvolvidas pelo MTur a partir da Lei Geral do Turismo, Lei nº 11.771/2008, que estabelece a Política Nacional de Turismo. O Sistema Estadual de Turismo de Mato Grosso do Sul [SET-MS] foi instituído para que seja composto por representantes das seguintes instituições: Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (FUNDTUR-MS); Conselho Estadual de Turismo; Instâncias de Governança Regional; Municípios constantes no Mapa do Turismo Estadual e Conselhos Municipais de Turismo.

Como elementos de políticas públicas de turismo para o estado existem ainda o Fórum Estadual de Turismo, o Fórum de Secretários e Dirigentes [colegiado formado pelos secretários municipais e/ou presidentes de órgãos municipais de Turismo no Estado de Mato Grosso do Sul] e o Fórum Regional de Turismo, que tem a participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das 8 regiões turísticas, com o papel de coordenar programas e ações em âmbito regional e, em nível local, os Conselhos Municipais de Turismo. Desta forma, são vários colegiados estabelecidos para viabilizar e planejar as ações e fomentar o desenvolvimento do turismo. Ruschmann (2009) tece comentários que, desta forma, o planejamento turístico “consiste em ordenar as ações do homem sobre o território, e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem a sua atratividade” (p. 9).

Ressalta-se que o planejamento turístico tem como objetivo intermediar as ações entre a administração pública e a iniciativa privada, juntamente com os anseios e devaneios da população receptora de turistas e visitantes. Gomes (2018) cita que “as políticas públicas de turismo são um conjunto de hábitos institucionalizados no Estado vinculados às possibilidades da sua sociedade receber ou enviar turistas” (p. 38). Neste sentido, a preocupação das políticas

públicas deve estar alinhada a um planejamento que atue dentro dos princípios da sustentabilidade, que preserve as características da identidade local, que promova os benefícios econômicos e sociais e desenvolva a hospitalidade dos agentes sociais dominantes e dominados.

No caso de Aquidauana, até 2009, para que a atividade turística fosse desenvolvida, a estrutura turística municipal esteve atrelada a outras secretarias dentro dos organogramas dos gestores que passaram pela Prefeitura do Município. Citam-se, entre elas, a Secretaria de Cultura e Turismo e a Secretaria de Esporte e Cultura e Turismo. Todavia, em 9 de janeiro de 2009 foi criada a Fundação de Turismo de Aquidauana pela Lei Complementar nº 11, que, posteriormente, instrumentalizou o Conselho Municipal de Turismo, já existente desde 2001, como órgão de decisão colegiada, compondo a estrutura administrativa do Município.

O Conselho Municipal de Turismo de Aquidauana foi criado pela Lei nº 1.784, de 5 de junho de 2001 para, entre outras funções não remuneradas, orientar na elaboração da Política Municipal de Turismo, na elaboração do Plano Municipal de Turismo e na elaboração do Calendário de Eventos. O Conselho tem como objetivos: contribuir para que as atividades turísticas possam ser um elemento que possibilite o desenvolvimento social, econômico e cultural; indicar áreas de interesse turístico; incentivar estudos ou elaboração de projetos; promover gestão junto à iniciativa privada para captação de investimentos; estimular campanhas promocionais cooperativas; e contribuir para a conscientização dos impactos do Turismo ao meio ambiente e patrimônio histórico e cultural.

A Fundação de Turismo de Aquidauana (FTA), criada no ano de 2009 e hoje extinta, foi uma personalidade jurídica de direito público. Integrava a Administração Pública Indireta do Município, vinculada ao Gabinete do Prefeito, e tinha como finalidade planejar e executar as políticas de turismo do município, diagnosticando e inventariando a oferta e os equipamentos turísticos, elaborando o planejamento de marketing turístico e o calendário de eventos municipais. A Fundação mantinha o Centro de Atendimento ao Turista [CAT]. Os recursos financeiros da Fundação possuíam dotação orçamentária prevista no orçamento anual do Município que, segundo seu estatuto, tem autonomia administrativa e financeira, assegurada por dotação orçamentária e garantia do Município em operações de crédito, auxiliada por um Conselho Administrativo e Fiscal composto por três membros efetivos e seus suplentes, com mandato de dois anos.

O atual Conselho Municipal de Turismo de Aquidauana foi reestruturado recentemente pois, segundo informações coletadas na Fundação de Turismo da cidade, ele estava “estacionado”. As eleições ocorreram em 19 de junho de 2017 normatizadas pelo Decreto nº 119/2017, e foram empossados os membros eleitos e seus suplentes (Diário Oficial nº 753, Município de Aquidauana, 2017). Atualmente, o Comtur é composto por 11 membros, indicados para mandato de um ano, permitida uma recondução. Seus membros são: um representante do Órgão Municipal de Turismo, um da Câmara Municipal, um dos Meios de Hospedagem, um dos Atrativos, um dos Bares, Restaurantes e similares, um representante das Instituições Públicas de Ensino Superior, um membro da Associação Comercial e Empresarial, um membro do Sindicato Rural de Aquidauana ou Associações de produtores rurais, agricultura familiar ou comunidades tradicionais, um representante do trade relacionado ao Setor de Transporte, Agências e Operadoras do Turismo, um das Associações, ONGs e um de Equipamentos de Lazer. Dentre as principais disposições estabelecidas na Lei nº 2.511 está a finalidade do Comtur, constante no Artigo 1º, que traz as seguintes diretrizes: “Para implementar a política municipal de turismo, fica criado o Conselho Municipal de Turismo - Comtur, junto à Fundação de Turismo de Aquidauana, Órgão Municipal de Turismo, como órgão deliberativo, consultivo e de assessoramento, o Comtur possibilitará o desenvolvimento do município de Aquidauana, através do turismo”.

No Art. 6º, a lei estabelece que a composição do Conselho Municipal de Turismo deve incluir membros da sociedade civil, porém é nítida a presença exclusiva de agentes sociais dominantes. Verificou-se *in loco* que o Comtur está preparando um plano com dez ações emergenciais para serem deliberadas pela entidade, sendo a principal delas a criação de um Plano Municipal de Turismo. Porém, em 6 de junho de 2019, por meio da Lei Complementar nº 084/2019, foi criado no âmbito da estrutura administrativa do município a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo [SMCT] e extinguiu-se a FTA. Os objetivos da atual SMCT basicamente são os mesmos da antiga FTA, porém muda a personalidade jurídica da Secretaria, que passa a depender de processos de licitação e controle do município.

O Fundo Municipal de Turismo [Fumtur], apesar de criado, não recebe repasses permanentes ou recorrentes, necessitando de aportes financeiros do gabinete do prefeito. Segundo informações da SMCT, nunca houve a elaboração concreta de um Plano Municipal de Turismo, ocorrendo apenas a realização de inventários turísticos em conjunto com a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Cabe citar que o instrumento executor da Política de Turismo é o Plano

de Desenvolvimento Turístico, composto por programas, projetos e ações, no sentido de promover o turismo na localidade, sem ele não há direcionamento e objetivos a serem cumpridos, pois não há ordenamento.

Beni (2003) afirma que é necessário entender que o lugar ocupado pelo turismo na estrutura administrativa pública dependerá da orientação que o governo de cada país, estado ou município lhe der. A má gestão ou a falta de gestão colocam em risco a produção, o produto, a comercialização e o futuro do turismo. O jogo de interesses que envolve o turismo traz inúmeras dificuldades ao seu desenvolvimento. Prova disso são os profissionais sem nenhuma capacitação em turismo que ocupam a chefia nos órgãos de gestão do turismo, em grande parte dos municípios brasileiros. Estes gestores locais do turismo, geralmente, são apadrinhados de políticos e não compreendem a função do planejamento para a gestão do turismo (Fonseca Filho & Fogaça, 2012).

Para buscar as RS por meio do DSC foram entrevistados 5 agentes sociais entre dominantes e dominados. A amostra qualitativa é suficiente para demonstrar a Representação Social, o senso comum, o banal, e representa o coletivo na perspectiva da Psicologia Social. Os quadros 2, 3 e 4 apresentam apenas os resultados finais, ou seja, as Representações Sociais do Discurso do Sujeito Coletivo, demonstrando primeiramente as RS do agente social dominante [empresários do trade e representantes do sistema de turismo local].

Quadro 2 - RS DSC

Na sua visão, quais são as possibilidades de desenvolvimento do Turismo em Aquidauana?

AGENTE SOCIAL	RS DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO
Representante de Meios de Hospedagem	<i>Nós acreditamos no potencial turístico de Aquidauana, mas falta união de todos (empresários, setor público e sociedade). Não existe venda de nossos atrativos.</i>
Representante dos Bares, Restaurantes e Similares	<i>Aquidauana tem um potencial muito grande para desenvolver o turismo, mas ainda temos que trabalhar muito.</i>
Representante Comercial	<i>No meu entendimento, o turismo no Brasil tem enormes possibilidades, só que em algumas regiões elas são bem exploradas e em outras não. No caso de Aquidauana o turismo é pouco explorado. Nós temos muita diversidade, aqui é o Pantanal, poderia ser melhor trabalhado, mas não é. Falta divulgação, projetos e infraestrutura para o turismo.</i>
Representante de Meio de Hospedagem	<i>Aqui existe uma diversidade de atrativos, como as aldeias, a Estrada Parque Piraputanga etc. Eu acho que as instâncias governamentais deveriam documentar tudo isso para ajudar o turismo de Aquidauana. O poder público deveria investir e olhar mais para o turismo local.</i>
Representante da Secretaria de Turismo e Cultura	<i>Aquidauana tem um potencial turístico descomunal. As pousadas pantaneiras são um produto já consolidado internacionalmente. Estamos trabalhando outros roteiros como Estrada Parque, Turismo Cultural, Enoturismo (aldeias). Na verdade, o turismo está sendo muito mal explorado, pois precisamos fazer um diagnóstico, um plano estratégico, de marketing. Quando o turista procura na internet sobre Aquidauana não encontra muitas informações. Para desenvolver o turismo local, precisamos da presença dos empresários, não apenas de investimentos do setor público. O COMTUR existe para ter a representatividade de todos os segmentos para tomar frente e o poder público para entrar como apoio.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

No Quadro 2, percebe-se que todos os agentes sociais dominantes entrevistados acreditam no desenvolvimento do turismo de Aquidauana, citam as potencialidades, os segmentos do turismo e, ao mesmo tempo, criticam a falta de união entre a iniciativa privada e o poder público, inclusive mencionando a falta de planejamento estratégico em todas as suas possibilidades de atuação. Na representação percebe-se que os próprios dominantes não conseguem trabalhar para o desenvolvimento do turismo local.

Quadro 3 - RS DSC

Você acredita que a pavimentação e a criação do anel viário da BR 419 possam trazer oportunidades para o Turismo de Aquidauana?

AGENTE SOCIAL	RS DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO
Representante de Meio de Hospedagem (1)	<i>Eu não sei se teria um retorno para o turismo essa BR. A Estrada Parque sim, eu acredito que vai dar um retorno maior, porém, falta investimento, sinalização e união entre iniciativa privada e setor público.</i>
Representante dos Bares, Restaurantes e Similares	<i>Eu acredito que possa colaborar. Todavia, todos precisam estar trabalhando juntos. O trade, a população, o Comtur, a Prefeitura, para que o desenvolvimento do turismo aconteça.</i>
Representante Comercial	<i>Deveria fazer muito mais. Nós, aquidauanenses, na minha visão de empresária da cidade e também como representante dos empresários locais, digo que existe total falta de informação. Quando o turista vem de fora eles chegam aos hotéis e não sabem para onde ir, não sabe o que tem em Piraputanga, não sabem quem presta serviço. Eu acho que o Comtur é a parte da entidade, junto com a prefeitura, que precisa agir. Os turistas que vêm de fora e que ficam hospedados nos hotéis não têm nenhuma informação e reclamam muito disso. O próprio Comtur e a pessoa responsável não passa nenhuma informação, não treina, não faz nada, também não tem muita coisa para se fazer.</i>
Representante de Meio de Hospedagem (2)	<i>O Comtur é um órgão para colaborar, mas até hoje nós estamos sofrendo em Aquidauana com essa entidade. Existe a Secretaria de Turismo, a Fundação de Turismo e o Comtur. Todavia, precisa desenvolver tudo isso aí. Precisa ter mais credibilidade, força e fiscalizar.</i>
Representante da Secretaria de Turismo e Cultura	<i>Está longe do ideal. O Comtur precisa se unir e buscar apoio do poder público. Nós temos representatividade de treze conselheiros, mas somente oito comparecem nas reuniões e querem que a atividade turística aconteça. Somente aqueles que entendem o objetivo do Comtur é que participam ativamente. O trabalho dos conselheiros está longe do ideal, tem um plano de ações, mas acredito que com as eleições daqui a dois meses uma nova diretoria tome frente de forma mais engajada. O turismo em Bonito acontece por causa do Comtur. O poder público entra como apoio nas ações. Alguns empresários já entenderam qual é a importância e o poder que eles possuem por meio do Comtur. O Prefeito explicou qual é o papel da administração pública, do poder público, do apoio e o que será traçado para o desenvolvimento do turismo no Município. Os empresários trazem as demandas do meio rural, das pousadas pantaneiras, da região da Estrada Parque e da área urbana. O poder público acredita no turismo como desenvolvimento, gerador de emprego, renda, nos eventos, gerador de fluxos turísticos. No Comtur eles perceberam a importância da instância da governança municipal e nós estamos buscando meios para desenvolver atividades para movimentar o Fundo Municipal de Turismo. Tudo que a SMTC faz passa pelo Comtur para aprovação. Em outras regiões o turismo acontece porque o Comtur é atuante e faz com que haja o desenvolvimento do turismo.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O Quadro 3 trouxe, de certa forma, uma série de RS dos próprios dominantes no jogo sobre a desunião dos membros, da extrapolação dos interesses pessoais, das dificuldades que o atual Comtur coloca no jogo, tendo voz ativa e participativa. Na RS dos dominantes, distingue-se o papel do Comtur e a sua importância para o turismo local. Percebe-se a vontade da troca dos membros, para que a SMCT possa trabalhar com mais ensejo em relação aos anseios da sociedade. Verifica-se um movimento político, no próprio jogo dos dominantes, que acaba

prejudicando a entidade pública do turismo. Na continuidade, os Quadros 4, 5 e 6 apresentam os resultados finais, ou seja, as RS do DSC, demonstrando primeiramente as RS dos agentes sociais dominados.

Quadro 4 - RS DSC

Na sua visão, quais são as possibilidades de desenvolvimento do Turismo em Aquidauana?

AGENTE SOCIAL	RS DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO
Feirante	<i>As possibilidades são grandes, mas precisa ter uma gestão pública que defina as linhas, as leis, o norte, senão fica difícil. A sociedade pode querer, mas o norte é a gestão pública. Elas podem até convergir, mas elas vão divergir porque pensam diferente.</i>
Dono de Barraca no Centro Comercial	<i>Aquidauana é uma cidade bem estruturada na minha visão. Nós temos bons hotéis, restaurantes, hospitais e infraestrutura. O que falta é uma equipe, um órgão público, que divulgue as potencialidades turísticas de Aquidauana. Nós temos aqui o Morro do Paxixi e agora com o asfalto será mais fácil atrair o campo-grandense. O que precisa é investir em divulgação dos atrativos turísticos.</i>
Músico e feirante (peixaria)	<i>Acredito que o turismo em Aquidauana precisa ser melhorado. Vejo em outras cidades, estados, regiões muitos projetos e eventos para atrair turistas. Aqui em Aquidauana falta isso. Como eu tenho uma peixaria eu observo isso. Os turistas apenas passam pela cidade e vão pescar em Corumbá, Águas 21, Miranda e compram tudo por lá. Eles acham esses lugares mais bonitos do que aqui. Em Aquidauana tem lugares mais bonitos, mas precisa ser divulgado. Se houvesse divulgação, com certeza teria mais turistas.</i>
Estudante de Turismo	<i>Acredito no potencial do ecoturismo e turismo cultural. O primeiro pela Serra de Maracaju e Trilhas interpretativas que não é explorado. O segundo pelo etnoturismo (cultura indígena) e também pelo patrimônio histórico da cidade.</i>
Indígena Terena	<i>Acredito no potencial do turismo em terras indígenas pelo fato de que o município possui muitas aldeias. Também aposto no turismo relacionado ao pantanal, na área rural e nos fatos históricos relacionados à Guerra do Paraguai.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

No Quadro 4, sobre as RS extraídas dos agentes dominados, está demonstrado que eles também acreditam no potencial do turismo de Aquidauana e nos critérios de segmentação de mercado. Acreditam muito mais na perspectiva do crescimento do turismo no espaço do entorno (rural e ambiental) do que na própria cidade (espaço urbano), mas todos possuem a mesma representação sobre a falta de investimento do setor público e de um plano de marketing para o município.

Quadro 5 - RS DSC

Você acredita que a pavimentação e a criação do anel viário da BR 419 possam trazer oportunidades para o Turismo de Aquidauana?

AGENTE SOCIAL	RS DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO
Feirante	<i>Para mim é uma novidade. Eu não sei quem faz parte deste conselho. Tem representantes da sociedade? Se tem, quem participa? Eu acho que é necessário montar debates, seminários, audiências públicas etc.</i>
Dono de Barraca no Centro Comercial	<i>Eu acho que precisa divulgar Aquidauana. Nós temos potencialidade, mas temos de divulgar a cidade. Eu vejo essa Secretaria de Turismo muito tímida. Acho que precisa fazer folders, colocar a imprensa para divulgar em Campo Grande, São Paulo, nas agências. É preciso colocar nossas imagens nos folders, pôsteres, redes sociais etc.</i>
Músico e feirante (peixaria)	<i>Eu não tenho conhecimento desse Comtur, desse empreendimento. Eu não conheço, não posso dizer, mas se for para o bem, eu acredito que ajuda, sim.</i>
Estudante de Turismo	<i>Não. O Comtur deveria auxiliar no desenvolvimento do turismo, principalmente nos distritos. Existe um trade monopolizado que acaba sendo uma reunião de amigos que não sai do lugar. Não existe projeção. Existe falta de comunicação e diálogo do Comtur com a sociedade. Tudo acaba ficando com um grupo de empresários onde não tem espaço para o pequeno empreendedor. Em dois anos eles ainda não conseguiram elaborar um projeto que pudesse agregar a comunidade para ser mais participativa nas reuniões e eventuais ações que a SMTC possa realizar.</i>
Indígena Terena	<i>Não acredito. Pelo fato de que vários pontos turísticos da cidade não são explorados e reconhecidos pelas pessoas que fazem parte do Comtur.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O Quadro 6, do ponto de vista do jogo bourdieuseano (2004), é importante, pois demonstra a complexidade das RS e o ponto de vista dos dominados sobre as instituições e sua credibilidade pela sociedade. As RS demonstram descrédito dos agentes sociais dominados nesse tipo de instância, na sua real função e no seu atendimento aos reais anseios da sociedade. Nessa percepção, o Comtur é desacreditado pelos dominados, talvez pelo fato de que há presença maciça de dominantes que, talvez, estejam lá somente por interesses e estratégias no jogo. As RS citam que o Comtur não faz nada para desenvolver o turismo na cidade e não consegue elaborar um projeto que possa incentivar a comunidade a ser participativa nas reuniões.

A participação social na discussão e no planejamento da agenda pública do setor é fundamental para a promoção desses valores. As abordagens sobre participação no turismo evidenciam o contexto de criação de instituições participativas, mas também ressaltam a carência de efetividade pela falta de interesse público e econômico em manter esses espaços ativos (Bassani, 2019). Neste sentido, percebe-se que as RS no DSC, como um todo, desacreditam nas instituições, pois mesmo num processo dialógico no jogo bourdieuseano (2004) ambos os agentes sociais demonstram o mesmo processo crítico sobre planejamento, plano de marketing, divulgação, criação de produtos e falta de credibilidade do Comtur. Num processo de tomada

de decisão democrática, pautada nas políticas públicas de Turismo vigentes no país, é necessária a existência do conselho para que o município seja inserido em uma região turística. Todavia, as disputas políticas, as estratégias, as jogadas e as disputas no jogo bourdieuseano só prejudicam a própria cidade e o desenvolvimento do turismo local.

Como a SMTC depende do Comtur para que suas ações e planejamento sejam de fato concretizados, é necessário que haja um espaço democrático para agentes sociais em distintas posições no jogo para incentivar a qualificação técnica, o empreendedorismo e a qualidade da prestação dos serviços. Por fim, os resultados das RS extraídas nos DSC demonstraram-se preocupantes no sentido de que existe a necessidade de repensar urgentemente as ações e planejamento em prol do desenvolvimento do turismo de Aquidauana, necessitando, ainda, de transparência e democracia nas decisões do Comtur. Até pelo fato de que as ações não tem um planejamento e elas ocorrem de acordo com demandas específicas de editais de fomento ao turismo como por exemplo, a organização de eventos geradores de fluxos turísticos. Até o momento dessa pesquisa, ainda se cogitava a realização de um plano municipal de turismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As particularidades econômicas, sociais e culturais do município de Aquidauana trouxeram, ao longo de sua história, dificuldades de desenvolvimento, primeiramente por estar localizada na entrada de uma região protegida por órgãos ambientais e apresentar estrutura fundiária, baseada em grandes propriedades de terras voltadas para a produção do gado de corte; e muito em função do solo, somado às cheias e vazantes do Pantanal. No tocante às cidades localizadas ao longo da BR 262, que vai de Campo Grande até Corumbá [Terenos, Dois Irmãos do Buriti, Anastácio, Aquidauana, Miranda, Ladário e Corumbá], predomina a economia da agricultura familiar, da pecuária bovina e da prestação de serviços. Historicamente, Aquidauana apresenta um constante êxodo populacional, fazendo com que, do sétimo lugar em número de habitantes nos anos de 1990, passasse para a décima primeira posição, segundo a estimativa do IBGE para 2019. Isso se reflete na falta de desenvolvimento, geração de emprego e na ocupação do primeiro lugar com o maior número de suicídios do Estado de Mato Grosso do Sul (JNE, 2015).

Neste sentido, a perspectiva propositiva de desenvolvimento equitativo para uma região com elevados problemas, como é o caso da região turística do Pantanal, pode proporcionar RS subjetivas. Para este estudo sobre a cidade de Aquidauana existem três centralidades distintas. Elas servem como mola propulsora para fomentar o desenvolvimento do turismo local, que tem

como objetivo central a perspectiva da pavimentação da BR 419; a criação do anel viário; e o papel do Conselho Municipal de Turismo e seus atributos como norteador da defesa dos interesses da sociedade, analisados por meio do Discurso do Sujeito Coletivo dentro da ótica de um jogo, sociologicamente estruturado na Teoria dos Campos, de Bourdieu. As RS detectadas por meio dos DSC dos agentes sociais [dominantes e dominados] externalizam uma variedade de anseios. Ao mesmo tempo que se acredita no desenvolvimento do turismo na cidade, permeiam preocupação e dúvidas sobre a intervenção que vem sendo realizada. Sobre a BR 419 não existe diversidade de RS, pois se acredita que ela possa agregar como um todo. A demonstração de ambos os grupos de agentes sociais em relação ao papel desempenhado pelo Comtur demonstra preocupação no atual estado democrático de direito, a falta de transparência da instituição, a desunião entre membros e a necessidade da participação de distintos membros da sociedade. Neste sentido, destaca-se a importância de ouvir os anseios e devaneios da população, pois praticamente não há representatividade de vários segmentos da sociedade local.

Este trabalho se mostra esclarecedor, demonstrando o acerto de seus apontamentos iniciais, pois em Aquidauana sempre se difundiu uma certa premissa de que o turismo seria a mola propulsora para alavancar a economia, gerar empregos, desenvolver o lado social e fomentar a cultura local. De fato, isso não vem ocorrendo, pois há dois anos objetiva-se criar um Plano Municipal de Turismo sem sucesso. Por fim, percebe-se nas RS dos agentes sociais dominantes, estratégias, jogadas, conflitos, além de defesas dos interesses específicos dos atuais membros do Comtur.

Com isso, há dificuldade da SMCT na elaboração de um plano de trabalho mais eficaz, com ações de curto, médio e longo prazo. Identificou-se que o Comtur dificulta o trabalho que norteia a missão institucional. O objetivo do conselho seria somar, agregar e contribuir para o desenvolvimento local, principalmente para os produtos turísticos não formatados.

REFERÊNCIAS

- Arruda, G. (1995). A ferrovia Noroeste do Brasil - o último trem para o sertão. *Caderno de Estudos Urbanos 3*. Campo Grande-MS: Prefeitura Municipal de Campo Grande.
- Bassani, C. P. (2019). *Turismo, Direito e Democracia: uma análise dos bens democráticos nas leis dos conselhos municipais*. Dissertação, Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Paraná, Brasil. [Link](#)

Castilho, R.A.A., Bonfim, I.O.B., Oliveira Neto, A.F. & Chaves, E.S. (2021). Representações sociais nas políticas públicas de turismo de Aquidauana-MS, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(2), 283-307, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i2p283>

Beni, M. C. (2003). *Análise estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac.

Bordin, D. (29-6-2018). *Regulamentação do sistema estadual de turismo será votado nesta terça-feira*. Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul. [Link](#)

Bourdieu, P. (1983). *Sociologia*. São Paulo: Ática.

Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.

Bourdieu, P. (2004). *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: Unesp.

Bourdieu, P. (2011). O campo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 5, 193-216. [Link](#)

Brusadin, L. B. (2005). Estudo da avaliação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo [PNMT] na gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso. *Revista Hospitalidade*, 2(2), 87-111. [Link](#)

Diário Oficial da União. (2018). *Aviso de licitação RDC eletrônico nº 78/2018 - UASG 393010*. [Link](#)

Diário Oficial do Município de Aquidauana. (2017). *Edição 745/2017*. [Link](#)

Diário Oficial do Município de Aquidauana. (2017). *Edição 753/2017*. [Link](#)

Diário Oficial do Município de Aquidauana. (2019). *Edição 1212/2019*. [Link](#)

Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária - Infraero (2019). *Lista de Aeroportos*. [Link](#)

Fonseca, A. S. F., & Fogaça, I. F. (2012). *Planejamento e organização do turismo*. Rio de Janeiro: Cecierj.

Gastal, S. & Moesch, M. M. (2007). *Turismo, políticas públicas e cidadania*. São Paulo: Aleph.

Gomes, B. M. (2018). *Políticas públicas de turismo e os empresários*. São Paulo: All Print.

Governo do Mato Grosso do Sul. (2019). *Corredor Rodoviário Bioceânico*. [Link](#)

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2019). *História de Anastácio - MS*. [Link](#)

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2019). *Panorama – Cidades: Aquidauana*. [Link](#)

Joia, P. R. (2005). Origem e evolução da cidade de Aquidauana-MS. *Revista Pantaneira*, 1(1), 34-49. [Link](#)

Castilho, R.A.A., Bonfim, I.O.B., Oliveira Neto, A.F. & Chaves, E.S. (2021). Representações sociais nas políticas públicas de turismo de Aquidauana-MS, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(2), 283-307, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i2p283>

Jornal Notícias do Estado (10-9-2015). *Aquidauana é a cidade com maior número de suicidas*. [Link](#)

Knupp, M. E. C. G., & Mafra, F. L. N. (2012). Redes de turismo: uma análise da política de turismo do estado de Minas Gerais, Brasil. *Turismo em Análise*, 23(3), 663-690. [Link](#)

Lahire, B. (2002). Reprodução ou prolongamento críticos? *Educação e Sociedade*, 23(78), 37-55. [Link](#)

Lefevre, F. & Lefevre, A. M. C. (2005). *O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos)*. Caxias do Sul: Edusc.

Malagolini, A. (11-10-2016). Do Trem do Pantanal, sobrou estação fantasma e o último funcionário. *Campo Grande News*. [Link](#)

Ministério do Turismo – Mtur (2009). *Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento do turístico regional – Relatório Brasil*. Brasília, Distrito Federal. [Link](#)

Ministério do Turismo - Mtur. (2013). *O que é o Programa de Regionalização do Turismo?* [Link](#)

Ministério do Turismo - MTur. (2016). *Dados e fatos: Anuário Estatístico*. [Link](#)

Montagner, M. A. & Montagner, M. I. (2011) A teoria geral dos campos de Pierre Bourdieu: uma leitura. *Tempus: Actas de Saúde Coletiva*, 5(2), 255-273. [Link](#)

Moscovici, S. (1978). *A representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar.

Município de Corumbá. (2019). *Evolução histórica de Corumbá*. [Link](#)

Nogueira, M. A. & Nogueira, C. M. (2009). *Bourdieu e a educação*. Belo Horizonte: Autêntica.

Observatório de Turismo de Mato Grosso do Sul - Observatório-MS (2019). *Turismo em números*. [Link](#)

Pimentel, T. D.; Carvalho, F. C. C. & Oliveira, M. C. B. de. (2016). Conselhos Turísticos: gestão democrática? Uma análise do Conselho Municipal de Turismo de Juiz de Fora (2011-2015). In: *Anais... XIII Seminário da Associação Nacional de Pós-Graduação em Turismo*. pp. 1-14. São Paulo: Edusp.

Robba, C. (1992). *Aquidauana, ontem e hoje*. Campo Grande: Tribunal de Justiça.

Ruschmann, D. V. M. (2009). *Planejamento sustentável do turismo*. Campinas-SP: Papirus.

Saussure, F. (1889/1916). *Curso de linguística geral*. Lisboa: Dom Quixote.

Setton, M. G. J. (2002). A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *Revista Brasileira de Educação*, 20, 60-70. [Link](#)

Castilho, R.A.A., Bonfim, I.O.B., Oliveira Neto, A.F. & Chaves, E.S. (2021). Representações sociais nas políticas públicas de turismo de Aquidauana-MS, Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 13(2), 283-307, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i2p283>

Yin, R.K. (2001). *Estudo de Caso: planejamento e método*. Porto Alegre: Bookman.

PROCESSO EDITORIAL

Recebido: 23 DEZ 19. Aceito: 22 JUN 20