



Transformando
lugares para
transformar
vidas

IDENTIDADE LOCAL E MARKETING TERRITORIAL PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E SOCIOECONOMICO DA ILHA DE PAQUETÁ

Patrícia Cerqueira Reis

Carlos Alberto Messeder Pereira



PESQUISA QUANTITATIVA

Metodologia das pesquisas

As pesquisas de campo foram realizadas em momentos distintos e com objetivos complementares. A organização adotada neste capítulo segue uma sequência única de leitura: primeiro são apresentados os resultados quantitativos de reconhecimento pelos entrevistados dos elementos identitários; em seguida, os indicadores de intenção de recomendação medidos pelo NPS; por fim, os levantamentos que aprofundam o perfil dos visitantes e a experiência cotidiana dos moradores, a partir das perguntas abertas do questionário quantitativo. Essa estrutura permite que os dados quantitativos indiquem a intensidade das percepções e que os relatos e comportamentos observados contribuam para explicá-las.

Para a análise longitudinal da identidade e do NPS foram mantidos os dois ciclos com bases mais robustas e comparáveis, realizados em maio de 2025 e maio de 2026.

O levantamento realizado em julho de 2025 com 192 visitantes visou identificar as proveniências geográficas e os padrões de comportamento dos turistas. Já as entrevistas realizadas em maio de 2025 com 21 entrevistados e em maio de 2026 com 26 entrevistados buscaram relatar as experiências dos moradores. As três pesquisas foram utilizadas como evidências complementares às análises quantitativas.

As amostras foram obtidas por abordagem presencial e não probabilística. Assim, os resultados devem ser interpretados como indicadores descritivos das percepções dos participantes, úteis para identificar recorrências, convergências e tensões, e não como estimativas estatisticamente representativas de toda a população de moradores ou visitantes de Paquetá.

Pesquisa / período	Participantes	Turistas	Moradores	Técnica aplicada	Objetivo principal
Perfil e comportamento do visitante – julho/2025	192	192	0	Questionário aplicado presencialmente; abordagem direta de visitantes.	Compreender origem, companhia, formas de conhecimento da Ilha, permanência, hospedagem e comportamento de consumo.
Identidade e NPS – maio/2025	157	92	65	Questionário aplicado presencialmente com uso do Google Forms; perguntas-filtro; escala Likert 1–5; NPS 1–10.	Validar elementos identitários e medir a disposição de recomendação para visitar e morar. Na ilha
Identidade e NPS – maio/2026	151	86	65		

Pesquisa / período	Participantes	Turistas	Moradores	Técnica aplicada	Objetivo principal
Entrevistas com moradores – 2026	26	0	26	Questionário aplicado presencialmente com uso do Google Forms; análise e síntese temática por dimensões territoriais.	Aprofundar a experiência cotidiana, infraestrutura, gestão, turismo, oportunidades econômicas, comunicação, identidade e relações com o território.
Entrevistas com moradores – 2025	21	0	21		

Nas afirmações de identidade foi utilizada escala Likert de 1 a 5, em que 1 corresponde a “discordo totalmente” e 5 a “concordo totalmente”. Para a leitura analítica, utiliza-se como principal indicador de reconhecimento a soma das respostas 4 e 5, denominada “concordância”. A distribuição completa de 1 a 5 é mantida nos quadros para permitir a leitura das zonas de discordância e neutralidade.

O NPS é utilizado neste estudo como indicador da disposição de recomendar Paquetá para visita ou moradia. Nos instrumentos aplicados, a escala utilizada foi de 1 a 10; para o cálculo foram considerados detratores os respondentes que atribuíram notas de 1 a 6, neutros os que atribuíram 7 ou 8 e promotores os que atribuíram 9 ou 10. O índice corresponde ao percentual de promotores menos o percentual de detratores.

Resultados quantitativos – reconhecimento dos elementos identitários

Os dois ciclos quantitativos permitem observar a consistência do núcleo identitário de Paquetá e, ao mesmo tempo, identificar atributos menos consolidados. Como houve alterações em parte das afirmações entre 2025 e 2026, a comparação deve ser interpretada prioritariamente pela convergência entre dimensões e atributos equivalentes, e não como uma série item a item para todas as variáveis.

Pesquisa de maio de 2025 – base analítica n=157

DIMENSÃO	AFIRMAÇÃO RELACIONADA À IDENTIDADE	1	2	3	4	5	CONCORDÂNCIA (4+5)
PRODUTIVA	O ARTESANATO está presente em Paquetá.	12,7%	15,9%	33,8%	11,5%	26,1%	37,6%
PRODUTIVA	Paquetá é ORIGINAL em termos de serviços.	13,4%	11,5%	29,3%	21,7%	24,2%	45,9%

DIMENSÃO	AFIRMAÇÃO RELACIONADA À IDENTIDADE	1	2	3	4	5	CONCOR- DÂNCIA (4+5)
PRODUTIVA	Paquetá é EMPREENDEDORA .	3,8%	16,6%	28,0%	21,7%	29,9%	51,6%
HISTÓRICO- CULTURAL	Paquetá é um lugar com fortes manifestações CULTURAIS .	6,4%	10,2%	27,4%	24,2%	31,8%	56,1%
POTENCIALIDADES	Paquetá é um lugar SUSTENTÁVEL .	4,5%	12,1%	24,8%	27,4%	31,2%	58,6%
PRODUTIVA	Paquetá é CRÍATIVA .	7,6%	8,3%	22,9%	24,2%	36,9%	61,1%
POLÍTICA	A comunidade de Paquetá é PARTICIPATIVA .	5,1%	7,0%	23,6%	22,9%	41,4%	64,3%
POLÍTICA	Paquetá é DEMOCRÁTICA .	5,1%	3,8%	20,4%	17,8%	52,9%	70,7%
ATIVOS INTANGÍVEIS	Paquetá é NOSTÁLGICA .	5,1%	2,5%	14,0%	19,1%	59,2%	78,3%
CONEXÕES	Em Paquetá as pessoas têm um sentimento de PERTENCIMENTO .	1,9%	1,3%	13,4%	17,2%	66,2%	83,4%
HISTÓRICO- CULTURAL	Paquetá resgata a MEMÓRIA das pessoas.	3,2%	1,9%	11,5%	15,3%	68,2%	83,4%
POLÍTICA	Paquetá é COMUNITÁRIA .	0,6%	1,9%	13,4%	26,8%	57,3%	84,1%
HISTÓRICO- CULTURAL	Paquetá é um lugar TRADICIONAL .	2,5%	1,9%	7,0%	19,7%	68,8%	88,5%
POTENCIALIDADES	Paquetá é uma EXPERIÊNCIA diferente.	3,2%	2,5%	5,1%	15,9%	73,2%	89,2%
CONEXÕES	A NATUREZA é algo marcante em Paquetá.	1,3%	1,3%	7,6%	15,9%	73,9%	89,8%
PRODUTIVA	O TURISMO em Paquetá é familiar.	1,9%	1,3%	7,0%	14,6%	75,2%	89,8%
ATIVOS INTANGÍVEIS	Paquetá é ACOLHEDORA .	1,9%	1,3%	5,1%	19,1%	72,6%	91,7%

DIMENSÃO	AFIRMAÇÃO RELACIONADA À IDENTIDADE	1	2	3	4	5	CONCOR- DÂNCIA (4+5)
HISTÓRICO- CULTURAL	Paquetá é um lugar HISTÓRICO.	1,3%	0,0%	6,4%	8,9%	83,4%	92,4%
ATIVOS INTANGÍVEIS	Paquetá é TRANQUILA.	1,3%	0,0%	3,8%	8,3%	86,6%	94,9%
POLÍTICA	Paquetá é SEGURA.	1,3%	0,6%	2,5%	18,5%	77,1%	95,5%

Os resultados mostram um núcleo identitário bastante consolidado em torno de segurança (95,5% de concordância), tranquilidade (94,9%), caráter histórico (92,4%), acolhimento (91,7%), turismo familiar (89,8%), natureza (89,8%), experiência diferenciada (89,2%) e tradição (88,5%). Em contraste, atributos ligados à materialização econômica e produtiva da identidade aparecem menos consolidados: artesanato (37,6%), originalidade dos serviços (45,9%), empreendedorismo (51,6%), manifestações culturais (56,1%), sustentabilidade (58,6%) e criatividade (61,1%).

Pesquisa de maio de 2026 – base analítica n=124

DIMENSÃO	AFIRMAÇÃO RELACIONADA À IDENTIDADE	1	2	3	4	5	CONCOR- DÂNCIA (4+5)
CONEXÕES	Paquetá tem uma BELEZA NATURAL.	0,0%	0,0%	4,0%	10,5%	85,5%	96,0%
POLÍTICA	Paquetá é DEMOCRÁTICA.	4,0%	11,3%	34,7%	22,6%	27,4%	50,0%
PRODUTIVA	Paquetá é EMPREENDEDORA.	4,8%	14,5%	26,6%	25,8%	28,2%	54,0%
PRODUTIVA	Paquetá é ACESSÍVEL FINANCEIRAMENTE.	8,1%	12,1%	29,0%	24,2%	26,6%	50,8%
ATIVOS INTANGÍVEIS	A ilha é um lugar SIMPLES.	7,3%	4,8%	10,5%	21,0%	56,5%	77,4%
POLÍTICA	Paquetá é COMUNITÁRIA.	1,6%	4,0%	16,1%	31,5%	46,8%	78,2%
ATIVOS INTANGÍVEIS	Paquetá é um REFÚGIO.	0,8%	1,6%	15,3%	16,9%	65,3%	82,3%

DIMENSÃO	AFIRMAÇÃO RELACIONADA À IDENTIDADE	1	2	3	4	5	CONCOR- DÂNCIA (4+5)
ATIVOS INTANGÍVEIS	A ilha é BUCÓLICA .	4,0%	3,2%	8,9%	15,3%	68,5%	83,9%
ATIVOS INTANGÍVEIS	Paquetá é um lugar NOSTÁLGICO .	0,0%	3,2%	12,9%	21,8%	62,1%	83,9%
ATIVOS INTANGÍVEIS	Paquetá é ACOLHEDORA .	0,0%	0,8%	12,9%	20,2%	66,1%	86,3%
ATIVOS INTANGÍVEIS	Paquetá é TRANQUILA .	0,0%	0,0%	11,3%	23,4%	65,3%	88,7%
POLÍTICA	Paquetá é SEGURA .	0,0%	0,0%	7,3%	41,1%	51,6%	92,7%
PRODUTIVA	Paquetá é um lugar TURÍSTICO .	0,0%	0,0%	6,5%	12,1%	81,5%	93,5%
HISTÓRICO- CULTURAL	Paquetá é um lugar HISTÓRICO .	0,8%	0,8%	3,2%	12,1%	83,1%	95,2%
CONEXÕES	Paquetá é um lugar FAMILIAR .	0,0%	0,0%	3,2%	18,5%	78,2%	96,8%

A segunda medição reafirma a força dos atributos simbólicos e experienciais. A concordância alcança 96,8% para o caráter familiar, 96,0% para beleza natural, 95,2% para caráter histórico, 93,5% para vocação turística, 92,7% para segurança, 88,7% para tranquilidade e 86,3% para acolhimento. Os atributos de empreendedorismo (54,0%), acessibilidade financeira (50,8%) e democracia (50,0%) permanecem em patamar mais moderado, reforçando a diferença entre a força simbólica do lugar e sua organização produtiva e institucional.

Síntese analítica dos resultados identitários

A leitura conjunta dos dois ciclos revela forte convergência na percepção de Paquetá. História, natureza, tranquilidade, acolhimento, segurança, vida familiar, turismo e um ritmo de vida particular aparecem de forma recorrente entre os elementos mais reconhecidos. Esses resultados confirmam que a identidade territorial não precisa ser criada artificialmente: ela já é percebida de forma relativamente estável por diferentes públicos e em momentos distintos da pesquisa.

O principal contraste está entre a força dos atributos simbólicos, afetivos e experienciais e a menor consolidação de atributos relacionados à capacidade de transformar essa identidade em valor econômico

e organização territorial. Empreendedorismo, originalidade dos serviços, artesanato, acessibilidade financeira, manifestações culturais organizadas e percepção de funcionamento democrático apresentam resultados mais moderados. Isso indica que o desafio central não está na ausência de atributos distintivos, mas na capacidade de articulá-los em produtos, serviços, experiências, governança e comunicação.

Net Promoter Score – intenção de recomendação

Os dois ciclos apresentam forte disposição para recomendar Paquetá como destino de visita e uma disposição positiva, porém mais moderada, para recomendá-la como lugar de moradia.

Ciclo	Pergunta	Detratores	Neutros	Promotores	NPS
Maio/2025 – n=157	Indicar Paquetá para visitar	5,1%	17,2%	77,7%	+73
Maio/2026 – n=124	Indicar Paquetá para visitar	7,3%	13,7%	79,0%	+72
Maio/2026 – n=124	Indicar Paquetá para morar	27,4%	30,6%	41,9%	+15
Maio/2025 – n=157	Indicar Paquetá para morar	24,8%	21,7%	53,5%	+29

A recomendação de Paquetá como destino de visita permanece muito elevada e praticamente estável: NPS +73 em maio de 2025 e +72 em maio de 2026. O resultado é coerente com a alta concordância registrada para turismo, história, natureza, segurança, acolhimento e atributos de experiência e demonstra que a Ilha possui forte capacidade de gerar recomendação turística.

A recomendação como lugar para morar também é positiva, mas se mantém em patamar claramente inferior ao da visita: +29 em 2025 e +15 em 2026. A diferença sugere que os atributos que tornam Paquetá atraente para visitar não eliminam os custos e limitações associados à experiência cotidiana de viver em um território insular. Mobilidade, dependência das barcas, manutenção urbana, serviços, abastecimento, custo de vida e atuação do poder público aparecem nas etapas qualitativas como fatores capazes de explicar essa diferença.

Perguntas abertas com visitantes – julho de 2025

Nos dias 12, 13 e 19 de julho de 2025 foram aplicados 192 questionários presenciais a visitantes, entre 10h e 19h, em pontos estratégicos da Ilha. O levantamento buscou compreender origem, companhia, formas de conhecimento de Paquetá, tempo de permanência, hospedagem e comportamento de consumo. Os resultados são apresentados abaixo de forma temática.

Perfil dos visitantes

- Predominância de visitantes oriundos da Baixada Fluminense e da Zona Norte do Rio de Janeiro.

- Presença significativa de paulistas, muitos deles em visita a familiares, e baixa presença de visitantes de outros estados além de Rio de Janeiro e São Paulo.
- Predomínio de público familiar e de casais, coerente com a associação histórica de Paquetá ao romantismo e à “Ilha dos Amores”.
- Foi observada presença de casais LGBTQIA+ durante a aplicação, indicando diversidade de públicos.

Motivações e formas de divulgação

- Memória, nostalgia, revisitação e vínculos familiares aparecem como motivações centrais. Muitos visitantes retornam após anos para lembrar experiências da infância ou antigos vínculos com a Ilha.
- A indicação de familiares e amigos e a visita a parentes residentes em Paquetá aparecem como importantes vetores de atração, reforçando o peso do boca a boca na decisão de visita.
- Eventos, incluindo festas religiosas, festas juninas e encontros específicos, mobilizam grupos e funcionam como motivo de deslocamento para a Ilha.
- Passeios turísticos guiados também aparecem como canais de aproximação com o destino e seus conteúdos históricos e culturais.

Permanência e hospedagem

- A imensa maioria dos visitantes retorna no mesmo dia, evidenciando predominância do turismo de curta permanência.
- Entre os visitantes que pernoitam, a hospedagem em casas de parentes tem papel relevante.
- Quando a hospedagem é comercial, aparecem tanto pousadas e hotéis quanto aluguéis por plataformas como Airbnb.
- O Facebook foi citado como meio para aluguel de casas, evidenciando a existência de uma oferta informal ou pouco estruturada de hospedagem.
- O conjunto revela uma desconexão entre o grande fluxo de visitantes de um dia e a capacidade de convertê-lo em maior permanência e utilização da hospedagem formal.

Consumo durante a visita

- Parte dos visitantes leva alimentos, lanches ou bebidas para a Ilha.
- Mesmo entre os que levam alimentos ou bebidas, foi observado consumo local, especialmente de refeições como almoço.
- A pesquisa indica, portanto, potencial de geração de renda para a gastronomia local também entre visitantes de menor renda e de curta permanência.

Oportunidades e lacunas evidenciadas

- Fortalecimento de eventos como instrumentos de atração e de distribuição do fluxo turístico ao longo do ano.

- Valorização do turismo afetivo, de memória e revisitação, que já aparece de forma espontânea entre os visitantes.
- Aprofundamento de produtos e experiências voltados a casais e públicos diversos, preservando o caráter acolhedor do destino.
- Ampliação dos canais de divulgação digital e criação de comunicação oficial mais estruturada, reduzindo a dependência exclusiva do boca a boca.
- Baixa presença de visitantes de outros estados e mercados externos aos principais polos emissores já identificados.
- Necessidade de aproximar visitantes da oferta formal de hospedagem e criar motivos para prolongar a permanência.

Síntese analítica do levantamento com visitantes

O levantamento revela um destino de forte apelo emocional, no qual memória, afeto, nostalgia, vínculos familiares e recomendação pessoal possuem peso relevante na atração. A visita a Paquetá se apoia menos em grandes equipamentos turísticos e mais na experiência simbólica de estar em um lugar percebido como diferente do restante da cidade. Essa característica é uma vantagem identitária, mas também expõe uma fragilidade: a atração existente ainda se converte pouco em permanência mais longa, hospedagem formal e experiências organizadas de maior valor agregado.

Os resultados também relativizam a ideia de que o visitante de um dia necessariamente não gera consumo. Embora parte leve alimentos e bebidas, a pesquisa registrou consumo na Ilha, sobretudo de refeições. Como não houve mensuração de gasto médio, a contribuição econômica desses perfis deve ser analisada com cautela. O principal desafio é ampliar a captura de valor do fluxo já existente por meio de gastronomia, experiências, eventos, hospedagem e comunicação integrada, sem descaracterizar os atributos que motivam a visita.

Perguntas abertas com moradores – maio de 2025 e maio 2026

A síntese a seguir consolida os principais resultados das entrevistas realizadas com 21 moradores em 2025 e com 26 moradores em 2026. A organização por dimensões segue a lógica analítica adotada no relatório.

No campo dos Aspectos do Lugar

- A experiência de morar em Paquetá é, em geral, avaliada positivamente, especialmente entre moradores recentes, que destacam ritmo de vida mais calmo, sensação de segurança, contato com a natureza e possibilidade de desaceleração.
- A vivência cotidiana revela limitações que não aparecem com a mesma intensidade na experiência turística, sobretudo em mobilidade, infraestrutura, serviços, abastecimento e manutenção urbana.
- A dependência das barcas estrutura a rotina dos moradores, exige planejamento constante e reduz a flexibilidade dos deslocamentos ao continente.

- Referências a antigos modais, como o aerobarco, aparecem como memória de maior diversidade de conexão com o exterior.
- A condição insular interfere no abastecimento e no funcionamento do comércio e é associada a preços mais altos de produtos e serviços.
- Conservação de ruas, cais, orla e áreas públicas, além do acesso a serviços de saúde, aparecem entre as demandas mais recorrentes.
- Entre moradores mais jovens, atributos valorizados por outros grupos podem ser percebidos de forma ambivalente: a tranquilidade também pode significar monotonia, pouca oferta de atividades e baixo dinamismo social e cultural.

No campo da Dimensão Produtiva

- O turismo é percebido de forma predominantemente positiva e como atividade econômica natural e necessária para Paquetá.
- A facilidade de acesso e o custo relativamente baixo são apontados como fatores que tornam a Ilha um destino democrático, principalmente para moradores da Região Metropolitana do Rio.
- O potencial econômico do turismo é percebido como subaproveitado, sobretudo na geração de trabalho e renda para moradores e oportunidades para jovens.
- As dificuldades logísticas de transporte e abastecimento aumentam custos e pressionam a operação dos pequenos negócios locais.
- Há percepção de poucas oportunidades locais de emprego e empreendedorismo, não por ausência de potencial, mas pela falta de projetos estruturados e continuidade de ações de desenvolvimento.
- Artesanato, souvenirs, gastronomia, produção cultural e produtos vinculados à identidade territorial aparecem como campos ainda pouco desenvolvidos.
- Há baixa identificação espontânea de marcas e produtos efetivamente locais, indicando pouca consolidação de uma oferta territorial reconhecida pelos próprios moradores.
- Moradores mais antigos lembram períodos de maior presença de turistas estrangeiros e associam a recuperação desse fluxo à possibilidade de maior circulação de renda na Ilha.

No campo da Dimensão Política

- É recorrente a percepção de baixa presença do poder público, insuficiência de investimentos e reduzida capacidade de encaminhamento das demandas de Paquetá nas instâncias municipais.
- Problemas de infraestrutura, manutenção urbana e mobilidade são frequentemente associados à ausência de planejamento público contínuo.
- Conservação da orla, cais, ruas e espaços públicos aparece entre as principais demandas dirigidas ao poder público.
- Parte dos moradores questiona a forma como recursos destinados à mobilidade e à infraestrutura são utilizados.

- A preservação ambiental de áreas públicas e da arborização também aparece vinculada à atuação da gestão municipal.
- A segurança permanece como atributo positivo da experiência de viver na Ilha, embora essa percepção não deva ser interpretada como ausência de ocorrências criminais ou de demandas por ordenamento.

No campo da Dimensão Histórico-Cultural

- Memória, história e tradições constituem referências fortes da identidade de Paquetá.
- Moradores mais antigos preservam a lembrança de uma Ilha com maior visibilidade turística e presença internacional, especialmente em décadas anteriores.
- A identidade cultural é reconhecida como ativo relevante, mas ainda pouco transformada em produtos, símbolos e iniciativas capazes de representar claramente o território.
- Artesanato, souvenirs e produção cultural aparecem como possibilidades de materialização da memória e da identidade local.
- Há dificuldade entre alguns entrevistados em diferenciar produto local, marca local e produto apenas inspirado na Ilha.
- A associação espontânea da Cervejaria Paquetá ao território, apesar de sua produção não ser local, e a ausência de menções a outros produtos previamente mapeados revelam baixa consolidação do repertório de marcas territoriais.

No campo dos Ativos Intangíveis

- Tranquilidade, segurança, pertencimento, simplicidade, nostalgia, qualidade de vida e contato com a natureza aparecem como atributos centrais da experiência de Paquetá.
- A Ilha é percebida como espaço de desaceleração e como um lugar “à parte”, com ritmo e lógica distintos do restante da cidade.
- O contato com a natureza contribui fortemente para a sensação de bem-estar e diferenciação territorial.
- Mesmo diante das críticas estruturais, permanece forte o vínculo afetivo com o território.
- Para moradores mais velhos e para aqueles que se mudaram em busca de qualidade de vida, a tranquilidade é especialmente valorizada.
- Entre os mais jovens, a mesma característica pode assumir sentido negativo, associada à monotonia e à falta de dinamismo.
- Os atributos intangíveis são consistentes, mas sua experiência varia conforme idade, tempo de residência e expectativas individuais.

No campo das Conexões

- A condição insular determina fortemente a relação de Paquetá com o restante da cidade.
- As barcas constituem o principal elo físico e funcional com o continente, interferindo diretamente no acesso a trabalho, serviços, saúde, comércio e abastecimento.

- Internamente, a comunidade é frequentemente descrita como uma “grande família”, com redes de apoio, proximidade e circulação de informações por relações pessoais.
- Ao mesmo tempo, aparecem relatos de baixa participação em algumas associações, eventos ou instâncias formais, indicando que proximidade social não significa necessariamente participação institucional.
- A natureza e a Baía de Guanabara são elementos centrais da relação da Ilha com seu entorno, ao mesmo tempo em que a poluição da Baía aparece associada, em alguns relatos, à perda de atratividade turística.
- A convivência local varia segundo perfis, gerações e tempo de residência, revelando simultaneamente vínculos fortes e tensões entre grupos.

No campo da Dimensão das Potencialidades

- Paquetá é percebida como território com potencial turístico e econômico ainda não plenamente aproveitado.
- O turismo pode gerar mais trabalho e renda se for articulado a projetos estruturados, especialmente para os jovens.
- Há espaço para desenvolver artesanato, souvenirs, gastronomia, produção cultural e outros produtos vinculados à identidade local.
- A recuperação ou ampliação de fluxos turísticos de maior permanência e de visitantes de outros mercados aparece como possibilidade de desenvolvimento.
- Natureza, tranquilidade, história, memória e ritmo de vida constituem ativos capazes de sustentar experiências turísticas diferenciadas.
- As potencialidades são associadas menos à falta de recursos identitários e mais à ausência de organização, continuidade de projetos e articulação entre atores.

No campo da Comunicação e Imagem do Lugar

- As entrevistas evidenciam a diferença entre a imagem externa romantizada de Paquetá e a realidade cotidiana dos moradores.
- Para visitantes, predominam imagens de tranquilidade, simplicidade, bucolismo e refúgio; para moradores, esses atributos convivem com problemas de mobilidade, infraestrutura, serviços e gestão.
- O boca a boca permanece como um dos principais meios de circulação de informações e de divulgação da Ilha.
- Canais institucionais e veículos locais são percebidos como pouco estruturados ou pouco utilizados por parte dos moradores, especialmente os mais velhos.
- A multiplicidade de iniciativas de divulgação não se traduz em uma estratégia integrada de comunicação territorial.
- A baixa clareza sobre produtos, marcas e iniciativas efetivamente representativas de Paquetá também revela fragilidade na comunicação da identidade territorial.

- A comunicação aparece em duas frentes complementares: externamente, como instrumento de posicionamento e valorização do destino; internamente, como mecanismo de informação, articulação e fortalecimento comunitário.

Síntese analítica das percepções dos moradores

As percepções dos moradores confirmam a força dos atributos identitários observados nas escalas quantitativas, especialmente tranquilidade, segurança percebida, natureza, pertencimento e qualidade de vida. Ao mesmo tempo, mostram que esses atributos não podem ser interpretados isoladamente das condições concretas do cotidiano. A experiência residencial é atravessada pela dependência das barcas, pela manutenção urbana, pela oferta de serviços, pelo abastecimento, pelo custo de vida, pelas oportunidades de trabalho e pela capacidade de atuação do poder público.

Também se evidencia uma diferença entre possuir uma identidade forte e dispor de mecanismos para ativá-la coletivamente. O turismo é valorizado, mas a economia local é pouco estruturada; a história e a memória são reconhecidas, mas ainda há poucos produtos territoriais consolidados; existem redes sociais e comunitárias intensas, mas os fluxos de informação e articulação permanecem fragmentados. A pesquisa qualitativa, portanto, ajuda a explicar por que a recomendação para visitar é muito superior à recomendação para morar e reforça a necessidade de tratar o marketing territorial como instrumento de desenvolvimento e organização do lugar, e não apenas de promoção turística.

O desafio estratégico de Paquetá, portanto, não é construir uma identidade artificial, mas organizar, comunicar e ativar uma identidade já existente. O Plano de Marketing Territorial deve combinar posicionamento e promoção com ações de qualificação da oferta, fortalecimento dos empreendedores, desenvolvimento de produtos territoriais, melhoria da experiência de mobilidade, articulação institucional e integração da comunicação interna e externa.