UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA HUMANA

THAIS ZUCHETO DE MENEZES

**Cruzeiros de Luxo no Rio Amazonas:
da regulação ao uso corporativo do território**

Versão corrigida

São Paulo

2017

THAIS ZUCHETO DE MENEZES

**Cruzeiros de Luxo no Rio Amazonas:
da regulação ao uso corporativo do território**

Dissertação apresentada ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Área de Concentração: Geografia Humana

Orientadora: Profa. Dra. Rita de Cássia Ariza da Cruz

Versão corrigida

São Paulo

2017

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

M541c Menezes, Thais Zucheto de
Cruzeiros de Luxo no Rio Amazonas: da regulação ao
uso corporativo do território / Thais Zucheto de
Menezes ; orientadora Rita de Cássia Ariza da Cruz. -
São Paulo, 2017.
171 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da Universidade de São
Paulo. Departamento de Geografia. Área de
concentração: Geografia Humana.

1. Cruzeiros fluviais. 2. Cruzeiros marítimos. 3.
Cruzeiros de luxo. 4. Rio Amazonas. I. Cruz, Rita de
Cássia Ariza da, orient. II. Título.

Nome: MENEZES, Thais Zucheto de.

Título: Cruzeiros de Luxo no Rio Amazonas: da regulação ao uso corporativo do território.

Dissertação apresentada à Faculdade Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Agradecimentos

No início da jornada a professora Rita já dizia a seus orientandos que o trabalho de um pós-graduando é solitário. Hoje, ao olhar todo o trajeto percorrido, concordo que o trabalho intelectual é extremamente solitário, mas sem o apoio de algumas pessoas seria impossível concluir este trajeto.

Agradeço à professora Maria Mónica Arroyo, por me incentivar a estudar a temática dos cruzeiros e a desenvolver um projeto para o Mestrado.

Sou imensamente grata à professora Rita de Cássia Ariza da Cruz, que esteve sempre presente e foi muito mais do que uma orientadora. Possuo uma enorme admiração por minha orientadora, sentimento comum a todos seus orientandos.

Agradeço a todos colegas da pós-graduação: Savanna, Mariana, Gilberto, Léa, Eduardo, Ana Carolina, José e Isabela. Nossos encontros mensais sempre tiveram ótimos resultados, renovando os ânimos e possibilitando dividir as dúvidas, as angústias e as alegrias de todo caminho percorrido.

A realização do trabalho de campo, durante os meses de setembro e outubro de 2016, me presenteou com pessoas maravilhosas e que sem elas o trabalho não seria possível.

Agradeço à professora Cristiane Barroncas Maciel Costa Novo e a seu marido Jorge Procópio da Costa Novo, que me receberam em Manaus com muito carinho e me auxiliaram em todas as questões logísticas na cidade.

Sou grata ao professor João D'Anuzio Menezes de Azevedo Filho que me recebeu em Parintins, me auxiliou no trabalho de campo e com material bibliográfico. Agradeço aos professores José Camilo Ramos de Souza e Virgílio Bandeira do Nascimento Filho que também auxiliaram no trabalho de campo.

Em Santarém fui recebida por Ana Claudia Tourão do Nascimento e Giovane Paz do Nascimento, irmão e cunhada do professor Virgílio. Recebi um tratamento espetacular, como se fosse uma pessoa da família e sou imensamente grata por toda ajuda. Além de toda receptividade, ainda me apresentaram um dos lugares mais bonitos que já conheci, Alter do Chão. Agradeço à professora Erbená Costa e à Elcivânia de Oliveira Barreto, por me ajudarem com informações sobre Santarém.

Tive a coincidência de estar em Belém realizando o trabalho de campo no mesmo período do Círio de Nazaré. Estar em Belém nestes dias que antecederam o Círio e acompanhar as festividades de perto foi algo marcante e transformador.

Agradeço imensamente ao professor Saint-Clair Cordeiro da Trindade Júnior, à professora Maria Goretti da Costa Tavares e ao Murilo Rocha pelos momentos compartilhados.

Jamais me esquecerei de toda essa ajuda que recebi de pessoas que, apesar de não me conhecerem, foram tão atenciosas, prestativas, cordiais e amáveis. Me sinto uma pessoa de sorte por ser agraciada desta maneira.

Aos meus pais e meus irmãos que me apoiaram, foram solidários em todos os momentos e que são o alicerce de minha vida.

Aos meus amigos e minha família do Ilê Axé Ojuomiarô - Ilha Amarela, que compreenderam minha ausência e que sempre me apoiaram.

Aos amigos que dividiram meu cotidiano e acompanharam o progresso desta pesquisa, Ione Novoa Jezler, Andrea Prado Lima, Décio Freire, Patrícia Barbosa, Camila Suzart.

A meu noivo, Santiago, que esteve presente em toda a trajetória. Me acompanhou com muita paciência nos momentos de dúvidas, de inseguranças, de alegrias, comemorou comigo cada etapa superada e sempre me apoiou incondicionalmente.

O homem e o rio são os dois mais ativos agentes da Geografia Humana da Amazônia. O rio enchendo a vida do homem de motivações psicológicas, o rio imprimindo à sociedade rumos e tendências, criando tipos característicos na vida regional.

*Leandro Tocantins
O Rio Comanda a Vida, p.280, 1973.*

RESUMO

MENEZES, Thais Zucheto de. Cruzeiros de Luxo no Rio Amazonas: da regulação ao uso corporativo do território. 2017. 176 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2017.

O objetivo do presente trabalho é analisar os cruzeiros fluviais de luxo que navegam no rio Amazonas, considerando as bases normativas relacionadas à sua atuação em território brasileiro, assim como o uso corporativo que fazem do território. Para tanto, as localidades de Macapá, Belém, Santarém, Alter do Chão, Boca da Valéria, Parintins e Manaus constituíram bases empíricas da análise, pois se tratam dos locais onde os referidos cruzeiros realizam paradas ao longo do rio. Como procedimento metodológico foi realizado levantamento bibliográfico de fontes secundárias e a realização de um trabalho de campo por todas as localidades acima citadas. Devido ao objeto de estudo ser os cruzeiros de luxo, foi realizado um levantamento de informações sobre o mercado de luxo, pois o setor de cruzeiros é segmentado, a exemplo da atuação do mercado de luxo. Após este levantamento de informações foi realizada a análise da navegação dos cruzeiros fluviais de luxo no rio Amazonas, envolvendo as empresas de cruzeiro, as entidades portuárias e as secretarias estaduais de turismo. Buscamos demonstrar como ocorre a divisão do trabalho no espaço e a atuação das empresas de cruzeiros fluviais de luxo que operam no local. Ao atuarem de forma cooperativa entre si, são produzidas redes de conexão no território que as unem numa lógica particular. A divisão territorial de uma empresa é manifestada no território à medida que ela constitui sua base territorial de existência e o território passa a ser ocupado de acordo com lógicas escalares diversas (global, nacional e intra-urbano). A privatização do território a partir do relacionamento entre as empresas ocorre com a utilização de recursos públicos, possibilitada pelos sistemas de engenharia presentes. Constatamos que ocorre a oligopolização e o uso corporativo do rio Amazonas, principalmente nos locais de paradas dos navios. As empresas atuam de forma sazonal, identificada na forma de temporadas. Esta sazonalidade está ligada às estratégias corporativas que analisam a oferta de cruzeiros, a demanda de turistas, os custos logísticos e o tamanho dos navios, que devem atender às especificações técnicas dos portos e locais por onde trafegam. Além disso, as empresas promovem uma circulação seletiva, demandam melhorias nas infraestruturas portuárias e a seletividade das localidades por onde atuam.

Palavras chave: Cruzeiros fluviais. Cruzeiros marítimos. Cruzeiros de luxo. Rio Amazonas.

ABSTRACT

MENEZES, Thais Zucheto de. Cruzeiros de Luxo no Rio Amazonas: da regulação ao uso corporativo do território. 2017. 176 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2017.

The purpose of the present work is to analyze the luxury river cruises that navigate the Amazon River, considering the normative bases related to its performances in the Brazilian territory, as well as the corporate use they make of the territory. For this purpose, the locations of Macapá, Belém, Santarém, Alter do Chão, Boca de Valéria, Parintins and Manaus were empirical bases of the analysis, since they are the places where the mentioned cruises stop along the Amazon River. As a methodological procedure a bibliographic survey of secondary sources and a fieldwork was carried out by all the aforementioned localities. In this fieldwork, researches were carried out in universities and in public and private organizations with direct or indirect relation with the luxury river cruises in the region. Due to the object of study being the luxury cruises, a survey of information about the luxury market was also carried out, as the cruise sector is segmented, like the luxury market. After this survey, the analysis of the navigation of the luxury river cruises in the Amazon River was carried out, involving cruise companies, port entities and state tourist offices. We sought to demonstrate how the division of labor and the performance of luxury river cruise companies in the Amazon River occur. By working cooperatively with one another, connection networks are produced in the territory that unites them in a particular logic. The company's territorial division is stated as it constitutes its territorial base of existence and the territory starts to be occupied according to diverse scalar logics (global, national and intra-urban). The privatization of the territory from the relationship between the companies occurs with the use of public resources, made possible by the present engineering systems. We have observed that the formation of an oligopoly and the corporate use of the Amazon River occur, especially in the places where the ships stop. The companies act in a seasonal way, identified in the form of seasons. This seasonality is linked to corporate strategies that analyze cruises, tourist demand, logistics costs and the size of ships, which must meet the technical specifications of the ports and places they travel. In addition, the companies promote a selective circulation, demand improvements in the port infrastructures and the selectivity of the localities where they operate.

Keywords: River cruises. Sea cruises. Luxury cruises. Amazon river.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 – Principais hidrovias do Brasil.....	23
Figura 1.2 – Anúncio do jornal A Tribuna de Santos, do dia 13 de julho de 1937 com informações sobre a excursão promovida pela Exprinter.....	34
Figura 1.3 – Organograma da Carnival Corporation e seus segmentos e marcas.....	52
Figura 1.4 – Organograma da Royal Caribbean Line e seus segmentos e marcas.....	57
Figura 1.5 – Organização da Norwegian Cruise Line.....	61
Figura 1.6 – Principais países de origem dos cruzeiristas no mundo – 2015.....	69
Figura 1.7 – Concentração global dos portos de destino e embarque – 2012.....	70
Figura 1-8 – Principais portos brasileiros por número de escalas de navios de cabotagem.....	72
Figura 1.9 – Número de navios.....	73
Figura 1.10 – Número de cruzeiristas.....	73
Figura 1.11 – Número de Cruzeiristas por navio.....	74
Figura 2.1 – Mercado mundial de bens de luxo pessoais, por região e nacionalidade do consumidor em 2014.....	83
Figura 2.2 - Mercados Globais de Bens De Luxo, de acordo com Bain & Company – 2016, em bilhões de Euros.....	84
Figura 2.3 - Segmentos de produto e capacidade total.....	92
Figura 2.4 - Distribuição global dos cruzeiros por segmento – 2010.....	93
Figura 2.5 – Passageiros por região de embarque – 2012.....	102
Figura 2.6 – Relação de passageiros por itinerários – 2012.....	102
Figura 3.1 – Exemplo de barco regional de recreio.....	109
Figura 3.2 – Exemplo de lancha a jato.....	109
Figura 3.3 – Embarcação <i>MV Amazon Clipper</i>	110
Figura 4.4 – Embarcação <i>MV Premium</i>	110
Figura 3.5 – Iberostar Grand Amazon.....	110

Figura 3.6 – Embarcação Jacaré-Açu.....	110
Figura 3.7 - Quantidade anual de turistas que visitaram o Amazonas de 2003 a 2014.....	111
Figura 3.8 – Quantidade anual de turistas, distribuídos por segmentos, de 2003 a 2014.....	112
Figura 3.9 – Quantidade anual de turistas residentes no Brasil que visitaram o Amazonas de 2003 a 2014.....	113
Figura 3.10 – Quantidade anual de turistas residentes no exterior que visitaram o Amazonas de 2003 a 2014.....	113
Figura 3.11 – Fluxo de estrangeiros emitidos para o Amazonas por continente em 2014.....	114
Figura 3.12 – Quantidade anual de turistas que visitaram o Amazonas nas temporadas de cruzeiros marítimos, de 2003 a 2014.....	115
Figura 3.13 – Quantidade de navios de cruzeiros, nas temporadas de cruzeiros marítimos, de 2003 a 2014.....	115
Figura 3.14 – Quantidade total de passageiros que efetuaram descida do navio por localidade, nas temporadas de 2013/2014 a 2015/2016.....	116
Figura 3.15 – Origem dos passageiros que desembarcaram, por localidade, nas temporadas de 2013/2014 a 2015/2016.....	117
Figura 3.16 – Porto de Manaus – AM.....	132
Figura 3.17 – Pátio no Porto de Manaus – AM.....	132
Figura 3.18 – Teatro Amazonas, Manaus – AM.....	132
Figura 3.19 – Encontro das águas do rio Negro com o rio Solimões.....	132
Figura 3.20 – Bumbódramo, Parintins – PA.....	135
Figura 3.21 – Terminal Hidroviário de Parintins – PA.....	135
Figura 3.22 – Terminal Hidroviário de Parintins – PA.....	135
Figura 3.23 – Estacionamento do Terminal Hidroviário de Parintins – PA.....	135
Figura 3.24 – Centro de Convenções da empresa Turispar, Parintins – PA.....	135
Figura 3.25 – Mapa da Boca da Valéria.....	136
Figura 3.26 - Transatlântico em frente da Serra à Valéria.....	138

Figura 3.27 – Vista da Serra da Valéria.....	139
Figura 3.28 – Entrada da Boca da Valéria.....	139
Figura 3.29 – Vista da comunidade São Paulo.....	139
Figura 3.30 – Estrutura para a venda de artesanato e residência do Sr. Antônio na comunidade São Paulo.....	139
Figura 3.31 – Estrutura para embarque e desembarque dos barcos na comunidade São Paulo.....	139
Figura 3.32 – Casa do Sr. Raimundo Gomes, na comunidade São Paulo.....	139
Figura 3.33 – Vista do Rio Amazonas a partir da Serra da Valéria.....	140
Figura 3.34 – Lago na entrada da Comunidade de Santa Rita de Cássia.....	140
Figura 3.35 – Vista da Serra da Valéria e do Rio Amazonas a partir da Comunidade de Santa Rita de Cássia.....	140
Figura 3.36 – Comunidade de Santa Rita de Cássia.....	140
Figura 3.37 – Cruzeiro no porto de Santarém – PA.....	142
Figura 3.38 – Igreja Nossa Senhora da Conceição, Santarém – PA.....	142
Figura 3.39 – Encontro das águas do rio Amazonas e rio Tapajós, Santarém – PA.....	142
Figura 3.40 – Orla de Santarém.....	142
Figura 3.41 – Ilha do Amor, Alter do Chão – PA.....	143
Figura 3.42 – Praia na Ilha do Amor, Alter do Chão – PA.....	143
Figura 3.43 – Cruzeiro em Alter do Chão.....	143
Figura 3.44 – Local de atracação de navios cargueiros e de cruzeiros no porto de Belém.....	145
Figura 3.45 – Vista aérea da Cia Docas, Belém – PA.....	145
Figura 3.46 - Cia Docas, Belém – PA.....	145
Figura 3.47 – Mercado Ver o Peso, Belém – PA.....	145
Figura 3.48 – Teatro da paz, Belém – PA.....	145
Figura 3.49 – Mangal das Garças, Belém – PA.....	146

Figura 3.50 – Vista aérea do Forte do Presépio, da Catedral da Sé e do museu de arte sacra, Belém – PA.....	146
Figura 3.51 – Vista da Docas de Santana – AP.....	148
Figura 3.52 – Casa do artesão de Macapá, AP.....	148
Figura 3.53 – Marco Zero em Macapá – AP.....	148
Figura 3.54 – Fortaleza de São José de Macapá – AP.....	148
Figura 3.55 – Trapiche Eliezer Levym Macapá – AP.....	148
Figura 3.56 – Museu Sacaca, Macapá – AP.....	148
Figura 3.57 – Equipe do receptivo no porto de Macapá, com cruzeiro ao fundo.....	149
Figura 3.58 – Equipe do receptivo com turistas na parte interna da Fortaleza São José de Macapá.....	149
Figura 3.59 - Barcos regionais e balsa em Manaus.....	152
Figura 3.60 – Barcos regionais na orla de Manaus.....	152
Figura 3.61 - Porto Dodó Carvalho em Parintins.....	152
Figura 3.62 - Barcos regionais Porto Dodó Carvalho em Parintins.....	152

LISTA DE QUADROS

Quadro 1.1 – Relação dos cruzeiros marítimos realizados pela AGAXTUR de 1963 a 1998 - Destaque para os que penetravam pelo Rio Amazonas.....	32
Quadro 1.2 – Conjunto de normas do Direito Marítimo Brasileiro.....	40
Quadro 1.3 – Principais regras para os navios em cabotagem no território brasileiro....	42
Quadro 1.4 – Principais resoluções e normativas federais relacionadas ao Turismo Náutico.....	47
Quadro 1.5 – Participação de mercado das armadoras no setor de cruzeiros.....	51
Quadro 1.6 – Marcas da Carnival Corporation.....	54
Quadro 1.7 – Marcas da Royal Caribbean.....	59
Quadro 1.8 – Marcas da Norwegian Cruise Line Holdings.....	63
Quadro 1.9 – Principais operadores turístico-fluviais do mundo.....	64
Quadro 1.10 – Circulação de cruzeiros na costa brasileira na temporada 2015/ 2016....	75
Quadro 2.1 - Abordagens de segmentação e classificação de cruzeiro em publicações.....	88
Quadro 2.2 – Segmentação da indústria de cruzeiros.....	90
Quadro 2.3 – Perfil dos cruzeiristas.....	91
Quadro 2.4 – Principais empresas de luxo.....	94
Quadro 2.5 – Características dos navios mais luxuosos, de acordo com Ward (2014)....	96
Quadro 2.6 – Exemplos de cruzeiros das principais empresas de luxo.....	99
Quadro 3.1- Número de atracação de cruzeiros por temporada.....	116
Quadro 3.2 – Roteiros da empresa Holland America Line.....	119
Quadro 3.3 – Roteiros da empresa Seabourn.....	121
Quadro 3.5 – Roteiros da empresa Hapag Lloyd Cruises.....	123
Quadro 3.5 – Roteiros da empresa Oceania Cruises.....	124
Quadro 3.6 – Roteiros da empresa Regent Seven Seas Cruises.....	127
Quadro 3.7 – Roteiros da empresa Ponant Yacht Cruises & Expeditions.....	129

LISTA DE MAPAS

Mapa 1.1 – Portos membros da BRASILCRUISE.....	37
Mapa 1.2 – Principais regiões de operação dos cruzeiros no mundo.....	68
Mapa 1.3 – Municípios com embarcações turísticas no Brasil.....	77
Mapa 3.1 – Paradas dos cruzeiros fluviais de luxo estudados.....	118
Mapa 3.2 – Roteiro da empresa Holland America Line, navio MS Prinsendam entre 19/11/2016 e 18/12/2016.....	120
Mapa 3.3 – Roteiro da empresa Seabourn, navio Seabourn Quest, entre 24/02/2016 e 30/03/2016.....	122
Mapa 3.4 – Roteiro da empresa Hapag Lloyd Cruises, navio MS Hanseatic entre 06/04/2016 e 27/04/2016.....	123
Mapa 3.5 – Roteiro da empresa Oceania Cruises, navio Regatta, entre 20/01/2016 e 02/04/2016.....	126
Mapa 3.6 – Roteiro da empresa Regent Seven Seas Cruises, navio Seven Seas Mariner, entre 17/01/2017 e 29/03/2017.....	128
Mapa 3.7 – Roteiro da empresa Ponant Yacht Cruises & Expeditions, navio Le Lyrial, entre 16/03/2016 e 02/04/2016.....	129

LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIH - Associação Brasileira da Indústria Hoteleira
AMAZONASTUR - Empresa Estadual de Turismo do Amazonas
ANA - Agência Nacional das Águas
ANTAQ - Agência Nacional de Transporte da Aquaviário
ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária
ASFAPIN - Associação dos Figurinistas e Artesãos de Parintins
BELEMTUR - Coordenadoria Municipal de Turismo
BRASILCRUISE - Associação Brasileira de Terminais de Cruzeiros Marítimos
BRASILCRUISE - Associação Brasileira de Terminais de Cruzeiros Marítimos
CCL - Carnival Cruise Line
CLIA - Cruise Lines International Association
CLIA ABREMAR BRASIL - Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos
DPC - Diretoria de Portos e Costas
EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo
EMTT - Empresa Municipal de Trânsito e Transportes de Parintins
FBHA - Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação
FENAMAR - Federação Nacional das Agências de Navegação Marítima
Fenavega - Federação Nacional das Empresas de Navegação Aquaviária
FOHB - Fórum dos Operadores Hoteleiros do Brasil
IEPA - Instituto de Pesquisas Científicas e Tecnológicas do Estado do Amapá
IMO - Organização Marítima Internacional
IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
ISPS - International Ship's and Port's Security
MTur - Ministério do Turismo
NASDAQ - National Association of Securities Dealers Automated Quotations
NCL - Norwegian Cruise Line
NORMAM - Norma da Autoridade Marítima
OIT - Organização Internacional do Trabalho
P&O - Peninsula and Oriental Steam Navigation Company's
RCL - Royal Caribbean Line
RESORTS BRASIL - Associação Brasileira de Resorts

SECTUR - Secretaria de Cultura e Turismo de Parintins

SEMDETUR - Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Turismo

SETUR - Secretaria de Estado e Turismo do Pará

SETUR - Secretaria de Turismo do Estado do Amapá

SINDARMA - Sindicato das Empresas de Navegação Fluvial no Estado do Amazonas

SINDARPA - Sindicato das Empresas de Navegação Fluvial e Lacustre e das Agências de Navegação no Estado do Pará

SINDARSUL - Sindicato dos Armadores de Navegação Interior dos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso do Sul

SINDASP - Sindicato dos Armadores de Navegação Fluvial do Estado de São Paulo

SINDFLUVIAL - Sindicato das Empresas de Travessia e Navegação, Transporte de Passageiros, Veículos e Cargas Lacustre e Fluvial do Estado de Rondônia

SINDIPORTO BRASIL - Sindicato Nacional das Empresas de Navegação de Tráfego Portuário

SOLAS - Safety of Life at Sea

SPU/MP - Secretaria do Patrimônio da União – Ministério do Planejamento

STCW - Standards, Training & Certification and Watchkeeping

SYNDARMA - Sindicato Nacional das Empresas de Navegação Marítima

UFOPA - Universidade Federal do Oeste do Pará

SUMÁRIO

Introdução	19
1. O mercado de cruzeiros marítimos e fluviais no mundo e no Brasil	28
1.1. Breve histórico	28
1.2. Aspectos regulatórios	38
1.3. Principais empresas	51
1.4. Fluxos e topologias	66
2. Mercado de luxo de cruzeiros marítimos e fluviais	79
2.1. Características do mercado de luxo	79
2.2. Segmentação do mercado de cruzeiros	86
2.3. Segmento de luxo, regiões de atuação e valores	94
3. Geografia dos Cruzeiros Fluviais na Amazônia Brasileira	104
3.1. Navegação fluvial turística na Amazônia	104
3.2. Algumas considerações sobre os turistas	111
3.3. Cruzeiros de luxo pelo rio Amazonas	117
3.4. A topologia dos cruzeiros de luxo na Amazônia brasileira	130
Considerações Finais	151
Referências Bibliográficas	157
Anexo I - Roteiros de Entrevistas	171

Introdução

Segundo Cruz (2008, p. 27), “o turismo, compreendido como prática social é também e, sobretudo, como atividade econômica um vetor produtor de espaço”. Entende-se que a análise e a abordagem geográfica do turismo devem considerar a totalidade mundo em que se desenrolam, no seu interior, tanto a atividade turística como outras atividades humanas.

Também, de acordo com Cruz (2007), o principal objeto de consumo do turismo é o espaço, convertido, pela atividade, em mercadoria.

Silveira (1997, p. 38 e 39) aponta que ao se analisar as formas de produção do turismo é preciso considerar os sistemas de objetos no lugar turístico e o “conjunto de outros equipamentos cujo monopólio não pertence ao turismo. São elementos do sistema de engenharia regionais, constituídos por aeroportos, portos, terminais rodoviários, estradas, ferrovias, telecomunicação”. Constantemente são renovadas as infraestruturas para aumentar a capacidade de turistas e conseqüentemente ocorre a demanda por novos objetos. Assim se dá uma apropriação privada da paisagem, limitando seu consumo.

Ao se pensar na economia política dos territórios, levamos em consideração a sua ordem espacial. Santos e Silveira (2012, p. 290) indicam que ao se falar em ordem espacial, se referencia o espaço explicado pelo seu entorno. Além disso, a ordem espacial é associada a uma ordem econômica e a uma ordem social.

Parte-se da ideia de que o território é objeto de divisões de trabalho superpostas, podendo considerar que cada atividade ou cada empresa produz sua própria divisão do trabalho (Santos e Silveira, 2012, p. 290).

A divisão territorial de uma empresa é manifestada no território à medida que ela constitui sua base territorial de existência e o território passa a ser ocupado de acordo com lógicas escalares diversas (global, nacional e intra urbano).

Cruz (2015, p. 217) ressalta que “o uso do território brasileiro pelos cruzeiros marítimos é marcado pela sazonalidade que rege o setor, a qual explica a atuação concentrada no tempo, das empresas de cruzeiro que atuam ao longo da costa do país”. As temporadas de cruzeiros estão relacionadas com as estações do ano, com maior ocorrência no Brasil durante o período de verão no hemisfério sul.

Silveira (1997, p. 42) aponta que quando ocorre uma organização concentrada em grandes empresas, os lugares e os calendários são dados estratégicos. Também sinaliza que atualmente há verdadeira segmentação do tempo e do espaço.

Ao se analisar as empresas de cruzeiros turísticos que atuam na Amazônia brasileira, buscamos informações que demonstrassem como ocorre a divisão do trabalho no espaço e a atuação destas em conjunto. Além disso, também consideramos que ao atuarem de forma cooperativa entre si, são produzidas redes de conexão no território que as unem numa lógica particular. A privatização do território, a partir do relacionamento entre as empresas, ocorre com a utilização de recursos públicos, possibilitada pelos sistemas de engenharia presentes.

Assim, seguindo esta lógica, mais empresas passam a ser envolvidas e passam também a influenciar o comportamento do poder público que, muitas vezes, cede o bem público para o capital privado.

As topologias de atividades das empresas estão relacionadas com as virtualidades materiais e sociopolíticas de cada área. As empresas com maior poder econômico e político passam a exercer papel de comando, onde

os pontos do território em que elas se instalam constituem meras bases de operação, abandonadas logo que as condições deixam de lhe ser vantajosas. As grandes empresas, por isso mesmo, apenas mantêm relações verticais em tais lugares (SANTOS E SILVEIRA, 2012, p. 291).

Por outro lado, as empresas também produzem uma topologia. Os lugares onde as atividades se desenvolvem podem ter algum crescimento econômico, porém passam a perder o controle de seu futuro. Assim as empresas formam oligopólios e os territórios passam a ser controlados pelas lógicas que se interessam por aspectos particularizados.

“A presença numa localidade de uma grande empresa global incide sobre a equação do emprego, a estrutura do gasto público e o comportamento das outras empresas, sem falar na própria imagem do lugar e no impacto sobre os comportamentos individuais e coletivos, isto é, sobre a ética. Acrescentem-se a tudo isso as inflexões exigidas da política nos planos federal, estadual e municipal para atender às necessidades de instalação, permanência e desenvolvimento das empresas. Estas estão interessadas sobretudo na produção material” (Santos e Silveira, 2012, p. 293).

Os cruzeiros são espécies de resorts móveis desterritorializados, e como aponta Cruz (2015), muitos se transformam em destinos turísticos eles mesmos.

Grandes operadores globais comandam o uso do território, quando se trata de cruzeiros marítimos. Os setores da economia que estão envolvidos com este segmento turístico passam a atuar em seu interesse, buscando muitas vezes vantagens econômicas especulativas. São formadas novas ordens no território, baseadas em decisões de corporações que definem anualmente quais são os espaços do território que lhes interessam. De acordo com Silveira (1997, p. 41), “normas das empresas globais e dos órgãos mundiais de turismo que criam e recriam os arranjos dos lugares”.

Santos e Silveira (2012, p. 291) apontam que as grandes empresas mantêm relações verticais com os lugares de atuação, pois exercem um papel de comando nos pontos do território onde estão instaladas. Logo, estes pontos passam a constituir meras bases de operação, abandonadas quando as condições deixam de ser vantajosas.

A atividade é subordinada aos mandamentos das empresas. (...) Pode-se dizer que tal mecanismo conduz ao crescimento econômico, mas a custa da perda do controle de seu destino pelas regiões assim modernizadas. (Santos e Silveira, 2012, p. 292).

O levantamento de informações relacionadas à origem, à topologia produzida pelas empresas e como se desenvolve a organização do setor também auxilia na compreensão sobre o uso corporativo do território, por onde estes navios passam e realizam escalas.

As empresas que detêm maior poder escolhem os pontos que consideram importantes para a realização de suas atividades e deixam outros pontos, que não representam interesse para as mesmas. Existe também uma disputa entre as empresas por espaços, através de “diferentes graus de modernidade capitalista ou organizacional” (Santos e Silveira, 2012, p. 294).

Assim se produz um uso hierárquico do território onde “maiores empresas passam a desempenhar um papel central na produção e no funcionamento do território e da economia” (Santos e Silveira, 2012, p. 295).

“Não é o mercado como um todo que opera sobre lugares, regiões e países. (...) A busca cega e fundamental e desesperada (e cega para tudo mais) é a procura de um lucro, uma mais-valia, que deve ser sempre maior do que no minuto anterior” (Santos e Silveira, 2012, p. 296).

O interesse das empresas é reunir nos lugares (pontos onde desejam instalar-se ou permanecer) o maior número de circunstâncias vantajosas desde seu ponto de vista, gerando uma busca pelos lugares produtivos. E como indicado, as empresas mais poderosas possuem preferência pelos lugares mais rentáveis.

Cada lugar, como cada região, deve ser considerado um verdadeiro tecido no qual as condições locais de infraestrutura, recursos humanos, fiscalidade, organização sindical, força reivindicatória afastam ou atraem atividades em dado momento (Santos e Silveira, 2012, p. 297).

O fato de o rio Amazonas ser explorado turisticamente por diversas empresas (por exemplo, as globais no caso das operadoras de cruzeiros e locais no caso de agências de turismo e empresas receptivas) indica que nesta região há uma economia de escala que, muitas vezes, reduz os custos globais e individuais.

É possível dizer que o crescimento das vantagens comparativas nas localidades exploradas pelos cruzeiros na Amazônia brasileira é um processo alienado (com origens externas em relação às áreas de produção direta), “o que autoriza a considerar tais atividades como especializações não apenas alienígenas, por sua origem, mas alienadas, pelo seu desenvolvimento e destino” (Santos e Silveira, 2012, p. 300).

Navegação fluvial turística na Amazônia

O Brasil possui uma imensa rede fluvial, e de acordo com a Agência Nacional das Águas – ANA (2005) são utilizados apenas cerca de 10.000 dos 26.662 km navegáveis. Há trechos de rios que são navegáveis apenas nas cheias e outros que podem adquirir boas condições de navegabilidade através da execução de melhorias, classificados como potencialmente navegáveis. Se estes fossem somados aos utilizados, a rede hidroviária brasileira ultrapassaria 40.000 km. As principais hidrovias do país são apresentadas na Figura 1.1.

Figura 1.1 – Principais hidrovias do Brasil

Fonte: ANA, 2005.

Com relação à navegação fluvial turística no território nacional, Silva (2015) aponta que é um fenômeno pouco expressivo e muito incipiente,

com ausência de um planejamento efetivo, de infraestrutura adequada, de investimentos e parcerias entre a iniciativa pública e a privada, de indústrias náuticas para a construção e revitalização de embarcações, bem como de um arcabouço jurídico para sua organização. (SILVA, 2015, p.96).

O autor também defende a ideia de que a navegação fluvial turística permite a interação com a natureza. Além disso, o contato direto possibilita o reconhecimento e valorização dos recursos naturais por meio da educação ambiental.

Em relação à navegação na bacia hidrográfica Amazônia, Dominguez (2013) afirma que:

A partir da foz do rio Negro, o afluente mais caudaloso de toda a bacia, o Amazonas adquire características de navegação marítima. Entre Manaus e os portos de Santarém, Santana e Belém do Pará há um denso tráfego fluvial, devido à localização privilegiada de Manaus, que lhe permite servir de pivô entre a baixa e a alta Amazônia, ao mesmo tempo em que a própria cidade absorve gigantesca quantidade de carga e passageiros, prestando serviço de transporte aos seus dois milhões de habitantes. Por isso, os 1.500 km entre Manaus e a foz do Amazonas sustentam mais de 50% do tráfego hidroviário de toda a bacia. Somadas, a navegação do alto e do baixo Amazonas, o rio-mar oferece durante todo o ano uma viável navegação contínua de 5.085 Km. (Dominguez, 2003, p. 165 e 166)

Em toda Amazônia a navegação tem um papel fundamental para o deslocamento das pessoas. Mesmo após a construção de estradas, muitas comunidades não têm alternativas além do transporte hidroviário. Nogueira (1999) aborda o transporte fluvial no Amazonas em sua obra “Amazonas: Um Estado Ribeirinho” e aponta que os Planos de Desenvolvimento elaborados para a região não levavam em conta o transporte fluvial na região. O transporte fluvial passa a ter investimento a partir da metade do século XX, onde empresas investiram em “vapores” para explorar comercialmente a navegação regional (Nogueira, 2003, p. 199). Estas empresas, em sua maioria, eram ligadas à exploração e comercialização da borracha.

Nogueira (2003, p. 200) relata que atualmente há três segmentos na navegação na Amazônia: transporte exclusivo de cargas, transporte de derivados de petróleo e empresas de cargas e passageiros. “Além disso, existem embarcações de uso particular, de turismo, de serviço de travessia e mesmo empresas estatais.”

Cada segmento possui uma atuação territorial específica, estando alguns disseminados em toda a Amazônia, outros apenas nas calhas principais. Procurar dar conta desta geografização significa querer deixar patente que o uso do território neste caso, da via fluvial, é diferenciado porque resulta de uma história territorial que terminou por definir funções para cada lugar, prisioneira de uma forma particular de ocupação e exploração do território. O predomínio da produção extrativista estimulou muito mais a mobilidade que propriamente a fixação. (Nogueira, 2003, p. 201)

O uso do rio Amazonas pelos cruzeiros fluviais é, assim como assinalado por Nogueira (2003), resultado de uma história territorial e que define formas de exploração dos locais por onde passa.

De acordo com Leone (2000 apud Amaral, 2009, p.6) a primeira viagem transatlântica brasileira foi em 1963, com duração de 26 dias. A viagem correu na costa brasileira em direção ao rio Amazonas, desembarcando em Manaus.

O turismo de cruzeiros no Brasil teve início com navios da empresa Lloyd Brasileiro, que realizava fretamentos organizados pela Agência de Viagem e Turismo Agaxtur, de acordo com Amaral (2006). Aldo Leone foi o fundador dessa Agência em 1953 e, em 1962, criou um departamento específico para cruzeiros marítimos, conforme indica Cruz (2015).

A Lloyd Brasileiro vendeu seus navios em 1968, mesmo ano em que a Agência firmou contato com a empresa italiana Costa Cruzeiros. Desde o fechamento da Lloyd Brasileiro, nenhuma empresa nacional atuou no mercado de cruzeiros.

De acordo com Cruz (2015), o mercado de cruzeiros é oligopolizado, dominado por norte-americanos, noruegueses, alemães, italianos, espanhóis e ingleses. A história das empresas que dominam o mercado de cruzeiros revela a transformação do mercado no setor. “Cisões, fusões e incorporações deram tônica à organização do setor de transporte marítimo de passageiros a lazer” durante o século XX, “como resultado de um mercado em processo de mundialização e em um mundo regido pelo neoliberalismo enquanto paradigma econômico e político” (Cruz, 2015, p 221).

Notas metodológicas introdutórias

O objetivo da presente dissertação foi analisar os cruzeiros fluviais de luxo que navegam no rio Amazonas, considerando as bases normativas relacionadas à sua atuação em território brasileiro, assim como o uso corporativo que fazem do território. Para tanto, as localidades de Macapá, Belém, Santarém, Alter do Chão, Boca da Valéria, Parintins e Manaus constituíram bases empíricas da análise, pois se tratam dos locais onde os referidos cruzeiros realizam paradas ao longo do rio Amazonas.

O objetivo acima descrito decorreu dos seguintes problemas de pesquisa:

1. Em qual contexto os cruzeiros de luxo atuam na Amazônia?
2. Pode-se dizer que esses cruzeiros fazem um uso corporativo do território?

O principal pressuposto metodológico adotado nesta pesquisa é “que o turismo, compreendido como prática social e também e, sobretudo, como atividade econômica é um vetor produtor de espaço” (Cruz, 2008, p. 28), considerando a totalidade mundo em que se desenrola. E também que o principal objeto de consumo do turismo é o espaço, convertido, pela atividade, em mercadoria Cruz (2007).

Como procedimento metodológico foi realizado levantamento bibliográfico de fontes secundárias e a realização de um trabalho de campo por todas as localidades acima citadas, onde foi realizada pesquisa em universidades e em organismos públicos e privados com relação direta ou indireta com os cruzeiros fluviais de luxo na região.

A realização do trabalho de campo, durante os meses de setembro e outubro do ano de 2016, teve como objetivo o levantamento de informações em todas as localidades estudadas e a realização de entrevistas com os atores envolvidos, como funcionários de órgãos estatais (Secretarias de Turismo Estaduais e Municipais), funcionários dos portos e empresas que realizam os receptivos. No caso de Boca da Valéria não há empresas que realizam receptivos e sendo assim, foram realizadas entrevistas com moradores que organizam a chegada dos cruzeiros.

Os roteiros das entrevistas realizadas são apresentados no Anexo I.

O levantamento bibliográfico envolveu uma vasta pesquisa sobre o histórico dos cruzeiros no Brasil e no mundo, abordando as empresas que atuam no mercado e os fluxos que estas empresas realizam. Também foram analisadas as normas que regulam a atividade.

Devido ao objeto de estudo ser os cruzeiros de luxo, foi realizada um levantamento de informações sobre o mercado de luxo, como o setor de cruzeiros é segmentado e como o mercado de luxo atua.

Após este levantamento de informações foi realizada a análise da navegação dos cruzeiros fluviais de luxo no rio Amazonas, envolvendo as empresas de cruzeiro, as entidades portuárias e as secretarias estaduais de turismo.

Diante do exposto, esta dissertação foi dividida em 3 capítulos, além da Introdução e das Considerações Finais.

O Capítulo 1 aborda o mercado de cruzeiros marítimos e fluviais no mundo e no Brasil, onde foi realizada uma breve pesquisa sobre a história dos cruzeiros e levantados os aspectos regulatórios da atividade. Foram apresentadas as maiores empresas do setor e como elas se distribuem no mundo.

O Capítulo 2 analisa o mercado de luxo de cruzeiros marítimos e fluviais. Para isso foi necessário realizar uma breve pesquisa sobre as características do mercado de luxo e a segmentação do mercado de cruzeiros, identificando o segmento de luxo.

No Capítulo 3 é apresentada a atuação dos cruzeiros fluviais de luxo na Amazônia, e como a região está inserida em roteiros internacionais. Também são apresentadas as informações levantadas em campo, divididas por localidade.

Por fim, as considerações finais desta dissertação, indicando que há uma seletividade têmporo-espacial na circulação dos cruzeiros na Amazônia, pois as empresas definem sazonalmente os locais de passagem e de parada dos cruzeiros, avaliando as vantagens econômicas para a atividade.

1. O mercado de cruzeiros marítimos e fluviais no mundo e no Brasil

1.1. Breve histórico

A história do transporte de passageiros por via marítima está ligada às grandes navegações e ao período mercantilista europeu. As embarcações eram, frequentemente, de longo curso. De acordo com Fujita e Andrade Jr (2014), havia prioridade no transporte de cargas e de passageiros, buscando a implantação de colônias de exploração e de povoamento.

Não há consenso sobre a data em que ocorreu o primeiro cruzeiro marítimo. Dickinson e Vladimir (2008, p. 2) defendem a ideia que a empresa *Peninsula and Oriental Steam Navigation Company's* (P&O) iniciou os cruzeiros, administrando linhas entre a Grã Bretanha e Espanha e Portugal, na Península Ibérica, e para Malay e China no início dos anos 1.800¹. Os autores também apontam registros de um cruzeiro que, em 1844, percorreu o mar mediterrâneo passando por Malta, Grécia, Constantinopla, Terra Santa e Egito, utilizando conexões de navios da empresa P&O² (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 3, tradução nossa).

O ano provável da primeira viagem de um cruzeiro de origem americana saindo de Nova York é 1867. O *Quaker City* era um barco a vapor com rodas de pás, que fez uma excursão para a Terra Santa, Egito, Crimeia e Grécia, dentre outros pontos intermediários de interesse³ (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 4, tradução nossa).

A maioria das viagens realizadas neste período (meados do século XIX) estava relacionada ao transporte de imigrantes e de mercadorias:

O tráfego oceânico do fim do século XIX e início do século XX foi dominado pelo trânsito de imigrantes entre a Europa e a América e a Grã-Bretanha, Austrália e Nova Zelândia. Mas essa era de imigração nada contribuiu para o encanto do mar. Os imigrantes não eram turistas, as condições a bordo eram miseráveis, e uma

---

¹ "We support Peninsula and Oriental Steam Navigation Company's claim that it invented cruising. The line, popularly known as P&O, ran ships from Britain to Spain and Portugal on the Iberian Peninsula and to Malay and China in the early 1800s". (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 2)

² William Makepeace Thackeray traveled to Malta, Greece, Constantinople, the Holy Land, and Egypt in 1844, utilizing a series of P&O ship connections. He told of his "delightful Mediterranean cruise" in an elegantly written book titled *Diary of a Voyage from Cornhill to Grand Cairo*, which he published under the nom de plume Michael Angelo Titmarsh. (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 3)

³ The first American-originated cruise was probably the 1867 voyage of the paddle-wheel steamer *Quaker City* from New York. Its organizer, an entrepreneur named Charles C. Duncan, advertised this cruise as an "Excursion to the Holy Land, Egypt, the Crimea, Greece, and Intermediate Points of Interest. (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 4)

longa viagem oceânica sem portos de escala era algo a ser suportado e não apreciado. As pessoas consideravam o navio puramente como um meio de transporte, levando-os da repressão política, econômica ou social para novas terras de oportunidade⁴ (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 6, tradução nossa).

A indústria de navios alemã também buscou sua expansão e em 1903 o país tinha os navios mais rápidos do Atlântico. Eram navios considerados pequenos para os padrões atuais (entre 15.000 e 20.000 toneladas) e transportavam cerca de 2.000 passageiros, sendo 700 na primeira classe. *North German Lloyd*, *Hamburg-Amerika* e *Royal Mail* foram as linhas precursoras dos cruzeiros modernos, no final do século XIX, oferecendo aos viajantes uma experiência de turismo e não apenas de transporte. Com o início da Primeira Guerra Mundial os navios de passageiros alemães foram banidos dos mares e companhias como a Cunard, Canadian Pacific e Red Star Line passaram a atuar na demanda sazonal dos navios alemães de inverno (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 8 e 9).

Fujita e Andrade (2014, p. 11) apontam que

“No período entre a Primeira e a Segunda Guerra, o transporte marítimo de passageiros sofreu um revés em virtude dos embargos à navegação entre os territórios. Nessa época, ocorreram confiscos de embarcações para proteção dos territórios, com as respectivas reconfigurações internas de transporte de passageiros para armamento bélico”.

Após a Primeira Guerra Mundial apareceram novas dificuldades ao transporte marítimo, pois os navios transatlânticos teriam que ser remodelados para a circulação de passageiros, já que muitas empresas tinham cedido seus navios para uso na guerra. Por outro lado, em 1920, a política de restrição migratória dos Estados Unidos reduziu o transporte de imigrantes.

Assim, houve uma grande mudança no tipo de passageiros transportados por esses navios. A Grande Guerra estimulou um grande interesse em visitar a Europa. Com um forte impulso de *marketing*, os imigrantes foram substituídos por professores, estudantes e turistas que queriam visitar os locais de batalhas

---

⁴ “Late nineteenth- and early twentieth-century ocean traffic was dominated by immigrant traffic between Europe and America and Great Britain, Australia, and New Zealand. But this era of immigration contributed nothing to the romance of the sea. Immigrants were not tourists, shipboard conditions were miserable for them, and a long ocean voyage with no intermediate ports of call was something to be endured, not enjoyed. People regarded the ship purely as a means of transportation, carrying them away from political, economic, or social repression to new lands of opportunity” (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p. 6).

famosas ou contemplarem Paris, Berlim e Londres, que eles tinham visto pela primeira vez em notícias de guerra. Havia outro incentivo para a viagem transatlântica: a lei seca dos Estados Unidos em 1919. Para aqueles que desejavam um Martini, um uísque escocês ou uma taça de champanhe, uma viagem transatlântica era uma viagem ao nirvana!⁵ (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p.15, tradução nossa).

Após a Segunda Guerra houve, de acordo com Dickinson e Vladimir (2008), um estímulo no transporte para a Europa, assim como muitos imigrantes refugiaram-se nos Estados Unidos e Canadá. Empresas de cruzeiros europeias, como a Cunard e a French Line, entre outras, lucraram e dominaram o mercado, pois possuíam vantagens frente às empresas norte-americanas, como subsídios na construção de seus navios. O governo dos Estados Unidos subsidiava apenas a construção naval da Marinha.

Na década de 1950 as empresas de cruzeiros norte-americanas já estavam estabelecidas.

Empresas como a *Swedish American* construíram novos navios com cabines espaçosas voltadas para o mercado turístico. Outra linha americana, *Moore McCormack*, lançou os navios *Argentina* e *Brasil*, ambos em 1957. Esses navios operavam rotas marítimas e de cruzeiros para a América do Sul, assim como *Grace Line*, cujos navios de passageiros e cargueiro possuíam a nomenclatura "Santa M" (*Santa Maria*, *Santa Mercedes*, etc.). Os navios *Argentina* e *Brasil* operaram posteriormente como *Veendam* e *Volendam* pela *Holland American*; o *Monarch Sun* e *Monarch Star* de *Monarch Cruise Lines* (agora extintos), e a *Enchanted Isle* e *Enchanted Seas* de *Commodore Cruise Lines* (também extintos)⁶ (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p.19, tradução nossa).

---

⁵ "Thus there was a major change in the kind of passengers these vessels carried. Fortunately, the Great War had spurred a major interest in visiting Europe. With a strong marketing thrust, immigrants were replaced by teachers, students, and tourists who wanted to visit the sites of famous battles or gaze upon Paris, Berlin, and London, which they had viewed for the first time in war newsreels. There was another incentive for transatlantic travel: Prohibition had dried up the United States in 1919. For those who craved a martini, a scotch, or glass of champagne, a transatlantic voyage was a trip to nirvana!" (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p.15).

⁶ "Companies like Swedish American built new ships with spacious cabins and marketed them heavily to the tourist trade. Another American line, Moore McCormack, launched the *Argentina* and *Brazil*, both in 1957. These ships operated liner and cruise routes to South America, as did Grace Line, whose passenger-cargo ships all carried the "Santa M" nomenclature (*Santa Maria*, *Santa Mercedes*, etc.). The *Argentina* and *Brazil* later operated as the *Veendam* and *Volendam* for Holland American; the *Monarch Sun* and *Monarch Star* of Monarch Cruise Lines (now defunct), and the *Enchanted Isle* and *Enchanted Seas* of Commodore Cruise Lines (also defunct)" (DICKINSON e VLADIMIR, 2008, p.19).

Robles; Galvão; Pereira (2015, p. 299) apontam que durante a década de 1960 houve a evolução das viagens aéreas, fazendo com que voos intercontinentais fossem muito mais fáceis e rápidos do que os navios. O crescimento do turismo foi impulsionado com as companhias aéreas e as empresas de cruzeiros tiveram queda no número de passageiros.

Nesse processo, algumas empresas gradualmente mudaram seu foco de passageiros para carga (como Hamburg Südamerikanische Dampffahrtshiff Gesellschaft), enquanto outras começaram seu empreendimento como novas companhias de cruzeiros (como o Royal Caribbean, fundada em 1968) e, com isso, estabeleceram-se os novos parâmetros deste novo segmento de turismo. Nos anos 80 e 90 o cruzeiro marítimo ganhou popularidade com a introdução de inovações tecnológicas e novos tamanhos dos navios e comodidades⁷ (ROBLES; GALVÃO; PEREIRA, 2015, p. 299, tradução nossa).

De acordo com Farias (2016), com o crescimento da aviação civil na década de 1970, as companhias marítimas perderam espaço e tiveram que reinventar suas ofertas e atividades para continuarem no mercado. Neste sentido

A possibilidade de transpor grandes distâncias em espaços de tempo cada vez mais curtos, conquistada pela indústria aeronáutica ao longo do século XX, impôs e ainda impõe ao transporte aquaviário marítimo de pessoas, sobretudo o transcontinental, a necessidade de revisão de seus conceitos e, sobretudo de seu reposicionamento no contexto geral da circulação em escala planetária. (CRUZ, 2015, p. 219).

Ao longo do século XX os navios passaram por transformações com infraestrutura diferenciada, com *design* moderno, possibilidades de entretenimento a bordo e possibilidades de roteiros, operando como verdadeiros *resorts* flutuantes. Farias (2016, p. 22) destaca que “os cruzeiros se diferenciam dos demais modos de transporte pelo fato de suas atividades, ligadas ao turismo, lazer e entretenimento, ocorrerem simultaneamente ao deslocamento do passageiro/turista no mar”.

---

⁷ “In this process, some companies gradually changed their focus from passengers to cargo (such as Hamburg Südamerikanische Dampffahrtshiff Gesellschaft), while others started their entrepreneurship as new cruise companies (like Royal Caribbean, founded in 1968), and by doing so, established the new parameters of this new tourism segment. In the 1980s and 1990s, maritime cruise gained popularity with the introduction of technological innovations and new ship sizes and amenities” (ROBLES; GALVÃO; PEREIRA, 2015, p. 299).

No atual mercado mundial de cruzeiros encontramos a presença de empresas que atuam desde os primórdios das atividades dos cruzeiros, entre elas as tradicionais Italian Line, atual Costa Crociere, Hebridean Cruise Line, Cunard Lines, Royal Olímpyc (empresa formada da junção entre Epirotic e Sun Line) e P&O (atual Princess Cruises) (FUJITA e ANDRADE, 2013, p. 14).

No Brasil algumas empresas e pessoas tiveram destaque no desenvolvimento da atividade dos cruzeiros marítimos. Amaral (2009) e Cruz (2015) apontam o importante papel do Sr. Aldo Leone, fundador da Agência de Viagens e Turismo Agaxtur, em 1953. A Agaxtur possuía um departamento de cruzeiros marítimos e realizava fretamentos de navios da Companhia Brasileira de Navegação ou Lloyd do Brasil. Com a venda dos navios da Lloyd em 1968, a Agaxtur firmou contrato com a empresa italiana Costa Cruzeiros, até hoje posicionada entre as líderes deste mercado⁸.

O Quadro 1.1 lista os cruzeiros realizados pela Agaxtur entre os anos de 1963 a 1998.

Quadro 1.1 – Relação dos cruzeiros marítimos realizados pela AGAXTUR de 1963 a 1998 - Destaque para os que penetravam pelo Rio Amazonas

	Período	Roteiro	Dias
1º	Jul/63	Cruzeiro Turístico ao Norte do Brasil – Princesa Leopoldina – Manaus	26
2º	Dez/63	Réveillon Marítimo – Rosa da Fonseca – Buenos Aires	14
3º	Mar/64	Aleluia e Páscoa a Bordo Rosa da Fonseca Recife/Salvador	10
4º	Jul/64	Cruzeiro Marítimo Norte/Sul Rosa da Fonseca Fortaleza/Recife/Salvador	15
5º	Jul/64	Cruzeiro Marítimo Norte/Sul Rosa da Fonseca Buenos Aires	13
6º	Fev/65	Cruzeiro Marítimo ao Norte do Brasil Rosa da Fonseca Fortaleza/Recife/Salvador	15
7º	Out/65	Cinco dias ao Mar Rosa da Fonseca Rio de Janeiro / Vitória	5
8º	Dez/65	Reveillon Marítimo Anna Nery Buenos Aires	13
9º	Abr/66	Aleluia e Páscoa a Bordo Anna Nery Salvador/Vitória	10
10º	Out/66	Você já foi à Bahia? Princesa Leopoldina Salvador/Vitória	9
11º	Dez/66	Reveillon Marítimo Princesa Leopoldina Buenos Aires	14
12º	Dez/67	Réveillon Marítimo Anna Nery Salvador/Vitória	10
13º	Jan/68	Cruzeiro Marítimo ao Prata Anna Nery Montevideu/Buenos Aires	14
14º	Fev/68	Cruzeiro Turístico ao Norte do Brasil Manaus	26
15º	Abr/68	Aleluia e Páscoa a Bordo Anna Nery Vitória	5
16º	Jul/68	Cruzeiro Marítimo ao Norte do Brasil Rosa da Fonseca Manaus	26
17º	Dez/69	Reveillon Marítimo Andrea C Buenos Aires	13
18º	Jan/70	Andrea C Manaus	26
19º	Fev/70	Carnaval em Recife Andrea C	26
20º	Dez/70	Reveillon Marítimo Andrea C Buenos Aires	12
21º	Jan/71	Andrea C Manaus	26
22º	Fev/71	Andrea C Manaus	26
23º	Dez/71	Natal a Bordo Franca C Rio de Janeiro/Angra dos Reis/Parati	4
24º	Dez/71	Reveillon Marítimo Franca C Buenos Aires	11

⁸ De acordo com Leone (2000 apud Amaral, 2009, p.6).

	Período	Roteiro	Dias
25º	Jan/72	Franca C Manaus	26
26º	Fev/72	Franca C Manaus	26
27º	Jan/73	Aéreo/Marítimo Franca C Manaus	20
28º	Jan/73	Buenos Aires/Mar Del Plata/Montevidéu	11
29º	Fev/73	Franca C Manaus	26
30º	Mar/73	Carnaval a Bordo Franca C Vitória/Angra dos Reis/Parati	5
31º	Dez/73	Natal a Bordo Andrea C Parati/Angra dos Reis/Rio de Janeiro	5
32º	Dez/73	Reveillon Andrea Franca C Mar Del Plata/Buenos Aires	11
33º	Jan/74	Andrea C Manaus	26
34º	Fev/74	Cruzeiro Marítimo à Bahia Andrea C	10
35º	Fev/74	Cruzeiro Marítimo à Buenos Aires Andrea C	9
36º	Fev/74	Carnaval na Bahia Andrea C	9
37º	Dez/74	Natal a Bordo Andrea C Vitoria/Angra dos Reis	6
38º	Dez/74	Reveillon Marítimo Andrea C Buenos Aires/Mar Del Plata	11
39º	Jan/75	Andrea C Manaus	26
40º	Fev/75	Carnaval a Bordo Andrea C Manaus II	26
41º	Dez/75	Natal a Bordo Andrea C Paranaguá/Rio de Janeiro	7
42º	Dez/75	Reveillon Marítimo Andrea C Buenos Aires/Mar Del Plata	12
43º	Jan/76	Andrea C Manaus I	26
44º	Fev/76	Andrea C Manaus II	26
45º	Fev/76	Carnaval em Punta Del Este Andrea C Punta Del Este/Buenos Aires	10
46º	Jan/76	Manaus Aéreo / Marítimo Franca C	20
47º	Fev/76	Cruzeiro Marítimo ao Prata Franca C Mar Del Plata/Buenos Aires/Montevidéu	14
48º	Fev/76	Cruzeiro ao Norte Franca C Rio de Janeiro/Recife/João Pessoa/Salvador	13
49º	Fev/76	Carnaval na Bahia Franca C Salvador/Rio de Janeiro	9
50º	Dez/82	Natal a Bordo Itália Punta Del Este/Buenos Aires	9
51º	Dez/82	Reveillon Marítimo Itália Punta Del Este/Buenos Aires	9
52º	Jan/83	Feriado na Costa do Ouro Itália Angra dos Reis/Vitória/Rio de Janeiro	5
53º	Jan/83	Prata – Itália Buenos Aires/Punta Del Este	8
54º	Fev/83	Nordeste com Maceió Itália Salvador/Recife/Maceió	9
55º	Fev/83	Carnaval a Bordo Itália Salvador/Recife/Maceió	9
56º	Fev/83	Arrivederci al Plata Itália Buenos Aires/Montevidéu	9
57º	Dez/83	Natal Dânae Rio de Janeiro/Santos/Buenos Aires	10
58º	Dez/83	Réveillon Dânae Rio de Janeiro/Santos/Buenos Aires/Mar Del Plata	13
59º	Jan/84	Marítimo e Aéreo Amazônia com Fernando de Noronha Dânae / Rio de Janeiro / Vitória / Salvador / Maceió / Recife / Fernando de Noronha / Fortaleza / Belém / Manaus	20
60º	Jan/84	Aéreo e Marítimo Amazônia com Fernando de Noronha / Manaus / Belém / Fortaleza / Fernando de Noronha / Recife / Maceió / Salvador / Vitória / Rio de Janeiro / Santos	20
61º	Fev/84	Buenos Aires Mar Del Plata I Dânae Rio de Janeiro/Santos/Buenos Aires / Mar Del Plata / Rio de Janeiro / Santos	13
62º	Fev/84	Buenos Aires Mar Del Plata II Dânae Rio de Janeiro/Santos/Buenos Aires / Mar Del Plata	13
63º	Mar/84	Carnaval Dânae Rio de Janeiro / Santos / Buenos Aires / Mar Del Plata	11
64º	Jun/90	Copa Mundial de Futebol na Itália Argentina Lauro	30
65º	Dez/91	Natal a Bordo Enrico C	10
66º	Dez/91	Réveillon a Bordo Enrico C	13
67º	Jan/92	Cruzeiro a Manaus Enrico C	26
68º	Jan/92	Prata Enrico C	10
69º	Fev/92	Carnaval a Bordo Enrico C	8
70º	Jun/98	Copa Mundial de Futebol na França Switzerland	17
71º	Dez/98	Agaxtur 45 anos Costa Allegra Santos / Búzios / Angra dos Reis	5

Fonte: Leone (2000 apud Amaral, 2009, p.6).

O primeiro cruzeiro com destino à região norte ocorreu em julho de 1963, com o Cruzeiro Turístico ao Norte do Brasil – Princesa Leopoldina – Manaus. Mas, antes de 1963 e das atividades da Agaxtur, a operadora Exprinter organizava grandes excursões e promovia a atividade de turismo de cruzeiros no Brasil. De acordo com Giraud (2007), eram utilizados os navios do Lloyd Brasileiro, entre eles o Almirante Jaceguay e Almirante Alexandrino, com percurso do Rio de Janeiro a Manaus e passando por 17 portos no norte e nordeste do país.

Esses navios eram especialmente preparados para esses cruzeiros, como o que foi feito pelo Almirante Jaceguay, em 25 de julho de 1937. O Jaceguay tinha capacidade para 270 passageiros e foi construído em 1912. Foi adquirido em 1926 pelo Lloyd Brasileiro para fazer a linha do Norte da Europa (GIRAUD, 2007).

O anúncio publicado no jornal A Tribuna de Santos, do dia 13 de julho de 1937 com informações sobre a excursão promovida pela Exprinter é visualizado na Figura 1.2.

Figura 1.2 – Anúncio do jornal A Tribuna de Santos, do dia 13 de julho de 1937 com informações sobre a excursão promovida pela Exprinter.

EXCURSAO AO NORTE DO BRASIL
RIO — MANA'OS — NUM CRUZEIRO DE MARAVILHAS

PARTIDA DO RIO:
25 de Julho 1937
 Pelo confortável vapor do Lloyd Brasileiro
«ALMIRANTE JACEGUAY»
 Especialmente preparado para esta viagem
17 PORTOS VISITADOS
 4.000 milhas em águas brasileiras
 O caudaloso "AMAZONAS" e seu
 espectáculo incomparavel

AS MAIS ENCANTADORAS
EXCURSÕES AOS PRINCIPAES
ESTADOS DO NORTE

PREÇO - 2:350\$000

AVISO — Dado o grande numero de interessados,
 pedimos anteciparamos a nossa reserva,
 visto haver poucos camarotes livres.

Um espectáculo incomparavel para seus olhos
 FOLHETOS — INSCRIÇÕES E DEMAIS INFORMES

EXPRINTER — AVENIDA RIO BRANCO, 57
 Tel. 25.556 — RIO DE JANEIRO

Fonte: Giraud (2007). Disponível em <https://www.portogente.com.br/colunistas/laire-giraud/navios-brasileiros-e-os-cruzeiros/13637>. Acesso em: 18 de agosto de 2017

De acordo com Giraud (2007), o navio Almirante Jaceguay foi construído em 1912 e fazia a linha entre Alemanha e África do Sul. Era uma embarcação a vapor

para 270 passageiros e tinha instalações luxuosas. Entre 1946 e 1947 esteve afretado à companhia *Italia di Navigazione*, e trouxe emigrantes italianos para o Brasil.

Ponce (2006, p. 37) também destaca que o Touring Club do Brasil⁹ promoveu cruzeiros para a região norte do país. O Clube atuava na divulgação e promoção dos cruzeiros no país.

Os Cruzeiros Marítimos, lançados pelo Touring em 1932, mudaram a face do turismo brasileiro. As viagens realizadas à Região Norte do país, chamadas 'Cruzeiro ao Norte', eram apoiadas pelo governo federal e chamado de mensageiro do progresso, pelas exposições culturais e industriais que levava a bordo e pelos gastos dos turistas nos portos do Nordeste e da Amazônia (Ponce, 2006, p. 37).

Com o início das atividades da aviação civil, a atividade dos cruzeiros no Brasil também declinou, assim como nos países da Europa e nos Estados Unidos. Entretanto, como ressalta Amaral (2006, p. 3)

O desenvolvimento da aviação, com a oferta de mais conforto e segurança em viagens curtas, foi decisivo para o crescimento da indústria turística e também forçou os donos de empresas de navegação a repensarem seu negócio, mudando seu foco de atuação.

Com o fim do Lloyd Brasileiro, a Agaxtur passou a fretar navios da empresa italiana Costa Cruzeiros, estreando no ano de 1969 o navio Andrea C que passou pelos portos de Buenos Aires, Manaus e Recife entre dezembro de 1969 e fevereiro de 1970. Entre os anos de 1963 e 1998, a Agaxtur operou 71 cruzeiros que poderiam ser de curta duração ou até 26 dias, como os que chegavam até Manaus (Quadro 2.1).

É somente após o ano de 1995 que o Brasil passou a receber um número maior de cruzeiros com a introdução da Emenda Constitucional nº 7, aprovada em 15 de agosto de 1995, que concedeu o direito de navegação de cabotagem nos portos do país por navios de bandeira estrangeira.

---

⁹ O Touring Club do Brasil foi fundado em 1923, com a denominação de Sociedade Brasileira de Turismo. O Clube foi criado para divulgar os recursos turísticos do país para as altas classes sociais visando reverter o interesse dominante pela Europa como destino turístico. Mais informações disponíveis em: <http://touring.com.br/historia.asp>

A partir de então, os navios de Cruzeiro foram integrados à paisagem do litoral brasileiro e o número de viagens de Cruzeiros e de passageiros cresceu muito. Na temporada de 1999/2000 a visita do navio *Splendour of the Seas* pôde ser considerada como um acontecimento marcante para o mercado de Cruzeiros Marítimos no Brasil. (PONCE, 2006, p. 38)

O Brasil conta com duas associações que apoiam as atividades dos cruzeiros, a Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos – CLIA ABREMAR BRASIL e a Associação Brasileira de Terminais de Cruzeiros Marítimos - BRASILCRUISE.

São associados da CLIA ABREMAR BRASIL¹⁰: Grupo Costa Cruzeiros, MSC Cruzeiros, Norwegian Cruise Line, Grupo Royal Caribbean, Agaxtur, Ancoradouro Viagens, CVC, Discover Cruises, Navigare, Pier 1, Qualitours, Queensberry e Velle Representações.

Os portos membros da BRASILCRUISE¹¹ (Mapa 1.1) são: Manaus, Parintins, Boca da Valéria, Santarém, Macapá, Belém, Fortaleza, Fernando de Noronha, Natal, Cabedelo, Recife, Maceió, Salvador, Ilhéus, Búzios, Cabo Frio, Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Ilha Grande, Parati, Ilha Bela, Santos, Porto Belo, Itajaí e Florianópolis.

---

¹⁰ Informação disponível em: <http://abremar.hospedagemtemporaria.com.br/clia-abremar-brasil/>. Acessado em 10/09/2017. A CLIA ABREMAR BRASIL é integra o sistema da Cruise Lines International Association (CLIA Global).

¹¹ Informação disponível em: <http://www.brasilcruise.com.br/Portos.asp>. Acessado em 10/09/2017.

Mapa 1.1 – Portos membros da BRASILCRUISE

Fonte: Informações de BrasilCruise, mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

Outra importante entidade no setor é a Federação Nacional das Empresas de Navegação Aquaviária – Fenavega, que tem como associados os seguintes sindicatos: Sindicato dos Armadores de Navegação Fluvial do Estado de São Paulo – SINDASP, Sindicato Nacional das Empresas de Navegação de Tráfego Portuário – SINDIPORTO BRASIL, Sindicato dos Armadores de Navegação Interior dos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso do Sul – SINDARSUL, Sindicato das Empresas de Travessia e Navegação, Transporte de Passageiros, Veículos e Cargas Lacustre e Fluvial do Estado de Rondônia – SINDFLUVIAL, Sindicato das Empresas de Navegação Fluvial e Lacustre e das Agências de Navegação no Estado do Pará – SINDARPA, Sindicato das Empresas de Navegação Fluvial no Estado do Amazonas - SINDARMA e Sindicato Nacional das Empresas de Navegação Marítima – SYNDARMA.

1.2. Aspectos regulatórios

De acordo com Costa Júnior & Stelzer (2007), durante muito tempo no Brasil a legislação vigente foi unificada nas Ordenações do Reino de Portugal.

A maior parte do período colonial brasileiro foi regida pelas Ordenações Filipinas, impressas em 1603, no Reinado de Filipe II de Portugal. Com a independência em 1822, setores do citado código continuavam a vigorar, enquanto leis nacionais não o substituíssem, tendo a sua aplicação atenuada pela outorga da Constituição Imperial de 1824, Códigos Criminal e de Processo, de 1830 e 1832, e Comercial de 1850. (Costa Júnior & Stelzer, 2007, p. 3)

No que tange à circulação marítima, o Código Comercial Brasileiro¹², promulgado pela Lei n. 556, de 25 de junho de 1850, regulamenta o Direito Marítimo através de treze títulos (Artigo 457 a 796), entre eles: I - Das embarcações; II - Dos proprietários, compartes e caixas de navios; III - Dos capitães ou mestres de navio; IV - Do piloto e contramestre; V - Do ajuste e soldadas dos oficiais e gente da tripulação, seus direitos e obrigações; VI - Dos fretamentos; VII - Do contrato de dinheiro a risco ou câmbio marítimo; VIII - Dos seguros marítimos; IX - Do naufrágio e salvados (revogado); X - Das arribadas forçadas; XI - Do dano causado por abalroação; XII - Do abandono; XIII - Das avarias.

---

¹² Mantido pelo Código Civil de 2002 no artigo 2045.

De acordo com Castro Júnior & Stelzer (2007), Direito Marítimo é o ramo do direito que tem como objeto o conjunto de regras jurídicas relativas à navegação aquaviária, englobando-se os transportes marítimos, fluviais e lacustres.

O Direito Marítimo abrange o conjunto de normas que regulam a navegação, o comércio marítimo, os contratos de transportes de mercadorias, e pessoas, por via marítima, fluvial e lacustre, os direitos, deveres e obrigações do armador, dos capitães e demais interessados nos serviços de navegação privada, bem como a situação dos navios a seu serviço. (Sosa, 2000 *apud* Castro Júnior & Stelzer, 2007, p. 4)

O Direito de Navegação tem a maior parte de suas normas elaboradas pela Organização Marítima Internacional (IMO). Em 1948, foi realizada uma conferência das Nações Unidas onde foi adotado o convênio constitutivo da IMO, formando assim o primeiro órgão internacional exclusivo para as questões marítimas. A agência é responsável pela proteção e segurança da navegação e pela prevenção da poluição marinha por navios. No Brasil estas normas são aplicadas pela Diretoria de Portos e Costas (DPC), subordinada ao Comando da Marinha e ao Ministério da Defesa.

Contemporaneamente, destaca-se no plano normativo a Constituição Federal de 1988. De acordo com o inciso I do art. 22 da Constituição, compete privativamente à União legislar sobre o direito marítimo, assim como sobre o direito civil, comercial, penal, processual, eleitoral, agrário, aeronáutico, espacial e do trabalho.

O Direito Marítimo é de natureza mista (público e privado) enquanto o Direito da Navegação, podendo ser navegação aérea ou marítima, é de natureza pública, prevalecendo as normas do direito público interno e internacional.

Segundo Castro Júnior & Stelzer (2007, p. 5 e 6), o Direito Marítimo é mais abrangente, pois regula o transporte de coisas ou pessoas pelas vias marítimas. Também apresenta normas de ordem pública e privada e com a aplicação dos preceitos do Direito da Navegação acrescidos dos institutos do direito privado, especialmente do Direito Comercial e Direito Civil, dentre as quais a onerosidade, a simplicidade, a mutabilidade, a igualdade das partes (em caso de não ser relação de consumo), e a codificação. Já o Direito da Navegação é autônomo em vários países.

Na sequência (Quadro 1.2) são apresentadas as leis e decretos que compõem o conjunto de normas do Direito Marítimo brasileiro.

Quadro 1.2 – Conjunto de normas do Direito Marítimo Brasileiro

Norma	Definição
Constituição Federal	Conjunto de normas fundamentais, codificadas, que regem o Brasil. Carta Magna do país. É um instrumento de hierarquia máxima, que visa regular as normas organizacionais e mantenedoras do Estado.
Lei nº 556/1850	Antigo Código Comercial. Parcialmente revogado, ainda tem vigente sua parte segunda, que trata do comércio marítimo.
Lei nº 6.421/1977	Fixa as diretrizes para a proteção à utilização dos faróis, faroletes e demais sinais visuais de auxílio à navegação na costa brasileira.
Lei nº 7.203/1984	Dispõe sobre a assistência e salvamento de embarcação, coisa ou bem em perigo no mar, nos portos e nas vias navegáveis interiores.
Lei nº 7.273/1984	Dispõe sobre a Busca e Salvamento de Vida Humana em Perigo no Mar, nos Portos e nas Vias Navegáveis Interiores.
Lei nº 7.652/1988	Dispõe sobre o Registro da Propriedade Marítima e dá outras providências.
Lei nº 7.661/1988	Institui o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro, e dá outras providências.
Lei nº 8.078/1990	Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.
Lei nº 8.617/1993	Dispõe sobre o mar territorial, a zona contígua, a zona econômica exclusiva e a plataforma continental brasileira, e dá outras providências.
Lei nº 10.406/2002	Código Civil. É o conjunto de normas que determinam os direitos e deveres das pessoas, dos bens e das suas relações no âmbito privado, com base na Constituição Nacional.
Lei nº 9.432/1997	Dispõe sobre a ordenação do transporte aquaviário e dá outras providências.
Lei nº 9.605/1998	Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências.
Lei nº 10.233/2001	Dispõe sobre a reestruturação dos transportes aquaviário e terrestre, cria o Conselho Nacional de Integração de Políticas de Transporte, a Agência Nacional de Transportes Terrestres, a Agência Nacional de Transportes Aquaviários e o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes, e dá outras providências.
Lei nº 12.815/2013	Lei dos Portos - Dispõe sobre a exploração direta e indireta pela União de portos e instalações portuárias e sobre as atividades desempenhadas pelos operadores portuários
Lei nº 13.105/2015	Código de Processo Civil. Define regras de como se processam e tramitam ações de Direito Civil no Brasil.
Decreto nº 70.198/1972	Regulamenta o Decreto-lei n. 1.023/69, que dispõe sobre a tarifa de utilização de Faróis, e dá outras providências.
Decreto nº 1.886/1996	Regulamenta as disposições da Lei n. 8.630 (Lei dos Portos), de 25 de fevereiro de 1993, e dá outras providências.
Decreto nº 2.596/1998	Regulamenta a Lei n. 9.537/97 (LESTA), que dispõe sobre a segurança do tráfego aquaviário em águas sob jurisdição nacional.
Decreto nº 4.136/2002	Dispõe sobre a especificação das sanções aplicáveis às infrações às regras de prevenção, controle e fiscalização da poluição causada por lançamento de óleo e outras substâncias nocivas ou perigosas em águas sob jurisdição nacional, prevista na Lei n. 9.966/00, e dá outras providências.
Decreto nº 4.122/2002	Aprova o Regulamento e o Quadro Demonstrativo dos Cargos Comissionados e dos Cargos Comissionados Técnicos da Agência Nacional de Transportes Aquaviários - ANTAQ, e dá outras providências.
Decreto nº 4.406/2002	Estabelece diretrizes para a fiscalização em embarcações comerciais de turismo, seus passageiros e tripulantes.

Norma	Definição
Decreto nº 4.810/2003	Estabelece normas para operação de embarcações pesqueiras nas águas sob jurisdição brasileira e dá outras providências.
Decreto nº 4.895/2003	Dispõe sobre a autorização de uso de espaços físicos de corpos d'água de domínio da União para fins de aquicultura, e dá outras providências.
Decreto nº 6.514/2008	Dispõe sobre as infrações e sanções administrativas ao meio ambiente, estabelece o processo administrativo federal para apuração destas infrações, e dá outras providências.

Fonte: Adaptado de Castro Júnior & Stelzer (2007).

Existem, ainda, outros Decretos, Decretos-Leis, as Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), portarias, instruções normativas e decisões como as normas editadas pela Diretoria de Portos e Costas (DPC), denominadas NORMAM (Normas da Autoridade Marítima). A DPC é conhecida como Autoridade Marítima Brasileira, órgão da administração pública federal direta, sendo uma divisão administrativa do Comando da Marinha, subordinada à Diretoria Geral de Navegação que, por sua vez é subordinada ao Ministério da Defesa. Estas normas deixam de ser citadas no presente estudo porque não possuem relação direta com os cruzeiros fluviais de luxo na Amazônia.

1.2.1. Cruzeiros Marítimos

São as normas de Direito Internacional que regulam as atividades dos cruzeiros marítimos, pois estas dizem respeito, muitas vezes, a águas internacionais. Devem ser atendidas as exigências do IMO, entre as quais os padrões de procedimentos de controle e segurança operacional (*International Safety Management*). O *Safety of Life at Sea* (SOLAS) regulamenta procedimentos e equipamentos de segurança a bordo, como coletes salva-vidas e sinalização; o *International Ship's and Port's Security* (ISPS) é voltado para combate a ações terroristas e de roubo de cargas dos navios; e o *Standards, Training & Certification and Watchkeeping* (STCW) regulamenta o treinamento obrigatório de todos os tripulantes de um navio.

As normas específicas de um território passam a ser atendidas assim que a embarcação entra no mar territorial de um país. Na sequência (Quadro 1.3) são apresentadas as principais regras a serem cumpridas quando um navio navega em cabotagem pelo território brasileiro.

Quadro 1.3 – Principais regras para os navios em cabotagem no território brasileiro

Norma	Poder	Definição
Lei nº 13.445/2017	Poderes Executivo e Legislativo Federal	Institui a Lei da Migração
Emenda Constitucional nº 07 de 15/08/1995	Poderes Executivo e Legislativo Federal	Revoga proibição para navegação de cabotagem por embarcações estrangeiras no litoral do país
Lei nº 9.432/97	Poderes Executivo e Legislativo Federal	Dispõe sobre a ordenação do transporte aquaviário e dá outras providências
Lei nº 10.233/01	Poderes Executivo e Legislativo Federal	Dispõe sobre a reestruturação dos transportes aquaviário e terrestre, cria o Conselho Nacional de Integração de Políticas de Transporte, a Agência Nacional de Transportes Terrestres, a Agência Nacional de Transportes Aquaviários e o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes, e dá outras providências.
Lei nº 11.771/08 - Lei Geral do Turismo	Poderes Executivo e Legislativo Federal	Atribuições do Ministério do Turismo e definição dos considerados "prestadores de serviço turístico"
Lei nº 9.432/97	Poderes Executivo e Legislativo Federal	Dispõe sobre a ordenação do transporte aquaviário e dá outras providências.
Decreto nº 7.381/10	Poder Executivo Federal	Regulamenta Lei Geral do Turismo, define os tipos existentes de cruzeiros e determina que os roteiros devam ser apresentados ao Ministério do Turismo.
Norma da Autoridade Marítima 04 de 16/03/2003	Marinha do Brasil	Determina os procedimentos para navegação em águas nacionais.
Norma da Autoridade Marítima 24 de 11/10/2007	Marinha do Brasil	Regulamenta cursos de salvatagem obrigatórios para profissionais não tripulantes.
Instrução Normativa 137 de 23/11/1998	Secretaria da Receita Federal	Determina que os armadores de navios estrangeiros que navegarem na costa brasileira devem constituir pessoa jurídica no país para representá-los e ser responsável pelo cálculo e pagamento dos impostos devidos, sendo eles Imposto de Renda (IRPJ), Imposto de Importação (II), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), contribuição ao PIS/PASEP e a CONFINS e Imposto de Renda Incidente na Fonte (IRF). Dispõe também sobre o controle aduaneiro sobre as mercadorias vendidas a bordo.
Instrução Normativa 285 de 14/01/2003	Secretaria da Receita Federal	Secretaria da Receita Federal Regulamenta o regime de admissão temporária, de forma geral.

Fonte: Adaptado de Fonseca (2012).

A aprovação da Emenda Constitucional nº 7 em 1995 merece especial destaque no estudo dos cruzeiros marítimos. Antes da aprovação dessa Emenda, os navios de bandeiras estrangeiras eram proibidos de realizar a navegação de cabotagem¹³. Este era um dos motivos pelos quais as empresas responsáveis pelos

¹³ De acordo com a Lei nº 9.432, de 8 de janeiro de 1997, a navegação de cabotagem é a realizada entre portos ou pontos do território brasileiro, utilizando a via marítima ou esta e as vias navegáveis interiores.

grandes navios evitarem a inclusão do Brasil em suas rotas. Essa liberação da navegação no litoral brasileiro para as embarcações de turismo estrangeiras contou com forte atuação do Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR.

Fonseca (2012, p. 32) salienta que apesar da Emenda Constitucional nº 07/95 ter funcionado como uma brecha legal para o desenvolvimento da atividade dos cruzeiros marítimos no país, com o fim da proibição, não houve a previsão, pelo texto constitucional, da criação de uma lei visando regulamentar o transporte de passageiros por navegação de cabotagem. A abertura para a atividade foi baseada no princípio jurídico de que, para os particulares, “tudo que não é proibido, em tese, é permitido, determinando que se não houver barreiras legais, não há porque impedir o desenvolvimento da atividade”.

A Lei nº 9.432/97 que dispõe sobre a ordenação do transporte aquaviário indica, no art. 1º, sua aplicabilidade às embarcações de turismo. Em relação ao regime de navegação, a lei define que:

Art. 7º As embarcações estrangeiras somente poderão participar do transporte de mercadorias na navegação de cabotagem e da navegação interior de percurso nacional, bem como da navegação de apoio portuário e da navegação de apoio marítimo, quando afretadas por empresas brasileiras de navegação, observado o disposto nos arts. 9º e 10.

Parágrafo único. O governo brasileiro poderá celebrar acordos internacionais que permitam a participação de embarcações estrangeiras nas navegações referidas neste artigo, mesmo quando não afretadas por empresas brasileiras de navegação, desde que idêntico privilégio seja conferido à bandeira brasileira nos outros Estados contratantes.

De acordo com a referida Lei, não há referência às embarcações estrangeiras de turismo e a realização de cabotagem.

Segundo Fonseca (2012, p.33 e 34), até 2006 as atribuições da Agência Nacional de Transporte da Aquaviário (ANTAQ) se restringiam ao transporte de cargas. Com a alteração na antiga Lei dos Portos (Lei nº 8.630/93), inicialmente alterada pela Lei 11.214/06 e posteriormente revogada pela Lei nº 12.815/13, as instalações portuárias de turismo¹⁴ localizadas fora da área do porto organizado

---

¹⁴ Considera-se que, de acordo com o art. 2, Inciso VII, que a instalação portuária de turismo é instalação portuária explorada mediante arrendamento ou autorização e utilizada em embarque, desembarque e trânsito de passageiros, tripulantes e bagagens, e de insumos para o provimento e abastecimento de embarcações de turismo.

podem ser exploradas mediante autorização, precedido de chamada ou anúncio público e, quando for o caso, processo seletivo público (art. 8º).

A Resolução nº 1.556/09 estabeleceu critérios e procedimentos para a outorga de autorização para a construção, exploração e ampliação de terminal portuário de uso privativo de turismo, para movimentação de passageiros. De acordo com esta Resolução:

Art. 4º A outorga de autorização para construção, exploração e ampliação de terminal portuário de uso privativo de turismo, para movimentação de passageiros, será formalizada mediante Contrato de Adesão, ficando o início da operação condicionado à emissão de Termo de Liberação de Operação.

Parágrafo único: As obras de melhoramentos e de reforma do terminal portuário de uso privativo de turismo, para movimentação de passageiros, independem de nova outorga, mas serão, obrigatoriamente, submetidas à ANTAQ, para aprovação prévia, quando implicarem alteração de características do projeto original.

A Lei nº 10.233/01, por sua vez, definiu a esfera de atuação da Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ):

- I – a navegação fluvial, lacustre, de travessia, de apoio marítimo, de apoio portuário, de cabotagem e de longo curso;
- II - os portos organizados e as instalações portuárias neles localizadas¹⁵;
- II - as instalações portuárias de que trata o art. 8º da Lei na qual foi convertida a Medida Provisória nº 595, de 6 de dezembro de 2012¹⁶;
- IV – o transporte aquaviário de cargas especiais e perigosas.
- V - a exploração da infraestrutura aquaviária federal¹⁷.

E a Lei nº 11.771/08, conhecida como Lei Geral do Turismo define quem são considerados prestadores de serviços turísticos:

- I - meios de hospedagem;
- II - agências de turismo;
- III - transportadoras turísticas;** [grifo nosso]
- IV - organizadoras de eventos;
- V - parques temáticos; e
- VI - acampamentos turísticos.

¹⁵ Redação dada pela Lei nº 12.815, de 2013.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Incluído pela Medida Provisória nº 2.217-3, de 4.9.2001.

Como se pode ler acima, não há nenhuma referência direta aos cruzeiros marítimos. Conforme Fonseca (2012, p.34), “a definição de prestador de serviço mais próxima está listada no inciso III – as transportadoras turísticas –, mas a descrição presente no art. 28 não é totalmente apropriada para o serviço de cruzeiros”:

Art. 28. Consideram-se transportadoras turísticas as empresas que tenham por objeto social a prestação de serviços de transporte turístico de superfície, caracterizado pelo deslocamento de pessoas em veículos e embarcações por vias terrestres e aquáticas, compreendendo as seguintes modalidades:

I - pacote de viagem: itinerário realizado em âmbito municipal, intermunicipal, interestadual ou internacional que incluam, além do transporte, outros serviços turísticos como hospedagem, visita a locais turísticos, alimentação e outros;

II - passeio local: itinerário realizado para visitação a locais de interesse turístico do município ou vizinhança, sem incluir pernoite;

III - traslado: percurso realizado entre as estações terminais de embarque e desembarque de passageiros, meios de hospedagem e locais onde se realizem congressos, convenções, feiras, exposições de negócios e respectivas programações sociais; e

IV - especial: ajustado diretamente por entidades civis associativas, sindicais, de classe, desportivas, educacionais, culturais, religiosas, recreativas e grupo de pessoas físicas e de pessoas jurídicas, sem objetivo de lucro, com transportadoras turísticas, em âmbito municipal, intermunicipal, interestadual e internacional.

O desenvolvimento das normas indicadas anteriormente está ligado aos interesses de diversos atores, como as instituições governamentais, as empresas de hotelaria e as corporações controladoras de cruzeiros.

O Ministério do Turismo (MTur) lançou em 2010 a terceira edição de seu Caderno sobre Turismo Náutico. Além de contemplar os aspectos conceituais e legais do segmento de turismo náutico, o Caderno indica as características do Turismo Náutico de cruzeiros e de recreio e esporte. Além disso, indica o definido no Decreto nº 7.381/10, onde o programa de turismo denominado cruzeiro marítimo ou fluvial se constitui “Prestação de serviços conjugados com transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, visitação de locais turísticos e serviços afins, quando realizados por embarcações de turismo”. A classificação dos cruzeiros pode ser:

De cabotagem: aquele entre portos ou pontos do território brasileiro, utilizando a via marítima, ou esta e as vias navegáveis interiores. Ou

seja, aquele cuja viagem tem início e término em porto nacional, com trânsito exclusivo em portos e pontos nacionais;

Internacional: aquele cuja viagem tem início e término em qualquer porto estrangeiro. Por exemplo, aquele cuja viagem tem início em porto estrangeiro e término em porto nacional, ou início em porto nacional e término em porto estrangeiro;

De longo curso: aquele realizado entre portos brasileiros e estrangeiros;

Misto: aquele cuja viagem tem início e término em porto nacional, com trânsito em portos e pontos nacionais e portos estrangeiros. (Ministério do Turismo, 2010)

Este Caderno ressalta que os roteiros de cruzeiros marítimos ou fluviais bem como suas intermodalidades efetuadas pelos prestadores de serviços turísticos que comercializem pacotes de viagem, deverão ser apresentados ao Ministério do Turismo, respeitadas as competências dos órgãos reguladores e demais órgãos da administração pública federal. Também são apontados fatores que prejudicam o avanço da atividade, entre eles a falta de infraestruturas portuárias, a legislação e a falta de preparo das empresas receptivas para o atendimento ao público.

Outro ator importante no cenário é a ANTAQ que, de acordo com Fonseca (2012, p. 40),

Possui competência sobre os portos e terminais, utilizados por navios de cruzeiro, mas não sobre as marinas utilizadas pelas embarcações de passeio. As normas da Receita Federal são diferentes para cada tipo de embarcação, assim como o tipo de autorização de entrada e os procedimentos para solicitá-la. (FONSECA, 2012, p.40)

Fonseca (2012, p.42) também aponta o papel da Marinha na regulamentação dos cruzeiros marítimos, onde a instituição não se vê como parte integrante.

Para essa instituição, não há necessidade de criação de uma NORMAM¹⁸ específica, pois as exigências de segurança de um passageiro de navio de cruzeiro são as mesmas de um passageiro de qualquer outra embarcação de transporte de pessoas. (FONSECA, 2012, p.42)

Há também outros agentes preocupados com a regulamentação da atividade dos cruzeiros como a Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (CLIA ABREMAR BRASIL), a Associação Brasileira de Terminais de Cruzeiros Marítimos (Brasilcruise), a Associação Brasileira de Resorts (Resorts Brasil), o Fórum dos

---

¹⁸ NORMAN – Norma da Autoridade Marítima.

Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB), a Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA), a Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH), entre outros.

A regulamentação dada pela Lei nº 13.445/17 (Lei da Migração) beneficia as empresas estrangeiras que realizam cruzeiros no Brasil, pois prevê que os funcionários dos cruzeiros que circulam pelo país não precisarão de visto para o exercício de suas atividades. O Ministério do Turismo estima que, com o fim dessa exigência, as empresas reduzirão em até R\$ 500 mil o custo operacional de cada navio. A Lei de Migração define os direitos e os deveres do imigrante e do visitante no Brasil; regula a entrada e a permanência de estrangeiros; e estabelece normas de proteção ao brasileiro no exterior.

1.2.2. Turismo Náutico

Os cruzeiros fluviais devem seguir as legislações referentes ao direito marítimo e também seguir o recomendado aos navios de cabotagem. Entretanto, outras normativas federais relacionadas ao Turismo Náutico devem ser obedecidas.

O Quadro 1.4 compila as principais resoluções e normativas federais relacionadas ao Turismo Náutico, envolvendo diversos poderes nacionais como o Ministério do Turismo (MTur), a Agência Nacional de Transporte da Aquaviário (Antaq); a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa); Polícia Federal; Marinha do Brasil; Ministério do Trabalho e Emprego; Receita Federal; Secretaria de Patrimônio da União; e Secretaria Especial de Portos.

Quadro 1.4 – Principais resoluções e normativas federais relacionadas ao Turismo Náutico

Norma	Poder	Definição
Portaria 197/2013	Ministério do Turismo (MTur)	Disciplina o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos - Cadastur, o Comitê Consultivo do Cadastur - CCCad e dá outras providências.
Lei 12.815/2013	Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ)	Dispõe sobre a exploração direta e indireta pela União de portos e instalações portuárias e sobre as atividades desempenhadas pelos operadores portuários; altera as Leis nos 5.025, de 10 de junho de 1966, 10.233, de 5 de junho de 2001, 10.683, de 28 de maio de 2003, 9.719, de 27 de novembro de 1998, e 8.213, de 24 de julho de 1991; revoga as Leis nos 8.630, de 25 de fevereiro de 1993, e 11.610, de 12 de dezembro de 2007, e dispositivos das Leis nos 11.314, de 3 de julho de 2006, e 11.518, de 5 de setembro de 2007; e dá outras providências.

Norma	Poder	Definição
Lei nº 9.636/1998	Secretaria do Patrimônio da União – Ministério do Planejamento (SPU/MP)	Dispõe sobre a regularização, administração, aforamento e alienação de bens imóveis de domínio da União, altera dispositivos dos Decretos-Leis nos 9.760, de 5 de setembro de 1946, e 2.398, de 21 de dezembro de 1987, regulamenta o § 2º do art. 49 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, e dá outras providências.
Decreto 8.033/2013	Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ)	Regulamenta o disposto na Lei nº 12.815, de 5 de junho de 2013, e as demais disposições legais que regulam a exploração de portos organizados e de instalações portuárias.
Resolução 3.066 /2013	Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ)	Aprova a proposta de norma que dispõe sobre a autorização para a construção, exploração e ampliação de terminal de uso privado, de estação de transbordo de carga, de instalação portuária pública de pequeno porte e de instalação portuária de turismo, a fim de submetê-la à audiência pública.
Resolução 3.274 /2014	Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ)	Dispõe sobre a fiscalização da prestação dos serviços portuários e estabelece infrações administrativas
Resolução 3.290 /2014	Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ)	Dispõe sobre a autorização para a construção, exploração e ampliação de terminal de uso privado, de estação de transbordo de carga, de instalação portuária pública de pequeno porte e de instalação portuária de turismo
Resolução da Diretoria Colegiada nº 72/2009	Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)	Dispõe sobre o Regulamento Técnico que visa à promoção da saúde nos portos de controle sanitário instalados em território nacional, e embarcações que por eles transitam.
Lei 13.445/2017	Poder Legislativo	Lei de Migração
Decreto 86.715/1981	Poder Executivo	Regulamenta a Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980, que define a situação jurídica do estrangeiro no Brasil, cria o Conselho Nacional de Imigração e dá outras providências.
Instrução Normativa 72/2013	Polícia Federal	Disciplina os procedimentos de controle migratório realizados pelo Departamento de Polícia Federal.
Instrução Normativa 10/2001	Polícia Federal	Estabelece normas para o cadastramento e vistoria de empresas que atuam no transporte internacional de cargas e/ou passageiros e institui a Comissão Permanente de Cadastramento e Vistoria, nas Superintendências Regionais do DPF, e dá outras providências.
Lei nº 9.537/1997 - Lei e Segurança do Tráfego Aquaviário (LESTA)	Poder Executivo	Dispõe sobre a segurança do tráfego aquaviário em águas sob jurisdição nacional e dá outras providências.
NORMAM-01/2005	Marinha do Brasil	Dispõe sobre as normas da Autoridade Marítima para embarcações Empregadas na Navegação de Mar Aberto.
NORMAM-02/2005	Marinha do Brasil	Dispõe sobre as normas da Autoridade Marítima para Embarcações Empregadas na Navegação Interior
NORMAM-04/2013	Marinha do Brasil	Dispõe sobre as normas da Autoridade Marítima para Operação de Embarcações Estrangeiras em Águas Jurisdicionais Brasileiras (AJB)

Norma	Poder	Definição
NORMAM-07/2003	Marinha do Brasil	Dispõe sobre as normas da Autoridade Marítima para Atividades de Inspeção Naval
Decreto nº 6.759/2009	Receita Federal - Ministério da Fazenda	Regulamenta a administração das atividades aduaneiras, e a fiscalização, o controle e a tributação das operações de comércio exterior.
Instrução Normativa SRF nº 137/1998	Receita Federal - Ministério da Fazenda	Dispõe sobre o tratamento tributário e o controle aduaneiro aplicáveis à operação de navio estrangeiro em viagem de cruzeiro pela costa brasileira.
Instrução Normativa SRF nº 390/2004	Receita Federal - Ministério da Fazenda	Dispõe sobre a apuração e o pagamento da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. Regulamenta a operação de Navio Estrangeiro em viagem de cruzeiro pela costa brasileira.
Portaria SPU Nº 404/2012	Secretaria do Patrimônio da União – Ministério do Planejamento (SPU/MP)	Estabelece normas e procedimentos para a instrução de processos visando à cessão de espaços físicos em águas públicas e fixa parâmetros para o cálculo do preço público devido, a título de retribuição à União. São enquadradas nesta portaria as estruturas náuticas em espaço físico em águas públicas de domínio da União, tais como lagos, rios, correntes d'água e mar territorial, até o limite de 12 milhas marítimas a partir da costa.
Decreto Lei nº 9.760/1946	Secretaria do Patrimônio da União – Ministério do Planejamento (SPU/MP)	Dispõe sobre os bens imóveis da União e dá outras providências

Obs.:

1 - Alterada pelas Resoluções nº 2.192/2011, nº 2.971/2013, nº 2.997/2013, nº 3.066/2013, nº 3.274/2014

2 - Alterada pelas Resoluções Normativa nº105/2013 e nº107/2013.

1.2.3. As normas no território

O direito romano-germânico (*Civil Law*) apresenta uma divisão sistemática entre direito público e privado. De acordo com Antas Jr. (2005, p. 19), o sistema jurídico no Brasil se baseia na codificação e pressupõe um concerto regido de modo mais direto e constante por um centro estabelecido.

Como indicado anteriormente, o Direito Marítimo possui natureza mista (direito público e direito privado) e o Direito da Navegação é de natureza pública, prevalecendo as normas do direito público interno e internacional.

Para analisar o estabelecimento das normas referentes aos cruzeiros é preciso salientar, como indica Antas Jr. (2005, p. 20), que o conjunto de nações que controlam a hegemonia do sistema capitalista é formado por uma concepção normativa e de um arranjo normativo. Anteriormente foi demonstrado como esta concepção e arranjo definem a circulação dos cruzeiros nas águas nacionais e internacionais. Ainda de acordo com Antas Jr. (2005, p. 20):

Foi a partir do princípio da norma como verdade absoluta que os sistemas de técnicas jurídicas modernos se consolidaram e passaram a drenar eficazmente tributos de extensões territoriais contíguas, produzindo, assim, grandes concentrações de riqueza sob a tutela de uma forma pública de poder. Esta, por sua vez, foi se laicizando à medida que o sistema social se complexificava.

As empresas controladoras dos cruzeiros marítimos fazem parte de corporações que realizam, antes de tudo, um intenso comércio internacional. Sendo assim, a regulação econômica aplicada por estas corporações muitas vezes não está completamente aceita pelos reguladores estatais.

Com a liberação da cabotagem por navios estrangeiros, de acordo com a Emenda Constitucional nº 07 de 1995, não foi mencionado o uso turístico desse tipo de navegação. Assim, as empresas passaram a agir livremente, gerando descontentamento por parte da indústria hoteleira, submetida a rígidas regras.

É possível notar que, no caso dos cruzeiros marítimos, ocorre algo semelhante à regulação da *Lex Mercatória*. Tendo um caráter independente das formas reguladoras dos estados nacionais, a *Lex Mercatória* se baseia em usos e costumes aplicados às práticas comerciais internacionais. Antas Jr. (2005, p. 21) salienta que este tema produz duas vertentes, uma que defende que esse processo “representa um aperfeiçoamento do direito ocidental” e sendo assim, “o fato da necessidade de o Estado homologar a decisão que as empresas tomaram a partir da existência de uma arbitragem (supostamente neutra, num lugar neutro) confere a ele o papel de sempre”. Outra vertente entende que “essa forma de produção de normas, ainda que não componha, por ora, um ordenamento acabado, interfere no modo de produção jurídico estatal, lesando o princípio da soberania no qual se define que todo contencioso legal deve ser mediado pelo Estado”. Para esta vertente “a homologação da decisão arbitral tem se tornado um ato de praxe, senão de submissão, pois, é bom lembrar, envolve agentes de muito poder, dos quais, de uma forma ou de outra, o Estado também depende”.

Sendo assim conclui-se que os atores envolvidos nas atividades dos cruzeiros marítimos são os que compõem o sistema de regulação da atividade, regulando parte do uso do território, atuando de acordo com seus interesses. Muitas vezes, atuam como agentes hegemônicos e produzem formas regulatórias que tem como objetivo facilitar suas ações e atender as suas necessidades. Muitas das normas geradas pelas formas de regulação não são necessariamente normas jurídicas,

porém com o adensamento dessas normas são criados padrões que determinam as características das variáveis da atividade, criando assim uma variedade de fontes que alimentam o sistema jurídico e as formas de ordenação da atividade.

1.3. Principais empresas

Atualmente há uma diversidade de companhias atuando no Brasil, sendo que estas estão sempre relacionadas a operadores globais. Cruz (2015) e Martínez (2012) indicam em seus estudos a relação das grandes operadoras e suas companhias, podendo-se dizer que o mercado de cruzeiros é um setor oligopolizado e que reproduz, nos dias atuais, “a forte concentração de capitais que sempre caracterizou a indústria naval e o transporte de passageiros a ela atrelada” (Cruz, 2015, p 221). Essa concentração de riquezas reflete na nacionalidade das empresas que operam os cruzeiros, já que o mercado é dominado por empresas sediadas nos Estados Unidos da América, Noruega, Alemanha, Itália, Espanha e Reino Unido.

O Quadro 1.5 apresenta a participação de mercado de cada armadora (companhia de cruzeiros marítimos) no ano de 2015 no mundo. O setor de cruzeiros concentra-se em três grandes empresas principais: *Carnival Cruise Line* (CCL), *Royal Caribbean Line* (RCL) e *Norwegian Cruise Line* (NCL). As características das marcas atreladas a estas empresas são detalhadas na sequência.

Quadro 1.5 – Participação de mercado das armadoras no setor de cruzeiros

Empresas	Marca	% passageiros	% receita
Carnival Cruise Line (CCL)	Carnival	21,3	8,0
	Costa Cruises	7,4	6,7
	Princess	7,9	8,8
	AIDA	3,7	3,4
	Holland America	3,0	4,4
	P&o Cruises	1,7	3,7
	P&o Cruises Austrália	1,2	2,3
	Ibero Cruises*	0,8	1,6
	Cunard	0,9	2,6
	Seabourn	0,2	0,7
	Total	48,1	42,2
Royal Caribbean Line (RCL)	Royal Caribbean	16,7	14,2
	Pullmantur	1,6	1,2
	Azamara	0,2	0,7
	Celebrity	4,2	5,7
	Croisières de France **(CDF)	0,5	0,4
	Total	23,1	22,1
Norwegian Cruise Line (NCL)	Norwegian	9,5	8,7
	Oceania Cruises	0,6	2,3
	Regent Seven Seas	0,3	1,5
	Total	10,4	12,4

Empresas	Marca	% passageiros	% receita
Outras	MSC Cruise	5,2	4,2
	Disney	2,8	2,4
	Hapag-Lloyd	0,2	0,2
	Ponant Yacht Cruises	0,1	0,6
	Outras	10,1	15,9
	Total	18,4	23,3

*A *Ibero Cruise* encerrou as atividades após a temporada 2014-2015.

**A *Croisières de France* é subsidiária da Pullmantur e encerrou as atividades em 2017.

Fonte: *Cruise World Wide Market Share* (2017).

1.3.1. Carnival Corporation Line (CCL)

A 1.3 ilustra o organograma da *Carnival Corporation* e seus segmentos, com base em informações coletadas, principalmente, em seu sítio oficial na Internet¹⁹.

Figura 1.3 – Organograma da *Carnival Corporation* e seus segmentos e marcas

¹⁹ <https://www.carnival.com/>. Acesso em 06/12/2017.

A Carnival Corporation iniciou suas atividades em 21 de Novembro de 1974. A empresa possui quatro segmentos de cruzeiro: América do Norte; Europa, Austrália e Ásia (EAA); Apoio de Cruzeiros; e Turismo e outros.

O segmento América do Norte inclui as marcas *Carnival Cruise Lines*, *Holland America Line*, *Princess Cruises* e *Seabourn*. O segmento EAA inclui as marcas *AIDA Cruises*, *Costa Cruzeiros*, *Cunard*, *P&O Cruises* (Austrália) e *P&O Cruises* (Reino Unido).

O segmento de Apoio de Cruzeiros inclui portos de cruzeiros e instalações conexas, localizados em Cozumel, México; Ilhas Turks e Caicos; Roatan, Honduras e República Dominicana. No segmento de Turismo e Outros, a empresa possui a *Holland America Princess Alaska Tours*, empresa de turismo atuante no Alasca-Yukon, que é proprietária e operadora de 12 hotéis e pousadas, com mais de 300 ônibus de excursão e 20 vagões de trem turísticos, alguns com cúpula de vidro, conforme anunciado no site da empresa²⁰.

A Companhia está envolvida no desenvolvimento, aprimoramento e financiamento de instalações portuárias de cruzeiro de propriedade de governos locais, atuando no Cabo Canaveral, Fort Lauderdale e Miami, Florida; Galveston, Texas; New Orleans, Louisiana; New York, New York; San Juan, Porto Rico e St. Maarten, Reino dos Países Baixos, como se pode ler no sítio eletrônico oficial da empresa²¹.

A Carnival Corporation também opera, arrenda e é proprietária de instalações portuárias, possuindo empreendimento em conjunto com outras empresas em Barcelona, Espanha; Civitavecchia, Nápoles, Savona e Trieste, Itália; Hamburgo, Alemanha; Juneau, Alasca; Long Beach, e Califórnia, Estados Unidos; e Marselha; na França. Todas atuando em benefício de suas marcas de cruzeiros.

Além de operar e arrendar instalações portuárias, a empresa desenvolve “destinos” em Cozumel, México; Grand Turk, Ilhas Turks e Caicos; Roatan, Honduras. Estes estão incluídos em seu segmento de Cruzeiros de Apoio, assim como lugares estruturados em ilhas privadas nas Bahamas, Half Moon Cay e Princess Cays.

---

²⁰ <https://www.hollandamerica.com/>. Acesso em 06/12/2017.

²¹ <http://www.carnivalcorp.com/>. Acesso em 05/12/2017.

Possui uma participação de 40% em Grand Bahamas Shipyard Ltd. (GBSL), que é uma doca seca para a reparação de cruzeiros marítimos e que apoia seus programas de reparação naval e de manutenção da frota.

Sua sede está localizada em Miami, Flórida, EUA, e Southampton, Inglaterra, e opera uma frota de mais de 100 navios, possuindo cerca de 77.000 funcionários de bordo.

O Quadro 1.6 resume as características das marcas de cruzeiros da Carnival Corporation.

Quadro 1.6 – Marcas da Carnival Corporation

Marca – Capacidade*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
Carnival Cruise Lines 25 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 5384 Menor: 2972	Fundada em 1972 pelo israelense Ted Arison como parte de uma subsidiária do American International Travel Service (AITS), com sede em Boston. Em 1974 a Arison compra o Carnival por US \$ 1 e a aceitação da dívida da AITS em US \$ 5 milhões. Visando popularizar a ideia de cruzeiro, em 1984 a empresa começou a divulgar suas viagens na televisão. Em 1987 a empresa realiza sua oferta pública inicial de 20% de suas ações em Wall Street, gerando cerca de US \$ 400 milhões, fluxo que permitiu a expansão da marca. Em 1989 compra a Holland America Line, a Windstar Cruises, Westours e um operador turístico líder no Alasca e nas Montanhas Rochosas canadenses. Em 1992 compra uma participação de 25% da Seabourn e em 1999 a empresa assumiu a total propriedade. Em 1993 a empresa muda o nome de sua empresa-mãe para a Carnival Corporation para distinguir entre ela e sua linha principal de cruzeiros. Em 1996 lançou o maior navio de passageiros do mundo. Em 1997 adquire 50% da Costa Cruises e em 2000 100% de propriedade. Em 1998 adquire uma participação de 68% da Cunard, e em 1999, ao adquirir os 32% restantes adquire o controle da Seabourn. Em 2003 a combinação de Carnival Corporation e P&O Princess Cruises - composta por Princess Cruises, P&O Cruises, AIDA, P&O Cruises Austrália e operador turístico Princess Tours - foi concluída e criada a primeira companhia global de cruzeiros.	América central, América do Norte, Europa e Oceania.
Princess Cruises 18 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 3.560 Menor: 672	A Princess Cruises foi fundada por Stanley McDonald, em 1965, com um pequeno navio de passageiros (Princess Patricia), realizando cruzeiros ao longo da Riviera Mexicana. Em 1974, a empresa foi comprada pela P&O e em 1988 a P&O/Princess Cruises fundiu-se com a linha italiana Sitar Cruises. A empresa ficou muito famosa quando, em 1977, um de seus navios, a Pacific Princess foi lançada em um papel principal em um programa de televisão nos EUA, chamado "The Love Boat". A série contribuiu para promover o conceito de férias marítimas e a indústria de	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central, América do Sul. Brasil: Fortaleza, Ilhabela, Rio de Janeiro, Salvador, Natal.

Marca – Capacidade*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
	cruzeiros. A empresa mantém uma forte presença no Alasca e possui a divisão Princess Tours, com sede em Seattle, que opera experiências terrestres e marítimas. Em 2000, Carnival Corporation e Royal Caribbean Cruises tiveram uma longa batalha pela compra da Princess Cruises e a Carnival venceu.	
Costa Cruises 15 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 6518 Menor: 1727	A empresa surgiu em 1854 sob o nome de seu fundador "Giacomo Costa fu Andrea", realizando comércio de óleo de azeite e tecidos entre os mercados de Gênova e da Sardenha. Já no final do século XIX, os produtos da empresa atingem distâncias como as da Austrália, onde o fluxo de emigrantes italianos criou demanda por produtos alimentícios. No final da Segunda Guerra Mundial a empresa recomeça o armamento construindo e adquirindo outros navios para serviços de cabotagem. A destruição da frota italiana de passageiros, a crescente demanda por tráfego de passageiros, a crise econômica e o fluxo migratório transoceânico atraem a atenção da família Costa de longe no setor de transporte de passageiros em rotas transatlânticas. Em 1948 partiu de Génova o primeiro navio de passageiros da frota da Costa, Anna C, o primeiro transatlântico a atravessar o Atlântico Sul. O navio chega a Buenos Aires 16 dias após a partida. O início dos anos 60 foi positivo para a expansão da empresa, com cruzeiros no Caribe, Mediterrâneo, o Mar Negro, Brasil, Uruguai, Argentina, Estreito de Magalhães e Antártica. Em 1997 a Carnival adquire 50% da Costa Cruises e os outros 50% eram da empresa inglesa Airtours. Em 2000 a Carnival adquire 100% de propriedade do operador de cruzeiro italiano.	Ásia, Europa, África, América do Norte, América Central, América do Sul. Brasil: Recife, Maceió, Salvador, Salvador, Ilhéus, Búzios, Rio de Janeiro, Ilha Grande, Santos, Portobelo, Camboriú.
Holland America Line (HAL) 14 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 3.686 Menor: 1.334	Fundada em 1873 como a Netherlands-America Steamship Company, se tornou conhecida como a Holland America Line devido ao transporte de muitos de imigrantes da Holanda para a América do Norte. A empresa concentrou-se no comércio transatlântico de passageiros, bem como no transporte comercial de mercadorias até a década de 1970. Seu primeiro navio para apenas passageiros foi construído em 1973. Em 1978 mudou sua sede de Roterdã para Stamford, Connecticut e em 1983 sua mudou-se para Seattle, Washington, para consolidar as operações com a Westours, uma empresa de turismo do Alasca, onde possuía uma participação maioritária. Em 1988 comprou Windstar Cruises e vendeu a Windstar. Em 1989, foi adquirida pela Carnival Corporation, mas manteve sua sede em Seattle. Mesmo baseada nos Estados Unidos mantém fortes laços com a herança holandesa. A empresa tem uma ilha privada, Half Moon Cay, nas Bahamas.	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central, América do Sul e Antártida. Rio Amazonas – Macapá, Santana, Belém, Santarém, Alter do Chão, Boca da Valéria, Parintins, Manaus. Búzios, Rio de Janeiro, Ilha Grande, Santos, Porto Belo.
AIDA 11 Navios	É uma linha de cruzeiros alemã de propriedade britânica com sede em Rostock, na Alemanha. Atende ao mercado de língua alemã e são conhecidos por sua	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central, América

Marca – Capacidade*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
Capacidade de pessoas a bordo Maior: 4200 Menor: 1550	informalidade. Foi fundada em 1960 como Deutsche Seereederei, companhia de transporte estatal da Alemanha Oriental. Seu primeiro navio, Volkerfreundschaft ("Amizade entre os Povos"), era conhecido como navio de férias. Em 1991, após a reunificação da Alemanha, a Deutsche Seereederei foi privatizada. Em 1994, a empresa fez um pedido para o seu primeiro navio novo, nomeado AIDA e entrando em serviço em 1996. O navio introduziu um conceito totalmente novo chamado "clube de cruzeiro" com características mais informais. Em 1997 a AIDA foi vendida para a NCL, mas continuou a cargo da Deutsche Seereederei. Em 1999 foi vendida para a P&O Princess Cruises. O conceito AIDA foi tão bem sucedido que a P&O Princess criou o Ocean Village para o mercado britânico. Em 2003 a P&O Princess fundiu-se com o Carnival No início de 2007, a Carnival também anunciou a fundação de uma nova joint venture com a TUI, o maior operador turístico da Alemanha. O empreendimento compreende 25% pela TUI e 75% pelo Carnival, e abrange a AIDA e também com a marca de cruzeiro do mercado alemão, chamada TUI Cruises.	do Sul. Brasil: Recife e Rio de Janeiro.
P&O Cruises 8 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 4.997 Menor: 2.640	O nome completo da empresa é Peninsular and Oriental Steam Navigation Company, pois seus primeiros navios eram alimentados por turbinas a vapor. Com sede em Southampton, Inglaterra, foi fundada em 1837 e recebeu um contrato do governo do Reino Unido para transportar os correios semanalmente até Gibraltar. A P&O entrou no negócio de "cruzeiros de prazer" pela primeira vez em 1904. Em 1924 a P&O era a maior empresa de transporte marítimo do mundo. Durante os anos 1950, além do transporte de cargas, a empresa investiu no transporte de pessoas até a Austrália. A P&O Cruises foi desmembrada do grupo P&O em 2000, tornando-se uma subsidiária da P&O Princess Cruises, que posteriormente se fundiu com a Carnival Corporation em 2003, para formar a Carnival Corporation & plc.	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central, América do Sul. Rio Amazonas – Macapá, Santana, Belém, Santarém, Alter do Chão, Parintins, Manaus. Recife, Búzios, Rio de Janeiro, Salvador.
Seabourn 5 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 1050 Menor: 800	Fundada em 1986 por um pequeno grupo de executivos do setor de hotelaria de luxo e cruzeiros, incluindo o industrial norueguês Atle Brynstad e Warren S. Titus. Criada para competir no mercado de cruzeiros ultra luxo. A primeira viagem foi em novembro de 1988 no recém-construído Seabourn Pride. Em 1992 a Carnival comprou 25% da empresa e em 1996 mais 25% adicionais. Em 1998, um consórcio, a Carnival comprou a Seabourn e incorporou suas operações com a Cunard Line.	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central, América do Sul e Antártida. Rio Amazonas –Belém, Santarém, Boca da Boa, Parintins, Manaus. Búzios, Rio de Janeiro, Ilhabela, Vitória, Salvador, Recife, Natal.
Cunard Line 3 Navios Capacidade de pessoas a	O canadense Sir Samuel Cunard fundou a British Pack e a British Steam Packet Company (mais tarde chamado Cunard Line) em 1839 e tinha realizava o transporte da British Royal Mail aos EUA e ao Canadá. Em 1840, a Cunard Line introduziu quatro navios a vapor com viagens semanais transatlânticas com	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central, América do Sul. Brasil: Fortaleza, Salvador, Búzios, Rio de

Marca – Capacidade*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
bordo Maior: 3983 Menor: 3042	passageiros e carga. Em 1881, a empresa apresentou seu primeiro navio exclusivo para passageiros. No final da década de 1940 começaram as viagens transatlânticas e em 1949 a empresa introduziu o primeiro navio semelhante aos navios de cruzeiro modernos. Na década de 1950, a empresa tinha 12 linhas oceânicas em serviço. Em 1998 a Carnival adquire 68% da Cunard e em 1999 compra a participação restante de 32% e simultaneamente leva 100% de controle da Seabourn.	Janeiro.

*Capacidade de pessoas a bordo considera o total de passageiros e tripulantes

**Informação de destinos para temporadas 2017/2018.

Fontes: Os sites pesquisados foram

<https://www.cruisecritic.com/>. Acesso em 08/10/2017.

<https://www.seabourn.com/pageByName/Resp.action?requestPage=ships&showHeader=true&showFooter=true>. Acesso em 06/12/2017.

<https://www.seabourn.com/pageByName/Resp.action?requestPage=seabourn-odyssey&showHeader=true&showFooter=true>. Acesso em 06/12/2017.

<https://www.aida.de/en/aida-cruises/company/fact-and-figures.19234.html>. Acesso em 06/12/2017.

<http://www.cruise-international.com/category/archives/aida/>. Acesso em 06/12/2017.

<http://www.pocruises.com/cruise-ships/britannia/>. Acesso em 06/12/2017.

<http://www.pocruises.com/cruise-ships/oriana/>. Acesso em 06/12/2017.

1.3.2. Royal Caribbean Line (RCL)

A Figura 1.4 ilustra o organograma da *Royal Caribbean Line* e seus segmentos.

Figura 1.4 – Organograma da *Royal Caribbean Line* e seus segmentos e marcas

Os fundadores Arne Wilhelmsen e Edwin Stephan, donos de três companhias marítimas norueguesas, criaram a *Royal Caribbean Cruise Lines* em 1968. A empresa construiu e operou três navios durante a década de 1970, oferecendo cruzeiros em todo o Caribe²². O primeiro navio, *Song of Norway*, levou 700 passageiros para o mar em 1970, lançando a Royal Caribbean oficialmente.

Em 1971, o navio *Nordic Prince* começou a operar no Caribe. A empresa também passou a oferecer pacotes aéreos e marítimos aos passageiros, com a passagem aérea para Miami incluída no preço do cruzeiro. No ano seguinte, com a introdução do *Sun Viking*, o Royal Caribbean tornou-se a maior linha de cruzeiros no Caribe com saídas semanais de Miami em cruzeiros de sete e 14 dias. Em 1973, buscando estabelecer a marca, foi aberto um escritório de marketing em Londres.

Conforme se lê na publicação *Reference for Business* (2017)²³, “nos anos 80 as empresas de cruzeiros iniciaram uma série de empreendimentos em antecipação à demanda, aproveitando as baixas taxas de juros e os estaleiros ansiosos para o negócio²⁴” (tradução nossa). Neste período, a *Royal Caribbean* iniciou um programa de expansão de capital com novos navios e desenvolvendo o conceito “megaship” e cruzeiros de estilo resort.

De acordo com *Reference for Business* (2017), referindo-se ao ano de 1988:

“a *Royal Caribbean* e a *Admiral Cruises* – um serviço de cruzeiro de passageiros que operou por cerca de 100 anos – combinaram suas operações, embora cada um tenha mantido sua identidade de marca separada. Ainda naquele ano, a empresa passou por uma mudança fundamental na sua propriedade. Inicialmente, uma das empresas fundadoras originais, a *Anders Wilhelmsen & Co*, tornou-se a única proprietária, pois comprou as outras duas empresas parceiras. Em seguida, *A. Wilhelmsen & Co* entrou em acordo conjunto com a família Pritzker (proprietários da *Hyatt Hotels Corp.* e outras *holdings*) e a família Ofer, proprietários de uma grande empresa de transporte marítimo. O resultado, uma vez que o processo foi concluído em 1992, foi que A. Wilhelmsen, uma empresa norueguesa, e Cruise Associates, uma sociedade das Bahamas, se tornaram os principais proprietários da *Royal Caribbean*. Membros da família Wilhelmsen da Noruega controlaram A. Wilhelmsen e membros da família Pritzker,

---

²² <https://www.royalcaribbean.com/>. Acesso em 05/12/2017.

²³ <http://www.referenceforbusiness.com/history/Ro-Sh/Royal-Caribbean-Cruises-Ltd.html>. Acesso em 05/12/2017.

²⁴ Cruise companies began a building spree in anticipation of the demand, taking advantage of low interest rates and shipyards eager for the business.

de Chicago, e a família Ofer, controlaram a *Cruise Associates*.²⁵ (tradução nossa).

A partir de 1990 a *Royal Caribbean Line*, com nova sede no porto de Miami, passou a oferecer cruzeiros curtos nas Bahamas, e sazonais para o Alasca e Europa. A partir de 1991, para o México. A empresa criou um departamento de vendas e *marketing* visando aumentar os passageiros fora da América do Norte. Mantinha operações em escritórios de vendas em Londres, Oslo e Frankfurt. Sua estratégia era atingir a parte superior do mercado de massa. Após 1995 passou a oferecer novos destinos, como Havaí e sudeste asiático.

A empresa *Celebrity Cruise Line Inc.* tornou-se uma subsidiária integral em 1996 e continuou a operar sob sua própria marca. A aquisição da empresa *Celebrity Cruises* aumentou o mercado de destinos *premium* de cruzeiros.

Em 1997, em uma campanha publicitária, foi apresentada uma nova identidade de marca: *Royal Caribbean International*. Neste período os hotéis porto-riquenhos da empresa *Hyatt* passaram a oferecer pacotes que incluíam estadias nos hotéis e cruzeiros. O *Citibank* também passou a administrar financiamentos das viagens para os passageiros.

O Quadro 1.7 resume as características das marcas de cruzeiros da *Royal Caribbean*.

Quadro 1.7 – Marcas da *Royal Caribbean*

Empresa*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
Royal Caribbean International 25 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 7.876 Menor: 2.270	Royal Caribbean Cruise Line foi criada por três empresas de transporte marítimo norueguês em 1969. Seu primeiro navio estreou em 1970.	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central, América do Sul. Não atua na América do Sul.

²⁵ Royal Caribbean and Admiral Cruises, a passenger cruise service that had operated for almost 100 years, combined their operations, although each kept their separate brand identity. Later that year the company underwent a fundamental ownership change. First, one of the original founding companies, Anders Wilhelmsen & Co., became the sole owner by buying out the other two partner companies. Then Wilhelmsen entered into a joint agreement with the Pritzker family (owners of Hyatt Hotels Corp. and other holdings) and the Ofer family, owners of a large shipping company. The result, once the process was completed in 1992, was that A. Wilhelmsen A/S, a Norwegian corporation, and Cruise Associates, a Bahamian general partnership, became the principal owners of Royal Caribbean. Members of the Wilhelmsen family of Norway controlled A. Wilhelmsen A/S and members of the Pritzker family of Chicago and of the Ofer family controlled Cruise Associates.

Empresa*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
Celebrity Cruises 12 Navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 3046 Menor: 162	Celebrity Cruises foi criado por Harry H. Haralambopoulos e os irmãos John e Michael Chandris, proprietários de navios e operadores de carga gregos de Londres, da antiga Chandris Lines e Chandris Cruises. Foi comprada pela Royal Caribbean International em 1997. Seus navios de luxo são reconhecidos devido ao 'X' em seu casco, denotando a terceira letra do final do alfabeto grego, o grego 'chi' ou 'Ch' em inglês, para Chandris, a família fundadora.	Ásia, Europa, Oceania, América do Norte, América Central, América do Sul. Brasil: Ilhabela, Rio de Janeiro, Búzios e Santos.
Tui Cruises 5 navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 3.700 Menor: 2.824	TUI Cruises, com sede na Alemanha, se tornou em 2007 uma joint venture entre a Royal Caribbean Cruises Ltd. e a gigante alemã TUI AG (que também possui Thomson Cruises, com sede na U.K). Ambas as partes detêm uma participação de 50% na TUI Cruises. O objetivo da linha é atender o mercado de cruzeiros alemão. A TUI AG e a TUI Travel possuem marcas de turismo, hotel e cruzeiros e atuam há mais de 40 anos na indústria de turismo. O Grupo TUI é pioneiro no ramo de turismo do mundo. Entre suas atividades estão operadores turísticos, 1.600 agências de viagens, seis companhias aéreas turísticas com cerca de 150 aeronaves, mais de 300 hotéis com 214.000 camas, navios de cruzeiro e agências nos principais destinos de férias do mundo. A participação do Grupo TUI está listada na Bolsa de Valores de Londres no índice FTSE e no Conselho de Cotação do Mercado Aberto na Bolsa de Valores de Frankfurt.	Europa, América Central, África e Ásia. Não atua na América do Sul.
Pullmantur Cruises 4 navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 2448 Menor: 3553	Atua como operador turístico na Europa e América Latina, atuando com destaque no mercado espanhol. A empresa foi fundada em 1971 e tem sede em Madri, Espanha. Possui mais de 7.000 funcionários em todo o mundo e escritórios de vendas na Espanha, Brasil, Panamá, México, Colômbia, França e Portugal. Suas áreas de negócios são: cruzeiro, operação de turismo, passeios terrestres e passeios pela cidade, voos regulares e charter e uma rede de varejo de agências de viagens. Desde 2006 faz parte do grupo Royal Caribbean. No final de 2016, foi anunciado que a empresa Croisières de France – que tinha foco no mercado francês – cessaria as operações no início de 2017 e os navios seriam transferidos para a Pullmantur.	Europa, América Central e América do Sul. Brasil: Recife
Azamara Club Cruises 2 navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 1098 Menor: 1049	Em 2007, a Celebrity Cruises criou a submarca Azamara Cruises. Em 2009 mudou seu nome para Azamara Club Cruises. Tem sede em Miami, Flórida e opera como uma subsidiária da Celebrity Cruises, Inc. Compete com outras linhas de cruzeiro como Oceania Cruises e Viking Ocean Cruises. O diferencial da marca é a imersão no destino, com estadias mais longas e passeios noturnos e viagens com temas culturais.	Ásia, Europa, Oceania, África, América do Norte, América Central. Não atua na América do Sul.
SkySea Cruise Line	A SkySea é uma joint venture entre a Ctrip.com, empresa de viagens on-line, e a Royal Caribbean Cruises Ltd. e como alvo o mercado chinês de cruzeiros.	China, Japão e Coreia do Sul. Não atua na América do

Empresa*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
1 navio Capacidade de pessoas a bordo: 2.657	A SkySea Holdings foi fundada em 2013 com a empresa de capital privado da Stone Capital - Shanghai. A Royal Caribbean Cruises Ltda. e a Ctrip tem uma participação de 35%, enquanto os restantes 30% são detidos pela Stone Capital. A partir de 2017, a SkySea adicionou a Coreia do Sul como partida de cruzeiros.	Sul.

*Capacidade de pessoas a bordo considera o total de passageiros e tripulantes

**Informação de destinos para temporada 2017/2018.

Fontes: Os sites pesquisados foram

<https://www.royalcaribbean.com/>. Acesso em 06/12/2017.

<http://www.celebritycruises.com.br/>. Acesso em 06/12/2017.

<https://tuicruises.com/>. Acesso em 06/12/2017.

<https://www.pullmantur.com.br/pt/>. Acesso em 06/12/2017.

<https://www.azamarclubcruises.com/int>. Acesso em 06/12/2017.

<http://www.skysea.com/en/home>. Acesso em 06/12/2017.

1.3.3. Norwegian Cruise Line Holdings

As informações expostas a seguir foram obtidas, principalmente, a partir de consulta aos sítios eletrônicos oficiais das empresas²⁶.

A Figura 1.5 indica a organização da *Norwegian Cruise Line Holdings*.

Figura 1.5 – Organização da Norwegian Cruise Line

A *Norwegian Cruise Line*, fundada em 1966, é uma empresa de capital aberto com ações na NASDAQ. Tem como principais acionistas *Genting Hong Kong*, *Apollo Global Management LLC* e *TPG Capital*. A empresa possui 25 navios de cruzeiro e mais de 12% de participação no total mundial do mercado de cruzeiros.

Opera as marcas *Norwegian Cruise Line*, *Oceania Cruises* e *Regent Seven Seas Cruises* que oferecem itinerários para mais de 510 destinos em todo o mundo.

²⁶ <https://www.ncl.com/br/pt/>. Acesso em 06/12/2017.

<https://pt.oceaniacruises.com/>. Acesso em 06/12/2017.

<https://pt.rssc.com/>. Acesso em 06/12/2017.

O Grupo Genting (*Genting Hong Kong Limited*) é uma empresa global no ramo de lazer, entretenimento e hospitalidade, atuando com *resorts*, hotéis de luxo e cruzeiros marítimos. Foi constituída em setembro de 1993 e opera a empresa *Star Cruises*, pioneira na região Ásia-Pacífico, com cruzeiros de destinos internacionais. Sua sede é localizada em Hong Kong e mantém escritórios e representações na Austrália, China, Índia, Indonésia, Japão, Malásia, Filipinas, Singapura, Suécia, Taiwan, Tailândia, Reino Unido e nos Estados Unidos. Está listada na Bolsa de Valores de Hong Kong, de Cingapura e das Filipinas. A *Star Cruises* é uma marca global de cruzeiros, com uma frota combinada de 21 navios, conforme informado no sítio eletrônico oficial da empresa²⁷.

A empresa *Apollo Global Management*, sediada em Nova York, EUA, é um fundo de investimento que gerencia investimentos alternativos globais. É especializada em compras de empresas com alto endividamento, propondo a reestruturação corporativa ou sua venda segmentada. A empresa levanta, investe e gerencia fundos em nome de alguns dos fundos de pensão e de doação mais proeminentes do mundo, bem como outros investidores institucionais e individuais. Ela opera através de três segmentos de negócios: *Private Equity*²⁸, Crédito e Mercado Imobiliário. O segmento de *Private Equity* investe no controle acionário e instrumentos de dívida relacionadas, valores mobiliários conversíveis e títulos de dívida de empresas em dificuldades. O segmento de crédito investe principalmente em instrumentos de dívida de empresas e o segmento imobiliário investe em títulos comerciais lastreados em hipotecas, empréstimos hipotecários e comerciais, imóveis de luxo e outros investimentos relacionados a dívidas imobiliárias comerciais, conforme o sítio eletrônico oficial da empresa²⁹.

A *TPG Capital* (anteriormente conhecida como *Texas Pacific Group*), com sede em *Fort Worth, Texas* e *San Francisco, Califórnia*, EUA, é uma das maiores empresas de investimento de capital privado no mundo, com foco em aquisições alavancadas³⁰, capital de crescimento e investimentos de recapitalização

---

²⁷ <https://www.starcruises.com/sg/en>. Acesso em 06/12/2017.

²⁸ *Private equity* é um tipo de atividade financeira realizada por instituições que investem essencialmente em empresas que ainda não são listadas em bolsa de valores, com o objetivo de alavancar seu desenvolvimento. Esses investimentos são realizados via Fundos de *Private Equity*.

²⁹ <http://www.agm.com/Home.aspx>. Acesso em 06/12/2017.

³⁰ Uma aquisição alavancada (LBO) é uma técnica de aquisição envolvendo o uso de grandes montantes de dívida para a aquisição de uma empresa. Como exemplo, temos uma fusão financeira para criar uma sociedade anônima altamente endividada, mas incrementada com um alto fluxo de

alavancada em empresas em dificuldades, assim como a empresa *Apollo Global Management*. A empresa também administra fundos de investimento, atuando principalmente nos EUA, Europa, Ásia, Austrália e América Latina. Seu foco recai sobre empresas estabelecidas que requerem capital entre 10 milhões e 1 bilhão de dólares. Atua com aquisições e reestruturações, de forma ampla, nos ramos industrial, de serviços financeiros, viagens e entretenimento, tecnologia, varejo, produtos de consumo, saúde, mídia e comunicações, conforme o sítio eletrônico oficial da empresa³¹.

O Quadro 1.8 resume as características das marcas de cruzeiros da *Norwegian Cruise Line Holdings*.

Quadro 1.8 – Marcas da Norwegian Cruise Line Holdings

Empresa*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
Norwegian 15 navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 6.000 Menor: 2.842	A Norwegian Cruise Line (Norwegian ou NCL), com sede em Miami, possui a filosofia " <i>Freestyle Cruising</i> ". Iniciou sua história na Noruega com um navio em 1966, a Norwegian Cruise Line foi estabelecida pela Klostors Rederi A/S, uma das mais antigas e mais respeitadas empresas de frete da Noruega. Já em 1979 a empresa estava a caminho de se tornar um líder da indústria e uma das maiores companhias de cruzeiros do mundo. Em 2000 a empresa foi adquirida pela Genting Hong Kong (então Star Cruises), com sede na Malásia e com investimento da Star Cruises, a maior linha de cruzeiros de base asiática, a NCL passou por um enorme crescimento. Em 2007 a Apollo Management se tornou proprietária de 50% da linha de cruzeiro, compartilhando liderança com a Genting Hong Kong. Em 2008, a TPG Capital adquiriu 12,5% na linha de cruzeiro. Em 2014, a Norwegian adquiriu Prestige Cruises International da Apollo Management e das marcas da empresa, Oceania Cruises e da linha de luxo Regent Seven Seas. A corporação geral negociada publicamente é chamada Norwegian Cruise Line Holdings.	América do Norte, América Central, América do Sul, Europa, Ásia, Oceania. Brasil: Ilhabela, Rio de Janeiro, Búzios, Ilha Grande, Angra dos Reis e Santos.
Oceania Cruises 6 navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 2.050 Menor: 1.084	A empresa foi fundada em 2001 pelos veteranos da indústria de cruzeiros de luxo Frank Del Rio, Joe Watters e Bob Binder (ex-chefes da Renaissance Cruises e Crystal Cruises). A sede está localizada em Miami, Flórida. Atualmente possui seis navios na categoria de luxo. Em 2007, a Oceania foi adquirida pela Apollo Management. Enquanto pertencia à Apollo, a linha foi administrada pela Prestige Cruises International, juntamente com a Regent Seven Seas. Em 2014, a Norwegian adquiriu o Prestige Cruises International da Apollo Management. Oceania e Regent se juntaram à	América do Norte, América Central, América do Sul, Europa, Ásia, Oceania e África. Brasil Rio Amazonas – Belém (Icoaraci), Santarém, Alter do Chão, Boca Da Valeria, Parintins, Santarém, Manaus. Fortaleza, Recife, Natal, Maceió, Salvador, Rio de

caixa e com lastro no patrimônio da empresa comprada. (Mafud, 2011, p. 3, *apud* Blaydon e Wainwright, 2006).

³¹ <https://www.tpg.com/>. Acesso em 06/12/2017.

Empresa*	Breve história	Regiões/Lugares Operados**
	empresa maior, a empresa de capital aberto Norwegian Cruise Line Holdings.	Janeiro, Ilha Grande, Búzios, Cabo Frio, Parati, Santos, Porto Belo, Rio Grande.
Regent Seven Seas 4 navios Capacidade de pessoas a bordo Maior: 1.240 Menor: 760	Com sede em Miami, Flórida, a empresa abrange o segmento de luxo. Possui quatro navios de porte médio. A empresa foi formada em 1992 pela fusão da Radisson Cruises e Seven Seas Cruises. Em 2006, o Radisson Seven Seas Cruises passou por outra mudança de nome para se tornar Regent Seven Seas Cruises. A Carlson Hospitality Worldwide, com sede em Minneapolis, era proprietária da empresa. Em 2007, a Apollo Management assinou um acordo para adquirir Regent Seven Seas Cruises e o negócio fechou em 2008. Na época, Prestige Cruise Holdings foi criado para gerenciar a parcela do portfólio da Apollo Management. No final de 2014, a Norwegian Cruise Line adquiriu o Prestige e atualmente a Regent Seven Seas faz parte da Norwegian Cruise Line Holdings. Em conjunto com a empresa Oceania Cruises, é a líder de mercado nos segmentos superior e premium da indústria de cruzeiros.	América do Norte, América Central, América do Sul, Europa, Ásia, Oceania e África Brasil Rio Amazonas - Alter do Chão, Boca da Valéria, Santarém, Macapá, Manaus, Parintins. Búzios, Ilha Grande, Parati, Porto Belo, Recife, Rio Grande, Rio de Janeiro, Salvador, São Francisco do Sul, Santos.

*Capacidade de pessoas a bordo considera o total de passageiros e tripulantes

**Informação de destinos para temporada 2017/2018.

FONTES: Os sites pesquisados foram

<https://www.ncl.com/br/pt/>. Acesso em 06/12/17.

<https://pt.oceaniacruises.com/>. Acesso em 06/12/17.

<https://pt.rssc.com/>. Acesso em 06/12/17.

1.3.4. Cruzeiros fluviais

O mercado de cruzeiros fluviais é mais desenvolvido na Europa, de acordo com pesquisas realizadas em sites especializados³². De acordo com Woessner (2006, p. 9 apud TELES, 2012 p.70), há cinco principais operadores turístico-fluviais do mundo: *Viking River Cruise*, *CroisiEurope*, *Scylla*, *Peter Deilmann Cruise* e *Lüftner Cruises*. A operadora alemã *Peter Deilmann Cruise* faliu em 2015.

Além dessas operadoras, destacamos duas empresas, a australiana APT, que atua em todo o setor turístico, e a *Avalon Waterways*, empresa com sede na Suíça e nos Estados Unidos que atua apenas com cruzeiros fluviais.

O Quadro 1.9 resume as principais características dessas operadoras.

Quadro 1.9 – Principais operadores turístico-fluviais do mundo

Empresa e número de navios	Características	Regiões/Lugares Operados**
Viking River Cruise	Consórcio escandinavo, holandês e suíço. A Viking Cruises foi fundada em 1997. Em 2000, a empresa comprou a Europe's KD River Cruises.	Europa, Ásia e África

³² Sites consultados: <http://www.cruiseshipportal.com/categories/cruise-lines-ship-operators/river-cruises/>, <https://www.cruisecritic.com/river/>, <http://www.cruise.co.uk/>, <http://www.fodors.com/cruises/>.

Empresa número navios	e de	Características	Regiões/Lugares Operados**
61 navios		Sob a marca Viking River Cruises expandiu para o mercado norte americano em 2000. Os cruzeiros fluviais variam de 8 a 23 dias. Os itinerários são rios europeus: Reno, Meno, Danúbio, Sena, Ródano, Douro, Mosela, Elba, Dordogne, Garona e Gironde; Volga, Neva e Svir da Rússia; Nilo do Egito; Yangtze da China; e Mekong do Sudeste Asiático. Em 2015, a Viking lançou seu primeiro navio oceânico. Os cruzeiros oceânicos variam de 8 a 15 dias e os destinos incluem o norte da Europa, a Escandinávia e o Báltico, o Mediterrâneo, o Adriático, as Américas e o Caribe, bem como cruzeiros combinados desses itinerários disponíveis de 22 a 50 dias.	
CroisiEurope 52 navios		Empresa francesa fundada em 1976. Inicialmente chamada Alsace Croisières e com sua grande expansão entre a década de 1990 e anos 2000 e mudou seu nome para CroisiEurope à medida que as operações fora das fronteiras da França. Em 2007 abriu uma empresa subsidiária, CroisiMer, para gerenciar o seu único navio de cruzeiro oceânico. Em 2010, a empresa criou a marca CroisiYacht para gerenciar cruzeiros fretados no rio Volga da Rússia. E em 2014, a CroisiEurope comprou a Mekong River Cruise Company, acrescentando quatro navios que cruzavam o rio Mekong no sudoeste asiático. Navega pela maioria dos rios e canais da Europa, possui navios que navegam no Vietnã e Camboja. Possui dois navios oceânicos. Também navega o Volga na Rússia, o Irrawaddy em Myanmar e o Zambeze na África.	Europa, Ásia, África e América do Sul
Scylla 28 navios		A empresa suíça iniciou em 1974 com uma rota pelo rio Reno e sua área de atuação se expandiu pelas principais vias navegáveis da Europa..	Europa
Avalon Waterways 24 navios		Empresa com sede nos Estados Unidos e na Suíça, propriedade da família Globus (Globus family of brands). Inicia em 2004 por rios da Europa e atualmente opera navios em todos os principais rios da Europa (Danúbio, Reno, Mosela, Ródano, Sena e Saone), rios Mekong e Irrawaddy no Sudeste Asiático, no Yangtze (na China) e no rio Amazonas (no Peru). A empresa oferece dois roteiros dedicados ao público brasileiro (pelo rio Danúbio por 13 noites e pelo rio Reno por 10 dias, ambos custam 4.000 euros).	Europa, Ásia, África e América do Sul
APT 18 navios		Empresa familiar australiana, criada na década de 1920. Foi pioneira na indústria de viagens dinâmicas pela Austrália com diversidade de modos. Inicialmente atuava com rotas de ônibus, na década de 1970 passa a oferecer viagens para Nova Zelândia, Canadá e Alasca. Em 1991 passa oferecer cruzeiros fluviais de luxo e em 2005 iniciou os cruzeiros fluviais pela Europa. Os cruzeiros fluviais navegam por rios da Europa, Ásia (Camboja, Vietnã, China, Myanmar), África e América do Sul (Amazônia peruana).	Europa, Ásia, África e América do Sul
Lüftner Cruises 14 navios		Com sede na Áustria. Fundada há mais de 30 anos pela família Lüftner. Navega por rios holandeses e belgas, Reno, Saône, Sena e Danúbio até o Mar Negro.	Europa

FONTES: Os sites pesquisados foram

<https://www.vikingrivercruises.com/>. Acesso em 06/12/2017.
<https://www.croisieurope.com/>. Acesso em 06/12/2017.
<https://www.scylla.ch/en/company>. Acesso em 06/12/2017.
<https://www.avalonwaterways.com/>. Acesso em 06/12/2017.
<http://www.aptouring.com/>. Acesso em 06/12/2017.
<https://www.lueftner-cruises.com/en.html>. Acesso em 06/12/2017.

Apesar de o Brasil possuir uma extensa rede hidrográfica, a atividade da navegação fluvial turística não é muito desenvolvida. Silva (2015, p. 96) aponta entre as dificuldades para o desenvolvimento da atividade a ausência de planejamento, de infraestrutura, de investimentos e parcerias entre a iniciativa pública e a privada, de indústrias náuticas para a construção e revitalização de embarcações, e também a falta de uma estrutura jurídica para sua organização.

O rio Amazonas recebe cruzeiros fluviais de diversas empresas, entre elas a *Iberostar*, *Seabourn*, *Holland America Line*, *Oceania Cruises*, *Regente Seven Seas Cruises*, *Hapag-Lloyd Cruises*, *Ponant Yacht Cruises & Expeditions*.

1.4. Fluxos e topologias

Para Martínez (2012), os cruzeiros possuem uma característica diferencial diante de outras modalidades de turismo, caracterizada pela mobilidade e a grande flexibilidade da distribuição geográfica, possibilitada por sua capacidade de acomodação. Segundo a autora, há uma desequilibrada distribuição entre as zonas de operação. Durante o ano de 2010, as regiões com maiores ofertas foram o Caribe e o Mediterrâneo, líderes em capacidade ofertada, com trinta e seis milhões e duzentas mil camas/dia e 18 milhões e quinhentas mil camas/dia respectivamente. O Sudoeste Asiático ofereceu um milhão e cem mil camas/dia, a região Índica trezentos e oitenta mil camas/dia e a Antártida duzentos e trinta e seis mil camas/dia. O Mapa 1.2 indica as principais regiões de operação dos cruzeiros no mundo.

Martínez (2012) indica regiões marítimas preferenciais de navegação de cruzeiros (Figura 2.6) e as classifica em:

- Regiões Primárias: Caribe, que concentra cerca de 50% dos percursos globais e oferta de viagens durante todo ano. Europa Mediterrânea, que apresenta 30% do mercado mundial das viagens durante a temporada de verão, sendo que grande parte do público é europeia. Alasca, com aproximadamente 10% do mercado mundial. Suas viagens ocorrem durante o

verão do hemisfério norte, com público que busca contato com a natureza. Norte Europeu, com 8% do mercado global, com temporadas entre maio e setembro. É beneficiada pelas redes de transporte europeias, sendo a maior parte do público composta por alemães. Ásia-Pacífico, com 6% do mercado mundial e potencial de crescimento do mercado chinês, com procura para Austrália e Japão.

- Regiões Secundárias: são regiões que estão em crescimento e/ou consolidação, porém não apresentam mais que 5% de participação no mercado global. Fazem parte a Costa Ocidental do México, com rotas estabelecidas pela Riviera Mexicana e Golfo da Califórnia; América do Sul, que possui atração devido ao clima oposto da América do Norte; e Antártida, que apresenta turismo de aventura e contemplação da paisagem.
- Regiões Emergentes: apresentam relativo dinamismo e crescimento, mas com índices percentuais muito baixos. Possuem uma oferta de luxo dirigida principalmente a consumidores europeus. Os destinos são Oriente Médio, Mar Vermelho, Golfo Pérsico, Índia e Oceano Índico.

Mapa 1.2 – Principais regiões de operação dos cruzeiros no mundo

Fonte: Adaptado de Martinez, 2012, p. 51. Mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

Em relação à origem dos cruzeiristas, Estados Unidos, Reino Unido e Alemanha são os maiores emissores (CLIA, 2015). A Figura 1.6 ilustra os principais países de origem dos cruzeiristas no mundo para o ano de 2015.

Figura 1.6 – Principais países de origem dos cruzeiristas no mundo - 2015

Fonte: CLIA, 2015.

De acordo com Rodrigue (2017),

O sistema global de cruzeiros é caracterizado pelo alto nível de concentração regional, bem como por um agrupamento de portos de visitação. Os padrões de destinação observados estão claramente indicando o destaque dos portos de visitação ao redor do Caribe e do Mediterrâneo, de acordo com as características operacionais de sete dias de cruzeiros envolvendo de três a cinco portos. Outros grupos de atividades significativas dizem respeito aos portos do Nordeste dos Estados Unidos, Canadá (Atlântico), Alasca, Havaí, portos do norte da Europa e da costa da Noruega. Limitadas atividades de cruzeiro ocorrem no leste e no sudeste da Ásia, apesar dos significativos processos de desenvolvimento econômico que ocorreram na região nas últimas décadas. Portanto, a geografia dos cruzeiros e dos portos comerciais é completamente diferente em termos dos portos dominantes e das regiões atendidas. Isso também indica que novos *clusters* de cruzeiros possam emergir para atender a demanda latente de uma classe média e alta crescente na Ásia, Oriente Médio e América do Sul³³. (tradução nossa)

³³ The global cruise port system is characterized by a high level of regional concentration as well as a clustering of port visits. The observed destination patterns are clearly underlining the prominence of port visits around the Caribbean and the Mediterranean, in line with the operational characteristics of 7 days cruises calling 3 to 5 ports. Other clusters of significant activity concern the US Northeast and Atlantic Canada, Alaska, Hawaii, Hanseatic ports and the coast of Norway. Limited cruise activity takes place in in East and Southeast Asia in spite of the significant economic development processes

A Figura 1.7 ilustra a concentração dos portos de destino e embarque globalmente para o ano 2012. A região do Caribe e do Mar Mediterrâneo possuem destaque por serem as maiores concentradoras de cruzeiros.

Figura 1.7 – Concentração global dos portos de destino e embarque – 2012

Fonte: Cruise Market Watch (2017)³⁴.

De acordo com Abremar/FGV (2016), dez navios estiveram na temporada 2015/2016 no Brasil, na presença de quatro armadoras e com 31.229 leitos disponíveis no total. Como foram realizados 186 cruzeiros e 788 escalas na temporada, o número de leitos ofertados no total foi de 558.961. Entre as armadoras estiveram presentes a MSC Cruzeiros com 5 navios, a Costa Cruzeiros com 2 navios, a Royal Caribbean International com 1 navio e a Pullmantur com 2 navios.

that occurred in the region in recent decades. Therefore, the geography of cruise and commercial ports is completely different in terms of the dominant ports and the regions being serviced. It is also indicative that new cruising clusters may emerge to serve a latent demand from a growing middle and upper class in Asia, the Middle East and South America.

³⁴ Disponível em: <http://www.cruisemarketwatch.com/geography/>

É inegável que a presença dessas companhias desempenha impactos econômicos no país. A circulação de capital ocorre através das despesas das companhias, tais como a compra de combustíveis, pagamento de taxas e impostos, comissionamento para operadoras e agências, propaganda, alimentos e bebidas para os turistas e tripulação, despesas com água e lixo gerado. Além disso, os cruzeiristas e tripulantes também colaboram na circulação de capital: ao optarem pelo turismo de cruzeiro, muitas vezes realizam compras nos comércios locais, passeios turísticos (que podem ser oferecidos por agências locais), necessitam se deslocar até o porto (antes ou após a viagem). Em alguns casos, de acordo com a Abremar/FGV (2016), também utilizam de hospedagem antes do embarque ou após o desembarque.

A temporada de Cruzeiros Marítimos 2015/2016 teve início em novembro de 2015 e terminou em maio de 2016, contou com a presença de 10 navios no litoral do país. De acordo com a CLIA Brasil (2016), 552.091 cruzeiristas aproveitaram 211 roteiros de viagens que tiveram duração mínima de três noites e máxima de nove. Os roteiros passaram por 26 cidades na América do sul, sendo 15 deles no Brasil.

A Figura 1.8 ilustra os principais portos brasileiros por número de escalas de navios de cabotagem na costa brasileira. Apesar de representar as escalas de navios de cabotagem no ano de 2011, este mapa ilustra também a localização de portos importantes na recepção de cruzeiros na costa brasileira até a atualidade.

Figura 1.8 – Principais portos brasileiros por número de escalas de navios de cabotagem

Fonte: ABREMAR/FGV, 2011.

O estudo realizado pela Abremar/FGV (2016) indica que desde a temporada 2012/2013 vem ocorrendo queda no fluxo de cruzeiros marítimos na costa brasileira, assim como a redução da oferta de leitos e de rotas, por parte das armadoras. A Figura 1.9 indica o número de navios entre as temporadas 2004/2005 a 2015/2016. Já a Figura 1.10 indica o número de cruzeiristas para o mesmo período.

Figura 1.9 – Número de navios

Fonte: ABREMAR/FGV (2016).

Figura 1.10 – Número de cruzeiristas

Fonte: ABREMAR/FGV (2016).

Aqui vale a observação de que, em que pese a grande queda do número de navios desde a temporada 2011/2012, a queda do número total de cruzeiristas não foi tão brusca. Isso se deve ao fato de que a quantidade de turistas por navio aumentou.

O que vem ocorrendo é um aumento do tamanho dos navios no que se refere à quantidade de turistas. Como se pode notar, o número de cruzeiristas por navio aumentou ao longo das últimas 11 temporadas (exceto entre as temporadas 2009/2010 e 2010/2011), conforme demonstrado na Figura 1.11.

Figura 1.11 – Número de Cruzeiristas por navio

Fonte: ABREMAR/FGV (2016).

Também foram realizadas pesquisas pelos cruzeiros oferecidos para o ano de 2016. A Revista Viagem e Turismo lançou uma edição especial com um Guia de Cruzeiros para a temporada 2015/2016 e de acordo com este Guia, para o ano de 2016 cinco grandes operadores globais de Cruzeiros Marítimos atuaram em toda a costa (Quadro 1.10). No total foram 11 companhias e 17 navios. As maiores operadoras mundiais (Carnival, Royal Caribbean e Norwegian) estiveram presentes em 2016 e estão entre as operadoras que possuem maior capacidade de transporte de pessoas, junto com a MSC que possui grande presença no mercado brasileiro.

Quadro 1.10 – Circulação de cruzeiros na costa brasileira na temporada 2015/ 2016

Operador Global	Companhia	Embarcação	Passageiros / Tripulantes	Total
Carnival Corporation & plc	Costa Cruzeiros	Costa Fascinosa	3.800 / 1.110	4.900
		Costa Pacifica	3.780 / 1.110	4.890
	Holland America Line	MS Masdam	1.258 / 580	1.838
	Princess Cruises	Star Princess	3.100 / 1205	4.305
Hapag-Lloyd AG	Hapag-Lloyd Cruises	MS Hanseatic	175 / 125	300
		MS Bremen	155 / 100	255
MSC	MSC Cruzeiros	MSC Magnifica	2.518 / 1.038	3.556
		MSC Splendida	3.247 / 1.370	4.617
		MSC Lirica	1.984 / 721	2.705
Norwegian Cruise Line	Crystal Cruises*	Crystal Symphony	922 / 545	1.467
	Oceania Cruises	Marina	1.250 / 800	2.050
		Regatta	684 / 400	1.084
	Regent Seven Seas	Seven Seas Marines	700 / 437	1.137
Royal Caribbean International	Celebrity Cruises	Celebrity Infinity	2.170 / 999	3.169
	Pullmantur	Empress	1.877 / 645	2.522
		Sovereign	2.733 / 820	3.553
	Royal Caribbean	Rhapsody Of The Seas	2.435 / 765	3.200
Total				45.548

* A companhia Crystal Cruises foi comprada pela empresa Genting Hong Kong (GHK), que faz parte do grupo que controla a operadora Norwegian Cruise Line.

Fonte: Adaptado de Guia de Cruzeiros 2015-2016, Viagem e Turismo Ed. 36.

Há uma concentração de cruzeiros na costa e, portanto, abarcando os litorais das regiões sul, sudeste e nordeste do país; entretanto, há que se considerar o turismo de cruzeiros fluviais na região norte - mais precisamente pelo rio Amazonas. Apesar de o Brasil possuir uma extensa rede fluvial a navegação fluvial turística é pouco significativa.

A navegação fluvial turística no território nacional, ainda é um fenômeno pouco expressivo e muito incipiente, haja vista a imensa rede fluvial do país, com ausência de um planejamento efetivo, de infraestrutura adequada, de investimentos e parcerias entre a iniciativa pública e a privada, de indústrias náuticas para a construção e revitalização de embarcações, bem como de um arcabouço jurídico para sua organização. (SILVA, 2015. P. 96)

No Brasil, a atividade está concentrada na relevância da paisagem (como as margens dos rios) e na valorização da fauna e flora. Belém e Manaus tornaram-se grandes atrativos.

Os cruzeiros marítimos têm vindo a crescer gradualmente, gerando um importante impacto económico nomeadamente no que concerne à criação de emprego e à obtenção de receitas. Assim, e decorrente desta procura, também aqui se procedeu à renovação urbana por forma a tornar os locais de paragem mais atractivos e em consonância com o desenvolvimento deste novo produto turístico. (TELES, 2012, p. 69)

Teles destaca também que a China é um exemplo como o Brasil. O rio Yangtze, maior rio da China e terceiro maior do mundo, oferece aos turistas a oportunidade de contato com a natureza devido a suas características montanhosas e à barragem de Três Gargantas.

Com relação à navegação fluvial turística, Silva (2015) destaca a importância da natureza, assim como Teles (2012).

A navegação fluvial turística apresenta uma especificidade em relação aos outros sistemas de movimento, pois possibilita uma maior interação entre o homem e a natureza, a observação de fauna, o contato direto com a água, escalas em centros urbanos para apreciação de atrativos históricos e culturais e o reconhecimento e valorização dos recursos naturais por meio da educação ambiental. (SILVA, 2015. p. 96)

A atividade de cruzeiros também ocorre em outros rios pelo mundo. O rio Danúbio atravessa dez países (Alemanha, Áustria, Eslováquia, Hungria, Croácia, Sérvia, Bulgária, Roménia, Moldávia e Ucrânia) até chegar ao Mar Negro, onde deságua. Possui grande importância comercial e de circulação. Teles (2012, p. 67) destaca que há um esforço conjunto que tem marcado a implementação de um turismo sustentável ao longo de todo o rio onde foi criado um plano de gestão e uma comissão de turismo³⁵. Os rios Reno, Ródano, Volga, Douro e Sena já apresentam a atividade fortalecida e desenvolvida.

Além do Brasil (com o rio Amazonas) e da China (com o rio Yangtze, rio Amarelo), Teles (2012, p. 68) cita outros destinos de turismo fluvial em ascensão, como o Egito (rio Nilo) e a Austrália (rio Margaret).

No Brasil não há empresas nacionais que atuam com cruzeiros fluviais. Contudo, a navegação fluvial turística ocorre, de acordo com Silva (2015, p. 97 e 98), em 47 municípios, com 206 embarcações turísticas e em nove regiões hidrográficas: Amazônia, Tocantins, Paraguai, Paraná, Atlântico Leste, São

---

³⁵ Danube River Bassin Management Plan e Danube Tourist Comission.

Francisco, Atlântico Nordeste Oriental, Parnaíba e Atlântico Sul, de acordo com o Mapa 1.3 na sequência.

Mapa 1.3 – Municípios com embarcações turísticas no Brasil

Fonte: Silva. 2015, p. 100.

No caso da região hidrográfica amazônica seu destaque ocorre

pela própria magnitude da rede fluvial existente e a importância da navegação fluvial de passageiros para a população regional, um uso turístico mais concentrado na hidrovia Amazonas-Solimões e nos trechos navegáveis do rio Negro. (...) As atividades desenvolvidas durante o cruzeiro ou excursão fluvial envolvem a pescaria esportiva, a observação de fauna e flora, a visita a comunidades indígenas, passeios de canoa, atracação em municípios com atrativos naturais e culturais, contemplação do Arquipélago de Anavilhanas e do encontro das águas do rio Negro com o Solimões, observação de botos, etc. (Silva, 2015, p. 98 e 99).

A região hidrográfica amazônica possui um enorme potencial para o turismo fluvial. Contudo, trata-se de uma atividade pouco desenvolvida, com ausência de planos e estudos para sua viabilização. As características do turismo fluvial realizado no rio Amazonas e desenvolvido pelas empresas de cruzeiros são apresentadas adiante, no capítulo 3.

2. Mercado de luxo de cruzeiros marítimos e fluviais

2.1. Características do mercado de luxo

O significado do luxo³⁶ pode variar com o momento histórico em que se analisa, porém mesmo ao longo do tempo está associado a conceitos como raridade, exclusividade, custo, suntuosidade, refinamento, distinção, excesso, supérfluo.

O luxo pode ser entendido, de acordo com Rezende (2014, p. 38), como parte de um sistema cultural que é inerente a determinados grupos sociais ao longo da história. Assim, entendemos que o mercado de luxo está ligado a ideia de exclusividade e que não se trata apenas de sua forma de produção, mas também do sistema cultural e social em que este mercado está envolvido.

Castarède (2003, apud Rezende, 2014, p. 76) setoriza a indústria de Bens de Luxo em:

- Mercado cultural: mercado de arte.
- Transporte: automóveis, iates, aviões particulares.
- Uso pessoal: alta costura, *prêt-à-porter* de luxo, perfumaria, acessórios de moda e couro, calçados, cosméticos, relojoaria, joias e bijuterias.
- Lazer: cruzeiros, clubes, esportes (polo, caça, golfe), coleções, hotelaria (palácios, *châteaux*, etc.).
- Serviços de mesa: cristais, prataria, louça.
- Habitação: residências, compra ou reforma de palácios, decoração de luxo.
- Alimentação: vinhos e destilados, comidas finas e restaurantes de luxo.

Lochard & Murat (2011 apud Rezende, 2014, p. 80) alocam as atividades econômicas em três universos: centro dos negócios, arte de viver e lugar de bem estar. O denominador comum que serve para caracterizar o luxo resulta da mescla de tradição, conhecimento, excelência e inovação.

A tradição é uma característica que vincula o produto à história, indicando que há ligação com a cultura. O conhecimento (ou o saber fazer) é o que garante ao produto e marca a característica de atemporalidade. A excelência é indicada pela nobreza de sua confecção. E a inovação é o que garante a possibilidade de

---

³⁶ Diversos autores trabalham com a definição de luxo, para aprofundar o tema recomendamos os autores Jean Noel Kapferer, Jean Castarède, Gilles Lipovetsky e Ellyete Roux.

renovação ao longo do tempo e a fixação de uma marca na história (Rezende, 2014).

Rezende (2014) também indica, com base em Lochard & Murat (2011), que para a identificação de uma marca de luxo, além dos denominadores indicados anteriormente, outros dois fatores são importantes: os meios de divulgação e comunicação e o preço e a clientela de luxo.

“A indústria de bens de luxo, se comunica com seus clientes em potencial, através de anúncios em revistas de moda, *outdoors* expostos nas principais vias das principais cidades, comerciais em canais de tevê por assinatura, além do uso da imagem de celebridades que aparecem cada vez mais em eventos de audiência global (como as cerimônias de premiações: Oscar, Festival de Cannes, Urso de Ouro, Grammy, entre outras) associando assim a imagem das celebridades à publicidade da marca” (REZENDE, 2014, p. 159).

Diniz (2012), ao analisar o mercado de luxo no Brasil, define que o luxo pode ser conceituado como tradicional e contemporâneo.

“O luxo tradicional é o serviço ou produto raro, exclusivo, desenvolvido para poucos, cuja confiança está na marca esculpida no produto. Esse luxo tem um caráter objetivo, isto é, está relacionado ao materialismo, a tudo aquilo que o dinheiro pode comprar, fazendo, através destes elementos, a pessoa ganhar destaque perante os outros. Já no luxo contemporâneo há um caráter subjetivo nos símbolos que caracterizam o luxo (raridade, exclusividade e de difícil obtenção), gerando uma carga emocional, oriundo da necessidade humana, de um significado pessoal. Esse luxo surge da premissa de ‘não se ter’ o que é necessário – em oposição ao luxo tradicional, que foi originado ‘ao se ter’.” (DINIZ, 2012, p. 12)

Com relação a temporalidade do luxo, Rigaud-Lacresse (2017) ressalta que

Originalmente, o luxo era o resultado da estratificação social hereditária; era um marcador social. Da opulência dos faraós aos fabulosos palácios italianos, o luxo era um símbolo de ostentação. Ao longo dos anos, o luxo tornou-se menos aristocrático e mais burguês; as marcas apareceram e se multiplicaram; então a industrialização se desenvolveu. Gradualmente, a noção de luxo tornou-se mais complexa: um mercado se estabeleceu e a indústria despertou³⁷. (RIGAUD-LACRESSE, 2017, p. 22, tradução nossa).

³⁷ Originally, luxury was the result of hereditary social stratification; it was a social marker. From the opulence of the pharaohs to the fabulous Italian palaces, luxury was a symbol of ostentation. Over the

Os autores McNeil e Riello (2016, p. 4) também analisam a eventualidade e a temporalidade do luxo, que podem estar relacionadas com a interação entre as expectativas da sociedade e a disponibilidade e capacidade de produção de materiais e serviços, não sendo fruto do mero relativismo cultural.

Como veremos, o luxo foi vinculado ao longo da história a uma série de conceitos, incluindo: autenticidade e veracidade (possuir um Van Gogh e não uma cópia); profundidade (embora o luxo seja frequentemente acusado de ser superficial); aculturação (o fato de que o luxo prospera no conhecimento, às vezes de fatos misteriosos); auto realização (aqui estudamos uma longa lista de pessoas ricas com a necessidade de mostrar o quão rico elas são e eram); e erotismo (o puro prazer da textura e do fascínio do material)³⁸. (MCNEIL E RIELLO, 2016, p. 5, tradução nossa).

Os autores destacam que atualmente o luxo é visto como uma expressão da crescente desigualdade de renda da população de diferentes nações do mundo. Porém ressaltam que

...o luxo não é a causa da desigualdade, embora possa ser um dos seus efeitos. Quando as sociedades visam a renda e a igualdade social (como as sociedades do pós-guerra), o luxo - ou pelo menos a discussão pública do luxo - parece desaparecer. Em contrapartida, as sociedades na segunda década do século XXI, em que 1% da população possui 49% da riqueza mundial, levam o luxo adiante³⁹. (MCNEIL E RIELLO, 2016, p. 6, tradução nossa).

A compreensão do funcionamento do mercado no século XXI, que estimula intensamente o consumo, revela algumas características do luxo. Um exemplo citado pelos autores é a publicidade, “que nos diz que somos únicos, que todos nós precisamos ser distintivos e que o luxo é a capacidade de nos recompensar com

---

years, luxury became less aristocratic and more bourgeois; brands appeared and multiplied; then industrialization developed. Gradually the notion of luxury became more complex: a market established itself, and industry awoke.

³⁸ As we will see, luxury has been linked throughout history to a series of concepts, including: authenticity and truthfulness (to own a Van Gogh and not a copy); depth (though luxury is often accused of being shallow); acculturation (the fact that luxury thrives on knowledge, sometimes of arcane facts); self-realization (here we study a long list of rich people with a need to display how rich they are and were); and eroticism (the sheer pleasure of texture and material allure).

³⁹ This book, however, is adamant that luxury is not the cause of inequality, though it might be one of its effects. When societies aim towards income and social equality (as postwar societies did), luxury—or at least the public discussion of luxury—seems to disappear. By contrast, societies in the second decade of the twenty-first century, in which 1 per cent of the population owns 49 per cent of the world's wealth, lead luxury to the fore.

algo um pouco caro, mas não inacessível⁴⁰". (McNeil e Riello, 2016, p. 229, tradução nossa).

A verdadeira conquista do luxo no século XXI foi a capacidade de seduzir o maior número possível de pessoas da mesma forma que o consumo de massa fez no mundo ocidental pós-guerra. Ele atua em nosso sentimento interior de querer "algo melhor", e nutre o individualismo desenfreado da auto-modismo (inautenticidade, ou narcisismo talvez?) que veio, em grande medida, moldar nossas sociedades desde a década de 1980⁴¹. (MCNEIL E RIELLO, 2016, p. 229, tradução nossa).

A empresa *Bain & Company* realiza, há mais de 15 anos, análises sobre o desenvolvimento da indústria global de bens de luxo⁴². A indústria geral de luxo rastreada pela *Bain & Company* é composta por 10 segmentos:

- Produtos de luxo pessoais
- Carros luxuosos
- Hospitalidade de luxo
- Vinhos finos e bebidas espirituosas
- Boa comida
- Belas artes
- Móveis de design
- Jatos privados
- lates
- Cruzeiros de luxo

Em seu estudo realizado para o ano de 2014⁴³, a *Bain & Company* indicou que o mercado global de luxo excedeu 850€ bilhões (oitocentos e cinquenta bilhões

---

40 Advertising tells us that we are unique, that we all need to be distinctive, and that luxury is the capacity to reward ourselves with something a bit pricey but not unreachable.

41 The true achievement of luxury in the twenty-first century has been its ability to beguile as many people as possible in much the same way as mass consumption did in the post-war Western world. It plays on our inner feeling of wanting 'something better', and nurtures the rampant individualism of self-fashioning (inauthenticity, or narcissism perhaps?) that has come so much to shape our societies since the 1980s.

42 Estas análises são realizadas para a Fondazione Altagamma, associação comercial dos fabricantes italianos de bens de luxo.

43 D'Arpizio, Claudia, et al., 2014. Luxury Goods Worldwide Market Study. Fall-Winter 2014. The rise of the borderless consumer. Disponível em: http://www.bain.com/bainweb/PDFs/Bain_Worldwide_Luxury_Goods_Report_2014.pdf

de euros) em 2014, mostrando um crescimento de 7%, impulsionado principalmente por carros de luxo (10%) e hotelaria de luxo (9%).

A pesquisa considera que as viagens internacionais e turismo estão alimentando o desejo por experiências de luxo, como transporte de alto nível, que inclui carros luxuosos altamente personalizados e iates, bem como hotéis de luxo e cruzeiros. Um fator importante são os gastos de turistas com produtos de luxo.

A Figura 2.1, a seguir, ilustra a ligação dos mercados mundiais de luxo e as despesas turísticas.

Figura 2.1 – Mercado mundial de bens de luxo pessoais, por região e nacionalidade do consumidor em 2014

Fonte: D'Arpizio, Claudia, et al., 2014, p 15.

Importante notar os gastos com produtos de luxo realizados por turistas. A pesquisa aponta que os japoneses são exceção e que devido a fatores cambiais os mesmos realizam compras de produtos de luxo em seu próprio país. Já os consumidores chineses passaram a representar o maior consumidor do mercado de luxo, gastando no exterior mais de três vezes o que gastam localmente. Os turistas também estão influenciando cada vez mais o mercado de luxo nas Américas.

O estudo da *Bain & Company*, D'Arpizio (2014), indica que há uma “polinização cruzada” (SIC) em relação às despesas com mercadorias de luxo, fazendo com que o fator locacional perca a importância, pois os compradores podem importar produtos devido à globalização do mercado. Em vez disso, o foco está se deslocando para os consumidores, com as tendências locais e gostos que representam apenas uma parte da imagem das marcas. Esta nova mentalidade tem

implicações importantes para as marcas de luxo. Ela exige pensar sobre as ofertas de produtos sob uma perspectiva global, com os conceitos de estações e as fronteiras nacionais - pilares fundamentais desta indústria - tornando-se obsoletos.

Para o ano de 2016, o estudo da *Bain & Company*⁴⁴ indicou que o mercado seguiu a mesma tendência do ano de 2014, liderado por carros de luxo - segmento de maior desempenho (que cresceu 8%), com fortes vendas na China. A hotelaria de luxo também teve destaque, com crescimento de até 4%, seguido pelo crescimento nos setores de bebidas de luxo (4%) e comidas de luxo (4%) e os cruzeiros de luxo (5%). Juntos representam aproximadamente 80% do mercado total de luxo. A Figura 2.2, a seguir, ilustra o crescimento entre 2014 e 2015 dos mercados de bens de luxo no mundo, de acordo com o estudo da *Bain & Company*.

Figura 2.2 - Mercados Globais de Bens De Luxo, de acordo com Bain & Company – 2016, em bilhões de Euros

Fonte: D'ARPIZIO, 2016.

A China tem se destacado como um mercado de luxo em crescimento. Com relação aos cruzeiros de luxo e o mercado chinês, DOWLING e MAO (2017) indicam que

⁴⁴ D'Arpizio, Claudia, et al., 2016. Luxury Goods Worldwide Market. Study, Fall–Winter 2016. As Luxury Resets to a New Normal, Strategy Becomes Paramount. Disponível em: http://www.bain-company.ch/en/Images/REPORT_Luxury_Goods_Worldwide_Market_Study_2016.pdf

A população da classe média urbana da China é o principal alvo dos navios de cruzeiro. Maior que toda a população dos EUA, esses cruzeiristas potenciais estão acostumados a permanecer nos melhores e mais luxuosos navios. Os chineses estão interessados em copiar o estilo de vida dos ocidentais ricos e desfrutar de experiências / produtos luxuosos que podem dar-lhes prestígio perante parentes e amigos. De acordo com a nova pesquisa da McKinsey, a China representará cerca de 20% das vendas globais de luxo em 2015. Portanto, qualquer cruzeiro na China provavelmente terá a palavra "luxo", e sem dúvida um senso de riqueza de primeira geração está alimentando o crescimento da atividade. Para atender aos cruzeiristas chineses, os navios oferecerão menos espaço em *decks* abertos, piscinas e atividades ao ar livre, pois os chineses estão menos interessados neles. Haverá também menos bares e salões de coquetel nos navios, mas, por outro lado, haverá mais lojas de luxo de marca e lojas *duty-free*⁴⁵. (DOWLING e MAO, 2017, p. 570, tradução nossa).

Outra empresa que analisou o mercado de bens de luxo foi a Deloitte⁴⁶. Sobre o mercado brasileiro a empresa teceu as seguintes observações:

Com uma economia fraca e uma corrupção governamental generalizada, a terrível situação no Brasil está afetando o mercado de luxo e os consumidores estão se tornando mais conservadores com suas compras. O mercado de presentes, que é uma parte fundamental das vendas de luxo no país, está vendo os consumidores migrarem para o "luxo acessível" ao comprarem presentes, devido ao enfraquecimento do poder de compra e ao desejo de evitarem parecer arrogantes diante da situação econômica atual e preocupações sociais mais amplas. Muitos consumidores brasileiros, que no passado fizeram suas compras de luxo no exterior, agora estão fazendo mais compras em casa porque viajam menos.

Além disso, os preços das marcas de luxo no Brasil começaram a se ajustar de modo a alinhá-las melhor aos preços globais, tornando as economias com compras no exterior menos vantajosas.

O Brasil continua sendo um mercado importante para produtos de luxo, pois é o lar de um grande número de pessoas ricas e, como o

⁴⁵ China's urban middle class population is the major target of cruise liners. Larger than the entire US population, these potential cruisers are accustomed to staying on the best, most luxurious ships. The Chinese are keen to copy the lifestyle of wealthy westerners and enjoy luxurious experiences / products that can give them 'face' while showing off to their relatives and friends. According to new McKinsey research, China alone will account for about 20% of global luxury sales in 2015. Therefore, any cruise in China is likely to have the word 'luxury' attached to it, and no doubt a first-generational sense of wealth is fuelling the boom. To cater to Chinese cruisers, ships will offer less space to open decks, pools and outdoors activities as the Chinese are less interested in them. There will also be fewer bars and cocktail lounges on the ships, but on the other hand, there will be more branded luxury shops and duty free stores.

⁴⁶ Na publicação "Global Powers of Luxury Goods 2017", as referências à Deloitte são referências à Deloitte Touche Tohmatsu Limited. O produto de luxo neste relatório concentra-se no luxo para uso pessoal (como vestuário, acessórios, cosméticos e fragrâncias).

mercado ainda não está maduro, ainda existe um grande potencial de crescimento⁴⁷. (Deloitte, 2017, p.12, tradução nossa)

A referida empresa ainda aponta que o mercado de luxo é impulsionado pelos consumidores dos mercados emergentes, entre eles a China, a Rússia e os Emirados Árabes Unidos, destacando que o setor de viagens e turismo é a grande oportunidade de crescimento para o setor, já que

quase metade das compras de luxo são feitas por consumidores que viajam, seja em mercado externo (31%), seja no aeroporto (16%). Essa proporção sobe para 60% entre consumidores de mercados emergentes, que tipicamente não têm acesso à mesma gama de produtos e marcas que podem ser encontradas em mercados mais maduros⁴⁸. (Deloitte, 2017, p. 1, tradução nossa)

A atividade turística, por sua vez e incluindo o turismo de luxo, possui um grande peso para a economia, sendo uma atividade que gera dinheiro em sua atividade em si e que estimula o consumo de mercadorias. Trata-se, pois, de uma atividade geradora de consumo.

2.2. Segmentação do mercado de cruzeiros

Ao analisar a organização do mercado de cruzeiros, Papatheodorou (2006) identificou os dois principais mercados, o produto e a geografia. O autor segmenta o produto, neste caso os cruzeiros, em padrão, *premium* e luxo.

Quanto aos mercados geográficos, a questão é saber se deve considerar o nível internacional ou se concentrar nos mercados nacionais ou mesmo regionais. Embora existam marcas globais bem conhecidas, os mercados parecem ser nacionais por razões de

---

⁴⁷ With a weak economy and widespread government corruption, the dire state of affairs in Brazil is having a dampening effect on the luxury market, and consumers are becoming more conservative with their purchases. The gift sales market, which is a key part of luxury sales in the country, is seeing consumers trade down to 'affordable luxury' when buying presents, due to weakening purchasing power and a wish to avoid seeming ostentatious in the light of the current economic climate and wider social concerns. Many Brazilian consumers, who in the past did their luxury shopping abroad, are now doing more of their shopping at home as they are travelling less. Also, prices of luxury brands in Brazil have started to adjust to bring them more into line with global prices, making the savings from overseas purchases less worthwhile. Brazil continues to be an important market for luxury goods as it is home to a large number of wealthy people, and as the market is not yet mature, there is still a lot of potential for growth.

⁴⁸ Almost half of luxury purchases are made by consumers who are travelling, either in a foreign market (31 per cent) or while at the airport (16 per cent). This proportion rises to 60 per cent among consumers from emerging markets, who typically do not have access to the same range of products and brands that can be found in more mature markets

legislação (por exemplo, quadro de reservas, direitos de cruzeiro nos mares, incluindo cabotagem), políticas de *marketing* e preços, que geralmente diferem entre os países para atender às preferências dos consumidores e aos rendimentos disponíveis⁴⁹. (PAPATHEODOROU, 2006, p. 37, tradução nossa).

Papatheodorou (2006) analisa a atuação das empresas no mercado e conclui que há uma dominância no mercado.

Dominância é uma característica estrutural do mercado. Refere-se a uma situação em que a empresa líder possui uma participação de mercado muito alta. Nos casos de concentração global elevada do mercado, também podemos encontrar uma posição dominante coletiva, onde as poucas empresas líderes constituem um oligopólio efetivo (Court of First Instance, 2002). A dominância não é um problema em si, sua existência, no entanto, é consistente com o abuso de poder de mercado⁵⁰. (PAPATHEODOROU, 2006, p. 37, tradução nossa).

O autor ainda analisa as fusões das empresas, com características semelhantes à dominância.

Fusões entre empresas dentro da mesma cadeia de suprimentos (fusão vertical) e especialmente em atividades diretamente concorrentes (fusão horizontal) são de primordial importância a considerar (NERA, 1999). Estas estão, em muitos casos, associados a vantagens de produção. (...) Além disso, há casos em que uma empresa vai à falência, a menos que seja assumida por uma mais poderosa - a fusão previne potenciais interferências desnecessárias e demissões de mão de obra valiosas. A análise da concorrência deve, portanto, efetivamente pesar qualquer ganho de produção potencial de uma fusão em relação à criação de uma posição dominante e ao potencial abuso de poder de mercado. Novamente, é importante que o consumidor realmente se beneficie diretamente dos ganhos de produção (por exemplo, redução de preço, melhoria da qualidade) e/ou indiretamente (por exemplo, inovação de produto). Isso só pode acontecer se as empresas que se fundem não puderem restringir a concorrência⁵¹. (PAPATHEODOROU, 2006, p. 37, tradução nossa).

⁴⁹ As for geographic markets, the question is whether to consider the international level or focus on national or even regional markets. While there are wellknown global brands, markets seem to be national for reasons of legislation (e.g. framework of bookings, rights of cruising in the seas including cabotage), marketing and pricing policies, which usually differ among countries to fit consumer preferences and available income.

⁵⁰ Dominance is a structural characteristic of the market. It refers to a situation where the leading firm possesses a very high market share. In cases of overall high market concentration, we might also encounter collective dominance, where the few leading firms constitute an effective oligopoly (Court of First Instance, 2002). Dominance is not a problem per se; its existence, however, is consistent with the abuse of market power.

⁵¹ Mergers between firms within the same supply chain (vertical merger) and especially in directly competing activities (horizontal merger), are of primary importance to consider (NERA, 1999). These

No relatório denominado “*Cruise Travel Report 2017*”, a CLIA (Cruise Lines International Association) utiliza em sua metodologia uma divisão de faixa etária de grupos demográficos para classificar os cruzeiristas. Este relatório investiga as motivações e preferências dos turistas norte-americanos. As faixas etárias dos grupos demográficos citados no relatório são as seguintes: Geração Y / Milênio (1982-1998); Geração X (1967-1981); *Boomers* (1948-1966); Tradicionais (1917-1947).

A segmentação e a classificação do mercado são discutidas por diversos autores e o Quadro 2.1, elaborado por Gross e Lück (2012), lista as abordagens dos principais autores e publicações.

Quadro 2.1 - Abordagens de segmentação e classificação de cruzeiro em publicações

Author	Segmentation and classification categories	Sources
Bull (modified by Hall)	River, canal and lake cruises; special interest; extended ferry 'mini-cruises'; short ocean cruises; long-distance ocean cruises	Bull, 1996; Hall, 2004
Cudahy	Upscale companies, mass market cruise companies, niche market cruise lines and bargain basement cruise companies	Cudahy, 2001
CLIA	Budget, contemporary, premium, luxury cruise, luxury sailing, exploration/soft adventure and niche	Hall, 2004
DVB	Budget, contemporary, premium, luxury, ultra-luxury	DVB, 2006
Econoguide rating	Cruise line rating: rusty tubs; oldies but goldies; middle of the fleet; a cut above; luxury; ultra-luxury. Cruise ship rating: 1-6 stars	Sandler, 2007
Hobson	Mass market; middle market; luxury market; speciality market	Hobson, 1993
Lloyd's	Super deluxe, deluxe plus, deluxe, standard and economy	WTO, 2003
Schaefer	Budget lines, premium lines and luxury lines	Schaefer, 1998
Stern's Guide to the Cruise Vacation	Category A = deluxe; category B = premium; category C = standard/mass market; category D = economy	Stern, 2006
Ward/Berlitz Guide	Ten different categories: 5 stars plus to 1 star	Ward, 2007
World Tourism Organization	Life-style classification: Standard; Premium; Luxury	WTO, 2003
Wild	Super deluxe, deluxe plus, deluxe, standard and economy	Wild, 2007

Fonte: GROSS, Sven, LÜCK, Michael. 2012, p. 64

---

are in many cases associated with production advantages. (...) Moreover, there are cases where a firm will go bankrupt unless taken over by a more powerful one – the merger prevents potentially unnecessary scraping of capacity and the lay-off of valuable labour. Competition analysis should, therefore, effectively weight any potential production gains from a merger in relation to the creation of a dominant position and the potential abuse of market power. Again, it is importante that the consumer actually benefits from the production gains either directly (e.g. price reduction, quality improvement) and/or indirectly (e.g. product innovation). This can only happen if the merging firms are prevented from restricting competition.

Hobson (1993) dividiu o mercado em quatro grandes categorias: o mercado de massa, o mercado intermediário, o mercado de luxo e o mercado de especialidades. De acordo com o autor, “é mais simples usar uma análise básica de mercado de classe social para entender como os navios de cruzeiro são posicionados em termos de preço e instalações em seus mercados⁵²” (HOBSON, 1993, p.455, tradução nossa).

Para o autor,

O mercado de luxo: atende a classe social alta. Os navios oferecem um alto índice de funcionários para cada passageiro, cabines superiores com mais espaço para os passageiros. Os navios tendem a ser menores em tamanho, com uma média de cerca de 700 passageiros. A renda dos passageiros tende a estar na faixa superior a US\$ 60.000. O custo diário médio inicia em US\$ 350⁵³. (HOBSON, 1993, p.455, tradução nossa).

Ao analisar os cruzeiristas de luxo e suas motivações, Hyun e Han (2015) indicam que os cruzeiristas têm como objetivo alcançar um valor social, divulgar uma imagem de prestígio, melhorar a autoimagem diante da sociedade, pois sentem que o *status* social é aprimorado.

Sobre o mercado de luxo, Klein (2002. p. 21) também indica que a relação de trabalhadores por passageiro é um diferencial, ou seja, os navios de luxo possuem mais trabalhadores por passageiro, estando esta proporção próxima de um funcionário para um passageiro. Além disso, o tamanho dos navios também pode influenciar, “maiores navios estão na categoria de mercado de massa⁵⁴” (tradução nossa) e a tendência de cruzeiros de luxo é de navios menores.

Ainda sobre as proporções de tripulação por passageiros, Gibson (2006) indica que as linhas *premium* tendem a refletir uma proporção de 2:1 e os navios de luxo 1,5:1.

---

⁵² It is simplest to use a basic social-class-structure market analysis to understand how the cruise ships are roughly positioned in terms of price and facilities to their markets.

⁵³ The luxury market: serves the lower-upper and upper-upper social class. The ships offer a high staff-to-passenger ratio, superior cabin appointments and more space for the passengers. The ships tend to be smaller in size, averaging around 700 passengers. Income of passengers tends to be in the \$60.000+ range. The average daily cost starts at \$350.

⁵⁴ The largest ships afloat are in the mass-market category.

Ao indicar a diversidade do mercado de cruzeiros o autor apresenta a segmentação de Bjornsen⁵⁵ (Quadro 2.2) e salienta que as empresas “se adaptam às situações emergentes e buscam novas oportunidades para aproveitar as condições das negociações⁵⁶” (Gibson, 2006, p.12, tradução nossa).

Quadro 2.2 – Segmentação da indústria de cruzeiros

Segmento	Orçamento	Contemporâneo	Luxo	Premium	Luxo
Participação	5%	59%	30%	4%	2%
Duração do cruzeiro	Variado	3 a 7 dias	7 a 14 dias	7 ou mais dias	7 ou mais dias
Tipos de navios	Antigos, pequenos	Novos, grandes e mega	Novos, médios e grandes	Pequenos	Pequenos e médios
Itinerário	Caribe, Mediterrâneo, Báltico	Caribe, Mediterrâneo	Caribe, Mediterrâneo, Alaska	Mundial, Antártida, Groenlândia e Ásia	Mundial
Custo médio em dólares (dia/passageiro)	80-125	100-50	150-300	200-900	300-2000

Fonte: Adaptado de Bjornsen, 2003 *apud* Gibson, 2006, p. 12

Os navios também são classificados de acordo com sua capacidade e características. Bjornsen (2003 *apud* Gibson, 2006, p. 30) indica sete definições:

- *Megaliner*: mais de 2.000 passageiros
- *Superliner*: entre 1.000 e 2.000 passageiros
- Médio: entre 400 e 1.000 passageiros
- Pequenos: menos de 400 passageiros
- *Boutique*: propósito especial, geralmente menos de 300 passageiros
- *Sailing Vessel*: um navio com motor principal
- *River Barge*: um navio que principalmente cruza em rios interiores

Os cruzeiristas aparecem em uma segmentação mais detalhada, realizada por Dickinson e Vladimir (2008).

Os dois maiores segmentos são o *Boomer Restless* (33%) e *Enthusiastic Baby Boomers* (20%). Ambos com idades compreendidas entre os 40 e 65 anos. Este grupo compreende um terço da população. Outros segmentos são *Consummate Shoppers*

⁵⁵ Bjornsen, P. (2003). The growth of the market and global competition in the cruise industry. Paper presented at the Cruise and Ferry Conference, Earls Court, London.

⁵⁶ Companies adapt to emerging situations and seek new opportunities to take advantage of trading conditions.

(16%), *Luxury Seekers* (14%), *Explorers* (11%) e *Ship Buffs* (6%)⁵⁷. (DICKINSON E VLADIMIR, 2008, p. 209, tradução nossa).

Estes segmentos possuem a finalidade de dividir em grupos potenciais cruzeiristas para favorecer a elaboração de estratégias de *marketing* direcionadas. Os segmentos são explicados no Quadro 2.3.

Quadro 2.3 – Perfil dos cruzeiristas

Segmento	Perfil
<i>Restless Baby Boomers</i>	Novos cruzeiristas, com idade média de 44 anos, com nível superior, casados e com renda anual familiar média de US\$ 58.990. Viajam em família, possuem consciência dos valores e o preço dos cruzeiros é um fator que limita a experiência.
<i>Enthusiastic Baby Boomers</i>	A média etária é de 49 anos, poucos com nível superior e renda anual familiar média de US\$ 55.000. Estão dispostos a pagar mais por produtos de maior qualidade.
<i>Consummate Shoppers</i>	Cruzeiristas que buscam a melhor relação entre custo e benefício. Média etária de 55 anos, com nível superior, casados e com renda anual familiar média de US\$ 60.000.
<i>Luxury Seekers</i>	Cruzeiristas dispostos a gastar dinheiro por acomodações de luxo. Média etária de 52 anos, com nível superior, casados e com renda anual familiar média de US\$ 95.000.
<i>Explorers</i>	Grupo de pessoas mais viajadas, com interesse intelectual e curiosidade por diferentes destinos. Média etária de 64 anos, com nível superior e com renda anual familiar média de US\$ 81.000.
<i>Ship Buffs</i>	Média etária de 68 anos, com nível superior, casados e com renda anual familiar média de US\$ 78.000. Gostam de e costumam realizar cruzeiros.

Fonte: Dickinson e Vladimir, 2008, p. 209 e 210.

De acordo com Lobo (2008), a indústria de cruzeiros possui uma enorme variedade de opções. Visando otimizar a ocupação dos navios, as estratégias de *marketing* são extremamente importantes no setor. Algumas empresas investem em diferenciais na arquitetura interna, nas comodidades nas cabines e no entretenimento.

Em suma, existem basicamente duas formas de competir na indústria da hospitalidade, assim como a indústria de cruzeiros. Estas duas formas de concorrência baseiam-se na diferenciação da oferta e da vantagem de custos. A qualidade do serviço, portanto, é um componente chave na diferenciação de um navio de cruzeiro de outro⁵⁸. (LOBO, 2008, p. 3, tradução nossa).

⁵⁷ The two largest segments are the Restless Boomers (33 percent) and Enthusiastic Baby Boomers (20 percent). Both include those roughly between the ages of forty and sixty-five. This group comprises one-third of the population. Other segments are Consummate Shoppers (16 percent), Luxury Seekers (14 percent), Explorers (11 percent), and Ship Buffs (6 percent).

⁵⁸ In sum, there are basically two ways to compete in a hospitality industry such as the cruise industry. These two ways of competition are based on differentiation of the offering and cost advantage. Service quality, therefore, is a key component in differentiating one cruise liner from another.

Bjelicic (2012) também contribui com a discussão da segmentação do mercado e aponta que a podem ser encontrados até cinco segmentos que estão relacionados com as capacidades dos navios, apresentadas em milhares de libras (Figura 2.3).

Figura 2.3 - Segmentos de produto e capacidade total

Fonte: Bjelicic, 2012, p. 26.

A empresa de consultoria GP Wild⁵⁹, citada por Bjelicic (2012, p. 25) classifica os segmentos *Standard* e *Deluxe* como mercado de massa. O segmento *Standard* também pode ser chamado de '*Contemporary*', e o segmento *Deluxe* de '*Premium*'.

Nesses segmentos, são utilizados os navios de cruzeiro de tamanho médio a grande e mesmo os chamados meganavios de cruzeiro. A crescente gama de atividades de bordo, direcionadas aos clientes do mercado de massa, impulsionou a implantação de embarcações maiores devido à necessidade de acomodar fisicamente um número crescente de instalações esportivas e de entretenimento. No entanto, esses dois segmentos de produtos não podem ser diferenciados de forma clara, ou seja, as diferenças no nível de conforto e luxo são muitas vezes incrementais⁶⁰. (BJELICIC, 2012, p. 25, tradução nossa).

⁵⁹ GP Wild (2010) Cruise Industry Statistical Review 2009-10, GP Wild (International) Ltd.

⁶⁰ In these segments, mid-size to large cruise liners and even so-called mega-cruise ships are deployed. The increasing range of on-board activities, targeting mass-market clients, has boosted deployment of larger vessels because of the need physically to accommodate a growing number of sport and entertainment facilities. However, these two product segments cannot be differentiated in a clear-cut way, i.e. differences in the level of comfort and luxury are often incremental

Já os segmentos *Deluxe-Plus*, também chamado de *Ultra-Luxury*, e no segmento *Super-Deluxe* ou apenas *Luxury*, o autor relata que os diferenciais do mercado de massa são as exclusividades e cortesias de luxo e os tamanhos dos navios tendem a ser menores.

O segmento *Economy* também possui embarcações menores e, de acordo com o autor,

...destina-se principalmente a atrair clientes mais jovens - oferecendo cruzeiros de baixo preço para iniciar o grupo-alvo no mercado - bem como aqueles atraídos por expedições oferecendo rotas e destinos incomuns. Este segmento, que também inclui operadores que oferecem cruzeiros nas regiões ártica e antártica, também é chamado de '*Budget*'⁶¹. (BJELICIC, 2012, p. 26, tradução nossa).

Os mercados de massa (*Standart* e *Deluxe*) possuem um alto nível de concentração de empresas, diferente dos setores econômicos (*Economy* ou *Budget*) e luxo (*Deluxe-Plus* e *Super-Deluxe*), que não são tão concentrados. A Figura 2.4 ilustra a distribuição global dos cruzeiros por segmento, conforme Bjelivic (2012), referente ao ano de 2010.

Figura 2.4 - Distribuição global dos cruzeiros por segmento – 2010

Fonte: Adaptado de Bjelivic (2012).

⁶¹ Which is primarily intended to attract younger clients - by offering low-price cruises to initiate the target group into the market – as well as those attracted by expeditions offering unusual routes and destinations. This segment, which also includes operators offering cruises to the Arctic and Antarctic regions, is also sometimes referred to as the 'Budget' segment.

2.3. Segmento de luxo, regiões de atuação e valores

Foram levantadas as empresas de luxo em sítios eletrônicos especializados sobre cruzeiros⁶² e no guia físico *Berlitz Cruising & Cruise Ships 2015*, editado por Douglas Ward. O Quadro 2.4, na sequência, relaciona as principais empresas no mercado de luxo de cruzeiros e em quais meios digitais aparecem.

Quadro 2.4 – Principais empresas de luxo

Site/Empresas	<i>Cruise web</i>	<i>In Cruise</i>	<i>Cruise Critic</i>	<i>Fodors's Travel</i>	<i>Berlitz</i>
Azamara	x				
Celebrity Cruises			x		
Crystal Cruises	x	x	x	x	x
Cunard	x		x		
Disney Cruise Line			x		
Hapag-Lloyd Cruises					x
Norwegian Cruise Line			x		
Oceania Cruises	x		x		x
Paul Gauguin Cruises	x	x			x
Ponant				x	
Regent Seven Seas Cruises	x	x	x	x	x
Royal Caribbean			x		
Seabourn Cruises	x	x	x	x	x
SeaDream Yacht Club		x		x	x
Silversea Cruises	x	x	x	x	x
Tauck World Discovery				x	
Uniworld Boutique River Cruise Collection				x	
Viking Ocean Cruise	x				
Windstar	x				

Fonte: Ward (2014) e sites: <https://cruiseweb.com>, <https://www.icruise.com>, <https://www.cruisecritic.com>, <https://www.fodors.com/cruises>.

O guia “*Berlitz Cruising & Cruise Ships 2015*” editado por Ward (2014) destaca, no caso de cruzeiros de luxo, a importância das características no navio e faz a seguinte classificação:

- *Boutique and small ships* – (transportam de 50 a 250, e de 251 a 750 passageiros, respectivamente), podem navegar em portos pequenos, e próximo à costa. Podem atracar em áreas centrais de algumas cidades.
- *Large resort ships* – (transportam de 2.001 a 6.500 passageiros), e apesar de não fornecerem um serviço individualizado como os anteriores, possuem camarotes maiores.

⁶² Os sites pesquisados foram:

<https://cruiseweb.com>

<https://www.icruise.com>

<https://www.cruisecritic.com>

<https://www.fodors.com/cruises>

Ward (2014) aponta que, em geral, os cruzeiros de luxo tem como características um atendimento quase individualizado aos cruzeiristas, numa relação entre tripulantes e passageiros de 1,5 a 1,0 ou superior; maior espaço por passageiro, excelentes produtos a bordo, desde bebidas até produtos de higiene, roupas de cama, toalhas, travesseiros; não há necessidade de gorjetas, pois já estão incluídas nas tarifas; alimentação diferenciada; bebidas disponíveis e ausência de publicidade.

O Quadro 2.5 apresenta os 23 navios mais luxuosos classificados por Ward (2014), possibilitando comparar suas diferenças. É possível observar que o número de tripulação por passageiro é alta.

O espaço interno nos navios é indicado por um termo chamado *Gross Tonnage*⁶³, ou Arqueação Bruta, que mensura o volume dentro da embarcação. Os meios para calcular a Arqueação Bruta estão estabelecidos na Convenção Internacional sobre a arqueação dos navios (*Convention on Tonnage Measurement of Ships*). Esta medida é utilizada para determinar o número de tripulantes, regras de segurança e taxas portuárias. De acordo com Ward (2014, p. 301), os navios de luxo apresentam 35 a 83 de Arqueação Bruta por passageiro.

---

⁶³ Informação disponível em: <https://www.thoughtco.com/what-is-gross-tonnage-2292983>

Quadro 2.5 – Características dos navios mais luxuosos, de acordo com Ward (2014)

Nome do navio	Empresa	Tamanho	Prod Propulsion*	Arqueação Bruta por passageiro	Taxa de tripulação por passageiros	Cabines com varanda	Maior suite (m²)	Sugestões de passeios	Brinquedos de esportes aquáticos	Artigos de higiene pessoal
Crystal Serenity	Crystal Cruises	Médio	Sim	62.6	1.7	466	125	Sim	Não	Aveda
Crystal Symphony	Crystal Cruises	Médio	Não	53.1	1.7	276	91.2	Sim	Não	Aveda
Europa	Hapag-Lloyd Cruises	Pequeno	Sim	69.6	1.5	168	85	Sim	Não	Own brand
Europa 2	Hapag-Lloyd Cruises	Pequeno	Sim	83.0	1.3	258	114	Sim	Não	Own brand
Marina	Oceania Cruises	Médio	Não	51.6	1.5	593	185	Não	Não	L'Occitane
Riviera	Oceania Cruises	Médio	Não	51.6	1.5	593	185	Não	Não	L'Occitane
Paul Gauguin	Paul Gauguin Cruises	Pequeno	Não	57.8	1.5	89	54.6	Sim	Sim	L'Occitane
Seven Seas Mariner	Regent Seven Seas Cruises	Médio	Sim	67.8	1.6	354	142	Sim	Não	Canyon Ranch
Seven Seas Navigator	Regent Seven Seas Cruises	Médio	Não	58.2	1.5	196	109	Sim	Não	Canyon Ranch
Seven Seas Voyager	Regent Seven Seas Cruises	Médio	Sim	59	1.6	354	130	Sim	Não	Canyon Ranch
Seabourn Legend*	Seabourn	Boutique	Não	46.9	1.3	6	53.5	Sim	Sim	Therapies (Molton Brown)
Seabourn Odyssey	Seabourn	Pequeno	Não	71.1	1.3	199	133.6	Sim	Sim	Therapies (Molton Brown)
Seabourn Quest	Seabourn	Pequeno	Não	71.1	1.3	199	133.6	Sim	Sim	Therapies (Molton Brown)
Seabourn Sojourn	Seabourn	Pequeno	Não	71.1	1.3	199	133.6	Sim	Sim	Therapies (Molton Brown)
Seabourn Spirit*	Seabourn	Boutique	Não	46.9	1.3	6	53.4	Sim	Sim	Therapies (Molton Brown)

Nome do navio	Empresa	Tamanho	Prod Propulsion*	Arqueação Bruta por passageiro	Taxa de tripulação por passageiros	Cabines com varanda	Maior suite (m²)	Sugestões de passeios	Brinquedos de esportes aquáticos	Artigos de higiene pessoal
SeaDream I	SeaDream Yacht Club	Boutique	Não	39.4	1.2	0	45.5	Sim	Sim	Bulgari
SeaDream II	SeaDream Yacht Club	Boutique	Não	39.4	1.2	0	45.5	Sim	Sim	Bulgari
Silver Cloud	Silversea Cruises	Pequeno	Não	57.1	1.4	110	122	Sim	Não	Bulgari
Silver Shadow	Silversea Cruises	Pequeno	Não	72.8	1.3	157	133.3	Sim	Não	Bulgari
Silver Spirit	Silversea Cruises	Pequeno	Não	66.6	1.4	258	150	Sim	Não	Bulgari
Silver Whisper	Silversea Cruises	Pequeno	Não	72.8	1.3	157	133.3	Sim	Não	Bulgari
Silver Wind	Silversea Cruises	Pequeno	Não	57.1	1.4	110	122	Sim	Não	Bulgari
Star Pride	Windstar Cruises	Boutique	Não	46.9	1.3	6	53.4	Sim	Sim	L'Occitane

* O sistema "Pod Propulsion" combina funções propulsoras e de direção em um único dispositivo. Tem como vantagens níveis mais baixos de ruído, vibração e emissões.

Também possui manobras de direção e capacidades de travagem aprimoradas.

Fonte: Adaptado de Ward, 2014, p. 304.

Há roteiros luxuosos por todo o mundo. Na maioria dos casos, o que difere o grau de luxo não é o roteiro, mas sim as embarcações e serviços oferecidos a bordo. Nas excursões em terra, em muitos casos, os operadores turísticos locais não fazem distinção se o turista está num cruzeiro de luxo ou convencional.

Uma área em que os “navios de luxo” diferem menos dos grandes navios de *resort* é em excursões em terra, particularmente no Caribe e no Alasca, onde quase todos os operadores de cruzeiros são obrigados a usar os mesmos operadores turísticos especializados em terra - simplesmente porque o luxo é praticamente desconhecido nestas regiões e operadores turísticos locais consideram que todos os passageiros de cruzeiros são iguais⁶⁴. (WARD, 2014, p. 299, tradução nossa).

O Quadro 2.6, apresentado na sequência, lista alguns exemplos de cruzeiros de luxo, de acordo com as vias de navegação (fluvial ou marítima), regiões de atuação, tempo de duração e preços para a temporada 2017/2018. Foi levada em consideração a importância das empresas no setor do mercado de luxo. Elas são as mais indicadas pelos sítios eletrônicos e guias estudados como atuantes no setor (como mostra o Quadro 2.1). Todas as informações sobre regiões de atuação, duração e valores foram obtidas nos sítios eletrônicos oficiais das empresas.

---

⁶⁴ One area where ‘luxury’ ships differ least from large resort ships is in shore excursions, particularly in the Caribbean and Alaska, where almost all cruise operators are obliged to use the same specialist tour operators ashore – simply because ‘luxury’ is virtually unknown in these regions and local tour operators consider all cruise passengers to be the same.

Quadro 2.6 – Exemplos de cruzeiros das principais empresas de luxo

Empresa	Tipo	Navio	Regiões de atuação	Duração (dias)	Valor mínimo*
Crystal Cruise	Fluvial	Crystal Mahler	Amsterdã (Holanda) a Budapeste (Hungria): Amsterdã (Holanda), Cologne, Koblenz, Miltenberg, Wertheim, Würzburg, Bamberg, Nuremberg, Regensburg, Deggendorf, Passau (Alemanha), Melk, Dürnstein, Vienna (Áustria), Bratislava (Eslováquia), Budapest (Hungria).	16	6.425
	Marítimo	Crystal Esprit	Marigot (São Martinho) – ida e volta: Marigot (São Martinho), Rendezvous Bay (Montserrat), Saba (Pequenas Antilhas), Gustavia (São Bartolomeu), Falmouth Harbour (Antígua e Barbuda), Basseterre, South Friars Bay, Pinney's Beach (São Cristóvão e Nevis), Marigot (São Martinho).	7	6.510
	Marítimo	Crystal Serenity	Fort Lauderdale (USA) e Caribe: Fort Lauderdale (USA), Turks & Caicos/Grand Turk (UK), George Town (Ilhas Cayman), Fort Lauderdale (USA)	7	1.995
	Marítimo	Crystal Symphony	Dubai (Emirados Árabes Unidos) a Port Louis (Ilhas Maurício): Dubai (Emirados Árabes Unidos), Doha (Qatar), Abu Dhabi (Emirados Árabes Unidos), Mahé/ Victoria, Praslin (Ilhas Seychelles), St-Denis (Réunion – França), Port Louis (Ilhas Maurício).	17	3.995
Regent Seven Seas Cruises	Marítimo	Seven Seas Voyager	Roma (Civitavecchia) a Veneza (Itália): Roma, Florença, Olbia - Sardenha, Sorrento, Taormina – Sicília (Itália), Corfu (Grécia), Kotor (Montenegro), Korcula (Croácia), Veneza (Itália).	10	6.486
	Marítimo	Seven Seas Navigator	Nova York (EUA) a Montreal (Canadá): Nova York, Newport/Rhode Island, Boston/Massachusetts, Bar Harbor/Maine (EUA), Saint John (Baía De Fundy), Halifax, Golfo De St. Lawrence, Saguenay, Quebec, Montreal (Canadá).	10	6.718
	Marítimo e Fluvial	Seven Seas Mariner	Miami – ida e volta: Miami (EUA), Gustavia (São Bartolomeu), Castries (Santa Lúcia), St. George's (Granada), Port of Spain (Trinidad e Tobago), Santarém, Boca da Valeria, Manaus, Alter do Chão (Brasil), Ilha do Diabo (Guiana Francesa), Bridgetown (Barbados), St. Johns, (Antígua e Barbuda), Basseterre (São Cristóvão e Névis), Ilhas Virgens (EUA), Miami (EUA).	25	8.110
	Marítimo	Seven Seas Explorer	Cidade do Cabo (África do Sul) – ida e volta: Cidade Do Cabo (África Do Sul), Luderitz, Walvis Bay (Namíbia), Port Elizabeth, East London, Durban (África Do Sul), Maputo (Moçambique), Richards Bay, Mossel Bay, Cidade Do Cabo (África Do Sul).	15	10.000
Seabourn	Marítimo	Seabourn	Bridgetown (Barbados) – ida e volta:	7	2.699

Empresa	Tipo	Navio	Regiões de atuação	Duração (dias)	Valor mínimo*
		Odyssey	Bridgetown (Barbados), Trois Ilets (Martinica), Carambola Beach (São Cristóvão e Névis), St. Johns (Antígua e Barbuda), Terre-de-Haut, Iles des Saintes (Guadalupe), Port Elizabeth, Bequia (São Vicente e Granadinas), Castries (Santa Lúcia), Bridgetown (Barbados).		
	Marítimo	Seabourn Encore	Sydney (Austrália) a Auckland (Nova Zelândia): Sydney, Phillip Island, Victoria, Melbourne (Austrália), Milford Sound, Oban (Halfmoon Bay), Port Chalmers (Dunedin), Lyttelton (Christchurch), Kaikoura, Wellington, Picton, Tauranga, Auckland (Nova Zelândia).	14	7.499
	Marítimo e Fluvial	Seabourn Quest	Buenos Aires (Argentina) a Manaus (Brasil): Buenos Aires (Argentina), Montevideo (Uruguay), Ilhabela, Rio de Janeiro, Armação dos Búzios, Salvador, Recife, Natal, Santarém, Manaus.	21	6.199
	Marítimo	Seabourn Sojourn	Shanghai (China) a Kobe (Japão): Shanghai, Yantai, Tianjin (Beijing), Dalian (China), Yeosu (Coreia do Sul), Fukuoka, Hiroshima, Takamatsu, Kobe (Japão).	12	6.999
Silversea	Marítimo	Silver Explorer	Seward (Alasca) a Otaru (Japão): Seward, Chiswell Islands, Semidi Islands and Chignik, Aleutian Islands, Kiska Island, Attu (Alaska-USA), Petropavlovsk-Kamchatskiy, Ruskaya Bay and Utashud Islands, Atlasova Island, Lovyshky Island and Yankicha Island, Chirpoy Island, Tyuleni Island, Korsakov, Sakhalin Island (Rússia), Otaru (Japão).	17	20.430
	Marítimo	Silver Spirit	Rome a Barcelona: Roma (Itália), Porto-Vecchio/ Córsega (França), Livorno, Portofino (Itália), Cannes, Marseilha (França), Barcelona (Espanha).	7	4.410
	Marítimo	Silver Discoverer	Male (Maldivas) a Chennai (Índia): Male e Uligamu (Maldivas), Minicoy, Suheli Island, Thinnakara Island, Lakshadweep Islands, Cochin, Vilanjam (Índia), Galle e Trincomalee (Sri Lanka), Chennai (Índia).	12	6.660
	Marítimo e Fluvial	Silver Whisper	Manaus a Bridgetown: Manaus, Parintins, Alter do Chão, Macapá, Scarborough (Tobago), Bridgetown (Barbados).	8	3.560

*Valor em Dólares Americanos.

Fontes: <https://www.crystalcruises.com/>, <https://pt.rssc.com/>, <https://www.seabourn.com/>, <https://www.silversea.com/pt-br.html>.

Rodrigue e Notteboom (2013) fazem considerações importantes a respeito das regiões de atuação da indústria de cruzeiros. Os autores defendem que “a indústria de cruzeiros vende itinerários, não destinos” (Rodrigue e Notteboom, 2013, p.35) e, ao desenvolver pacotes competitivos, as operadoras analisam como diminuir os custos operacionais e maximizar as receitas. Para isso levam em conta

...a sazonalidade na demanda, a duração ideal de um cruzeiro de férias, o equilíbrio entre o tempo de navegação e o tempo de terra, a existência de destinos "imperdíveis" e em geral satisfação dos hóspedes. Ao mesmo tempo, questões operacionais puras são levadas em consideração, como a capacidade de atracação e a acessibilidade náutica nos portos, a distância entre os portos de escala (os navios de cruzeiro podem cobrir 200 milhas náuticas por noite) e a sincronização com transferências aéreas (internacionais)⁶⁵. (RODRIGUE E NOTTEBOOM, 2013, p.35, tradução nossa).

Os autores também indicam que há três tipos principais de itinerários: perene, sazonal e de reposicionamento. Os itinerários perenes são atendidos ao longo do ano e não dependem da estação, como por exemplo, o Caribe e o Mediterrâneo. Os sazonais são os itinerários que dependem do clima, como os cruzeiros no Alasca e nos Bálticos. E os de posicionamento são os que operam entre mercados sazonais ou perenes como, por exemplo, o

...início e o fim da temporada do Alasca são combinados com um cruzeiro havaiano à medida que os navios são reposicionados. Barcelona e Dubai são centros de reposicionamento emergentes desde o Mediterrâneo e o Oceano Índico que estão crescendo mais rápido do que o mercado convencional do Caribe⁶⁶. (RODRIGUE E NOTTEBOOM, 2013, p.35, tradução nossa).

Estes itinerários podem ser observados nas figuras apresentadas na sequência. A Figura 2.5 ilustra a região de embarque dos cruzeiristas e a Figura 2.6, o itinerário.

Rodrigue (2017) aponta que

Caribe e Mediterrâneo são mercados regionais e complementares que representam mais de 70% da capacidade global da indústria de cruzeiro. (...) A sazonalidade desempenha assim um papel

---

⁶⁵ As such, vessel deployment strategies and itinerary design are affected by market circumstances and requirements such as the seasonality in demand, the optimal duration of a cruise vacation, the balance between sailing time and shore time, the existence of 'must see' destinations and overall guest satisfaction. At the same time, pure operational considerations are taken into account such as the berthing capacity of and nautical accessibility in ports, the distance between ports of call (cruise ships can cover 200 nautical miles per night) and the synchronization with (international) air transfers.

⁶⁶ The beginning and the end of the Alaska season are also combined with a Hawaiian cruise as ships get repositioned. Barcelona and Dubai are emerging repositioning hubs since the Mediterranean and the Indian Ocean are growing faster than the conventional Caribbean market.

fundamental no setor de cruzeiros e é observada em termos de regiões de embarque e de destino.

Figura 2.5 – Passageiros por região de embarque - 2012

Fonte: RODRIGUE, J.P., NOTTEBOOM, T. (2017).⁶⁷

Figura 2.6 – Relação de passageiros por itinerários – 2012

Fonte: RODRIGUE, J.P., NOTTEBOOM, T. (2017).⁶⁸

⁶⁷

Disponível

em:

https://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch7en/appl7en/cruise_monthly_deployment.html

⁶⁸ https://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch7en/appl7en/cruise_monthly_deployment.html

De acordo com as figuras acima, pode-se notar que a América do Norte é o grande centro de embarques mundiais durante todo o ano, porém nos meses de verão europeu, este continente também tem destaque. Já em relação aos destinos, o Caribe apresenta destaque entre Novembro e Abril e a Europa entre os meses de Abril a Outubro, sendo estes os meses que apresentam temperaturas mais elevadas em suas respectivas regiões. Igualmente ocorre no Alasca, que recebe cruzeiros entre Maio e Setembro e a América do Sul, que recebe entre Novembro e Abril. A diferença é que Caribe e Europa são itinerários perenes e o Alasca e América do Sul são sazonais.

Salientamos que a relação de itinerários e a sazonalidade dos cruzeiros são estipuladas pelas empresas visando maximizar a utilização do navio e minimizar os custos operacionais. As escolhas de tempo de navegação, portos de escala e itinerários visam aumentar o potencial comercial das empresas.

3. Geografia dos Cruzeiros Fluviais na Amazônia Brasileira

3.1. Navegação fluvial turística na Amazônia

A ocupação do território amazônico está ligada às navegações ao longo do Rio Amazonas e seus afluentes. As transformações sociais e culturais na Amazônia foram analisadas por Oliveira (1988) que destacou quatro momentos: a expansão portuguesa (século XVII); a ação de Francisco Xavier de Mendonça Furtado (século XVIII); a expansão pela procura da borracha (século XIX) e a ação de políticas desenvolvimentistas (a partir dos anos 60 do século XX).

1º) Século XVII – Expansão portuguesa - quando os índios que viviam de uma economia de subsistência e de comércio intertribal passaram a defrontar-se com uma economia de produção para um mercado externo, com a escravização de sua gente, com a ação catequizadora dos missionários e com a perda de seus valores culturais. Os colonos, por seu lado, para sobreviver tiveram que adaptar-se à tecnologia indígena. Esse movimento de expansão alterou as fronteiras de Portugal na Amazônia e deu origem ao processo de destribalização e deculturação indígena.

2º) Século XVIII – Ação de Francisco Xavier de Mendonça Furtado – quando foi posta em prática, na Amazônia, a política pombalina. Nesse período, as aldeias missionárias deram origem às cidades e vilas da Amazônia e a pressão para o aportuguesamento e integração do índio à sociedade colonial tornou-se maior. Fatos como a demarcação de limites; a abertura de um caminho para Mato Grosso através de navegação nos rios Amazonas, Madeira e Guaporé; a criação da Capitania de São José do Rio Negro e a criação do Diretório dos Índios, em substituição à atuação dos missionários, tiveram grande importância nesse período.

3º) Século XIX – Expansão causada pela procura da borracha - quando a Amazônia começa a perder sua face indígena diante do grande fluxo migratório em decorrência do desenvolvimento da indústria da borracha. Nessa época o índio passa a deixar de ser a mão-de-obra essencial e é desalojado violentamente de seu território. Crescem também as fronteiras do Brasil com a anexação do Acre. Além disso, esse processo de expansão gerou um aumento demográfico para a região Amazônica.

4º) Século XX – Ação das políticas desenvolvimentistas para a Amazônia - inauguradas nos anos 60, quando essa região passou a comunicar-se, via terrestre, com o Centro-Sul, em especial com a Capital Federal que, naquela época, foi transferida para Brasília. Com essas políticas iniciou-se a mais forte investida da expansão interna na área Amazônica, liderada por grandes grupos empresariais. (OLIVEIRA, 1988, p.67 e 68)

O período da expansão do extrativismo da borracha marca a navegação no rio Amazonas. Após 1850 a produção aumenta para atender a demanda externa. A navegação a vapor é introduzida. De acordo com Correa (1987, p. 48), em 1853, Barão de Mauá cria a Companhia de Navegação e Comércio do Amazonas, introduzindo a navegação a vapor no Rio Amazonas e posteriormente em seus afluentes. Isso possibilitou um escoamento mais rápido da produção regional. Esta expansão atraiu capitais estrangeiros vinculados ao comércio e à navegação. Gerodetti e Cornejo (2006, p. 34) indicam que em 1872 a empresa foi vendida a capitais ingleses e tornou-se *The Amazon River Steam Navigation Company*. De acordo com Gerodetti e Cornejo (2006, p. 33), em 1874 a navegação no Amazonas é liberada às embarcações estrangeiras.

Com o incremento do tráfego fluvial, foram criadas em Belém e Manaus mais duas companhias de vapores: a Fluvial Paraense e a Fluvial do Alto Amazonas, incorporadas em 1874 à Companhia do Amazonas. Naquela mesma época, começaram a navegar pelo Rio Amazonas os primeiros vapores ingleses, subsidiados pelo Governo Imperial, das companhias *Booth Line* e *Red Cross Line*, que estabeleceram linhas regulares entre Liverpool e Manaus (...) e entre Nova Iorque e Manaus.

Em 1883, a Companhia Brasileira de Paquetes a vapor iniciou a primeira linha regular entre o Rio de Janeiro e Manaus. Em 1890, já existiam 16 companhias operando nos rios da região amazônica, com uma frota de 114 navios a vapor, além de inúmeras embarcações menores.

Fundada em Gênova, em 1897, e até 1903, a companhia italiana *Società di Navigazione La Ligure Brasiliana* manteve uma linha entre Gênova e Manaus. (Gerodetti e Cornejo, 2006, p. 33)

Sobre a abertura da navegação no Amazonas, Oliveira (1988, p. 95) indica que foi uma decisão política e econômica, visando atender a demanda mundial pela borracha e para recompor as finanças nacionais que haviam sido abaladas com a Guerra do Paraguai.

Manaus e Belém exportavam a borracha principalmente para os maiores mercados importadores, que eram Nova York (EUA) e Liverpool (Inglaterra), e para mercados menores como Havre, Hamburgo, Antuérpia e Lisboa. “Belém funcionava como a porta de saída do produto. Companhias de Navegação estrangeiras como a *Booth S. S. C.*, a *Red Cross Line* e a *Hamburg-Amerika-Line* carreavam a borracha para o exterior.” (OLIVEIRA, 1988, p.95)

Belém era atendida por 4 importantes companhias de navegação a vapor em 1908, de acordo com Gerodetti e Cornejo (2006, p. 28):

- *Hamburg-Amerika-Line* e a *Hamburg-Südanerikanische*, denominadas de “Vapores Alemães”, efetuavam duas viagens mensais entre o Pará e Hamburgo.
- *Booth Line (Booth Steamship Company)*: companhia inglesa, em 1866 começou a operar uma linha entre Belém e a Europa. Por volta de 1910, possuía uma frota de 36 vapores e mantinha, no Porto de Belém, estrutura para carga e descarga dos seus navios.
- Lloyd Brasileiro: oferecia linha regular entre o Rio de Janeiro e Belém, com 5 a 6 vapores por mês. Possuía dois tipos de viagens, os vapores rápidos (8 ou 9 dias), enquanto os demais cobriam a mesma rota em 12 a 13 dias. Realizava escalas nos portos de Vitória, Salvador, Maceió, Recife, Cabedelo, Natal, Fortaleza e São Luís. Também faziam escala em Belém os paquetes transatlânticos da Lloyd Brasileiro que iam do Rio de Janeiro a Nova Iorque, com escalas em Salvador, Recife e Barbados.

Andrade (2010, p. 14) destaca a importância dos ingleses em Manaus. Além de contribuírem com as reformas urbanas, foram “pioneiros no processo de turistificação de Manaus” com a *Booth Steamship Company* que realizava o transporte marítimo e fluvial.

Uma das grandes inovações promovidas pela empresa foi o chamado “1000 miles up the Amazon” ou “1000 milhas Amazonas acima” que começava a ser comercializado no mercado britânico. Esta novidade correspondia à venda de pacotes turísticos destinados à Manaus. Partindo de Liverpool com escalas em Leixões, Porto, Lisboa, Ilha da Madeira chegava-se nas destinações amazônicas cujo o turismo era bastante incipiente. As localidades de Salinas, Ilha de Marajó, Belém, Chapéu Virado, Ilha do Mosqueiro e Manaus faziam parte do roteiro. Seis semanas em um luxuoso navio chamado *Hidelbrand* eram necessárias para percorrer as 11 800 milhas do trajeto. Deste total, 2000 estavam concentradas dentro da bacia do rio Amazonas. (ANDRADE, 2010, p. 14)

Andrade (2010, p. 14) informa que não há registros sobre a primeira viagem desta modalidade, porém estima que deve ter ocorrido por volta de 1911. Este período é também em um momento em que Manaus começa a sentir os efeitos da crise da borracha. A empresa inglesa *Booth Steamship*, instalada em Manaus, tinha

interesse em promover o fluxo de turistas, já que as atividades relacionadas à borracha passaram a ter baixa demanda devido à concorrência com o mercado asiático. A empresa também buscava recuperar os investimentos aportados.

Havia a tentativa de construir uma imagem de um destino exótico, com elementos que se aproximassem das narrativas dos viajantes e naturalistas precedentes ao século XIX. Também havia a preocupação com a saúde e higiene e promovendo o destino como um lugar para a prática do descanso e cura do *stress*.

Graças à revolução na medicina tropical a Amazônia poderia ser vivenciada por todos com saúde normal. Porém o mesmo pacote não recomendada aos inválidos ou inativos em idade avançada. As longas horas de viagem, a ausência de serviços médicos especializados, assim como as necessidades constantes de cuidados médicos especiais eram as justificativas do conselho. (ANDRADE, 2010, p. 15)

Em 1911 a empresa possuía uma frota superior a vinte navios e neste período assumiu a gestão da empresa *Iquitos Steamship*, localizada na região de Loreto, na Amazônia peruana.

Andrade (2010, p. 18) aponta que:

A coincidência com a crise da borracha poderia ter influenciado na tentativa de potencializar ao máximo as diversas fontes de recursos financeiros que poderiam auxiliar na recuperação destes investimentos. Deste modo, a origem dos lugares turísticos amazônicos pode estar associada às ações imperialistas de um grupo específico de atores. Deste modo, não são apenas os conquistadores, naturalistas, comerciantes e missionários que se interessam pela Amazônia, mas também turistas sedentos pelos lugares inventados. Esta talvez seja uma das principais lógicas para a invenção dos lugares turísticos manauaras por parte desta empresa. Atrelado a isto, havia diferentes contextos que influenciavam no aumento dos fluxos de visitantes.

No período da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) muitas empresas cederam navios para as forças armadas, diminuindo assim o fluxo de navios de turismo para a região.

Com o início da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) ocorre o término das atividades de cruzeiros para Amazônia, com a ausência de turistas europeus, navios destinados a operações de guerra e falta de interesse de empresários.

A navegação fluvial projetou entre a metade do século XIX até as primeiras décadas do século XX, uma imagem de certa maneira positiva, alentadora e de progresso, pela quantidade de companhias atuantes em distintas regiões do território brasileiro, o número de embarcações em operação e pelos serviços prestados, tanto no transporte de passageiros quanto de cargas. Esse cenário subsidiado por políticas públicas consistentes, arcabouço normativo e jurídico flexíveis, investimentos financeiros baseados na realidade concreta e administrações eficientes poderia ter consolidado a navegação fluvial como um sistema de movimento eficaz na interligação de lugares, com capacidade de gerar o desenvolvimento nas configurações territoriais interiores e longínquas, haja vista as dimensões do território e o potencial fluvial existente, além de possibilitar a intermodalidade com os sistemas ferroviário e rodoviário. (SILVA, 2005, p.54)

Com relação à navegação fluvial turística, Silva (2015, p. 96) aponta que ela aumenta a possibilidade de contato com a natureza. E, nas paradas em centros urbanos, é possível contato com a história e cultura local, possibilitando a valorização dos recursos naturais.

No levantamento sobre as embarcações turísticas por região hidrográfica no Brasil entre os anos de 2011 e 2013, Silva (2015) indicou que a região hidrográfica da Amazônica contava com 59 embarcações turísticas, concentradas na hidrovia Amazonas-Solimões e nos trechos navegáveis do rio Negro. A região hidrográfica do Tocantins-Araguaia conta com apenas 16 embarcações turísticas, sendo seis registradas no município de Belém. Os municípios que possuem embarcações turísticas na região hidrográfica amazônica são: São Gabriel da Cachoeira (AM), Santa Isabel do Rio Negro (AM), Barcelos (AM) e Novo Airão (AM) no rio Negro; Caracaraí (RR) no rio Branco; Nova Olinda do Norte (AM), Itacoatiara (AM) e notadamente Manaus com a operação de várias embarcações em trechos da hidrovia. Ocorrem fluxos fluviais turísticos frequentes e conexões com Parintins (AM), Santarém (PA), Alter do Chão (PA), Almeirim (PA), Breves (PA) e São Sebastião da Boa Vista (PA).

De acordo com Silva (2005, p.99), as atividades que se desenvolvem nos cruzeiros ou excursões na Região Hidrográfica Amazônica e na Tocantins-Araguaia são

(...) a pescaria esportiva, a observação de fauna e flora, a visita a comunidades indígenas, passeios de canoa, atracação em municípios com atrativos naturais e culturais, contemplação do

Arquipélago de Anavilhanas e do encontro das águas do rio Negro com o Solimões, observação de botos, etc.

(...)

Na região hidrográfica do Tocantins, tem-se Belém, que oferece também duas modalidades de navegação, cruzeiro (de até dez dias, de Manaus a Belém) ou excursão fluvial que atuam em rios locais e trechos da hidrovia Amazonas-Solimões. As atividades caracterizam-se pela contemplação de cursos fluviais e da Baía do Guajará, observação da orla da cidade de Belém, visita a comunidades tradicionais e a sítios arqueológicos, atracação em municípios e ilhas fluviais. Os fluxos hidroviários estabelecidos percorrem também municípios pertencentes a região hidrográfica Amazônica, como os já mencionados acima e outros, tais como: Maués (AM) e Soure (PA). (SILVA, 2005, p.99)

Ao longo do Rio Amazonas é possível encontrar diversas tipologias de embarcações; no transporte turístico as mais utilizadas são o barco regional de recreio e as lanchas a jato (Figuras 3.1 e 3.2).

- Barcos regionais de recreio: são fabricados em madeira, transportam os passageiros em redes ou camarotes. Também transportam cargas. Navegam em baixa velocidade.
- Lanchas a jato: fabricadas em alumínio, possuem ar condicionado, realizam transporte de passageiros sentados e navegam em maior velocidade.

Figura 3.1 – Exemplo de barco regional de recreio

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.2 – Exemplo de lancha a jato

Fonte: <http://www.panoramio.com/photo/107078907>

Além dos cruzeiros fluviais, apresentados na sequência, há outras embarcações que são exclusivamente turísticas e que oferecem a possibilidade de o turista pernoitar a bordo, entretanto estes não foram alvo de investigação deste estudo por se tratarem de embarcações com características distintas dos cruzeiros de luxo.

A empresa Amazon Clipper Cruises possui duas embarcações que realizam viagens de três a seis dias. A embarcação *MV Amazon Clipper* (Figura 3.3)

comporta 16 passageiros e cinco tripulantes e a embarcação *MV Premium* (Figura 3.4) comporta 32 passageiros e 12 tripulantes. Os preços variam entre US\$ 667,00 – US\$ 932 para a viagem de três dias a US\$ 1.340 – US\$ 1.875 para a viagem de seis dias⁶⁹.

O grupo espanhol Iberostar mantém em Manaus a embarcação *Iberostar Grand Amazon* (Figura 3.5), que funciona como um hotel-navio e que oferece três opções de viagem, de acordo com a duração em dias: Rio Solimões (três dias), Rio Negro (quatro dias) e combinação dos dois trechos (sete dias). Todos partem do porto de Manaus semanalmente e os preços variam de R\$4.308,00 (três dias) a R\$13.533,00 (sete dias)⁷⁰. Tem capacidade para 150 passageiros e 40 tripulantes⁷¹.

A empresa Expedição Katerre Ecoturismo também possui três pequenas embarcações, sendo duas que oferecem a possibilidade de pernoite. Oferece passeios com duração de quatro a oito dias pelo Rio Negro, não sendo encontradas informações sobre preços no sítio eletrônico oficial da empresa. A maior embarcação da empresa é a Jacaré-Açu (Figura 3.6).⁷²

Figura 3.3 – Embarcação *MV Amazon Clipper*

Fonte: <http://www.amazonclipper.com.br/>

Figura 4.4 – Embarcação *MV Premium*

Fonte: <http://www.amazonclipper.com.br/>

Figura 3.5 – Iberostar Grand Amazon

Fonte: <http://www.amazonclipper.com.br/>

Figura 3.6 – Embarcação *Jacaré-Açu*

Fonte: <http://www.katerre.com>

⁶⁹ Informações disponíveis em: <http://www.amazonclipper.com.br/>

⁷⁰ Informações disponíveis em: <https://www.thegrandcollection.com/en/hotels/manaus/grand-amazon>

⁷¹ Informações disponíveis em: http://www.rivercruise.com/cruise_ship/Iberostar_Grand_Amazon.cfm

⁷² Informações disponíveis em: <http://www.katerre.com/portal/sobreNos.php>

Como parte da presente pesquisa, foram identificadas as tipologias das empresas de cruzeiros fluviais que atuam no Rio Amazonas, os locais onde estas empresas realizam suas paradas e os atores envolvidos.

3.2. Algumas considerações sobre os turistas

A Empresa Estadual de Turismo do Amazonas (Amazonastur) e a Secretaria de Estado de Turismo do Pará (Setur) realizam o levantamento de informações dos cruzeiros que passam por seus respectivos estados.

A Amazonastur realiza a coleta de dados relativos ao movimento turístico e identificação do perfil do turista que visita o estado. A Empresa elaborou a Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014, apresentado na sequência. Neste levantamento estão reunidas informações pertinentes ao volume de turistas e dos principais mercados emissores, visando contribuir na elaboração de políticas públicas para a estruturação e qualificação dos serviços turísticos, captação de novos investimentos e a promoção e divulgação do estado do Amazonas.

De acordo com a Figura 3.7, é possível notar o crescimento de turistas que visitaram o estado, um aumento de 412,91% em 11 anos.

Figura 3.7 - Quantidade anual de turistas que visitaram o Amazonas de 2003 a 2014

Fonte: Amazonastur - Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014. Disponível em> <http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amazonas-2003-2014.pdf>>. Acesso 05/01/2016.

A hotelaria urbana possui destaque no segmento turístico em todo período estudado (Figura 3.8). No ano de 2014, 91,3% dos turistas se alojaram em hotéis urbanos, 6,2% em hotéis de selva, 1,6% utilizaram cruzeiros e 0,9% estavam relacionados à pesca esportiva. Interessante observar que todos os segmentos apresentaram crescimento nos últimos 11 anos, exceto o segmento de cruzeiros marítimos.

Os dados da Amazonastur indicam a tipologia de cruzeiros marítimos como presente em sua síntese de indicadores. Portanto, acreditamos que se trata de cruzeiros fluviais cuja origem, todavia, é marítima.

Figura 3.8 – Quantidade anual de turistas, distribuídos por segmentos, de 2003 a 2014

Fonte: Amazonastur - Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014. Disponível em: <http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amazonas-2003-2014.pdf>. Acesso 05/01/2016.

Em relação à quantidade de turistas que visitaram o estado, o número de turistas brasileiros, ao longo dos 11 anos analisados, foi maior que os estrangeiros. No ano de 2014, os turistas brasileiros representaram 53,7% e os estrangeiros 35,9% (Figura 3.9 e 3.10). Não foram informadas as nacionalidades de 10,4% (121.402 turistas) naquele estudo.

Figura 3.9 – Quantidade anual de turistas residentes no Brasil que visitaram o Amazonas de 2003 a 2014

Fonte: Amazonastur - Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014. Disponível em> <http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amaz%C3%B3nia-2003-2014.pdf>>. Acesso 05/01/2016.

Figura 3.10 – Quantidade anual de turistas residentes no exterior que visitaram o Amazonas de 2003 a 2014

Fonte: Amazonastur - Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014. Disponível em> <http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amaz%C3%B3nia-2003-2014.pdf>>. Acesso 05/01/2016.

Os turistas europeus foram maioria em 2014, com 46,1% de presença. Na sequência, os norte-americanos com 36,1% e depois os asiáticos com 10,2% (Figura 3.11).

Figura 3.11 – Fluxo de estrangeiros emitidos para o Amazonas por continente em 2014

Fonte: Amazonastur - Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014. Disponível em >
<http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amazonas-2003-2014.pdf>>. Acesso 05/01/2016.

Já em relação aos cruzeiros marítimos, observa-se que houve uma grande variação na quantidade anual de turistas ao longo dos últimos 11 anos (Figura 3.12). Os anos com maiores atrações foram 2012 e 2013, acompanhando o crescimento econômico nacional no período.

No mesmo período, o número de navios de cruzeiros também sofreu variações. Durante o ano de 2014, apenas 18 navios estiveram presentes, enquanto em 2003 foram 24 navios (Figura 3.13). Entretanto, é importante salientar que o número de cruzeiristas não está relacionado apenas ao número de navios, visto que, conforme indicado anteriormente, nos últimos anos vem ocorrendo maior eficiência dos roteiros, assim como um aumento no tamanho dos navios no que se refere à quantidade de turistas.

Figura 3.12 – Quantidade anual de turistas que visitaram o Amazonas nas temporadas de cruzeiros marítimos, de 2003 a 2014

Fonte: Amazonastur - Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014. Disponível em: <http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amazonas-2003-2014.pdf>. Acesso 05/01/2016.

Figura 3.13 – Quantidade de navios de cruzeiros, nas temporadas de cruzeiros marítimos, de 2003 a 2014

Fonte: Amazonastur - Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014. Disponível em: <http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amazonas-2003-2014.pdf>. Acesso 05/01/2016.

A Secretaria de Estado de Turismo do Pará (Setur) disponibilizou o total de passageiros que desembarcaram⁷³ e número de cruzeiros que atracaram em Belém, Santarém e Alter do Chão nas temporadas de 2013/2014, 2014/2015 e 2015/2016.

⁷³ Aqui o termo desembarcas significa que os turistas desceram dos navios para visitar o lugar.

O número de turistas que desembarcaram em Belém caiu drasticamente entre as três temporadas analisadas, enquanto que em Santarém houve crescimento constante. Em Alter do Chão houve crescimento entre a temporada de 2013/2014 para 2014/2015 e uma leve queda para a temporada 2015/2016 (Figura 3.14). Estes números acompanham as atracções, onde Belém teve a diminuição de metade de atracções entre as temporadas de 2013/2014 para 2014/2015, Santarém duplicou suas atracções e Alter do Chão teve mais que o triplo de atracções para o mesmo período.

Figura 3.14 – Quantidade total de passageiros que efetuaram descida do navio por localidade, nas temporadas de 2013/2014 a 2015/2016

Fonte: Fapespa (2016). Disponível em: <<http://www.setur.pa.gov.br/sites/default/files/pdf/boletimeconomico.pdf>>. Acesso em: 09 dez. 2017.

Quadro 3.1- Número de atracção de cruzeiros por temporada no Pará

Destino	2013/2014	2014/2015	2015/2016
Belém	14	7	8
Santarém	9	18	19
Alter do Chão	4	15	12

Fonte: Fapespa (2016). Disponível em: <<http://www.setur.pa.gov.br/sites/default/files/pdf/boletimeconomico.pdf>>. Acesso em: 09 dez. 2017.

Outra informação cedida foi o total de passageiros internacionais para o mesmo período (Figura 3.15). O número de turistas norte-americanos é superior a outras nacionalidades, e juntamente com os alemães, são as únicas nacionalidades presentes nas três temporadas analisadas. O Reino unido aparece na temporadas de 2014/2015 e 2015/2016.

Figura 3.15 – Origem dos passageiros que desembarcaram, por localidade, nas temporadas de 2013/2014 a 2015/2016

Fonte: Fapespa (2016). Disponível em: <<http://www.setur.pa.gov.br/sites/default/files/pdf/boletimeconomico.pdf>>. Acesso em: 09 dez. 2017.

Com relação à quantidade de atracções, no estado do Pará houve um crescimento nas temporadas analisadas, enquanto no estado do Amazonas o número de navios diminuiu entre os anos de 2013 e 2014. A origem dos passageiros é semelhante nos dois estados, norte-americanos e europeus.

3.3. Cruzeiros de luxo pelo rio Amazonas

Foi realizado um levantamento das empresas de cruzeiros fluviais de luxo atuantes no Rio Amazonas na temporada 2016/2017. Foram identificadas diversas paradas dos navios entre o trecho de Macapá a Manaus, correspondendo às seguintes cidades e localidades: Macapá, Belém, Santarém, Alter do Chão, Boca da Valéria, Parintins e Manaus (Mapa 3.1).

Mapa 3.1 – Paradas dos cruzeiros fluviais de luxo estudados

Fonte: Elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

Seis empresas atuam nestas localidades: *Holland America Line*, *Seabourn*, *Hapag Lloyd Cruises*, *Oceania Cuis*, *Regent Seas Cruises* e *Ponant Yacht Cruises & Expeditions*. Os roteiros realizados estão apresentados na sequência (Quadro 3.2 a 3.7).

Visando a melhor compreensão dos percursos realizados pelas seis empresas estudadas, foram levantados os roteiros dos navios destas empresas que trafegaram pelo rio Amazonas na temporada 2016-2017.

Os Quadros 3.2 a 3.7 ilustram um roteiro de cada empresa, indicando a inserção do rio Amazonas no roteiro internacional dos cruzeiros.

3.3.1. Holland America Line

Quadro 3.2 – Roteiros da empresa Holland America Line

Navios	MS Prinsendam Passageiros: 793 Tripulação: 443	MS Veendam Passageiros: 1350 Tripulação: 568
Preços	USD 5.599	USD 7.399 USD 3.999 – Trecho Rio de Janeiro a Fort Lauderdale
Datas	19/11/2016 a 18/12/2016 29 dias	07/02/2017 a 22/03/2016 48 dias
Trajetos	Fort Lauderdale, Florida São Tomás, Ilhas Virgens Charlestown, Nevis, São Cristóvão e Neves Castries, Santa Lucia Porto Espanha, Trindade e Tobago Bridgetown, Barbados Ilha do Diabo, Guiana Francesa Navegação Macapá Santarém Boca da Valeria Manaus Parintins Alter do Chão Scarborough, Trindade e Tobago Kingstown, São Vicente e Granadinas São Jorge, Granada Willemstad, Curaçao Oranjestad, Aruba Fort Lauderdale, Florida	Fort Lauderdale, Flórida Cayo Media Luna (Half Moon Cay), Bahamas Willemstad, Curaçao Oranjestad, Aruba Porto Espanha, Trindade e Tobago Scarborough, Trindade e Tobago Bridgetown, Barbados Ilha do Diabo, Guiana Francesa Icoaraci (Belém) Recife Maceió Salvador da Bahia Ilhéus Vitória Ilhabela (São Sebastião) Rio de Janeiro Fortaleza Santarém Boca da Valéria Manaus Parintins Alter do Chão Castries, Santa Lucia Philipsburg, St. Maarten Cayo Hueso, Flórida Fort Lauderdale, Flórida

Fonte: <https://www.hollandamerica.com/>

Mapa 3.2 – Roteiro da empresa Holland America Line, navio MS Prinsendam entre 19/11/2016 e 18/12/2016

Fonte: Roteiro obtido na <https://www.hollandamerica.com/> e mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

3.3.2. Seabourn

Quadro 3.3 – Roteiros da empresa Seabourn

Navios	Seabourn Quest Passageiros: 450 Tripulação: 335	
Datas	24/02/2016 a 30/03/2016 35 dias	23/02/2017 a 31/03/2017 35 dias
Preços	USD 14.499	USD 15.499
Trajetos	Buenos Aires Montevideo Ilhabela (São Sebastião) Rio de Janeiro Abraão, Ilha Grande Armação de Búzios Recife Natal Santarém Manaus Parintins Santarém Ilha do Diabo, Guiana Francesa Bridgetown, Barbados Castries, St. Lucia Ilhas Terre-de-Haut, Arquipélago de Les Saintes, Guadalupe Gustavia, São Bartolomeu Great Harbour, Jost van Dyke, Ilhas Virgens Britânicas Fort Lauderdale, Florida	Buenos Aires Montevideo Ilhabela (São Sebastião) Rio de Janeiro Armação de Búzios Salvador Recife Natal Santarém Manaus Parintins Santarém Ilha do Diabo, Guiana Francesa Bridgetown, Barbados Castries, St. Lucia Ilhas Terre-de-Haut, Arquipélago de Les Saintes, Guadalupe Gustavia, São Bartolomeu Great Harbour, Jost van Dyke, Ilhas Virgens Britânicas Fort Lauderdale, Florida

Fonte: <https://www.seabourn.com/>

Mapa 3.3 – Roteiro da empresa Seabourn, navio Seabourn Quest, entre 24/02/2016 e 30/03/2016

Fonte: Roteiro obtido em <https://www.seabourn.com/> e mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

3.3.3. Hapag Lloyd Cruises

Quadro 3.4 – Roteiros da empresa Hapag Lloyd Cruises

Navios	MS Hanseatic Passageiros: 184 Tripulação: 100	MS Hanseatic Passageiros: 184 Tripulação: 125
Datas	06/04/2016 a 27/04/2016 21 dias	24/04/2016 a 12/05/2016 18 dias
Preços	€ 10.670 por pessoa	€ 9.830 por pessoa
Trajetos	Belém Canal de Breves Alter do Chão Parintins Manaus Caori (Lago Ajura) Cuxiu Muni Leticia - Colômbia Pebas - Peru Iquitos - Peru	Iquitos - Peru Leticia - Colômbia Cuxiu Muni Manaus Parintins Alter do Chão Canal de Breves Belém

Fonte: <https://www.hl-cruises.com/>

Mapa 3.4 – Roteiro da empresa Hapag Lloyd Cruises, navio MS Hanseatic entre 06/04/2016 e 27/04/2016

Fonte: Roteiro obtido em <https://www.hl-cruises.com/> e mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

3.3.4. Oceania Cruises

Quadro 3.5 – Roteiros da empresa Oceania Cruises

Navios	Regatta Passageiros: 684 Tripulação: 400	Insignia Passageiros: 684 Tripulação: 400
Datas	20/01/2016 a 02/04/2016 73 dias	29/09/2016 a 11/11/2016 73 dias
Preços	USD 19.199	USD 17.999
Trajetos	Miami Key West, Estados Unidos Cozumel, México Costa Maya, México Cidade de Belize, Belize Santo Tomas, Guatemala Roatan, Honduras Puerto Limon, Costa Rica Fuerte Amador (Balboa), Panamá e Trânsito diurno pelo Canal do Panamá Manta, Equador Guayaquil, Equador Salaverry, Peru Lima, Peru Pisco, Peru Matarani, Peru Iquique, Chile Coquimbo, Chile Valparaíso, Chile Puerto Montt, Chile Puerto Chacabuco, Chile Punta Arenas, Chile Ushuaia, Argentina Port Stanley, Ilhas Falkland Punta del Este, Uruguai Montevideu, Uruguai Buenos Aires, Argentina Montevideu, Uruguai Punta del Este, Uruguai Rio Grande, Brasil Porto Belo Santos Parati, Brasil Ilha Grande Búzios Rio de Janeiro Recife Alter do Chão Boca da Valeria Manaus Parintins Santarém Ilha do Diabo, na Guiana Francesa Bridgetown, Barbados Gustavia, St. Barts San Juan, Porto Rico Great Stirrup Cay, Bahamas	Miami Key West, Estados Unidos Cozumel, México Costa Maya, México Cidade de Belize, Belize Santo Tomas, Guatemala Roatan, Honduras Puerto Limon, Costa Rica Fuerte Amador (Balboa), Panamá e Trânsito diurno pelo Canal do Panamá Manta, Equador Guayaquil, Equador Salaverry, Peru Lima, Peru Pisco, Peru Matarani, Peru Iquique, Chile Coquimbo, Chile Valparaíso, Chile Puerto Montt, Chile Puerto Chacabuco, Chile Punta Arenas, Chile Ushuaia, Argentina Port Stanley, Ilhas Falkland Punta del Este, Uruguai Montevideu, Uruguai Buenos Aires, Argentina Montevideu, Uruguai Punta del Este, Uruguai Rio Grande, Brasil Porto Belo Santos Parati, Brasil Ilha Grande Búzios Rio de Janeiro Recife Alter do Chão Boca da Valeria Manaus Parintins Santarém Ilha do Diabo, na Guiana Francesa Bridgetown, Barbados Gustavia, St. Barts San Juan, Porto Rico Punta Cana, Republica Dominicana Miami

Navios:	Sirena Passageiros: 684 Tripulação: 400	Regatta Passageiros: 684 Tripulação: 400	
Datas	28/10/2016 a 25/11/2016 28 dias	29/11/2016 a 22/12/2016 23 dias	02/02/2017 a 25/02/2017 23 dias
Preços	USD 7.799	USD 6.499	USD 6.799
Trajetos	Nova York Hamilton, Bermuda Gustavia, St. Barts Castries, Santa Lucia Porto Espanha, Trinidad e Tobago Santarém Boca da Valeria Manaus Parintins Ilha do Diabo, na Guiana Francesa Bridgetown, Barbados Fort de France, na Martinica Virgin Gorda, Ilhas Virgens Britânicas San Juan, Porto Rico La Romana, República Dominicana Miami	Miami Gustavia, St. Barts Castries, Santa Lucia Scarborough, Trinidad e Tobago Santarém Boca da Valeria Manaus Parintins Ilha do Diabo, na Guiana Francesa St. George's, Granada Bridgetown, Barbados Roseau, Dominica Tortola, Ilhas Virgens Britânicas Miami	Miami San Juan, Porto Rico St. John's, Antigua Bridgetown, Barbados Ilha do Diabo, na Guiana Francesa Santarém, PA Parintins, AM Manaus, AM Boca da Valeria, AM Alter do Chão, PA Fortaleza, CE Recife, PE Rio de Janeiro, RJ

Fonte: <https://pt.oceaniacruises.com/>

Mapa 3.5 – Roteiro da empresa Oceania Cruises, navio Regatta, entre 20/01/2016 e 02/04/2016

Fonte: Roteiro obtido em <https://pt.oceaniacruises.com/> e mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

3.3.5. Regent Seven Seas Cruises

Quadro 3.6 – Roteiros da empresa Regent Seven Seas Cruises

Navio	Seven Seas Mariner Passageiros: 700 Tripulação: 445	Seven Seas Mariner Passageiros: 700 Tripulação: 445
Data	17/01/2017 a 29/03/2017 72 dias	23/05/2017 a 17/06/2017 26 dias
Preço	R\$ 149.139,00 (Miami-Miami) R\$ 66.679,00 (Buenos Aires – Miami) R\$ 40.599 (Rio de Janeiro – Miami)	R\$ 41.179
Trajetos	Miami, Flórida Gustavia, St. Barts Fort de France, Mq St. George's, Granada Bonaire (Kralendijk), Países Baixos Oranjestad, Aruba Santa Marta, Colômbia Cartagena, Colômbia Trânsito pelo Canal do Panamá Manta, Equador Guayaquil, Equador Salaverry, Peru Lima (Callao), Peru Pisco, Peru Arequipa (Matarani), Peru Iquique, Chile Coquimbo, Chile Valparaíso, Chile Puerto Montt, Chile Puerto Chacabuco, Chile Punta Arenas, Chile Ushuaia, Argentina Port Stanley, Ilhas Falkland Punta Del Este, Uruguai Montevideu, Uruguai Buenos Aires, Argentina Montevideu, Uruguai Punta Del Este, Uruguai Rio Grande, Brasil Porto Belo Santos Ilha Grande Paraty Búzios Rio De Janeiro Recife Alter do Chão (PA) Boca da Valéria (AM) Manaus (AM) Parintins (AM) Santarém (PA) Ilha do Diabo, Guiana Francesa Bridgetown, Barbados Castries, Santa Lúcia San Juan, Porto Rico Miami, Flórida	Miami, Flórida Gustavia, St. Barts Castries, Santa Lúcia St. George's, Granada Porto Espanha, Trinidad e Tobago Macapá Santarém Boca da Valéria Manaus Parintins Alter Do Chão Macapá Ilha Do Diabo, Guiana Francesa Bridgetown, Barbados St. John's, Antígua San Juan, Porto Rico Miami, Flórida

Fonte: <https://pt.rssc.com/>

Mapa 3.6 – Roteiro da empresa Regent Seven Seas Cruises, navio Seven Seas Mariner, entre 17/01/2017 e 29/03/2017

Fonte: Roteiro obtido em <https://pt.rssc.com/> e mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

3.3.6. Ponant Yacht Cruises & Expeditions

Quadro 3.7 – Roteiros da empresa Ponant Yacht Cruises & Expeditions

Navios	Le Lyrial Passageiros: 264 Tripulação: 139	Le Soléal Passageiros: 264 Tripulação: 139
Datas:	16/03/2016 a 02/04/2016 18 dias	17/03/2017 a 03/04/2017 18 dias
Preços:	USD 9.280	USD 9.290
Trajetos:	Recife - PE São Luís - MA Belém Estreito de Breves Santarém Alter do Chão Macapá Ilha do Diabo (Guiana Francesa) Orinoco (Venezuela) El Toro Orinoco (Venezuela) El Arroyo Bridgetown (Barbados) Fort de France (Martinica)	Recife - PE São Luís - MA Belém Estreito de Breves Santarém Alter do Chão Macapá Ilha do Diabo (Guiana Francesa) Orinoco (Venezuela) El Toro Orinoco (Venezuela) El Arroyo Bridgetown (Barbados) Fort de France (Martinica)

Fonte: <https://en.ponant.com/>

Mapa 3.7 – Roteiro da empresa Ponant Yacht Cruises & Expeditions, navio Le Lyrial, entre 16/03/2016 e 02/04/2016

Fonte: Roteiro obtido em <https://en.ponant.com/> e mapa elaborado por Tito Lívio Barcellos Pereira.

3.4. A topologia dos cruzeiros de luxo na Amazônia brasileira

Os locais onde os cruzeiros fazem suas paradas ao longo do Rio Amazonas possuem características distintas. Visando compreender as dinâmicas e atores envolvidos neste processo, foi realizado um trabalho de campo durante os meses de setembro e outubro do ano de 2016. As informações obtidas são apresentadas na sequência. Os roteiros das entrevistas realizadas são apresentados no Anexo I.

No rio Amazonas a temporada dos cruzeiros fluviais ocorre entre os meses de novembro e abril.

3.4.1. Manaus

De acordo com o Censo 2010, Manaus possui 1.802.014 habitantes e densidade demográfica de 158,06 hab/Km² (IBGE, 2017). Possui a maior população de toda região Norte do país.

Foram realizadas entrevistas na Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - Amazonastur, no porto de Manaus e na empresa Amazon Explorers, que realiza o receptivo dos turistas de cruzeiros.

O responsável pelo setor estatístico concedeu entrevista na Amazonastur⁷⁴ e relatou que a autoridade portuária comunica a secretaria as datas de atracação dos navios, e que na secretaria não há uma relação das empresas que realizam o receptivo. Informou que a empresa Anavilhanas costuma receber os navios de origem alemã (como a *Hapag Lloyd*) e que a Amazon Explores recebe os demais cruzeiros.

Informou que a secretaria participa de eventos de turismo para a promoção do estado e que a equipe que trabalha com *marketing* participa da *Seatrede Cruise Fair*, visando divulgar o estado no roteiro dos cruzeiros mundiais.

O entrevistado citou que a empresa ISS⁷⁵ é a operadora responsável por definir os roteiros e destinos dos cruzeiros em geral, porém não sabia mais informações sobre a empresa.

No porto de Manaus (Figura 3.16) foi realizada entrevista com um funcionário do setor administrativo⁷⁶. Foi informado que o Porto de Manaus atende desde

---

⁷⁴ Entrevista cedida a autora em 21/09/2016.

⁷⁵ Em gabinete, foi realizada uma breve pesquisa sobre a empresa ISS: "O Inchcape Shipping Services (ISS) é o principal fornecedor de serviços marítimos do mundo, com foco na atividade de cruzeiro". Informação disponível em <http://www.iss-shipping.com/ISS-Cruise>

pequenas embarcações da navegação regional a navios de cruzeiro e embarcações de turismo fluvial, e que não há nenhuma norma específica para os cruzeiros.

Relatou que a área do pátio do porto (Figura 3.17), além de ser utilizada para armazenagem de contêineres, é utilizada no desembarque dos turistas dos cruzeiros nos períodos em que os cruzeiros estão atracados. Os navios de cruzeiro ficam em média dois dias atracados, tem prioridade de atracação e podem atracar em qualquer dos berços do porto público, sendo que o porto pode receber no máximo 3 navios.

Segundo o entrevistado, há muita preocupação com a segurança, sendo que o controle dos passageiros ocorre na área interna do porto. Quem realiza a autorização de atracação é a autoridade alfandegária, e são observados itens como o tamanho das embarcações, pois a área portuária não possui grande calado. Também são realizadas vistorias nos navios pela vigilância sanitária.

Com relação ao controle de passageiros, o entrevistado informou que há muitos turistas que terminam e iniciam o cruzeiro pelo rio Amazonas em Manaus. As empresas costumam oferecer voos fretados para turistas estrangeiros (norte-americanos e europeus). Assim, os voos pousam em Manaus com passageiros que embarcarão nos navios e retornam com os passageiros que desembarcaram.

Em Manaus há duas empresas que trabalham com receptivo, a Anavilhanas e a Amazon Explorers Turismo. Durante o trabalho de campo foi realizada uma entrevista⁷⁶ com o proprietário da Amazon Explorers Turismo, que nos contou um pouco da história e atuação da empresa: iniciou as atividades em 1965 e hoje possui, além da matriz, três filiais em Manaus.

A Amazon Explorers realiza o receptivo dos turistas dos cruzeiros, organizando translados, passeios por pontos turísticos e fazendo o transporte de turistas entre o aeroporto e o porto de Manaus. A empresa recebe turistas, em sua maioria, americanos, canadenses e ingleses. A empresa mantém contato com a Turispar, de Parintins, que também realiza o receptivo dos mesmos navios.

O entrevistado explicou, que para atrair os cruzeiros para Manaus, participa constantemente de feiras relacionadas a cruzeiros, principalmente a *Seatrede Cruise Fair* – que ocorre todos os anos nos Estados Unidos. Nestes eventos, ele entra em

---

⁷⁶ Entrevista cedida a autora em 22/09/2016.

⁷⁷ Entrevista cedida a autora em 23/09/2016.

contato com as empresas dos cruzeiros e inicia os contatos para a divulgação de Manaus.

Há muitas atrações turísticas em Manaus e seus arredores. O entrevistado informou que as mais procuradas são a visita ao Teatro Amazonas (Figura 3.18) e o encontro das águas do rio Negro com o rio Solimões (Figura 3.19), que foi declarado patrimônio cultural brasileiro pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Figura 3.16 – Porto de Manaus - AM

Fonte: http://portodemanau.com.br/?pagina=publicacao&cd_publicacao=128&cd_tipo=

Figura 3.17 – Pátio no Porto de Manaus - AM

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.18 – Teatro Amazonas, Manaus - AM

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.19 – Encontro das águas do rio Negro com o rio Solimões

Fonte: <http://cruceirosamazonas.com/manaus.html>

3.4.2. Parintins

De acordo com o Censo 2010, a população do município de Parintins é de 102.033 habitantes. A densidade demográfica é de 17,14 hab/km² (IBGE 2017). No mês de junho, Parintins recebe muitos turistas para o festival Folclórico de Parintins, que ocorre no Centro Cultural e Esportivo Amazonino Mendes, conhecido como Bumbódromo (Figura 3.20). A atração do festival é o boi-bumbá e a disputa entre os dois bois: Garantido e o Caprichoso.

De acordo com Cavalcante (2000, p. 1029),

O Bumbódromo foi construído em 1988, no terreno do antigo aeroporto da cidade, pelo então governador do estado, Amazonino Mendes, com cujo nome foi oficialmente batizado. Erguidas em torno de uma arena circular, as estruturas de concreto armado comportam quarenta mil lugares nas arquibancadas. Postes com pequenas plataformas para a sustentação de grandes caixas de som e dos equipamentos para os efeitos de luz circundam a arena, na qual estão traçadas as linhas de quadras esportivas polivalentes. No cotidiano, o Bumbódromo é um ginásio esportivo e abriga também uma escola. Dentro da estrutura das arquibancadas, há salas de aula, que, nos dias de festa, tornam-se camarins dos artistas dos Bois.

Além do festival, a cidade recebe turistas nas temporadas de cruzeiros fluviais.

Durante o trabalho de campo, foram realizadas entrevistas com os funcionários da Secretaria de Cultura e Turismo de Parintins (Sectur), com as empresas que realizam o receptivo dos cruzeiros e com funcionário do Terminal Hidroviário de Parintins.

Os funcionários da Sectur informaram⁷⁸ que a prefeitura realiza o receptivo dos turistas no Terminal Hidroviário (Figura 3.21 e 3.22) e que realiza parcerias com Associação dos Figurinistas e Artesãos de Parintins (Asfapin), Associação dos Tricicleiros de Parintins, Empresa Municipal de Trânsito e Transportes (EMTT), Polícia Militar, Corpo de Bombeiros.

São oferecidos mapas da cidade, e é dada prioridade à limpeza e à segurança dos locais onde ocorre o *city-tour*. Além disso, é organizada uma feira de artesanato no estacionamento do Terminal Hidroviário (Figura 3.23).

Foi informado que os turistas que desembarcam em Parintins não pagam taxas, e que se chegam a pagar algum valor, este não é revertido ao município. Os turistas tem opções de percorrer a cidade em triciclos de ciclistas associados a Associação dos Tricicleiros de Parintins, a pé, ou com pacotes previamente oferecidos dentro do navio, realizados por empresas locais (Ilha Viagens e Turismo ou a Turispar).

A empresa Ilha Viagens e Turismo recebe os turistas da empresa *Hapag Lloyd Cruise*, que atende, em sua maioria, ao público alemão. O funcionário da empresa⁷⁹ relatou que são atendidos os mesmos cruzeiros da empresa Anavilhanas,

⁷⁸ Entrevista cedida a autora em 26/09/2016

⁷⁹ Entrevista cedida a autora em 26/09/2016

de Manaus, e que são empresas de São Paulo e do Rio de Janeiro que entram em contato com a Anavilhanas.

A Turispar recebe os turistas das demais empresas de cruzeiro, em sua maioria, americanos e canadenses. A funcionária informou que são atendidos os mesmo cruzeiros da empresa *Amazon Explorers*, de Manaus.

As duas empresas oferecem a programação de *city-tour* semelhante, com duração de aproximadamente duas horas e passando pelo bumbódromo, pela catedral e por alguma associação do boi-bumbá (Caprichoso ou Garantido), combinado previamente. A empresa Turispar⁸⁰ possui um diferencial, que é um centro de convenções localizado na frente do Terminal Hidroviário (Figura 3.24). Neste espaço ocorrem apresentações de boi-bumbá (Caprichoso ou Garantido) com duração de uma hora e meia, oferecimento de bebidas e comidas locais e venda de artesanato.

Segundo o supervisor do Terminal Hidroviário, devido a problemas na reforma que estava sendo realizada na estrutura flutuante do terminal, os cruzeiros não eram autorizados a encostar para o desembarque. Desta forma, pequenos barcos regionais realizavam o transporte dos passageiros dos cruzeiros até o terminal.

Não são cobradas taxas de desembarque dos turistas, em tampouco da empresa de cruzeiros. Também não há controle, por parte do terminal, da quantidade de turistas desembarcados. De acordo com o entrevistado, estes controles seriam realizados pela empresa de turismo e pelos funcionários dos cruzeiros. Apenas os funcionários da Vigilância Sanitária realizam controle da documentação do navio. Não há nenhuma legislação ou norma específica local para o controle dos turistas.

O Terminal Hidroviário mantém convênio com a prefeitura, que realiza o receptivo e prepara a feira de artesanato na área do estacionamento do terminal.

---

⁸⁰ Entrevista cedida a autora em 27/09/2016

Figura 3.20 – Bumbódromo, Parintins - PA

<http://www.parintins.am.gov.br/?q=277-conteudo-54465-preco-de-bebidas-no-bumbodromo-obedecera-tabela>

Figura 3.21 – Terminal Hidroviário de Parintins - PA

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.22 – Terminal Hidroviário de Parintins - PA

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.23 – Estacionamento do Terminal Hidroviário de Parintins - PA

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.24 – Centro de Convenções da empresa Turispar, Parintins - PA

Fonte: Foto da Autora, 2016.

3.4.3. Boca da Valéria

Boca da Valéria está localizada na Comunidade São Paulo, na Serra de Parintins, a nordeste do município de Parintins (AM) e divisa com o estado do Amazonas com Pará, e distante aproximadamente 5 km, por via fluvial, do centro urbano de Parintins.

Foseca (2010, p. 15) explica que

Na Amazônia o termo “boca” é comumente utilizado para indicar a localização de um lugar, de uma comunidade, de uma ilha ou mesmo uma residência que se encontra na entrada de um rio, lago ou cabeceira. Sendo assim, “A Boca da Valéria” é a denominação utilizada pelos moradores autóctones para indicar a localização da entrada para o lago da Valéria e da comunidade de São Paulo. Essa denominação também é utilizada pelas agências de turismo e turistas para indicar o local onde cruzeiros que fazem rota pelo rio Amazonas aportam e onde os “serviços” e “produtos” turísticos são comercializados pelos moradores nativos.

A Serra da Valéria faz parte do Projeto de Assentamento Vila Amazônia (P.A. Vila Amazônia) que, além da Comunidade São Paulo, agrega as comunidades de Bete Semes, Santa Rita de Cássia e as colônias de Fé em Deus, Samaria e Boa Fé. A Figura 3.25 ilustra a localização das comunidades.

Figura 3.25 – Mapa da Boca da Valéria

Fonte: Azevedo Filho, 2013.

A atração turística de Boca da Valéria é o contato com a natureza. Os turistas se concentram na comunidade de São Paulo, onde os moradores comercializam

artesanato. Os turistas podem tirar fotos, realizar trilhas mata adentro e percorrer de canoa os lagos formados nas cheias.

Além da possibilidade do turismo de natureza, Foseca (2010, p. 100-111) relata que no topo da serra e na área da comunidade de Santa Rita de Cássia há presença de artefatos arqueológicos. Na comunidade São Paulo o sítio arqueológico é menos explorado e não foram realizados estudos no local, já na comunidade de Santa Rita de Cássia há grande quantidade e variedade de artefatos arqueológicos, o que possibilitaria a implantação do turismo arqueológico no lugar.

Apesar disso, os governos Estadual e principalmente o Municipal fazem vista grossa em relação a importância daquele patrimônio arqueológico e até o presente momento não fizeram nenhum esforço para construir um museu e implantar o turismo voltado para a exploração dessa potencialidade no lugar. A preservação dos artefatos e dos sítios arqueológicos está realizada pelos nativos de São Paulo e de Santa Rita. Na primeira comunidade foi criado um “Centro Cultural” onde são guardados os artefatos e na segunda os moradores reservaram uma sala da escola que serve de “mini-museu” para expor os artefatos. (FOSECA, 2010, p. 111 e 112)

Durante o trabalho de campo realizado em outubro de 2016, foram realizadas entrevistas com moradores na comunidade São Paulo que informaram que alguns moradores de comunidades próximas fabricam artesanatos para venda. Na comunidade São Paulo há um espaço para venda de artesanato, onde o dono da propriedade cobra quatro dólares de cada artesão pela utilização da estrutura por ele montada, uma espécie de banca de feira em madeira. Além disso, também realiza a venda de bebidas aos turistas, que consomem apenas refrigerantes e cerveja. Relatou que não realiza venda de outras bebidas alcoólicas, pois não quer atrair consumidores locais. Em geral, os turistas não costumam consumir bebidas ou alimentos locais, pois assim são instruídos nos cruzeiros, e por terem medo de intoxicação alimentar.

O proprietário da área onde é realizada a venda de artesanato relatou que há mais de 25 anos os navios realizam paradas em Boca da Valéria, e que há dificuldade na comunicação com os turistas. Também informou que não há nenhuma cobrança dos turistas para descida na comunidade, que os cruzeiros param no rio e que com embarcações menores, do próprio navio, realizam o transporte até o continente. Os moradores (adultos e crianças) oferecem passeios de canoa pelos

lagos da região. As crianças costumam trazer alguns animais (peixes e filhotes de jacarés) para serem fotografados pelos turistas. Geralmente recebem um dólar por turista. A Figura 3.26, de Azevedo Filho (2013), é um exemplo de um cruzeiro que realizou parada em Boca da Valéria.

Figura 3.26 - Transatlântico em frente à Serra da Valéria

Fonte: Azevedo Filho, 2013, p. 178.

O entrevistado também comentou que a maioria dos cruzeiros traz doações para a comunidade, sempre na última embarcação que sai do cruzeiro, como material escolar, mobiliário para a escola, roupas e alguns brinquedos para as crianças.

A comunidade (que possui associação) não quis se relacionar com as empresas de Parintins para desenvolver o turismo, pois perceberam que não traria nenhuma vantagem financeira, e também que a presença dos turistas na comunidade passaria a ser cobrada, com o que eles não estavam de acordo, pois preferem receber o turista gratuitamente.

Também foram realizadas entrevistas com moradores da comunidade de Santa Rita, que informaram que não ocorre venda de artesanato no local, e que poucos turistas chegam até lá. O museu improvisado, na Casa do Professor, e que abrigava o material arqueológico (cerâmicas) não existe mais.

As figuras apresentadas na sequência ilustram a Boca da Valéria: a Serra da Valéria (Figura 3.27), a entrada da comunidade (Figura 3.28), casas, igreja e a escola na comunidade São Paulo (Figura 3.29), local onde é montada a feira de artesanato na comunidade São Paulo (Figura 3.30), estrutura de madeira para o embarque e desembarque na comunidade São Paulo (Figura 3.31), residência do Sr. Raimundo Gomes, do morador mais antigo da comunidade São Paulo (Figura

3.32), vista do rio Amazonas a partir da Serra da Valéria (Figura 3.33), lago formado adiante da entrada da comunidade Santa Rita de Cássia (Figura 3.34), vista do rio Amazonas e da Serra da Valéria a partir da comunidade Santa Rita de Cássia (Figura 3.35) e casas na comunidade Santa Rita de Cássia (Figura 3.36).

Figura 3.27 – Vista da Serra da Valéria

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.28 – Entrada da Boca da Valéria

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.29 – Vista da comunidade São Paulo

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.30 – Estrutura para a venda de artesanato na comunidade São Paulo

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.31 – Estrutura para embarque e desembarque dos barcos na comunidade São Paulo

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.32 – Casa do morador mais antigo da comunidade São Paulo

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.33 – Vista do Rio Amazonas a partir da Serra da Valéria

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.34 – Lago na entrada da Comunidade de Santa Rita de Cássia

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.35 – Vista da Serra da Valéria e do Rio Amazonas a partir da Comunidade de Santa Rita de Cássia

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.36 – Comunidade de Santa Rita de Cássia

Fonte: Foto da Autora, 2016.

3.4.4. Santarém

De acordo com o Censo 2010, a população de Santarém é de 294.580 habitantes e sua densidade demográfica é de 12,87 hab/Km² (IBGE, 2017).

Foram realizadas entrevistas na Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Turismo (Semdetur), no porto de Santarém – Companhia Docas do Pará (Figura 3.37) e com o proprietário da empresa de receptivo dos cruzeiros (Amazon Shore Explorations).

Na Semdetur foi realizada entrevista com funcionários que informaram que a secretaria realiza o receptivo dos cruzeiros apenas oferecendo material informativo sobre a cidade e pontos turísticos e que realiza convênios com a Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA) para o atendimento aos turistas, pois não há funcionários para realizar esta atividade.

Os entrevistados informaram que há uma grande dificuldade na comunicação nos idiomas dos turistas dos cruzeiros (principalmente inglês) e que por isso a secretaria busca capacitar alguns funcionários, policiais militares e estudantes para possibilitar o auxílio aos turistas.

Não há um plano específico para o turismo de cruzeiros, tanto em Santarém quanto em Alter do Chão.

Foi apontada a dificuldade de comunicação entre a secretaria e a empresa que realiza o receptivo, que não costuma participar de reuniões ou programações para atendimento aos cruzeiros.

A maioria dos turistas realizam passeios por conta própria, percorrendo alguns pontos turísticos como a Igreja Nossa Senhora da Conceição (Figura 3.38), a orla (Figura 3.40), o Centro de Artesanato do Tapajós Cristo Rei, o Centro cultural João Fona, entre outros. Outra atração em Santarém é o encontro das águas do rio Amazonas com o rio Tapajós (Figura 3.39).

No porto de Santarém, a entrevista foi realizada com o supervisor do porto⁸¹. Foi informado que, antes da chegada dos navios, a empresa que realiza o receptivo (e que é credenciada pela Companhia Docas) envia os dados de todos os guias e dos veículos que realizarão o transporte dos turistas e que apenas estes podem entrar na área portuária. Por se tratar de um porto que movimenta principalmente cargas, o controle de pessoas na área interna é extremamente rigoroso. O entrevistado informou que não há operador portuário para as empresas de cruzeiros.

Na área externa ao porto é realizada uma feira de artesanato e há um ponto de centro de atendimento ao turista, fornecendo um mapa com os atrativos turísticos urbanos e de responsabilidade da Semdetur.

Também são realizadas vistorias sanitárias e foi informado que os turistas não pagam taxas de embarque e desembarque, mas o navio paga um valor que varia de acordo com o seu tamanho. O tempo médio de atracação dos navios é de seis horas.

O proprietário da empresa *Amazon Shore Explorations*⁸², informou que os roteiros duram de quatro a cinco horas, com opções de saídas de pesca, *city-tour* pela cidade, passeio pelo Lago Maicá, visita a uma casa de farinha com contato com a cultura e alimentação local, e visita a Alter do Chão. Todos os roteiros são desenvolvidos pelo entrevistado. Quando o passeio é programado para uma área pública são enviadas listas para a Semdetur se organizar, visando atender o número de turistas.

---

⁸¹ Entrevista cedida a autora em 30/09/2016.

⁸² Entrevista cedida a autora em 03/10/2016.

Figura 3.37 – Cruzeiro no porto de Santarém - PA

Fonte: <http://oimpacto.com.br/2017/03/24/prefeito-comemora-leilao-de-68-milhoes-de-portos-e-destaca-potencial-economico-de-santarem/>

Figura 3.38 – Igreja Nossa Senhora da Conceição, Santarém - PA

Fonte: <http://www.santaremtur.com.br/passeios-excursoes>

Figura 3.39 – Encontro das águas do rio Amazonas e rio Tapajós, Santarém - PA

Fonte: <http://www.santaremtur.com.br/passeios-excursoes>

Figura 3.40 – Orla de Santarém

Fonte: <http://www.unama.br/noticias/sete-motivos-para-celebrar-e-amar-santarem>

3.4.5. Alter do Chão

Alter do Chão é um distrito administrativo do Município de Santarém e está localizado a aproximadamente 35 km do centro da cidade, com acesso pela rodovia PA-457.

Os maiores atrativos de Alter do Chão são as praias fluviais de águas cristalinas e de areia branca e a Ilha do Amor (Figura 3.41 e 3.42), localizada em frente à praça central do distrito. No período entre os meses de dezembro a julho, devido ao período das cheias dos rios, a ilha do amor desaparece, pois fica coberta pela água. Entre agosto e novembro as águas baixam e as praias aparecem. Há presença de pequenos barcos ao redor da ilha, conhecidos como catraias, que auxiliam os turistas na travessia.

Não foi possível, durante a realização do trabalho de campo, descobrir o local onde os navios realizam suas paradas, e nem como os turistas acessam a área urbanizada de Alter do Chão. Foi realizada entrevista, por telefone, com um guia

local, que informou que faz o trabalho de receptivo na vila, preparando apresentações de dança e culinária na Ilha do Amor ou na vila. Também disse que os cruzeiros costumam parar no meio do rio (Figura 3.43) e que os turistas são transportados até a orla por embarcações menores. Este guia também informou que, além de percorrer Alter do Chão, é muito comum levar os turistas ao Lago Maicá e até a Floresta Nacional do Tapajós, que fica localizada no município vizinho de Belterra.

Figura 3.41 – Ilha do Amor, Alter do Chão - PA

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.42 – Praia na Ilha do Amor, Alter do Chão - PA

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.43 – Cruzeiro em Alter do Chão

Fonte: Amazon River Cruise Gil Serique, disponível em <http://www.gilserique.com/cruiseship-special-tours.php>

3.4.6. Belém

De acordo com o Censo 2010, Belém possui 1.393.399 habitantes e densidade demográfica de 1.315,26 hab/Km².

O trabalho de campo em Belém foi realizado no mês de outubro, coincidentemente com o maior período festivo da cidade, o Círio de Nazaré. Por este motivo, não foi possível realizar algumas entrevistas planejadas, como a entrevista com o responsável pelo porto de Belém (Cia Docas do Pará) e com as empresas que realizam os receptivos dos cruzeiros.

Foi realizada entrevista na Secretaria de Estado e Turismo do Pará – Setur, com o gerente de Turismo Náutico⁸³. O segmento náutico voltado para o turismo engloba os passeios com barcos regionais, canoas e os cruzeiros.

Foi relatado que há dificuldades com relação ao calado no porto de Belém (Figura 3.44), e quando os navios são “grandes” há necessidade de realizar a atracação no porto de Icoaraci. Os cruzeiros menores atracam no Terminal Hidroviário de Belém. Segundo o entrevistado, os turistas têm entre 50 e 40 anos, alguns europeus, e a maior parte, norte-americanos. Relatou que os turistas de cruzeiro gastam em média cinco vezes mais que um turista convencional.

Informou que há falta de oferta de serviços portuários, de uma estrutura para recebimento dos turistas, e de o governo fechar contratos com empresas para investir. Quem repassa a informação das datas e quantidades de navio é a empresa de cabotagem ISS.

As empresas que realizam o receptivo dos cruzeiros são a *Amazon Star Turismo* e a *Amazon Incoming Service*. Entre os pontos turísticos mais visitados da cidade estão a Cia Docas (Figura 3.45 e 3.46), o mercado Ver o Peso (Figura 3.47), o Teatro da Paz (Figura 3.48), o Mangal das Garças (Figura 3.49), o Forte do Presépio, o Museu de Arte Sacra e a Igreja da Sé (Figura 3.50)

A Setur trabalha em parceria com a Coordenadoria Municipal de Turismo – Belemtur para organizar a chegada dos cruzeiros. Além desta parceria, a secretaria também atende as empresas que realizam o receptivo fornecendo mapas ou folhetos com informações dos pontos turísticos.

Foram fornecidas informações sobre a quantidade de turistas das três últimas temporadas no estado do Pará.

---

⁸³ Entrevista cedida a autora em 07/10/2016.

Figura 3.44 – Local de atracação de navios cargueiros e de cruzeiros no porto de Belém

Fonte: <http://radio.ufpa.br/index.php/ufpa-debate/projeto-porto-futuro-revitalizacao-da-zona-portuaria-de-belem/>

Figura 3.45 – Vista aérea da Cia Docas, Belém - PA

Fonte: <http://www.agenciapara.com.br/Noticia/113203/estacao-das-docas-integra-o-projeto-cultural-boulevard>

Figura 3.46 - Cia Docas, Belém - PA

Fonte: <https://viagemeturismo.abril.com.br/blog/achados/10-motivos-para-amar-belem-do-para/>

Figura 3.47 – Mercado Ver o Peso, Belém - PA

Fonte: <http://www.ppgedufpa.com.br/xiiiseminario/conhecaBelem.php>

Figura 3.48 – Teatro da paz, Belém - PA

Fonte: <http://theatrodapaz.com.br/oTheatro.php>

Figura 3.49 – Mangal das Garças, Belém - PA

Fonte: <http://www.mangalpa.com.br/>

Figura 3.50 – Vista aérea do Forte do Presépio, da Catedral da Sé e do museu de arte sacra, Belém - PA

Fonte: <http://agenciapara.com.br/Noticia/152649/fita-acolhe-iii-forum-de-gestores-municipais-de-turismo>

3.4.7. Macapá

Macapá possui 398.204 habitantes e densidade demográfica de 62,14 hab/km², de acordo com o Censo 2010 (IBGE, 2017).

O porto denominado Docas de Santana (Figura 3.51), onde os cruzeiros realizam as paradas dos cruzeiros, está localizado no município de Santana, vizinho de Macapá, e que possui 115.471 habitantes e densidade demográfica de 64,11 hab/km², de acordo com o Censo 2010 (IBGE, 2017).

Foram realizadas diversas tentativas de contato com os responsáveis pela administração da Docas de Santana para agendar uma entrevista e para conhecer o porto, porém não foram obtidas respostas.

Apesar de o porto estar no município vizinho, as atividades turísticas e as empresas receptivas relacionadas com os cruzeiros estão localizadas em Macapá, assim como a Secretaria de Turismo do Estado (Setur).

Segundo analista da Setur⁸⁴, inexistem ações de promoção do estado como um lugar para a operação dos cruzeiros. A captação dos cruzeiros para Macapá é dependente de uma empresa operadora de Belém, que passa para a secretaria a informação com as datas de atracação. Para atender a demanda de turistas nestas ocasiões, a Setur disponibiliza guias no Marco Zero e organiza os artesãos para comercializarem no local.

⁸⁴ Entrevista cedida a autora em 13/10/2016.

De acordo com o entrevistado, a secretaria não participava de feiras e eventos relacionados a cruzeiros⁸⁵ e havia poucos funcionários e pouca verba para atuar no setor. Inclusive a Setur não possuía funcionários concursados em seu quadro.

A Setur é responsável pela manutenção e administração de dois pontos turísticos em Macapá, o Marco Zero (Figura 3.53) e o Trapiche Eliezer Levy (Figura 3.55).

Outros pontos muito visitados entre os turistas são a Fortaleza de São José de Macapá (Figura 3.54), o Centro de Pesquisas Museológicas Museu Sacaca (Figura 3.56) e a Casa do Artesão (Figura 3.52).

A área do Trapiche Eliezer Levy estava fechada durante o trabalho de campo e não havia uso para nenhuma edificação do trapiche. Além disso, foi informado, por trabalhadores da Casa do Artesão, que a área era perigosa, pois estava abandonada.

De acordo com Brito (2014, p. 60) a Fortaleza de São José de Macapá foi inscrita no Livro do Tombo Histórico, em 22/03/50 e é o único bem tombado pelo IPHAN na cidade.

O Centro de Pesquisas Museológicas Museu Sacaca é vinculado ao Instituto de Pesquisas Científicas e Tecnológicas do Estado do Amapá (IEPA). Ocupa uma área de aproximadamente doze mil metros quadrados na área urbana de Macapá e parte desta área abriga exposições a céu aberto, realizando a divulgação do modo de viver da população ribeirinha, indígena e castanheira (presentes na região) e contando com a presença de espécies animais e vegetais características da região amazônica.

---

⁸⁵ Uma feira internacionalmente conhecida para a divulgação dos cruzeiros marítimos e fluviais é a Sea Trade Cruise Global. Para saber mais: <http://www.seatradecruiseglobal.com/>

Figura 3.51 – Vista da Docas de Santana - AP

<https://www.portal.ap.gov.br/conheca/santana>

Figura 3.52 – Casa do artesão de Macapá, AP

http://www.amapadigital.net/casa_do_artesao.php

Figura 3.53 – Marco Zero em Macapá - AP

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.54 – Fortaleza de São José de Macapá - AP

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.55 – Trapiche Eliezer Levym Macapá - AP

Fonte: Foto da Autora, 2016.

Figura 3.56 – Museu Sacaca, Macapá - AP

Fonte: Foto da Autora, 2016.

A empresa que realiza o receptivo dos cruzeiros se chama Marco Zero Turismo e está localizada em Macapá. Os passeios realizados pelos cruzeiristas

costumam ter a duração de quatro horas e em geral são levados aos pontos turísticos apresentados anteriormente.

No desembarque, os turistas são recebidos no porto pela Setur, com informações sobre Macapá e os seus pontos turísticos, e pela empresa Marco Zero Turismo, que organiza passeios de ônibus com guias turísticos preparados para conduzir os turistas e explicar sobre os pontos visitados.

O oferecimento e venda dos roteiros em terra ocorre dentro dos navios, sendo repassada esta informação por funcionários dos cruzeiros à empresa que faz o trabalho receptivo. Porém a elaboração dos roteiros em terra é realizada pela empresa receptiva. Foram cedidas algumas fotos (Figura 3.57 e 3.58) da passagem de um cruzeiro em dezembro de 2015 e o trabalho do receptivo.

Foi relatado que há muitos anos os cruzeiros realizam paradas em Macapá, sendo que a funcionária da empresa acreditava que o primeiro navio era de 1983 e que no passado havia uma outra empresa receptiva chamada Amapá Turismo, que não existe mais.

Figura 3.57 – Equipe do receptivo no porto de Macapá, com cruzeiro ao fundo

Fonte: Foto cedida pela empresa Marco Zero Turismo, dezembro de 2015.

Figura 3.58 – Equipe do receptivo com turistas na parte interna da Fortaleza São José de Macapá

Fonte: Foto cedida pela empresa Marco Zero Turismo, dezembro de 2015.

A geografia dos cruzeiros fluviais de luxo pelo rio Amazonas é marcada pela instabilidade do território, pois o comando do seu uso é coordenado por empresas globais.

Cada uma dessas empresas é levada a ter uma lógica internacional fundada nas regras de competitividade derivadas do respectivo produto. É também a partir de tais regras que estas empresas buscam, em cada território nacional, a localização que melhor lhes convém. (SANTOS E SILVEIRA, 2012, p. 256)

Quando os locais de atuação deixam de oferecer vantagens, as empresas buscam outros locais. No caso das localidades estudadas, as condições encontradas pelas empresas têm justificado o uso do território amazônico pelas mesmas. É uma atividade internacionalizada, que utiliza um espaço que é regulado nacionalmente, mas conduzido pelos interesses de empresas globais.

Considerações Finais

Iniciei o trabalho de campo, no mês de outubro de 2016, por Manaus e de lá segui para Parintins, em um barco regional. Foi uma experiência muito rica, completamente distinta da minha rotina na metrópole paulistana.

Em Manaus o local de onde parte o barco regional fica próximo ao porto, nos arredores do Mercado Municipal Adolpho Lisboa, na região central. A presença de agências de venda de passagens é intensa, o que era de se esperar devido à importância do transporte fluvial na Amazônia.

Escadas localizadas entre a Avenida Manaus Moderna e a orla do Rio Amazonas dão acesso a uma espécie de praia onde os barcos regionais ficam ancorados em balsas flutuantes e por onde todas as pessoas passam para acessar os barcos.

É uma grande teia de barcos, com destinos variados. Antes da partida, muitos vendedores sobem na embarcação e realizam vendas de itens como frutas, biscoitos, brinquedos, aparelhos de som, *cds* e *dvds*, fones de ouvido, aparelhos eletrônicos e roupas. Há até mesmo apresentações musicais dentro dos barcos. Pouco antes do barco zarpar, os funcionários anunciam a saída e passam a conferir se os passageiros a bordo estão com as passagens compradas. Neste momento todos os passageiros já estão com suas redes instaladas para uma viagem que dura quase 20 horas

Com o nascer do sol chego em Parintins, em um porto local conhecido como Porto Dodó Carvalho. De longe é possível avistar as famílias que já estão à espera, no meu caso o professor João D’Anuzzio me aguardava. O local também possuía uma espécie de balsa flutuante localizada numa área parecida com uma praia, onde os barcos encostam para o desembarque dos passageiros. Algumas pranchas de madeira são utilizadas na conexão entre o barco e a balsa. Na saída da balsa é possível sentir a areia fofa da praia formada pelo período de seca do rio Amazonas.

Figura 3.59 - Barcos regionais e balsa em Manaus

Fonte: Foto da autora, 2016.

Figura 3.60 – Barcos regionais na orla de Manaus

Fonte: Foto da autora, 2016.

Figura 3.61 - Porto Dodó Carvalho em Parintins

Fonte: Foto de João D'Anuzio Menezes Azevedo Filho, 2016.

Figura 3.62 - Barcos regionais Porto Dodó Carvalho em Parintins

Fonte: Foto de João D'Anuzio Menezes Azevedo Filho, 2016.

Como se pode notar, há profundas contradições que separam o cotidiano dos habitantes da região, como pude brevemente experimentar e descrever nos parágrafos acima, da realidade dos cruzeiros fluviais abordados nesta dissertação.

Ao estudar um objeto tão específico, como os cruzeiros fluviais de luxo que percorrem o rio Amazonas, foram encontrados atores e foram reveladas as atuações destes atores envolvidos com a atividade dos cruzeiros.

Inicialmente foram identificados quatro atores que seriam alvo de análise: as empresas de cruzeiros, as secretarias estaduais de turismo (representado o Estado), as empresas locais que realizam o receptivo dos cruzeiros e as entidades portuárias. Após a realização do trabalho de campo, um novo ator passou a ter um papel de destaque, a empresa ISS Mariner que atua como agente portuário. Nas entrevistas

realizadas nas secretarias de turismo e com as empresas de receptivo, o nome da ISS Mariner sempre era citado, exceto em Macapá. Porém o efetivo papel da empresa nunca foi muito bem definido pelos entrevistados. Ora a empresa aparecia como operador, ora aparecia como empresa de cabotagem. Todos os entrevistados informaram que a ISS é que fornece a relação com as datas de passagem dos navios e a quantidade de turistas por navio.

Em Belém e Manaus, os funcionários das secretarias de turismo informaram que a ISS é possuidora de todas as informações sobre os turistas (como origem, por exemplo) e que os dados estatísticos sobre as temporadas são fornecidos pela empresa. Ao realizar pesquisa de gabinete foi encontrada a informação sobre o papel da ISS como uma Agência Marítima, de acordo com a Federação Nacional das Agências de Navegação Marítima – FENAMAR em seu sítio eletrônico⁸⁶.

Rojas (2014, p. 121) explica a definição de Agência Marítima:

É a empresa que representa o armador no país, no estado, na cidade ou no porto perante seus clientes. Ela pode pertencer ao próprio armador ou a terceiros contratados para representar o armador em todas as atividades ou em atividades distintas, como as comerciais ou operacionais. Muitas vezes, esses agentes também são representantes e defensores dos interesses legais do armador. A agência marítima é responsável por assinar o BL⁸⁷ em nome do armador e por:

- Angariar cargas para o espaço disponível no navio armador.
- Controlar as operações de carga e descarga.
- Administrar o navio.
- Receber e enviar valores de fretes ao armador.
- Representar o navio e o armador junto as autoridades portuárias governamentais.
- Atender novos clientes.

Embora a definição acima remeta exclusivamente ao transporte de mercadorias, como se evidenciou por nossa análise as agências marítimas também são prestadoras de serviços a empresas transportadoras de pessoas, como é o caso dos cruzeiros fluviais. Assim sendo, entendemos que a *ISS Mariner* é o agente portuário principal das empresas de cruzeiro fluvial de luxo no rio Amazonas.

⁸⁶ http://www.fenamar.com.br/?page_id=43

⁸⁷ BL – Bill of Landing. É um documento que acompanha a carga quando ela é embarcada para transporte em um navio. O BL é emitido pelo armador e assinado pelo comandante do navio ou pela agência marítima representante do armador. P. 118

Outra constatação realizada é a oligopolização e o uso corporativo do rio Amazonas, principalmente dos locais de paradas dos navios. As empresas atuam de forma sazonal, identificada na forma de temporadas.

Esta sazonalidade está ligada as estratégias das empresas que analisam a oferta de cruzeiros, a demanda de turistas, os custos logísticos com a operação dos navios e o tamanho dos navios, que devem atender as especificações técnicas dos portos e locais por onde trafega. Suas rotas são estabelecidas visando maiores vantagens econômicas.

Entre as seis empresas estudadas, a *Holland America Line* e a *Seabourn* fazem parte de um segmento da *Carnival Corporation*, maior companhia de cruzeiros do mundo com mais de 42% de participação no total mundial do mercado de cruzeiros.

Outras duas empresas, *Oceania Cruises* e *Regent Seven Seas Cruises*, fazem parte da *Norwegian Cruise Line* que possui mais de 12% de participação no total mundial do mercado de cruzeiros.

Como destacam Rodrigue e Notteboom,

A indústria de cruzeiros vende itinerários, não destinos, enfatizando a importância fundamental na seleção de uma sequência de portos de escala. Os operadores de cruzeiros são desafiados a desenvolver pacotes competitivos de cruzeiros, mas ao mesmo tempo eles têm que otimizar a implantação de sua frota de cruzeiros visando minimizar os custos operacionais e/ou maximizar as receitas por passageiro. Como tal, as estratégias de implantação de embarcações e o design de itinerário são afetados pelas circunstâncias de mercado e requisitos como a sazonalidade na demanda, a duração ideal de um cruzeiro de férias, o equilíbrio entre o tempo de navegação e o tempo de terra, a existência de destinos "imperdíveis" e em geral satisfação dos hóspedes. Ao mesmo tempo, puras considerações operacionais levam em conta a capacidade de atracação e a acessibilidade náutica nos portos, a distância entre os portos de escala (os navios de cruzeiro podem cobrir 200 milhas náuticas por noite) e a sincronização com transferências aéreas

(internacionais).⁸⁸ (RODRIGUE e NOTTEBOOM, 2013, p. 35, tradução nossa).

O itinerário – rio Amazonas – é comercializado pelas empresas, fazendo parte de um turismo globalizado: as empresas envolvidas na atividade e suas marcas operam mundialmente; os turistas, apesar de concentrados nos estados Unidos e no continente europeu, também estão por todo o globo; o mercado da construção naval é representado em diversos países, principalmente por estaleiros europeus.

Acerca de um possível desenvolvimento local relacionado ao crescimento da atividade turística nos lugares, Cruz (2008) reflete sobre aspectos do processo de globalização:

O processo de globalização, todavia, impacta as relações hierárquicas entre as diferentes escalas geográficas, rompendo com padrões históricos constituídos. A fluidez das ações hegemônicas e sua capacidade cada vez maior de penetrar os mais recônditos rincões do planeta impõe desafios a todo e qualquer projeto de desenvolvimento local, associado ou não à atividade do turismo. Ou seja, em tempos de mundialização dos mercados, desenvolvimento local soa contraditório. Neste caso, cabe dizer que entendemos que o desenvolvimento local resulta da hegemonia de lógicas horizontais (endógenas) que se contrapõem a lógicas verticais (exógenas), embora submetido, naturalmente, às contradições do modo de produção capitalista no seio do qual se desenrola.

No caso do presente estudo, observamos que as lógicas verticais (exógenas) exercem um papel hegemônico sobre as lógicas horizontais (endógenas). As empresas de cruzeiros e a Agência Marítima são as definidoras de locais e datas fazendo com que as secretarias de turismo, as empresas que realizam o receptivo turístico se adequam a suas escolhas.

---

⁸⁸ The cruise industry sells itineraries, not destinations, underlining the core importance in the selection of a sequence of ports of call. Cruise operators are challenged to develop competitive cruise packages but at the same time they have to optimize the deployment of their cruise ship fleet in view of minimizing operating costs and/or maximizing revenue per passenger slot. As such, vessel deployment strategies and itinerary design are affected by market circumstances and requirements such as the seasonality in demand, the optimal duration of a cruise vacation, the balance between sailing time and shore time, the existence of 'must see' destinations and overall guest satisfaction. At the same time, pure operational considerations are taken into account such as the berthing capacity of and nautical accessibility in ports, the distance between ports of call (cruise ships can cover 200 nautical miles per night) and the synchronization with (international) air transfers.

As secretarias estaduais, que tratam suas localidades como produtos estruturados em planos governamentais, aparecem como atores que se subordinam as empresas em uma busca de promoção de suas localidades. Mesmo sendo conhecedoras das carências de infraestrutura, promovem suas localidades para as empresas e sinalizam à população sobre os benefícios que podem ser trazidos com a atuação destas empresas, como geração de emprego e renda e melhoria nos equipamentos públicos. Entretanto, como informam Rodrigue e Notteboom (2013, p. 41), os benefícios para as economias locais podem ser controversos diante das expectativas de captação de receitas, pois os cruzeiros podem impactar menos do que se espera e gerar compromissos infraestruturais e ambientais.

Os cruzeiros fluviais de luxo na Amazônia promovem uma especialização alienígena por sua origem, e alienada, pelo seu desenvolvimento e destino (Santos e Silveira, 2012, p. 299). As empresas promovem uma circulação seletiva, demandas por melhorias nas infraestruturas portuárias e a seletividade das localidades por onde atuam.

Ao longo do rio Amazonas são encontradas redes materiais e imateriais que possibilitam a difusão da atividade dos cruzeiros fluviais, sendo criadas topologias pelas quais as empresas unem pontos a partir de suas lógicas e as infraestruturas que possibilitam estas relações são públicas, porém o uso dado a elas nos permite pensar em uma privatização do território. O espaço corporativo ocupado pelas empresas se fortalece quando os governos nacionais investem em sistemas de engenharia que visam atender suas necessidades.

As empresas que atuam no rio Amazonas além de exercerem o uso corporativo do espaço, produzem uma topologia que gera instabilidade ao território devido à seletividade e sazonalidade de sua atuação no território, já que podem mudar suas estratégias de atuação a cada temporada, buscando tarifas, vantagens comparativas entre as localidades e portos e assim, criando novas topologias.

Referências Bibliográficas

ABREMAR/FGV. **Cruzeiros Marítimos: estudo de perfil e impactos econômicos no Brasil, 2011.** Disponível em: <[http://www.brasilcruise.com.br/_arquivos/ESTUDO%20FGV%20-%20Abremar %202011.pdf](http://www.brasilcruise.com.br/_arquivos/ESTUDO%20FGV%20-%20Abremar%202011.pdf)>. Acesso em 20 de setembro de 2017.

ABREMAR/FGV. **Cruzeiros Marítimos: Estudos de perfil e Impactos econômicos no Brasil. Temporada 2014-2015.** Disponível em: <<http://www.abremar.com.br/down/fgv2015.pdf>>. Acesso em 20 de setembro de 2017.

ABREMAR/FGV. **Cruzeiros Marítimos: Estudos de perfil e Impactos econômicos no Brasil. Temporada 2015-2016.** Disponível em: http://www.abremar.com.br/down/Estudo%20FGV%20-%20CLIA%20BRASIL%20-%202015_2016.pdf. Acesso em 20 de setembro de 2017.

AGENCIA NACIONAL DAS ÁGUAS (ANA). A navegação interior e sua interface com o setor de recursos hídricos. Brasília – DF. Maio 2005. Disponível em: <<http://arquivos.ana.gov.br/planejamento/planos/pnrh/VF%20Navegacao.pdf>>.

AMARAL, R. C. N. **Cruzeiros Marítimos.** 2ª Edição. Barueri: Manole, 2006.

AMARAL, Ricardo Costa Neves do. **Uma análise do mercado de cruzeiros marítimos: evolução, expansão e previsão no Brasil e no Mundo.** 2009. Tese (Doutorado em Relações Públicas, Propaganda e Turismo) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

AMAZON CLIPPER CRUISES TURISMO LTDA (Manaus). Amazon Clipper Cruises. Disponível em: <<http://www.amazonclipper.com.br/>>. Acesso em: 03 dez. 2017.

AMAZONASTUR - Empresa Estadual de Turismo do Amazonas. **Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014.** Disponível em <<http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amazonas-2003-2014.pdf>>. Acesso 05/01/2016.

ANDRADE, Terence Keller. Da emergência a modernização: Os primeiros lugares turísticos de uma cidade Amazônica. 2010. Disponível em: <halshs-00583789>. Acesso em 28 de abril de 2017.

ANDRADE, Terence Keller. Viajantes, artistas e filósofos naturalistas: práticas para uma turistificação amazônica? RITA, Montreal, n. 3, abr. 2010. Disponível em: <http://www.revue-rita.com/content/view/76/149/>. Acesso em 27 nov. 2017.

ANTAS JUNIOR, Ricardo Mendes. **Território e Regulação** – espaço geográfico, fonte material e não-formal do direito. São Paulo: Humanitas, 2005. 248 p.

AZEVEDO FILHO, João D'Anuzio Menezes de. **A produção e a percepção do turismo em Parintins**. 2013. 210 p. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2013.

AZEVEDO, P. P. A Lex Mercatória e sua aplicação no ordenamento jurídico brasileiro. **Prim@ Facie**, João Pessoa – PB, ano 5, n. 9, jul./dez. 2006, pp. 93-105. Disponível em: <http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/PAzevedo.pdf>. Acesso: 10/01/2015.

BJELICIC, Boris I. Development of the Cruise Industry Structure - the Supply Side. In: VOGEL, Michael; PAPATHANASSIS, Alexis; WOLBER, Ben. **The business and management of ocean cruises**. CABI, p. 19-29, 2012.

BLOOMBERG BUSINESS. **Company Overview of Companhia Sud Americana de Vapores S.A.** Disponível em: <http://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=875131>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 05 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 18 de setembro de 2008, P. 1. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 12.815, de 5 de junho de 2013. Dispõe sobre a exploração direta e indireta pela União de portos e instalações portuárias e sobre as atividades desempenhadas pelos operadores portuários; altera as Leis nºs 5.025, de 10 de junho de 1966, 10.233, de 5 de junho de 2001, 10.683, de 28 de maio de 2003, 9.719, de 27 de novembro de 1998, e 8.213, de 24 de julho de 1991; revoga as Leis nºs 8.630, de 25 de fevereiro de 1993, e 11.610, de 12 de dezembro de 2007, e dispositivos das Leis nºs 11.314, de 3 de julho de 2006, e 11.518, de 5 de setembro de 2007; e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 05 de junho de 2013, p. 1, Edição Extra. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12815.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 17 de março de 2015, p. 1. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 13.445, de 24 de maio de 2017. Institui a Lei de Migração. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 25 de março de 2017, P.

1. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13445.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei Nº 556/1850. Código Comercial. *Coleção das Leis do Império do Brasil*. 1850. T. 11, P. 57-238. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L0556-1850.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei Nº 7.203, de 3 de julho de 1984. Dispõe Sobre a assistência e salvamento de embarcação, coisa ou bem em perigo no mar, nos portos e nas vias navegáveis interiores. *DOFC*, Brasília, DF, 04 de julho de 1984. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/L7203.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 7.273, de 10 de dezembro de 1984. Dispõe sobre a Busca e Salvamento de Vida Humana em Perigo no Mar, nos Portos e nas Vias Navegáveis Interiores. *DOFC*, Brasília, DF, 11 de dezembro de 1984. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/L7273.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 7.652, de 3 de fevereiro de 1988. Dispõe sobre o registro da Propriedade Marítima e dá outras providências. *DOFC*, Brasília, DF, 02 de fevereiro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7652.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 7.661, de 16 de maio de 1988. Institui o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 15 de maio de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7661.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 12 de setembro de 1990, p. 1 (suplemento). Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 8.617, de 4 de janeiro de 1993. Dispõe sobre o mar territorial, a zona contígua, a zona econômica exclusiva e a plataforma continental brasileiros, e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 05 de janeiro de 1993. P. 57. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8617.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 9.432, de 8 de janeiro de 1997. Dispõe sobre a ordenação do transporte aquaviário e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 09 de janeiro de 1997, P. 467. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9432.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. *DOFC*, 13 de fevereiro de 1998, P. 1. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9605.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei no 10.233, de 5 de junho de 2001. Dispõe sobre a reestruturação dos transportes aquaviário e terrestre, cria o Conselho Nacional de Integração de Políticas de Transporte, a Agência Nacional de Transportes Terrestres, a Agência Nacional de Transportes Aquaviários e o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes, e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 06 de junho de 2001, P. 1. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10233.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, em 11 de janeiro de 2002. P. 1. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. Lei Nº 6.421, de 6 de junho de 1977. Fixa as diretrizes para a proteção à utilização dos faróis, faroletes e demais sinais visuais de auxílio à navegação na costa brasileira. *DOFC*, Brasília, DF, 07 de junho de 1977. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6421.htm>. Acesso em 10 dez. 17.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Resoluções e Normativas Relativas ao Turismo Náutico: vade mecum**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Estruturação de Destino. – Brasília: Ministério do Turismo, 2014. 38 p. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/gtt/Vade_Mecum_Turismo_Nautico_versao_final_jan_2015_final.pdf>. Acesso em: 06 fev 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Náutico: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 66 p.; 24 cm. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Nautico_Orientaxes_Basicas.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2015.

BRIDGEPOINT. Press Releases. **Bridgepoint completes acquisition of Compagnie du Ponant**, 03 de setembro de 2012. Disponível em: <<http://www.bridgepoint.eu/en/news/press-releases/2012/bridgepoint-completes-acquisition-of-compagnie-du-ponant/>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2015.

BRITO, Jaqueline Ferreira de Lima. **A Fortaleza de Macapá como monumento e a cidade como documento histórico**. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2014. 266 p. Dissertação (Mestrado) – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dissertacao_Jaqueline_Ferreira_de_Lima_Brito.pdf. Acesso em 04 dez. 2017.

CARNIVAL CORPORATION & PLC. **Corporate Information**. Disponível em: <<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=200767&p=irol-prlanding>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2015.

CARNIVAL CORPORATION & PLC. **Corporate Timeline**. Disponível em: <<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=200767&p=irol-corporatetimeline>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

CARNIVAL CORPORATION & PLC. **Our Brands**. Disponível em: <<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=200767&p=irol-products>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

CASTRO JUNIOR, O. A.; STELZER, J. Direito Marítimo: Proposta de conteúdo programático. In: Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito - Tema: Direito, Sociobiodiversidade e Soberania na Amazônia, 2007, Manaus, Amazonas. **Anais** do XV Congresso Nacional do CONPEDI - Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007. Disponível em: <http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/manaus/direito_e_neg_intern_osvaldo_de_castro_jr_e_joana_stelzer.pdf>. Acesso: 10/01/2015.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. O Boi-Bumbá de Parintins, Amazonas: breve história e etnografia da festa. **Hist. cienc. saude-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 6, supl. p. 1019-1046, set. 2000. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702000000500012&lng=pt&nrm=iso. Acessos em 05 dez. 2017.

CLANCY, Michael. Power and Profits in the Global Cruise Industry. In: DOWLING, R. K. & WEEDEN, C. (Ed.). **Cruise ship tourism**. CABI. Ed. 2, p. 43-56, 2017.

CLIA. 2017 **Cruise Industry Outlook**. December 2016. Disponível em: <https://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=4>. Acessado em 16 de setembro de 2017.

CORRÊA, Roberto Lobato. A periodização da rede urbana da Amazônia. **Revista Brasileira de Geografia**, v. 4, n. 3, p. 39-68, 1987. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/RBG/RBG%201987%20v49_n3.pdf. Acessado em: 27/11/2017.

COSTA CROCIERE. **L'evoluzione storica della compagnia**. Disponível em: <http://www.costacrociere.it/B2C/SharedResources/Corporate/History/pdf/LaStoriaCosta.pdf>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

CROISIEUROPE. **Nos Bateaux**. Disponível em: <https://www.croisieurope.com/>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

CRUISE CRITIC. **Cruise Reviews – Hapag-Lloyd Cruises**. Disponível em: <<http://www.cruisecritic.com/reviews/cruiseline.cfm?CruiseLineID=89>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2015.

CRUISE CRITIC. **Cruise Reviews - Ponant**. Disponível em: <<http://www.cruisecritic.com/reviews/cruiseline.cfm?CruiseLineID=132>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2015.

CRUISE CRITIC. **Cruise Reviews – Seabourn Cruise Line**. Disponível em: <<http://www.cruisecritic.com/reviews/cruiseline.cfm?CruiseLineID=34>>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

CRUISE CRITIC. **Cruise Reviews. Holland America Line**. Disponível em: <<http://www.cruisecritic.com/reviews/cruiseline.cfm?CruiseLineID=21>>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA). **2017 Cruise Industry Outlook - December 2016**. Disponível em: <https://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=0>. Acessado em 03/11/2017.

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA). **About The Industry**. Disponível em: <https://www.cruising.org/about-the-industry/research>. Acessado em 03/11/2017.

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA). **Cruise Forward. Infographic about the Cruise Industry**. Global Reach, Global Impact. Disponível em <<http://www.cruiseforward.org/docs/default-source/document/global-infographic.pdf?sfvrsn=0>>.

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA). **Cruise Travel Report**. January 2017. Disponível em: https://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia_cruisetravelreport_2017.pdf?sfvrsn=8. Acessado em 03/11/2017.

CRUISE MAPPER. **Ships**. Disponível em: <http://www.cruisemapper.com/ships/>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

CRUISE MARKET WATCH. **2013 passenger capacity**. Disponível em: <http://www.cruisemarketwatch.com/capacity/>. Acessado 20 de setembro de 2017.

CRUISE MARKET WATCH. **Geography**. Disponível em: <http://www.cruisemarketwatch.com/geography/>. Acessado 20 de setembro de 2017.

CRUISE MARKET WATCH. **Market Share**. Disponível em: <http://www.cruisemarketwatch.com/market-share/>. Acessado 20 de setembro de 2017.

CRUISE SHIP PORTAL. **River Cruise**. Disponível em: <http://www.cruiseshipportal.com/categories/cruise-lines-ship-operators/river-cruises/>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

CRUSELINE HISTORY. **History of the Cunard Line**. Disponível em: <http://cruiselinehistory.com/history-of-the-cunard-line/>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Cruzeiros marítimos: oligopolização, centralização de capital e uso corporativo do território brasileiro. In: ARROYO, M; CRUZ. R. C.A. **Território e circulação: a dinâmica contraditória da circulação**. São Paulo: FAPESP/PPGH/CAPES/Annablume Geografias, 2015. p.215-236.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Turismo, Producción del Espacio y Desarrollo Desigual: para pensar la realidad brasileira. **Aportes y Transferencias**, vol. 12, núm. 2, 2008, pp. 25-45. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/276/27615331003.pdf>>.

CSAV. Notícias. **Informações sobre a Transição**. Disponível em: <<http://www.csav.com/pt/News/Paginas/Integration-News.aspx>>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

D'ARPIZIO, Claudia et al. **Luxury goods worldwide market study**. Bain & Company, 2015. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/bce3/ba77011a7277a50cf56930da140015471fa7.pdf>. Acessado em 03/11/ 2017.

D'ARPIZIO, Claudia, et al. **Luxury goods worldwide market study - Fall-Winter 2014**. Bain & Company. 2014, 36p. Disponível em: http://www.bain.com/bainweb/PDFs/Bain_Worldwide_Luxury_Goods_Report_2014.pdf. Acessado em 03/11/ 2017.

D'ARPIZIO, Claudia, et al. **Luxury Goods Worldwide Market. Study, Fall–Winter 2016**. As Luxury Resets to a New Normal, Strategy Becomes Paramount. Disponível em: http://www.bain-company.ch/en/Images/REPORT_Luxury_Goods_Worldwide_Market_Study_2016.pdf. Acessado em 03/11/ 2017.

D'ARPIZIO, Claudia. **Altagamma 2016. Worldwide Luxury Market Monitor**. 20.10.2016. Disponível em <https://altagamma.it/media/source/ALTAGAMMA%20WW%20MARKETS%20MONITOR%202016.pdf>

DE LA VIÑA, L., & FORD, J. (2001). Logistic regression analysis of cruise vacation market potential: Demographic and trip attribute perception factors. **Journal of Travel Research**, 39(4), 406–410. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728750103900407>

DELOITTE TOUCHE TOHMATSU LIMITED. **Global Powers of Luxury Goods 2017. The new luxury consumer**. Deloitte University EMEA CVBA. Disponível em:

<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/gx-cb-global-powers-of-luxury-goods.html>. Acessado em 10/10/2017.

DICKINSON, B., VLADIMIR, A. *Selling the sea: an inside look at the cruise industry*. John Wiley & Sons Inc. 2nd ed. 2008.

DOWLING, R. K., WEEDEN, C. (Eds). *Cruise ship tourism*. 2nd. CABI. 2017.

DOWLING, R., MAO, I. Cruising in Asia, with a Focus on China. In: DOWLING, R. K. & WEEDEN, C. (Ed.). **Cruise ship tourism**. CABI, Ed. 2, p. 562-572, 2017.

EL-KAREH, Almir Chaiban. A companhia de Navegação e Comércio do Amazonas e a defesa da Amazônia brasileira: o imaginado grande banquete comercial. In: **Anais do V Congresso Brasileiro de História Econômica e da VI Conferência Internacional de História de Empresas**. 2003. Disponível em: http://www.abphe.org.br/arquivos/2003_almir_chaiban_el_kareh_a-companhia-de-navegacao-e-comercio-do-amazonas-e-a-defesa-da-amazonia-brasileira-o-imaginado-grande-banquete-comercial.pdf. Acessado em 27/11/2017.

EMPRESA ESTADUAL DE TURISMO DO AMAZONAS. **Síntese dos Indicadores de Turismo do Estado 2003/2014**. Disponível em <<http://www.visitamazonastour.com/wp-content/uploads/2015/06/S%C3%ADntese-dos-Indicadores-de-Turismo-do-Amazonas-2003-2014.pdf>>.

FANNING, C. E JAMES, J. When One Size Doesn't Fit All. In: DOWLING, R. K. (Ed.). **Cruise ship tourism**. CABI, p.86 – 94, 2006.

FAPESPA - Fundação Amazônia de Amparo A Estudos e Pesquisas –. **Boletim de Turismo do Estado do Pará**. Belém: Fapespa, 2016. 62 p. Disponível em: <<http://www.setur.pa.gov.br/sites/default/files/pdf/boletimeconomico.pdf>>. Acesso em: 09 dez. 2017.

FARIAS, Wallace Bezerra. **Cruzeiros marítimos e Stakeholders: perspectivas de desenvolvimento da infraestrutura de cruzeiros no Brasil**. 2016. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento do Turismo) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Acesso em: 2017-09-10

FONSECA, Caroline Rocha Duarte da. **Cruzeiros marítimos de cabotagem e a regulamentação na atividade no Brasil**. 2012. 63 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Departamento de Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012. Disponível em: <<http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/1598>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

FOSECA, Antonio Picanço. **(Eco)turismo e territorialidade: a (in)sustentabilidade na Boca da Valéria - Parintins – AM**. Manaus: UFAM, 2010. 193 p. Dissertação (Mestrado em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia) — Universidade Federal do Amazonas, 2010.

FUJITA, Dennis Minoru; ANDRADE JÚNIOR, Heitor Franco de. Cruzeiros marítimos: histórico, evolução e tipologia voltados à hospitalidade comercial. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, p. 01-30, dez. 2014. ISSN 1980-6965. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/48185>>. Acesso em: 10 Set. 2017.

GERODETTI, João Emílio; CORNEJO, Carlos. **Navios e portos do Brasil: nos cartões-postais e álbuns de lembranças**. São Paulo: Solaris Edições Culturais, 2006.

GIBSON, Philip. **Cruise operations management**. Elsevier, 2006

GIRAUD, Laire. (2007) **Navios brasileiros e os cruzeiros**. Disponível em: <https://www.portogente.com.br/colunistas/laire-giraud/navios-brasileiros-e-os-cruzeiros/13637>. Acesso em: 18 de agosto de 2017.

GROSS, Sven, LÜCK, Michael. Cruise Line Strategies for Keeping Afloat. In: VOGEL, Michael; PAPATHANASSIS, Alexis; WOLBER, Ben. **The business and management of ocean cruises**. CABI, p. 63-76, 2012.

GROUP ARTEMIS. **Profil**. Disponível em: <<http://www.groupeartemis.com/le-groupe/profil-artemis/>>. Acesso em 05 de janeiro de 2016.

HAPAG LLOYD. Imprensa. **Hapag Lloyd e CSAV completam a fusão e se tornam a quarta maior empresa de navegação do mundo**, 02 de dezembro de 2014. Disponível em: <http://www.hapag-lloyd.com/pt/press_and_media/press_release_page_37308.html>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

HAPAG-LLOYD CRUISES. **MS Hanseatic Ship details. Technical details**. Disponível em: <<http://www.eurolloyd.com/Hapag-Lloyd/HANSEATIC.pdf>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

HAPAG-LLOYD. **A Empresa**. Disponível em: <https://www.hapag-lloyd.com/pt/about_us/overview.html>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

HOBSON, JS Perry. Analysis of the US cruise line industry. **Tourism management**, v. 14, n. 6, p. 453-462, 1993.

HOLLAND AMERICA LINE BLOG. **Captain Albert's Blog. An Outline of the History of Holland America Line**. Disponível em: <<http://www.hollandamericablog.com/holland-line-ships-past-and-present/an-outline-of-the-history-of-holland-america-line-part-1/>>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

HOLLAND AMERICA LINE. **About HAL**. Disponível em: <https://www.hollandamerica.com/welcometohal/AboutUs.action>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

HOLLAND AMERICA LINE. **About Us.** Disponível em: <http://www.hollandamerica.com/about-best-cruise-lines/Main.action?WT.ac=footer_AboutUs>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

HYUN, S. S., & HAN, H. (2013). Luxury cruise travelers: Other customer perceptions. **Journal of Travel Research**, 54(1), 107–121. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287513513165>. Acesso em: 16/11/2017.

INTERNATIONAL MARITIME ORGANIZATION – IMO. **About Imo.** <http://www.imo.org/About/HistoryOfIMO/Pages/Default.aspx>. Acesso: 10/01/2015.

KLEIN, Ross A. Cruise ship blues: The underside of the cruise ship industry. New Society Pub, 2002. p. 21

KULCZYNSKI, Viviane; NASCIMENTO, Carol. Cinco décadas cruzando os mares do país. In: AMARAL, Ricardo. **Cruzeiros Marítimos**. 2ª Ed. São Paulo: Manole, 2006, p.181-182.

LIMA NETO, Bento Moreira. Amazônia: Terminais Hidroviários. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2013. 456 p.

LOBO, Antonio C. Enhancing luxury cruise liner operators' competitive advantage: a study aimed at improving customer loyalty and future patronage. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 25, n. 1, p. 1-12, 2008. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10548400802157867>. Acesso em: 16/11/2017.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Turismo e meio ambiente na mitificação dos lugares. In: Faria, Ivani Ferreira de. **Turismo: Sustentabilidade e Novas Territorialidades**. Manaus: Editora da Universidade do Amazonas, 2001. p.17-29

MAFUD, Mario Darahem. **Um estudo sobre o avanço de aquisições alavancadas no Brasil: razões e exemplos**. 2010. 58 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Departamento de Engenharia de Produção da Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo). 2011. Disponível em <http://www.tcc.sc.usp.br/tce/disponiveis/18/180830/tce-05032012-132210/?&lang=br>. Acesso em 06 dez. 2017.

MARITIME KUHN. **About Us.** Disponível em: <<http://maritimekuhn.com/index.php/mk-english/>>. Acesso em 05 de janeiro de 2016.

MARTÍNEZ, Claudia Inés. Perspectivas del turismo de cruceros en Argentina en el marco de las tendencias mundiales. **Notas en Turismo y Economía**. Año III. Nro. IV. 2012. Disponível em: <<http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27079/03-PERSPECTIVAS+DEL+TURISMO+DE+CRUCEROS+EN+ARGENTINA.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 de agosto de 2015.

MCNEIL, Peter; RIELLO, Giorgio. **Luxury: A rich history**. Oxford University Press, 2016.

MIRANDA, Evaristo de; Meirelles Filho, João. **Rios do Brasil: História e Cultura**. São Paulo: Metalivros, 2016. 301 p.

MONDOU, V.; TAUNAY, B. Is China a new goldmine for cruise companies? In: DOWLING, R. K. & WEEDEN, C. (Ed.). **Cruise ship tourism**. CABI. Ed. 2, p. 546-561, 2017.

NOGUEIRA, Ricardo José Batista. **Amazonas, um estado ribeirinho**. Manaus, EDUA, 1999. 159 p.

NOGUEIRA, Ricardo José Batista. Transporte Fluvial na Amazônia. In: SILVEIRA, M. R. (Org.). **Circulação, Transportes e Logística: Diferentes Perspectivas**. 1. ed. São Paulo: Outras Expressões, 2011. p. 385-401.

NORWAY-HERITAGE. **The Cunard Line**. Disponível em: http://www.norwayheritage.com/p_shiplist.asp?co=cunar. Acessado em 12 de outubro de 2017.

OLIVEIRA E SILVA, Fábio Romero de. **Transportes Turísticos na Amazônia: problemas e soluções dos principais pontos de acesso para a região**. 2008. 324 p. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo) – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, Portugal.

OLIVEIRA, Adélia Engrácia de. Amazônia: modificações sociais e culturais decorrentes do processo de ocupação humana (séc. XVII ao XX). **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi, Série Antropologia**, v. 4, n. 1, p. 65-115, 1988. Disponível em: <http://repositorio.museu-goeldi.br/handle/mgoeldi/717>. Acessado em 27/11/2017.

OLIVEIRA, José Aldemir de. Tempo e espaço urbano na Amazônia no período da borracha. **Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, v. 10, 2007. Disponível em: <http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/1243>. Acessado em 27/11/2017.

P&O HERITAGE. **Begin your journey here**. Disponível em: <http://www.poheritage.com/our-history/timeline>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

PALHARES, Guilherme Lohmann. **Transportes Turísticos**. 2ª Ed., São Paulo, Aleph, 2006.

PAPATHEODOROU, Andreas. The cruise industry: an industrial organization perspective. In: DOWLING, R. K. (Ed.). **Cruise ship tourism**. CABI, p. 31-40, 2006.

PONANT YACHT CRUISES & EXPEDITIONS. **Itinerary cruise "Over the Amazon & Orinoco"**. Disponível em: <http://en.ponant.com/Cruises/All-Cruises/Over-the-Amazon-Orinoco/Itinerary>. Acesso em 05 de janeiro de 2016.

PONANT YACHT CRUISES & EXPEDITIONS. **Who are we?** Disponível em: <<http://en.ponant.com/>>. Acesso em 05 de janeiro de 2016.

PONCE, Patrícia Sant'Anna. **Cruzeiros Marítimos como 'Resorts Flutuantes'?** 2006. Trabalho de Conclusão de Curso de Turismo. Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/1507>. Acesso em: 18 de Agosto de 2017.

PRIDEAUX, B.; LOHMANN, G. The Amazon: a River Tourism Frontier. In: PRIDEAUX, Bruce; COOPER, Malcolm (Ed.). **River tourism**. Cabi, p. 147-164, 2009.

QUEIROGA. Andrezza. **Hapag-Lloyd conclui fusão com a CSAV**. Guia Marítimo, 01 de janeiro de 2015. Disponível em: <http://www.guiamaritimo.com/gm_wp/543/hapag-lloyd-conclui-fusao-com-a-csav-2/>. Acesso em: 05 de novembro de 2015

RAINFOREST CRUISES. **Amazon Dream**. Disponível em: <<http://www.rainforestcruises.com/amazon-dream-cruise/7-day/>>. Acesso em 05 de janeiro de 2016.

REFERENCE FOR BUSINESS. **Company History Index**. Hapag-Lloyd AG - Company Profile, Information, Business Description, History, Background Information on Hapag-Lloyd AG. Disponível em: <<http://www.referenceforbusiness.com/history2/15/HAPAG-LLOYD-AG.html#ixzz3yP3N01Ru>>. Acesso em 05 de novembro de 2015.

REFERENCE FOR BUSINESS. **Royal Caribbean Cruises Ltd**. Disponível em: <http://www.referenceforbusiness.com/history/Ro-Sh/Royal-Caribbean-Cruises-Ltd.html>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

REUTERS. U.S. Edition. **Business. Pinault family's Artemis in talks to buy cruise company Ponant**. 27 de julho de 2015. Disponível em: <<http://www.reuters.com/article/artemis-ponant-idUSL5N1073JO20150727>>. Acesso em 05 de janeiro de 2016.

REUTERS. U.S. Edition. **Profile: Carnival Corp (CCL)**. Disponível em: <<http://www.reuters.com/finance/stocks/companyProfile?symbol=CCL>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2015.

REZENDE, Jeferson Hugo Pacheco de. **As territorialidades do comércio de artigos de luxo na cidade de São Paulo: uma atividade milionária**. 2014. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-07112014-151052/>>. Acesso em: 2016-02-10.

RIGAUD-LACRESSE, Emmanuelle. **Luxury Dynamics**. In: RIGAUD-LACRESSE, Emmanuelle; PINI, Fabrizio Maria (Ed.). **New Luxury Management: Creating and Managing Sustainable Value Across the Organization**. Springer, 2017.

RODRIGUE, Jean-Paul, NOTTEBOOM, Theo. The Cruise Industry. **The Geography of Transport Systems**. 2017. Disponível em: <https://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch7en/appl7en/ch7a4en.html>. Acessado em 03/11/ 2017.

RODRIGUE, Jean-Paul; NOTTEBOOM, Theo. The geography of cruises: Itineraries, not destinations. **Applied Geography**, v. 38, p. 31-42, 2013.

ROJAS, Pablo. **Introdução à Logística Portuária e Noções de Comércio Exterior**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

ROYAL CARIBBEAN INTERNATIONAL. **The History of Royal Caribbean**. Disponível em: <https://www.royalcaribbean.co.uk/blog/news/history-of-royal-caribbean/>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

SAKAMOTO, Y. **O contexto global da democratização**. Lua Nova [online]. 1991, n.23, pp. 131-144. ISSN 0102-6445. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-64451991000100009>. Acesso em 10/01/2015.

SANTOS, M., SILVEIRA, M. L. Uma ordem espacial: a economia política do território. In: _____ **O Brasil: Território e sociedade no início do século XXI**. 16ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2012, p. 289-307.

SCYLLA. **The Company**. Disponível em: <https://www.scylla.ch/en/ships/ms-treasures>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO. Governo do Pará. **Informações Anuais Sobre a Conjuntura Turística no Estado**. Disponível em <http://www.setur.pa.gov.br/sites/default/files/pdf/anuario_estatistico_de_turismo_2015_-_ano_base_2014_-_pdf.pdf>.

SHIPDETECTIVE.COM. **Cruise Company Overview – Seabourn**. Disponível em: <http://www.shipdetective.com/ships/intro_seabourn.htm>. Acesso em 15 de novembro de 2015.

SILVA, Felipe. **Navegação fluvial, turismo e planejamento: as possibilidades de circulação material no território nacional o caso das hidrovias do Tietê, Paraná e Paraguai**. 2015. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-05082015-134946/>>. Acesso em: 05 fev. 2016.

SILVEIRA, Maria Laura. Da fetichização dos lugares à produção local do turismo. In: Rodrigues, Adyr B. **Turismo, Modernidade, Globalização**. Hucitec, SP, 1997. P 36-45.

SIX STAR CRUISES. **L'historique de Compagnie du Ponant**. Disponível em: <<http://www.sixstarcruises.co.uk/blog/lhistorique-de-compagnie-du-ponant/>>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

SORMANI, Angela. The Pe Hub Network. **Bridgepoint Acquires Compagnie du Ponant**. September 3, 2012. Disponível em: <<https://www.pehub.com/2012/09/bridgepoint-completes-compagnie-du-ponant-acquisition/>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2015.

SPRAGUE, Jeb. Cruise Ships and Global Capitalism: The Industry's Shifting Political Economy. **Global-E, A Global Studies Journal**, 2014. Disponível em: <http://www.21global.ucsb.edu/print/56>. Acessado em 27/10/2017.

TELES, Tânia Daniela Carvalho. **Turismo fluvial no Douro: rio, caminho de ontem atracção de hoje**. Dissertação de mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Coimbra, 2012. Disponível em: <https://eg.sib.uc.pt/handle/10316/20414?mode=full>. Acessado em 14 de julho de 2017.

TGP CREATIVE CAPITAL. **About Us**. Disponível em: <<https://tpg.com/platforms>>. Acesso em: 05 de novembro de 2015

THE WALL STREET JOURNAL, U.S. Edition. **Company Info Apollo Global Management LLC**. Disponível em: <<http://quotes.wsj.com/APO/company-people>>. Acesso em: 05 de novembro de 2015.

TUI GROUP. **About Us. History**. Disponível em: <<http://www.tuigroup.com/en-en/about-us/history>>. Acesso em 05 de janeiro de 2016.

VASCONCELOS, Ana Cristina Neves. **Estudo sobre a temporada de cruzeiros marítimos/fluviais em Santarém e Alter do Chão – PA**, no período de novembro de 2004 a maio de 2005. 2005. 45 p. Trabalho de conclusão de curso (Turismo) – Instituto Esperança de Ensino Superior, Santarém, 2005.

VIKING RIVER CRUISES. Ships. Disponível em: <https://www.vikingrivercruises.com/>. Acessado em 12 de outubro de 2017.

WARD, Douglas. **Berlitz Cruising & Cruise Ships 2015**. Apa Publications (UK) Limited, 2014.

Anexo I
Roteiros de Entrevistas

Foram realizadas entrevistas, durante os meses de setembro e outubro de 2016, com atores ligados a atividade dos cruzeiros fluviais de luxo nas localidades estudadas no presente trabalho: Macapá, Belém, Santarém, Alter do Chão, Boca da Valéria, Parintins e Manaus.

Os principais atores foram divididos em três grupos: órgãos do governo (como secretarias estaduais ou municipais), autoridades portuárias ou empresas responsáveis pelos portos e empresas que realizam os receptivos dos cruzeiros nas localidades estudadas. Sendo assim, foram realizadas entrevistas buscando o levantamento de dados e informações que auxiliassem na compreensão dos papéis desenvolvidos por estes atores e de que forma suas atividades influenciam na atividade dos cruzeiros fluviais nas localidades estudadas.

Foram realizadas entrevistas de forma qualitativa com questões semi estruturadas, com um conjunto de questões principais pré-definidas, porém com flexibilidade para a realização de questões não planejadas.

As questões norteadoras são apresentadas na sequência.

- Órgãos do governo (secretarias estaduais ou municipais de turismo)
  1. Quais as ações da Secretaria para a promoção do Estado/ Município em relação aos cruzeiros fluviais?
  2. São realizados levantamentos a respeito dos turistas que desembarcam/embarcam na localidade? Caso positivo, quais dados são levantados?
  3. A Secretaria possui convênios com outros órgãos públicos, associações ou empresas para a promoção da atividade dos cruzeiros fluviais? Caso positivo, quais ações e com quais órgãos/associações/empresas?
  4. A Secretaria possui algum setor específico para o turismo de cruzeiros?
  5. Existe algum plano ou ação específica para a atividade dos cruzeiros?
  6. Quais os pontos turísticos mais visitados?
- Autoridade portuária ou empresa responsável pelos portos
  1. Como a autoridade/empresa portuária tem conhecimento dos navios que atracarão durante a temporada?

2. Existem normas portuárias específicas para os cruzeiros fluviais?
  3. Como é realizada a atracação do navio e o embarque/desembarque de passageiros?
  4. Existe algum controle dos passageiros que embarcam e/ou desembarcam? Caso positivo, como é feito e por quem?
  5. São realizadas vistorias nas embarcações?
  6. São cobradas taxas para o embarque/desembarque dos passageiros?
  7. São cobradas taxas do navio?
  8. A autoridade portuária possui convênios com órgãos públicos, associações ou empresas para a promoção da atividade dos cruzeiros fluviais? Caso positivo, quais ações e com quais órgãos/associações/empresas?
- Empresas que realizam os receptivos dos cruzeiros
    1. Como é realizada a oferta do receptivo aos turistas?
    2. Como a empresa é informada dos navios da temporada?
    3. Quais as atividades e pontos turísticos propostos pelo receptivo aos turistas? Quem elabora os roteiros?
    4. Há levantamento de informações sobre os turistas? Exemplo: país de origem, idade, renda, pontos turísticos visitados, produtos consumidos.
    5. São realizados convênios com órgãos públicos, associações ou empresas para a promoção da atividade dos cruzeiros fluviais? Caso positivo, quais ações e com quais órgãos/associações/empresas?
    6. Como a comunidade é informada dos navios da temporada? (No caso da comunidade da Boca da Valéria.)
    7. Como a comunidade se prepara e organiza para a chegada dos navios? (No caso da comunidade da Boca da Valéria.)
    8. Os navios ou passageiros pagam alguma taxa para desembarcas? (No caso da comunidade da Boca da Valéria.)
    9. Como é a relação dos turistas com a comunidade? (No caso da comunidade da Boca da Valéria.)