

## O LIXO E AS INTERFACES COM A ATRATIVIDADE DO DESTINO TURÍSTICO DE TIBAU DO NORTE/RN

*The Garbage and the Interfaces with the Attractiveness of the Tourist Destination of Tibau do Norte/RN*

*Basura y las Interfaces con el Atractivo del Destino Turístico de Tibau Norte /RN*

**EVADIO PEREIRA  
FILHO**  
Professor do  
IFPB - Campus  
Patos

**THAÍS CRISTINA  
DA SILVA**  
Especialista em  
Educação  
Ambiental e  
Geografia do  
Semiárido (IFRN),  
Graduada em  
Ciências Biológicas  
(UERJ)

Submetido em  
12.08.2016.  
Aprovado em  
23.11.2016  
Avaliado pelo  
processo de  
double blind  
review.

### RESUMO

O presente estudo tem como objetivo avaliar se há relação entre a percepção ambiental dos banhistas sobre o lixo marinho e a atratividade do destino turístico da praia de Tibau do Norte/RN. Para tanto, foram realizadas entrevistas com 278 banhistas da praia. O instrumento de coleta contemplou quarenta e uma variáveis referentes às expectativas/importância atribuída pelos banhistas, ao desempenho do destino turístico e à percepção ambiental; todas baseadas nos estudos de Campos e Maia (2014) e Dantas et al. (2012). A atratividade do destino foi avaliada pelo modelo das lacunas de qualidade de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), verificando a (des)confirmação entre expectativas e desempenho percebido. A análise de cluster, em conjunto com o teste de Spearman, foram empregados com intuito de identificar a correlação entre percepção ambiental e atratividade. Os resultados constataram que as correlações observadas são negativas, porém com magnitudes divergentes (oscilando desde forte até fraca). Não seguem, assim, uma tendência. Não é possível afirmar que uma percepção ambiental positiva aumenta a atratividade de um destino turístico, e, conseqüentemente, a intenção de revisitá-lo. A ausência de relação significativa no cluster 3 reforça a tese de que a relação não é robusta.

**Palavras-chave:** Atratividade; Percepção ambiental; Tibau do Norte/RN.

### ABSTRACT

*This study aims to assess whether there is a relationship between environmental perception of bathers on marine litter and the attractiveness of the tourist destination beach Tibau do Norte/RN. To this end, interviews were conducted with 278 swimmers from the beach. The instrument included forty-one variables related to expectations/importance attached by swimmers, the performance of the tourist destination and environmental awareness; all based on studies Campos e Maia (2014) and Dantas et al. (2012). The attractiveness of the destination was assessed by the model of quality gaps of Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), verifying the confirmation of expectations and perceived performance. The cluster analysis, together with the Spearman test were used aiming to identify the correlation between environmental awareness and attractiveness. The results found that the observed correlations are negative, but with different magnitudes (ranging from strong to weak). It follows, therefore, a trend. I can not say that a positive environmental awareness increases the attractiveness of a tourist destination, and therefore intend to revisit it. The lack of significant relationship in cluster 3 reinforces the thesis that the relationship is not robust.*

**keywords:** Attractiveness; Environmental perception; Tibau do Norte/RN.

### RESUMEN

*Este estudio tuvo como objetivo evaluar si existe una relación entre la percepción ambiental de los bañistas sobre basura marina y el atractivo del destino turístico de playa de Tibau del Norte/RN. Con este fin, se realizaron entrevistas con 278 bañistas de la playa. El cuestionario incluyó cuarenta y un variables relacionadas con las expectativas/importancia asignado por los bañistas, el rendimiento de los destinos turísticos y la conciencia del medio ambiente; todos ellos basados en estudios de Campos e*

*Maia (2014) e Dantas et al. (2012). El atractivo del destino se evaluó por el método de brechas de calidad de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), la comprobación para confirmar o no entre las expectativas y el rendimiento percibido. El análisis de conglomerados, junto con la prueba de Spearman, fueron empleados con el fin de identificar la correlación entre la conciencia ambiental y el atractivo. Los resultados encontraron que las correlaciones observadas son negativas, pero con diferentes magnitudes (que va de fuerte a débil). No siga, por lo tanto, una tendencia. No se puede decir que una percepción ambiental positivo aumenta el atractivo de un destino turístico, y por lo tanto tienen la intención de volver a ella. La ausencia de una relación significativa en el grupo 3 refuerza la tesis de que la relación no es robusto.*

**Palabras clave:** *Atractivo; Conciencia Ambiental; Tibau del Norte/RN.*

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma indústria de serviços com relevo no cenário mundial. Nos últimos decênios, essa atividade contribuiu de forma expressiva para a economia. Aproximadamente, 8% dos postos de trabalho, em nível mundial, correlacionam-se, direta ou indiretamente, com o turismo através dos meios de acomodação (hotéis, pousadas, *resorts*), bares, restaurantes, feiras de artesanatos, entre outros. Dados da Organização Mundial de Turismo (UNWTO) apontam que, de 2005 a 2013, cerca de 1 bilhão de pessoas viajaram por diferentes destinos turísticos, cujas motivações foram as mais variadas, tais como: lazer, férias, recreação, visita a amigos e negócios. Por sua vez, a situação não é distinta no contexto brasileiro. Consoante o Ministério do Turismo, o quantitativo de turistas estrangeiros que chegou ao Brasil, entre 2013 e 2014, cresceu em torno de 10,65%, atingindo a ordem de 6,4 milhões. O Rio Grande do Norte, em particular, atraiu cerca de 38.000 turistas estrangeiros em 2014. Contudo, houve uma retração do gasto médio desses turistas. Considerando o mesmo espaço temporal, a receita auferida reduziu de US\$ 1668 para US\$ 1487 milhões (UNWTO, 2015; BRASIL, 2015).

Mesmo em evolução, o setor do turismo, em 2013, no Brasil, somente ocupava a 45ª posição, dentre as nações receptoras de turistas internacionais; atrás de países como Polônia, Tailândia e Arábia Saudita (BRASIL, 2015). Esse dado revela o quanto o setor turístico brasileiro ainda tem a crescer, o quanto ainda há de campo inexplorado. Nessa perspectiva, é necessário conquistar novos clientes. Para isso, o desenvolvimento de produtos turísticos de qualidade superior aos concorrentes é imprescindível. Segundo Altigan, Akinci e Aksoy (2003), as empresas que ofertam serviços cujos desempenhos superem as expectativas dos usuários tem maiores chances de prosperar.

Para Soares, Medeiros e Filho (2013), o meio ambiente é um dos elementos que sustenta o turismo, e, portanto, deve ser preservado. Os autores, assim como Dantas *et al.* (2012), relatam que as paisagens é um dos atributos que mais contribui para a escolha de um destino turístico. Há uma propensão dos turistas em rejeitarem lugares degradados (DANTAS *et al.*, 2012; SOARES; MEDEIROS; FILHO, 2013). Dantas *et al.* (2012) endossam o posicionamento ao afirmarem que, dentre os atributos que os usuários julgam importantes no ato de selecionar uma praia para frequentar, a localização (proximidade com a residência) e a limpeza da área sobressaem. Os frequentadores das praias querem encontrar praias limpas, seguras e saudáveis para as suas atividades (FILHO *et al.*, 2011).

Nessa seara, em sua extensa zona litorânea com cerca de 8.000 km de costa, o Brasil possui a beleza das praias (vegetação, dunas e recifes de corais) e a presença regular do sol como pontos que solidificam o país como um potencial destino turístico de sol e praia (SCHERER, 2013). Logo, as praias configuraram-se como espaços destinados ao lazer da comunidade nativa e dos turistas, em especial, no período da alta estação (FILHO *et al.*, 2011; VERA; LADEIRA; COSTA, 2013). E como consequência, a presença de banhistas, ambulantes, atores em geral contribui com a produção de resíduos sólidos, os quais, muitas vezes, são descartados de forma inapropriada. O reflexo dessa ação antropológica é a agressão à natureza. Além de ser uma das principais maneiras de poluição marinha e de constituir-se como risco para a saúde dos frequentadores, o lixo dilapida o valor paisagístico das praias podendo afetar a economia local por meio da redução do número de visitantes (FILHO *et al.*, 2011). E a raiz dessa problemática está, consoante Targino (2014), na falta de conscientização da população local. O autor acrescenta que somente com planejamento,

participação e conscientização é possível minimizar os efeitos que o lixo proporciona ao ambiente praiano (TARGINO, 2014).

Já o município de Tibau do Norte/RN, localizado no Polo Costa Branca, possui cerca de 4.000 habitantes e tem o turismo como uma das atividades econômicas que mais contribuem com o PIB da região – o qual, em 2013, atingiu a ordem de 49 mil reais (IBGE, 2015). Consoante um dos gestores locais entrevistado, o número de visitantes, na alta estação, varia entre 50 e 80 mil pessoas, e cujo gasto médio gira em torno de R\$ 150 por dia. Não obstante os benefícios econômicos proporcionados, a atividade turística também impacta negativamente a região, tais como: poluição sonora (veículos automotores, bares e restaurantes), depósito inadequado de lixo nas faixas de praias, poluição dos mares, degradação da vegetação e falésias oriundas do uso inapropriado de veículos automotivos. Face às arguições supramencionadas, uma questão-chave passou a nortear o presente trabalho, a qual seja: há relação entre percepção ambiental dos banhistas sobre o lixo marinho e a atratividade do destino turístico da praia de Tibau do Norte/RN? O estudo pretende analisar se uma percepção ambiental positiva aumenta ou não a frequência dos banhistas na praia. Para tanto, foram realizadas entrevistas, mediante a aplicação de 278 questionários estruturados, com os frequentadores da praia. Os trabalhos de FILHO *et al.* (2011) e Dantas *et al.* (2012) justificam a escolha dos autores por esse público.

## 2 DESTINOS TURÍSTICOS E SUSTENTABILIDADE

Consoante Rheinheimer e Guerra (2006), a concepção de “ser sustentável” relaciona-se com os princípios da educação ambiental. Consolidar comunidades sustentáveis exige a formação de cidadãos mais conscientes e reflexivos sobre a importância da variável ambiental (RHEINHEIMER; GUERRA, 2006). Para Chalita (2002), a educação constitui-se na mais poderosa de todas as ferramentas de intervenção no mundo; capaz de edificar novos conceitos e mudanças de hábitos. Nesse entendimento, Sorrentino (1998) relata que, para alcançar o desenvolvimento sustentável, faz-se necessário cultivar em cada sujeito, por meio de um processo educacional contínuo, o sentimento de “pertencer”, de participação e de ter zelo com o meio natural. Somente, assim, as necessidades e demandas da população atual serão atendidas por meio do uso adequado dos recursos e bens naturais, sem comprometer a disponibilidade desses elementos para as gerações futuras (RHEINHEIMER; GUERRA, 2006).

Por outro lado, o turismo contribui significativamente para o crescimento da economia brasileira (BURGOS; MERTENS, 2015). Putrick, Mariani e Silveira (2014) pontuam como pontos fortes da atividade em comento: a geração de empregos e de renda, e o desenvolvimento das economias locais. Segundo Takasago e Mollo (2008), no Brasil, o turismo, por ser um segmento intensivo em mão-de-obra, vem proporcionando a redução da pobreza e das desigualdades sociais. Cenário, este, não distinto daquele presente no Rio Grande do Norte. Anualmente, o referido estado recebe cerca de 2,5 milhões de turistas e proporciona a geração de 120 mil empregos, aproximadamente (CAMPOS; MAIA; 2014). Ademais, Soares, Medeiros e Filho (2013) destacam que um dos elementos que sustenta o turismo é o meio natural.

Nessa perspectiva de preservação do meio, surge, então, uma nova vertente - turismo sustentável – cujo objetivo é otimizar a relação entre benefícios socioeconômicos da atividade e os impactos ambientais decorrentes. Para tanto, exige-se uma gestão participativa (BURGOS; MERTENS, 2015). E o caminho a trilhar-se é o da educação

ambiental, pois, para Rheinheimer e Guerra (2006), esta variável é um dos pressupostos do turismo sustentável.

Segundo Barros (2013), é importante desenvolver o potencial turístico da região, trazendo comodidade e satisfação ao turista, no entanto, sem atacar a originalidade das comunidades e do acervo paisagístico do local. O autor clama pelo olhar protetivo do ser humano com o meio natural ao qual está inserido (BARROS, 2013). No entanto, proteger a natureza requer ações participativas, solidárias, responsáveis e imediatas (BURGOS; MERTENS, 2015).

Diante do exposto, vale frisar que, no contexto brasileiro, marcado por uma extensa zona litorânea, com cerca de 8.000 km de costa, a beleza das praias (vegetação, dunas e recifes de corais) se sobressai, sendo percebida como um diferencial competitivo (SCHERER, 2013). No entanto, Filho *et al.* (2011) alertam para o problema do lixo marinho, o qual compreende todos os resíduos domésticos e industriais depositados diretamente no mar (FILHO *et al.*, 2011; NEVES *et al.*, 2011). Atualmente, essa tipologia de lixo é tida como um dos principais vetores que potencializam a degradação visual dos ambientes costeiros, expõem os frequentadores à proliferação de doenças e contaminação dos corpos hídricos, além de pôr em risco a biota marinha (FILHO *et al.*, 2011).

Os estudos de Scharer (2003) e Carvalho (2010) reforçam a preocupação do lixo marinho nas praias brasileiras e sua relação com a atratividade do destino turístico. Para Scharer (2003), que teve como recorte espacial de sua pesquisa a prainha do canto verde, no litoral cearense, foi constatado que os nativos zelam pelo meio ambiente no qual estão inseridos. E essa atitude agrega valor ao destino turístico, e vem refletindo no aumento do número de visitantes. Todavia, os moradores locais expressaram o seu receio quanto aos efeitos que o aumento excessivo do número de turistas pode acarretar a comunidade, mais especificamente, no que tange a tranquilidade, paz e espírito comunitário (SCHARER, 2003). Já Carvalho (2010), ao entrevistar turistas e nativos do município de Cajueiro da Praia/PI, identificou anseios populares quanto ao quesito de limpeza urbana. A maioria dos entrevistados apontou para a boa condição de higiene da praia, entretanto, registraram reclamações quanto à presença de algas marinhas na orla e a pouca disponibilidade de coletores de lixo. Quanto ao grau de satisfação em relação à imagem do destino turístico, percebeu-se um nível satisfatório, porém, ainda se necessita de vultosos investimentos que permitam receber mais adequadamente os seus visitantes (CARVALHO, 2010).

### 3. ATRATIVIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS

Para Campos e Maia (2014), a atratividade é o principal motivo que leva o turista a visitar um destino. Ninguém viaja para uma localidade sem ter nada de interessante para ver ou fazer. Portanto, asseguram que o destino deve ser capaz de atender as necessidades e desejos dos turistas, tornando-o mais atraente e ocupando lugar de destaque quanto a sua preferência em relação aos destinos concorrentes. Dentre as variáveis de atração, um destino turístico pode sobressair pela sua cultura, sua história, vida noturna, ambiente natural e receptividade. O Rio Grande do Norte, por exemplo, as belezas naturais são percebidas como um dos fatores que mais contribui para atrair turistas. A diversidade geomorfológicas da região - marcada por praias arenosas, dunas, falésias, lagoas e estuários - encanta os visitantes (LIMA; AMARAL, 2013). É de suma importância, destarte, saber o que é atrativo para os turistas, pois, partindo dessas informações, é possível propor ações de

melhorias as quais podem impactar no retorno do turista ao destino e na sua propensão de indicar o destino para amigos e familiares (CAMPOS; MAIA, 2014).

Já Barros (2008) analisou o quão satisfeitos estavam os turistas com o nível de serviço prestado pelo destino turístico de Cabo Verde. Com base em 627 entrevistas, constatou-se que o preço e as condições naturais (água do mar limpa e cristalina) foram variáveis realçadas. Contexto não dessemelhante daquele dissertado no estudo de Martins (2006), realizado em Maceió/AL. Martins (2006) afirma que, na percepção dos turistas, os fatores que mais os atraem relacionam-se às belezas naturais.

Medeiros, Soares e Lopes (2013), por sua vez, relatam que os cenários paisagísticos representam um dos fatores que mais favorece a atratividade dos destinos turísticos. Nessa seara, o estudo propôs a investigar *in lócus*, nas praias de Touros/RN e Perobas/RN, quais os aspectos que se relacionam com a qualidade visual das paisagens turísticas. Dentre as conclusões, em uma análise comparativa, evidenciou-se o maior potencial turístico da praia de Perobas/RN em razão de muitos de seus elementos naturais encontrarem-se bem conservados, apresentando, assim, alta qualidade visual de suas paisagens. Considerada menos atrativa, a praia de Touros/RN mostrou problemas de construções inadequadas ao longo da faixa de praia e poluição hídrica (MEDEIROS; SOARES; LOPES, 2013).

Por fim, Campos e Maia (2014) avaliaram a atratividade da praia de Pipa/RN, sob a perspectiva de 760 turistas. Os entrevistados indicaram que, em geral, os serviços prestados, em todos os atributos avaliados, alcançaram ou superaram as expectativas, não apresentando *déficits* de qualidade. Dentre as conclusões, percebe-se que os atributos mais valorizados da localidade pelos turistas foram: preservação das atrações naturais, tranquilidade e calma, limpeza e manutenção dos espaços públicos, variedade e beleza das atrações naturais, e fama do destino turístico. Percebe-se que o meio natural, portanto, sobressaiu dentre os fatores de atratividade.

#### 4. METODOLOGIA

De início, foi feita uma revisão de literatura sobre a educação ambiental, sustentabilidade e atratividade em destinos turísticos, com o propósito de construir a fundamentação teórica. Posteriormente, realizou-se uma entrevista semiestruturada com um representante da gestão municipal de Tibau do Norte com o intuito de coletar informações socioeconômicas e ambientais sobre o município em comento. O *déficit* de dados públicos sobre a localidade justifica a realização dessa etapa.

Em seguida, os autores escolheram, dentre aquelas presentes na literatura, as variáveis socioeconômicas, ambientais (questão do lixo) e de atratividade que integrariam o instrumento de coleta e que melhor se adequavam ao *lócus* da pesquisa. O objetivo, nesta etapa, era tanto selecionar aquelas que mais se aproximavam do recorte espacial estudado, bem como adequar a sua linguagem (a forma como a variável foi apresentada nos escritos originais) ao contexto local. Por fim, foi desenvolvida a aplicação do questionário com 278 banhistas da praia de Tibau do Norte/RN, selecionados por critérios de conveniência e acessibilidade. As entrevistas foram realizadas no período da baixa temporada, entre 9 e 12 de outubro de 2015.

Ademais, a análise de *cluster* foi empregada com intuito de avaliar a correlação entre a percepção ambiental do destino turístico e a sua atratividade.

#### 4.1 Instrumento de Pesquisa

O instrumento de coleta utilizado foi um questionário estruturado, subdividido em quatro módulos. O primeiro era composto por questões sociodemográficas (sexo, idade, renda familiar) e comportamentais (motivo da visita e tempo de permanência). O segundo e terceiro módulos foram formados por variáveis adaptadas do estudo de Campos e Maia (2014). A segunda seção avaliou o grau de importância conferido pelos banhistas no tocante aos serviços oferecidos por um destino turístico. Nesta etapa, os respondentes deveriam atribuir uma nota, variando de zero (não importante) a dez (muito importante) para cada um dos dezesseis atributos.

No terceiro módulo, foi avaliado a percepção de desempenho do destino turístico de Tibau/RN. Foi solicitado aos respondentes que conferissem uma nota de zero (péssimo desempenho) a dez (excelente desempenho) para o mesmo conjunto de atributos da seção anterior. A quarta e última seção, por sua vez, analisou a percepção dos frequentadores quanto ao lixo presente no *lôcus* da pesquisa. Para tanto, foram inqueridos a atribuírem um escore de zero (discordo totalmente) a 10 (concordo totalmente) para um rol de nove variáveis e as quais são oriundas dos estudos de Filho *et al.* (2011) e Dantas *et al.* (2012).

#### 4.2 Variáveis utilizadas

A Figura 1 enumera as dezesseis variáveis de atratividade, bem como as outras nove ambientais (lixo) utilizadas nesse estudo.

Variáveis relacionadas à atratividade - Campos e Maia (2014)*
V1. Acesso ao destino (sinalização nas estradas, qualidade das estradas, disponibilidade de meios de transporte para chegar ao local, distância do aeroporto/rodoviária/porto).
V2. Acesso às atrações turísticas locais (facilidade de deslocamento, meios de transportes, sinalização das atrações turísticas).
V3. Segurança local (policiamento, sensação de segurança em andar pelas ruas da cidade).
V4. Disponibilidade de serviços e equipamentos de saúde (posto de saúde, hospitais, ambulâncias, farmácias, clínicas médicas).
V5. Sistema de comunicação (sinal de telefonia móvel e fixa, acesso a internet, correios).
V6. Disponibilidade de hotéis, restaurantes e entretenimento durante todo o ano.
V7. Agradabilidade do clima (temperatura, ventos, umidade, chuvas).
V8. Tranquilidade e calma no local.
V9. Fama do destino turístico (reputação, propaganda, status).
V10. Limpeza e manutenção dos espaços públicos (ruas, praças, praias).
V11. Variedade e beleza das atrações naturais locais (falésias, praias, lagoas, reservas naturais, sítios ecológicos, fauna).
V12. Disponibilidade e variedade de estabelecimentos comerciais e de serviços (restaurantes, bares, lojas de artesanato, salão de beleza, farmácias, entre outros).
V13. Preservação das atrações naturais locais (falésias, praias, lagoas, reservas naturais, sítios ecológicos, fauna).
V14. Disponibilidade, variedade e agradabilidade dos meios de hospedagem (resorts, hotéis, pousadas, albergues).
V15. Hospitalidade dos residentes (acolhimento, cordialidade, presteza dos moradores do local).
V16. Relação qualidade/preço dos meios de hospedagem (custo-benefício do valor pago pelo alojamento).
Variáveis ambientais - Filho <i>et al.</i> (2011) e Dantas <i>et al.</i> (2012)**
V17. Tibau do Norte/RN é uma praia limpa (com águas marinhas claras, sem presença de resíduos sólidos - plásticos, restos orgânicos, vidro, alumínio e papel - dispostos na faixa de praia).
V18. A responsabilidade pela limpeza e asseio da praia é tão somente dos órgãos públicos.
V19. Quando estou na praia, costumo colocar o lixo em sacos plásticos e deixá-lo na faixa de areia para ser recolhido pelos garis.

V20. Quando estou na praia, costumo separar o lixo em reciclável e não reciclável.
V21. Quando estou na praia, eu sempre procuro coletores de lixo para descartar os resíduos produzidos.
V22. A presença de lixo na praia põe em risco a biota marinha (peixes, golfinhos, tartarugas, caranguejos, entre outros) e expõem os banhistas a doenças (diarréia, dermatite, dengue, entre outras).
V23. O lixo presente nas praias é uma questão que pouco me interessa.
V24. A questão do lixo na faixa de praia será resolvida, tão somente se houver mobilização e conscientização da população (nativos e turistas).
V25. Não acredito que a instalação de um maior número de coletores de lixo e o monitoramento dos esgotos (de comércios e residências) possam reduzir a poluição da faixa de areia e dos oceanos.

**FIGURA 1- CONJUNTO DE ATRIBUTOS UTILIZADOS NA PESQUISA.**

Fonte: elaboração própria.

## 5. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados expostos nessa seção refletem a apuração das respostas atribuídas pelos 278 banhistas da praia de Tibau do Norte/RN. Na Tabela 1, foram apresentadas variáveis sociodemográficas e motivacionais, tais como sexo, idade, escolaridade, rendimento familiar, origem, motivo de visitar o destino, número de visitas e tempo de permanência em Tibau/RN. Percebe-se que a maioria dos entrevistados são mulheres (55%), são jovens com idade até 35 anos (85%), afirmaram ter concluído no mínimo o ensino médio (82%) e apresenta renda familiar de até 5 salários mínimos (84%). Há predominância do lazer e/ou turismo como principal motivo para visitar a praia de Tibau do Norte/RN. Quanto ao número de visitas, os entrevistados indicaram que já foram no mínimo quatro vezes ao local (70%) e cujo tempo de permanência é curto, com duração de no máximo três dias (67%). No mais, identifica-se que a praia é pouco prestigiada pelos nativos, uma vez que 97% dos entrevistados são turistas.

**Tabela 1.** Perfil dos respondentes.

Variáveis	%	Variáveis	%
<b>Sexo</b>		<b>Motivo de visitar o destino Tibau/RN</b>	
Masculino	45%	Lazer- turismo	95%
Feminino	55%	Trabalho-negócios	1%
<b>Idade</b>		Congressos-eventos	0%
Até 17 anos	7%	Residência-morador	2%
De 18 a 25 anos	42%	Outro	1%
De 26 a 35 anos	36%	<b>Origem</b>	
De 36 a 50 anos	11%	Turista	97%
De 51 a 65 anos	3%	Nativo (morador)	3%
Acima de 65 anos	0%	<b>Número de visitas a Tibau/RN</b>	
<b>Escolaridade</b>		Uma vez	12%
Sem formação formal	1%	Duas vezes	10%
Ensino fundamental incompleto	2%	Três vezes	8%
Ensino fundamental completo	3%	Quatro ou mais vezes	70%
Ensino médio incompleto	9%	<b>Tempo de permanência em Tibau/RN (em dias)</b>	
Ensino médio completo	26%	1	12%
Superior completo	41%	2	30%
Pós-graduação	15%	3	25%
<b>Rendimento Familiar</b>		4	8%
Menos de 2 salários mínimos	24%	5	5%
De 2 a 5 salários mínimos	60%	7	6%
De 6 a 10 salários mínimos	13%	8	1%



De 11 a 20 salários mínimos	3%	10	1%
		15	2%
Acima de 20 salários mínimos	0%	20	1%
		30	3%
		365	3%

Fonte: Pesquisa (2015).

### 5.1 Orientações e comportamentos dos atributos

Para análise dos dados, foi empregado a análise de *cluster*, sob o regime do método hierárquico Ward, por apresentar solução simples e conglomerados com tamanhos mais homogêneos. Consoante Hair *et al.* (2005, p. 33), a análise de agrupamento ou de *cluster* “é uma técnica que classifica uma amostra de entidades (indivíduos ou objetos) em um pequeno número de grupos mutuamente excludentes, com base na similaridade entre as entidades”. Como solução mais satisfatória, foi escolhida uma análise que distribui os respondentes em três *clusters*. O primeiro *cluster* possui 119 respondentes (42,8%), o segundo, 84 respondentes (30,2%) e, o terceiro, 75 respondentes (27%); perfazendo assim um total de 278 entrevistados.

A Tabela 2 traz as médias e *rankings* de importância dos dezesseis atributos, por *cluster*. Os entrevistados foram indagados a atribuir uma nota de zero (não importante) a dez (muito importante) para os atributos pesquisados, com intuito de conhecer as expectativas dos banhistas. No *cluster 1*, os resultados indicam que as médias oscilaram de 8,59 a 6,51, sendo o atributo mais importante a “agradabilidade do clima” e, o menos importante, o “sistema de comunicação”, respectivamente. Para *cluster 2*, a variação foi de 7,39 a 4,20, sendo o de maior nível de importância a “agradabilidade do clima” e, o de menor nível, a “segurança local”. No *cluster 3*, a variação das médias dos atributos foi entre 9,49 (segurança local) e 7,28 (fama do destino turístico).

Quanto ao grupo de atributos situados na faixa dos mais importantes, nota-se que, apenas o “acesso ao destino” esteve presente nessa categoria para os três *clusters*: *cluster 1* (7,83 - 5ª posição), *cluster 2* (6,69 - 2ª posição) e *cluster 3* (9,08 – 5ª posição). Esse resultado corrobora com os achados de Guerreiro *et al.* (2008). Já no grupo dos menos importantes, nenhum dos atributos coincidiu nos três *clusters*.

**Tabela 2.** Médias e *rankings* de importância dos atributos por *cluster*.

	Atributos	C 1		C 2		C 3	
		ME	R	ME	R	ME	R
Mais Importante	V7. Agradabilidade do clima	8,59	1	7,39	1	8,19	14
	V15. Hospitalidade dos residentes	8,27	2	5,81	4	8,13	15
	V11. Variedade e beleza das atrações naturais e locais	7,91	3	5,65	5	8,83	6
	V9. Fama do destino turístico	7,87	4	6,10	3	7,28	16
	V1. Acesso ao destino	7,83	5	6,69	2	9,08	5
Menos Importante	V10. Limpeza e manutenção dos espaços públicos	7,20	12	4,55	13	9,44	2
	V4. Disponibilidade de serviços e equipamentos de saúde	6,97	13	4,67	11	9,27	4
	V3. Segurança local	6,71	14	4,20	16	9,49	1
	V16. Relação qualidade/preço dos meios de hospedagem	6,70	15	4,26	15	8,59	9
	V5. Sistema de comunicação	6,51	16	4,36	14	8,52	10

Legenda: ME: Média; R: *Ranking*; C1: *Cluster 1*; C2: *Cluster 2*; C3: *Cluster 3*. Fonte: Pesquisa (2015).

Ao examinar as médias nominais dos três *clusters* (Gráfico 1), com base em cada atributo investigado, nota-se que, via de regra, o seguinte ordenamento foi percebido:  $Me_{cluster3} > Me_{cluster1} > Me_{cluster2}$ . Esse comportamento só não é perceptível para os atributos V7 (agradabilidade do clima), V15 (hospitalidade dos residentes) e V9 (fama do destino turístico). Há indícios, então, que apontam para o *cluster 3* como sendo aquele em que os seus integrantes são mais exigentes, ao passo que o *cluster 2* é formado por sujeitos menos exigente.



**Gráfico 1.** Comportamento das médias de importância por cluster

Fonte: Pesquisa (2015).

A Tabela 3 apresenta as médias de desempenho dos dezesseis atributos, a partir das percepções dos banhistas em relação ao destino de Tibau do Norte/RN. Os respondentes foram instruídos a conferir uma nota de zero (péssimo desempenho) a dez (excelente desempenho) para cada um dos atributos pesquisados. Percebe-se que o *cluster 1* possui médias que variaram de 8,22 (acesso ao destino) a 5,97 (sistema de comunicação). Enquanto que o *cluster 2*, a variação foi de 6,99 (agradabilidade do clima) a 3,87 (segurança local), e, no *cluster 3*, a oscilação foi de 7,60 (agradabilidade do clima) a 4,11 (preservação das atrações naturais locais). Avaliando o desempenho de Tibau/RN como um todo, nota-se que o *cluster 1* conferiu uma nota média de 8,03, o *cluster 2*, de 5,87 e, o *cluster 3*, de 6,21. Dessa maneira, Tibau/RN teve um desempenho regular, na ótica dos banhistas.

**Tabela 3.** Médias de desempenho dos atributos por *cluster*.

Atributos	C1	C2	C3
	DE	DE	DE
V1. Acesso ao destino	8,22	6,10	7,07
V7. Agradabilidade do clima	8,71	6,99	7,60
V9. Fama do destino turístico	8,02	5,68	5,99
V15. Hospitalidade dos residentes	7,87	5,62	6,31
V8. Tranquilidade e calma no local	7,55	5,06	5,24
V6. Disponibilidade de hotéis, restaurantes e entretenimento durante todo o ano	7,39	5,05	5,85
V11. Variedade e beleza das atrações naturais e locais	7,36	5,37	6,01
V12. Disponibilidade e variedade de estabelecimentos comerciais e de serviços	7,34	5,00	5,47
V14. Disponibilidade, variedade e agradabilidade dos meios de hospedagem	7,34	5,13	5,71

V2. Acesso às atrações turísticas locais	7,25	4,83	5,72
V13. Preservação das atrações naturais locais	6,71	4,18	4,11
V10. Limpeza e manutenção dos espaços públicos	6,83	4,55	4,55
V16. Relação qualidade/preço dos meios de hospedagem	6,67	4,12	5,08
V3. Segurança local	6,43	3,87	4,75
V4. Disponibilidade de serviços e equipamentos de saúde	6,41	4,32	4,51
V5. Sistema de comunicação	5,97	4,36	4,67
Avaliação de Tibau/RN como um todo	8,03	5,87	6,21

**Legenda:** DE: Média de desempenho; C1: Cluster 1; C2: Cluster 2; C3: Cluster 3.

**Fonte:** Pesquisa (2015).

A atratividade do destino turístico é apreendida por meio das lacunas ou *gaps* de qualidade (médias de desempenho percebido subtraídas dos valores médios de expectativas). Dessa forma, as lacunas negativas indicam que o desempenho do destino para o atributo está aquém das expectativas do turista. Por outro lado, lacunas positivas mostram que o desempenho dos serviços ofertados pelo destino supera as expectativas dos banhistas. Ao observar a Tabela 4, percebe-se que há predominância das lacunas negativas (42 de um total de 48 *gaps*), e que as de maiores magnitudes estão situadas no *cluster 3*.

Das lacunas de qualidade, merecem, por parte dos gestores públicos, ações prioritárias de melhoria aquelas cuja magnitude é significativa (maiores *gaps* negativos) e que, simultaneamente, recaia sobre um atributo considerado de alta importância. No *cluster 1*, esse fenômeno é perceptível para os atributos: “variedade e beleza das atrações naturais e locais” (-0,55 e 3º) e “hospitalidade dos residentes” (-0,40 e 2º). Já no *cluster 2*, a situação é mais alarmante para as variáveis “acesso ao destino” (-0,60 e 2º), “fama do destino” (-0,42 e 3º) e “agradabilidade do clima” (-0,40 e 1º). Por fim, no *cluster 3*, merecem atenção especial os atributos “preservação das atrações naturais locais” (-5,25 e 3º), “limpeza e manutenção dos espaços públicos” (-4,89 e 2º), “disponibilidade de serviços e equipamentos de saúde” (-4,76 e 4º) e “segurança local” (-4,75 e 1º). Portanto, ofertar maior atenção e destinar maiores investimentos aos atributos em comento, aumenta a satisfação dos banhistas e, conseqüentemente, a sua pretensão em visitar a localidade.

**Tabela 4.** Atratividade quanto a qualidade do destino Tibau/RN por *cluster*.

Atributos	C1		C2		C3	
	AT	R	AT	R	AT	R
V13. Preservação das atrações naturais locais	-0,90	8	-0,39	12	-5,25	3
V11. Variedade e beleza das atrações naturais e locais	-0,55	3	-0,29	5	-2,81	6
V4. Disponibilidade de serviços e equipamentos de saúde	-0,55	13	-0,35	11	-4,76	4
V5. Sistema de comunicação	-0,54	16	-0,24	14	-3,85	10
V15. Hospitalidade dos residentes	-0,40	2	-0,19	4	-1,83	15
V12. Disponibilidade e variedade de estabelecimentos comerciais e de serviços	-0,38	6	-0,33	7	-2,89	13
V10. Limpeza e manutenção dos espaços públicos	-0,37	12	0,00	13	-4,89	2
V3. Segurança local	-0,29	14	0,33	16	-4,75	1
V2. Acesso às atrações turísticas locais	-0,28	10	-0,15	10	-3,03	7
V6. Disponibilidade de hotéis, restaurantes e entretenimento durante todo o ano	-0,24	7	-0,27	8	-2,83	8
V14. Disponibilidade, variedade e agradabilidade dos meios de hospedagem	-0,24	9	-0,20	9	-2,79	11
V16. Relação qualidade/preço dos meios de	-0,03	15	-0,14	15	-3,51	9

hospedagem						
V8. Tranquilidade e calma no local	0,06	11	-0,42	6	-3,19	12
V7. Agradabilidade do clima	0,13	1	-0,40	1	-0,59	14
V9. Fama do destino turístico	0,15	4	-0,42	3	-1,29	16
V1. Acesso ao destino	0,39	5	-0,60	2	-2,01	5

**Legenda:** AT: Atratividade; R: *Ranking*; C1: *Cluster 1*; C2: *Cluster 2*; C3: *Cluster 3*. Fonte: Pesquisa (2015).

A percepção ambiental dos banhistas sobre o lixo marinho foi aferida com base no seu nível de dis(concordância) em relação a nove atributos. Para tanto, em cada um deles, os entrevistados tinham que atribuir uma nota entre zero (discordo totalmente) e dez (concordo totalmente). A Tabela 5 traz as médias de concordância, ou não, quanto aos atributos ambientais pesquisados. Para os três *clusters*, nota-se que o atributo que obteve a maior média foi “a presença de lixo na praia põe em risco a biota marinha (peixes, golfinhos, tartarugas, caranguejos, entre outros) e expõem os banhistas a doenças (diarréia, dermatite, dengue, entre outras)”. Há, então, uma preocupação latente dos banhistas com os efeitos (riscos) que a disposição inadequada do lixo provoca aos seres vivos que habitam a praia.

Outro ponto que merece destaque é a segunda maior média conferida por todos os *clusters* a seguinte variável: “a questão do lixo na faixa de praia será resolvida, tão somente se houver mobilização e conscientização da população (nativos e turistas)”. Com isso, os respondentes reconhecem que o asseio da praia e a preservação das paisagens naturais perpassam pelo processo de educação ambiental. É necessário o compromisso de todos, a autodisciplina de cada sujeito, para que se minimize os impactos da ação antropogênica na natureza. Esse posicionamento converge com os achados de Magalhães e Araújo (2012).

No que tange a menor média, as respostas divergem entre os *clusters*. Nos *clusters 1* e 3, “o lixo presente nas praias é uma questão que pouco me interessa” apresentou o maior índice de discordância. Isso indica que o lixo é uma problemática que desperta o interesse da população a fim de que se possam mitigar os seus impactos. Porém, no *cluster 2*, o atributo “não acredito que a instalação de um maior número de coletores de lixo e o monitoramento dos esgotos (de comércios e residências) possam reduzir a poluição da faixa de areia e dos oceanos” obteve a média menos expressiva, atingindo a ordem de 2,69. Assim como no estudo de Leite *et al.* (2008), há indícios, destarte, de que os integrantes desse agrupamento creem que essas medidas de controle tem potencial para suavizar a poluição das praias.

De forma geral, avaliando as médias de (dis)concordância em relação aos atributos ambientais (Tabela 5), percebe-se que os valores mais expressivos tenderam a situar-se no *cluster 3*. Dos nove atributos, em seis deles (V22, V24, V21, V18, V25 e V23) foi notado que os integrantes do *cluster 3* foram mais sensíveis e preocupados com a questão do lixo marinho. Isso só não ocorreu nas variáveis V19, V17 e V20; nas quais o *cluster 1* sobressaiu. Merece destaque também o fato dos banhistas, em todos os *clusters*, não considerarem a praia de Tibau do Norte/RN um local limpo (altos níveis de discordância em relação à sentença, cujos valores foram C1 com 5,74; C2 com 3,83; e C3 com 2,92). Entretanto, ao traçar um paralelo com a Tabela 4, visualiza-se que no *cluster 3* estão situados os maiores *déficits* de qualidade (dezesseis maiores lacunas), considerando atributo por atributo. Ou seja, mesmo o *cluster 3* sendo aquele mais sensível a questão do lixo, o nível de atratividade (qualidade) percebida é deficitário – os banhistas esperam mais do que estão recebendo.

De outro lado, o *cluster 2* detém a maior parcela das menores lacunas de qualidade (dez de um total de dezesseis). Isso aponta para o maior índice de atratividade. No entanto, nenhuma das melhores médias ambientais gravitou nesse *cluster*, não sendo os seus

integrantes tão preocupados com a problemática do lixo em comparado com o *cluster 3*. Nem tampouco as piores médias ambientais predominaram no *cluster 2*

**Tabela 5.** Médias e *rankings* de (dis)concordância, por *cluster*, em relação aos atributos ambientais.

Atributos	C1		C2		C3	
	ME	R	ME	R	ME	R
V22. A presença de lixo na praia põe em risco a biota marinha (peixes, golfinhos, tartarugas, caranguejos, entre outros) e expõem os banhistas a doenças (diarréia, dermatite, dengue, entre outras).	9,04	1	7,62	1	9,73	1
V24. A questão do lixo na faixa de praia será resolvida, tão somente se houver mobilização e conscientização da população (nativos e turistas).	8,34	2	7,10	2	8,37	2
V21. Quando estou na praia, eu sempre procuro coletores de lixo para descartar os resíduos produzidos.	7,33	3	6,44	3	8,29	3
V19. Quando estou na praia, costumo colocar o lixo em sacos plásticos e deixá-lo na faixa de areia para ser recolhido pelos garis.	7,18	4	4,64	4	3,84	4
V17. Tibau do Norte/RN é uma praia limpa	5,74	5	3,83	6	2,92	6
V20. Quando estou na praia, costumo separar o lixo em reciclável e não reciclável.	4,87	6	4,08	5	3,61	5
V18. A responsabilidade pela limpeza e asseio da praia é tão somente dos órgãos públicos.	3,97	7	2,73	8	1,23	8
V25. Não acredito que a instalação de um maior número de coletores de lixo e o monitoramento dos esgotos (de comércio e residências) possam reduzir a poluição da faixa de areia e dos oceanos.	3,97	8	2,69	9	2,04	7
V23. O lixo presente nas praias é uma questão que pouco me interessa.	2,45	9	2,82	7	0,77	9

Legenda: ME: Média; R: *Ranking*; C1: *Cluster 1*; C2: *Cluster 2*; C3: *Cluster 3*. Fonte: Pesquisa (2015)

Complementarmente, o teste de Pearson também foi realizado para verificar a correlação entre a atratividade (lacunas de qualidade) e a percepção ambiental dos banhistas, considerando *cluster a cluster*. O teste aponta como é a relação entre os comportamentos das médias de duas variáveis quantitativas: atratividade e de percepção ambiental. Os resultados indicaram que houve uma predominância de correlações negativas (comportamentos inversos das variáveis), cujas magnitudes são divergentes: para o *cluster 1*, relação com traços fortes (-0,890); para o *cluster 2*, mediana (-0,720); e para o *cluster 3*, fraca (-0,256). Portanto, os resultados do presente estudo indicam que a correlação entre as variáveis sobreditas não seguem um padrão, ou seja, é algo inexistente ou frágil

## 6. CONCLUSÃO

Este artigo propôs uma discussão acerca da relação entre a percepção ambiental dos banhistas sobre o lixo marinho e a atratividade do destino turístico da praia de Tibau do Norte/RN. Para isto, foi aplicada, inicialmente, a análise de *cluster*, utilizando-se o método Ward. Da análise, a solução mais satisfatória apontou para três conglomerados, rotulados da seguinte forma: *cluster 1*, *cluster 2* e *cluster 3*. Em seguida, foram analisadas, *cluster a cluster*, o comportamento de nove variáveis que aludem às percepções ambientais dos

banhistas, bem como as discrepâncias existentes entre as suas expectativas e as percepções dos serviços que lhes foram entregues na praia (atratividade de dezesseis variáveis). O teste de Sperman também foi empregado para auxiliar a análise da relação entre as variáveis pesquisadas.

Dentre os principais achados, constatou-se que a correlação entre percepção ambiental e atratividade não seguem uma tendência, não é uniforme. Houve, nesse estudo, para os *clusters* considerados, a identificação de relações negativas com magnitudes divergentes (oscilando desde forte até fraca). Portanto, não é possível afirmar que uma percepção ambiental positiva aumenta a atratividade de um destino turístico, e, conseqüentemente, a intenção de revisitá-lo. A ausência de relação significativa no *cluster 3* reforça a tese de que a relação não é robusta.

## REFERÊNCIAS

- ALTIGAN, E.; AKINCI, S.; AKSOY, S. Mapping service quality in the tourism industry. *Managing Service Quality*, v.13, n.5, pp. 412-422. 2003.
- BARROS, J. L. G. *A satisfação com a qualidade de serviços na fidelização dos destinos turísticos* (aplicada a cabo verde). Dissertação de mestrado. Mestrado em Marketing. Faculdade de Economia da Universidade do Porto. 2008.
- BARROS, J. D. de S. Educação ambiental no ecoturismo: potencialidades e estratégias de conservação dos recursos naturais. *Revbea*, v. 8, n. 1, pp. 42-49, 2013.
- BRASIL, Ministério do Turismo. *Boletim de desempenho econômico do turismo*. Ano XII, nº 45, jan. 2015. Disponível em: <[www.turismo.gov.br/](http://www.turismo.gov.br/)>. Acesso em: 13 de setembro de 2015.
- BURGOS, A.; MERTENS, F. Os desafios do turismo no contexto da sustentabilidade: as contribuições do turismo de base comunitária. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 13, n.1, pp. 57-71, 2015
- CAMPOS, D. F.; MAIA, D. N. B. Fatores de atratividade e qualidade dos serviços turísticos no destino Pipa/RN. In: *SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS* - Simpoi, XVII, 2014, São Paulo/SP, anais eletrônicos. Disponível em: <<http://www.simpoi.fgvsp.br/>>. Acesso em 01 de setembro de 2015.
- CARVALHO, S. M. S. A Percepção do Turismo por Parte da Comunidade Local e dos Turistas no Município de Cajueiro da Praia – PI. *Turismo em Análise*, v. 21, n. 3, 2010.
- CHALITA, G. *Educação: a solução está no afeto*. São Paulo: Gente, 2002.
- DANTAS, V. C.; MORAIS, E. C.; BEZERRA, K. de B.; ARAÚJO, M. C. B. de. Avaliação da percepção de usuários sobre a contaminação de praias de João Pessoa (PB), por lixo marinho. In: *CONGRESSO BRASILEIRO DE OCEANOGRAFIA – CBO*, 2012, Rio de Janeiro/RJ, anais eletrônicos. Disponível em: <[www.globalgarbage.org](http://www.globalgarbage.org)>. Acesso em: 15 de setembro de 2015.
- FILHO, M. D.; SILVA-CAVALCANTI, J. S.; ARAUJO, M. C. B.; SILVA, A. C. M. Avaliação da percepção pública na contaminação por lixo marinho de acordo como perfil do usuário: estudo de caso em uma praia urbana no Nordeste do Brasil. *Revista de Gestão Costeira Integrada*. v. 11, n. 1, pp. 49-55. 2011.
- GUERREIRO, M. M.; MENDES, J. da C.; VALLE, P. O. do; SILVA, J. A.. Análise da Satisfação dos Residentes com o Turismo: o caso de uma área destino no Algarve, Portugal. *Turismo em Análise*, v.19, n.3, dezembro 2008.
- HAIR JUNIOR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. *Análise multivariada de dados*. Porto Alegre: Bookman, 2005.

- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Cidades*. 2015. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br>>. Acesso em: 18 outubro 2015.
- LEITE, E. B. ; MOREIRA, K. C.; SANTOS, V. C.. O lixo na praia de São Tomé – Salvador – Bahia. *Candombá – Revista Virtual*, v. 4, n. 1, p. 12-26, jan – jun 2008.
- LIMA, E. Q.; AMARAL, R. F. Vulnerabilidade da zona costeira de Pititinga/RN, Brasil. *Mercator*, v. 12, n. 28, pp. 141-153, 2013.
- MAGALHÃES, S. E. F.; ARAÚJO, M. C. B. de. Lixo marinho na praia de Tamandaré (PE–Brasil): caracterização, análise das fontes e percepção dos usuários da praia sobre o problema, *Tropical Oceanography*, Recife, v. 40, n. 2, p. 193-208, 2012.
- MARTINS, A. A. C. Motivação, expectativa, experiência, satisfação ou dissatisfação dos turistas com o produto turístico destinação: estudo sobre a área da grande Maceió - Alagoas – BR. Tese de doutorado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. USP. 2006.
- MEDEIROS, C. S. C.; SOARES, I. A.; LOPES, R. M. R. Análise de paisagens turísticas da praia de Touros/RN com a utilização de indicadores de qualidade visual: uma contribuição para o turismo sustentável. *Geo Temas*, v. 3, n. 2, pp.21-39, 2013.
- NEVES, R. C. *et al.* Análise qualitativa da distribuição de lixo na praia da Barrinha (Vila Velha - ES). *Revista de Gestão Costeira Integrada*, v. 11, n. 1, pp. 57-64, 2011.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, v. 49, pp. 41-50, 1985
- PUTRICK, S. C.; MARIANI, M. A. P.; SILVEIRA, M. A. T. da. Laços de cidadania do litoral do Piauí: redes de articulação de turismo e pesca no litoral piauiense. *Turismo: Estudos & Práticas*, v. 3, pp. 56-81, 2014.
- RHEINHEIMER, C. G.; GUERRA T. A educação ambiental como pressuposto para um turismo sustentável. In: *SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL – SeminTUR*, 2006, Caxias do Sul/RS, anais eletrônicos. Disponível em: <<http://www.uces.br>>. Acesso em: 25 de agosto de 2015.
- SCHERER, M. Gestão de praias no Brasil: subsídios para uma reflexão. *Revista de Gestão Costeira Integrada*. v. 13, n. 1. 2013.
- SHARER, R. Turismo sustentável: um estado de caso sobre a experiência da comunidade de prainha do Canto Verde no litoral do Ceará. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 1, n. 2, pp.231-242. 2003.
- SOARES, I. A.; MEDEIROS, C. S. C. de; FILHO, A. S. Análise de paisagem turística da praia de Jenipabu (RN) com a utilização de indicadores de qualidade visual: uma contribuição para o turismo sustentável. *Caminhos de Geografia*. v. 14, n. 45, pp. 110-124. 2013.
- SORRENTINO, M. A educação ambiental no Brasil. In: JACOBI, P. et al. (orgs.). *Educação, meio ambiente e cidadania: reflexões e experiências*. São Paulo: SMA, 1998. pp. 27-32.
- TAKASAGO, M.; MOLLO, M. L. R. A economia do turismo e a redução da pobreza e da desigualdade no Brasil: o papel do Estado. *Turismo em Análise*, v. 19, n. 2, pp. 307 – 329, 2008.
- TARGINO, G. Educação ambiental: ensinando e reciclando o lixo orgânico em Pipa -Tibau do Sul/RN. In: *ENCONTRO NACIONAL DAS LICENCIATURAS*, V., 2014. Natal/RN, anais eletrônicos. Disponível em:< <http://enalic2014.com.br/anais/>>. Acesso em: 08 de setembro de 2015.
- UNWTO, World Tourism Organization. *Improving Competitiveness*. 2011. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/>>. Acesso em: 13 setembro 2015.
- VERA, L. A. R.; LADEIRA, R.; COSTA, A. da S. A retirada das barracas de praia da orla de Salvador na perspectiva de turistas e moradores. *Revista Caderno Virtual de Turismo*. v. 13, n. 3, pp. 308-323. 2013.