

## **A RELAÇÃO ENTRE TURISTAS ESTRANGEIROS E RESIDENTES: O CASO DE PONTA NEGRA - NATAL/RN**

### **THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN TOURISTS AND RESIDENTS: THE CASE OF PONTA NEGRA – NATAL/RN**

### **LA RELACIÓN ENTRE TURISTAS EXTRANJEROS Y RESIDENTES: EL CASO DE PONTA NEGRA- NATAL / RN**

Jussara Danielle Martins Aires<sup>1</sup>  
Edilene Adelino Pequeno<sup>2</sup>  
Lore Fortes<sup>3</sup>

**RESUMO:** O turismo enquanto atividade sociocultural tem sua essência nas interações humanas, sobretudo nas relações entre visitados e visitantes. É nítida a importância da entrada de turistas estrangeiros em Natal e sua permanência na cidade contribui para a dinamicidade da economia além de promover o intercâmbio cultural entre os povos de origens distintas. O objetivo deste artigo é analisar como se dá a relação entre esses turistas estrangeiros e a população residente na principal localidade turística da cidade do Natal, Ponta Negra. Para tanto, centrou-se em tecer reflexões à luz da principal literatura que enfoca a temática da hospitalidade e da interação entre turistas estrangeiros e residentes. Por meio de dados coletados pela pesquisa realizada por Aires (2009), junto aos moradores com no mínimo três anos de permanência no bairro, a saber, a Praia, o Conjunto e a Vila

---

1 Graduada em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais pela mesma instituição. E-mail: [jussaradma@yahoo.com.br](mailto:jussaradma@yahoo.com.br).

2 Graduada em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Turismo pela mesma instituição. E-mail: [edilenepequeno@gmail.com](mailto:edilenepequeno@gmail.com).

3 Socióloga e professora adjunta dos Programas de Pós-graduação em Turismo e em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: [loref45@hotmail.com](mailto:loref45@hotmail.com).

de Ponta Negra, permitiu-se concluir que, exceto com italianos, a quem os entrevistados demonstraram aversão, a relação entre residentes e turistas estrangeiros ocorre de forma harmoniosa, caracterizada principalmente pelas tentativas de aproximação da população local com os esses turistas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo. Relação. Turistas estrangeiros. Residentes. Ponta Negra.

**ABSTRACT:** Tourism as a sociocultural activity has its essence in human interactions, especially in relations between visitors and visited. It is clear the importance of entry of foreign tourists in Natal and his stay in the city contributes to the dynamics of the economy in addition to promoting cultural exchanges between peoples of different origins. The proposal of this paper is to analyze how is the relationship between these foreign tourists and the resident population in the main tourist resort of Natal, Ponta Negra. For this, focused on weaving the light reflections from the main literature that focuses on the theme of hospitality and the interaction between foreign tourists and residents. Through data collected by research conducted by Aires (2009), with residents with at least three years of stay in the premises of the district, namely, the Praia, the Conjunto and the Vila of Ponta Negra, allowed to conclude that, except with Italians, whom the respondents showed aversion, the relationship between residents and foreign tourists occurs smoothly, primarily characterized by attempts to approach the local population with these tourists.

**KEYWORDS:** Tourism. Relationship. Foreign Tourist. Residents. Ponta Negra.

**RESUMEN:** El turismo como una actividad sociocultural tiene su esencia en las interacciones humanas, especialmente en las relaciones entre visitantes y visitados. Es evidente la importancia de la entrada de turistas extranjeros en Natal y su estancia en la ciudad contribuye a la dinámica de la economía, además de promover los intercambios culturales entre los pueblos de diferentes orígenes. El objetivo de este trabajo es analizar cómo es la relación entre estos turistas extranjeros y la población residente en el principal núcleo turístico de Natal, Ponta Negra. Para ello, se centró en tejer los reflejos de luz de la principal literatura que se centra en el tema de la hospitalidad y la interacción entre turistas extranjeros y residentes. A través de datos recogidos por la investigación llevada a cabo por Aires (2009), con los residentes con al menos tres años de estancia en los locales del

distrito, a saber, la playa, la Asamblea y el pueblo de Ponta Negra, permitió concluir que, salvo con los italianos, a quienes los encuestados mostraron aversión, la relación entre residentes y turistas extranjeros se produce sin problemas, principalmente caracterizada por los intentos de acercarse a la población local con los turistas.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo. Relación. Turistas extranjeros. Residentes. Ponta Negra.

## INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o turismo tornou-se para a cidade do Natal um dos principais vetores de crescimento e desenvolvimento socioeconômico, contribuindo significativamente para a geração e aumento da receita anual do estado, além de exercer positivas influências em diversos outros setores. Entre os destinos potiguares, essa cidade é responsável por atrair um maior fluxo turístico para o estado em face de suas condições competitivas, principalmente no que se referem aos equipamentos turísticos, às condições de infraestrutura de apoio à atividade e aos recursos naturais, representados principalmente por famosas praias.

Nesse sentido, o turismo de sol e mar constitui o grande trunfo utilizado na promoção da imagem de Ponta Negra como ponto turístico internacionalmente conhecido, atraindo milhares de turistas provenientes de outros países todos os anos. Essa localidade se mantém, atualmente, como o bairro melhor estruturado de Natal no que tange à qualidade e variedade de opções de meios de hospedagem, desde simples pousadas até luxuosos hotéis e resorts e concentra o maior fluxo de estrangeiros que visitam a cidade<sup>4</sup>. Destaca-se, ainda, a considerável oferta de opções de lazer, especialmente noturnas. No bairro, existem diversos tipos de restaurantes e bares, dentre outros equipamentos turísticos bastante frequentados pela população turística internacional.

Não faz sentido ponderar apenas sobre os impactos econômicos do turismo, tão mostrados pela mídia nos últimos tempos. Assim, o interesse pela temática deste trabalho deve-se à necessidade de se pensar acerca da própria essência dessa atividade: as relações sociais e mais precisamente o contato entre visitantes e visitados. Faz-se mister construir um conhecimento científico capaz de aprofundar a compreensão do sistema social do qual

---

<sup>4</sup> Informações mencionadas pelo Secretário de Turismo de Natal, Francisco Soares de Lima Júnior, em palestra realizada no dia 10 de junho de 2009, no auditório do NEPSA - Núcleo de Estudos e Pesquisas Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN.

o turismo faz parte. Torna-se então um desafio, a proposta principal do artigo: analisar e discutir como se dá a relação/contato entre a população residente no bairro de Ponta Negra (que compreende a Praia, o Conjunto e a Vila de Ponta Negra) e os turistas estrangeiros que visitam a localidade, sob a visão da primeira, diante das dificuldades impostas pelos diferentes idiomas e culturas. Considera-se, ainda, como motivação para a escolha desse tema a escassez de estudos e publicações sobre o assunto.

Na primeira parte do presente estudo, apresenta-se uma abordagem teórica conceitual sobre a importância da hospitalidade no turismo e dos choques culturais decorrentes da interação entre turistas estrangeiros e residentes em áreas de expansão turística. Posteriormente, traçam-se algumas considerações acerca de como ocorrem essas interações na principal localidade turística da cidade do Natal, Ponta Negra, com base num banco de dados que compõe a Monografia de Graduação do Curso de Turismo apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Norte por Aires<sup>5</sup>, autora deste artigo. Esses dados foram coletados junto aos moradores brasileiros residentes no bairro há pelo menos três anos. Para apreciá-los, foi adotada uma metodologia com base na explicação técnica, que possibilitou a concretização de uma análise quali-quantitativa do conjunto de dados obtidos a partir da aplicação dos formulários de entrevistas.

### **Hospitalidade e turismo**

A indústria turística tem nos serviços um de seus principais produtos. Assim sendo, não se pode pensar no turismo sem pensar no contato pessoal e na relação entre os seres humanos. No contexto dessa atividade, a hospitalidade assume-se então como uma forma de relação humana baseada na ação recíproca entre visitantes e visitados e sempre que as pessoas se relacionam, mesmo para a realização de atividades práticas ligadas a receber ou visitar alguém ou um local, o relacionamento vai depender dos valores daqueles que estão interagindo, ou seja, dependerá dos princípios que orientam as condutas dos envolvidos nessa relação.

Praxedes (2004) corrobora essa idéia complementando: uma hospitalidade que faça com que o turista se sinta realmente bem vindo a uma determinada localidade depende da qualidade de vida dos moradores locais, os anfitriões, e esta por sua vez está intrinsecamente relacionada às percepções que essas pessoas têm a respeito dos impactos da atividade.

5 A pesquisa analisou a atitude da população residente em Ponta Negra (Natal-RN) com relação aos turistas, à luz do Modelo Irridex de Doxey.

De acordo com Camargo (2004), a hospitalidade ultrapassa os limites da hospedagem, sendo considerado um fenômeno em toda a sua amplitude social, que envolve também um conjunto de estruturas e atitudes por parte da população local. Ela deve ser entendida principalmente pelo ato de bem acolher.

Os tipos mais conhecidos de hospitalidade são a comercial e a doméstica. A primeira caracteriza-se como uma maneira mais humana de receber o visitante, o desejo de bem receber, sem que por trás sobressaiam interesses econômicos. A segunda é marcada pelo predomínio de um fim econômico: beneficiar-se com o lucro da atividade turística requer muitas vezes do anfitrião boas maneiras e domínio de técnicas para bem atender ao forâneo. Neste caso, conforme assevera Camargo (2004) a hospitalidade perde sua essência, devido à falta de espontaneidade no que tange ao ato de acolhimento do residente.

A hospitalidade no turismo precisa do envolvimento da comunidade receptora, de modo a evitar as “bolhas” e a criação de “não lugares”. As estratégias espaciais, que confinam turistas de um lado e residentes de outro, limitam a hospitalidade turística a um “teatro para o turista ver”. Nesses casos, faz-se indispensável reconhecer que um lugar pode ser bom para o turista, mesmo não sendo bom para o seu morador, até mesmo porque o turista muitas vezes não tem noção de seu confinamento (VIEIRA, 2004).

Para que um lugar seja bom para o turista é preciso que seja bom para a população local. Assim, para que uma comunidade seja hospitaleira com o turista, ela deverá em primeiro lugar ser percebida como hospitaleira pelos que a ela pertencem. Empreendimentos turísticos que excluem as populações locais são elementos hostis que geram relações de conflito, tanto na comunidade quanto em suas relações com os turistas. A hospitalidade se coloca na base da constituição das comunidades e se inicia por compromissos que implicam, primeiramente, aqueles que se encontram diretamente envolvidos, ou seja, seus membros, para que depois possa ser proporcionado aos de fora, a saber, os turistas.

Corroborando e complementando a idéia, Krippendorf (2001) defende que o relacionamento entre os moradores e os turistas varia principalmente de acordo com a forma como os primeiros percebem os últimos, e de antemão esclarece que existem muitas diferenças entre eles. Quando se refere às diferenças econômicas, o autor sobressalta o poder aquisitivo como meio tanto de exclusão quanto de afastamento entre os povos – autóctones e turistas.

Ainda em consonância com o pensamento anterior, pondera Dencker (2004) que haja vista o fato de a hospitalidade ocorrer em meio ao encontro entre seres diferentes, a presença do turista, por sua própria condição de estranho ao lugar, cria, inicialmente, relações de desconfiança, típico do confronto de dois mundos: o dos que chegam e o dos que recebem. O desconforto se acentua quando se deparam situações econômicas díspares, em que os visitantes se originam de regiões desenvolvidas e se encontram com uma população desprovida de infra-estrutura básica, com pouca escolaridade e precárias condições de saúde.

### **Choques culturais decorrentes da interação entre turistas estrangeiros e residentes**

A vida humana depende das interações sociais entre os indivíduos. O turismo também o faz e por se tratar de uma indústria de serviços que depende do contato e dessas interações para acontecer. Segundo Lickorish (2000) até meados da década de 1970, grande parte dos estudos estava concentrada nos benefícios econômicos do turismo e pouca atenção era dada à interação entre turistas e os autóctones.

Não faz sentido estudar o turismo ignorando questões como essa, pois seria o mesmo que desconsiderar os impactos socioculturais que a atividade gera nas comunidades receptoras. O contato entre seres de hábitos, cultura, idiomas, condição social e formas de pensar diferentes inevitavelmente possibilitará que venham à tona choques tanto para visitantes como para visitados. Sobre isso, Ignarra (2003, p.179) comenta:

Às vezes as diferenças na aparência física e no comportamento cultural entre turistas estrangeiros e autóctones são tão grandes que chegam a criar preconceitos e antipatia. O problema é exacerbado porque os turistas são, por definição, estranhos no destino. Seus códigos de vestimenta e seus padrões de comportamento são diferentes dos adotados pelos residentes.

O turismo pode ter impactos positivos e negativos sobre os mesmos elementos sociais e culturais. Em alguns casos, um determinado impacto pode ser avaliado ou interpretado de formas diversas por integrantes de uma mesma comunidade. Isso ocorre porque existem percepções diferentes dos impactos socioculturais. As grandes aglomerações reunidas pelo turismo, por exemplo, podem ser consideradas intoleráveis ou serem vistas como normais por turistas acostumados à multidão em seu dia-a-dia.

Em geral os turistas, sobretudo estrangeiros, têm problemas para se localizar e se orientar na localidade em que visitam, e isso por si só tem implicações para o senso de seguran-

ça e bem-estar emocional desse tipo de visitante. Embora ele seja ocasionalmente tratado como um tipo especial de estranho na localidade turística e possa receber ajuda dos moradores locais, a relação social entre o turista e a população local pode se revelar como uma forma vigorosa de tensão e, conforme afirma Theobald (2002, p.156)

Nesse ponto a questão da língua é de grande importância. Muitos turistas acham que sua incapacidade de se comunicar com a população local gera uma enorme frustração, e as dificuldades relativas à língua podem gerar considerável tensão (...). A solução para muitos turistas é limitar suas viagens a países onde sua língua seja bem entendida ou recorrer a guias para reduzir os efeitos dos choques culturais.

Há também diferenças sutis na comunicação não-verbal entre as culturas. Quando um turista que domina um idioma diferente da língua local visita as localidades, tende a se comunicar por meio de gestos, mímicas, simulações e utilização de símbolos e códigos. Os gestos que a população faz podem confundir os turistas. Theobald (2002, p.156) exemplifica: “para o americano que visita a Sardenha pode ser uma considerável fonte de confusão usar o gesto americano que significa “ok”, interpretado ali como símbolo de homossexualidade”.

Ainda sobre o contato entre forâneos e residentes, OMT assevera:

É comum haver grandes diferenças culturais entre turistas internacionais e habitantes dos destinos, e estes desenvolverem estereótipos negativos acerca dos turistas, a partir de seus contatos diretos. Às vezes os visitantes quebram tabus culturais e apresentam comportamentos considerados ofensivos pelos residentes. Na Tailândia, a prática Ocidental de tomar banho de sol nas praias é considerada pouco inteligente (em função dos riscos à saúde), além de imoral (por causa dos tabus tradicionais sobre exposição do corpo). Esse comportamento pode gerar hostilidade, que se expressa em crimes contra turistas. Os estereótipos negativos podem surgir mesmo quando visitantes e anfitriões compartilham raízes culturais comuns (OMT, 2003, p.161).

Faz-se mister esclarecer nesse estudo, que nem todos os intercâmbios entre turistas e visitantes são negativos. Muitas vezes, habitantes mais jovens de locais turísticos expressam a crença de que o turismo é uma força positiva na criação de uma sociedade menos rígida. Esse afrouxamento nas restrições tradicionais é associado a um fenômeno chamado efeito demonstração, por meio do qual, os habitantes mais jovens que são expostos com muita frequência a turistas estrangeiros tendem a imitar seus hábitos e formas de vestir.

### **Contato entre turistas estrangeiros e residentes: o caso de Ponta Negra – Natal/RN**

Diante da pesquisa realizada por Aires (2009) junto à população residente no bairro de Ponta Negra, pôde-se extrair como ocorre a relação entre a população residente em Ponta Negra<sup>6</sup> e os turistas estrangeiros que visitam aquela localidade.

Perguntou-se aos entrevistados acerca do contato com esses turistas e a imensa maioria de 95% afirmou relacionar-se com esse público, conforme mostra a tabela 1:

**Tabela 1** - Formas de contato entre turistas estrangeiros e residentes em Ponta Negra

<b>Contato</b>	<b>Frequência</b>	<b>% das Respostas</b>	<b>% dos casos*</b>
<b>Conversas, bate papo</b>	<b>51</b>	<b>26,4</b>	<b>73,9</b>
<b>Troca de cumprimentos</b>	<b>42</b>	<b>21,8</b>	<b>60,9</b>
<b>Mímicas, gestos</b>	<b>37</b>	<b>19,2</b>	<b>53,6</b>
<b>Relações de trabalho</b>	<b>33</b>	<b>17,1</b>	<b>47,8</b>
<b>Relações comerciais</b>	<b>30</b>	<b>15,5</b>	<b>43,5</b>
<b>Total</b>	<b>193</b>	<b>100</b>	<b>279,7</b>

Fonte: Dados de Pesquisa (AIRES, 2009).

\* Questão de múltipla escolha, que permitia a marcação de mais de uma resposta.

Sobre esse resultado pode se inferir que nem todo contato de moradores com turistas estrangeiros se restringe a uma saudação de cumprimento. Assim, o relacionamento entre esses dois grupos em Ponta Negra muitas vezes vai além da mera saudação, envolvendo, na maioria dos casos relatados, conversas e bate papos.

Mímicas e gestos foram citados por 53,6%, que provavelmente relaciona-se ao contato de moradores com os turistas portadores de nacionalidade cujo idioma não é dominado pelos respondentes. A interação por meio de relações comerciais, que convencionou-se nessa pesquisa enquadrar todo e qualquer trabalho informal, obtiveram menor índice (43,5% dos entrevistados), enquanto que o contato através do trabalho (formal) teve índice um pouco

<sup>6</sup> Leia-se população entrevistada, que foi composta por 78 (setenta e oito) residentes maiores de 18 anos de idade e com moradia fixa a partir de 03 (três) anos de permanência no bairro de Ponta Negra - Natal/RN, distribuídos em proporções iguais entre as suas dependências, a saber, o Conjunto, a Praia e a Vila de Ponta Negra. Foi selecionada através de uma amostra probabilística aleatória simples, com erro amostral tolerável de 5%. (AIRES, 2009).

maior (47,8%), apesar de 86% dos entrevistados ter afirmado trabalhar direta ou indiretamente com o turismo. Entre estes, 88,2% declararam costumar travar conversas com os seus clientes estrangeiros, o que dá indícios tanto sobre o elevado nível de hospitalidade doméstica da população autóctone, que recebe o visitante com um calor além do esperado em uma superficial relação comercial ou de trabalho.

Essa opinião se intensifica quando se analisa a freqüência dessa relação: 65% dos entrevistados disseram ser muito frequente. O contato através do trabalho (36,8%) e na praia (27,6%) foram os mais citados, ao considerar que 86% dos entrevistados trabalham com o turismo e muitos desses são trabalhadores que vendem produtos ou prestam serviços diretamente aos turistas na praia. Ao se correlacionar os dados das pessoas que têm contato com esses estrangeiros no trabalho e na praia com os que alegam desenvolver conversas e bate papos com os mesmos, os resultados demonstraram que a probabilidade de conversas e bate-papos entre visitantes e visitados é mais provável por meio do trabalho (58,9%) do que na praia (46,6%). Isso não descarta dessa forma, a possibilidade de a hospitalidade predominante na localidade em questão ser a doméstica, caracterizada segundo Camargo (2004), como o ato de bem acolher, não exclusivamente em função dos ganhos econômicos, conforme já comentado em linhas anteriores.

Questionou-se ainda, a respeito da existência de dificuldade(s) de contato com esses turistas. As respostas foram as seguintes: 81% afirmou ter dificuldade e estes respondentes apontaram como principal causa as barreiras de idiomas (97% dos entrevistados). Uma fala que resume o pensamento dessa maioria foi a de um vendedor ambulante, residente na Vila há mais de dez anos: “Por aqui passam todos os dias um monte de turistas estrangeiros, com aquelas falas esquisitas. Tem umas que ainda dá pro cara entender, mas tem outras que só eles mesmos compreendem. Mesmo assim, procuro atender bem a todos, independente da personalidade. Quando a conversa não rola, pelo menos, procuro dar um sorriso e até aperto de mão quando eles vão embora” (AIRES, 2009 – FORMULÁRIO DE ENTREVISTA N° 7).

Uma pequena parcela dos que declararam ter dificuldade de contato não se queixaram por não dominar a língua padrão dos forâneos, mas, pelo comportamento desses indivíduos em não buscarem contato algum com os autóctones. Uma estudante universitária, residente no Conjunto há quatro anos tentou justificar: “Percebo os gringos muito isolados da gente aqui, eles vivem um mundo à parte. Só são felizes quando estão acompanhados com

as pessoas do convívio social deles. Passam por nós e sequer olham, não dão oportunidade nenhuma de aproximação, não sei se por medo, ou por pura falta de interesse mesmo. Daí fica difícil interagir com essas pessoas, não é?” (AIRES, 2009 – FORMULÁRIO DE ENTREVISTA Nº 12).

Ao avançar nos questionamentos, descobriu-se que 88% dos entrevistados, que afirmaram ter algum contato com turistas de origens diferentes da sua, declarou ter ou já ter desenvolvido com eles algum tipo de amizade; 92% afirmaram já ter desenvolvido trocas culturais com estrangeiros. Para efeito da pesquisa, considerou-se como troca cultural um simples gesto de ensinar algo ao turista ou mesmo de aprender algo com ele, por exemplo. Da mesma amostra, 69,5% afirmaram nunca ter se envolvido conflituosamente com esses visitantes estrangeiros. Entre os que de fato o fizeram, a grande maioria destes parece estar relacionada a questões de envolvimento amoroso e sexual, correspondendo ambos os casos a 53,6% e 54,2% respectivamente. Curiosamente, esses percentuais foram representados exclusivamente por pessoas do sexo feminino, que em muitos casos lamentaram-se do fracasso de seus relacionamentos com gringos. Por questões de ética, julgou-se necessário não adentrar na intimidade dessas pessoas no momento da entrevista. Mas uma possível interpretação sobre as lamentações femininas poderia estar relacionada à perda de privilégios e conforto decorrentes do envolvimento dessas mulheres com estrangeiros de alto poder aquisitivo, pelo menos se comparado ao delas. Mesmo assim essas residentes afirmaram também ter mantidos relações amistosas com seus parceiros e/ou companheiros enquanto o relacionamento fluía.

Ao indagar de que forma os visitantes estrangeiros eram percebidos no tocante à educação (significando boas maneiras), constatou-se que quase todos os entrevistados taxaram os turistas italianos de mal-educados. Apenas um morador, de idade avançada, direcionou o mesmo atributo também aos alemães e americanos: “Italianos são ignorantes, acham que pode tudo. Se pudessem pisavam a gente. Alemães e americanos nem se fala, esses é que não têm nada de educados mesmo” (AIRES, 2009 – FORMULÁRIO DE ENTREVISTA Nº 23).

Questionou-se de forma subjetiva e aberta o que mais chamava atenção dos residentes nos turistas estrangeiros, e os atributos: arrogância, prepotência, abuso e antipatia foram por unanimidade, atribuídos a italianos. A partir disso, é possível inferir que especificamente com esse público, os residentes não mantenham relações amistosas, e o contato en-

tre os dois grupos seja superficial quando acontece. Nenhum dos moradores apontou uma justificativa mais clara, ou seja, uma situação vivenciada que pudesse melhor comprovar essas percepções.

Verificou-se no semblante de alguns dos respondentes, sobretudo homens, certo rancor e uma leve expressão de revolta e irritação no tocante a essa resposta: “Italianos só são gentis com mulheres que para eles sejam interessantes, preferem não se misturar com a gente, não soltam sequer um sorriso. São grossos, oportunistas e aproveitadores, se acham superiores a tudo e a todos”, disse um ex-recepcionista de hotel da Praia (AIRES, 2009 – FORMULÁRIO DE ENTREVISTA N° 37).

Outro atributo bastante citado foi a “cultura diferente”, que por assim ser, causa surpresa e impressiona muito os moradores locais, como disse uma professora, residente da Vila há quatro anos: “Às vezes venho passear no calçadão e me surpreendo quando vejo turistas estrangeiros. Tenho bastante curiosidade de conhecer melhor a cultura deles: seus códigos, seus sotaques, a comunicação e o que pensam. Eles são de fato bem diferentes, desde a aparência física ao modo de se vestir” (AIRES, 2009 – FORMULÁRIO DE ENTREVISTA N° 58).

Ainda em relação aos atributos positivos mais citados, em mesma frequência do anterior apareceu a simpatia, considerada fundamental para prática do bom relacionamento, que por unanimidade foi voltada a turistas brasileiros. Nas palavras de um entrevistado que resume o pensamento de todos os indagados: “Não há como negar que os brasileiros são mais agradáveis. Eles têm um carisma incrível.” (AIRES, 2009 – FORMULÁRIO DE ENTREVISTA N° 71).

Esses resultados podem levar a uma importante consideração: que talvez exista um relacionamento mais harmonioso dos residentes com turistas brasileiros do que com estrangeiros. A própria barreira do idioma, que foi apontada (por cerca de 97% dos entrevistados que declararam ter contato com turistas) como uma dificuldade para o contato, contribui para o afastamento e, conseqüentemente, pode ser causa da formação de idéias pré-concebidas (pré-julgamentos) a respeito do outro, do qual muito pouco se conhece.

Ponta Negra não parece se configurar um caso em que os autóctones evitam o contato com os turistas estrangeiros e lhes são indiferentes, muito pelo contrário; a população procura, com frequência, estabelecer conversas, saber um pouco sobre o outro, de origens e culturas diferentes, e os conflitos que possivelmente daí surgem são desdobramentos con-

siderados normais da vida e das interações humanas, até mesmo como conseqüências de envolvimento mais íntimos. Apesar de italianos não serem vistos com “bons olhos” pela população local, esta não parece desprezar os referidos turistas.

### **Considerações finais**

As relações humanas constituem a própria razão de existir da indústria de serviços da qual o turismo faz parte. Neste contexto, o fenômeno da hospitalidade desponta profundamente relacionado à demanda de turistas e, por conseguinte, à dinamicidade nas localidades de expansão turística: não restam dúvidas de que dentre os diversos desejos das pessoas que viajam, está o de ser bem recebido.

Frente a essas considerações, a pesquisa desenvolvida por Aires, em junho de 2009, tendo em vista a aferição de diferentes opiniões, mas classificando-as segundo seu grau de intensidade e de frequência nas respostas dos entrevistados, permitiu a constatação de que em Ponta Negra, principal destino turístico da cidade de Natal, a relação entre visitantes estrangeiros e visitados ocorre de forma harmoniosa.

O contato entre autóctones e turistas oriundos de outros países, muitas vezes vai além da mera saudação, envolvendo, na maioria dos casos, conversas e bate papos, que constituem tentativas de aproximação da população local em relação aos turistas. Essa busca costuma ocorrer de forma espontânea e é mais frequente através do trabalho do que no entorno da praia (representados por 58,9% e 46,6% respectivamente, dos casos relatados). Isso representa que os residentes recebem o visitante com um calor além do esperado em uma relação de trabalho ou comercial, marcada por contatos superficiais.

O relacionamento harmonioso dos residentes, anteriormente mencionado, mostrou-se mais evidente com turistas brasileiros do que com estrangeiros. E nesse caso, a própria barreira do idioma, apontada como uma dificuldade para o contato pode contribuir para o afastamento e, conseqüentemente, pode ser causa de formação de idéias pré-concebidas (pré-julgamentos) a respeito do outro, do qual muito pouco se conhece. Por exemplo, todos os entrevistados criticaram negativamente os turistas italianos, taxando-os de prepotentes, arrogantes, abusados, mal-educados e antipáticos. No entanto, nenhum apontou justificativas convincentes quanto a essas afirmações. Suas percepções não parecem ter sido frutos de conversas, ou de relacionamentos mais íntimos.

Por outro lado, o fato de grande parte dos residentes utilizarem mímicas e gestos ao contatarem com turistas estrangeiros, demonstra resistência aos problemas de comunicação, e dá indícios sobre o elevado nível de hospitalidade doméstica da população autóctone, o que ratifica o supracitado.

Por fim, estima-se que essas constatações sirvam como estímulo e ponto de partida para futuras pesquisas em outras áreas de expansão turística.

## REFERÊNCIAS

AIRES, Jussara Danielle Martins Aires. **Atitudes da população local com relação aos turistas, à luz do modelo *Irridex* de Doxey: uma análise em Ponta Negra – Natal-RN**

Natal (RN), 2009. Monografia do curso de graduação em turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004. (Coleção ABC do Turismo).

DENCKER, Ada de F.M. **Planejamento e gestão do turismo e hospitalidade**. São Paulo: Thomson, 2004.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning Editores, 2003.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. [trad. Contexto Traduções]. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2001. Título original: Die Ferienmenschen.

LICKORISH, Leonard J. **Introdução ao turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S.

Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo Internacional**. [trad. Roberto Cataldo Costa]. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PRAXEDES, W. Reflexões sociológicas sobre a hospitalidade. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, v.2, n. 37, Jun, 2004.

THEOBALD, William F. (org.). **Turismo Global**. 2. ed. [trad. Ana Maria Capovilla; Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado]. São Paulo: SENAC, 2002

VIEIRA, Valter Afonso. **As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing**. Revista FAE, Curitiba. v. 5.n.1, 2002.

Artigo recebido em 04 de agosto de 2010

Aprovado para publicação em 12 de setembro de 2010