



O PÔR DO SOL DE PANORAMA – SP: o uso da percepção como ação estratégica para o planejamento turístico

PANORAMA SUNSET – SP: the use of perception as a strategic action for tourism planning

Renata Maria Ribeiro*
Renan Ricardo Galdino Inacio**

Resumo: Apresentou-se um estudo sobre a percepção de turistas mediante a paisagem pôr do sol de Panorama-SP, em uma visão ao planejamento turístico desta paisagem que ainda é considerada recurso turístico potencial. O objetivo central foi demonstrar o uso da percepção individual dos turistas como ação estratégica inicial para o planejamento turístico, no intuito de constituir uma nova oferta ao turismo. Além disso, buscou-se investigar por meio da percepção se os turistas percebem a paisagem ‘pôr do sol’ de Panorama – SP. Os procedimentos metodológicos se pautaram no uso de indicadores de percepção qualitativos constituídos a partir do modelo de Escala Likert, na coleta de dados empíricos para a interpretação e análise. Os resultados demonstraram que os turistas percebem o pôr do sol de forma positiva e promissora, concluindo que a percepção nesta pesquisa, foi um método promissor que contribuiu na identificação do potencial de paisagens por meio da opinião subjetiva e individual do turista observador.

Palavras-Chave: Paisagem; Percepção; Planejamento Turístico; Panorama-SP.

Abstract: This research presented a study about the perception of tourists through the sunset landscape of Panorama-SP, in a view to the tourism planning of this landscape that is still considered a potential tourist resource. The main objective was to demonstrate the use of the tourists individual perception as an initial strategic action for tourism planning, in order to constitute a new offer to tourism. In addition, it aimed to investigate through the perception if the tourists perceive the 'sunset' landscape in Panorama – SP. The methodological procedures were based on the use of qualitative perception indicators constituted from the Likert Scale model, in the collection of empirical data for interpretation and analysis. The results demonstrated that the tourists perceive the sunset in a positive and promising way through the numerical score of the data collected and interpreted from the indicated scales, concluding that the perception on this research, was a promising method that contributes to the identification of the landscapes potential through the subjective and individual opinion of each observing tourist.

Keywords: Landscape; Perception; Tourism Planning; Panorama-SP.

1 Introdução

Este trabalho teve como intuito apresentar a percepção como uma de inúmeras ações estratégicas que se pode ter em um planejamento turístico dentro de uma gestão responsável pelo setor, isto porque a percepção pode se tornar um caminho para investigar se um recurso turístico tem potencial (ou não) para atratividade consolidada. A percepção será demonstrada como uma forma de ação para comprovar se os turistas que visitam o Balneário

* Doutora em geografia (UFPR). E-mail: renata.ribeiro@unesp.br.

** Graduando do Curso de Turismo da UNESP. E-mail: renan.inacio@unesp.br.



Municipal de Panorama – SP percebem a paisagem pôr do sol, a fim de analisar se esta paisagem possui potencial de contemplação com sua beleza cênica e panorâmica.

A percepção pode ser considerada uma espécie de resultado da integração de sensações que levam a uma consciência individual dos objetos e dos eventos ambientais, segundo Schiffeman (2005), a mesma envolve uma certa organização, interpretação e atribuição dos sentidos aos aspectos percebidos pelos órgãos sensoriais. O autor ainda afirma que a consciência é um conjunto de percepções e sensações, no qual os sentidos funcionam para detectar energias ou outros elementos do ambiente, proporcionando um conhecimento do mundo exterior e derivando também uma coleta de informações sensoriais de uma realidade física (SCHIFFEMAN, 2005).

Não obstante à percepção perante uma paisagem, deve-se mencionar que cada indivíduo com sua respectiva subjetividade, possui um aspecto central quando se fala de um local ou uma paisagem, pois esta pode ser um fruto de interiorização de percepções sobre um sujeito ou objeto, sendo que cada percepção com relação a algo é distinta entre um conjunto de indivíduos (CHAGAS, 2010).

A pesquisa tem origem no Município de Interesse Turístico de Panorama - SP, no Balneário Municipal, principal atrativo da cidade que atrai turistas regionais de acordo com o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico (2020). Registros diários de demanda de visitação, coletados na portaria demonstram que, desde 2013 o Balneário recebeu 666.270 mil turistas que possuem como perfil casais e grupos de excursionistas que buscam usufruir do Balneário Municipal para sol e banho, lazer, descanso, natureza, visita a parentes e amigos entre outros.

No Balneário há incidência contemplativa da visualização da paisagem pôr do sol, objeto principal desta pesquisa, em uma busca de comprovação de como os turistas percebem e sentem o pôr do sol do Balneário Municipal. A relevância desse recurso natural não foi observada no Plano Direto de Desenvolvimento Turístico de 2020, e não há infraestrutura específica de contemplação. Diante disso, essa pesquisa pretendeu levantar a contribuição do potencial do pôr do sol como um produto aos turistas a partir de suas percepções. Espera-se que os resultados tragam uma reflexão aos gestores do local, de que o Balneário carece de uma estrutura de contemplação. A questão norteadora para a análise foi: Como criar um formulário que seja capaz de coletar a percepção dos turistas diante da paisagem pôr do sol? Os turistas percebem o pôr do sol por meio de seus sentidos sensoriais?



Teve-se como hipótese de que a percepção ocupa um papel fundamental na análise pôr do sol nesse trabalho em específico, e que possa ser um de diversos caminhos eficazes na coleta de dados qualitativos que a comprovam a percepção dos turistas mediante a uma determinada paisagem.

A relevância desta pesquisa se baseia em atribuir a percepção como método de análise do potencial da paisagem pôr do sol, tendo em uso indicadores que, “[...] junto aos resultados podem oferecer ao processo de planejamento do turismo subsídios técnicos com suporte metodológico, para justificar a valorização de determinadas características da paisagem nela presentes [...]” (PIRES, 2005, p. 426). A paisagem pode ser um elemento responsável e relevante para o planejamento da atividade turística, sendo que “[...] ao ver uma imagem de uma paisagem o turista já se predispõe a imaginar como serão suas férias, final de semana e feriado antes mesmo de viajar. A imagem tem esse poder de fazer com que as pessoas sonhem” (GONTIJO BOLSON, 2009, p. 02, Tradução Nossa).

Portanto, estudos e pesquisas que potencializem alternativas e considerações a respeito da transformação de recurso em produto podem causar impacto positivo para o planejamento turístico do município, sendo que a percepção do turista aliada a ações de planejamento, ressaltarão a importância da paisagem como produto, uma vez que o turista se torna o mediador e o observador deste produto.

O método de análise pode ser essencial para observar uma nova forma de ação ao planejamento turístico, pois, antes de desenvolver um novo produto turístico na localidade como a contemplação de paisagens, faz-se necessário que os gestores ou responsáveis pelo fomento da atividade utilizem métodos capazes de diagnosticar se uma determinada paisagem possui realmente potencial.

Deste modo, utilizou-se a percepção individual para a construção de indicadores qualitativos a fim de coletar dados a partir da visão dos turistas que visitam o Balneário Municipal de Panorama – SP, a fim de identificar se os turistas percebem a paisagem pôr do sol e assim, constituir uma nova oferta de atrativo no balneário.



2 Referencial Teórico

Arelando a questão da compreensão da paisagem, Yázigi (2002, p. 32) afirma que a mesma pode assumir diversas formas na superfície do planeta, pois, além dos critérios de beleza que integram códigos históricos, a paisagem também abrange uma transformação contínua destes códigos juntamente com sua representatividade como objeto de apropriação estética e sensorial.

Em contrapartida, Schier (2003) diz que “[...] a idéia da paisagem merece mais atenção pela avaliação ambiental e estética. Neste sentido, depende muito da cultura das pessoas que a percebem e a constroem. Ela é, assim, um produto cultural resultado do meio ambiente sob ação da atividade humana [...]”. Risso (2008, p. 68) também ressalta que “[...] a noção de paisagem, tanto utilitária como estética, foi entendida diferentemente a depender da cultura de cada grupo social diante dos desafios da paisagem natural”, ou seja, cada indivíduo pode observar uma determinada paisagem de forma distinta com princípios e valores culturais diferentes.

A paisagem pode ser considerada um dos principais elementos que pode compor a atividade turística, pois além de ser um recurso turístico valioso, é também um determinante para compreender se um local é ou não turístico, tendo assim, a paisagem como um fruto também da interpretação que a natureza teve e tem ao longo dos tempos (RODRIGUES, 2005, p. 50). Sendo assim, com base no conceito de paisagem, pode-se salientar que:

A paisagem, desta maneira, é resultante das ações passadas e presentes, da ação não apenas antrópica, mas do clima, das intempéries, da temperatura, composição, físico-química e morfológica; enfim, é o resultante temporal e espacial do conjunto destes fatores, onde o que interfere e modifica, também é interferido e modificado (RODRIGUES, 2005, p. 53).

Compreende-se que a paisagem possui aspectos históricos do passado e também um conjunto de elementos do presente, ocasionando assim, ações de fatores geográficos e climáticos. Os atrativos naturais como exemplo algumas paisagens, são “elementos da natureza que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos (montanhas, rios, praias, cavernas, cachoeiras, clima, flora, fauna)” (BRASIL, 2006, p. 14). Deste modo, como o Balneário Municipal de Panorama – SP se encaixa no quesito ‘praias’ por ser uma espécie de praia de rio onde os turistas observam o pôr-do-sol, é válido complementar mencionando que



são “costas baixas resultantes de acumulação de áreas, finas o grosseiras, que sofrem o processo de regressão [...] serão classificadas pela paisagem onde se situam. Algumas podem [...] inserir-se em um conjunto balneário. Nos rios formam-se praias fluviais [...]” (BRASIL, 2006, p. 15).

Abordando o meio natural como um dos elementos que compõe a paisagem, Yázigi (2002, p. 19) menciona que os fenômenos naturais não são suficientes para uma explicação da paisagem, pois é necessário que tenha uma inter-relação com os fatores subjetivos. Por conta disto, Schier (2003) ressalta que um indivíduo que sabe perceber uma paisagem compreende seu significado e valor subjetivo e individual, criando um vínculo afetivo com esta mesma paisagem e tornando-a importante para si mesmo.

Deve-se mencionar a relevância da paisagem, pois sua importância é definir certos objetivos existentes de qualidade paisagística, como também proteger a paisagem no quesito de preservação de sua personalidade, qualidade e valores significativos a um determinado local e indivíduo.

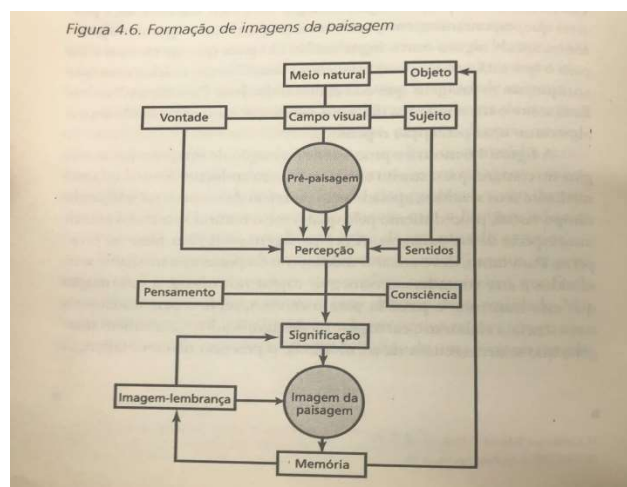
Portanto, quando se fala de percepção, deve destacar que uma determinada paisagem pode ser parte de um espaço visual compartilhado, relacionando-se às partes de um determinado ambiente que são visualmente acessíveis a mais de um indivíduo. Desta forma, a interação lado-a-lado, na qual uma vista compartilhada compromete a mais de uma pessoa no diálogo sobre o mesmo objeto observado, também fornece julgamentos sobre quais questões o outro indivíduo compreende a assimila de acordo com seu ponto de vista (KELLY; BEALL; LOOMIS, 2004 Tradução Nossa).

Além disso, percepção também é a primeira fonte que faz o indivíduo obter o conhecimento dos aspectos que integram uma realidade (CHAGAS, 2010), pois, um destino como exemplo o pôr do sol de Panorama-SP, pode ser percebido de acordo com os princípios de Chagas (2010), por meio de situações como atratividade, qualidade da paisagem ou satisfação que a mesma produz no turista.

A percepção do visitante é importante para a valorização da qualidade de um destino ou atrativo turístico, pois, Negreiros, Alves e Lemos (2012) mencionam que só se pode falar de paisagem a partir da percepção dos observadores, uma vez que a mesma se constitui como um espaço ou elemento a ser percebido. A paisagem articulada à percepção, pode se constituir como um determinado espaço “ao alcance do olhar”.

Para perceber a paisagem “[...] as pessoas necessitam assimilar pontos de referência, sejam eles geográficos (montanhas, lagos, riachos, árvores) ou simbólicos (prédios, praças, pontes, barragens, rodovias)” (OLIVEIRA; MACHADO, 1989, p. 01). Além de pontos focais, para perceber a paisagem pela percepção, Boullón (2002) demonstra um processo específico de formação de imagens que um sujeito tem a um determinado objeto (ambiente natural) mediante a seus sentidos:

Figura 1- Processo de formação de imagens.



Fonte: Boullón, 2002.

A Figura 1 apresenta como ocorre a captação da paisagem para formar imagens por meio dos sentidos do indivíduo, portanto, continuando a explanação, após a captação de uma paisagem (ambiente natural/objeto), o indivíduo seleciona o que quer visualizar no campo visual, onde o meio natural observado se transforma em uma *pré-paisagem*. Boullón (2002) menciona que esta *pré-paisagem* é capaz de ativar o mecanismo da percepção perante seus sentidos e a vontade do observador, conseguindo futuramente captar a informação que a *pré-paisagem* transmite e passar para o cérebro. Com isto, o pensamento e a consciência subjetiva do indivíduo elaboram a *pré-paisagem* que será carregada de significados para que finalmente, possa ser construído imagens que se armazenam na memória.

Compreende-se que a relação entre a percepção e a paisagem é importante, uma vez que a paisagem depende da percepção individual de um observador/sujeito/turista que está articulado e englobado com o espaço, já que “o enquadramento perceptivo invoca a tela, e é



essa uma das razões que faz da paisagem percebida um objeto estético, apreciado em termos de belo ou feio” (NEGREIROS; ALVES; LEMOS, 2012).

Em relação ao planejamento, deve-se frisar que, primeiramente, para a estruturação da atividade em um determinado espaço, é essencial que se tenha como método o planejamento adequado do turismo, pois como ressalta Molina e Rodriguez (2001, p. 79):

O planejamento é o resultado de um processo lógico de pensamento, mediante o qual o ser humano analisa a realidade abrangente e estabelece os meios que lhe permitirão transformá-la de acordo com seus interesses e aspirações. Disso resulta que a forma de planejar consiste em analisar objetivamente uma realidade e condicionar as ações ao problema. (MOLINA; RODRÍGUEZ, 2001, p. 79).

O planejamento é essencial para os gestores responsáveis pelo fomento da atividade turística, pois resulta de um processo de estratégias pensadas e elaboradas especificamente para o alcance de um determinado objetivo, contribuindo para a elaboração de projetos turísticos capazes de desenvolver e constituir uma nova oferta e produto. O planejamento turístico pode proporcionar segmentos específicos em uma localidade que podem ser explorados e desenvolvidos junto com a oferta de produtos turísticos específicos, atendendo assim, às necessidades de uma determinada demanda (DIAS, 2003, p. 37).

Para obter desenvolvimento na atividade de contemplação da paisagem, é necessário que se tenha o planejamento de infraestruturas de contemplação deste recurso, e este trabalho se pauta na percepção subjetiva como um método inicial da análise da comprovação de como a paisagem pôr do sol é percebida pelos turistas.

Por conseguinte, utilizar a percepção do turista mediante à paisagem como método pode se tornar uma ação inicial promissora para investigar se os turistas percebem e sentem o pôr do sol, além de comprovar o potencial da paisagem, pois, permeando a paisagem pôr do sol de recurso para um produto turístico futuro consolidado visto do Balneário Municipal de Panorama - SP, seria necessário instalar os elementos de planejamento no espaço de observação, como exemplos: a construção de mirantes/belvederes, envolvendo pavilhões situados em lugares altos e desabrigados para que deles se possam apreciar vistas panorâmicas; instalações com base em elementos de acessibilidade (condições de acesso para cadeira de rodas, rampas de acesso, escadas com corrimão, piso tátil, espaços reservados para pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida, sinalizações visuais) entre outros (BRASIL, 2006).

3 Metodologia

A pesquisa possuiu um caráter bibliográfico e documental, em uma construção teórica de temas como percepção; paisagem; planejamento turístico, baseando-se também em informação a partir de dados primários para compreender os temas e sua relação ao objeto, tendo como documento norteador o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Panorama (2020). A pesquisa *in loco*, fundamentou a elaboração de um Quadro de Indicadores qualitativos estratégicos que contribuiu com a coleta de informações quanto a percepção dos turistas em relação ao pôr do sol no ambiente do balneário com uma análise de pontuação específica do modelo de Escala *Likert*.

O desenvolvimento do quadro teve embasamento em indicadores que podem contribuir para os aspectos de qualidade que envolve uma determinada paisagem e satisfação do indivíduo, uma vez que a qualidade se dá por um valor absoluto de um determinado objeto e satisfação como uma reação emocional, na qual se leva em consideração uma transação específica realizada por um serviço ou uma observação contemplativa (OLIVER, 1981 *apud* CHAGAS, 2010).

Portanto, para que haja uma paisagem é preciso que se produza um encontro, no qual um sujeito sensível disposto a observar e contemplar, esteja defronte com um determinado objeto que deve ter qualidades estéticas e outros elementos. (BOULLÓN, 2002). Desta forma, essa pesquisa abrange como principal método de coleta de dados desenvolvido um quadro de indicadores em escala, pois necessita-se estabelecer uma pontuação que permita avaliar a resposta dada de maneira numérica (DENCKER, 1998). Segue, o quadro de indicadores relativos ao pôr-do-sol do modelo de perguntas em escala e Escala *Likert*:

Quadro 1 - Modelo Escala de *Likert*

Indicadores	Grau de concordância e discordância					Valor da pontuação				
	Discordo plenamente	Discordo	Indeciso	Concordo	Concordo plenamente	1	2	3	4	5
Paisagem com um elevado nível de beleza estética e atratividade panorâmica										
Paisagem emana um cheiro específico										



O pôr-do-sol transmite afetividade e emoção																			
As cores da paisagem são confusas ou distorcidas																			
A paisagem possui apenas uma cor																			
Há objetos que atrapalhem a visualização da paisagem (árvores, placas, indivíduos caminhando)																			
A luz que o pôr-do-sol emite é brilhante																			
A luz do pôr-do-sol emite sombras e reflexos																			
O pôr-do-sol proporciona uma temperatura alta																			
É possível sentir a temperatura que o pôr-do-sol causa																			
O pôr-do-sol é demasiadamente atraente																			
A paisagem transmite positividade																			
A paisagem é pobre e fraca																			
A paisagem transmite neutralidade																			
A paisagem é negativa e repulsiva																			

*Quadro de indicadores referente ao modelo de perguntas em escala - Discordo plenamente = 1, Discordo = 2, Indeciso = 3, Concordo = 4, Concordo Plenamente = 5

O quadro de indicadores qualitativos em escala teve base nos componentes sensoriais apresentados por Boullón (2002), sendo eles: as formas das paisagens; o cheiro; a cor; a luz; a textura; os sons e a temperatura.

Além destes componentes destacados por Boullón anteriormente, o quadro também teve base nos indicadores de qualidade de paisagem e imagem de Chagas (2010), sendo eles: demasiadamente atraente (destinos que possuem atratividade excessiva); positiva/negativa (aquela paisagem que favorece o destino); contraditória (aquela que dá margens a distintas perspectivas de análise); pobre/fraca (aquela paisagem com baixo potencial atrativo); neutra (aquela que não provoca nenhum sentimento de atração); negativa/repulsiva (aquela em que um ou mais aspectos desfavoráveis apresentam-se de maneira mais intensa que os possíveis



aspectos favoráveis); distorcida/confusa (aquela que apresenta algum aspecto desfavorável, tanto pelas cores quanto pela falta de expressividade da verdade).

O procedimento metodológico apresentado na elaboração do Quadro de indicadores fornece subsídios na investigação da percepção dos turistas perante a paisagem pôr do sol, pois esta percepção acaba sendo utilizada nesta pesquisa como um método de identificar se os turistas percebem e sentem o pôr do sol. Com a aquisição dos resultados desta percepção, é possível analisar através da pontuação se os turistas entrevistados concordam com o pôr do sol como uma paisagem de beleza estética.

A tabulação dos dados obtidos empiricamente se deu por meio do Microsoft Excel, que foi crucial na elaboração de gráficos estruturais, porém, todos os dados foram elencados em um Quadro organizado para uma estruturação acessível e objetiva. A visitação empírica ao Balneário Municipal ocorreu em fevereiro de 2020, onde no decorrer da extensão da praia, foi possível entrevistar em uma amostragem aleatória simples de 12 turistas que se encontravam no local. Como mencionado na introdução, todos turistas ou excursionistas são registrados na portaria para que a cada ano se tenha uma contagem estimativa da quantidade de visitantes ao Balneário. Observou-se na pesquisa de demanda no Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Panorama que o perfil do turista é de “sol e banho, lazer, descanso, natureza”.

A tabulação também se deu pelo estabelecimento de dados pontuais que permitem avaliar a resposta dada de maneira numérica, ou seja, a pontuação do modelo de Escala *Likert* deu base para identificar pontuações mínimas e altas, pois, como cada escala possui uma pontuação, sendo discordo plenamente = 1, discordo = 2, indeciso = 3, concordo = 4 e concordo plenamente = 5, deve-se frisar que com a entrevista realizada por 12 turistas, a pontuação máxima seria igual a 6.

Com a pontuação e o resultado dos dados de percepção, foi possível elaborar uma análise a partir da técnica de planejamento estratégico denominada SWOT (Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças), amplamente utilizada nas organizações públicas e privadas no diagnóstico sobre o tema turismo. Esse diagnóstico permitiu apresentar um direcionamento breve dos principais aspectos da análise em questão e pode contribuir para nortear as ações de planejamento em relação ao pôr do sol no Balneário.



3.1 O Balneário de Panorama-SP

O Balneário Municipal está situado na área urbana da cidade de Panorama às margens do Rio Paraná, rio que separa o Estado de São Paulo e do Mato Grosso do Sul. Na Figura 2 é possível observar a extensão do Balneário e as fotografias registradas do pôr do sol em distintos pontos focais de observação da extensão da praia:

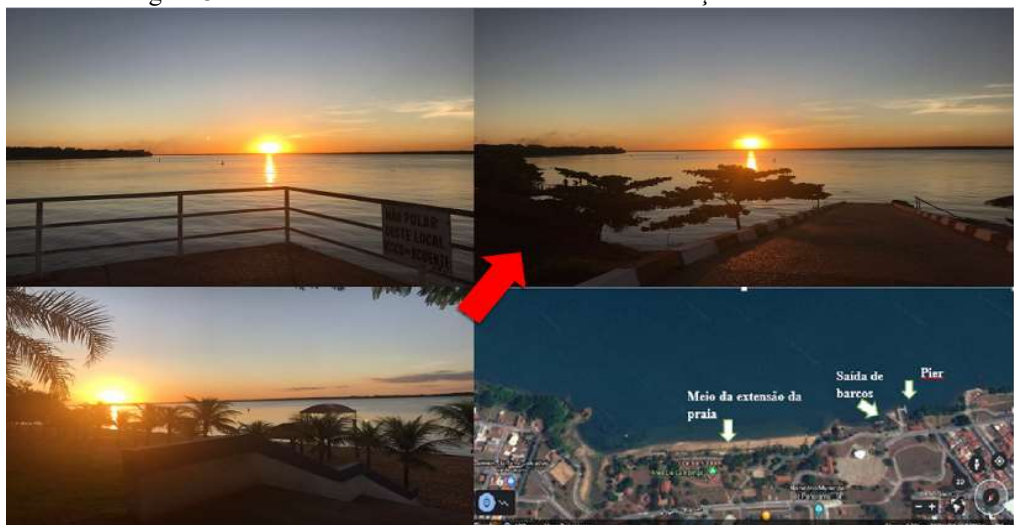
Figura 2 - Área Urbana e Balneário Municipal de Panorama



Fonte: Google Earth Adaptado, 2020.

A Figura 2 apresenta em 2D as imagens do pôr do sol. As setas indicam duas perspectivas de visualização para o registro do pôr do sol em pontos focais se observadas da extensão da praia do Balneário. Além dos pontos focais da Figura 2, o entrevistador apresentou aos turistas diversos registros dos pontos focais do Balneário sendo 3 destes registros escolhidos e classificados pelos mesmos “adequado” como ponto de visualização (Figura 3).

Figura 3 - Pontos focais classificados com maior votação.



Fonte: o autor, 2021.

É possível observar três pontos de observação sinalizados que foram escolhidos pelos 12 turistas durante a entrevista.

Vale ressaltar que o município de Panorama possui outros municípios limítrofes que possuem balneários e são concorrentes diretos no produto sol e praia (Figura 4).

Figura 4 - Mapa de municípios limítrofes de Panorama com Balneários.



Fonte: Google Earth Adaptado, 2021.

Paulicéia não utiliza o sol como atrativo, mas Presidente Epitácio ganhou o título de pôr do sol mais bonito do Brasil (G1, 2014) e o utiliza em campanhas de marketing, mas não possui ponto focal planejado para observação da paisagem. Desse modo, o diagnóstico realizado nessa pesquisa pôde trazer esses municípios como ameaça. Entretanto, se Panorama lançar uma estratégia profissionalizada e estruturada a partir do planejamento que se reflita em destaque ao produto pôr do sol.

4 Resultados/Discussão

Os resultados obtidos da pesquisa pautaram-se no método em Escala de *Likert*, constituindo diversos indicadores promissores capazes de investigar se os turistas que visitam o Balneário Municipal de Panorama – SP percebem a paisagem ‘pôr do sol’ através da

percepção. Cada indicador inserido possui um significado, um resultado e uma pontuação, onde o turista opinou sua percepção mediante ao que estava escrito sobre o pôr do sol.

Estes indicadores deram subsídios para compreender a percepção de 12 turistas que visitaram o espaço do Balneário, além disso, a partir da interpretação dos dados coletados e analisados, foi possível discutir se estes resultados foram promissores e obtiveram influência positivas.

Com relação aos dados quantitativos obtidos pelo Quadro de Indicadores no modelo de Escala *Likert*, foi necessário elaborar um quadro personalizado com a apresentação das pontuações e dos resultados de cada indicador, pois foi uma forma de objetivar toda informação longa e completa retirada dos gráficos realizados no Microsoft Excel. Portanto, segue a seguir os resultados coletados:

Quadro 2 - Resultados dos indicadores quantitativos.

Indicadores quantitativos de percepção	Escalas e Quantidade de turistas					Pontuações
	Discordo Plenamente	Discordo	Indeciso	Concordo	Concordo Plenamente	
Paisagem com um elevado nível de beleza estética e atratividade panorâmica	0	0	0	7	5	53 pontos
Paisagem emana um cheiro específico	3	4	2	3	0	29 pontos
O pôr do sol transmite afetividade e emoção	0	0	1	3	8	55 pontos
As cores da paisagem são confusas ou distorcidas	3	5	1	3	0	28 pontos
A paisagem possui apenas uma cor	5	3	3	0	1	25 pontos
Há objetos que atrapalham a visualização da paisagem (árvores, placas, indivíduos caminhando)	6	3	1	2	0	23 pontos
A luz que o pôr do sol emite é brilhante	0	1	0	2	9	55 pontos
A luz do pôr do sol emite sombras e reflexos	1	1	0	2	8	51 pontos

O pôr do sol proporciona uma temperatura alta	Discordo Plenamente 1	Discordo 4	Indeciso 2	Concordo 3	Concordo Plenamente 2	37 pontos
É possível sentir a temperatura que o pôr do sol causa	Discordo Plenamente 1	Discordo 3	Indeciso 1	Concordo 4	Concordo Plenamente 3	41 pontos
O pôr do sol é demasiadamente atraente	Discordo Plenamente 0	Discordo 0	Indeciso 0	Concordo 0	Concordo Plenamente 12	60 pontos
A paisagem transmite positividade	Discordo Plenamente 1	Discordo 0	Indeciso 0	Concordo 2	Concordo Plenamente 9	54 pontos
A paisagem é pobre e fraca	Discordo Plenamente 11	Discordo 1	Indeciso 0	Concordo 0	Concordo Plenamente 0	13 pontos
A paisagem transmite neutralidade	Discordo Plenamente 2	Discordo 4	Indeciso 1	Concordo 0	Concordo Plenamente 5	38 pontos
A paisagem é negativa e repulsiva	Discordo Plenamente 12	Discordo 0	Indeciso 0	Concordo 0	Concordo Plenamente 0	12 pontos

Fonte: o autor, 2021.

Percebeu-se que a metodologia de Escala *Likert* proporcionou um parâmetro da opinião do turista e como percebe o pôr do sol como paisagem em sua percepção, possibilitando a obtenção de dados válidos para confirmar se a paisagem é ou não percebida pelos sentidos dos indivíduos entrevistados. Não obstante, os dados foram estruturados no Quadro 2 para uma melhor visualização das pontuações e da quantidade de entrevistados que escolheram cada escala específica.

Antes da discussão dos resultados, é importante destacar que a pontuação da Escala *Likert* neste artigo possui uma pontuação máxima positiva de 60 pontos e uma pontuação mínima negativa de 12 pontos, isso por conta do número de entrevistados da pesquisa ser equivalente a 12 turistas. Sendo assim, se um dos indicadores possuírem uma pontuação máxima ou próxima de 60, significa que a maioria dos entrevistados concordam com a afirmação daquele indicador, já se um indicador possuir uma pontuação mínima ou perto de 12 pontos, significa também que a maioria dos entrevistados concordam com a afirmação do indicador, porém, de forma negativa.



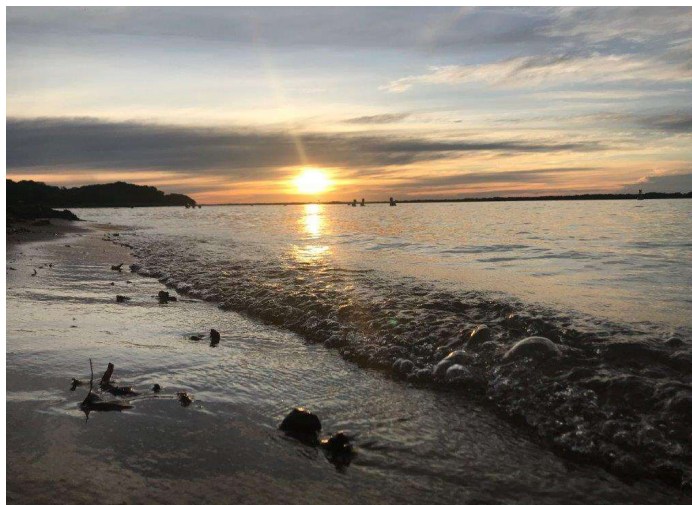
O primeiro indicador ‘Paisagem com um elevado nível de beleza estética e atratividade panorâmica’ teve uma pontuação de 53, considerada satisfatória, em vista que dos 12 turistas entrevistados, todos votaram nas escalas ‘Concordo’ e ‘Concordo plenamente’, levando a considerar que este indicador teve uma aproximação adequada da pontuação máxima de 60 pontos e apenas escolhas positivas, que contribuem na afirmação do pôr do sol com potencial de beleza estética e paisagem panorâmica.

O indicador ‘o pôr do sol transmite afetividade e emoção’ teve uma pontuação de 55 pontos, considerada satisfatória e próxima da pontuação máxima, além de possuir 8 turistas na escala ‘Concordo plenamente’, 3 na escala ‘Concordo’ e apenas 1 ficou indeciso na resposta. Isso mostra que a paisagem natural ‘pôr do sol’ transmite sentimentos de afetividade e emoções para os turistas que a contemplam, contribuindo para confirmação de que esta paisagem natural desperta sentimentos subjetivos individuais em cada turista que a observa.

O indicador ‘A luz que o pôr do sol emite é brilhante’ teve uma pontuação satisfatória de 55 pontos, com 9 (maioria) turistas na escala ‘Concordo plenamente’, 2 na escala ‘Concordo’ e apenas 1 turista discordou deste indicador, permitindo afirmar que o pôr do sol de Panorama - SP é uma paisagem natural com capacidade de transmitir luz brilhante que a torna agradável e contemplativa para esses turistas.

O indicador ‘A luz do pôr do sol emite sombras e reflexos’ obteve uma pontuação de 51 pontos, considerada relevante para contribuir na afirmação do pôr do sol como uma paisagem que causa efeitos naturais como reflexos e sombras. Deste modo, dos 12 turistas entrevistados, 8 (a maioria) escolheram a escala ‘Concordo plenamente’, 2 a escala ‘Concordo’ e apenas 1 discordou deste indicador, permitindo afirmar de acordo com a percepção dos entrevistados que o pôr do sol causa sombras e reflexos no Rio Paraná como mostra o registro deste fenômeno de reflexos e sombras apresentado na Figura 5:

Figura 5 - Reflexo no rio do pôr do sol de Panorama – SP.



Fonte: Autores, 2020.

O indicador “O pôr do sol é demasiadamente atraente” obteve uma pontuação máxima de 60 pontos, onde a totalidade (12) de turistas entrevistados escolheram a escala ‘Concordo plenamente’, permitindo afirmar que de acordo com a percepção subjetiva destes turistas, o pôr do sol de Panorama – SP é uma paisagem de atração contemplativa e cênica.

O indicador ‘A paisagem transmite positividade’ teve uma pontuação satisfatório de 53 pontos, onde 9 turistas (a maioria) escolheram a escala ‘Concordo plenamente’, 2 a escala ‘Concordo’ e apenas 1 discorda plenamente do indicador. Isso nos permite afirmar que o pôr do sol foi identificado pela maioria como uma paisagem que transmite positividade aos indivíduos que a contemplam.

Os indicadores ‘A paisagem é pobre e fraca’ e ‘A paisagem é negativa e repulsiva’ obtiveram pontuações baixas de caráter negativo, onde no primeiro caso a pontuação foi de 13 pontos e o segundo caso com nota mínima de 12 pontos. O primeiro indicador mencionado anteriormente possui uma quantidade de 11 turistas (a maioria) na escala ‘Discordo plenamente’ e apenas 1 na escala ‘Discordo’ e, no segundo indicador, uma quantidade total de 12 turistas na escala ‘Discordo plenamente’, permitindo afirmar que o pôr do sol de Panorama – SP não é uma paisagem pobre, fraca, repulsiva e negativa, mas sim, de acordo com os indicadores dos parágrafos anteriores, uma paisagem atraente, panorâmica e com capacidade de despertar sentimentos de positividade e emoções.

Os outros indicadores como ‘paisagem emana um cheiro específico’ = 29 pontos, ‘as cores da paisagem são confusas ou distorcidas’ = 28 pontos, ‘a paisagem possui apenas uma



cor' = 25 pontos, 'há objetos que atrapalham a visualização da paisagem (árvores, placas, indivíduos caminhando)' = 23 pontos, 'o pôr do sol proporciona uma temperatura alta = 37 pontos, 'é possível sentir a temperatura que o pôr do sol causa' = 41 pontos e 'a paisagem transmite neutralidade' = 38 pontos, obtiveram notas medianas entre a mínima e a máxima, mas que foi crucial para confirmar que os turistas que visitam o Balneário Municipal de Panorama – SP percebem a paisagem pôr do sol por meio da contemplação.

Portanto, com base nos indicadores de Boullón (2002) e Chagas (2010) constituídos na Escala *Likert*, pôde-se ter uma base para investigar se os turistas que visitam o Balneário Municipal de Panorama – SP percebem o pôr do sol, isso por meio da percepção subjetiva individual de cada turista entrevistado.

Os indicadores contribuíram para uma análise objetiva e analítica com base em dados que comprovam uma visão subjetiva do pôr do sol pelos turistas, com a criação de uma metodologia científica e técnica, pôde-se comprovar a problemática 'Os turistas percebem o pôr do sol por meio de seus sentidos sensoriais?', demonstrando nos dados obtidos empiricamente de que a percepção foi uma forma dos turistas de perceber o pôr do sol e que a paisagem possui uma atratividade panorâmica. Ou seja, os 12 turistas entrevistados foram interrogados a responder um questionário com indicadores de percepção voltados ao pôr do sol de Panorama, permitindo adquirir dados subjetivos e individuais sobre a percepção de cada um sobre a paisagem em questão.

Antes do desenvolvimento deste método da Escala *Likert* com indicadores de percepção, não era comprovado a hipótese de que os turistas realmente percebem o pôr do sol de Panorama, porém atualmente, pôde-se comprovar pautando-se em uma amostragem aleatória de 12 turistas do Balneário Municipal a partir de uma técnica aceita nos meios acadêmicos de que esta paisagem é identificada de acordo com essa amostragem, tendo o método de percepção como eficaz para cumprir o objetivo desta pesquisa em específico.

4.1 Diagnóstico

O diagnóstico turístico é um dos principais processos para o planejamento da atividade turística, pois é onde ocorre a descrição, análise e avaliação quantitativa e qualitativa de um conjunto de fatores relativos ao contexto histórico e atual do sistema turístico, “de tal



maneira que cheguem a ser conhecidos os aspectos estruturais e conjunturais que se opõem e os que facilitam o desenvolvimento turístico” (MOLINA, 2005, p. 58).

Lembrando que a análise SWOT do Quadro 3 a seguir foi constituído por meio dos resultados qualitativos obtidos dos 12 turistas:

Quadro 3 - Análise SWOT.

FORTALEZAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Paisagem de beleza cênica, atraente.• Paisagem que emana positividade, afetividade e emoção.• Turistas e excursionistas anualmente.	<ul style="list-style-type: none">• Nenhuma estrutura de contemplação de paisagem.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none">• Construção de estruturas contemplativas• Possíveis divulgações do pôr do sol como paisagem principal de Panorama	<ul style="list-style-type: none">• Outros municípios com Balneário Municipal ao entorno

Fonte: o autor, 2021.

De acordo com a interpretação dos dados obtidos por meio dos indicadores na Escala de *Likert*, o Município de Panorama possui o pôr do sol nas fortalezas como uma paisagem de beleza cênica e atraente que emana positividade, afetividade e emoção. Porém, como observado no Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico de Panorama (2020), não existe uma estrutura de contemplação da paisagem específica, sendo possível sofrer uma ameaça de cidades ao entorno de Panorama que também possuem atrativos turísticos de Balneários como Pauliceia e Presidente Epitácio.

É notório que os 12 turistas da entrevista *In Loco* realizada no Balneário perceberam a paisagem por meio de seus sentidos sensoriais como mostrou a interpretação dos dados nos resultados, tendo como oportunidades a construção de estruturas de contemplação como um Mirante para uma observação adequada do pôr do sol, além do Balneário receber inúmeros turistas e excursionistas anualmente como mencionado na introdução, tendo potencial de futuros observadores da paisagem.

Portanto, com o diagnóstico, é possível ressaltar que com elaboração de projetos estratégicos voltados à construção de estruturas contemplativas e de divulgação ativa da paisagem, o município pode obter futuramente o desenvolvimento de um recurso turístico potencial que ainda se encontra sem infraestrutura e sem uso na divulgação do *Marketing* de Panorama.



Os resultados coletados a partir de metodologia e técnica, tiveram a intenção de confirmar a percepção subjetiva e individual do turista como uma forma de ação inicial estratégica para que os gestores possam identificar se o pôr do sol é percebido e se é viável desenvolver estruturas de contemplação e atividades durante a ocorrência do fenômeno natural, constituindo assim um futuro produto turístico consolidado em Panorama.

5 Consideração Final

Conclui-se que o presente trabalho realizou uma discussão teórica sobre a relação da paisagem com a percepção e sua importância para utilizá-la como um método e ação estratégica no planejamento da atividade turística, permitindo correlacionar a questão da paisagem com a percepção individual que um indivíduo observador possui ao contemplá-la e como isso contribuiu para o turismo.

A percepção ocorre por meio dos sentidos sensoriais do ser humano perante algum objeto contemplativo, como o pôr do sol de Panorama – SP, ou seja, ao contemplar a paisagem de um determinado ponto específico que é um espaço mediado pela percepção subjetiva de um indivíduo apropriado socialmente por diversos observadores, os sentidos do ser humano funcionam e determinam o sentir e o perceber daquela paisagem em específico.

A partir disso, se uma paisagem abrange um potencial de beleza panorâmica e cênica e é percebida por turistas e visitantes, será possível desenvolver uma nova oferta turística de contemplação de paisagem no município, como por exemplo o caso de Panorama.

Foi possível concluir a partir dos resultados que os 12 turistas percebem a paisagem pôr do sol por meio dos dados coletados que foram considerados promissores pautando-se nesta amostragem em específico, uma vez que no Quadro 2 é notório indicadores que possuíram pontuação máxima e altas como “o pôr do sol é demasiadamente atraente”, “o pôr do sol transmite afetividade e emoção” e “Paisagem com um elevado nível de beleza estética e atratividade panorâmica”, que afirmam que a paisagem de Panorama possui beleza, transmite sentimentos individuais como emoção e afetividade e tem atratividade panorâmica.

Não obstante à pontuação mínima, também foi possível comprovar o potencial do pôr do sol de Panorama por meio dos indicadores “a paisagem é negativa e repulsiva” e “a paisagem é pobre e fraca”, que somente ao discordar completamente que o pôr do sol não é



pobre/fraco e negativo/repulsivo, faz com que se entenda a paisagem como atrativa e panorâmica, permitindo compreender que os turistas entrevistados sentem e percebem o pôr do sol de maneira positiva pela percepção individual de cada um. Além disso, por meio desses resultados, entende-se que é possível usar a percepção como ação estratégica para investigar e confirmar o potencial de paisagens no intuito de desenvolver projetos turísticos planejados por gestores locais para criação de novos segmentos e oferta para a composição do produto turístico.

Por meio do método Análise SWOT foi possível elencar alguns aspectos essenciais da pesquisa, sendo possível compreender por meio da técnica da Escala de *Likert* e dos indicadores qualitativos criados, que os turistas percebem o pôr do sol por uma perspectiva perceptiva dos seus sentidos sensoriais.

Os indicadores criados com base em Boullón (2002) e Chagas (2010) contribuíram para confirmar pela amostragem da pesquisa que estes 12 turistas foram capazes de identificar o pôr do sol de acordo com sua percepção individual. Com isso, a SWOT fortaleceu uma análise que demonstra as fortalezas e oportunidades que os gestores de Panorama possuem com a paisagem além também das fraquezas e ameaças.

Entende-se que a pesquisa pôde demonstrar que é possível identificar o potencial de uma paisagem e investigar se é percebida através da percepção individual e subjetiva de cada turista observador, utilizando métodos e técnicas acadêmicas que contribuem na coleta de dados quantitativos promissores para o desenvolvimento da pesquisa.

Referências

BOULLÓN, R. **Planejamento do espaço turístico**. 1.ed. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Manual do Pesquisador – Inventário da Oferta Turística**: instrumento de pesquisa. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CHAGAS, M. M. Análise da relação causal entre imagens de destinos, qualidade, satisfação e fidelidade: Um estudo de acordo com a percepção do turista nacional no destino turístico Natal. **Dissertação** (Mestrado em Turismo) UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 240p. Natal, 2010.

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



DIAS, R. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

G1. **Presidente Epitácio vence batalha do pôr do sol mais bonito do Brasil**. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2014/02/presidente-epitacio-vence-batalha-do-por-do-sol-mais-bonito-do-brasil.html>>. Acesso em: 19 Jun. 2021.

GONTIJO BOLSON, J. H. **A importância da paisagem na atividade turística**. [s/l.]. Revista Turismo, 2009. Disponível em: <<http://files.escalado.webnode.com/200000093-9c9ca9d965/A%20Import%C3%A2ncia%20da%20Paisagem%20na%20Atividade%20Tur%C3%ADstica.pdf>>. Acesso em: 06 Jun. 2020.

KELLY, J. W.; BEALL, A. C.; LOOMIS, J. M. **Perception of Shared Visual Space: Establishing Common Ground in Real and Virtual Environments**. Massachusetts Institute of Technology, v. 13. n. 4. p. 442-450, 2004. (Tradução Nossa).

MOLINA, S. **Turismo: metodologia e planejamento**. ed.1. Bauru, SP: Edusc, 2005.

MOLINA, S.; RODRÍGUEZ, S. **Planejamento Integral do Turismo: Um enfoque para a América latina**. Bauru: EDUSC, 2001.

NEGREIROS, C.; ALVES, I.; LEMOS, M (Orgs.). **Literatura e Paisagem em diálogo. Rido de Janeiro: Edições Makunaima**, 2012.

OLIVEIRA, L.; MACHADO, L. **A percepção da paisagem como metodologia de investigação geográfica**. Rio Claro, SP: Departamento de Geografia UNESP Rio Claro, 1989. Disponível em: <<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal2/Teoriaymetodo/Metodologicos/10.pdf>>. Acesso em: 05 Out. 2020.

PIRES, P. S. **A análise de indicadores da qualidade visual como etapa da caracterização de paisagens turísticas: uma aplicação no distrito-sede de Porto Belo-SC**. Revista Turismo – Visão e Ação, v. 7. n. 3. pp. 417-426, 2005. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056112002.pdf>>. Acesso em: 07 Jan. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PANORAMA. **Plano diretor de desenvolvimento turístico do município de Panorama – SP**. 2020. Disponível em: <<https://www.panorama.sp.gov.br/?pag=T1RjPU9EZz1PVFU9T0dVPU9HST1PVEE9T0dFPU9HRT0=&idmenu=273>>. Acesso em: 05 Fev. 2021.

RISSO, L. C. **Paisagens e Cultura: uma reflexão teórica a partir do estudo de uma comunidade indígena amazônica**. Revista: ESPAÇO E CULTURA, Rio de Janeiro: UERJ. N. 23, P. 67-76, 2008.

RODRIGUES, I. S. **Desenvolvimento do turismo e conservação da paisagem: Estudo do potencial turístico de Itaara (RS)**. Santa Maria, RS: Facos, 2005.



SCHIER, R. A. **Trajetórias do conceito de paisagem na Geografia**. Curitiba: *RA'EGA*, n.7, p.79-85, 2003.

SCHIFFMAN, H. R. **Sensação e percepção**. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.