

# PROPOSTA DE INSERÇÃO DA FÁBRICA DA CIMPOR EM ATIVIDADES DE TURISMO INDUSTRIAL JOÃO PESSOA/PB

Luciano Schaefer Pereira<sup>1</sup>  
Ingridy Schaefer Pereira<sup>2</sup>

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é demonstrar a potencialidade que a fábrica extrativa de calcário e produção de cimento CIMPOR, localizada em João Pessoa, Paraíba, possui para a implementação do turismo industrial. Este tipo de prática pode trazer benefícios à empresa, convergindo interesses de uma série de atores como pesquisadores, administradores públicos, empresários, turistas e sociedade civil, fazendo proveito do patrimônio industrial, histórico e natural que se faz presente na área da fábrica de maneira benéfica à cidade e sua comunidade. Com isso, somar-se-á ao turismo, atualmente voltado ao sol e mar e ao patrimônio cultural de seu centro histórico, uma nova vertente não aproveitada no município: o turismo industrial, através da implantação de novas perspectivas, como lazer e da pesquisa. Assim, o artigo discutirá definições acerca deste turismo de nicho, seus benefícios e a possibilidade de ser implantada em João Pessoa, através de uma proposta metodológica para tal.

**Palavras-chave:** Turismo Industrial; João Pessoa; Cimpor.

## PROPOSAL TO INSERT THE CIMPOR FACTORY ON INDUSTRIAL TOURISM ACTIVITIES – JOÃO PESSOA/PB

**Abstract:** The objective of this study is to demonstrate the potentiality of CIMPOR-limestone extraction and cement production, located in João Pessoa, Paraíba, has for the implementation of industrial tourism. This practice can benefit the company, converging interests of a number of stakeholders, as researchers, public administrators, entrepreneurs, tourists and civil society, making advantage of the industrial, historical and natural heritage which is present in the factory area so beneficial to the city and their community. With this, will be added to tourism, currently focused on the image of sun and sea and the cultural heritage of its historic center, mainly, a new strand not used in the city: industrial tourism through the implementation of new perspectives, for example, leisure and academia. Thus, the article will discuss definitions on this niche tourism, its benefits, international benchmarkings and the possibility of being located in João Pessoa, through a methodology to do so.

**Keywords:** Industrial Tourism; João Pessoa; Cimpor.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Geografia Física pela Universidade de Coimbra, Portugal. lschaefer2@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestranda em Antropologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). ingrydymota@gmail.com.

## INTRODUÇÃO

João Pessoa, capital da Paraíba, se consolidou com uma imagem de sol e praia, em virtude de suas belíssimas praias e o cenário paradisíaco de seu litoral. Entretanto, possui uma das fábricas mais antigas de exploração de calcário para fabricação de cal da América Latina, a Cimentos de Portugal, comumente conhecida como CIMPOR, com um maquinário de grandes proporções, afloramentos grandiosos e um diferencial: a presença de um sítio arqueológico, com a Capela da Nossa Sra. da Graça, datada do século XVII e inúmeros artefatos encontrados em seu interior, do século XIX. Assim, esta fábrica possui uma particularidade que a torna diferenciada das demais. Entretanto, passeios em seu interior não são possíveis, desconectando-a da realidade de outros países, em que o turismo industrial está consolidado e em fase crescente.

O objetivo deste trabalho é discutir os conceitos acerca deste novo ramo do turismo, o turismo industrial, analisando a possibilidade da fábrica da CIMPOR ser incluída neste contexto, o que acarretaria uma melhor visibilidade para a empresa e traria consequências positivas para a comunidade, em geral, assim como tornando João Pessoa um novo destino do turismo industrial.

Para chegarmos aos resultados propostos para este trabalho a partir de uma problemática levantada, iremos obedecer a uma série de critérios rigorosos de metodologia científica, visando o entendimento da realidade, seus problemas, especificidades, cujas conclusões propostas atuam, da mesma maneira, como sugestões. Esta metodologia visa atender, ao mesmo tempo, a comunidade científica, o poder público, o setor gestor da fábrica e a demanda dos visitantes, através do conhecimento de como pode se desenvolver determinada atividade turística em uma unidade fabril, em uma perspectiva de planejamento e desenvolvimento turístico.

Com o intuito de se verificar o fenômeno proposto de modo empírico, considerando a preliminaridade das pesquisas e numa tentativa de ponderar as hipóteses possíveis para se atingir este objetivo, o percurso metodológico incluiu uma abordagem de aspectos de cunho quantitativo (MINAYO, 2000, p. 22), classificada como uma pesquisa exploratória, cuja natureza de exploração permite classificá-la como um estudo de caso (GIL, 1991), através de uma análise profunda e objetiva do contexto de partida, num viés socioeconômico, recorrendo-se a pesquisa documental e bibliográfica, boa parte dela utilizando exemplos bem-sucedidos da mesma prática em várias localidades do mundo, os chamados *benchmarkings*.

## TURISMO INDUSTRIAL – DEFINIÇÕES

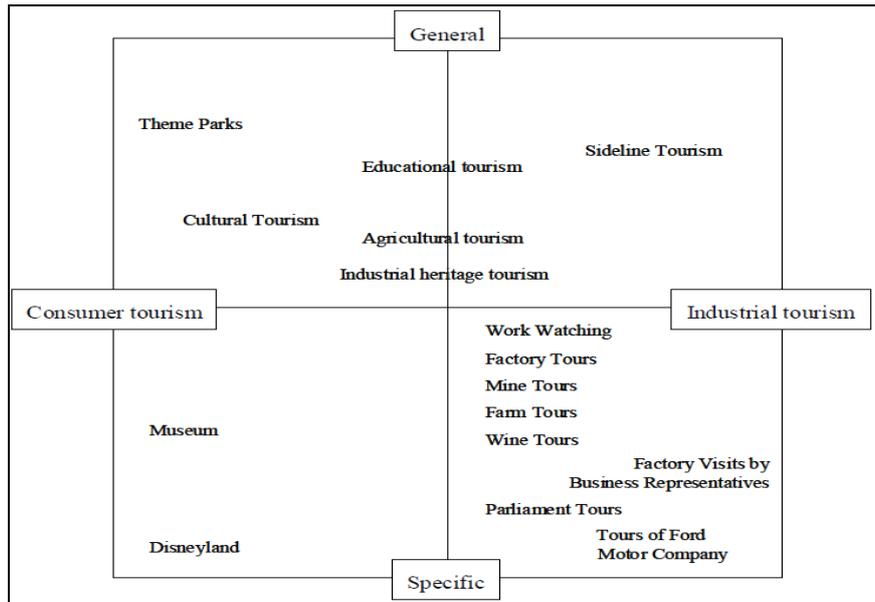
O turismo industrial é um tipo de turismo que envolve visitas a fábricas abandonadas, que fazem parte do patrimônio industrial de um local ou a fábricas que ainda estão em funcionamento e que possuem algum atrativo turístico, como oferecer aos visitantes uma experiência na arte de fabricação de determinado bem, assim como sua aplicação em determinado contexto histórico. Este tipo de atividade é bastante antiga, e muitos são os exemplos de lugares que inseriram esta atividade em suas práticas turísticas, inicialmente com intenção de lazer e a busca de

conhecimento (OTGAAR *et al.*, 2010, p. 1). Entretanto, a utilização do nome 'turismo industrial' como sinônimo de 'indústria como uma atração turística' é recente, datada dos anos 1980, tendo a Grã Bretanha como berço conceitual. O turismo industrial tornou-se uma alternativa viável de incrementar a renda do país, quando a crise fez com que muitas fábricas fossem desativadas, principalmente após a 2ª Guerra, criando uma consciência, há algumas décadas, do potencial destas fábricas para abrigar tais atividades (OTGAAR, 2010, p. 14). Estas fábricas normalmente se localizam em áreas urbanas inutilizadas ou devastadas, que causam impactos não somente à economia local, mas ao desenvolvimento de uma determinada região, sendo conhecidas, na literatura, como '*brownfields*', geralmente caracterizadas como uma ameaça ao desenvolvimento do turismo (PAVOLOVÁ *et al.*, 2012, p. 26).

Simonson (1974) definiu turismo industrial como "turismo a sítios com facilidade de produção os quais podem incluir *tours* educacionais, amostragem do produto, com a possibilidade de compra do produto ou de um *souvenir*". Em fábricas ativas, a Grã Bretanha também é precursora, através de uma campanha da gestão pública denominada "*See Industry at Work*" (MADDER, 2003), que acabou por se espalhar para outras cidades, regiões e países (OTGAAR, 2010, *op. cit.*, p. 14).

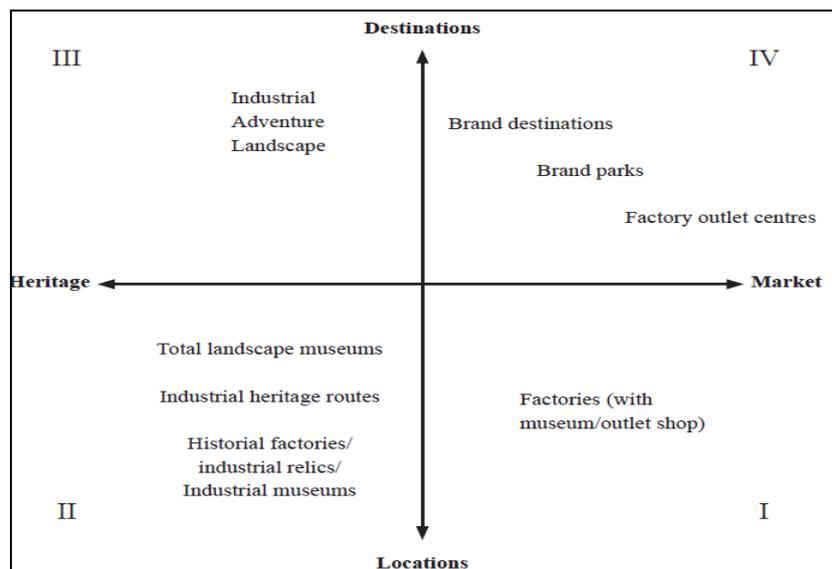
Frew (2000) define o turismo industrial como "visitas por turistas à sítios operacionais onde a atividade nuclear do sítio não está orientada para o turismo", sendo estes sítios pertencentes tanto ao setor privado quanto público, desde que haja a produção de bens e serviços. Este conceito está em paralelo com a escola anglo-saxônica, que distingue 'turismo industrial', que ocorre em fábricas ativas, de 'turismo de patrimônio industrial', cujas portas já se fecharam para a produção, mas não para o turismo.

Assim, a autora elaborou uma categorização do turismo pelo mercado de bens e serviços: de um lado, as indústrias puras, que fabricam bens e serviços para o público, em geral, e a entrada de turistas não é permitida; no outro lado, o turismo de consumo puro, que produz bens e serviços para os turistas, mas não possibilitam que estes vejam o processo de produção; e o turismo industrial, no centro, que produz bem e serviços para o turista e público em geral e a visitação turística é permitida. Esta análise empírica e conceitual pode ser sumarizada na figura 1, na qual se pode visualizar exemplos que se inserem em cada quadro proposto. Os parques temáticos são o exemplo clássico de uma indústria de turismo de consumo puro, onde o turista se vê cercado de atrativos a escolher à vontade; os *tours* em fábricas, em minas, em locais que fabricam queijo, vinho, etc., por outro lado, são exemplos de turismo industrial.



**Figura 1** – Tipos específicos e gerais de consumidores e do turismo industrial  
**Fonte:** Frew (2000), modificado por Otgaar (2010).

Soyez (1993) define ‘turismo industrial’ como os movimentos causados pelo apelo de indústrias inativas ou em operação sobre os visitantes externos. Li e Soyez (2006) apresentam um modelo bidimensional para categorizar os produtos do turismo industrial (figura 2), com o eixo horizontal indicando a diferença entre o patrimônio e o mercado (empresas operacionais) e o eixo vertical relacionando os locais e destinos. As visitas a empresas que possuem lojas de *souvenirs* combinam a localização com o mercado, ao passo que os parques de marcas são exemplos de destino combinado com o mercado.



**Figura 2** – Modelo bidimensional categorizando os produtos do turismo industrial  
**Fonte:** Li e Soyez (2006).

Assim, de fábricas de chocolate à produção de vinho, passando por montadoras de automóvel e extração de recursos minerais e energéticos, inúmeros são os exemplos de locais que desenvolvem o turismo industrial. A fábrica de *whisky* Jack Daniel's, no Tennessee, Estados Unidos, por exemplo, desde a sua fundação, em 1866, propicia *tours* em seu interior. A tabela 1 evidencia a crescente demanda por tal tipo de atividade (FREW, 2000).

**Tabela 1** – Alguns exemplos de fábricas que atraem visitantes, nos EUA, Japão e Reino Unido

<b>Industrial Tourism Attraction</b>	<b>Visitors per year</b>
Cadbury World (UK, chocolate factory)	400,000
Toyota Motor Corporation (Japan)	300,000
Ben and Jerry's Homemade (USA, Ice-cream Production)	170,000
Wedgwood (USA, Pottery Factory)	100,000
British Nuclear Fuels (USA, Nuclear site clean-ups)	100,000
WR Outhwaite and Son (USA, Ropemakers)	75,000–100,000
Cumberland Pencils (USA)	64,000

Fonte: Frew (2000).

Este tipo de atividade é vantajoso não apenas para as empresas que a realizam, mas para a cidade como um todo, de modo a fortalecer sua estrutura econômica, gerando empregos diretos e indiretos, assim como aumentando a oferta de produtos turísticos. Normalmente, o crescimento deste setor coincide com a identidade que a cidade possui em relação à fábrica. São João da Madeira, em Portugal, possui no turismo industrial uma fonte de renda para a cidade, pois sua identidade está vinculada às fabricas de chapéus e lápis, marcas registradas da cidade.

Os motivos que levam pessoas a conhecer estas fábricas é seu interesse em ver e experimentar o processo de produção, assim como ter acesso a estes bens (FREW, 2000). O tipo de bem que é produzido tem relação com o potencial e atração da indústria (MADER, 2003). Neste caso, uma montadora de automóvel, que tende a ser um sonho de consumo de um grande número de pessoas, tende a atrair um número maior de visitantes do que uma termoelétrica, por exemplo.

Para que se desenvolva, entretanto, é preciso um trabalho coordenado entre a empresa, o setor público e civil. Se as empresas considerarem apenas os custos que tal atividade acarretará, muito provavelmente será um entrave para a efetiva consolidação do processo. Ademais, outros agravantes devem ser considerados no sistema: a espionagem industrial e o risco de acidentes são os dois mais sérios levados em consideração pelos gestores operacionais das fábricas.

Entre os benefícios desta atividade (OTGAAR *et al.*, *op. cit.*, p. 9- 11), citamos: (i) o turismo industrial pode dar um contributo substancial para a comercialização de produtos e a valorização de marcas e a imagem da empresa; ii) passeios pela fábrica podem contribuir para os ganhos de produtividade, porque os funcionários tornam-se orgulhosos da empresa em que trabalham, em vista da atenção despertada, aumentando sua moral de trabalho; iii) pode criar

oportunidades para gerar volume de negócios, por exemplo, por meio da venda de produtos regulares ou lembranças, assim como pela venda de bilhetes de entrada; iv) o turismo industrial responde à necessidade de responsabilidade social corporativa e engajamento cívico. Ao receber os visitantes, as empresas podem mostrar como eles tratam os seus funcionários, o ambiente e as comunidades diretamente ligadas a ela. Este tipo de estratégia é particularmente interessante quando relacionado a empresas que possuem sua imagem maculada perante a sociedade, especialmente com relação aos impactos ambientais. Assim, a prática do turismo industrial viria a melhorar a visibilidade da empresa.

Segundo Beni (2004), a viabilidade econômica e social, em uma situação de compromisso entre o sucesso empresarial e econômico, estariam na base de um turismo industrial que levaria à sustentabilidade ambiental, ao se privilegiar, simultaneamente, o ambiente e a cultura local. Assim, a faceta econômica, a discussão ambiental e a responsabilidade social agiriam interdependentemente.

## TURISMO INDUSTRIAL EM JOÃO PESSOA

No Brasil, as principais práticas de turismo industrial estão, basicamente, associadas a visitas a minas e fábricas, em especial abandonadas, a exemplo de Santa Catarina (OLIVEIRA, 2012) e Paraná (MOURA, 2010), o que a mantém na interface do turismo industrial- mineiro e do geoturismo, cuja motivação será a demarcatória de seu espaço. Se o turista tem interesse em visitar o complexo mineiro do ponto de vista de processo de prospecção, a atividade deve ser inserida no contexto de turismo industrial- mineiro; se o turista tem interesse em analisar as estruturas geológicas, os minérios ou matéria primas associadas à geosfera, a atividade estará inserida no âmbito do geoturismo. Seja qual for a denominação, entretanto, esta atividade tem revitalizado territórios em crise, servindo para incrementar a economia, gerar empregos e reinventar o espaço geográfico.

Em 1978, na Suécia, foi fundado o Comitê Internacional para a Conservação do Patrimônio Industrial – TICCIH, começando a atuar no Brasil apenas em 2004, sem os mesmos resultados de outros lugares do mundo, pois ainda não há o devido entendimento, por parte dos especialistas, do potencial nacional para a atividade do turismo industrial. Isto pode ser justificado, em parte, pela pequena atuação do referido Comitê no Brasil, assim como pela desarticulação existente entre o meio acadêmico, o poder público e o privado, do ponto de vista de inventariação das potenciais fábricas e minas e a disseminação dos conhecimentos sobre o turismo industrial de maneira efetivamente pragmática.

Em João Pessoa, o desenvolvimento desta atividade é incipiente. A Usina Cultural Energisa (figura 3) representa um local de lazer para o público de todas as idades, através de exposições, eventos culturais, cineclube, galerias de arte, lojas de *souvenirs*, área verde e de apoio. O diferencial deste espaço é que está localizado onde foi a primeira usina de energia elétrica instalada na cidade, em março de 1912, denominada Cruz do Rio do Peixe. Assim, concomitante às ofertas culturais e de recreação, o Espaço Energisa, como é conhecido, funciona como um museu cenográfico temático, didático-interativo sobre a história da energia elétrica, no planeta, no Brasil e em João Pessoa e seu uso sustentável, ou seja, é a representação do uso patrimonial da indústria como indutor à prática turística. Desde que foi inaugurado, em julho de 2005, o Espaço, pertencente à Companhia de

Energia Elétrica Energisa, já recebeu cerca de 100 mil visitantes, segundo dados de 2012<sup>3</sup>.

Entretanto, o fluxo turístico em João Pessoa é inferior às capitais vizinhas, principalmente Natal e Recife. Segundo a Empresa Brasileira de Infraestrutura Portuária (INFRAERO) e a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), com dados presentes no Anuário Estatístico 2014, do Ministério do Turismo<sup>4</sup>, a movimentação nacional de passageiros em aeroportos do Brasil, no ano de 2013, foi de cerca de 89 milhões de passageiros. O fluxo de passageiros, na Paraíba, no mesmo ano, foi de 675 mil passageiros que desembarcaram, o que mostra a pequena participação do Estado no fluxo nacional. Entretanto, cabe lembrar que nem todos se inserem na categoria de 'turista', que segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), são aqueles que não residem na região, irão permanecer por pelo menos 24 horas, com a finalidade de realizar passeios, negócios, participar de eventos, tratamento de saúde e/ou visitar parentes e amigos.

Em dezembro de 2013, segundo dados do mesmo anuário, cerca de 8,2 milhões de passageiros desembarcaram em aeroportos brasileiros. Na Paraíba, este montante foi de 70.793 passageiros, ou seja, inexpressivo. Quanto à movimentação nas estações rodoviárias do país, o fluxo foi de 56,5 milhões de passageiros. A Paraíba participou com o montante de 368 mil.

O Fluxo Global de Turistas 2014, divulgado pelo Governo do Estado da Paraíba em seu site<sup>5</sup>, destaca o montante do faturamento deixado pela atividade turística no Estado. Segundo os dados do Governo, o número de turistas que visitou o Estado foi de 1.649.965 visitantes, que se hospedaram na rede hoteleira local, um aumento de 3,25% em relação ao ano anterior, com uma média geral de ocupação da rede hoteleira de aproximadamente 69%. Estes turistas foram provenientes principalmente da região Nordeste (45,8%, em especial seus vizinhos Pernambuco e Rio Grande do Norte), seguido do Sudeste (33%), Centro-Oeste (10,5%), Sul (8,7%) e Norte (2%). O fluxo de turistas estrangeiros, no mesmo ano, aumentou 122% em relação a 2013, sendo os principais emissores Itália (17,5%) e Estados Unidos (11,3%).

---

<sup>3</sup> Disponível no site [http://www.jampanews.com/2010/ler\\_noticia.php?id=26218](http://www.jampanews.com/2010/ler_noticia.php?id=26218). Acesso em: 23 maio 2015.

<sup>4</sup> Disponível no site <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario>. Acesso em: 24 abril 2015.

<sup>5</sup> Disponível em <http://www.paraiba.pb.gov.br/>. Acesso em: 28 abril 2015.



**Figura 3** – Espaço Cultural Energisa

**Fonte:** a) Siéllyson Francisco; b) site [www.lazerjp.com.br](http://www.lazerjp.com.br).

a) Vista frontal; b) Vista do pátio.

Entre os dias 26 de dezembro de 2013 e 15 de janeiro de 2014, o Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba (IFEP) <sup>6</sup> entrevistou 602 turistas no Aeroporto Internacional Castro Pinto, em Bayeux, e na Estação Rodoviária, na Capital, no ato de seu desembarque ou embarque, assim como presentes em diversos pontos turísticos da Região Metropolitana de João Pessoa (RMJP).

O município de João Pessoa é a capital do estado da Paraíba, o mais oriental do Brasil. Aliás, João Pessoa é conhecida mundialmente como o ‘extremo oriental das Américas’, o que, só por si, já lhe reserva um potencial turístico. Suas coordenadas geográficas são 7°7’S e 34°53’W, e a proximidade do Equador lhe proporciona muita insolação e temperatura elevada durante todo o ano. Possui uma área de 211,5 Km<sup>2</sup> e uma população é de 723.515 habitantes (IBGE, 2010), resultando em uma densidade demográfica de 3421 hab./km<sup>2</sup>, a mais alta do Estado.

A cidade de João Pessoa, nos últimos dez anos, vem experimentando um rápido processo de verticalização e metropolização. Apesar disso, destaca-se como uma cidade preservada e que possui qualidade de vida. Para atrair turistas do Brasil e do exterior, sobretudo no verão, o *marketing* turístico e o governamental têm utilizado elementos que estão relacionados à qualidade de vida na cidade. Dentre esses elementos, destacam-se o Patrimônio Histórico no Centro da cidade, recentemente tombado em nível nacional, a beleza natural das praias urbanas e sua paisagem diferenciada, cuja orla não possui espigões, o estuário do Rio Paraíba com o pôr-do-sol da praia fluvial do Jacaré e a presença do verde, predominante na Mata do Buraquinho. A consolidação da cidade de João Pessoa como centro político, econômico e cultural do estado deve-se principalmente à política que se implantou nos anos 1960 de investimentos industriais e do setor de serviços e, posteriormente pela valorização do turismo de sol e mar que atraíram investimentos para a cidade (PEREIRA, 2013).

<sup>6</sup> Disponível em [www.fecomercio-pb.com.br/index](http://www.fecomercio-pb.com.br/index). Acesso em: 24 abril 2015.

O Estado da Paraíba se desenvolveu com base nas políticas fiscais e creditícias oriundas dos planos de desenvolvimento da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), que acabou por criar distritos industriais, especialmente João Pessoa e Campina Grande, cuja função comercial e o beneficiamento do algodão foram responsáveis pela diversificação de seu setor industrial.

O distrito industrial de João Pessoa se caracteriza por sua diversificação, a exemplo da indústria alimentícia (sucos e doces), de bebidas (Ambev), têxtil, coureiro-calçadista (principal produtor nordestino. Alpargatas, Samello, Ortopé, entre outros; PEREIRA, *op. cit.*). Entretanto, pela associação geológica com um ambiente sedimentar, seu substrato geológico possui um pacote carbonático calcário cuja exploração vem sendo realizada desde o final do século XIX, na região, e desde 1933, na Ilha do Bispo, onde atualmente está localizada a empresa portuguesa CIMPOR.

No interior da área da fábrica de extração de calcário da CIMPOR existe um reduto de biodiversidade e um sítio arqueológico, que faz com que a empresa dispenda investimentos em sua preservação. O reduto de biodiversidade diz respeito à presença de uma rica fauna e flora que foram catalogados, com a presença do único ninhal de garças brancas existentes no município, cujos hábitos alimentares foram estudados. Este ninhal encontra-se na Fazenda da Graça. A empresa contou com a participação e experiência de pesquisadores da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Esta fazenda tem aproximadamente 400 ha de área, com a presença da Capela da Graça e inúmeros artefatos arqueológicos encontrados em seu subsolo (figura 4). A Capela é um monumento tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), desde 30 de abril de 1938, sendo um marco não só arquitetônico, mas também cultural de sua época. Todavia, o longo período de inatividade e a falta de cuidados adequados a deixaram em estado precário de conservação. Por ser um patrimônio tombado, a capela não pode sofrer nenhuma reforma que não respeite seus elementos e suas características originais. Desta maneira, é necessária a realização de um processo especializado de restauração. Assim, a empresa contou, como aliada, com técnicos da Oficina- escola, que tiveram o papel de restaurar a referida Capela. Graças a esse esforço conjunto, a Capela da Graça foi restaurada, de modo a somar-se ao patrimônio cultural e natural da Capital, já tão rico em história e beleza. Da mesma forma, as pesquisas arqueológicas lançam sobre o passado uma nova luz para reconstituição dos primeiros passos na antiga Nossa Senhora das Neves, primeiro nome da cidade, no século XVI<sup>7</sup>.

Estas ações, somadas a outras de responsabilidade social e educacional, como a formação profissional de jovens de comunidades pobres da cidade e ajuda a professores de escolas públicas; fornecimento de merendas e voluntariado e; autorização de visitas técnicas por parte de alunos do ensino fundamental, médio e superior ajudam a melhorar a visibilidade da empresa, recentemente manchada com denúncias nas redes sociais e de vereadores na Assembleia Legislativa de que a empresa estaria cometendo impactos ambientais nos bairros próximos, ao emitir gases poluentes na atmosfera e dejetos nos rios que cruzam a fábrica.

---

<sup>7</sup> Extraído do site <http://www.parlamentopb.com.br/Noticias/?oficina-escola-conclui-restauracao-na-fazenda-da-graca--17.05.2011>. Acesso em: 15 maio 2015.



**Figura 4** – Vista aérea da área de extração de calcário da Cimpor

**Fonte:** Foto a) Lígia Tavares; b) site [www.panoramio.com.br](http://www.panoramio.com.br)

**Obs.:** Na porção inferior da foto, em frente ao lago, está a Capela da Graça, pertencente à Fazenda da Graça.

Pensando-se na logística operacional que Brito (2012) propõe para pôr em prática nos municípios de Sines e Santo André, em Portugal, somado à proposta de Burns (2004), denominado “Terceira Via para o Planejamento Turístico” e adequando para a realidade de João Pessoa fazemos, a seguir, a seguinte proposta de etapas para uma tentativa de consolidação do turismo industrial na cidade:

i) Diagnóstico: recolha de dados e informações sobre o território onde está instalado a fábrica (geologia, geomorfologia, geografia, etc.), sobre a instalação da fábrica, em 1933, em João Pessoa, assim como a história da extração de calcário na região, a evolução desta extração, associada a evolução urbana de João Pessoa e suas inter-relações. Estas informações podem estar no formato de textos, cartas, imagens, vídeos ou depoimentos, representando um profundo conhecimento da situação de partida. Ressalta-se, nesta etapa, todos os recursos turísticos que o município possui, pensando-se no viés da oferta e procura turística, assim como os recursos que a fábrica possui e que já foram citadas neste trabalho;

ii) Avaliação do enquadramento técnico-jurídico do território onde a prática turística irá se desenvolver, considerando a presença do sítio arqueológico,

que se encontra sob os auspícios do IPHAN, e da extração de minérios, sob os auspícios do Ministério das Minas e Energia e Meio Ambiente, assim como o Plano Diretor do município e outros planos, programas e estratégias em suas várias esferas (municipal, estadual e federal). Assim, entender-se-á melhor a viabilidade do projeto;

iii) Percepção dos agentes envolvidos no processo e seu papel: turistas, pesquisadores, gestores públicos e empresários. Com vias ao desenvolvimento de uma atividade turística industrial que se sustente, há a necessidade de reconhecimento do perfil do turista que visita o município<sup>8</sup>, suas relações, avaliações e perspectivas de visita; análise SWOT<sup>9</sup> para identificação dos pontos fortes e fracos, assim como as ameaças e oportunidades que o município tem para desenvolver o turismo industrial; utilização de *benchmarkings*<sup>10</sup>, e que possam servir de exemplo para os empresários conhecerem e seguirem.

iv) Reunião entre os personagens envolvidos: setor de turismo, na forma da secretária municipal de turismo e a Empresa Paraibana de Turismo (PBTur), o órgão estadual; Prefeitura Municipal; pesquisadores da área universitária e de institutos federais; corpo técnico e administrativo da empresa, assim como entidades associadas à atividade industrial, como a Câmara de Comércio, Indústria e Serviços, entre outras, de modo a ser apresentado o projeto e suas benesses.

Uma vez interessada em participar do fluxo turístico industrial, é necessário o envolvimento de professores de universidades ou entidades públicas, como o Serviço Social da Indústria (SESI), ministrando palestras e minicursos para ensinar aqueles que diretamente participariam da atividade na fábrica, assim como esta teria que se adaptar a mudança de clientela que agora passaria a fazer parte dos meandros físicos da empresa, com uma preocupação extra no item 'segurança'. Abrir as portas aos turistas significa se adequar a uma nova realidade, e investimentos, com seus custos, são inerentes a este processo; entretanto, visibilidade e transparência são consequências imediatas de tal ação, e o potencial que o sítio possui para o turismo industrial é indiscutível.

Posteriormente, inicia a fase de divulgação das ações, com a “adesão às redes e roteiros nacionais e internacionais; promoção dos produtos e roteiros do Turismo Industrial; disponibilização universal, através da *web* de conteúdos [...] sobre a área; criação de infraestruturas que disponibilizem acesso ao conhecimento da perspectiva histórica e patrimonial, mas também de contacto com a realidade presente e ainda de prospecção sobre o futuro (centro interpretativo, museu...)” (BRITO, *op. cit.*, p. 137).

---

<sup>8</sup> Entre os dias 26 de dezembro de 2013 e 15 de janeiro de 2014, o Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba (IFEPE) entrevistou 602 turistas no Aeroporto Internacional Castro Pinto, em Bayeux, e na Estação Rodoviária, na Capital, no ato de seu desembarque ou embarque, assim como presentes em diversos pontos turísticos da Região Metropolitana de João Pessoa (RMJP), com o intuito de conhecer o perfil deste turista, sua relação com o município, assim como sua percepção acerca dos recursos turísticos envolvidos destacando-se os aspectos positivos e negativos.

<sup>9</sup> Acrônimo para designar Força (S), Fraqueza (W), Oportunidades (O) e Ameaças (T) que um determinado cenário apresenta para uma determinada atividade econômica, cuja análise serve como gestão e planejamento estratégico de corporações e empresas.

<sup>10</sup> Consiste no processo de busca de exemplos de melhores práticas, através da comparação sistemática, numa determinada indústria e que conduzem ao desempenho superior. No caso do turismo industrial, pode-se citar como exemplos as fábricas automobilísticas da Toyota (Japão) e Fiat (Itália).

Uma vez consolidada a atividade turística industrial no município, a monitorização do desenvolvimento desta atividade por parte de uma avaliação contínua executada pelas instituições competentes visa dar sustentabilidade ao projeto a um prazo maior, pensando-se em inseri-lo numa rede integrada de turismo.

Num cenário de alta potencialidade, a fábrica CIMPOR desponta como o embrião de um projeto de diversificação turística no município de João Pessoa, até então centrada em Sol e Mar, que pode se disseminar para outras estruturas empresariais, promovendo a disseminação de conhecimento sobre a indústria, em si, mas também de um patrimônio natural e histórico que faz parte do corpo produtivo. Desse modo, tal atividade é benéfica para a população, através da geração de empregos diretos e indiretos e para a empresa, melhorando sua visibilidade para a sociedade e para a cidade, com o aumento do fluxo de turistas que a atividade pode acarretar.

## CONCLUSÃO

João Pessoa possui um perfil turístico voltado para a 'praia e sol' e seu patrimônio histórico está entre os mais antigos do Brasil, possuindo uma infraestrutura consolidada. A implementação do turismo industrial é uma alternativa para diversificar a oferta turística à cidade, trazendo benefícios tanto para a comunidade quanto para a própria empresa. Esta nova atividade tem o papel de qualificar a atual estrutura física da fábrica de cimentos CIMPOR, que possui potencial para tal atividade, uma vez que possui um processo de extração de calcário através de maquinaria pesada, tecnologia de transformação do calcário em cimento e um diferencial: a presença, em seu terreno, de um sítio arqueológico datado dos primórdios da fundação da cidade, que serve também como um recanto ecológico e um refúgio natural.

Ao se adequar o modelo europeu, exitoso em suas propostas, à realidade de João Pessoa, através de um planejamento que incentive a cooperação técnica entre o poder público, a comunidade e a gestão da empresa, o turismo industrial, ainda não promovido no município, tenderá a trazer benefícios para os envolvidos, como um complemento a uma atividade alicerçada, atualmente, no turismo de sol e mar, cujo fluxo se mantém inferior quando comparado às capitais vizinhas.

## REFERÊNCIAS

BRITO, M. M. Turismo industrial: preservação da memória, descoberta do presente e projeção do futuro. Complexo industrial e portuário de Sines e da cidade industrial de Santo André. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n. 1, pp. 135-138, 2012.

BURNS, P. M. Tourism Planning – A Third Way? **Annals of Tourism Research**, v. 30, n. 1, pp. 24-43, 2004.

FREW, E.A. **Industrial tourism**: a conceptual and empirical analysis. PhD Thesis, Victoria University, 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

LI, L., SOYEZ, D. Industrial tourism destination management in Germany: A critical appraisal of representation practices. **Community Tourism and Border Tourism**, edited by BAO Jigang, XU Honggang and Alan Lew. Beijing: China Travel Publisher, p. 408-29, 2006.

MADER, T. **Produzierende Betriebe als toeristische Attraktionen in Ruhrgebiet**. Grundlagen Erscheinungsformen, Probleme. Magisterarbeit, Henrich-Heine Universität Düsseldorf, Hambrg: Diplomica, 2003.

MINAYO, M. C. S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

MOURA, N. Araucária (Paraná, Brasil): um território para o turismo industrial. **Revista Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 3, n. 2, pp. 220-235. 2010.

OLIVEIRA, M. L. A utilização do patrimônio industrial como fator dinamizador do Sul Catarinense - Brasil. **Revista Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 5, n. 1, pp. 164-182, 2012.

OTGAAR, A. **Industrial Tourism: Where the Public meets the Private**. 2010. Tese (Doutorado em Turismo) - Erasmus University Rotterdam, Rotterdam: ERIM, 2010.

OTGAAR, A., BERG, L. van den, BERGER, C. & XIANG FENG, R. **Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise**. Euricur Series, Aldershot: Ashgate, 2010.

PAVOLOVÁ, H., KYSELOVÁ, K., BAKALÁR, T. Brownfields as a tool for support of Destination Tourism development. **Acta Geoturistica**, v. 3, n. 1, pp. 26-30, 2012.

PEREIRA, L. S. **Geografia Regional para o ENEM**. Ed. João Pessoa, 2013, 351 p.

SIMONSEN, L. R. **A study of industrial plant tours as important tourists attractions**. PhD thesis, Texas, A&M University, 1974.

SOYEZ, D. Kulturtourismus in Industriellandschaften. In: Becjker, C. & Steinecke, A. (eds.). **Kulturtourismus in Europa: Wachstum ohne Grenzen**, ETI- Studien, 2, Trier, p. 40-63, 1993.

### Sites acessados

BENI, M. C. Como certificar o Turismo Sustentável? *Revista Espaço Acadêmico*, n. 37, 2004. Disponível no site <http://www.espacoacademico.com.br>. Acesso em 30 outubro 2015.

IBGE- Instituto Brasileiro de geografia e Estatística. *Censo 2010*. Disponível no site [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 12 maio 2015.

IFEP- Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba. Disponível em [www.fecomercio-pb.com.br/index](http://www.fecomercio-pb.com.br/index). Acesso em 24 abril 2015.

GOVERNO DA PARAÍBA. Disponível em <http://www.paraiba.pb.gov.br/>. Acesso em 28 abril 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario>. Acesso em 24 abril 2015.

PARLAMENTO DA PARAÍBA. Disponível em <http://www.parlamentopb.com.br/Noticias/?oficina-escola-conclui-restauracao-na-fazenda-da-graca--17.05.2011>. Acesso em 15 maio 2015.

### **Agradecimentos**

Este trabalho é resultado de uma bolsa de estudos de Doutorado Pleno em Geografia, na Universidade de Coimbra, financiada pela CAPES/ CSF (projeto nº 11988/13-4). Os autores agradecem também aos revisores, pelas valiosas dicas para melhoria deste trabalho.

Artigo submetido em: 31/05/2015

Aceito para publicação em: 07/02/2016

Publicado em: 27/02/2016