

## **O CLIMA COMO FATOR DE INFLUENCIA SOB O TURISMO DE TERESINA-PI**

**Bruna de Freitas IWATA (1); Kelsilândia Aguiar MARTINS (2); Natália Fontenelle  
BATISTA (3); Marcos Antônio de Castro Marques TEIXEIRA (4)**

(1) Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí (CEFET-PI), Praça da Liberdade, 1597, Centro, Cep: 64000-040,  
e-mail: [brunaiwata@hotmail.com](mailto:brunaiwata@hotmail.com)

(2) Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí (CEFET-PI), e-mail: [kel-001@hotmail.com](mailto:kel-001@hotmail.com)

(3) Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí (CEFET-PI), e-mail: [natynhafb@hotmail.com](mailto:natynhafb@hotmail.com)

(4) Centro Federal de Educação Tecnológica do Piauí (CEFET-PI), e-mail: [macquete@oi.com.br](mailto:macquete@oi.com.br)

### **RESUMO**

O turismo é um fator importante para o desenvolvimento de qualquer região. O Piauí possui um potencial turístico muito diversificado e atraente. São as principais atrações turísticas do Piauí: o artesanato, as belezas naturais, o folclore, dentre outras. Sendo que nessas atrações destacam-se as belezas da capital do Estado, com suas particularidades. O objetivo deste trabalho é avaliar o clima como fator determinante na atração ou repulsão de turistas na cidade de Teresina. A metodologia adotada foi a revisão de literatura atualizada da área, tendo como principal fonte o artigo realizado no ano de 2002 pela CARTA CEPRO. A Fundação CEPRO - Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí publica semestralmente uma carta (CARTA CEPRO) com o objetivo de apresentar a sociedade piauiense, amplas e variadas informações no campo das pesquisas, além de oferecer à comunidade científica a possibilidade de participar com seus artigos. O trabalho foi realizado através da aplicação direta de questionários. Constatou-se que embora o clima da cidade seja característico por apresentar temperaturas elevadas na maior parte do ano, esta característica não foi interpretada pelos mesmos, como fator de repulsão com relação à cidade, verbalizado muitas vezes esse sentimento de forma divertida e carinhosa.

**Palavras-chave:** Clima – Influência; Turistas – Teresina; Negócios – Turismo

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo é um fator importante para o desenvolvimento de qualquer região. O Piauí possui um potencial turístico muito diversificado e atraente, o que o torna bastante privilegiada assim como todas as regiões do país. Para cuidar dos assuntos relacionados ao turismo, foi criada uma entidade, a PIEMTUR (Empresa piauiense de Turismo), vinculada à secretaria de indústria e comércio.

São as principais atrações turísticas do Piauí: o artesanato, as belezas naturais, o folclore, dentre outras. Sendo que nessas atrações destacam-se as belezas da capital do Estado, com suas particularidades e valores ímpares. Com temperaturas bastante elevadas Teresina já deixa então desta forma, uma das suas características mais evidentes, o seu clima. Este item é de grande relevância na análise de qualquer parâmetro da cidade, seja ele econômico social enfim o clima é um fator de imensa representação para a cidade.

A cidade de Teresina é a capital do estado do Piauí, localizada no norte do estado. Possui uma latitude de 05°05'12"S e uma longitude de 42°48'42"W, segundo o censo realizado no ano 2000 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui uma população de 715.360 habitantes. Apresenta um clima tropical megatérmico, úmido e frio no inverno (dezembro a maio), quente e abafado de setembro a dezembro e de junho a agosto é seco e ameno com noites relativamente frias. (BASTOS, 2000). Atentando para este fato, neste trabalho será feito à relação entre este fator tão importante, que é o turismo, e um dos fatores mais marcante da cidade de Teresina, o clima.

Segundo ANDRADE (2000) o calor corresponde a um elemento marcante na vida da cidade de Teresina. A forma como é representado dá-se de maneira especial e espontânea na vida de seus moradores e dos que a visitam. O calor sentido e vivido é talvez, uma das principais marcas do povo teresinense.

O objetivo do presente trabalho consiste em avaliar o clima como fator determinante na atração ou repulsão de turistas na cidade de Teresina. Pretende-se demonstrar até que ponto o fator clima pode ser influenciável na presença dos turistas na cidade e demonstrar que atrativos a cidade possui.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

O turismo nasce da necessidade do cidadão urbano em criar alternativas de relaxamento diante da pressão diária que sofre na cidade. Tais alternativas foram conquistadas sobre leis trabalhistas de onde o trabalhador dispõe de férias para descansar de tal pressão. As viagens programadas começam a despontar para facilitar e economizar tempo para estes cidadãos, e tais programações são projetados e direcionados ao turismo de massa. Portanto, é na cidade que o turismo é elaborado devido a sofisticação dos serviços para sua realização, serviços esses baseados na comunicação envolvendo áudio, visual e audiovisual.

Atividade exclusivamente urbana é das cidades que se obtêm as informações, o planejamento e o início do turismo para qualquer lugar, inclusive o mais remoto do planeta, denominando esta atividade de cidade emissora. BENEVIDES (1998) cita que a produção e a veiculação superdimensionada de paisagens construídas e herdadas, valores e hábitos de convivência significativamente diferenciados daqueles realçados nos territórios preponderantemente de trabalho, idealmente tipificados nas grandes metrópoles, onde justamente reside a grande massa daqueles potenciais turistas, consumidores destas imagens.

O turismo urbano encontra apoio na organização política e econômica do país, e seu caráter revitalizador esta na função recreativa e cultural com suas diversas expressões: espetáculos, exposições, meios de comunicação e entretenimento. A cidade põe a disposição todo o seu acervo de elementos acumulados ao longo de sua história, transmitindo uma imagem própria e realizando as atividades a ela vinculadas.

BERTONCELLO apud RODRIGUES (1996) diz que a imagem da cidade se transforma em veículo que apóia e legitima as atividades de consumo, portanto a recuperação de equipamentos de infra-estrutura urbana carregado de valores culturais é uma estratégia de apropriação dos valores sociais e de venda. Até o presente momento, o interesse dos geógrafos brasileiros por esse tema tem sido quase sempre, provocado por sua participação em estudo específico destinado ao planejamento (Rodrigues: 1997 p 132).

Segundo LIMA (2001), os principais atrativos da cidade de Teresina são:

Casa da Cultura, Centro Artesanal Mestre Dezinho, Palácio da Cidade, Palácio de Karnak, Igreja da Amparo, Mercado Velho, Igreja São Benedito, Centro de Convenções, Praça Marechal Deodoro, Praça Saraiva, Praça Pedro II, Praça Rio Branco, Museu do Piauí, Parque Zoobotânico, Parque da Cidade, Parque Poticabana e o Palácio Petrônio Portela. No entanto, além desses atrativos físicos e culturais, Teresina detém de atrativos como saúde, comércio, serviços que são referenciais em toda a região, e que servem de atrativo para a capital.

### 3. METODOLOGIA

A metodologia adotada para este trabalho foi à revisão de literatura atualizada da área de pesquisa, utilizando como principal fonte de pesquisa o artigo realizado no ano de 2002 pela CARTA CEPRO. A Fundação CEPRO - Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí publica semestralmente uma carta (CARTA CEPRO) com o objetivo de apresentar a sociedade piauiense amplas e variadas informações no campo das pesquisas, além de oferecer à comunidade científica a possibilidade de participar com seus artigos.

### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A revisão de literatura apresentou dados das pesquisas realizadas diretamente com a população. Provindos das pesquisas diretas foram obtidos dados sobre o perfil do turista que visita a cidade de Teresina, suas motivações, etc. Através destas pesquisas também foi possível à análise da relação entre o clima e o turismo da cidade.

**Tabela 1 – Procedência dos Turistas em Teresina (%)**

<i>PROCEDÊNCIA</i>	<i>JANEIRO</i>	<i>JULHO</i>	<i>VARIAÇÃO</i>
Brasil	99,8	97,3	-2,5
Exterior	0,2	2,7	1.350,00
TOTAL	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	-

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

Observa-se que embora haja uma grande presença de turistas provenientes outros países na cidade, este número ainda é baixo comparado aos turistas brasileiros.

**Tabela 2 – Procedência dos Turistas Nacionais Por Estado (%)**

<i>PROCEDÊNCIA</i>	<i>JANEIRO</i>	<i>JULHO</i>
Piauí	28,1	23,0
Ceará	11,3	9,5
Maranhão	10,9	10,9
Distrito Federal	10,3	10,9
São Paulo	8,3	13,9
Pernambuco	6,7	9,2
Rio de Janeiro	5,6	3,5
Pará	3,0	3,8
Bahia	2,1	1,7

<b>Outros</b>	13,7	13,6
---------------	------	------

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

Observa-se maior presença de turistas do próprio estado do Piauí, seguido pelo Ceará, Maranhão e Distrito Federal.

**Tabela 3 – Perfil dos Turistas Entrevistados – Aspectos Pessoais (%)**

<i><b>SEXO</b></i>	<i><b>JANEIRO</b></i>	<i><b>JULHO</b></i>
Masculino	80,8	80,8
<b>Feminino</b>	19,2	19,2

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

**Tabela 4 – Perfil dos Turistas Entrevistados – Aspectos Pessoais (%)**

<i><b>NÍVEL DE ESCOLARIDADE</b></i>	<i><b>JANEIRO</b></i>	<i><b>JULHO</b></i>
Ensino Fundamental	9,1	5,7
Ensino Médio	16,9	18,2
Ensino Técnico	2,1	3,0
Ensino Superior	66,1	69,3
<b>Outros</b>	5,8	3,8

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

**Tabela 5 – Perfil dos Turistas Entrevistados – Aspectos Pessoais (%)**

<i><b>FÁXIA ETÁRIA</b></i>	<i><b>JANEIRO</b></i>	<i><b>JULHO</b></i>
Abaixo de 18 anos	0,8	0,4
18 a 25 anos	6,1	6,8
26 a 35 anos	30,2	28,2
36 a 50 anos	48,6	45,9
51 a 65 anos	13,1	14,3
<b>Acima de 65 anos</b>	1,2	4,5

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

Observa-se uma predominância de turistas do sexo masculino, com uma faixa etária em torno de 25 a 50 anos e com predominância de pessoas portadoras de elevado nível de escolaridade.

**Tabela 6 – Motivação Para a Viagem (%)**

<i>ASPECTOS</i>	<i>JANEIRO</i>	<i>JULHO</i>
Congresso	2,0	1,5
Negócios	69,0	68,1
Passeio	4,0	6,8
Religião	0,0	0,0
Saúde	9,0	7,6
Visita a Parentes	5,0	6,5
Outros	11,0	9,8
TOTAL	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

Através dos dados acima se observa a enorme predominância da motivação com finalidades de negócios que os turistas se deslocam para a cidade de Teresina. A outra maior frequência dentre as motivações evidenciadas diz respeito a tratamento de saúde, porém numa referência percentual bastante distanciada da situação de interesse já referida.

Isto caracteriza nessa cidade o chamado turismo de negócio, pois é atipicamente classificado, por não caracterizar-se como turismo de passeio.

**Tabela 7 – Atrativos da Viagem – Motivo do Passeio (%)**

<i>ATRATIVO</i>	<i>JANEIRO</i>	<i>JULHO</i>
Atrativos Naturais	77,8	16,3
Patrimônio Histórico	-	-
Compras	11,1	-
Manifestações Populares	-	-
Outros	11,1	81,4
TOTAL	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

Observando-se o contingente de turistas que estiveram em Teresina nesses períodos analisados, motivados pela realização de passeios, desejo de conhecer os atrativos que a cidade oferece, fizeram-no preferencialmente motivados pelos atrativos naturais que a cidade possui.

**Tabela 8 – Taxa de Retorno de Turistas à Teresina (%)**

<i><b>VISITA À TERESINA - ESPECIFICAÇÃO</b></i>	<i><b>JANEIRO</b></i>	<i><b>JULHO</b></i>
Primeira Vez	20,0	24,8
Mais de Uma Vez	80,0	75,2
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

**Tabela 9 – Taxa de Retorno de Turistas à Teresina (%)**

<i><b>PRETENDE VOLTAR À TERESINA?</b></i>	<i><b>JANEIRO</b></i>	<i><b>JULHO</b></i>
Sim	95,4	97,7
Não	4,6	2,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

A possibilidade de retorno do turista a Teresina é determinada por situações diversas, dentre as quais, a condição de se posicionar como centro de referência de Medicina na região e de modo mais substancial a vocação para o turismo de negócios, haja vista que esta atividade se realiza através de constantes deslocamentos, numa ocorrência de retorno até três vezes em um único mês, sem deixar de levar em consideração, também as visitas anuais que são feitas pelos piauienses que estudam fora a seus familiares aqui residentes.

**Tabela 10 – Aspectos Positivos Apontados Pelos Turistas (%)**

<i><b>ASPECTOS</b></i>	<i><b>JANEIRO</b></i>	<i><b>JULHO</b></i>
Condições Ambientais	5,5	6,7
Infra-Estrutura Urbana	15,7	13,4
Infra-Estrutura Turística	11,4	14,7
Educação, Informação e Comunicação	28,3	35,6
Comércio e Serviços	24,6	23,2
Outros	14,4	6,4
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

Observa-se por parte dos turistas que visitam a cidade com interesse de passeio o grande interesse pelos atrativos naturais que a cidade possui. Além dos recursos naturais, um dos pontos que mais promove o retorno dos que visita a cidade é a hospitalidade do teresinense, existindo um relacionamento bastante agradável.

**Tabela 11 – Aspectos Negativos Apontados Pelos Turistas (%)**

<i>ASPECTOS</i>	<i>JANEIRO</i>	<i>JULHO</i>
Condições Ambientais	43,9	36,3
Infra-Estrutura Urbana	26,6	27,0
Infra-Estrutura Turística	8,1	4,0
Educação, Informação e Comunicação	6,0	10,4
Comércio e Serviços	4,1	8,0
Outros	11,3	14,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Fonte:* Pesquisa Direta CEPRO – jan-jul / 2002

Com relação aos aspectos negativos, que se revela como o principal fator avaliado no presente trabalho, percebe-se que o clima quente constitui-se num dos fatores de maior desaprovação (condições ambientais) chama-se, portanto, a atenção para o fato de que esse posicionamento em relação ao clima, na maioria das vezes, é verbalizado de modo divertido e até carinhoso, principalmente pelos turistas piauienses, acrescido daqueles que já estabeleceram laços de afetividade com a cidade em decorrência dos constantes deslocamentos para a realização de negócios, sendo esse o maior motivo do turismo da cidade.

Além da desaprovação do clima da cidade o turista apontou com pontos negativos a infra-estrutura urbana local, com relação a itens como segurança pública, estrutura física do aeroporto, falta de saneamento e de limpeza. Foi apontada também pelos visitantes a deficiência de infra-estrutura turística, como informações aos visitantes, poucas opções de lazer disponibilizadas.

A cidade de Teresina possui enormes contingentes de turistas, motivados pelas mais diversas causas como negócios, no qual caracterizou o turismo da cidade, tratamentos de saúde, sendo a cidade um centro de referência para toda a região, lazer, já que a cidade recursos naturais ímpares. Ao que se pode sintetizar que Teresina é uma cidade potencialmente turística e que tem muito a oferecer aos que na cidade chegam.

O clima da cidade apresenta-se de forma intensa, com temperaturas elevadas na maior parte do ano, porém não é fator de influência na repulsão dos turistas que vêm a cidade, pois mesmo com enormes médias térmicas Teresina possui valores que só podem ser nela encontrados, dentre eles a hospitalidade do povo teresinense, o verdadeiro calor humano, que se sobrepõe a condição climática.

## **5. CONCLUSÕES**

Aspectos abordados permitiram-nos constatar que o clima apesar de ser apontado como sendo o principal negativo pelos turistas (43,9%), não é um fator de repulsão aos mesmos, sendo que a visão do clima chega a ser abordada verbalmente pelos turistas de forma divertida e carinhosa.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ANDRADE, de Carlos S.P. **Representações do calor em Teresina –PI**. Recife, 2000. Trabalho realizado como requisito para conclusão de mestrado em ciências geográficas pela Universidade Federal de Pernambuco.

BASTOS, Cláudio. **Dicionário histórico e geográfico do estado do Piauí**. Fundação cultural Monsenhor Chaves; Teresina, 1994.

CEPRO. **Carta CEPRO**, Teresina, Fundação CEPRO-V. 22- Tersina, jul./dez, 2003.

FILHO, Tito. **Teresina meu amor**. COMEPI, 4º ed. Teresina, 2002.

RODRIGUES, Joselina. 1.p. **Estudos Regionais do Piauí**. Haley S/A; 2ºED, Teresina, 2001.