



RTEP REVISTA ISSN: 2316-1493
TURISMO
ESTUDOS & PRÁTICAS

**O PROTAGONISMO FEMININO E O TURISMO DE BASE
COMUNITÁRIA: UM ESTUDO DAS EMPREENDEDORAS DE
BETÂNIA E TRAVOSA DO MUNICÍPIO DE SANTO AMARO DO
MARANHÃO¹**

*FEMALE PROTAGONISM AND COMMUNITY-BASED TOURISM: A STUDY OF
ENTREPRENEURS FROM BETÂNIA AND TRAVOSA COMMUNITIES IN SANTO AMARO,
MARANHÃO - BRASIL*

Kiara Cristine Diniz Vieira²
Mônica de Nazaré Ferreira de Araújo³
Rosélis de Jesus Barbosa Câmara⁴
Ruan Tavares Ribeiro⁵

RESUMO: Este artigo discorre sobre a construção da representatividade feminina na perspectiva do Turismo de Base Comunitária, com foco nos equipamentos turísticos do segmento de restaurante e hospedagem nas comunidades de Betânia e Travosa, dentro dos limites do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, no município de Santo Amaro do Maranhão. Foram investigados os perfis de quatro mulheres protagonistas que vêm contribuindo para o desenvolvimento das comunidades, tendo como escopo o turismo e suas repercussões locais. Aponta-se como objetivo principal investigar o protagonismo feminino das empreendedoras, tendo como referência o que é realizado sob a ótica do turismo de base comunitária, em Betânia e Travosa. No mais, são propostos os seguintes objetivos secundários: identificar o perfil das empreendedoras comunitárias e de como iniciaram seus negócios; caracterizar os empreendimentos das mulheres; e verificar a contribuição dos empreendimentos turísticos na localidade. A pesquisa tem caráter descritivo e exploratório, de cunho qualitativo, com dados coletados por meio de entrevistas com roteiros pré-estruturados. Utilizou-se uma base bibliográfica, documental e registros iconográficos. Como resultados principais averiguou-se que a participação das mulheres em seus empreendimentos – desde a sua fase de concepção até a de consolidação – foi determinante para se estabelecerem como referência de gastronomia regional e

¹ Trabalho apresentado no 16º ENTBL e selecionado para o regime de *fast track*.

² Bacharela em Turismo (UFMA). E-mail: kiaraact@gmail.com.

³ Doutora em Desenvolvimento Socioambiental (NAEA/UFPA). Professora Adjunta do Departamento de Turismo e Hotelaria (DETUH/UFMA). E-mail: monica.nazare@ufma.br.

⁴ Doutora em Linguística e Língua Portuguesa (UNESP). Professora Associado II do Departamento de Turismo e Hotelaria (DETUH/UFMA). E-mail: roselis.jbc@ufma.br.

⁵ Doutorando em Hospitalidade (UAM). Professor Substituto do Departamento de Turismo e Hotelaria (DETUH/UFMA). E-mail: ruan.tavares@ufma.br.



hospedagem, em suas comunidades, bem como para a dinamização da cadeia produtiva do turismo local. Viu-se que as empreendedoras também possibilitaram a geração de trabalho e renda, incentivaram outras a abrirem outros empreendimentos, além de terem expandido e melhorado os já existentes. Outro aspecto constatado foi a colaboração, mesmo que esporádica, entre estas e a conexão com outros segmentos, como os barqueiros, transportes e guias/condutores com os quais mantêm uma relação de interdependência. Observou-se, entre essas mulheres, uma forte resiliência para dar continuidade aos seus empreendimentos e, assim, conseguirem resultados tangíveis para a melhoria de suas vidas e, conseqüentemente, para suas comunidades. **Palavras-chave:** protagonismo feminino; turismo de base comunitária; empreendedorismo.

ABSTRACT: This paper discusses the construction of female representation from the perspective of Community-Based Tourism, focusing on restaurant and lodging segments in the communities of Betânia and Travosa, within the limits of Lençóis Maranhenses National Park, in the municipality of Santo Amaro do Maranhão. Therefore, the profiles of four leading women who have been contributing to the development of communities were investigated, focusing on tourism and its local repercussions. The primary aim was to investigate the female role, having as a reference what is carried out from the perspective of community-based tourism, in Betânia and Travosa. The secondary aims were: to identify the profile of community entrepreneurs and how they started their businesses; to characterize women's businesses; to verify the contribution of the tourist trade in the locality. This research has a descriptive, exploratory and qualitative character, whose data were collected through interviews with pre-structured scripts. Besides, a bibliographic and documental and infographic records were used. The main results show that the participation of women in their businesses - from their conception to the consolidation phase - was decisive for them to establish themselves as a reference for regional gastronomy and accommodation in their communities, as well as for the dynamization of the productive chain of local tourism. It was also seen that the female entrepreneurs made it possible to generate work and income, encourage others to open other businesses, and to have expanded and improved the existing ones. Another aspect observed was the collaboration, even if sporadic, between these and the connection with other segments, such as boatmen, transport and guides/conductors with whom they maintain an interdependent relationship. It was observed, among these women, a strong resilience to continue their business and, thus, achieve tangible results for the improvement of their lives and, consequently, for their communities. **Keywords:** female protagonism; community-based tourism; entrepreneurship.

INTRODUÇÃO

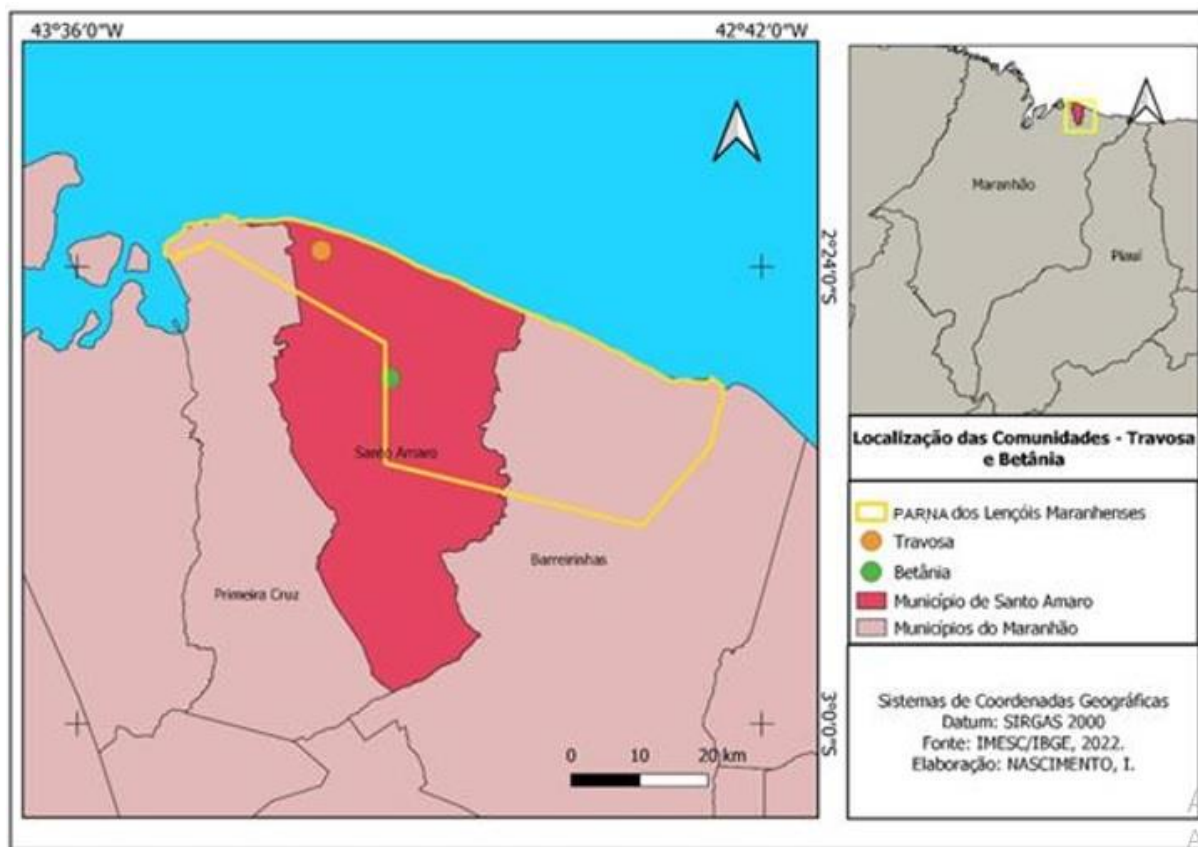
O protagonismo feminino está intrinsecamente ligado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) como parte da agenda 2030 da Organizações das Nações Unidas (ONU) (ONU, 2015). Nesse sentido, apontam que é imprescindível realizar reformas que digam respeito a direitos que se adequem aos recursos econômicos para as mulheres, assim como estas tenham o acesso à propriedade e ao controle bem definido sobre a terra, dentre outros modos de propriedade. Além de serviços financeiros, herança e recursos naturais, acordos com as leis nacionais.

Com esta orientação, as iniciativas e os espaços em que for possível viabilizar o empoderamento feminino, bem como a equidade entre gênero e estabilidade financeira, devem ser impulsionados, pois o empreendedorismo encontra-se como oportunidade para novos negócios que tenham como fulcro as mulheres.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) e a ONU Mujeres (2010) afirmam que o setor turístico é um dos maiores geradores de emprego e renda do mundo que propicia às mulheres oportunidades em dobro de se constituírem como empreendedoras, além de oportunizarem tomadas de decisão. Isto posto, apesar de as mulheres ocuparem diversos espaços no que tange à cadeia produtiva, a maioria destes continua de baixa remuneração, apenas exigindo qualificação inferior. Hoje, as mulheres

representam 54% da força produtiva no setor turístico, em termos globais, segundo a OMT e a ONU Mujeres (2010), dos trabalhadores do Turismo.

Para além do que foi posto acima, há que se considerar que o interesse pelo tema deu-se a partir da primeira aproximação de um dos autores com as comunidades de Betânia e Travosa (Mapa 1) no município de Santo Amaro do Maranhão. Isso ocorreu por ocasião de uma viagem técnica de extensão da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), realizada em fevereiro de 2018, quando um grupo de docentes e discentes de um projeto⁶ iniciaram os trabalhos nessas localidades. Tal imersão levou à percepção sobre o fato de mulheres serem as proprietárias e gestoras dos empreendimentos turísticos naquelas comunidades.



Mapa 1: Localização das comunidades de Betânia e Travosa.

Fonte: Diniz e Nascimento, 2022.

No âmbito do Maranhão, têm-se experiências de TBC protagonizadas por mulheres. Souza *et al.* (2021) pesquisaram no município de Alcântara a organização dos empreendimentos com produção local e o modo como estes arranjos contribuem para o desenvolvimento das comunidades quilombolas de Itamatatiua, Mamuna e Cajueiro. Dentre esses arranjos produtivos locais, destaca-se a Associação de Mulheres de Itamatatiua, organizada desde 1989 no antigo Clube das Mães. Segundo ARTESOL (2021), por via da produção de cerâmicas, este grupo de artesãs se fortaleceu.

Isto posto, verificou-se que, apesar de o setor turístico ser forte e interconectado, sofreu abalo com a pandemia da Covid-19, reduzindo suas atividades em torno de 80%

⁶ Apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão.



em 2020 (Martins, 2021). Tal evento remete a pensar ainda mais em TBC como um modelo estratégico de conservação da biodiversidade, um auxiliar da economia circular e um condutor para estruturar e viabilizar a gestão de turismo em comunidades isoladas.

Nestes termos, tem-se como objetivo principal deste artigo investigar o protagonismo feminino das empreendedoras, considerando o que é realizado na perspectiva do turismo de base comunitária no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses (PNLM), mais precisamente em Betânia e Travosa, no município de Santo Amaro do Maranhão. Além disso, propõem-se os seguintes objetivos específicos: identificar o perfil das empreendedoras comunitárias e como iniciaram seus negócios; caracterizar os empreendimentos das mulheres; e verificar a contribuição dos empreendimentos turísticos na localidade.

Enfatiza-se que Santo Amaro é um município com um dos IDH mais baixos do Maranhão, 0,518 (IBGE, 2010). As comunidades do PNLM têm restrições maiores, quando se observa a legislação de Unidade de Conservação (UC) de Proteção Integral, que limita aspectos estruturais tão necessários para facilitar a vida dos comunitários.

Diante do exposto, e apesar da pouca produção de trabalhos acadêmicos que se debruçam sobre o protagonismo feminino e o TBC, é salutar investigar os vários prismas que existem no universo de comunidades localizadas no Maranhão, dentro de uma UC.

REVISÃO DE LITERATURA

O protagonismo da mulher empreendedora no turismo rural na Costa Rica, segundo Cruz, Devesa e Quiñones (2020) encontra similaridades entre as empreendedoras turísticas rurais daquele país com as demais empreendedoras da América Latina e do mundo⁷. Conforme esses autores, não há um fator determinante para as mulheres na escolha pelo empreendedorismo. No entanto, vê-se variáveis, como os aspectos socioeconômicos do ambiente onde possivelmente será desenvolvida a atividade, o apoio familiar e a condição em que essas mulheres vivem, pois influenciam desde a concepção do negócio, perpassando pela atitude inicial até sua abertura. E mais: os autores ainda relatam que nos países emergentes grande parte das mulheres que se tornam empreendedoras provém de realidades menos favorecidas. Nessa direção, ainda fazem um adendo ao fato de não serem alfabetizadas, o consideram um fator que as estimula na geração de emprego e renda.

Pressupondo-se um contexto mercadológico, a OMT e ONU Mujeres (2010) revelam que o turismo e a hotelaria são atividades econômicas que geram o empoderamento feminino, ao permitirem que as mulheres se beneficiem no aproveitamento de suas competências e aptidões. Além do fato de possibilitar uma conduta mais autônoma e segura, pois tornam-se independentes, tanto economicamente quanto na participação social e no status que adquirem em grupos comunitários.

De modo geral, Irving (2009) destaca que no TBC busca-se por um planejamento participativo, onde os comunitários são protagonistas e sujeitos do processo e não objetos. Portanto, participam e se envolvem ativamente nas atividades. Ainda nesta direção, aponta como questão prioritária no TBC a preservação da dignidade humana e do trabalho e a conservação do meio ambiente. Como é reiterado a seguir:

⁷ Para melhor aprofundamento ver: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20162017-womens-entrepreneurship-report>.



[...] se referem ao turismo comunitário como “turismo sustentável”, onde para ela, o desenvolvimento desta atividade exige a incorporação de princípios e valores éticos, uma nova forma de pensar a democratização de oportunidades e benefícios, e um novo modelo de implementação de projetos, centrado em parceria, corresponsabilidade e participação (Irving & Azevedo, 2002 apud Sampaio, Alves & Falk, 2008, p. 254).

A ter em vista os fatores de corresponsabilidade e participação citados acima, compreende-se que os resultados advindos das atividades do turismo de base, sejam positivos ou negativos, devam pertencer à coletividade.

De modo correspondente, Cruz, Devesa e Quiñones (2020) concluem que: i) no turismo há vantagens e oportunidades para mulheres com relação à implementação de novos empreendimentos nos locais onde residem, com possibilidade de trabalho em turnos favoráveis, e promoverem o desenvolvimento de suas comunidades com outras infraestruturas; ii) de acordo com uma pesquisa em Hauatulco (México), Brasil e Equador, descreve-se estas trabalhadoras com o seguinte perfil: entre 34 e 49 anos, casadas, com filhos, ensino superior e atuam em agências de viagem ou no setor da hotelaria; iii) além de possuírem pequenos empreendimentos, empregam entre 1 e 13 funcionários, aplicando recursos próprios; e iv) consideram inerente à estrutura do turismo rural o modo de organização dessas mulheres em associações, cooperativas e sindicatos, o que favorece o posicionamento no mercado, o acesso à capacitação, intercâmbios de conhecimento e comunicação, o que pode propiciar a aproximação com organizações não governamentais (ONG).

Em um estudo de caso no Parque Nacional do Superagui, na Ilha das Peças, no Paraná, Betti e Dernandin (2019) investigaram um restaurante de uma associação sem fins lucrativos, constituída por 12 mulheres, cujos serviços oferecidos são refeições do tipo café da manhã, almoço e jantar, para até 60 pessoas. Além disso, possuem uma mercearia que vende bolos, pães, salgados, legumes, frutas e carnes. Os autores estudaram modos de organização comunitária de TBC como modelo alternativo de gestão turística em UC, e encontram cinco eixos na pesquisa:

- i) Base endógena da iniciativa;
- ii) Participação e protagonismo social no planejamento, implementação e avaliação de projetos;
- iii) Geração de benefícios diretos à população local;
- iv) Escala limitada e impactos sociais e ambientais controlados; e
- v) Afirmação cultural e interculturalidade a partir do encontro.

Desse modo, os resultados indicam que iniciativas implementadas, de cunho comunitário, são consideradas viáveis para o turismo em Unidade de Conservação (UC) e em seu entorno. E mais, que o protagonismo feminino pode alavancar o desenvolvimento local, reduzindo as desigualdades entre gêneros.

Semelhantes e complementares resultados foram encontrados nos estudos de Bastos e Barbosa (2020), ao pesquisarem o grupo de mulheres Erva Vida, de Marapanim no Pará, que abrange parte da Reserva Extrativista (RESEX) Marinha Mestre Lucindo. Os autores reforçam a importância de organizações sociais e do TBC para o desenvolvimento das comunidades. E citam o fato de que estas mulheres detêm saberes e fazeres, para a utilização de ervas medicinais na produção de remédios caseiros e outras variações. E mais, que por sua originalidade conseguem o que valoriza sua herança



cultural. Neste caso, o TBC oferta este produto, e contribui diretamente, para alcançar o reconhecimento local e regional, gerando trabalho e renda para suas famílias.

Os autores supramencionados imediatamente acima ainda destacam o protagonismo feminino em populações amazônicas, apontando seu leque de simbolismos e especificidades regionais. Relatam outrossim, a relevância das parcerias quanto à cooperação técnica com instituições de ensino e pesquisa para munir de capacidade gerencial, tecno-científica e socioambiental, atrelando-as à “[...] atividades de educação ambiental, projetos culturais, ambientais e turísticos e promoção de eventos municipais e regionais relacionados à sua área de atuação” (Bastos & Barbosa, 2020, p. 13-14).

A pensar essas perspectivas, é mister refletir sobre os desafios das instituições educativas mirando a incorporação do corpo docente, discente e de gestores públicos para seu envolvimento no importante processo de gestão turística com bases comunitárias.

Por outro lado, Gomes *et al.* (2013) ao analisarem o Movimento de Mulheres das Ilhas de Belém (MMIB) para o fomento do turismo comunitário, assim como sua repercussão no desenvolvimento regional sustentável, alinham o ecoturismo como possível opção socioeconômica e ambiental destinada as comunidades da Ilha de Cotijuba no Pará. Concluem que a atividade ecoturística se apresenta como própria e pertinente para a entidade investigada, em função de seus aspectos socioambientais. E, sem dúvida, promove “[...] o bem-estar local e a utilização dos recursos naturais existentes através da organização comunitária e do planejamento participativo.” (Gomes *et al.*, 2013, p. 554, grifo nosso). Em 2019, o MMIB implementou a Rede Açaí, agregando 24 empreendimentos para desenvolver o TBC na Ilha, o que significa que houve avanços na organização desta atividade.

Ainda sobre o MMIB, Cabral, Lima e Gomes (2017) reforçam que este constitui-se uma via fundamental de inclusão de gênero, e que o TBC configurado, apesar de que em passos iniciais, oferece um diferencial bem significativo, ou seja, sua própria história e construção do movimento como atrativo primordial. Este dispõe de *tours* à Cotijuba, o que envolve a apresentação das comunitárias e a trajetória da entidade, seus bens culturais, naturais e patrimoniais. Essa abordagem receptiva não ocorre como no modo convencional – sazonal e de maneira desordenada. Muito pelo contrário, o que existe é uma prática mais conectada com a natureza e sua necessidade de conservação. Ademais, possibilita a comercialização de seus produtos de origem agrícola e/ou artesanais, perfazendo um produto turístico conceituado nesta Ilha.

Araújo *et al.* (2021) verificaram que é fundamental o fortalecimento do protagonismo local no PNLM, e em seu entorno, tanto das comunidades que já detinham seus empreendimentos quanto daquelas que têm interesse a conseguir seu próprio negócio. Isso pode fazer surgir um turismo com maior inclusão, associado a produção local de subsistência existente no território, a exemplo da agricultura familiar e da criação de animais.

Ressalta-se, entretanto, que segundo o SNUC (BRASIL, 2000), nas UC inseridas na categoria de PARNA, descarta-se a possibilidade de domicílios nos seus limites, o que gera uma certa habilidade ao lidar com comunidades que já existiam antes de se tornarem UC. De acordo com Castro (2020), o PNLM possui cerca de 17 comunidades habitando no território.

Assim, no contexto do PNLM, onde se realizou a pesquisa, é preciso compreender que este é regido por legislações que coíbem atividades predatórias. Neste sentido, o TBC



surge como valorização, contemplação da natureza e da cultura local, reduzindo impactos nocivos ao meio ambiente e às tradições.

METODOLOGIA

Esta pesquisa tem caráter descritivo-exploratório (Gil, 2002) o que levou a uma aproximação com o seu objeto, bem como à descrição do grupo de mulheres para a compreensão das relações e impactos dos seus empreendimentos em suas respectivas comunidades.

Além disso, fez-se pesquisa bibliográfica e documental, segundo Gil (2002) e Dencker (2002). Conexo, a essas técnicas executou-se um trabalho de campo (Malinowski, 1978; Oliveira, 1996), e definiu-se pela abordagem qualitativa (Gil, 2002) complementando-a com registros fotográficos (Simonian, 2007).

Quanto ao instrumento de coleta de dados, utilizou-se a entrevista Dencker (2002), cujas respostas foram anotadas e/ou gravadas pela pesquisadora. Todas as entrevistadas estiveram cientes dos objetivos da pesquisa e não se opuseram a respondê-la nem à reprodução dessas informações. Assim, foram inquiridas quatro empreendedoras-comunitárias, sendo três em Betânia, correspondendo a 100% do universo total, embora exista mais um empreendimento que é administrado por um casal, portanto fora do foco da pesquisa – e uma em Travosa, que representa 100% deste universo, pois a comunitária administra os dois empreendimentos, embora apenas um seja de sua propriedade.

À vista disso, as interlocuções duraram em média 40 minutos, a considerar que se teve a oportunidade de ir-se ao campo por quatro vezes no decorrer de 2018, uma em 2020 e outra em 2021. E mesmo durante o período pandêmico (2020-2021), esteve-se nas comunidades para levantar informações complementares, bem como novos elementos para a conclusão desta investigação, destacando-se a observação participante.

Então, de roteirização semiestruturada, as entrevistadas responderam questões sobre a história do empreendedorismo feminino e sua relação com o turismo local. E mais, acerca da estrutura do seu empreendimento, dos serviços e atividades. E também, sobre a conciliação do papel simultâneo da vida doméstica e profissional e o que cada empreendimento contribui para a preservação do meio ambiente.

Nessa pesquisa, optou-se pelo estudo de casos múltiplos (Yin, 2005), que é o mais adequado. E na sequência do estudo, fez-se a interpretação das evidências em seu conjunto, ressaltando a interdependência dos dados, estabelecendo uma conexão entre eles e o conhecimento existente.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico, apresentam-se os resultados e discussões dos procedimentos metodológicos descritos anteriormente. Entretanto, ressalta-se que por meio das percepções de campo, compreende-se que as demandas que chegam para as comunidades são atraídas pelos serviços dos empreendimentos e parceiros, logo, aponta-se neste estudo que o motor do turismo local pauta-se nas iniciativas empreendedoras destas mulheres que, além do fator econômico, buscam integrar seus negócios a ações de conservação minimamente adequadas dentro do PNLM.

Vale pontuar que existe o projeto de extensão da UFMA (Araújo *et al.*, 2021), desde 2018, que capacita os colaboradores dos empreendimentos turísticos de Betânia e



Travosa, em oficinas, palestras, seminários e rodas de conversas, situando o associativismo e o cooperativismo, a modelagem de produtos para o TBC, a precificação de produtos, as experiências turísticas de outras comunidades e o aprimoramento de *tours* locais. Além disso, há entrega de um Kit TBC – livro de registro de visitantes, livro-caixa e devolutiva com orientações (Araújo *et al.*, 2021). Em 2021, foram incorporadas atividades de educação ambiental em parceria com o projeto VivaMar, da referida IES, incluindo as escolas locais.

EMPREENDIMENTOS DE BETÂNIA

Chega-se em Betânia de barco, trekking ou de carro traçado. A atividade central desta comunidade de 96 pessoas está na sua gastronomia e destaca-se pelo protagonismo de três figuras femininas, as proprietárias⁸ dos restaurantes locais. Estas empreendedoras gerenciam, recepcionam e cozinham. Além de empregarem seus familiares e membros de outras famílias, estão sempre buscando inovação.

A prestação de serviço na comunidade e a gestão dos empreendimentos possuem um padrão. Betânia é especialista na culinária local, tendo destaque a galinha caipira (*Gallus gallus domesticus*), o cabrito (*Capra aegagrus hircus*) e a anchova (*Engraulidae*). Ainda servem sucos regionais e, como sobremesa, a cocada assada no forno.

A seguir, apresenta-se as proprietárias e seus respectivos restaurantes, bem como suas histórias de vida e desafios semelhantes, como mães de família, donas de casa e chefes do lar.

DONA CHAGAS E O RESTAURANTE CANTINHO DA FELICIDADE

A Sr.^a Maria das Chagas Rodrigues dos Santos, 66 anos, mãe de 11 filhos, começou a trabalhar com turismo em 2004. Relata que construiu uma pequena barraca de palha, com os recursos financeiros que possuía, para atender poucos visitantes, o que complementava sua renda familiar “[...] a gente já atendia aqui, numa barraquinha, com vergonha, mas atendia” (informação verbal). Menciona, ainda, que sempre contou com o apoio dos filhos e filhas para manter o funcionamento do estabelecimento e, posteriormente, para expandi-lo. Indagada sobre a atual estrutura, Dona Chagas (2018) declara que foi resultado do atendimento a turistas, contribuindo para o desenvolvimento do turismo em Santo Amaro.

Vê-se, portanto, que a ideia empreendedora partiu de uma mulher, mas que teve o auxílio dos seus familiares, reforça que o turismo foi importante para Betânia e que “a gente não tinha as louças adequadas. [...] eu era pobre, mas aí começaram a vim e eu fui reservando [...] e montei esse restaurante que não é chique, mas já me traz muita coisa” (Informação verbal, Dona Chagas, 2018).

Atualmente, o restaurante (Fotografia 1) é bem estruturado, com capacidade para 70 pessoas, com banheiros, sorveteria, massagem e redários. Além disso, oferece uma hospedagem de “rede e café”, que é o pernoite em uma rede, incluindo o café da manhã.

⁸ A comunidade ainda conta com o Rancho do Carimbó, comandado pelo seu Raimundo e pela Dona Conceição.



Fotografia 1: Dona Chagas (de vestido florido), colaboradores e parceiros.
Fonte: Diniz, 2021.

Neste empreendimento, trabalham entre 8 e 12 pessoas, dependendo da sazonalidade. Durante a alta temporada – julho a setembro –, o restaurante atende diariamente até 70 pessoas, quando contrata mais diaristas, sobretudo para a cozinha.

Outrossim, Dona Chagas reconhece a importância da concorrência e que a eficiência na entrega da refeição à mesa é um diferencial para o restaurante na avaliação dos guias de turismo. E mais, acrescenta que é fundamental que outros equipamentos sejam impulsionados, pois além de diversificarem a oferta e dividirem a demanda, a renda é distribuída e faz com que o dinheiro circule e permaneça na comunidade.

Hoje, além dos guias de turismo serem o principal meio de promoção do estabelecimento, possuem uma conta no Instagram, que indica o número para o Whatsapp e reservas. A entrevistada menciona a importância das agências de viagem que promovem os roteiros.

A interlocutora ressalta que uma das dificuldades de divulgação e finalização de reservas em 2018 era a falta de acesso à internet de qualidade, o que impedia a utilização de redes sociais e sites. Entretanto, apesar da regularidade no serviço de internet, atualmente ainda existem alguns entraves de conexão.

Dona Chagas enfatiza a importância de parcerias do fomento da modalidade rede e café, bem como na gestão de seu empreendimento. Porém, pontua que, devido a problemas passados com algumas instituições, não há um sentimento de confiança em novas parcerias. Por exemplo, pesquisas que não trazem retorno para a comunidade e trabalhos que não têm continuidade.

DONA LINDALVA E O RESTAURANTE NOVO HORIZONTE

Ao relatar como estabeleceu o restaurante Novo Horizonte, a Sr.^a Lindalva Rodrigues dos Santos, (Fotografia 2), 46 anos, mãe de 5 filhos, afirma que começou com o turismo em 2017. É o equipamento mais novo dentre os três. Além do serviço de alimentação, recebe algumas reservas para hospedagem, no formato de “rede e café”. Em

2018, não possuía um espaço para hospedagem tipo redário (Fotografia 3). Hoje, o empreendimento dispõe de redários, inclusive aquáticos, área de lazer sinalizada, bar e trilhas. Relata: “Comecei sem nada, aí fiz esse barraco, já fiz o outro lado, vocês sabem que tudo é caro” (Dona Lindalva, 2018). Foi assim que sua história iniciou.



Fotografia 2: Dona Lindalva (de vestido), família e parceiros.
Fonte: Diniz, 2021.

A informante era sobrinha e ajudante de cozinha no restaurante da Dona Chagas, assim como seu esposo que atendia clientes. Foi incentivada pela tia a abrir seu negócio. Dona Lindalva (2018) relata que: “[...] aqui o ambiente é novo, trabalhava lá, aí eu resolvi fazer aqui. Já estou ajudando as outras coleguinhas que não têm serviço para me ajudar e até agora tá dando tudo certo.” (Informação verbal).

A entrevistada menciona que durante a semana, no restaurante, conta com o apoio de sua irmã e seus filhos e aos fins de semana contrata outros cinco comunitários para ajudá-la. As reservas são por telefone, e desde o início teve receptividade pelos guias locais.

Muitas vezes, relata que atendeu acima da sua capacidade, entretanto hoje atende até 70 pessoas, pois o bom atendimento e vontade de servir bem lhe são pertinentes. Dona Lindalva (2018) diz que: “É uma preocupação mais do que a família da gente, eu deito a noite, eu fico pensando: Meu Deus, onde que eu vou achar um cabrito, um galinha, o peixe?” (Informação verbal).

Percebe-se, portanto, o cuidado que a proprietária tem com a qualidade dos serviços, prezando por boas experiências gastronômicas, o que resulta na satisfação do cliente e contribui para o desenvolvimento do turismo local com base comunitária.

O Novo Horizonte utiliza os mesmos mecanismos de captação de clientes que o Cantinho da Felicidade, que é o apoio dos guias na divulgação do estabelecimento e do Instagram. Entretanto, os guias fidelizados fazem as reservas para o almoço e estadias

para a rede e café. Utiliza-se, também, os serviços dos barqueiros na travessia de seus clientes. Menciona, ainda, que, em alguns casos, quando o grupo de turistas é grande, não paga pelo serviço de embarcação, inclusive o restaurante já possui seus barcos.

Declara que são necessários cursos na área de gastronomia e atendimento, pois contribuirão na sua formação e de seus colaboradores. Ilustra, ainda, que:

[...] morava em Santo Amaro, em casa de família trabalhando [...], e meu marido vivia aqui só mais meus filhos, já nem via mais a mulher dele, só trabalhando. E agora fico aqui, e aproximou minha família. Agora ajudo outras famílias carentes [...] (Informação verbal).

Assim, afirma ser importante que os empreendimentos se fortaleçam diante das dificuldades e que todos participem, pois o turismo beneficia toda a comunidade por meio da geração de trabalho, o que é uma preocupação destes, porque além de promoverem estabilidade financeira para as mulheres da localidade, contribuem para a renda de outras famílias.

DONA TEREZINHA, RANCHO DA TEREZINHA

Reconhecida pelo seu pioneirismo no empreendimento feminino, a Sr.^a Terezinha de Jesus Silva Santos (Fotografia 3), 61 anos, mãe de oito filhos, professora da rede municipal de Betânia e proprietária do Rancho da Terezinha, foi a primeira comunitária, dentre as três empreendedoras, a começar a receber visitantes com seus próprios recursos.



Fotografia 3: Dona Terezinha, de saia, e equipe do projeto de TBC.

Fonte: Arquivos do projeto de TBC em Santo Amaro, 2018.



No ano de 2018, Dona Terezinha (2018) possuía uma estrutura rústica, com cobertura de palha, e no fundo da propriedade um belíssimo cenário onde passava o rio. Comenta que: “[...] às vezes, os visitantes chegavam e diziam que queriam uma galinha, as pessoas aqui ficavam com medo de atender, não ter estrutura, aí quando chegavam eu dizia que servia do meu jeito e eles falavam, é do seu jeito mesmo que a gente quer” (Informação verbal).

Apesar de receber turistas com frequência, a especialidade do Rancho da Terezinha era voltada a ofertar experiências comunitárias para grupos. Dentre estes, destacam-se os visitantes levados pela agência paulista Matueté, produtora de viagens personalizadas.

No ano de 2020, além da pandemia, as comunitárias enfrentaram inundações por conta da cheia do rio Alegre, que cerca grande parte da comunidade. Neste ano, Dona Terezinha perdeu toda a sua casa e a estrutura do empreendimento. No período em que se deu esta entrevista (2021), dedicava-se a construir e estabelecer um novo espaço com características rústicas em outra localização, porém menor do que o anterior.

Atualmente, retomou os atendimentos a pequenos grupos e os direciona para o serviço de restaurante, além de contar com acesso à internet, que viabiliza a divulgação de seu novo estabelecimento por meio de um perfil no Instagram.

Para a proprietária, tornou-se difícil manter uma dedicação total ao estabelecimento, pois os filhos moravam longe e contava com apenas duas ajudantes. Explica, também, que a rotina de professora demanda boa parte de sua atenção, inclusive na alta temporada. Entretanto, buscava conciliar as dificuldades de empreender sem energia estável, além de se dedicar a cuidar de pequenas plantações que faziam parte das experiências deixadas pelos visitantes.

O turismo tem grande importância para Dona Terezinha (2018) e Betânia, pois menciona que é “Um fundo de renda importante tanto para nós que trabalhamos, como para as outras pessoas, porque eu compro as coisas de outras pessoas para revender, por exemplos, sobremesas, doces. Pego de um e de outro, já é uma renda a mais.” (Informação verbal).

Especificamente, uma característica de seu empreendimento é esta relação de cooperação mútua com os parceiros dentro da comunidade, que faz questão de enfatizar a importância do outro na dinâmica do negócio. Percebe-se, em sua fala, a necessidade de uma rede de apoio para manter a estabilidade do empreendimento, dada a necessidade de conciliar com outras demandas. Em suma, são esses os principais dados obtidos no decorrer da pesquisa em Betânia.

EMPREENDEMENTOS DE TRAVOSA

Diferente de Betânia, Travosa é uma comunidade de pescadores, muito conhecida pela prática de surf, e encontra-se situada em um areal. Chega-se à localidade de 469 pessoas – maior de Santo Amaro – por trekking ou carro tracionado.

A atividade turística em Travosa se dá pela oferta da gastronomia regional e dispõe de forte culinária com pratos à base de sarnambi (*Donax hanleyanus*). O marisco está presente na alimentação quase que diária dos comunitários e apresenta-se em diversos pratos: arroz com sarnambi, torta de sarnambi, spaguetti ao vôngole, sarnambi no leite de coco, pastel com sarnambi, dentre outros. Ainda oferecem variações de cocada, além de drinques de tiquira.

Neste contexto, as marisqueiras são importantes para a economia local, mesmo que seja ainda muito incipiente. Atualmente, estão organizadas em uma associação e

algumas são sócias da Colônia Z-11, de Primeira Cruz, e já possuem estratégias conjuntas para venda e escoamento do produto.

Travosa possui uma lanchonete, um serviço delivery de lanches, um frutaria, três mercearias, duas lojas de confecções e uma área esportiva, além de uma igreja católica e duas evangélicas. Apesar de pertencer a Santo Amaro, as questões que urgem serem resolvidas são feitas em Humberto de Campos, por conta da proximidade e facilidade de acesso.

A comunidade tem um fluxo turístico menor que Betânia e possui dois meios de hospedagem do tipo familiar, com serviço de “cama/rede e café” e regime completo de alimentação. Além disso, possui um ponto de alimentação rústico com grande área de lazer e redários, chamado Toca da Guaaja, que atende sob reservas. Estes recebem visitantes, esporadicamente, que constituem um público específico e reduzido, razão pela qual não são apresentados neste estudo, embora haja demanda em potencial de comunitários interessados, segundo Araújo *et al.* (2021), em abrir seu próprio negócio de turismo.

A seguir, apresentam-se os resultados sobre um quarto empreendimento que recebe visitantes com mais frequência, protagonizado por uma comunitária.

ALINE GALVÃO - HOSPEDAGEM FAMILIAR E TOCA DA GUAJAA

Ao falar sobre o seu protagonismo no turismo, a entrevistada Aline dos Santos Galvão (Fotografia 4), 27 anos, mãe de dois filhos, relata que divide sua rotina entre gerenciar o seu empreendimento domiciliar e a gestão do Toca da Guaaja (Fotografia 5), onde atende desde grupos do Maranhão até grupos nacionais e internacionais. Além disso, também é *chef* de cozinha, vencedora do concurso Encontro de Chefs do Maranhão, o ENCHEFS em 2018, e é referência na recepção de turistas e no preparo de mariscos.



Fotografia 4 – Aline (segunda) e as marisqueiras da Travosa

Fonte: Mônica Araújo, 2021.



Aline (2018) revela que começou a atender demandas de caixeiros viajantes – e continua recebendo este segmento – em decorrência da ausência de pousadas e restaurantes. Deste modo, disponibilizou sua residência para oferecer tais serviços: “Eu comecei a receber vendedores que alguém me indicava, daí começou a vim esses turistas, que eu nem sabia que era turista, quando eu me espantava já estavam aqui. (Informação verbal)”. Logo se tornou conhecida e sempre é indicada aos guias e grupos, incluindo pessoas que fazem trekking pelo PNLM.

Desde então, os próprios guias e motoristas a orientavam quanto à preparação dos pratos e atendimento ao público. Recorda Aline (2018) que aprendeu muito com as trocas de experiências com os visitantes, visto que, “[...] quando começou a vim turista, eu não tinha nem noção de valores, a gente criou uma amizade e eles foram me dando uns toques.” (Informação verbal). Então, verifica-se que houve uma interferência benfazeja de atores externos à comunidade.

Portanto, foi neste contexto que Aline conheceu a Sr.^a Margot Stinglwagner, carioca, proprietária da fábrica do destilado tiquira Guaaja – produzido a partir da mandioca (*Manihot esculenta*) – em Sangue, Santo Amaro do Maranhão, e da Toca da Guaaja, um ponto de alimentação, em Travosa. Assim, estabeleceu-se uma parceria entre as duas. Em 2017, Aline ficou responsável pela gestão do empreendimento e por sua cozinha, que tem capacidade para até 40 pessoas.

Paralelamente ao trabalho na Toca da Guaaja, Aline fez alguns cursos de gastronomia para melhorar seus serviços, inclusive o da própria casa, onde oferece o serviço de restaurante e hospedagem na modalidade rede e café e refeições, auxiliada pelo marido, sobrinho e irmã. A sua estrutura dispõe de dois quartos exclusivos para hóspedes, dois banheiros coletivos e varanda, que pode atender até 15 pessoas acomodadas em redes (Fotografia 5). E quando há necessidade, Aline aciona sua rede de fornecedores e prestadores de serviços locais – motorista, transporte local (triciclo), diaristas e mercadores, movimentando, assim, a economia do lugar.

Com o incentivo da Sr.^a Margot, em 2020, organizou-se a Associação de Marisqueiras do Povoado Travosa (AMPT), com o objetivo de melhorar as condições de trabalho desta categoria. A referida entidade possui aproximadamente vinte associadas, que comercializavam de modo individual, mesmo que saíssem em grupos para fazer a tiragem do *donax hanleyanus*.

Segundo Aline (2020), que também é a Presidente da AMPT, a maioria das mulheres é marisqueira e agora dispõe de um lugar para guardar seus produtos. Entretanto, essa casa ainda não está em funcionamento, porque estão no aguardo de energia elétrica.

A entrevistada faz um adendo ao fato de que as comunitárias tiram o marisco para consumo próprio, e são poucas as que comercializam para fora da comunidade. Afirma, ainda, que a AMPT valoriza o trabalho delas. No entanto, os atravessadores saem ganhando mais.

Tendo em vista a essencialidade da tiragem do sarnambi para a subsistência e preservação da gastronomia tradicional no local, ressalta-se a importância desta organização que anseia por condições de vida melhores sustentada por um trabalho coletivo. Nota-se, também, que a presença de Aline à frente da AMPT favorece a aproximação destas mulheres com a atividade turística, a pensar no escoamento da produção de modo mais integrado.

Ademais, a entrevistada aponta uma resistência das marisqueiras em abrir seus empreendimentos, alegando que, às vezes, não conseguem atender a demanda sozinhas. Relata, ainda, que a catação de mariscos desperta a curiosidade dos turistas que, por



vezes, querem conhecer e vivenciar tal atividade. Mas já está se formatando um roteiro turístico em parceria com o projeto da UFMA.

DISCUSSÃO

A transversalidade do turismo é perceptível no modo que essas duas comunidades se movimentam em torno dos empreendimentos turísticos e de suas respectivas gestoras, com a ascensão da demanda e, portanto, no desenvolvimento local.

Segundo Gomes *et al.* (2014), considerando as necessidades básicas de funcionamento dos estabelecimentos, constata-se que dinamizam a economia, o que é resultado do acesso à renda relacionado à ocupação de espaços, não somente na esfera doméstica, mas na econômica.

A partir de 2018, observou-se, nas visitas de campo e pelas entrevistas, disparidades no desenvolvimento turístico entre as duas comunidades, mesmo no período pandêmico, que teve início em 2020. Isso se dá pelo alto número de visitantes que os restaurantes de Betânia atendem, o que não ocorre em Travosa, que está em uma etapa inicial, apesar dos esforços de Aline Galvão.

Com relação à infraestrutura de apoio ao turismo, as duas comunidades apresentaram modelos de equipamentos diferenciados, a partir de seu modo de empreender. E em termos de organização e de serviços, objetivam atender satisfatoriamente os turistas que procuram essas localidades.

Ademais, Cabral, Lima e Gomes (2017) referem-se à capacidade do empreender individual, o que é apresentado nesta pesquisa, mas que há a possibilidade de constituir-se como um negócio coletivo ou uma cadeia produtiva baseada em trabalho de rede comunitária.

Em Betânia, a experiência gastronômica, agregada ao ambiente, garante uma demanda consistente no maior produto turístico do estado, a região dos Lençóis Maranhenses, aliado à boa receptividade dos comunitários. Tal conexão com a natureza se inicia desde a partida da sede de Santo Amaro, o que constitui um diferencial para quem quiser estender esse serviço para um passeio formatado. Entretanto, não há um contato próximo entre turistas e comunitários.

Já em Travosa, essa aproximação entre visitantes e comunitários é mais vizinha e contínua, pois os equipamentos de hospedagem e de alimentação são familiares. Neste sentido, as trocas com a família do anfitrião são mais intensas e experienciadas, pois aprofundam relações com esta, uma vez que os turistas vivenciam seu cotidiano.

Todas as empreendedoras pesquisadas envolveram as respectivas famílias como colaboradoras neste processo. Destaca-se o papel das filhas, irmãs e cunhadas que contribuem para o empreendimento. E outro fator revelado é o papel coadjuvante de homens, maridos e filhos envolvidos.

Verifica-se, portanto, a transformação na vida de cada empreendedora a partir do trabalho com a atividade turística, além de impactar as suas respectivas famílias. É explícita a importância de seus empreendimentos para o funcionamento dos roteiros realizados no PNLN, quando os próprios guias e outras agências as incentivaram a continuar. Veja-se o esclarecimento que Maldonado (2009, p. 25) fornece: “Milhões de pequenas empresas familiares, cooperativas e comunitárias contribuem ao enriquecimento da oferta nos âmbitos local, nacional e internacional, destacando-lhe diversos atributos próprios”, como no caso de Betânia e, mais timidamente, em Travosa.

Na perspectiva do TBC, é importante constatar empreendimentos liderados por mulheres que possuam uma rede de apoio, pois contribuem para a divisão justa do



trabalho, anteriormente atribuído às mulheres. Para Gomes, Guerra e Vieira (2011), os fatores de múltiplas responsabilidades e sobrecarga com a vida doméstica e familiar terminam, às vezes, por motivar a desistência de seu negócio e buscar ascensão profissional.

Segundo Machado *et al.* (2003), que discorrem sobre o empreendedorismo feminino, a atuação crescente de mulheres no mercado se alia, em princípio, a novos desafios, independência financeira e a oportunidades para garantir a sobrevivência. Portanto, nota-se que, para as mulheres pesquisadas, o ingresso na atividade turística está relacionado ao fato de aproveitarem oportunidades de demanda real, com vistas a melhorar suas condições e oferecerem o mínimo de conforto, bem como experienciar seus modos de vida, enquanto os visitantes estiverem em suas comunidades. Isto é expresso nas falas de Dona Terezinha e de Aline Galvão, quando avaliam seus motivos para trabalhar com o turismo na perspectiva comunitária:

[...] foi o desejo de realizar o desejo daquelas pessoas que ao chegarem na comunidade da gente, queriam saber o sabor da comida, como dormir, conhecer a beleza da nossa comunidade, dos nossos lençóis. Também foi um desejo de eu receber eles mais pra eles terem esse conhecimento mais perfeito, mais de perto. (Dona Terezinha, 2021, informação verbal).

Eu me vejo como Aline, dona de casa mesmo. Eu gosto mesmo de cozinhar e de ajudar o próximo. [...] Eu quero que cresça, que outras pessoas possam se interessar, até porque fica essa correria, assim eu tenho dificuldade de encontrar pessoas, até pra me ajudar (Aline Galvão, 2021, Informação verbal).

Apesar dos esforços para tornar a experiência do turista mais agradável, essas mulheres também passam por dificuldades, considerando as infraestruturas ineficientes. A seguir, nos depoimentos a respeito da problemática da energia elétrica em Betânia, Dona Terezinha relata:

O que é mais ruim pra nós é a energia. E nós não pode ter a polpa de caju, a acerola, a de maracujá guardado para passar de uma semana pra outra, porque cai a energia, aí vai tudo embora. O meu tá com quase dois palmos de gelo, segura as vezes três dias, outras oito. Eu falo “minhas irmãs, e vocês querem esse freezer pra que? [...] porque não conserva (Dona Terezinha, 2018, Informação verbal).

Neste depoimento, a energia é o fator que mais dificulta o abastecimento e a qualidade do produto, pois sua instabilidade a impede de estocar e ofertar mais opções em seu cardápio, o que foi constatado, também, no relato de Dona Lindalva.

Segundo Dona Chagas, sua dificuldade é a falta de produtos de hortifruticultura na comunidade, o que torna o deslocamento até Santo Amaro essencial, inclusive em casos de emergência. Afirma que se alguém do povoado plantasse para vender, a renda ficaria na própria comunidade.

Nessas circunstâncias, estar inserido em um contexto rural impossibilita políticas efetivas de incentivo à agricultura familiar, o que não condiz com o apresentado por Momo *et al.* (2013), que enfatizam que as políticas públicas no meio rural são incentivadas e tendem a diminuir as desigualdades. Percebe-se, então, que as ações são incipientes em territórios de UC, pois as mulheres buscam o empreendedorismo com suas motivações próprias, que estão em torno da atividade turística. E, por sua vez, as atividades de subsistência não bastam para serem inseridas em uma cadeia de economia ou rede.



Diante do exposto, ressaltam-se as iniciativas de trabalho em rede em que "diversas comunidades estão se abrindo para o mercado, graças a *“um turismo com selo próprio, combinando atributos originais e autênticos, mas sem perder a sua alma”* (Maldonado, 2009, p. 25, grifo do autor). Entretanto, no caso dos destinos aqui estudados, os empreendimentos conseguem propiciar que outras atividades correlatas ao turismo ocorram, como os serviços de travessia prestados pelos barqueiros para chegar à Betânia e o fornecimento de produtos alimentícios e frutas em Travosa. Não há uma integração formatada, mas existem parcerias.

Segundo Bruschini e Holanda (1998), as questões de gênero impulsionaram muitos movimentos, organizações sociais e comunitárias nas lutas coletivas por direitos femininos. Entretanto, não foram tais pautas políticas que incentivaram as comunitárias tratadas neste estudo a buscarem independência financeira ou as estabeleceram como protagonistas ou "referências" em suas comunidades.

Por fim, reforça-se que em nenhuma das comunidades estudadas, o protagonismo feminino partiu de movimento social – caso das mulheres do MMIB –, mesmo que exista em Travosa uma associação de marisqueiras que poderiam empreender no TBC, segundo um modelo de gestão turística coletiva. E em Betânia, os empreendimentos são totalmente individuais, não tendo até agora um *start* para que se organizem coletivamente, mas que não deixa de ser de base comunitária.

CONCLUSÕES

Esta pesquisa revelou iniciativas e desafios no protagonismo das mulheres no TBC em Betânia e Travosa. Entretanto, mostra-se necessário um trabalho mais efetivo com a oferta turística, sobretudo em Travosa, pois a autogestão de grupos familiares associados, cooperativas, associações e outros, possibilita que as comunidades se identifiquem como unidade para defenderem seus interesses e oportunizarem novos protagonismos locais.

Na perspectiva do TBC, muito há de ser feito quanto à iniciativa endógena por parte da comunidade. A pensar-se no desenvolvimento local, pode-se oferecer um produto de maior qualidade e que gere mais benefícios coletivos.

Nesta pesquisa constatou-se a viabilização de trabalho e renda, o incentivo entre empreendedoras e a abertura de outros empreendimentos, além de expansão e melhorias dos já existentes; a colaboração, mesmo que esporádica, entre estas e a conexão com outros segmentos, como os barqueiros, transportes e guias/condutores com os quais mantêm uma relação de interdependência.

Nota-se, em parte, os esforços para valorizar as trocas entre receptor e turista, integrando aspectos culturais – via gastronomia – e ambientais com os saberes e fazeres tradicionais, e a imersão destes no cotidiano comunitário.

Constatou-se o fato de as famílias de Betânia dependerem diretamente dos serviços e produtos turísticos, pois não têm o turismo como uma atividade complementar. Ainda, ressalta-se que existem possibilidades de desenvolvimento de outras atividades produtivas para que não fiquem dependentes totalmente do turismo, por ser uma atividade sazonal que depende de fatores externos. Tem-se, por exemplo, o cenário pandêmico atual que refletiu muito em termos socioeconômicos em escala mundial.

Isto posto, um trabalho em rede seria uma opção viável, e que pode ser levada às localidades via ONGs, instituições públicas e/ou privadas ou políticas públicas governamentais, o que ampliaria a mundivisão dos moradores a respeito do



cooperativismo e, por consequência, da atividade turística comunitária e de suas implicações (Vide ações extensionistas de TBC realizadas pela UFMA nessas comunidades).

A respeito da estrutura básica destas comunidades, considera-se que a deficiência imposta pelas condições de territorialidade vai de encontro à legislação ambiental referente à UC.

Quanto à conectividade, esta ainda constitui um grande desafio para as comunidades. Espera-se que, por meio do fortalecimento comunitário, atores sociais e mercado consigam melhorar, de modo cabal, essa ferramenta, sobretudo por conta da competitividade entre destinos turísticos comunitários.

Por meio dos relatos, concluiu-se que não houve participação do poder público, quer seja na esfera municipal, estadual e/ou federal nos assuntos relacionados ao turismo local. E, ainda, continuando esta reflexão, os temas sobre meio ambiente não aparecem nas narrativas, o que presume-se decorrer da ausência do órgão responsável pelo PNML.

Aponta-se, também, uma característica destas comunidades: resiliência. A exemplo, considera-se a problemática apresentada pelas empreendedoras de Betânia, que gerou soluções compartilhadas entre estas diante da instabilidade da energia elétrica. Além disso, a reconstrução após a enchente é um registro a respeito desta conclusão, ou seja, o fato de não desistirem do empreendedorismo e do que acreditam, mesmo sob uma situação calamitosa.

Ao se concluir, vê-se a perspectiva de que as mulheres das comunidades de Betânia e Travosa têm se dedicado a cumprir seus objetivos de mudar suas realidades e, conseqüentemente, de seus territórios por meio do TBC, mesmo que seu modelo de gestão ainda esteja em construção.

REFERÊNCIAS

Araújo, M. N. F., Gomes, E. L. S., Ribeiro, R. T., Pãozinho, F. C., Asceno Júnior, I. S., Vieira, K. C. D., & Alves, C. C. (2021). Community-based tourism in Santo Amaro do Maranhão: results of technical products origins in the actions of university extension as training workshops, field visits and consultancies, with an emphasis on the fishermen's route. *Revista Turismo e Cidades*, 3(5), 14-19.

ARTESOL. (2021). *Associação de Mulheres de Itamatatua*. São Paulo: ARTESOL. Recuperado em 10 fev., 2022, de <https://artesol.org.br/>

Bastos, M. S. C. B., & Barbosa, W. L. R. (2020). *Mulheres erveiras da amazônia e o turismo de base comunitária na perspectiva do desenvolvimento local* [Colóquio]. XI Colóquio Organizações, Desenvolvimento e Sustentabilidade, Belém, PA, Brasil.

Betti, P., & Denardin, V. F. (2019). Turismo de base comunitária e desenvolvimento local em Unidades de Conservação: estudo de caso no Restaurante Ilha das Peças, Guaraqueçaba-PR. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.19n1.2019.1534>

Bruschini, C.; Holanda, H. B. (Orgs). (1998). *Horizontes plurais. Novos estudos de gênero no Brasil*. São Paulo, Ed 34.



Cabral, N. W. S. S.; Lima, A. P.; Gomes, E. L. S. (2017). *Turismo e desenvolvimento local experiências, análises e perspectivas na Amazônia*. Belém: UFPA.

Castro, R. V. S. (2020). *As comunidades tradicionais do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses: um estudo sobre os antigos e os novos conflitos que estão se estabelecendo*. [Dissertação de Mestrado em Geografia, Universidade Federal de São Carlos]. Repositório UFSCAR.

Cruz, M. G.; Devesa, M. J. S.; Quiñones, P. G. Q. (2020). La mujer emprendedora en el turismo rural: peculiaridades del caso costarricense a través de la revisión bibliográfica. *Cuadernos de Turismo*, 46, 185-214. <https://doi.org/10.6018/turismo.451691>

Dencker, A. F. M. (2000). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo* (4a ed.). São Paulo, Futura.

Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4a ed.). São Paulo, Atlas.

Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Araújo, U. P., & Martins, C. M. F. (2014). Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 16(51), 319-342. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i51.1508>

Gomes, D. T., Guerra, P. V., & Vieira, B. N. (2011). *O desafio do empreendedorismo feminino* [Congresso]. XXXV Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Gomes, E. C. B., Silva Júnior, B. C., Nogueira, K. M., & Gomes, E. L. S. (2013). O papel do Movimento de Mulheres das Ilhas de Belém (MMIB) na busca por um turismo responsável (ecoturismo) para a Ilha de Cotijuba, Belém (PA). *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 6(2), 554-571. <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2013.v6.6206>

IBGE. (2010). *Cidades e estados*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado em 20 nov., 2021, de <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ma/santo-amaro-do-maranhao.html>

Irving, M. A. (2009). Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In R. Bartholo, D. G. Sansolo & I. Bursztyn (orgs.). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras* (pp. 108-119). Rio de Janeiro: Letra e Imagem.

Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000. (2000). Regulamenta o art. 225, § 1o, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República.

Machado, H. V., St-Cyr, L., Mione, A., & Alves, M. C. M. (2003). O processo de criação de empresas por mulheres. *RAE eletrônica*, 2(2). <https://doi.org/10.1590/S1676-56482003000200007>

Maldonado, C. (2009). O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. In R. Bartholo, D. G. Sansolo & I. Bursztyn (orgs.). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras* (pp. 25-44). Rio de Janeiro: Letra e Imagem.



Malinowski, B. (1978). *Argonautas do Pacífico Ocidental* (2a ed.). São Paulo: Abril Cultural.

Martins, J. A. C., Silva, F. P. S., Matta, A. E. R., & Paixão, T. V. M. (2021). Aproximações de Sertão com Sertão pela história: valorização do patrimônio cultural por meio do Turismo de Base Comunitária. *Turismo, Sociedade & Território*, 3(1), 1-19.

Momo, D. C., Paiva, J. A., Ribeiro, A. S. C., Cardoso, B. L. D., & Souza, W. J. (2013). Institucionalização de políticas públicas de promoção da igualdade de gênero: sistematizando trajetórias de iniciativas nacionais e internacionais. *Holos*, 29(1), 188-202. <https://doi.org/10.15628/holos.2013.1296>

Oliveira, R. C. (1996). O trabalho do Antropólogo: olhar, ouvir, escrever. *Revista de Antropologia*, 39(1), 13-37. <https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.1996.111579>

ONU. (2015). *Transformando nosso mundo: agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável*. ONU. Recuperado em 21 set., 2021, de <https://nacoesunidas.org/wpcontent/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>.

OMT & ONU MUJERES. (2010). *Global report on women in tourism 2010: preliminary findings* (2a ed.). Madrid: OMT; New York: ONU Mujeres. <https://doi.org/10.18111/9789284422753>

Sampaio, C. A. C.; Alves, F. K., & Falk, V. C. V. (2008). Arranjo socioprodutivo de base comunitária: interconectando o turismo comunitário com redes de comércio justo. *Revista Turismo Visão e Ação*, 10(2), 244-263. <https://doi.org/10.14210/rtva.v10n2.p244%20-%20262>

Simonian, L. T. L. (2007). Uma relação que se amplia: fotografia e ciência sobre e na Amazônia. In C. Kawhage & S. Ruggeri (Orgs.). *Imagens e pesquisa na Amazônia: ferramentas de compreensão da realidade amazônica* (pp. 15-52). Belém: Alves.

Souza, A. C. D. et al. (2021). *Arranjos produtivos locais do turismo no contexto do turismo de base comunitária em Alcântara – MA*. Alcântara: IFMA.

Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre, RS: Bookman.