

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE GEOGRAFIA, DESENVOLVIMENTO E MEIO
AMBIENTE

PROGRAMA REGIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE

DESTINAÇÃO TURÍSTICA MACEIÓ: CICLO DE VIDA E
PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS ANOS

Marcos Gomes Rangel

MACEIÓ

2010

MARCOS GOMES RANGEL

**DESTINAÇÃO TURÍSTICA MACEIÓ: CICLO DE VIDA E
PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS ANOS**

Dissertação apresentada ao Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA), da Universidade Federal de Alagoas, como requisito final para obtenção do grau de mestre.

Orientador: Prof. Dr. Lindemberg Medeiros de Araújo

MACEIÓ

2010

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecária Responsável: Helena Cristina Pimentel do Vale

- R156d Rangel, Marcos Gomes.
Destinação turística Maceió : ciclo de vida e perspectivas de crescimento nos próximos anos / Marcos Gomes Rangel, 2010.
166 f.
- Orientador: Lindemberg Medeiros de Araújo.
Dissertação (mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente : Desenvolvimento Sustentável) – Universidade Federal de Alagoas. Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Maceió, 2010.
- Bibliografia: f. 160-164.
Apêndices: f. 165-166.
1. Turismo – Maceió (AL). 2. Turismo – Sustentabilidade. 3. Políticas públicas. 4. Maceió – Ciclo de vida do turismo. I. Título.

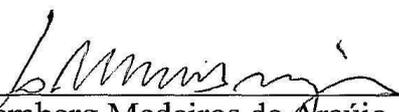
CDU: 338.48(813.5)

TERMO DE APROVAÇÃO

MARCOS GOMES RANGEL

DESTINAÇÃO TURÍSTICA MACEIÓ: CICLO DE VIDA E PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS ANOS

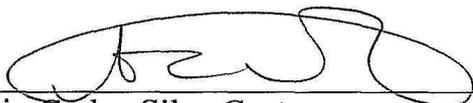
Dissertação apresentada como requisito final para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA) do Instituto de Geografia e Meio Ambiente da Universidade Federal de Alagoas, tendo sido aprovado pela seguinte Banca Examinadora:



Prof. Dr. Lindemberg Medeiros de Araújo (Orientador)
Universidade Federal de Alagoas - UFAL



Prof.ª Dr.ª Maria Cecília Junqueira Lustosa
Universidade Federal de Alagoas - UFAL



Prof. Dr. Antônio Carlos Silva Costa
Universidade Federal de Alagoas - UFAL

**MACEIÓ
2010**

DEDICATÓRIA

Ao amado filho Gustavo, aos meus queridos pais Auxiliadora e Geraldo e a mim mesmo!

AGRADECIMENTOS

A lista abaixo identifica pessoas as quais possuo enorme admiração e respeito, com fundamental importância em minha vida, participantes de alguma forma na conclusão desse objetivo: a realização de mais um grande sonho, de obter o título de Mestre, mantendo a humildade e entendendo um pouco mais o conteúdo da frase “quanto mais sei, mais sei que nada sei”... Uma importante vitória, uma grande conquista que divido com meu orientador, Prof. Dr. Lindemberg, mas comungados com sacrifícios pessoais e profissionais. Aos que não se encontram na lista, peço que entendam algum deslize do esquecimento... Um ENORME abraço de coração a todos.

Adna Marques; Adriana Vasconcelos; Adriano Brandão; Adriano Nunes; Afrânio Lages Filho; Alder Flores; Alberto Sexta-Feira; Alexandra Santos; Altino Marchesi; Ana Flávia Rangel; Ana Lessa; Ana Vasco; Ananias Pimentel; André Maia Lages; Andréa Carnaúba; Angela - Semptur; Anna Cláudia Marques; André Lages; Antônio Carlos Costa; Antônio Carlos Quintiliano; Antonio Nóia; Antônio Paulo Vogel; Antônio Wilton; Ariosvado Bomfim; Átila Freitas; Átila Feitas Jr.; Augusto Mota; Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (lexográfico); Caio Porto; Carlos Eugênio; Carlos Gatto; Carlos Tavares; Carlos Palmeira; Carlos Valério Davino; Celimary Moura; Charles Matias; Cícero Péricles; Cláudia Ivo; Cláudia Paiva; Cláudia Pessôa; Cleo Coutinho; Cleydner Maurício; Cláudio Barreiros; Conceição Toledo; Cristina Gomes Rangel; D. Edna – vovó; Daniele Marques Cabral; Daniele Santos; Danielle Novis; Denise Simas Rangel; Derico Sciotti; Djalma Gaudêncio; Eliana Marchesi; Elise Barros; Eloisa Marchesi; Erickson R. Rangel; Ermerinda Marchesi; Euzébio Santos; Evaristo Nunes; Epton Acioli; Equipe de apoio do Prodemá; Equipe Biblioteca UFAL; Equipe Técnicos de Finanças e Apoio SEFAZ; Fábio Colin; Fábio Leão; Fátima Goes; Fernanda Nepomuceno; Fernanda Vilela; Fernando Blanco; Fernando Ribeiro Marchini; Flávia Moura; Fioravante Tinelli; Flávia R. Gonçalves; Flávio Gomes Rangel; Frederico Melo; Gedalva; Gentileza Neiva; Geraldo D’Assis Rangel; Gil Rangel; Gilber R. Rangel; Gilmar Marchesi; Glênio Cedrin; Hélio Geraldo Gomes Rangel; Gustavo Marchesi Rangel; Hevany Albuquerque; Hugo Cardeal; Ibsen Argolo; Ismael Mendes Júnior; Ivan - Pós em Turismo; Ivan Fernades; Jaime Fernandes; Jasete – Pós em Turismo; Jenner Bastos Filho; Joana Gonçalves; João Lucas Cabral; João Lucas Rangel; João Marchesi; João Torres Filho; Joaquim Alexandre; Jobson Santos; Jorge Gonçalves; José Aldo Ivo; José Carlos Vasconcelos; José Kleber Ivo; José Otílio Santos; José Queiroz; José Tasso Ivo; Judson Cabral; Juliana Rangel; Juliana B. Oliveira; Juzélia Santos; Kátia Barcellos; Laércio Vitorio; Lea Freitas; Leila Cláudia Mello; Leonildes Melo; Lígia Sarmiento; Lilian; Lindemberg Medeiros de Araújo; Liracy Rangel; Lucas Simas Rangel; Luciana Santos; Lúcio Bastos; Luis Lúcio; Luis Cláudio Silva; Lysete Lira; Marcos e Mara Marchesi; Marcel Monteiro; Marcello Oliveira; Marcelo Gonçalves dos Santos; Marcelo Mendonça; Marcelo Sena; Marcelus José Moreira; Marco Antônio Gomes; Marco Antônio Intra;; Margarete Pupa Xavier; Margarete Marchesi; Margarida Fontam; Maria Auxiliadora Gomes Rangel; Maria Auxiliadora Simas Rangel; Maria das Graças - FAL; Maria da Guia; Maria

Carolina Padilha; Maria Cecília Lustosa; Maria do Rosário Alves Feitosa; Maria Janete da Rocha; Maria José Torres; Maria José O. Melo (Jô); Maria Teresa Gomes de Souza; Marília Bastos; Marinês Coral; Maristela Silva; Mateus Mattos; Maurício Toledo; Matilde Barbosa; Mônica Suruagy; Murilo Rangel; Nelma Rodrigues; Nelson e Neuza Marchesi; Olga Rafael; Patricia Satório; Paula Sarmento; Paula Stroh; Paulinho e Magda; Paulo Fernando dos Santos; Paulo Alberto Pinto; Pedro Balestrassi; Pedro Guedes; Pedro Martins; Péricles Argolo; Petrúcio Santos; Pollyana – pós em Turismo; Racheli Albuquerque; Renata Fonseca; Renato Marchesi; Raimundo Neiva; Reynaldo Rubem; Ricardo Leite; Ricardo Rezende; Rodrigo Freitas; Ronaldo Agostinho; Rosa Tenório; Rosane Cavalcante; Samuel Marchesi; Sérgio Gomes Rangel; Sérgio Leandro; Sérgio Lessa; Sérgio Moreira; Sérgio Terra; Sérgio Vitor Simas Rangel; Setembrino; Sibele Gomes Rangel; Sibele Nunes; Silvana Quintella Calheiros; Silvia Nunes; Simone; Simone Marchesi; Sineide Montenegro; Sol Garson; Soneca – Vitória-ES; Stella Marys Torres; Telmo Freitas; Teotonio Vilela Filho; Tatiana Moraes; Tereza Kelly; Tomé Carlos; Valdelúcia Sarmento; Valnei Freitas; Valéria Góia; Vanilza Vitória; Vanessa Rocha; Vânia Gonçalves; Vilma Pimentel Vinícius Boechat Tinoco; Virgínio Loureiro; Viviane Martins; Wagner Torres; Wagner Rubim; Yesus Jeferson Lins; Yoná Cunha Torres, e muitas outras pessoas que não se encontram na lista, mas que se sintam presentes.

DESTINAÇÃO TURÍSTICA MACEIÓ: CICLO DE VIDA E PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS ANOS

RESUMO

O turismo é uma atividade que vem se desenvolvendo rapidamente no litoral nordestino. Cidades, sobretudo as capitais de estados, que há poucas décadas contavam com uma demanda turística mínima, se tornaram grandes destinações turísticas na atualidade. Esse é o caso de Maceió (AL) que emergiu como uma destinação turística de “sol e praia” a partir do início da década de 1970, passando por uma mudança significativa no seu ritmo de crescimento em 1979, com a inauguração do Hotel Jatiúca. Desde então, essa destinação se expandiu e passou ora por momentos de crescimento rápido ora por estagnação ou retrocesso. Este trabalho tem como objetivo analisar o ciclo de vida da destinação turística Maceió, identificando as fases pelas quais a destinação passou, bem como os fatores que influenciaram na determinação das fases, dentre os quais os problemas ambientais. Examinam-se também quais as perspectivas de crescimento da destinação nos próximos anos. A metodologia adotou uma abordagem qualitativa, incluindo entrevistas semi-estruturadas com profissionais que conhecem bem a destinação, análise de documentos e observação direta de campo. Os resultados indicam que o ciclo de vida da destinação Maceió apresenta características evolutivas que fogem ao padrão do ciclo de vida das áreas turísticas que predominam na literatura. Além disso, identificam-se fatos relacionados à atualidade da destinação que permitem levantar a hipótese que se as características político-administrativas na condução das pastas de turismo do estado e do município tiverem continuidade, provavelmente nos próximos anos a destinação Maceió poderá sair de uma situação atual de crescimento lento pós-estagnação, e passar por um processo de retomada do crescimento da sua demanda turística em um ritmo mais rápido.

Palavras-chave:

Turismo. Maceió. Ciclo de Vida da Área Turística. Políticas Públicas. Sustentabilidade.

ABSTRACT

Tourism is growing rapidly on Brazil's North-east littoral. Cities, mainly the state capital cities, which not so long ago used to have a reduced tourist demand have now become important destinations. This is the case with Maceió, a city that has emerged as a "sun and sea" destination from the early 1970s onwards. Soon after the inauguration of the Jatiúca Hotel in 1979 the destination experienced a rapid growth. Since then, that destination expanded but has experienced growth, stagnation and sometimes a reduction in tourist demand. This work investigates the life cycle of the Maceió destination. The study identifies the destination stages as well as the factors that influenced the destination life cycle, among which the environmental problems. Also, there is an investigation on the future development prospects of the destination. The study adopted a qualitative approach, including semi-structured interviews with professionals that know the Maceió destination well. Data collection also included documental analysis and direct field observations. The study results indicate that the Maceió destination life cycle shows evolutive characteristics that do not fully responds to the pattern of most tourist areas. In addition, facts related to the present situation of the destination allow for a hypothesis to be raised. That is, if the current politico-administrative characteristics of the destion persist along the following years probably Maceió will experience a rapid demand growth, leading to a rejuvenation process of the destination.

Key-words:

Tourism. Maceió. Tourist Area Life Cycle. Public Policy. Políticas Públicas. Sustainability.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Ciclo de vida das destinações turísticas	62
Figura 2	Ciclo hipotético das regiões turísticas	66
Figura 3	Os fatores incontroláveis e o ciclo de vida de uma área turística Hipotética	68
Figura 4	Localização de Alagoas no mapa do Brasil	76
Figura 5	Mapa turístico pictórico sem escala do litoral do município de Maceió	88

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	PIB gerado pelo turismo em relação ao PIB total de Alagoas	83
Gráfico 2	Fluxos Hoteleiros de Maceió e Alagoas	95
Gráfico 3	Intensidade turística de Maceió e Alagoas	97

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Os impactos físicos negativos e positivos do turismo nas	
	destinações turísticas	32
Quadro 2	Indicadores-chave de sustentabilidade do turismo	39
Quadro 3	Atribuições do estado e da iniciativa privada frente ao turismo	47
Quadro 4	Características gerais do destino turístico	51
Quadro 5	Evolução da conceituação de destinos turísticos	52
Quadro 6	Componentes do produto turístico	55
Quadro 7	Características gerais do produto turístico e suas implicações	
	ao nível do marketing	55
Quadro 8	Características específicas do produto turístico e suas implicações	
	ao nível do marketing	56
Quadro 9	Estágios do ciclo de vida de Butler (1980) e suas características	63
Quadro 10	Principais aspectos positivos sobre a destinação Alagoas/Maceió	99
Quadro 11	Principais aspectos negativos sobre a destinação Alagoas/Maceió	99
Quadro 12	Comportamento evolutivo da destinação Maceió	156

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Distância das capitais dos estados brasileiros para Maceió	77
Tabela 2	Renda mensal das pessoas de 10 anos ou mais em 2005 (Alagoas)	80
Tabela 3	Evolução da população (1960-2007) em Alagoas e Maceió	81
Tabela 4	PIB 2002-2006 em Alagoas e Maceió	82
Tabela 5	Crescimento do PIB 2002-2006 em Alagoas e Maceió	82
Tabela 6	PIB gerado pelo turismo em relação ao PIB total de Alagoas	82
Tabela 7	Mercados emissores jan/dez 2008 para Alagoas (turistas hospedados em hotéis)	84
Tabela 8	Mercado emissor nacional - Maceió – 2007	85
Tabela 9	Extensão das praias do município de Maceió	89
Tabela 10	Quadro comparativo anual das condições de balneabilidade das praias do município de Maceió – ano 2006	90
Tabela 11	Fator decisório da visita a Alagoas	90
Tabela 12	Motivo da viagem a Alagoas	91
Tabela 13	Fator influenciador na decisão de visita a Alagoas	92
Tabela 14	Meios de hospedagem utilizados	93
Tabela 15	Disponibilidade de leitos em Maceió no período 2002-2007	93
Tabela 16	Fluxos e capacidade hoteleira em Maceió e Alagoas	94
Tabela 17	Intensidade turística	96
Tabela 18	Movimento no Aeroporto Zumbi dos Palmares	98
Tabela 19	Valores aplicados por estado do Nordeste no Prodetur/NE I	100
Tabela 20	Aplicações dos valores do PRODETUR/NE I	101

LISTA DE SIGLAS

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNB - Banco do Nordeste do Brasil

BOH - Boletins de Ocupação Hoteleira

CASAL – Companhia de Saneamento de Alagoas

DNIT – Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IDSE – Indicador de Desenvolvimento Socioeconômico

IMA – Instituto do Meio Ambiente

FGV – Fundação Getúlio Vargas

OMT - Organização Mundial do Turismo

PEA – População Economicamente Ativa

PIB – Produto Interno Bruto

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo

PRODETUR/NE – Programa de Ação para o Desenvolvimento Turístico no Nordeste

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEPLAN – Secretaria de Estado do Planejamento e do Orçamento- Alagoas

SETUR – Secretaria de Estado do Turismo

SETURMA - Secretaria Municipal de Promoção do Turismo

SMCCU - Superintendência Municipal de Controle do Convívio Urbano

TALC - Tourist Area Life Cycle

UEM – Unidade Executora Municipal

UH – Unidades Habitacionais

WTTC - World Travel & Tourism Council

SUMÁRIO

Resumo	
Abstract	
Lista de figuras	
Lista de gráficos	
Lista de quadros	
Lista de tabelas	
Lista de abreviaturas e siglas	
INTRODUÇÃO	16
1 TURISMO: MEIO AMBIENTE, SUSTENTABILIDADE E PLANEJAMENTO	24
1.1 Turismo e meio ambiente	24
1.2 Turismo e desenvolvimento sustentável	32
1.3 Planejamento do turismo	42
Conceitos de planejamento e planejamento do turismo	44
2 TURISMO: ASPECTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS	49
2.1 Destino turístico	49
2.2 Agentes e demais componentes do destino turístico	53
2.3 Estruturação e tipologias de destinos turísticos	59
2.4 Ciclo de vida de destinações turísticas	60
2.5 Tipologia de turistas	69
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	72
Amostragem	73
4 ALAGOAS E O DESTINO TURÍSTICO MUNICIPIO DE MACEIÓ	75
4.1 Aspectos históricos e geográficos de Alagoas e Maceió	75
4.2 Aspectos socioeconômicos de Alagoas e Maceió	79
4.3 Aspectos turísticos de Alagoas e Maceió	83
4.4 Intensidade turística	95
4.5 Movimento no Aeroporto Zumbi dos Palmares	97
4.6 Aspectos positivos e negativos de Alagoas e Maceió sob a ótica do turista	98
4.7 O Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur/NE I)	100

5	O CICLO DE VIDA DA DESTINAÇÃO TURÍSTICA MACEIÓ	105
5.1	Os primórdios ou “marco zero” da destinação turística Maceió	105
5.2	Sobre políticas públicas e políticas de turismo de Maceió e de Alagoas	108
5.3	Políticas ambientais e cenários do meio ambiente	117
	Turismo e meio ambiente: uma contradição?	121
5.4	Identificação de fatos que inibem o crescimento do turismo local	123
5.5	Sobre desenvolvimento e desenvolvimento sustentável	131
5.6	A relação entre o turismo e o desenvolvimento sustentável local	135
5.7	Perspectivas do crescimento do turismo em Maceió nos próximos anos	140
5.8	O ciclo de vida da destinação turística Maceió	147
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	157
	REFERÊNCIAS	158
	APÊNDICE	165

INTRODUÇÃO

O turismo vem se desenvolvendo como uma das mais significativas atividades socioeconômicas do mundo contemporâneo (PEARCE, 2003, p.11). O conjunto das atividades que compõem o turismo atua como uma força indutora dos demais setores da economia, uma vez que essa atividade é formada por uma grande cadeia produtiva. Por exemplo, um estudo elaborado por Acerenza sobre a economia turística espanhola identificou 78 atividades que formam o setor (LEMOS, 2005, p. 29). "Se a Espanha passa por processo de desenvolvimento, isso se deve ao turismo", observa taxativamente o professor Manuel Figuerola Palomo (Instituto de Estudos Turísticos de Madri), e "a Itália e a França, depois da primeira guerra mundial se salvaram da bancarrota pelo turismo"(PALOMO, 2000).

Nas sociedades modernas, entende-se o turismo como um conjunto de diversas atividades econômicas interconectadas umas às outras, englobando diferentes tipos de atividades: transportes, hospedagem, alimentação, agenciamentos de viagens, práticas de lazer, dentre outras atividades mercadológicas que produzem riquezas e geram empregos. Apesar dos benefícios relacionados ao crescimento do turismo, frequentemente a sua expansão tem desencadeado também vários impactos negativos nas destinações (ARAÚJO; MOURA, 2007). Entretanto, diante da discussão crescente a respeito da noção de desenvolvimento sustentável, há hoje o entendimento de que o turismo pode contribuir significativamente – se bem planejado e gerenciado – para o enriquecimento cultural, para o bem-estar social e para o meio ambiente das comunidades anfitriãs.

Em 2008, dados do turismo em escala global indicam que cerca de 920 milhões de turistas circularam pelo mundo, gerando divisas internacionais de US\$ 5 trilhões (WTTC, 2009). Em 2006 houve demanda de 230 milhões de empregos diretos e indiretos (WTTC, 2007), o que contribuiu para a criação de ocupação e emprego, e leva a um aumento e certa distribuição de renda nas áreas que se tornam território da função turística.

A percepção das grandes possibilidades de desenvolvimento com base no turismo tem levado o governo de inúmeros países a investir de forma crescente em políticas públicas voltadas à busca pelo desenvolvimento com base nessa atividade. Esse é o caso do Brasil, que a partir da década de 1990 passou a criar políticas públicas federais voltadas à exploração das

possibilidades de crescimento com base no turismo (CRUZ, 2000; ARAUJO, 2009), o que demanda a realização de estudos em muitos campos do conhecimento, incluindo temas os mais variados, uma vez que o turismo é um fenômeno de interesse multidisciplinar.

Nas décadas de 1950-60, os estudos sobre turismo eram normalmente conduzidos com uma ênfase nos efeitos econômicos da atividade. O planejamento se voltava quase que exclusivamente à provisão de infraestruturas que eram criadas com o objetivo de atrair investimentos da iniciativa privada (GUNN, 1994). Entretanto, ao se observar os impactos que o turismo vinha causando em incontáveis destinações, principalmente nos países desenvolvidos, nos quais o turismo ganhou maior visibilidade primeiro, começou a ficar clara a necessidade de se entender as consequências do turismo nos lugares e destinações turísticas de forma mais ampla.

A partir dos anos de 1970, foram iniciadas as primeiras discussões mais circunstanciadas sobre as repercussões do turismo no meio ambiente, na cultura e no meio social. Na década de 1990 tais preocupações saem do âmbito acadêmico e chegam de forma semelhante aos meios empresariais (BENI, 2006). Os efeitos ambientais, culturais e sociais nas comunidades receptoras passam a ser enfatizados, com a necessidade de compreendê-los, acompanhá-los e avaliá-los continuamente.

Um dos principais problemas associados ao desenvolvimento com base no turismo é a existência de uma ênfase exagerada na sua dimensão econômica, sem considerar devidamente inúmeras consequências ou fatores que se situam além da dimensão meramente econômica. Assim, a valorização exagerada da dimensão econômica tem gerado uma inaceitável subvalorização nos campos do social, cultural e ambiental. Obviamente, em áreas deprimidas economicamente há uma tendência de se buscar alternativas de crescimento econômico rápido como forma de criar novas possibilidades de crescimento local e regional.

Entende-se como desenvolvimento econômico do turismo “o aumento contínuo do produto nacional, incorporando bens e serviços relacionados com a atividade turística, além da melhoria de qualidade de vida da população local, ao longo do tempo” (LAGE; MILONE, 2004, p. 78). Empiricamente, entretanto, há um favorecimento à dimensão econômica da atividade, negligenciando as dimensões associadas à melhoria da qualidade de vida da

população residente. Dessa forma, frequentemente os indicadores de crescimento econômico, em geral, e os de desenvolvimento, em particular, evoluem em sentidos diferentes.

O turismo é visto como um negócio em ascensão, podendo ocupar posição de destaque no desenvolvimento econômico de uma destinação turística. Porém, ao mesmo tempo, alerta-se sobre a necessidade de se pensar a atividade em longo prazo – o futuro – cotejando-o com a maneira como se vive nos dias atuais, com tantas desigualdades sociais. Assim, ressalta a importância de se analisar as perspectivas de desenvolvimento com base no turismo, levando-se em consideração esse tipo de problema (NICÁCIO apud BAHL, 2004). Nicácio (*op. cit*) comunga com outros pesquisadores (YÁZIGI, 1999), que afirmam que o turismo só será bom para o visitante de um lugar, se ele for bom também para o seu residente.

No que respeita à dimensão econômica, o Brasil vem passando por um momento favorável ao crescimento do turismo. Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 2010), em janeiro de 2010, o desembarque de turistas em vôos internacionais no país foi 12,31% maior que no mesmo período de 2009. Os estrangeiros gastaram no país, também em janeiro de 2010, US\$ 566 milhões – o que representa um aumento de 14,34% em comparação ao mesmo mês do ano anterior. Ainda segundo a Embratur, os empresários de Turismo estão otimistas em relação ao setor, para 2010. É o que indica a 6ª Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo (Pacet), uma iniciativa do Ministério do Turismo em parceria com a Fundação Getúlio Vargas. Foram ouvidas as 80 principais empresas de turismo do país, de nove segmentos diferentes, que respondem por um faturamento de R\$ 35 bilhões e empregam cerca de 85 mil profissionais em todos os estados brasileiros. No resultado consolidado (comparativamente a 2009) a expectativa do setor turístico é de um aumento de 14,6% no faturamento para 2010.

Em Alagoas, o turismo começou a assumir uma dimensão importante a partir da década de 1970, tendo inicialmente o município de Maceió como referência geográfica. Segundo Bastos (1998, p. 17),

Maceió, principalmente por sua beleza cênica, tem se revelado como cidade vocacionada para o turismo, constituindo-se efetivamente como pólo de desenvolvimento dessa atividade no início dos anos 70, quando incentivos institucionais viabilizaram a implantação de unidades hoteleiras importantes, principalmente o Hotel Jatiúca, em 1979. Um marketing institucional financiado pelo poder público e com apoio desses equipamentos instalados, promoveram consideravelmente a cidade, o que resultou em crescente incremento de visitantes,

pelo menos até 1986, quando problemas de instabilidade econômica e político-institucionais conduziram a uma acentuada queda no movimento turístico.

Como se pode verificar com base na transcrição acima, a década de 1970 é identificada como uma referência temporal relacionada à emergência de Maceió, e, por extensão, de Alagoas, como uma importante destinação turística na região Nordeste brasileira. Verifica-se de igual forma, referência ao fato de crises econômicas e político-institucional como fatores intervenientes e fatores incontrolláveis de forma negativa no comportamento dessa destinação.

Em 2005, foram inaugurados o novo aeroporto de Maceió (Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares) e o Centro Cultural e de Exposições de Maceió, o qual assume, até certo ponto, a função de Centro de Convenções. O governo, sob a ótica de que faltavam estes ícones, comemora como se fossem grandes soluções para atrair turistas. Obviamente que tais equipamentos farão com que haja algum incremento ao fluxo turístico, principalmente o Centro de Convenções. Nesse sentido, surge uma questão, no que diz respeito ao incremento da demanda turística de Alagoas e de Maceió: será suficiente para manter e atrair os turistas de convenções e negócios futuramente, tornando-os turistas de lazer? Dados da Setur indicam que o turismo de lazer, associado à natureza, compõe mais de 90% da demanda turística do estado.

Para que haja um melhor aproveitamento dos dois equipamentos mencionados acima, a presença do governo é fundamental. Entretanto, verificando os recursos disponibilizados pelo Estado, identifica-se um problema importante em relação ao nível de prioridade dada ao segmento pelo governo estadual: para o orçamento de Alagoas referente ao ano de 2010 (SEPLAN-AL, 2010), a receita destinada à Secretaria de Estado de Turismo e ao Fundo do Turismo foi de 0,18% do total de R\$ 5.739.556.280, significando R\$ 10.392.121. Obviamente que se deve considerar parte do orçamento de outras secretarias, como a de Infraestrutura, Meio Ambiente, Educação, Esporte e Lazer e outras afins, utilizados para itens que envolvem direta ou indiretamente o turismo. Ainda assim a parcela não deverá representar uma dimensão suficiente para iniciar a construção de um turismo que tenha maiores possibilidades de ter sustentabilidade.

A evolução de uma destinação turística ao longo do tempo é afetada, positiva e negativamente, por um conjunto de fatores, cada um dos quais desempenha um papel específico. Assim, embora problemas políticos, administrativos e institucionais desempenhem um importante papel, outros fatores podem intervir sobre como uma destinação evolui. Por exemplo, tratando-se especificamente da destinação Maceió, que recebe o maior número de turistas do estado – cerca de 1,2 milhões ao ano – verifica-se que a frequência destes turistas nas suas praias é mínima. Da praia da Avenida à praia de Ipióca, o público freqüentador constitui-se principalmente de moradores locais. Não importa se o local esteja próprio ou não para banho. É importante ressaltar que esse trecho do litoral alagoano apresenta problemas de balneabilidade. Frequentemente, os níveis de coliformes fecais nas praias localizadas ao longo desse setor encontram-se muito acima do estabelecido nas normas técnicas de gestão ambiental.

Grande número de turistas realiza um deslocamento diário em direção às praias localizadas ao sul ou ao norte do município de Maceió, alcançando desde Piaçabuçú, às margens do rio São Francisco, no extremo sul, até a destinação Maragogi, na divisa com o estado de Pernambuco, no extremo norte. Ao anoitecer, esses turistas retornam a Maceió onde pernoitam. A cidade de Maceió conta com um amplo e diversificado parque hoteleiro, que se encontra atualmente em franca expansão.

Essa dispersão diária do fluxo turístico de Maceió ao longo da zona costeira do estado e o seu retorno para o pernoite na capital do estado, permitem levantar a seguinte questão: seria esse fenômeno um indicativo contextual de que a cidade de Maceió apresenta algum tipo de problema ou de problemas que se constituiria em fator dispersor do turista durante o período do dia? Paradoxalmente, verifica-se que Maceió, que apresenta praias bonitas e convidativas, parece não conseguir manter o turista durante o dia nas praias urbanas da capital alagoana. Contraditoriamente, há uma exceção notável nesse sentido que é a visita à Piscina Natural da Pajuçara, corais localizados a 1.600 m dessa praia.

Diante da beleza natural da orla marítima de Maceió, parece que está se desperdiçando uma grande parte do potencial turístico da capital. O governo municipal vem desenvolvendo uma série de intervenções urbanísticas na orla marítima, envolvendo as praias de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca. Será que essas intervenções buscando o aperfeiçoamento estético e funcional trarão melhorias suficientes que venham a incentivar um maior fluxo de turistas?

Diante desse quadro contextual que influencia a demanda turística da cidade de Maceió, é importante que se estude como essa destinação vem evoluindo ao longo do tempo, identificando-se quais os fatores que têm preponderado na determinação do comportamento da destinação. Ao se considerar o turismo como um produto, este pode ser contextualizado de várias formas, incluindo a forma “Destinação”.

O surgimento e evolução de uma destinação turística podem ser explicados pelo modelo do Ciclo de Vida¹ da Área Turística. Esse modelo, criado por Butler (1980), sugere que um determinado lugar passa evolutivamente pelas fases de *Exploração, Envolvimento, Desenvolvimento, Consolidação, Estagnação e Declínio*. O modelo prevê que o declínio não é inevitável, podendo passar ao rejuvenescimento por meio de medidas variadas. Entretanto, diversos destinos turísticos entram em declínio por falta de planejamento adequado quando as visões da administração pública e privada estão voltadas para o imediatismo. O planejamento do turismo é um dos instrumentos que pode ser usado para se minimizar efeitos negativos e maximizar os positivos, provendo formas de evitar o declínio de destinos turísticos (SWARBROOKE, 2000).

O comportamento do ciclo de vida de uma área turística ou destinação pode ser influenciado por uma grande quantidade de fatores (BUTLER, 2006a), os quais influenciam de forma isolada ou em conjunto, como uma determinada destinação evolui. Dentre as muitas influências possíveis sobre o comportamento de uma destinação turística, podem ser citadas, como exemplo, as que se seguem: negligência do poder público frente a suas obrigações como gestor da socioeconomia; crises políticas, administrativas, institucionais e organizacionais; crises econômicas e financeiras; competição de outras destinações; problemas de degradação ambiental; violência.

Levando-se em consideração mudanças que vêm ocorrendo no mundo contemporâneo, pelas quais o modelo do crescimento a qualquer custo vem sendo questionado, abre espaço para o paradigma do desenvolvimento sustentável. Assim, o ciclo de vida de uma área turística pode ainda estar estritamente vinculado a uma política direcionada ao crescimento econômico ou pode incluir uma ênfase no paradigma do desenvolvimento, considerando outras dimensões, além da dimensão econômica. Incrementos econômicos num determinado

¹ O termo ciclo de vida foi originalmente criado por ADIZES, Ichac, em “Gerenciando o Ciclo de Vida nas Organizações”, São Paulo - Prentice-Hall, 1988.

local turístico podem ser conseguidos temporariamente com base na promoção do lugar, com um pouco de infraestrutura, meios de hospedagem, alimentação e transportes. Entretanto, o modelo de Butler permite que se levante a possibilidade de que um destino turístico, cuja promoção centra-se em uma visão reducionista, pode ter um ciclo de vida curto, podendo ser lançado em rápido declínio. Pode contribuir para esta situação a intenção do lucro a curto prazo como principal objetivo por parte da iniciativa privada, e apenas geração de renda e emprego por parte da gestão pública. Em casos assim, as demais e importantes dimensões que fazem parte de uma destinação turística são negligenciadas e, com frequência, os impactos negativos gerados levam à inviabilidade da destinação ou lugar turístico.

Assim, levando-se em consideração as peculiaridades mencionadas acima sobre a destinação turística Maceió, bem como a existência de múltiplos fatores que podem influenciar o comportamento evolutivo de uma destinação turística, identificou-se neste trabalho uma questão de pesquisa, norteadora do estudo aqui apresentado, a saber: quais os principais fatores influenciadores da evolução do ciclo de vida da destinação turística Maceió até os dias atuais? Com base nessa questão, o trabalho teve como objetivo geral analisar a evolução do ciclo de vida turístico da destinação Maceió.

Pesquisas recentes têm identificado que o crescimento do turismo na região Nordeste do Brasil tem ocorrido predominantemente de forma espontânea (ARAÚJO & MOURA, 2007, CORIOLANO & VASCONCELOS, 2007). Enquanto há um avanço sem precedentes na criação de políticas públicas de turismo no país (ARAÚJO, 2009), na prática, os executores de tais políticas, sobretudo o poder público estadual e municipal, têm descuidado de algumas dimensões do desenvolvimento turístico sustentável, priorizando a infraestrutura e o econômico. Frequentemente se perde a visão sobre o social, o cultural e o ambiental. Assim, é importante que destinações turísticas sejam analisadas de forma sistemática, no que concerne a seu comportamento evolutivo, buscando-se entender quais fatores influenciaram, e de que forma, a evolução da destinação. O conhecimento gerado com tais estudos é inestimável para que se pensem políticas corretivas que possam contribuir para o rejuvenescimento daquelas destinações que se apresentam em uma condição de declínio na sua demanda turística, ou que enfrentaram historicamente episódios de crescimento e de estagnação ao longo do tempo.

A dissertação apresenta a seguinte estrutura: o Capítulo 1 faz uma revisão de literatura sobre o turismo e sua relação com o meio ambiente, sustentabilidade e planejamento. O

capítulo 2 aborda aspectos teórico-conceituais relevantes para a pesquisa realizada. O Capítulo 3 apresenta a metodologia usada. O Capítulo 4 diz respeito a uma contextualização geral da destinação turística Maceió, com ênfase nos componentes contextuais relevantes para o presente trabalho. O Capítulo 5 apresenta os resultados da pesquisa e os analisa. Por fim, as considerações finais identificam os principais aspectos conclusivos do estudo.

1. TURISMO: MEIO AMBIENTE, SUSTENTABILIDADE E PLANEJAMENTO

1.1 Turismo e meio ambiente

O turismo é uma atividade socioeconômica que tem o fenômeno *lugar* como um dos seus elementos chave. Isso é importante porque conceitualmente o turismo envolve o deslocamento do indivíduo do seu lugar normal de residência e trabalho, para um outro lugar, temporariamente. Ou seja, é importante que a destinação turística escolhida por esse indivíduo contenha características diferentes do seu lugar de origem. Assim, é necessário que os planejadores e tomadores de decisão levem essa realidade em consideração. O lugar turístico como motivação contém uma identidade tal que o qualifica como algo a que aspiram conhecer as pessoas que fazem parte da demanda turística potencial.

Quando se pensa em um determinado lugar turístico, frequentemente os aspectos construídos tendem a se sobressair. Entretanto, é provavelmente a natureza o aspecto que definitivamente mais marca o lugar turístico. Para Yázigi (1999), a natureza é a marca mais estável do lugar, mesmo com a globalização. Por exemplo, qualquer lugar que se escolha para fins de análise terá como marca distintiva mais geral seu arcabouço físico-natural. O lugar será visto inicialmente como estando localizado em área montanhosa, planície, deserto, floresta úmida, área litorânea ou região nevada etc.

Em última instância, o lugar é formado pelo amálgama resultante da relação da dimensão cultural de uma sociedade com sua base material imediata, a natureza. Na realidade, é com base nessa relação que se configura o meio ambiente. Portanto, não é apenas a realidade calcada nas construções usuais, suportadas apenas na arquitetura, nos costumes e nas relações sociais, uma dimensão relativamente volátil. Conta igualmente a natureza, assim como nos dias atuais, as características que os lugares assumem.

Com o surgimento da questão ambiental, e com a conseqüente re-valorização da natureza (SANTOS, 1994), verifica-se que para o turismo, quanto mais natureza preservada, melhor para o lugar. Mais o lugar turístico é valorizado, chegando mesmo a ter um diferencial competitivo frente a destinações nas quais o meio ambiente é descuidado, como resultado da presença de grandes degradações das características naturais.

Muitas cidades nordestinas, identificadas por suas praias e paisagens litorâneas, necessitam de ações emergenciais para sua preservação e conservação ambiental. Em algumas dessas cidades, em tempos de chuva, a maioria das praias não apresenta condições de balneabilidade devido à poluição por esgoto doméstico sem tratamento. As praias possuem diversas ‘línguas negras’ (despejo de esgoto *in natura*). Atrelado a essa poluição dependente de solução pelo poder público, os freqüentadores das praias colaboram muito pouco para que elas permaneçam limpas. Faltam depósitos de lixo, consciência e educação da população local e visitante, gerando uma situação que transforma litorais de grande beleza física em áreas de risco para os residentes e visitantes.

A velocidade de ação da iniciativa privada, somada à lentidão do poder público, em uma situação de comportamento ambiental reativo (MAIMON, 1995), gera uma situação de incertezas e de profundos impactos socioambientais nas destinações. O prognóstico desse cenário se agrava quando se constata que muito da turistificação do espaço se dá por meio de crescimento turístico espontâneo, isto é, sem planejamento integrado (ARAUJO; MOURA, 2007).

Verifica-se que raramente existe um plano ou planejamento turístico contínuo por parte dos órgãos públicos, em praticamente qualquer lugar turístico nordestino. Além disso, o planejamento precisa ser integrado, em conjunto com atores que fazem parte da cadeia produtiva do turismo, uma abordagem que se encontra muito distante da realidade brasileira. Nesse contexto, interesses individuais e particulares normalmente se sobrepõem ao coletivo.

Com a redescoberta da natureza, resultante do surgimento da questão ambiental e da emergência da noção de desenvolvimento sustentável, as regiões intertropicais, detentoras de grandes estoques de natureza preservada, passaram a ser um dos alvos principais da demanda turística internacional. Passou a haver uma mobilização crescente de grandes volumes de capital para investimento em infraestruturas, atrativos e equipamentos turísticos. Normalmente, os investimentos ocorrem por meio de financiamentos obtidos de agências transnacionais, sob a retórica, assumida pelos governos locais e obviamente pela iniciativa privada (BURNS, 2002), da necessidade de se “desenvolver” essas áreas.

Por trás dessa retórica voltada para grandes investimentos em turismo, freqüentemente são desencadeadas ações de desenvolvimento turístico que dilapidam a natureza, degradam o meio ambiente e perturbam as comunidades locais, caracterizando uma situação que Cruz

(2000) denomina de “mito de desenvolvimento”. Na prática, ocorre o crescimento da economia, porém sem efeitos positivos significativos na qualidade de vida da população residente (ARAUJO; MOURA, 2007).

Pode-se exemplificar um pouco do “mito do desenvolvimento” no âmbito deste trabalho: o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) realizou convênio com o Governo Federal para alavancar o turismo nos estados da região Nordeste do Brasil, através do Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur/NE), denominado Prodetur/NE I. O município de Maceió foi contemplado com US\$ 22,399,000.00 com recursos do BID e o alocaria contrapartida no mesmo valor. O BID investiu um pouco mais – US\$ 22,558,000.00 –, mas Maceió aplicou valor bem menor em sua contrapartida, totalizando apenas US\$ 14,092,000.00. Diversos projetos foram identificados e realizados pelo Município, mas no que tange à conservação ambiental, no item saneamento, não houve qualquer valor aplicado, sendo o único participante do Prodetur/NE I a não investir nesse componente. Vale ressaltar, que em toda a região Nordeste, apenas o município de Maceió foi contemplado de forma direta com recursos do Programa. Apesar dessa oportunidade ímpar, o município deixou de investir em um dos seus principais problemas ambientais: as deficiências de saneamento, o que coloca em risco a vida da população residente e dos visitantes. Mais detalhes do PRODETUR/NE I encontram-se no Capítulo 4.

Em relação a essa situação ambientalmente crítica, os esforços advindos dos estudiosos, bem como alguma pressão colocada por entes privados e não-governamentais na realização de fóruns e encontros municipais e estaduais, ainda deverão prosperar muito, mas necessitam celeridade, a fim de minimizar os impactos sobre as destinações, sobretudo no aspecto ambiental, já que conforme pesquisas da Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas (Setur/AL), o turismo baseado nos atrativos naturais é o fator dominante por trás da motivação dos turistas que visitam Maceió, assim como o restante do estado de Alagoas.

Essa situação coloca os planejadores frente a um grande desafio, segundo o qual a deterioração do meio ambiente tende a ser um dos principais fatores que levam as destinações turísticas a perder competitividade e a declinar à medida que o seu ciclo de vida avança (BUTLER, 1980).

Um exame, mesmo breve, da literatura dessa área de estudo revela que a relação entre turismo e o meio ambiente é incontestável, uma vez que este último constitui a “matéria-

prima” da atividade. A deterioração das condições de vida nos grandes conglomerados urbanos faz com que um número cada vez maior de pessoas procure as regiões com belezas naturais. O contato com a natureza constitui, atualmente, uma das maiores motivações das viagens de lazer e as conseqüências do fluxo em massa de turistas para esses locais – extremamente sensíveis, tais como praias e montanhas – devem necessariamente ser avaliadas e seus efeitos negativos, evitados, antes que esse valioso patrimônio da humanidade se degrade irremediavelmente (RUSCHMANN, 2005).

Como meio ambiente entende-se “[...] a biosfera, isto é, as rochas, a água e o ar que envolvem a Terra, juntamente com os ecossistemas que eles mantêm” (HOLDER *apud* RUSCHMANN, 2005). Esses ecossistemas são constituídos de comunidades de indivíduos de diferentes populações (bióticos), que vivem numa área juntamente com seu meio não-vivente (abiótico) e se caracterizam por suas inter-relações, sejam elas simples ou mais complexas. Além dessas características físicas e bióticas, faz parte do meio ambiente também o espaço construído pela atividade humana.

Segundo Ruschmann, o meio ambiente é a base econômica da atividade turística e apresenta oportunidades e limitações. O caráter finito da qualidade dos recursos em ambientes naturais e os custos dos benefícios do desenvolvimento turístico para as populações e seu meio, trazem à tona uma série de conflitos que necessitam ser resolvidos. Um dos mais marcantes ocorre como conseqüência dos efeitos econômicos da atividade, em que os interesses individuais de curto prazo dos empresários se chocam com os de longo prazo dos poderes públicos. A perpetuação da atratividade dos recursos turísticos é, portanto, a base do desenvolvimento sustentável do turismo (Globe’90 *apud* RUSCHMANN, 2005)

Um fato agravante nesse contexto, no âmbito da região Nordeste brasileira, é que o turismo é tido como um dos principais fatores econômicos. Entretanto, um turismo centrado quase que exclusivamente na natureza, através de fluxos de massa e sem o devido planejamento, permite que se levante a questão se há base suficiente para a atividade se desenvolver de forma sustentável nessa região.

Para Valls (2006), os recursos naturais e patrimoniais encontram-se no ponto de partida de toda atividade turística, constituem a origem da razão de ser das experiências e, por isso, são a matéria-prima, assim como cita Ruschmann (2005), tanto para o setor quanto para os turistas, pois:

Proporcionam os elementos indispensáveis para que, uma vez combinados e convenientemente complementados os recursos, os produtos turísticos se estruturam de forma competitiva a partir de sua autenticidade;

Desencadeiam a decisão de compra do destino pelos turistas;

Fixam os traços de personalidade e diferenciação.

Valls (*op. cit.*), afirma ainda que sem esses tipos de recursos não pode existir atividade turística, nem fluxo turístico, nem efeito multiplicador nem difusor: são os recursos naturais e patrimoniais que resgatam os destinos do não-ser turístico. Em conseqüência, sua manutenção e sua conservação, por um lado, encadeiam-se em cada um dos momentos do ciclo de vida do destino turístico com ânimo e continuidade e, por outro, passam a fazer parte desse gênero de bens de serviços públicos, cujo planejamento e uso pertencem à comunidade. Nesse sentido, mesmo se tratando de um recurso ou negócio pertencente ao setor privado, nunca lhe competirá o planejamento exclusivamente. Sua estratégia e uso deverão ser decididos a partir de parâmetros de consenso entre o setor público e o privado, seja qual for a fórmula concreta de exploração e a pessoa ou organismo que a gerencie.

Verifica-se a importância de um ente público encontrar-se à frente de um processo, onde o turismo traz, pelo menos, grandes benefícios econômicos ao município. Sendo que este ente público deverá observar de forma sistêmica tal atividade, vislumbrando a necessidade de interação com outros entes também públicos, para que se obtenha uma linha de ação com projeção contínua na atividade turística. Naturalmente que as ações devem estar alinhadas aos objetivos privados da exploração racional do turismo. Em última instância, o turismo precisa ser visto e planejado de forma integrada (INSKEEP, 1991). Uma atuação fragmentada, exercida por apenas um grupo de atores, tende a repercutir de forma negativa no âmbito de uma destinação turística.

Voltando à discussão da temática ambiental, é importante ressaltar a observação de Santos (2002) de que “ambiente e turismo formam uma relação tensa”. Confirmando isto, Diegues (2001) cita as diversas linhas que surgiram de defesas do ambiente, como os *wilderness* – que consideram que qualquer forma de sociedade deve estar fora de parques e áreas naturais; a teoria dos ecossistemas – que também tem tendência a considerar os seres humanos como exteriores ao sistema; os ecologistas preservacionistas – que pensam sobre a preservação da natureza independentemente da contribuição que possa trazer aos seres humanos; a biologia da conservação – outra visão preservacionista que tem como

preocupação central a biodiversidade e que associa a ciência à gestão e manejo das áreas naturais.

Beni (2006) argumenta que para o turismo, o ambiente pode ser compreendido primeiramente como atrativo – as belezas cênicas de áreas naturais, os diversos componentes dos ecossistemas devidamente interpretados, a qualidade do ar, o silêncio e o contato com a natureza, fazem parte de muitos produtos turísticos. No entanto, o meio ambiente pode ser visto como o elemento que recebe as resultantes dos usos dos atrativos, serviços e de outras atividades relacionadas ao turismo.

Com aumento populacional, avanços na tecnologia, expansão da globalização e do capitalismo, e ainda a busca por melhores condições de vida, o turismo passa a exercer um forte impacto sobre os recursos naturais. Isto leva, por volta do final da década de 1960 e início da de 1970, cientistas, intelectuais, governantes, membros de organismos internacionais, entre outros, à conclusão da impossibilidade de atendimento da demanda, pela simples razão de que os recursos naturais, não sendo renováveis, poderiam condenar o ser humano ao desaparecimento, observados não só aspectos turísticos, mas as condições objetivas do planeta como um todo (DIAS, 2003a).

Ainda conforme Dias, com o crescimento da crise ambiental e o aumento da consciência ecológica das pessoas, tanto dos países desenvolvidos como daqueles em desenvolvimento, o turismo no final da década de 1980, vê surgir uma demanda por um tipo alternativo ao até então predominante turismo de "sol e praia". O novo tipo é resultado de urna mudança de valores e hábitos, em que as pessoas buscam melhorar sua qualidade de vida, o que inclui a procura por ambientes saudáveis emoldurados por natureza exuberante, e com alto grau de conservação.

De modo geral, o surgimento dessas novas formas de fazer turismo foi favorecido por uma série de circunstâncias, das quais destacam-se: a) o aumento da consciência da necessidade de preservação dos recursos naturais; b) a necessidade psicológica das pessoas de encontrarem alternativas de lazer diferentes das praticadas nos grandes centros urbanos; c) maior aproximação de formas simples de vida em contraposição à complexidade da vida moderna nos grandes centros urbanos; d) busca de melhor qualidade de vida, que se traduz em maior interação com a natureza.

Uma das conseqüências lógicas desse estado de coisas é que nos dias atuais o turista está cada vez mais exigente com a qualidade ambiental da localidade turística visitada. Em primeiro lugar, sua cultura ambiental é maior e existe um segmento importante da população em visita às áreas naturais que pensa que esses atrativos devem ser preservados. Em segundo lugar, o incremento da oferta turística mudou o meio ambiente: o turista não se encontra naquele pequeno lugar cheio de singularidades autóctones que lhe chamavam a atenção. Atualmente, ele chega a uma avenida de cimento, e caminha rodeado de compatriotas seus que comem e comportam-se de modo totalmente padronizado. Em terceiro lugar, cada vez mais turistas perguntam-se a cada ano que passa por que são tão acessíveis suas férias e, muito mais importante, cada vez mais a população anfitriã faz-se a mesma pergunta. Por último, esse conjunto de fatores levou algumas zonas turísticas a iniciar um declínio econômico e a repensar o modelo de desenvolvimento (FULLANA; AYUSO, 2002). A demanda por esse novo tipo de turismo é maior nos grupos sociais identificados com as camadas médias urbanas mais intelectualizadas, que são mais sensíveis às repercussões dos impactos do turismo tradicional no meio ambiente.

Com relação à dilapidação dos recursos da natureza, OURIQUES (2005, p. 94) argumenta que:

progresso, modernização e industrialização, em determinadas regiões do mundo, relacionam-se a um ganho em termos de ordem, a que corresponde, entretanto, o aumento material e energético da desordem, do caos em outras regiões do mundo. De uma maneira trágica, a exploração privada dos bens comuns globais não conduz ao aumento da prosperidade, mas à destruição dos recursos da natureza e, por esta via, à destruição da base vital da humanidade.

Há uma relação de dependência do turismo com o espaço geográfico, na medida em que o setor não só se utiliza, mas também se apropria dos ambientes naturais para transformá-los em espaços de práticas de lazer e de consumo dos visitantes. Isso ocorre, sobretudo porque a natureza é a base para o desenvolvimento turístico de qualquer destino, devido à constante busca dos visitantes pelas paisagens, cultura, patrimônio histórico e tudo que faz parte dos ambientes, dos lugares e territórios que a atividade turística se apropria (CORIOLANO, 2005).

A atividade turística possui uma relação paradoxal com os recursos naturais, podendo tanto favorecê-lo quanto prejudicá-lo. Pode contribuir para o processo de valorização de áreas naturais, principalmente porque o segmento atrai a participação da iniciativa privada (gerando

investimentos na área) e da iniciativa pública (melhorando os serviços públicos locais, através do planejamento e inserção de medidas de monitoramento dos espaços). Isso possibilita uma ampliação de atrações turísticas, equipamentos turísticos (hotéis, pousadas, restaurantes), serviços turísticos (passeios, trilhas ecológicas, mergulho, esportes náuticos) e serviços públicos (novas vias de acesso, melhoria da infraestrutura de segurança, saúde, saneamento, limpeza e iluminação pública).

Entretanto, verifica-se que o mesmo desenvolvimento anteriormente citado poderá ser o mesmo que possibilitará o aumento de prejuízos ambientais para as localidades, devido aos impactos negativos causados pela atividade. Como afirma Coriolano (1998),

Os lugares turísticos mais atrativos e organizados, mais trabalhados pelos meios de comunicação de massa conseguem mobilizar maiores fluxos de turistas e de capitais, mas, por outro lado, são os que ficam mais vulneráveis aos grandes impactos.

Em relação ao turismo litorâneo, o aumento do fluxo de pessoas nestas localidades tem provocado o aumento das possibilidades de degradação, uma vez que a atividade turística não se estabelece devidamente acompanhada de um programa de educação ambiental que demonstre aos visitantes a importância de se preservar o espaço freqüentado (FONTELES, 2004). Dentre as várias estratégias que podem ser adotadas para a gestão ambiental das destinações turísticas, a educação ambiental é uma que vem sendo amplamente utilizada em grande número de países.

Entretanto, nas regiões litorâneas, ainda conforme Fonteles (*op. cit.*), a preocupação com o ambientalismo ainda é incipiente e, em vários casos, a questão é tratada com uma certa desatenção. Nas áreas com potencial turístico a situação tende a se agravar, ocasionando várias alterações no cotidiano dos moradores, geralmente acompanhadas de problemas com a especulação imobiliária. Essa é uma atividade que se constitui em uma das maiores responsáveis pela degradação das características físicas das destinações turísticas, favorecida pela cumplicidade e/ou omissão do poder público, ignorando a existência das populações tradicionais, ocupantes legítimas do território. A despeito dos impactos negativos, ao mesmo tempo o turismo apresenta alguns aspectos positivos (Quadro 1).

Quadro 1 – Os impactos físicos negativos e positivos do turismo nas destinações turísticas

Negativos	Positivos
<ul style="list-style-type: none"> * Causa erosão nos espaços naturais, pela construção de aeroportos, marinas, complexos turísticos e assim por diante. * As pressões do superdesenvolvimento e do número excessivo de turistas desgasta e danifica os frágeis ambientes naturais e construídos — desde estações de esqui nos Alpes, até recifes de coral, passando por catedrais e cidades de herança cultural, como Veneza * Produz congestionamento e superlotação que levam à perda de habitats da vida selvagem e causam danos aos ecossistemas. * Gera lixo, esgoto, emissões de ruído e uso de produtos químicos e poluentes para a manutenção das paisagens, dos campos de golfe, das lavanderias e do transporte dos turistas * Causa a desagradável uniformidade dos edifícios e da paisagem urbana, sem respeito pela integridade arquitetônica, nem pelos estilos tradicionais ainda existentes. * Desvia recursos naturais locais, como a água e a terra, para empreendimentos turísticos que colocam os residentes locais em desvantagem 	<ul style="list-style-type: none"> * Oferece uma justificativa a longo prazo pela proteção, preservação e intensificação dos recursos naturais e construídos, inclusive a proteção da biodiversidade. * Dá acesso aos recursos ambientais seguindo padrões de qualidade reconhecidos internacionalmente. * Estimula a melhoria da qualidade do meio ambiente físico disponível para os residentes. * Proporciona uma justificativa econômica e meios para a regeneração do meio ambiente deteriorado ou em desuso, com base em heranças culturais, como portos do século XIX, ferrovias, depósitos e locais de antigas fábricas, que não têm mais valor econômico.

Fonte Middleton and Hawkins (*apud* Swarbrooke, 2000) – adaptado.

Portanto, fica claro que o desenvolvimento com base no turismo envolve necessariamente um conjunto de impactos ambientais negativos, mas, ao mesmo tempo, a possibilidade de se auferirem também benefícios para os lugares que se transformam em destinações turísticas. Assim, é necessário que as destinações sejam planejadas, evitando-se que o turismo ocorra de forma espontânea, uma situação que tende a causar grandes impactos ambientais.

1.2 Turismo e desenvolvimento sustentável

Conforme citado anteriormente, não há dúvidas da importância econômica e financeira do turismo. Observa-se também que um avanço nesses setores são necessários mas não suficientes para transformar determinado destino turístico em um *resort*² que proporcione

² O *resort* pode ser entendido como região em dinâmica ou transformação. O conceito de *resort turístico* em Geografia do Turismo significa uma *área, zona* ou *região* geográfica – e não exclusivamente uma unidade hoteleira (BARROS, 2005, p. 244)

amplios benefícios para o maior nível possível de agentes envolvidos de forma direta e indireta com o turismo. É condição *sine qua non* que os benefícios se apliquem a um amplo espectro de variáveis ou dimensões que fazem parte de uma destinação turística. Ou seja, o turismo precisa beneficiar o ambiente físico-natural, o espaço construído, o meio ambiente, a cultura, a sociedade, etc. Em outras palavras, o crescimento do turismo precisa levar em consideração todas as dimensões do desenvolvimento sustentável.

As discussões acerca da sustentabilidade são inúmeras, com a noção de desenvolvimento sustentável sendo conceptualizada de várias maneiras. Entretanto, existem aspectos sobre o tema em que geralmente há consenso, e que serão descritos adiante.

Conforme Castro (1996), foi nos debates da Conferência de Estocolmo³ em 1972 que surgiram dois novos conceitos, com o propósito de dar conta de uma nova problemática, a saber: Como conciliar desenvolvimento econômico e meio ambiente? Cita ainda que o primeiro conceito a surgir foi o de ecodesenvolvimento, defendido por Ignacy Sachs, que faz uma dura crítica dos modelos comerciais e, também, da idéia de crescimento zero defendida pelo Clube de Roma⁴. A partir da denúncia dos desvios e equívocos desses pontos de vista, o desenvolvimento é mantido como objetivo, aspiração e mesmo como um direito de todas as sociedades do planeta.

Basicamente, o Clube de Roma, após realizar uma projeção para cem anos, desconsiderando avanços tecnológicos e a possibilidade de descoberta de novos materiais, apontou que, para atingir a estabilidade econômica e respeitar a finitude dos recursos naturais, seria necessário congelar o crescimento da população global e do capital industrial (GODOY, 2007).

³ O ponto culminante do movimento ambientalista foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, realizada em Estocolmo, em 1972

⁴ Em 1968, constituiu-se o Clube de Roma, composto por cientistas, industriais e políticos, que tinha como objetivo discutir e analisar os limites do crescimento econômico levando em conta o uso crescente dos recursos naturais. Detectaram que os maiores problemas eram: industrialização acelerada, rápido crescimento demográfico, escassez de alimentos, esgotamento de recursos não renováveis, deterioração do meio ambiente. Tinham uma visão ecocêntrica e definiam que o grande problema estava na pressão da população sobre o meio ambiente. [...] A tese do Crescimento Zero era um ataque direto às teorias de crescimento econômico contínuo propaladas pelas teorias econômicas

Assim, advoga-se uma concepção de desenvolvimento em que este deve atender ao objetivo de eficácia econômica, representadas pelo aumento de riqueza, simultaneamente com os requisitos de ordem ecológica, social, cultural e espacial.

Para Sachs (1986):

O ecodesenvolvimento é um caminho promissor tanto para países ricos como para países pobres. Para estes mais do que nunca, a alternativa se coloca em termos de projetos de civilização originais ou de não-desenvolvimento, não mais parecendo possível nem, sobretudo, desejável a repetição do caminho percorrido pelos países industrializados.

Um segundo conceito, contraposto ao primeiro – ecodesenvolvimento –, começou a tomar corpo no encerramento da reunião de Cocoyoc no México em 1974. Contestando a teoria do ecodesenvolvimento, a assembléia de Cocoyoc, em seu encerramento, declara que “os enormes contrastes no consumo per capita entre minoria rica e a minoria pobre têm um efeito muito maior do que seus números relativos sobre o uso e esgotamento dos recursos” (McCORMICK, 1991). Ou seja, parecia ser necessário se pensar em uma forma mais abrangente de levar em consideração, ao mesmo tempo, o crescimento da economia, a redução dos impactos humanos sobre o planeta e criar novas possibilidades de desenvolvimento para as pessoas.

Foi a partir daí que passou a tomar forma o conceito de “desenvolvimento sustentável”. Nos anos de 1980, a noção de desenvolvimento sustentável suplantou o conceito de ecodesenvolvimento, que passou a ser discutido em praticamente todos os quadrantes geográficos do planeta. Desde então, o termo “desenvolvimento sustentável” passou a ser adotado como expressão oficial nos documentos emanados de organizações como a Organização das Nações Unidas (ONU), a União Internacional para a Conservação da Natureza (UICN) e o Fundo Mundial para a Natureza (WWF). Duas razões principais fortaleceram esse conceito. A primeira é que, por ser uma expressão mais neutra axiologicamente, pode ser incorporada tanto em propostas liberais como de esquerda. A segunda é que, por exprimir uma economia maior com o funcionamento dos ecossistemas naturais, tornou-se atrativa para os ambientalistas.

Mas foi em 1987, com o relatório: “Nosso futuro comum” que a expressão desenvolvimento sustentável foi consagrada com sua definição clássica: “Desenvolvimento

sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades” (BRUNDTLAND, 1991)⁵.

Relacionado ao turismo, o desenvolvimento sustentável deve considerar a

gestão de todos os ambientes, os recursos e as comunidades receptoras, de modo a atender às necessidades econômicas, sociais, vivenciais e estéticas, enquanto a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais e a diversidade biológica dos meios humano e ambiental são mantidos através dos tempos (Globe’90 *apud* RUSCHMANN, 2005)

Há uma diversidade de definições do que seja o desenvolvimento turístico sustentável, e estas adotam a forma de um conjunto, geralmente numeroso, de princípios que respeitam a complexidade do conceito mas que dificultam sua sensível e correta compreensão, sobretudo por parte dos que atuam no âmbito do turismo. Essa circunstância coloca em risco o papel a ser desempenhado pelos agentes turísticos na implantação dos princípios do desenvolvimento sustentável, pois a falta de precisão pode levar a seu uso meramente retórico (DIAS, 2003a).

Dias (*op cit*) ainda menciona que, dada a importância desses princípios, por oferecerem suporte à maioria das ações e a várias iniciativas a serem implementadas na indústria do turismo, em termos operacionais, na Inglaterra, uma Força-Tarefa de Turismo e Meio Ambiente (Tourism and Environment Task Force) identificou e relacionou aqueles considerados mais importantes (English Tourist Board *apud* YOUELL, 2002). Os princípios do turismo sustentável identificados pelo grupo são os seguintes:

O meio ambiente tem um valor intrínseco que é mais importante que seu valor como ativo turístico. O usufruto do meio ambiente por gerações futuras e sua sobrevivência a longo prazo não podem ser prejudicados por deliberações de curto prazo;

O turismo deve ser reconhecido como uma atividade positiva com potencial para beneficiar a comunidade e a própria atração e seus visitantes;

O relacionamento entre turismo e meio ambiente deve ser gerenciado de forma que o meio ambiente seja sustentável a longo prazo. Não se pode permitir que o turismo desperdice recursos, impeça que esses recursos sejam desfrutados no futuro ou gere impactos inaceitáveis;

As atividades e os avanços turísticos devem respeitar o tamanho, natureza e a personalidade do lugar do qual estão fazendo parte;

⁵ Em sua versão dessa mesma definição, a UICN define desenvolvimento sustentável como “processo de mudança no qual a exploração dos recursos, o direcionamento dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais se dirigem à satisfação das necessidades das gerações presentes sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras satisfazerem as suas” (*apud* DIEGUES, 1989, p. 34).

Seja qual for o lugar, é necessário buscar harmonia entre as necessidades dos visitantes, do lugar e da comunidade local;

Em um mundo dinâmico, algumas mudanças são inevitáveis e a mudança em geral pode ser benéfica. A adaptação à mudança, entretanto, não deve sacrificar nenhum desses princípios;

A indústria do turismo, os órgãos locais e as organizações ambientais, todos, têm o dever de respeitar esses princípios e de trabalhar em conjunto para que eles se tornem efetivos.

Nessa mesma linha de raciocínio, Bramwell e Lane (1993), afirmam que, a despeito das controvérsias existentes em torno do conceito em questão, existem alguns aspectos ligados à noção de sustentabilidade sobre os quais geralmente há consenso: em geral, quatro princípios básicos parecem cruciais para o conceito de sustentabilidade:

- 1) a idéia de planejamento holístico e a formulação de estratégias;
- 2) a importância de se manter processos ecológicos essenciais;
- 3) a necessidade de se manter a herança cultural e a biodiversidade;
- 4) o requerimento chave: desenvolver de tal forma que a produtividade seja duradoura a longo prazo para as gerações futuras.

Para Butler (2002), como ocorre com qualquer processo relacionado ao desenvolvimento, a conquista do objetivo com sucesso depende de uma variedade de fatores. No contexto de integração e sua inclusão em planejamento, existem diversos temas chamados de questões políticas que precisam ser levados em consideração. A integração do desenvolvimento do turismo implica, inevitavelmente, o fato de que o turismo está sendo acrescentado a um conjunto de uma ou mais atividades e processos existentes no destino específico. Os inter-relacionamentos dentro desse conjunto de atividades e processos, e os inter-relacionamentos potenciais entre eles e o turismo, são de importância capital.

Ainda segundo Butler (*op. cit.*), os planejadores precisam estabelecer prioridades, exercer controle sobre o processo de desenvolvimento, usar escalas adequadas, prestar atenção ao estágio ou velocidade do desenvolvimento da destinação e analisar se o turismo está se desenvolvendo mantendo a harmonia ou se está gerando conflito nas comunidades envolvidas.

Essas proposições, associadas ao planejamento do turismo sustentável, normalmente não são levadas em consideração no planejamento turístico de muitas destinações na zona

costeira nordestina, inclusive nas capitais de estado. Tem predominado uma rápida expansão, o que vem resultando em um tipo de turistificação que causa profundos impactos ambientais nas destinações envolvidas.

Por seu lado, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-SP) elenca seis aspectos que precisam ser considerados para que o turismo se desenvolva de forma sustentável:

- **Planejamento:** Planos e Projetos de Locais e Regionais de Turismo elaborados e implementados com a efetiva participação das lideranças e comunidades locais. Planos e projetos devem conduzir indiscutivelmente para a Captação, Consolidação e Qualidade na Recepção de Fluxos Turísticos.
- **Parceria:** os resultados advindos da produção turística local podem ser maximizados por meio de parcerias, entre a iniciativa privada, administração pública e instituições do terceiro setor.
- **Autonomia:** a Localidade Turística deve adquirir autonomia conceitual e operacional suficientes para auto gerir seus negócios de turismo de forma sustentável.
- **Utilização de Recursos:** fomentar e propiciar a destinação econômica dos recursos naturais e culturais passíveis de aproveitamento turístico, adequando-os em produtos turísticos atrativos, de forma a dar sustentabilidade aos produtos turísticos complementares (hospedagem, alimentação e serviços).
- **Geração de Oportunidades:** por meio dos produtos turísticos atrativos e complementares consolidar oportunidades regulares e não sazonais de trabalho e renda prioritariamente para os habitantes da localidade em foco.
- **Negócio Coletivo:** os negócios gerados pela atividade turística não podem ser entendidos individualmente, pois buscam o mesmo cliente e juntos constituem a Unidade de Produção turística de uma determinada localidade ou região.

A Organização Mundial do Turismo (OMT), com base no Relatório Brundtland, expande o conceito de desenvolvimento turístico sustentável como aquele que

atende às necessidades dos turistas atuais e das regiões receptoras e ao mesmo tempo protege e fomenta as oportunidades para o turismo futuro. Concebe-se como um caminho para a gestão de todos os recursos de forma que possam satisfazer-se as necessidades econômicas, sociais e estéticas, respeitando ao mesmo tempo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas que sustentam a vida (OMT, 1993).

Nos marcos dessa declaração, a OMT amplia os princípios do desenvolvimento turístico sustentável à conservação dos recursos naturais, históricos e culturais, à necessidade de adequado planejamento e gestão da atividade, à satisfação da demanda e à ampla distribuição dos benefícios do turismo para toda a sociedade. Ou seja, caso o governo e grandes grupos econômicos que desenvolvem ações relacionadas ao desenvolvimento turístico não se prendam unicamente à retórica, e queiram efetivamente fomentar e desenvolver um turismo nos moldes da sustentabilidade, o desafio será muito grande. Certamente, a forma pela qual os destinos turísticos localizados no litoral nordestino do Brasil não pode ser considerada sustentável.

No mesmo documento, a OMT (1993) considera a necessidade de uma ampla participação ao afirmar que

o turismo sustentável não pode funcionar unicamente à base de imposições da administração pública; é preciso, também, que o setor turístico privado aceite esse conceito e coopere em sua execução, assim como as comunidades locais e os turistas que devem prestar sua colaboração ao processo.

A população residente exerce importante papel nos processos de gestão dos destinos turísticos, além de participar ativamente nas decisões que a afetam; deve decidir que tipo de turismo deseja que se desenvolva em seu espaço, pois terá que assumir compromissos e ações decorrentes dessa escolha (DIAS, 2003a).

Um dos entendimentos centrais ao conceito de desenvolvimento sustentável é que a população, comunidades e organizações que sofrerão as conseqüências do desenvolvimento turístico, bem como os seus benefícios, precisam ser ouvidas antes que planos de desenvolvimento turístico sejam aprovados. Normalmente, não se aceita mais a abordagem prevalecente de planejamento do turismo até recentemente, através da qual as decisões são tomadas por especialistas e são implantadas nas áreas que são alvo das políticas de desenvolvimento turístico.

O Ministério do Turismo Brasileiro (EMBRATUR, 2008) cita que a partir da Conferência do Rio (Eco-92), o conceito de desenvolvimento sustentável é enriquecido com novas reflexões e vai se firmando a noção de sustentabilidade ampliada e de sustentabilidade como um processo. A primeira promove a integração da Agenda Ambiental com a Agenda Social, enunciando a indissociabilidade entre os fatores sociais e os ambientais - apresenta a

necessidade de se tratar, concomitantemente, os problemas ambientais com aqueles relacionados à pobreza. A segunda proclama que a sustentabilidade não é um estado permanente, mas um processo que deve passar por revisões e adaptações impostas pelas respostas, dentro de uma visão sistêmica dos fenômenos que a envolvem.

Sintetizando, o conceito de desenvolvimento sustentável promove: a) a ampliação da visão de desenvolvimento: quando o define como mais do que o crescimento econômico; b) a permanência do desenvolvimento: quando insere a preocupação com as futuras gerações; c) a extensão do desenvolvimento: quando o apresenta como necessário em todos os países (implicações planetárias do desenvolvimento); d) um processo de mudança para o desenvolvimento: quando indica a necessidade de reorientação de uso dos recursos naturais, da tecnologia, dos investimentos, das leis e das instituições, e a adoção de novos valores pela sociedade.

Dias (2003a) relaciona os indicadores-chave fundamentais elaborados pela OMT (1996) para se obter a sustentabilidade do destino turístico e indica medidas específicas que devem ser tomadas nos diversos casos (Quadro 2).

Quadro 2 - Indicadores-chave de sustentabilidade do turismo

Indicador	Medidas específicas
1. Proteção do lugar	Categoria de proteção do lugar segundo o índice da UICN ⁶
2. Pressão	Número de turistas que visitam o lugar (por ano/mês de afluência máxima)
3. Intensidade do uso	Intensidade do uso na alta temporada (número de pessoas por hectare)
4. Impacto social	Relação entre turistas e residentes (na alta temporada e através do tempo)
5. Controle de desenvolvimento	Existência de procedimento de revisão ambiental ou controles formais do desenvolvimento do lugar e densidade de uso
6. Gestão de resíduos	Porcentagem de águas residuais do lugar que recebe tratamento (entre outros indicadores adicionais, podem-se incluir os limites estruturais da capacidade de infraestrutura do lugar, como abastecimento de água)
7. Processo de planificação	Existência de plano metódico organizado para a região de destino turístico (com inclusão dos componentes turísticos)
8. Ecossistemas críticos	Número de espécies raras/em perigo
9. Satisfação do turista	Nível de satisfação dos visitantes (baseado em entrevistas)
10. Satisfação da população local	Nível de satisfação da população local (baseado em entrevistas)

⁶ União Internacional para a Proteção da Natureza e seus recursos.

Quadro 2 ... (continuação)

Indicadores compostos	
A. Capacidade de carga	Medida para fins de alarme antecipado, relativa aos fatores-chaves que afetam a capacidade do lugar para suportar diferentes níveis de turismo.
B. Pressão sobre o lugar	Medida dos níveis de impacto sobre o lugar (seus atributos naturais e culturais devido ao turismo e outras pressões acumulativas do setor)
C. Atração	Avaliação qualitativa dos atributos do lugar que o tornam atrativo para o turismo e que podem mudar com o tempo

Os índices compostos contêm majoritariamente variáveis específicas do enclave. Como consequência, a seleção e a avaliação dos indicadores que compõem estes índices requerem o deslocamento para o lugar de um observador devidamente formado e com experiência. No futuro, com base na experiência na preparação de indicadores compostos para lugares específicos, talvez seja possível obter esses índices de forma mais sistemática.

Fonte: Lo que todo gestor turístico deve saber: guia práctica para El desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible (OMT, 1996)

Diante desses indicadores-chave para se alcançar e avaliar a sustentabilidade do desenvolvimento turístico, elaborados pela própria organização normatizadora maior do turismo em escala mundial, cabe levantar a questão sobre até que ponto as destinações turísticas localizadas na zona costeira do Nordeste do Brasil, têm levado em consideração tais indicadores. De uma forma geral, e levando-se em consideração a característica predominantemente espontânea do crescimento do turismo nessa região, pode-se sugerir que os indicadores em questão têm sido negligenciados.

Para atingir a sustentabilidade de um destino turístico, é necessário esforço integrado dos diversos atores e agentes do processo, tais como residentes, turistas, governantes, empresários e operadores, dentre muitos outros. Esses atores e agentes precisam integrar os recursos naturais e culturais num processo de planejamento que estabeleça um desenvolvimento gradual e permanente, que seja diferente do modelo de desenvolvimento tradicional, que sacrifica o futuro, privilegiando os ganhos econômicos e financeiros imediatos e sobre uma base tecnológica prejudicial ao meio ambiente. Ou seja, é necessário que se adote um planejamento turístico comprometido com a conservação ambiental, com a viabilidade econômica e que seja equitativo do ponto de vista social.

Frequentemente, a noção de desenvolvimento sustentável no turismo está associada ao chamado turismo brando, geralmente de pequena escala. Entretanto, a

concepção de desenvolvimento turístico sustentável não considera o turismo de massas como uma realidade irreconciliável, no que tange à busca por um tipo de desenvolvimento que leva as variáveis da sustentabilidade em consideração. Na realidade, os princípios de sustentabilidade devem estar associados ao objetivo principal de qualquer espaço ou produto turístico, em qualquer de seus estágios evolutivos, e não circunscrever-se exclusivamente às manifestações supostamente alternativas como o ecoturismo e o turismo rural, dentre outras tipologias consideradas alternativas ao turismo de massa. Toda e qualquer iniciativa de planejamento turístico precisa incluir a questão da sustentabilidade como parte intrínseca da abordagem usada.

Turismo, com sustentabilidade, ainda é uma realidade distante, não só na região Nordeste, mas no Brasil em geral e em muitos países com vocação turística. Observar o turismo como um amplo sistema, pensar no local turístico ao longo de 15, 30, 100 anos, ainda não faz parte do planejamento turístico. A sociedade, o governo, e o *trade* turístico estão iniciando uma visão de mais longo prazo há pouco mais de 30 anos. Obter ganhos financeiros, mas atentar sobre as dimensões ambiental, social e cultural é uma estratégia imprescindível para desenvolvimento dos lugares turísticos e das pessoas.

Para Bramwell (1998, p. 375), há uma crescente conscientização de que a economia de mercado por si só não produzirá um turismo sustentável e que algumas intervenções governamentais são necessárias. As autoridades públicas dispõem de um painel variado de instrumentos para viabilizar a política do turismo sustentável. Dentre tais instrumentos, podem ser observados:

zoneamento para controlar o desenvolvimento do turismo ou para limitar o acesso de turistas a áreas sensíveis; disseminação de códigos de conduta de turismo para encorajar um comportamento apropriado; imposição de taxas ao uso de energia e de serviços de tratamento de lixo para incitar as empresas de turismo a economizar recursos escassos e reduzir a poluição; fornecimento público de infraestrutura de administração de tráfego para reduzir o congestionamento e a poluição nas áreas turísticas. Todos esses instrumentos de uso do turismo sustentável são intervenções governamentais que evitam o pior.

O planejamento do turismo sustentável precisa considerar a

[...] gestão de todos os ambientes, os recursos e as comunidades receptoras, de modo a atender às necessidades econômicas, sociais, vivenciais e estéticas, enquanto a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais e a diversidade biológica dos meios humano e ambiental são mantidos através dos tempos (Globe'90 *apud* RUSCHMANN, 2005).

Ruschmann (*op. cit.*) relata que o meio ambiente é a base econômica da atividade turística e apresenta oportunidades e limitações. O caráter finito da qualidade dos recursos em ambientes naturais, assim como os custos dos benefícios do desenvolvimento turístico para as populações e seu meio, trazem à tona uma série de conflitos que necessitam ser resolvidos. Um dos mais marcantes ocorre como consequência dos efeitos econômicos da atividade, em que os interesses individuais de curto prazo dos empresários se chocam com os de longo prazo dos poderes públicos. A perpetuação da atratividade dos recursos turísticos é, portanto, a base do desenvolvimento sustentável do turismo.

1.3 Planejamento do turismo

Conforme Yáziği (1999), uma idéia corrente e muito simplista em relação ao que seja o planejamento e o desenvolvimento turístico, falseia a organização do turismo. Tal problema pode ser constatado em depoimentos de políticos, hoteleiros, mercadores do prazer e até de especialistas. Alguns países obtêm grandes lucros através da atividade do turismo e como se verifica na literatura que trata do turismo, a solução imaginada por grande parte daqueles envolvidos com a atividade, costumeiramente noticiada, são os investimentos em infraestrutura básica, como se tais investimentos fossem assegurar, como uma consequência lógica, o desenvolvimento. Não basta investir na construção de uma melhor infraestrutura, barateamento de tarifas ou no financiamento de hotéis. O escopo precisa ser ampliado, verificando-se aspectos socioculturais e ambientais.

Yáziği (*op. cit.*) comenta ainda que as pessoas vêm se iludindo com o número de hotéis cinco estrelas que se inauguram e com os aviões cheios nas temporadas. Poucos se dão conta de que isto é denominado de turismo obrigatório; que não depende tanto de um esforço político específico no setor turístico; não é seu trunfo, pois acontece à revelia. Ou seja, é necessário, como um esforço de planejamento: planejar e criar aquilo que venha a ser um diferencial para uma dada destinação.

Muitas destinações turísticas optam por uma estratégia que se aproxima do modelo criticado por Yáziği. Exposições feitas pelo poder público estadual e municipal que se concentram quase que exclusivamente nos números. Frequentemente, a criação e duplicação

de rodovias, a construção de novos empreendimentos hoteleiros, o número de unidades hoteleiras em construção ou ampliação, número de vôos *charter*, embarques e desembarques no aeroporto, participação do turismo no PIB, etc. são noticiados na mídia local quase como sendo um sinônimo de que uma determinada destinação turística está se desenvolvendo de forma satisfatória.

Desde que se percebeu que o turismo se posicionava entre as atividades com as maiores rentabilidades econômicas, vem ocorrendo uma frenética disputa por sua exploração. Conforme Dias (2003a), no final do século XX, o turismo converteu-se na atividade econômica mais importante do mundo. Segundo a OMT, de 1950 a 2000, os deslocamentos internacionais de turistas passaram de 25 milhões por ano a 699 milhões por ano, representando uma taxa de crescimento aproximado de 5% ao ano. As projeções da OMT para o ano de 2010 é de mais de 1 bilhão de pessoas viajando entre países, número que sobe no ano de 2020 a 1,5 bilhão de viajantes internacionais.

Assim, defende-se frequentemente que o turismo é o setor da economia que mais cresce na atualidade, já tendo atingido o *status* de principal atividade econômica no mundo. No seu conjunto, o turismo superou setores tradicionais, como a indústria automobilística, a eletrônica e a petrolífera. Movimenta cerca de US\$ 3,4 trilhões (10,9% do PIB mundial) e emprega 204 milhões de pessoas (10% da força de trabalho global) e ajuda a movimentar um grande número de atividades correlatas, segundo dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC).

A forma com que isto tem sido disputado tem gerado grandes impactos negativos a inúmeros lugares turísticos e não se consegue enxergar, por conseguinte, quantos ambientes hostis ao turismo existem. O ufanismo é tal, que já se perdeu a sensibilidade para muitas questões, dentre as quais Yáziği (1999) cita as que se seguem: inexistência de um projeto nacional (regional ou local – grifo nosso) integrado; falta de controle da urbanização; desvalorização do patrimônio ambiental; uso inadequado de reservas ambientais; baixa diversificação da oferta de atrativos; falta de pesquisas; baixa profissionalização; pouca organização em cooperações; e turismo interno com valores altos.

Praticamente todas essas questões mencionadas acima estão presentes no âmbito do planejamento – ou falta dele – e desenvolvimento do turismo em praticamente todas as destinações turísticas de grande porte (normalmente as capitais) localizadas ao longo do

litoral nordestino. Na maior parte das vezes, os dados mostrados pelos atores e agentes responsáveis pelo turismo, levam a pensar que o sucesso das conquistas numéricas terá continuidade. Entretanto, tal sucesso tende a ser temporário e trazer algumas, ou muitas, conseqüências negativas para as destinações turísticas, o que termina por contribuir para criação de situações que as levam a ter problemas de competição ou de crescimento continuado.

Diante desse quadro contextual do Nordeste do Brasil, que faz com que os visitantes rotineiramente encontrem problemas nas destinações, é necessário que efetivamente se adote uma postura de planejamento efetivo do turismo. Sem uma tal postura, as destinações nordestinas tenderão a crescer, mas sem alcançar um nível de desenvolvimento que se aproxime minimamente dos parâmetros indicados pela OMT e especialistas do planejamento turístico.

Conceitos de planejamento e planejamento do turismo

Planejamento, como um conceito adotado na ciência administrativa, em sentido amplo, “é a seleção consciente de determinada linha de ação, que se diferencia das ações adotadas por costume, impulsos racionais e inclusive por ignorância” (ACERENZA, 2002). Portanto, o planejamento envolve, dentre outras coisas, a observação deliberada de um determinado procedimento com orientação técnico-científica.

Alguns conceitos de planejamento, são apresentados a seguir:

- é um processo que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados e que não deverão ocorrer, a menos que alguma coisa seja feita;
- planejar é decidir antecipadamente o que deve ser feito. O planejamento é uma linha de ação preestabelecida;
- formulação sistemática de um conjunto de decisões, devidamente integrado, que expressa os propósitos de uma empresa e condiciona os meios de alcançá-los. Um planejamento consiste na definição dos objetivos, na ordenação dos recursos materiais e humanos, na determinação dos métodos e das formas de organização no estabelecimento de medidas de tempo, quantidade e qualidade, na localização espacial das atividades e em outras especificações necessárias para canalizar racionalmente a conduta de uma pessoa ou de um grupo
- processo de determinação de objetivos e meios para sua consecução;

- processo contínuo de pensamento sobre o futuro, de determinação de estados futuros desejados e de cursos de ação para que tais estados sejam alcançados.

Todas essas definições têm em comum duas idéias principais: a de complexidade (sistema, processo, mecanismo) e a de ação voltada para o futuro. Portanto, o planejamento é uma atividade complexa que está voltada para o estabelecimento de um plano que visa a atingir um futuro desejado, e que tenha mais possibilidades de ser alcançado do que se agir de forma aleatória, ou com base no senso comum.

Aplicando o conceito de planejamento à atividade turística, Molina (2005) propõe que

o planejamento é um processo racional cujo objetivo maior consiste em assegurar o crescimento e o desenvolvimento turístico. Este processo implica em vincular os aspectos relacionados com a oferta, a demanda e, em suma, todos os subsistemas turísticos, em concordância com as orientações dos demais setores do país.

Ou seja, por sua complexidade e abrangência, o planejamento turístico representa um grande desafio para as pessoas responsáveis por ele. Em áreas subdesenvolvidas, nas quais os controles sociais são normalmente frágeis, é necessário que o governo assuma a liderança no que diz respeito ao planejamento turístico.

Devido ao mandato concedido pela sociedade, o setor público tem um papel potencial valioso a desempenhar no planejamento do turismo sustentável, pois é necessário aceitar que há uma forte dimensão política no turismo sustentável. Em todo plano ou política de turismo, há ganhadores e perdedores, e isso torna a política de turismo do setor público uma questão política (SWARBROOKE, 2000). Esse autor menciona que o turismo envolve interesses poderosos, o que tem levado muitos destinos a se deixarem influenciar por decisões voltadas mais pela esfera privada que pública, obedecendo aos desejos de atores interessados em seus benefícios pontuais, imediatos e não globais. Quando prevalece tal situação, e ela é a mais comum em áreas subdesenvolvidas nas quais a sociedade civil é frágil, não se pode esperar verdadeiramente que o turismo venha a ser o resultado de planejamento, que tende a ser frágil em tais contextos.

Não cabe ao setor privado definir ou intervir em decisões do poder público devido ao seu poder econômico e financeiro. São inúmeros os *stakeholders*⁷ envolvidos no processo turístico de uma destinação. Entretanto, a direção do planejamento e gestão deve ser dada pelo poder público, em consonância com os demais atores. Ou seja, é importante que o governo assuma a liderança frente aos destinos da atividade nas destinações envolvidas.

Conforme defendido por Simão (2008), o setor público constitui-se no principal fomentador do planejamento turístico estratégico, ao (i) ser mandatário para representar todo o conjunto populacional; (ii) ser supostamente imparcial e equidistante dos diversos interesses e; (iii) deve possuir uma visão de longo prazo. Paralelamente, parece haver um largo consenso em torno da idéia de que as economias de mercado, só por si, não promovem atividades turísticas consentâneas com o desenvolvimento sustentável, o que justifica a intervenção dos poderes públicos. “Due to the complex nature of tourism, it is improbable that the private sector can satisfy completely government policy objectives fostering a balance between host and guest benefits” (THEOBOLD, 2005), ou seja, "Devido à complexa natureza do turismo, é improvável que o setor privado possa satisfazer completamente aos objetivos da política do governo em promover um equilíbrio dos benefícios entre o anfitrião e o convidado." (tradução livre)

Entretanto, a dificuldade em se obter um planejamento integrado eficiente pelo poder público, se depara hoje, conforme Molina (2005), “com a descentralização dos modelos, nos quais os municípios, os governos estaduais e as empresas locais desempenham papéis relevantes”. Esse autor argumenta ainda que “o modelo centralizado de planejamento não se encontra tão eficiente face à realidade do turismo moderno”.

Ao longo de algumas décadas do crescimento do turismo, sem ou com pouco planejamento, surgiram muitas distorções. Molina (*op. cit.*) enumera algumas das distorções que identificadas:

1. Indução privilegiada e aproveitamento das manifestações econômicas do turismo;
2. Aproveitamento dos benefícios econômicos e financeiros por grupos cada vez mais reduzidos;
3. Crescente capacidade de manipulação das políticas de crescimento turístico por grupos de investidores extra-regionais;

⁷ “*stakeholders* são todos os indivíduos, grupos ou organizações que são afetados por ações que outros *stakeholders* adotam para resolver um determinado problema (GRAY apud ARAÚJO – Caderno Virtual de Turismo, vol. 8 n.1 – 2008)

4. Pouco ou nenhum conhecimento e consideração das expectativas e aspirações dos grupos locais, situados no âmbito territorial em que surge o turismo;
5. Estagnação ou perda da capacidade política e técnica dos organismos oficiais do turismo;
6. Baixo nível qualitativo das pequenas e médias empresas prestadoras de serviços turísticos – questão que afeta as atividades de produção, desenvolvimento e prestação de serviços;
7. Poucas atividades referentes à investigação científica sobre a essência e as manifestações do turismo;
8. Baixo desenvolvimento tecnológico;
9. Adoção indiscriminada de modelos e tecnologias extra-regionais para crescimento turístico e para operacionalização do projeto e das instalações turísticas;
10. Forte orientação para a exportação dos serviços de equipamento das instalações turísticas.
11. Uso intensivo dos atrativos naturais, fato que conduz a uma perda de qualidade ambiental, lenta ou acelerada, conforme o caso;
12. Fragmentação e desintegração definitiva de valores e tradições.
13. Massificação que acaba por despersonalizar o encontro turista-receptor, reduzindo o significado cultural do turismo;
14. Padronização dos produtos e modelos de comunicação, a qual faz com que as personalidades dos indivíduos não se expressem senão de forma muito restrita.

A constatação das distorções realizada por Molina vai ao encontro das críticas ao planejamento precário da atividade, como mencionado anteriormente neste capítulo. E ainda pode-se acrescentar que parece ser independente de um planejamento centralizado ou descentralizado. Os efeitos são similares e percebe-se que a ausência do planejamento é o fator preponderante para surgimento dessas distorções. Em resumo, a tendência é haver benefícios para poucos e conseqüências negativas para a maioria. Rentabilidade econômica e financeira para alguns grupos internos e externos e políticos, com ambiente degradado, baixa interação, cultura local desvalorizada e baixa qualidade de vida para a população local.

No quadro 3 são identificadas as competências e atribuições de órgãos públicos, bem como da iniciativa privada em um planejamento turístico (RUSCHMANN; WIDMER, 2004).

Quadro 3 – Atribuições do estado e da iniciativa privada frente ao turismo

Estado	Iniciativa Privada
Estabelecer diretrizes e políticas para o desenvolvimento do setor;	Observar leis e regulamentos, bem como mecanismos de fiscalização e controle;
Estabelecer normas e regulamentos de preservação ambiental, bem como para abertura e funcionamento de equipamentos e serviços turísticos;	Utilizar-se de mão-de-obra capacitada;
Criar mecanismos de fiscalização e controle;	Desenvolver associações, com vistas à troca de experiências e informações, bem como para melhor articulação na criação e defesa de interesses perante empresariado e/ou governo;

Quadro 3 ... (continuação)	
Promover o desenvolvimento da infraestrutura básica (vias de acesso, saúde, saneamento, etc.);	Manter-se atualizado quanto às tendências do turismo;
Promover o desenvolvimento turístico nos níveis nacional, regional e municipal;	Elaborar pesquisas com clientes, acompanhando a funcionalidade e a qualidade de seu estabelecimento, etc.
Criar condições para a captação de recursos, promover facilidades na obtenção de créditos e financiamentos e estimular o desenvolvimento da atividade na esfera privada;	
Realizar pesquisas e estatísticas sobre o turismo, bem como promover e incentivar o desenvolvimento destas em esferas não-governamentais;	
Incentivar a capacitação profissional, etc.	

Fonte: Ruschmann; Widmer, 2004

Em teoria, os papéis dos agentes públicos e privados deveriam ser exercidos conforme identificado por Ruschmann (*op. cit.*). Ou seja, o governo deve procurar formas de fomentar, de tal forma que ele venha efetivamente contribuir para o desenvolvimento dos lugares nos quais ele se manifesta. A iniciativa privada deve procurar investir para satisfação do turista. Quase sem variação, as destinações turísticas de grande porte, localizadas ao longo do litoral nordestino, possuem praticamente todos esses problemas (SOUSA, 2010).

Diante dessa situação, na qual o poder público está aquém do desempenho que se espera dele no que diz respeito ao planejamento turístico, as destinações turísticas envolvidas geralmente apresentam grandes limitações no que diz respeito à sua contribuição para o desenvolvimento das regiões que se tornam território da função turística. Crises políticas, econômicas e administrativas continuadas solapam frequentemente toda e qualquer iniciativa voltada à estruturação das destinações turísticas (ARAUJO, 2009). Toda uma gama de esforço que algumas conjunturas políticas permitem, termina se tornando inócua a médio e longo prazo.

Por seu turno, a iniciativa privada, frequentemente atuando com base na premissa do lucro a curto prazo, deixa de exercer a sua responsabilidade social frente a uma série de demandas que cada vez mais está associada às atividades econômicas, como resultado de conquistas alcançadas pelos movimentos sociais.

2. TURISMO: ASPECTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS

2.1 Destino turístico

A conceituação de “destino turístico” pode variar em função do objetivo por trás do trabalho que se está realizando. Contudo, geralmente há alguns elementos centrais que normalmente estão presentes nas conceituações. Valls (2006) identifica determinadas características para se conceituar uma destinação turística. Essas características são: a existência de uma unidade territorial identificável; o território deve ter centralidade, ou seja, ter capacidade de atrair turistas; deve haver uma oferta turística estruturada; o território alvo deve ser detentor de uma imagem atrativa; haver uma função de comercialização conjunta.

Como objeto deste estudo, e levando-se em consideração a conceituação de Valls (*op. cit.*), pode-se dizer que capitais de estados brasileiros com vocações turísticas atendem às características necessárias para serem consideradas como destinos turísticos. Possuem órgãos públicos elaboradores e executores de políticas públicas e projetos. São dotadas de atrativos turísticos, infraestrutura, instrumentos turísticos, instalações e serviços de toda ordem. Além disso, os destinos possuem boa articulação institucional e organizacional, ainda que necessite de mais sintonia interna, entre entes governamentais e privados, visando a um crescimento mais regular do turismo e proporcionando maior satisfação ao turista.

Em outra linha de pensamento, Valls (2006), com base em Jafari (2000), identifica três características que condicionam a existência de um destino turístico, a saber: unidades geográficas de grande escala territorial agrupadas ou áreas que disponham de um número razoável de atrativos e serviços; uma população que aumenta em número de forma marcante durante a temporada turística; economia dependente, em uma alta percentagem, das transações que os turistas realizam, refletindo-se no produto interno bruto da região.

Valls observa que a teoria acima está associada apenas com lugares que se encontram em uma fase muito avançada de desenvolvimento, excluindo aqueles menos evoluídos. Dessa forma, pode-se sugerir que apenas os lugares cujo ciclo de vida (BUTLER, 1980) encontra-se relativamente avançado qualificariam para serem considerados um destino turístico.

Pela teoria de Jafari (*op. cit.*), capitais de estados brasileiros também atendem às características necessárias para serem consideradas como destinos turísticos. Valls (2006) sintetiza sua definição de destino turístico de um país, região ou estado, cidade ou lugar da seguinte forma:

espaço geográfico determinado, com características de clima, raízes, infraestruturas e serviços próprios; com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planejamento; que adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos perfeitamente estruturados e adaptados às satisfações buscadas, graças à valorização e ordenação dos atrativos disponíveis; dotado de uma marca e que se comercializa tendo em conta seu caráter integral.

Ainda conforme Valls (*op. cit.*), os destinos turísticos devem configurar estruturas urbanísticas, sociais, culturais, ambientais etc., em forma de rede, a fim de: alcançar a melhor qualidade de vida dos consumidores internos, isto é, dos cidadãos do território; de competir em escala nacional e internacional em todos os aspectos possíveis e atrair os melhores turistas capazes de desfrutar de toda oferta estruturada, ou de parte dela; de obter um desenvolvimento superior ao que se conseguiria mediante a combinação dos demais fatores de produção; e, em geral, de que as pessoas que ali vivem, e as que vêm visitar, obtenham a satisfação buscada.

Também existem funções que representam os destinos e estão relacionadas com quatro objetivos. O primeiro é que o destino deve oferecer qualidade de vida dos seus cidadãos. Segundo, o destino precisa ser capaz de competir em nível nacional e internacional. Terceiro, o destino precisa gerar desenvolvimento econômico superior. E, quarto, o destino precisa ser capaz de proporcionar satisfação ao turista.

Acrescenta-se que todo e qualquer destino turístico deveria ter tais objetivos como base para se tornar um espaço territorial que proporcione bem-estar, lucros, distribuição de renda, conservação do meio ambiente, longevidade da população e sustentabilidade do turismo, dentre outros objetivos. Acontece que entre o ideal e o real, diante de decisões e ações pontuais, descontínuos e imediatos do poder público e da iniciativa privada, é evidente que tais objetivos vêm sendo frustrados. Apesar do crescimento da demanda turística que os grandes destinos turísticos nordestinos vêm experimentando em anos recentes, os problemas socioambientais são comuns e, em alguns casos, muito sérios. Um dos grandes problemas associados a esse quadro é que com o decorrer do tempo, buscar remediar é trabalhoso, oneroso, desgastante, às vezes improvável e às vezes impossível no curto e médio prazo.

Existem outras formas de se conceituar um destino turístico, diferente da ênfase em escalas de grande expressão territorial. Obviamente, existem lugares com escalas bem menores do que uma capital de estado que, devido a presença de atrativos, infraestruturas e serviços, se constituem em destinos turísticos. Entretanto, para os fins deste trabalho a ênfase em uma escala territorial maior se aplica.

Independentemente da escala geográfica com se esteja trabalhando, há outras características que também se aplicam aos destinos turísticos, como consta do Quadro 4.

Quadro 4 - Características gerais do destino turístico

Características	Significado
É um produto, mas também vários;	O destino é percebido como uma entidade singular (por exemplo: Brasil, Alagoas, Maceió), mas que inclui todos os elementos que fazem parte da experiência turística (atrações, transporte, alojamento, população local, etc.);
É uma entidade física, mas também intangível;	É um espaço geográfico com características próprias (localização espacial, economia, educação, saúde, emprego) mas também uma entidade sociocultural (história, modos de vida, tradições, etc);
Necessita dos serviços do marketing;	Devido à multiplicidade de intervenientes, o destino turístico necessita de uma organização central responsável pelo marketing com maiores poderes de intervenção, bem como de uma maior colaboração entre todas as organizações turísticas com funções de marketing de um destino turístico;
Não é apenas o que existe, mas também o que se pensa existir;	Mais do que o destino em si, o que chega até aos turistas é uma construção mental sobre o destino que irão visitar. Por essa razão, um entendimento do conceito de imagem de destino turístico revela-se fundamental;
É influenciado por fatores internos e externos;	O destino turístico é fortemente afetado por eventos ocorridos no interior das suas fronteiras, mas também por acontecimentos que sucedem em qualquer parte do mundo;
É escolhido com base no fator preço.	O fator preço interfere na escolha do destino, mas de forma subjetiva. Ou seja, a percepção e avaliação do preço deriva de uma combinação de outros fatores igualmente relevantes.

Fonte: http://kirk.estig.ipbeja.pt/ei/file.php/305/Recursos/Material_de_Apoio/QuadrosDestino.pdf.

Acesso em: 01/04/09, obtido de Seaton (1996b), p.351. Traduzido e adaptado de forma livre.

Abordando apenas as duas últimas características do quadro acima, com o advento da globalização, e com a conseqüente repercussão em nível mundial dos acontecimentos, todos os lugares e pessoas que os compõem, sofrem de alguma forma reflexos de acontecimentos originários de diferentes lugares. Por exemplo, o ataque ao *World Trade Center* (as Torres Gêmeas – em Nova York – Estados Unidos da América (EUA)) teve repercussões globais, atingindo os destinos turísticos ao redor do planeta. De forma semelhante, a crise mundial

iniciada com a bolha imobiliária também nos EUA no final de 2008 e ainda com conseqüências em 2010, é outro exemplo de um grande acontecimento recente a nível mundial, que afeta destinos turísticos em praticamente todo o mundo.

Na escolha de destinos turísticos com base no fator preço, é importante saber que o turista faz distinção entre preço e valor. Preço baixo pode não pagar o valor da experiência do turista no destino, bem como preço alto pode significar muito pouco pelo valor da experiência.

O Quadro 5 apresenta uma evolução do conceito de destino turístico que envolve uma série de outros elementos de análise.

Quadro 5 – Evolução da conceituação de destinos turísticos

Classificação de Conceitos	Definição	Elementos de Análise
Conceito tradicional	“O local onde as pessoas passam as suas férias”	<ul style="list-style-type: none"> * Local A estrutura e desenvolvimento turísticos de regiões. * Pessoas Características demográficas, fluxos turísticos. * Férias Atividades no local de férias.
Conceito recente	<p>a) “O local onde as pessoas escolhem passar as suas férias e respectivos efeitos nas atividades desenvolvidas”</p> <p>b) “Gestão da procura turística e seus efeitos para o destino turístico”</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Local Costa litoral, cidade, <i>wilderness</i>⁸, locais remotos. * Escolha Motivações e ordem individual, atividades e locais alternativos, atuação do marketing. * Efeitos Econômicos, sociais, ambientais. * Gestão da procura Acessibilidade, controle de qualidade, benefícios adicionais ao produto, imagem. * Gestão dos efeitos Definição de objetivos, estudo dos impactos, planejamento, ordenamento.
Surgimento de novos conceitos	(<i>célula sem conteúdo</i>)	<ul style="list-style-type: none"> * Reconhecimento de uma multiplicidade de interesses envolvidos; * Discussão na comunidade sobre o tipo de desenvolvimento turístico preconizado; * Coordenação entre o setor público e privado; * Gestão dos níveis de procura turística desejados; * Influência no comportamento de compra do turista; * Promover a qualidade da experiência turística; * Coordenação na promoção e desenvolvimento turístico; * Implementação de políticas de desenvolvimento.

Fonte: http://kirk.estig.ipbeja.pt/ei/file.php/305/Recursos/Material_de_Apoio/QuadrosDestino.pdf.

Acesso em: 02/04/09, obtido de Eric Laws (1995), p. 25. Traduzido e adaptado de forma livre.

⁸ Do dicionário Oxford, nona edição, 2007, pág. 730 – 1 terra inculta, deserto; 2 (*fīg*) selva

A evolução ocorre motivada por novas demandas, costumes, adequações e necessidades de todos os envolvidos no ramo turístico, principalmente os constituintes da demanda. O aparecimento de novos conceitos e exigências, leva ao surgimento da necessidade de se rever as práticas que orientam o turismo em dado destino, de tal forma que a atividade resulte em desenvolvimento sustentável.

Levando-se em consideração as novas exigências demonstradas pela demanda turística, fica claro que a utilização de *resort*, como destinos turísticos, de forma desestruturada, pode fazer com que um local turístico de grande volume de pessoas se torne em um lugar turístico inexpressivo em termos de demanda e frequência de visitação.

2.2 Agentes e demais componentes do destino turístico

Um destino turístico é um sistema que requer uma oferta diferenciada e a coordenação entre os agentes envolvidos com a oferta (TAMMA, 2000 *apud* VALLS, 2006). Turistas e lazeristas, *trade* turístico, administração pública (municipal, estadual e federal) e a sociedade em geral necessitam trabalhar em sintonia para proporcionar valor adicionado, diferenciação, e potencialização do destino e torná-lo como preferencial e referencial, aumentando sua capacidade de competir com outros destinos. O sucesso do destino dependerá em grande medida, da capacidade desses agentes no desempenho de seus papéis, bem como no estabelecimento de um consenso em torno de um modelo atualizado e bem estruturado de desenvolvimento turístico, visando à sustentabilidade.

O turismo é uma atividade complexa que envolve um amplo leque de atores e agentes sociais. Por conseguinte, o seu desenvolvimento atinge os interesses de indivíduos, grupos de indivíduos e organizações governamentais, nos níveis federal, estadual e municipal, além de setores da iniciativa privada, organizações não-governamentais (ONGs) e comunidades receptoras. Assim, quando o turismo se instala e/ou se expande em uma comunidade ou destinação, inúmeros *stakeholders* têm seus interesses afetados de forma positiva e/ou negativa, com repercussões sobre como a área turística se desenvolverá a curto, médio e longo prazo. Acredita-se que, ao se envolver vários *stakeholders* no desenvolvimento de um plano

de turismo, a destinação envolvida tende a competir melhor frente a outras destinações com produtos semelhantes (ARAÚJO, 2008).

Cabe a este conjunto de atores, a inclinação para o lado do planejamento e da promoção de um turismo com certa sustentabilidade, observando-se, conforme Araujo (*op. cit.*), questões ligadas aos aspectos sociais, culturais, ambientais, econômicos e políticos.

O *atrativo* é o elemento que desencadeia o processo turístico. Os *produtos turísticos* selecionam alguns atrativos, valorizando-os e adicionando elementos para se tornarem em componentes tangíveis e intangíveis gerando utilidades e benefícios aos consumidores (VALLS, 2006).

Valls (2006) identifica a tangibilidade e a intangibilidade dos produtos turísticos, conforme apresentados a seguir. *Componentes tangíveis*: dizem respeito aos elementos físicos presentes, tais como os atrativos naturais e artificiais existentes; as estruturas, infraestruturas e os equipamentos (alojamento, alimentação, transporte, passeios, malha urbana, informações, etc); as equipes humanas; os produtos de alimentação, artesanato, cultura, tradições etc. Por sua vez, os *componentes intangíveis* têm a ver com: a) Globais - valorização da estrutura interna, que consiste na seleção adequada dos atrativos e reinventá-los para dar um valor determinado, traduzindo na satisfação buscada pelo turista; autenticidade; seu valor original, sua função, seu uso histórico, social, ambiental etc.; qualidade ambiental; marca; informação; preço; b) De coerência - acessibilidade e conectividade; segurança; sinalização; limpeza; saneamento; prevenção de riscos e de contingência e a gestão das exceções; c) De hospitalidade - acolhimento e recepção; acompanhamento; animação; interpretação.

Em outra abordagem, verifica-se que há uma ratificação de parte dos componentes acima colocados, mas de forma diferente, sem qualquer distinção entre aspectos tangíveis e intangíveis (MIDDLETON, 1989) (Quadro 6). Esses elementos são indicativos da complexidade do planejamento de um destino turístico, ao envolver uma grande quantidade de variáveis sobre as quais muitas vezes não se consegue ter controle efetivo, uma vez que têm uma dimensão intangível.

Quadro 6- Componentes do produto turístico

Componente	Definição	Levantamento e identificação
Atrações	Elementos proporcionados pelo destino que, individualmente ou combinados, constituem as razões principais de visita;	Atrações naturais, construídas, culturais e Sociais;
Facilidades	Elementos do destino que tornam possível ao turista manter-se no local e usufruir das suas atrações;	Meios de alojamento, restaurantes, bares e cafés, transporte no destino, informação turística, comércio, etc.;
Acessibilidade	Define-se em função do grau de facilidade ou dificuldade de acesso ao destino que o turista pretende visitar;	Aeroportos, auto-estradas, portos, caminhos de ferro;
Imagem	As idéias, crenças ou sensações sobre o produto que o turista pretende adquirir fazem parte do próprio produto. As imagens do destino não se baseiem necessariamente em experiência, mas são na realidade um fator fundamental na escolha de um destino;	Definição de uma imagem do produto ou produtos turísticos e, por sua vez, do destino turístico.
Preço	Somatório de todos os elementos da viagem: alojamento e outros serviços.	<i>(esta célula não possui conteúdo)</i>

Fonte: Victor Middleton (1989), p. 573/74. Traduzido de forma livre e adaptado.

<http://kirk.estig.ipbeja.pt/ei/mod/resource/view.php?id=7930>. Acesso em 25/03/09.

Os dois quadros a seguir (quadros 7 e 8), indicam características gerais e específicas de produtos turísticos, e serve como colaboração, alerta e orientação do tratamento a ser dado ao planejamento, construção e manutenção de destinos turísticos.

Quadro 7 - Características gerais do produto turístico e suas implicações ao nível do marketing

Características Gerais	Significado	Implicações ao Nível do Marketing
Intangibilidade	Os serviços não podem ser tocados, pesados, observados, medidos, experimentados devido a não existirem numa forma física, contrariamente aos produtos tangíveis. Significa que os serviços são imateriais, ou seja, têm apenas existência na medida em que são produzidos e consumidos;	- O risco de aquisição é maior, pois o cliente apenas tem contato com o produto no decorrer do seu consumo. Logo é necessário criar confiança. - A escolha e respectiva aquisição do produto baseia-se, fundamentalmente, numa representação do mesmo. Ou seja, o cliente no ato de compra decide em função de uma construção mental que faz do produto, ou seja, de uma imagem. - Necessidade de uma rede de distribuição eficaz, com destaque para a informação

Quadro 7 ... (continuação)

Heterogeneidade	Não existe uma unidade na prestação do serviço, derivado às restantes características;	<p>que é prestada no ato de venda do produto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade na definição de critérios, com vista a uma avaliação da qualidade do produto - Dificuldade na avaliação da satisfação dos clientes.
Perecibilidade	Consequência do carácter intangível. Não pode ser armazenado, pelo que a sua utilidade tem uma duração limitada;	<ul style="list-style-type: none"> - Maior necessidade de formação do pessoal envolvido na prestação do serviço. - Maiores dificuldades no ajustamento da oferta à procura, particularmente quando a procura em turismo é irregular, irracional, sazonal e a oferta fragmentada, rígida e heterogênea. - Maiores dificuldades na definição dos preços.
Inseparabilidade	Os serviços são produtos consumíveis e o consumidor participa diretamente no processo de produção do serviço. Ou seja, a produção e o consumo ocorrem simultaneamente;	<ul style="list-style-type: none"> - Maior necessidade de campanhas de promoção de vendas. - A prestação do serviço é fortemente influenciado pelo elevado grau de envolvimento do vendedor e cliente, afetando a qualidade do serviço. - Dificuldade na definição de critérios, com vista a uma avaliação da qualidade do produto. - Maior necessidade de formação do pessoal envolvido na prestação do serviço.

Fonte: Paulo Águas (1998), p. 36; Holloway e Robinson (1995), p. 10; Cooper *et al* (1998), p. 354; Kotler *et al* (1999), p. 42; Seaton, (1996), p. 23; Lambin (2000), p. 296. Traduzido de forma livre e adaptado.
<http://kirk.estig.ipbeja.pt/ei/mod/resource/view.php?id=8210>. Acesso em 25/03/09.

Quadro 8 - Características específicas do produto turístico e suas implicações ao nível do marketing

Características específicas	Significado	Implicações ao nível do marketing
Local de consumo distante do local de compra	<ul style="list-style-type: none"> - Em turismo, especialmente nas viagens internacionais, o local de consumo dista largas centenas de quilómetros do domicílio do turista (Morrison, citado por Águas, 1998:36) - Uma vez mais significa que o consumo do produto turístico apenas tem lugar caso o mercado percorra distâncias consideráveis até chegar ao destino turístico 	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de uma maior variedade de canais de distribuição (Morrison, citado por Águas, 1998:36) - O tipo de serviços a oferecer, o segmento de mercado a atingir, o preço a aplicar e a estratégia de promoção a desenvolver por parte das empresas turísticas determinam-se, não apenas necessidade e desejos do cliente, mas também pelo circuito de distribuição do produto em causa, logo, pelos

Quadro 8 ... (continuação)

Elevado grau de heterogeneidade nas motivações	<ul style="list-style-type: none"> - Devido à natureza compósita do produto turístico, as motivações em turismo são ainda mais heterogêneas e dispersas, uma vez que estão em causa diferentes produtos proporcionados por diferentes empresas envolvidas (Schmoll, 1977:20) - Ao contrário de outras atividades, o produto turístico é constituído, em parte, por sonhos, fantasias e desejos. (Seaton, 1996:25). Ou seja, existe um elevado grau de emoção e irracionalidade no ato de compra (Morrison, citado por Águas, 1998:36; Schmoll, 1977:20), pelo que aumenta o grau de heterogeneidade nas motivações - Os vários “sub-mercados“ em turismo não apresentam apenas motivações distintas, como também expectativas completamente diferentes em relação à experiência de viagem que irão usufruir (Papadopoulos, 1989:34) 	<p>canais de intermediação envolvidos (Schmoll, 1977:21)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para que o turista se decida a deslocar ao destino, de modo a consumir o produto, significa que deverá ser o suficientemente atraído e persuadido, pelo que a promoção – a par da distribuição – desempenha um papel fundamental - Os organismos públicos e as empresas turísticas necessitam de perceber claramente as motivações e desejos, por parte do mercado-alvo, na escolha de um produto turístico e refleti-las no esforço promocional a desenvolver (Seaton, 199:25) - Para os programas de marketing obterem sucesso, os Organismos Nacionais de Turismo (ONT’s) terão de estar familiarizadas com os vários tipos de turismo, bem como conhecer os interesses e necessidades de cada segmento-alvo de mercado. Esta atuação permitirá que o marketing consiga explorar oportunidades de negócio e assim utilizar as estratégias, ferramentas e canais mais adequados a cada segmento-alvo, bem como desenvolver novos mercados. Um especial destaque para a composição de várias amostras, a partir das quais seja possível estudar o perfil de segmentos de mercado e assim identificar potenciais turistas (Papadopoulos, 1989:35). - Uma empresa isolada não tem qualquer possibilidade de sucesso, pelo que um esforço de marketing conjunto produzirá sinergias positivas (Krippendorf, 1971:18) - O esforço de marketing desenvolvido por uma empresa influencia e é influenciado pelas políticas de marketing desenvolvidas por outras empresas (Schmoll, 1977:21) - As peculiaridades do produto turístico compósito, os vários mercados e aspectos comportamentais envolvidos necessitam de particular atenção ao nível do planeamento em marketing, especialmente na determinação dos
Complementariedade ou natureza compósita	<ul style="list-style-type: none"> - As prestações e os serviços de diversas empresas turísticas são normalmente complementares (Krippendorf, 1971:17; Schmoll, 1977:20) - A oferta de serviços turísticos é fragmentada (Schmoll, 1977:20) - O ato de viajar exige a intervenção de diferentes entidades prestadoras de serviços e que contribuem para o grau de satisfação (Morrison, citado por Águas, 1998:36) - O mercado turístico não vende apenas um produto e não envolve apenas um setor. Em vez disso, o mercado turístico é fragmentado, 	

Quadro 8 ... (continuação)

	<p>integrando variadas áreas de negócio e providenciando um conjunto de serviços aos turistas (Papadopoulos, 1989:34)</p> <p>- O produto turístico é frequentemente múltiplo, envolvendo a cooperação deliberada ou não de vários fornecedores (Seaton, 1996:24)</p>	<p>segmentos-alvo e respectivo posicionamento (Papadopoulos, 1989:34)</p> <p>- O controle sobre o produto é disperso, uma vez que a falha de uma organização pode afetar as restantes. Ao nível dos ONT's, existe uma ausência total de controle sobre o produto turístico (Seaton, 1996:24)</p>
Orientação para oferta	<p>- O turismo orienta-se mais para a componente da oferta relativamente à componente da procura. Significa que enquanto que outros produtos são concebidos após uma intensiva pesquisa junto dos mercados-alvo, em turismo o marketing desenvolve-se, sobretudo, com base num destino já existente que, por sua vez, proporciona um produto, determinando-se depois os mercados-alvo a atingir (Seaton, 1996:23)</p> <p>- Contrariamente a outras atividades é o mercado que se desloca ao produto e não o contrário, por forma a ocorrer o consumo em turismo (Papadopoulos, 1989:33)</p>	<p>- Inversão da atuação clássica ao nível do marketing. Esta realidade é, particularmente, observável no marketing desenvolvido pelas ONT's e Observatórios Regionais de Turismo (ORT's) relativamente ao destino turístico que representam, uma vez que estas organizações decidem primeiramente o tipo de turismo a desenvolver nos seus destinos e depois pensam nos potenciais turistas a atingir. Esta atuação ao nível do marketing resulta na necessidade de apostar fortemente na variável da comunicação/promoção. (Seaton, 1996:24)</p>
Intervenção dos organismos públicos de turismo	<p>- Uma oferta fragmentada, uma complementaridade entre os serviços turísticos, uma predominância de pequenas e médias empresas e uma considerável importância do turismo nas economias exige uma forte intervenção por parte dos organismos públicos de turismo (Schmoll, 1977:21)</p>	<p>- Papel fundamental por parte das ONT's e ORT's no produto turístico que, a par de funções de regulação, coordenação, licenciamento assume funções importantes ao nível do marketing, particularmente na pesquisa de mercado e promoção do seu destino turístico. Os organismos públicos de turismo atuam, principalmente, no âmbito da variável de promoção (Schmoll, 1977:35)</p> <p>- Uma vez que não existe um envolvimento direto na oferta por parte dos organismos públicos, a sua função consiste em identificar os mercados que melhor se ajustem ao produto (McKercher, citado por Águas, 1998:37)</p>

Fonte: Jost Krippendorf (1971); Schmoll (1977); Socrates Papadopoulos (1989); Paulo Águas (1998); Seaton, (1996). Traduzido de forma livre e adaptado.
<http://kirk.estig.ipbeja.pt/ei/mod/resource/view.php?id=8211>. Acesso em 25/03/09.

Desta forma, o conteúdo dos quadros 7 e 8 ampliam a necessidade de os responsáveis por um determinado destino turístico adotarem um trabalho sistêmico, estruturado, ampliado

e detalhado. Nesse contexto, a atuação dos *stakeholders* torna-se estritamente necessária em busca melhorias para que o destino turístico tenha capacidade, por um lado, de oferecer uma experiência satisfatória para os seus visitantes, e, por outro lado, tenha possibilidades de competir com outros destinos. O descuido continuado a essas exigências, no mundo contemporâneo, no qual a competitividade é um componente muito valorizado, pode fazer com que determinado destino turístico entre em estagnação e passe a enfrentar problemas crescentes em relação ao seu futuro, com base na atividade turística.

2.3 Estruturação e tipologias de destinos turísticos

A estrutura de um destino tem como objetivo fazer com que o turista tenha uma oferta de produtos turísticos que lhe satisfaça. Para ser competitiva, essa estrutura precisa dos seguintes elementos (FAYOS SOLÁ, GARCIA e MOREDA apud VALLS, 2002): grande segmentação e profissionalismo; desenvolvimento e introdução de novas tecnologias (tanto em *marketing* quanto em operações); questões de segurança; situações sociopolíticas de interesse nacional e internacional; surgimento de um grande número de destinos e de forças qualitativas dos destinos maduros; crescimento da competição nos níveis regional e local e delegação do poder central nas instâncias supranacionais; globalização das empresas, receitas e mercados; privatização de atividades tradicionalmente vinculadas às esferas públicas.

Valls (2006) identifica que os destinos de países, regiões ou estados, cidades ou lugares podem agrupar-se em torno de 10 tipologias distintas, que obedecem a critérios precisos e determinantes, descritas a seguir:

Segundo a especialização do território. Por exemplo, aplica-se ao caso dos municípios espanhóis (Sureda, Longo, VaUs, Altarriba e Matas, 2002) e contempla os seguintes grupos: pequeno povoado de costa (3,3%), agroturismo (21,3%), núcleo de comarca (2,7%), turismo de neve (4,8%), caça e pesca (11,0%), turismo de saúde (10,9%), turismo cultural (10,8%), média e grande cidade (0,4%) e cidade de costa (0,5%); os 34,3% restantes correspondem a municípios não-turísticos.

Segundo a procedência do turista: local, regional, nacional e internacional.

Segundo a principal motivação genérica do turista: natureza de praia; natureza de

interior; patrimônio e cultura; esporte; descanso; saúde e cuidados corporais; relações; negócios; eventos; formação e informação; descobrimento e aventura.

Segundo o uso que se faz do território: destino único, o que se utiliza como meta da viagem; destino de base, ponto de partida para excursões e visitas; destino que constitui parte de um circuito que não requer unidade temática; e destino de percurso temático, que tem sua razão de ser por fazer parte de uma unidade temática particular (EJARQUE, 2003)

Segundo a exigibilidade de aplicação do plano: indicativa, obrigatória parcial ou obrigatória total.

Segundo o grau de especialização: monoproduto e multiproduto.

Segundo a fase do ciclo de vida: emergente, desenvolvido, em expansão, maduro ou em declínio.

Segundo a importância da atividade turística no conjunto da economia: muito baixa (menor que 4% do PIB), baixa (4-6%), média (6-8%), elevada (8-10%), alta (10-12%) ou muito alta (acima de 12%).

Segundo o nível de desenvolvimento organizativo dos entes coordenadores, ou seja, segundo as funções que realiza no nível estratégico e nos níveis operacionais: estágio base, estágio médio ou estágio superior.

Segundo o grau de concentração da oferta, da demanda e da distribuição: monopolística, oligopolística ou fragmentada.

2.4 Ciclo de vida de destinações turísticas

Os lugares ou destinações turísticas surgem e evoluem ao longo de um ciclo, o qual foi denominado por Butler (1980) de *Tourist Area Life Cycle (TALC)*. Em língua portuguesa, Barros (2005) o denominou de *Teoria Evolutiva das Destinações Turísticas (Ciclo dos Resorts)*. Os estudos que tentam explicar como os *resorts* se comportam do ponto de vista evolutivo tiveram início nas décadas de 1960/1970.

A denominação original *Tourist Area Life Cycle – TALC*, adaptou conceitos advindos de estudos de mercados e os aplicaram à atividade turística. Um dos primeiros estudiosos a

discutir elementos do ciclo de vida dos lugares turísticos foi Christaller (1963), seguido de Fox (1973), Fuster (1975) e Butler (1980).

Christaller (1963), estabeleceu a forma como as destinações turísticas se tornavam “algo na moda”, a partir da ida de artistas a determinados locais e a divulgação dos mesmos, por meio de pintores/poetas/cineastas. Para esse autor, quando a destinação começa a ter um turismo de massa, ou seja, receber multidões, as pessoas que a divulgavam o deixam de fazer, e, logo em seguida, o destino se torna “fora de moda”. O modelo de Fox (1973) era composto de cinco estágios: pré-comercialização, introdução, crescimento, maturidade e declínio.

Enquanto Christaller empregava uma análise descritiva, Fuster (1975), assim como Fox (*op. cit.*), já conseguiu dividir as atividades turísticas em fases. Para ele, o turismo atende um ciclo de vida subdividido em seis fases, a saber, “sem turismo”, “em crescimento”, “equilíbrio”, “saturação”, “dissolução” e “morte”.

Nos anos 80, Butler adaptou os modelos de ciclo de vida do produto para o turismo e consolidou o ciclo de vida da área turística, o *TALC*, sendo ainda hoje um dos modelos mais utilizados nas análises do turismo (ALVARES; LOURENÇO, 2006). O ciclo de vida de um destino turístico, modelo criado por Butler (1980) (Figura 01), identifica os seguintes estágios: exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e declínio ou renovação. Cada estágio pode ser associado a um impacto nas variáveis econômica, ecológica e sociocultural (ARAÚJO; MOURA, 2007).

Os estágios estabelecidos por Butler, cujas variáveis são relacionadas ao número de turistas em um determinado período de tempo, ainda não estão consolidados no meio acadêmico. Vários autores e pesquisadores propuseram algumas modificações relativamente ao número e à extensão das fases inicialmente propostas por Butler, o que pode ser observado até a atualidade, mas mantiveram o princípio de modular apenas uma curva associada ao desenvolvimento da atividade turística. Cita-se entre os pesquisadores que utilizaram modelos similares ao de Butler: Jain (1985), Haywood (1986), Knowles (1996), Russo (2000), Berry (2001) e Cooper (2002). De acordo com Cooper (2002) muitas destinações sabem de forma intuitiva em que fase do ciclo se encontram, mas é complicado mensurar (ALVARES; LOURENÇO, 2006).

A seguir, o gráfico que identifica as fases do Ciclo de Vida de Destinações Turísticas do modelo de Butler (1980).

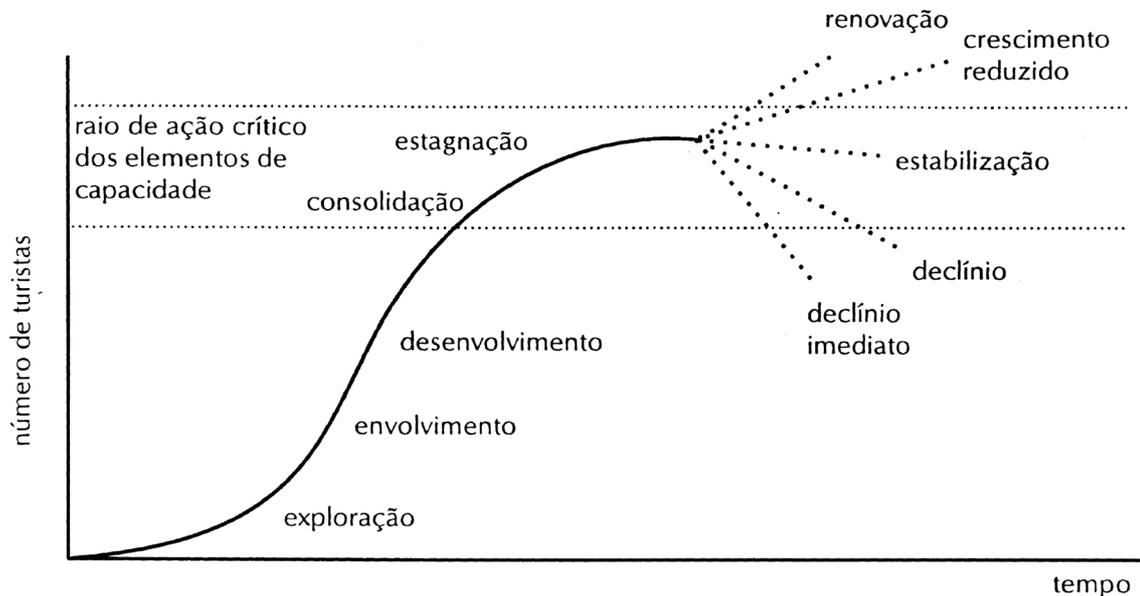


Figura 1 – Ciclo de vida das destinações turísticas

Fonte: Butler *apud* Swarbrooke (2000).

O Modelo de Butler recebe críticas, inclusive quanto à sequência das fases (estágios). Barros (2005) comenta que o próprio Butler afirma que no caso de o turismo ter se difundido por áreas onde não havia assentamento humano anterior ou em que este assentamento era de pequena importância, não faria sentido considerar os dois primeiros estágios (exploração e envolvimento).

Agarwal (1977) lamenta a ausência de indicadores claros para os pontos de passagem de um estágio para outro; ela argumenta que seria melhor considerar momentos de superposição entre as fases ou estágios.

Cada estágio do ciclo de vida de uma destinação turística apresenta características próprias, que têm sido estudadas por vários autores. O Quadro 9 sintetiza três resultados obtidos na busca bibliográfica em relação aos estágios (ou fases) referentes ao ciclo de vida dos lugares turísticos de Butler (1980).

Quadro 9 - estágios do ciclo de vida de Butler (1980) e suas características

ESTÁGIOS / CARACTERÍSTICAS
<p>Exploração</p> <p>(1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - A área começa a ser visitada por poucos turistas aventureiros. - A área apresenta poucas facilidades públicas. - Os turistas são de um tipo – aloclétricos (Plog, 1973). - O patrimônio natural encontra-se bem preservado e, juntamente com a cultura local, se constituem nos principais atrativos turísticos do lugar. <hr/> <p>(2)</p> <p>Número reduzido de turistas aventureiros que são atraídos por uma natureza intocada ou pela cultura do destino. Os números são reduzidos devido ao difícil acesso e escassez de infraestrutura. Nesta fase, a atração do destino prende-se com o fato de não ter sido modificado pelo turismo e o contato com as pessoas do local é elevado. O produto é desconhecido e os consumidores podem apresentar-se resistentes à novidade que representa. O preço é elevado, pois os turistas são poucos (no entanto, como os preços são elevados, os investimentos feitos inicialmente podem ser recuperados, mesmo com base, em volumes de vendas reduzidos).</p> <hr/> <p>(3)</p> <p>Marcada por visitas esporádicas e limitadas de caráter aloclétrico (Plog) e os exploradores (Cohen), motivadas pelo ambiente natural e diferenças culturais, que apresentam um elevado nível de contato com a natureza e utilização das instalações locais, impactando muito pouco o processo social e econômico local (BAPTISTA, 2003) (BUTLER, 1980).</p>
<p>Envolvimento</p> <p>(1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Os residentes começam a oferecer serviços básicos aos turistas. - O local começa a ser vendido como um lugar turístico. - Emerge um período de alta temporada e correspondente pressão sobre o setor público para a construção de infraestrutura. - A maior parte dos serviços e negócios pertence aos residentes. <hr/> <p>(2)</p> <p>As iniciativas locais para visitantes e a promoção do destino já tiveram início. O que resulta em maior número de turistas e regularidade dos visitantes. Emerge uma época turística mais acentuada, assim como, áreas turísticas privilegiadas. É colocada alguma pressão sobre o setor público para fornecer infraestrutura.</p> <hr/> <p>(3)</p> <p>Ponto no qual o número de turistas cresce e se torna regular no destino, neste sentido, os residentes se incluem nesse processo, e começam a providenciar estruturas voltadas ao turismo, e pode-se perceber o surgimento de uma temporada turística (TOOMAN, 1997) (BUTLER, 1980). Nesta fase, “[...] as comunidades locais devem decidir se querem estimular o turismo e, se quiserem, o tipo e a escala do turismo que preferem” (COOPER <i>et al.</i> 2003, p. 149).</p>
<p>Desenvolvimento</p> <p>(1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - O número de visitantes ultrapassa a população residente na estação turística. - A maior parte dos serviços e negócios pertence a pessoas de outras áreas. - Início do antagonismo dos residentes aos turistas. - Começam a surgir problemas ambientais, incluindo a deterioração dos equipamentos turísticos. <hr/> <p>(2)</p> <p>Largos números de visitantes chegam ao destino em períodos de pico, em proporção equivalente ou até superior aos habitantes locais. O controle do turismo ultrapassa a esfera local e empresas exteriores surgem a investir, fornecendo infraestruturas modernas que podem mudar a aparência do destino. Com os números crescentes, a popularidade do destino pode sofrer problemas de excesso de uso e deterioração dos equipamentos. O planejamento nacional e regional, bem como o controle, tornam-se necessários, em parte para melhorar os problemas, mas também para comercializar junto das principais áreas geradoras de turistas internacionais, à medida que os visitantes se</p>

Quadro 9 ... (continuação)

tornam mais dependentes da organização da viagem pelo setor.

(3)

Assinalado por um trabalho de marketing bem definido, no qual a publicidade se torna intensa nos pontos emissivos da demanda, fazendo com que esta aumente em números significativos, ultrapassando o número de autóctones, com perfil representado pelos mesocêntricos (Plog) e os não-institucionalizados (Cohen). As estruturas providenciadas pelos residentes e a mão-de-obra local começam a ser substituídas por outras mais elaboradas e implantadas por organizações externas. As atrações naturais são suplantadas pelas artificiais, modificando a aparência física da área (BUTLER, 1980) (BAPTISTA, 2003) Para Cooper *et al* (2003), essa é uma fase crítica, pois as instalações e a natureza mutante do turismo podem alterar a própria natureza do destino e a qualidade pode entrar em declínio por problemas de uso demasiados e degradação dos recursos.

Consolidação

(1)

- O turismo se torna o principal segmento da economia local.
- Os equipamentos turísticos apresentam avançado grau de deterioração
- Os problemas ambientais se tornam visíveis.

(2)

A taxa de crescimento dos visitantes sofre um decréscimo, apesar dos números continuarem a aumentar e a exceder os residentes permanentes. É disponibilizado uma oferta de grandes cadeias e 'franchises', e existem áreas privilegiadas de recreio. Opta-se normalmente por decréscimo de preços para atrair novos turistas.

(3)

Definida por um aumento pequeno na taxa de turistas, ainda sobrepondo o número de residentes. A demanda possui um perfil psicocêntrico (Plog) e do turismo organizado de massa (Cohen). O trabalho de marketing estará bem difundido e o mercado contará com franquias e cadeias importantes, sendo que dois distritos estarão bem definidos, o de recreação e o de negócios. Esta etapa revela problemas ambientais, sociais e econômicos, culminando com sua pouca perspectiva de continuidade. No entanto, a imagem do destino ainda será boa, porém desvinculada dos aspectos geográficos (BUTLER, 1980) (BAPTISTA, 2003).

Estagnação

(1)

- A área perde seu *glamour* inicial e sai da moda.
- A área começa a perder turistas para outras destinações.
- A área apresenta sérios problemas ambientais, econômicos e sociais.

(2)

O destino ainda recebe um grande número de visitantes, mas já não está na moda. A procura baseia-se em visitas repetidas e utilização profissional das suas infraestruturas, sendo necessários esforços adicionais para manter o número de visitantes. O destino pode ter problemas ambientais, sociais e econômicos. Taxa de crescimento decai. O número de turistas potenciais decresce.

(3)

Fase em que o número de turistas é considerado elevado e, o contato entre turistas e residentes se torna formal. Os benefícios econômicos obtidos com o turismo podem sofrer um decréscimo, e o dinheiro adquirido não permanece por muito tempo no local, pois considera-se que os atuais são externos à localidade (DIAS, 2005)

Pós-estagnação

(1)

- A destinação entra em declínio gradual e rápido.
- Pode surgir um processo de rejuvenescimento da área através de investimentos na criação de novos atrativos, recuperação física da área ou por meio de campanhas de marketing.
- Nesse estágio geralmente a situação ambiental encontra-se em fase crítica.

Declínio

(2)

Os visitantes optam por outros destinos e o local tornou-se dependente de mercados mais próximos, para visitas de um dia e de curta duração (fins-de-semana). A rotatividade da propriedade é elevada e

Quadro 9 ... (continuação)

os equipamentos turísticos, como é o caso do alojamento, são convertidos para outros usos. Em alternativa, as entidades governamentais podem reconhecer este estágio e decidir 'rejuvenescer'.
Decréscimo quer de turistas quer de receitas.

Rejuvenescimento

(2)

Envolve a decisão sobre novos usos, novos mercados e novos canais de distribuição, reposicionando o destino. Pode passar pela introdução de novas atrações turísticas, ou pela capitalização de recursos, que anteriormente não eram utilizados (alargamento das épocas turísticas e atração de novos mercados). Estes desenvolvimentos refletem com frequência iniciativas conjuntas entre o setor público e o setor privado para ir ao encontro de novos mercados e re-investimento no destino para conseguir um ciclo renovado para o destino.

Declínio

(3)

A destinação não consegue mais competir com os outros destinos, acarretando em uma perda brusca de turistas. As estruturas vão adquirindo outras funções diferentes das turísticas. A comunidade volta a se envolver com o turismo, pois as instalações tendem a possuir um preço mais acessível, possibilitando sua compra e administração (BUTLER, 1980). Baptista (2003), considera duas subfases na etapa do declínio, em que a última subfase é marcada pelos aspectos citados por Butler (1980), e a segunda, pela mudança nos recursos de base, ou inserção de um novo conjunto de atração artificial, ou ainda a utilização de um recurso natural anteriormente não explorado.

Rejuvenescimento

(3)

Para Butler (1980), essa segunda sub-fase considerada por Baptista (2003) é denominada rejuvenescimento dado que reformular, acrescentar e explorar outros atrativos contribui para um reposicionamento da destinação no mercado

Fonte: Adaptado de:

(1) Butler (1980), Agarwal (1997), Pearce (2003), Cooper *et al.* (1993) (*apud* ARAUJO; MOURA, 2007).

(2) <http://kirk.estig.ipbeja.pt/ei/mod/resource/view.php?id=8221>, acesso em 25/03/09. (Alexandra Gonçalves)

(3) http://www6.univali.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=458, acesso em 10/06/09

Pode-se proferir que as características complementam-se nas três fontes e enriquecem o conteúdo dos estágios. Em relação às características do estágio de pós-estagnação citada pelos autores da fonte (1), foram segmentadas pelos autores das fontes (2) e (3) e detalham tal estágio onde pode ocorrer o declínio ou o rejuvenescimento.

O modelo desenvolvido por Butler (1980) tem como uma das principais características a facilidade com que esse modelo pode ser usado para organizar informações, permitindo uma abordagem bastante efetiva para se estudar a complexidade envolvida no desenvolvimento de uma destinação turística. Essa facilidade é ilustrada pela Figura 2. Note-se nessa figura a quantidade de variáveis observáveis para identificação dos estágios do ciclo de vida de uma destinação turística.

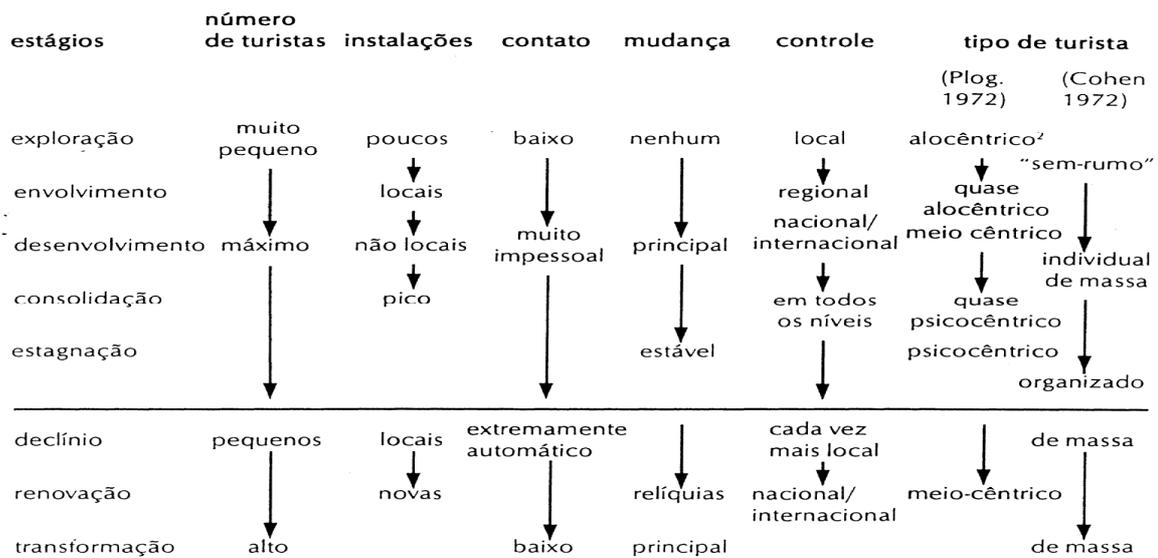


Figura 2 – Ciclo hipotético das regiões turísticas

Fonte: Butler *apud* Swarbrooke (2000).

Segundo Swarbrooke (2000), no que diz respeito ao desenvolvimento sustentável do turismo, uma análise do modelo de Butler aponta na necessidade de se adotar uma atitude de renovar as destinações constantemente, de preferência antes do início de seu declínio, já que este estágio tende a levar a: diminuição da renda e redução de empregos; subutilização da infraestrutura; subutilização ou até mesmo abandono dos edifícios; desmoralização da população local.

Outro aspecto importante para a análise de destinações turísticas com base no modelo do ciclo de vidas das áreas turísticas, é que há uma tendência crescente segundo a qual o ciclo de vida dos lugares turísticos está ficando cada vez mais curto, devido ao desejo dos turistas de sempre buscarem novos lugares para visitar, e devido à concorrência e ao crescimento de novas destinações (SWARBROOKE, 2000).

Todos os atores e agentes envolvidos com o processo de planejamento, construção e manutenção de um destino turístico precisam ter ciência de que mesmo os lugares dotados de um vasto patrimônio natural e cultural, como é o caso de muitos lugares ao longo do litoral nordestino, não têm seu desenvolvimento satisfatório garantido, nem vão necessariamente manter a fidelidade dos seus visitantes. Falar em fidelidade é algo difícil em turismo, pois, como citado acima, os turistas frequentemente desejam novos lugares para visitar. Assim, é

necessário se fazer com que as expectativas dos turistas sejam superadas, que a qualidade percebida seja a maior possível e que o valor percebido também seja alto, o que proporcionaria satisfação e uma possível fidelidade (SOUZA; RAMOS; RAMOS, 2002).

Swarbrooke (2000) afirma que as destinações turísticas estão atingindo os estágios de estagnação e declínio mais rápido devido a inúmeros fatores que podem encurtar o ciclo de vida dos lugares turísticos. Essa abreviação do ciclo de vida é, sem dúvida, uma ameaça à sustentabilidade das destinações e poderia fazer com que o investimento nas estações turísticas nunca fosse amortizado.

Outro aspecto a ser mencionado é que Middleton e Hawkins (1998) afirmam que o modelo de Butler “apóia o ponto de vista de que os administradores de destinações podem interromper ou mudar o padrão ‘normal’ de desenvolvimento da estação turística, em função das estratégias administrativas que decidam adotar”. Entretanto, devido à complexidade dos fatores que influenciam as destinações, isso nem sempre é possível. Ou seja, o planejamento e o desenvolvimento de estratégias de sustentabilidade precisam ser bem delineados desde os primeiros estágios da evolução de uma determinada destinação.

É devido à presença de inúmeros fatores que influenciam a evolução das destinações turísticas que Swarbrooke (2000) afirma que o ciclo de vida de uma área turística raramente é uma curva nítida. Pelo contrário, ele é frequentemente afetado por fatores em sua maioria fora do controle dos administradores da destinação. Este ponto é ilustrado através da Figura 3, que mostra uma curva de evolução do ciclo de vida hipotético de uma destinação que não se apresenta como uma curva de crescimento muito nítida.

Assim, entende-se que um planejamento, quando em situação de contingência, deve ser re-estudado para verificar se há necessidade ou não de revisão e reconfiguração do plano inicialmente traçado, uma vez que a realidade empírica é dinâmica, com mudanças podendo ocorrer em curto espaço de tempo. É importante que se fique atento tanto a situações positivas quanto negativas, buscando-se realizar ajustes nos planos, observando-se se os fatos novos que emergirem são permanentes ou temporários, o que afetará os cenários e prognósticos previamente traçados, como resultado das novas condições que emergem.

Segue a figura contendo alguns exemplos de fatores incontroláveis.

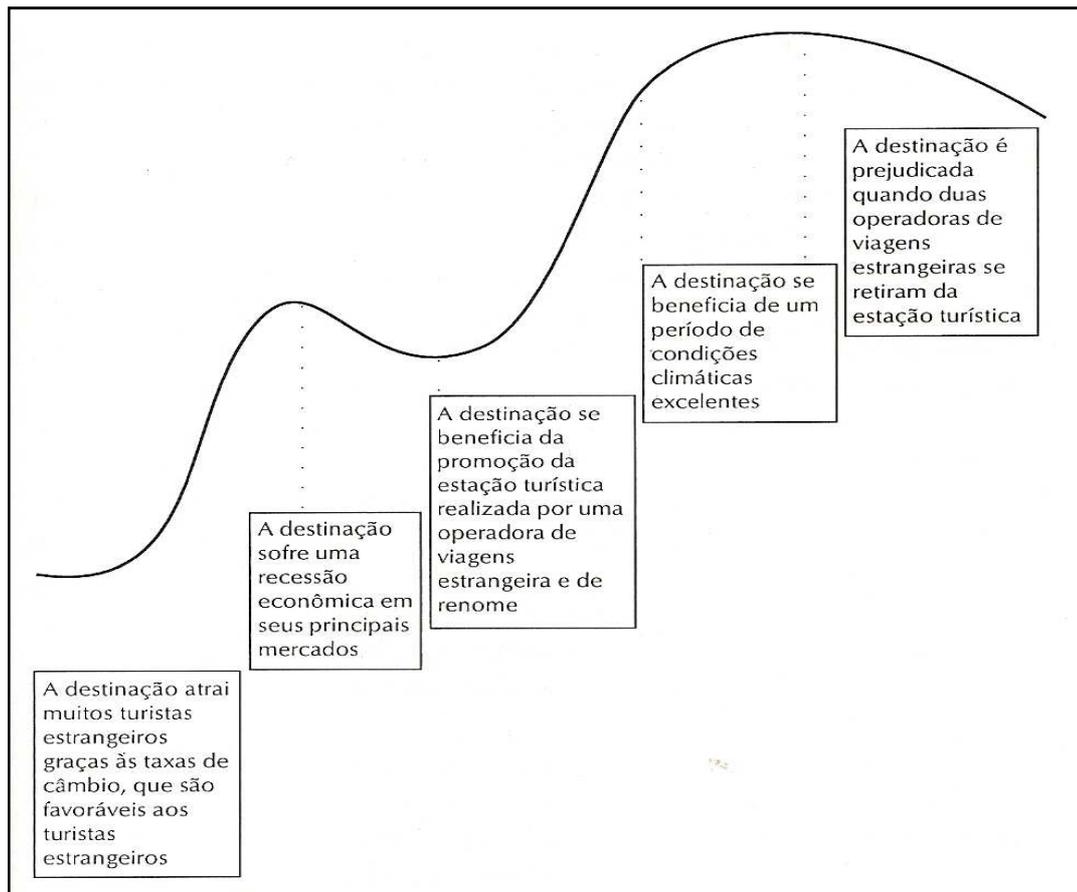


Figura 3 – Os fatores incontroláveis e o ciclo de vida de uma área turística hipotética

Fonte: Swarbrooke (2000).

O ciclo de vida do destino turístico, originalmente identificado por Butler, embora de aplicação universal em sua essência, não deve ser encarado como um processo inevitável, uma vez que em algumas situações ele não se aplica completamente. Trata-se de um modelo evolutivo que vem sendo empregado para melhor compreensão dos mecanismos presentes no desenvolvimento turístico, suas formas e possíveis conseqüências. Deve ficar claro que a qualquer tempo, diversas adaptações são possíveis, particularmente via processo de planejamento, prioritariamente por meio de políticas governamentais.

Em um texto em que discute o conceito elaborado há mais de duas décadas, (BUTLER *apud* DIAS, 2003b) identifica oito elementos fundamentais do modelo de Butler (1980), a saber: dinamismo (ou mudança), processo, capacidade (ou limites de crescimento), gatilhos (fatores que provocam mudanças no destino), gerenciamento, visão de longo prazo no planejamento, componente espacial e aplicabilidade universal. Esses são os componentes e

conceitos-chaves introduzidos pelo modelo do ciclo de vida dos lugares turísticos, que foram debatidos e questionados ao longo de mais de 20 anos, e que de forma geral mostraram-se válidos quando aplicados em diferentes destinações turísticas em todo o mundo. Ou seja, ao se analisar como uma determinada destinação turística evoluiu ao longo do tempo, é imprescindível que tais variáveis sejam consideradas como parte do arcabouço teórico empregado para fins de análise.

Assim, sintetiza-se com base nos oito elementos acima relacionados ao modelo que: 1. o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil precisam atentar ao dinamismo do turismo, uma vez que inúmeros fatores interferem nos destinos; 2. os diversos processos que compõem o complexo fenômeno do turismo devem conter elementos de consistência e continuidade; 3. os limites de crescimento são determinados pela capacidade de carga dos destinos, não perdendo a atenção sobre a continuidade do lugar; 4. ações dos *stakeholders* poderão definir e/ou redefinir mudanças para evitar declínios ou intervirem em outros estágios quando necessário; 5. o poder público precisa ser o maior responsável pela direção que um destino terá, dada a sua importância para se alcançar o bem comum; 6. o planejamento possibilita perceber a realidade, avaliar rumos, construir um referencial futuro e reavaliar os processos também quando necessário ao destino; 7. respeito ao componente espacial, ou seja, o território do destino que deve gerar benefícios para autóctones e para visitantes; 8. finalmente um modelo que possa servir como base de planejamento para todos os destinos turísticos, apesar de não ser um modelo unânime entre os estudiosos do turismo.

2.5 Tipologia de turistas

Em um texto considerado clássico, Cohen (*apud* DIAS, 2003b) estabeleceu uma tipologia de turistas que, de algum modo, pode ser associada aos diferentes estágios do modelo do ciclo de vida dos lugares turísticos de Butler (1980). Cohen encontrou quatro tipos de turistas aos quais ele denominou de: 1) mochileiro; 2) explorador; 3) turista de massa individual, e 4) turista de massa organizado.

O tipo de turista que ele denominou de *mochileiro* é o que se aventura para regiões distantes e pouco exploradas, fora dos caminhos conhecidos e distantes de sua própria cultura

ou local de origem. Esse viajante procura não se associar com a indústria do turismo, por considerar a experiência turística vivida, por quem a utiliza, como falsa, não autêntica. Ele não tem itinerário estabelecido, tende a arrumar algum trabalho quando necessita de dinheiro, e vive do mesmo modo que os membros de outras culturas, utilizando suas acomodações, comida e hábitos. Os *hippies* dos anos 1960 e 1970 correspondem à descrição desse tipo de turista. No ciclo de vida do lugar turístico de Butler (1980), esse tipo de turista está associado aos estágios iniciais de evolução do ciclo de vida da área turística.

O segundo tipo de turista, denominado de *explorador*, é semelhante ao "mochileiro", no sentido de que ele também organiza sua própria viagem e busca escapar dos caminhos mais conhecidos o máximo possível. Esse tipo de pessoa, no entanto, gosta de ficar em acomodações mais confortáveis e busca transportes melhores e mais confiáveis do que aqueles escolhidos pelo *mochileiro*. Eles tentam encontrar-se com os habitantes dos locais que visitam o mais possível, e tentam aprender sua linguagem, gestos e formas de comunicação. No modelo de Butler (1980), esse tipo de turista aparece nas destinações turísticas depois dos *mochileiros*, mas ainda nas fases iniciais do ciclo de evolução da destinação.

O turista de *massa individual* já é um turista que aceita algum nível de organização, e não procura organizar sua própria viagem, recorrendo às agências de viagem. Muitos se destinam para "bolhas ambientais", que reproduzem seu local de origem, e somente se aventuram fora desse território familiar de vez em quando. Eles diferem do *turista de massa organizado*, porque não são totalmente organizados, não viajam em grupos e o roteiro turístico não é totalmente pré-planejado. No modelo de Butler (1980), esses viajantes estão nos estágios de desenvolvimento, consolidação e estagnação, embora estejam predominantemente no estágio de consolidação.

Em contraste, o *turista de massa organizado* é o menos aventureiro de todos. Ele viaja em grupos de pessoas que pertencem a sua própria cultura. Permanece em uma "bolha ambiental" de sua cultura e prefere ficar isolado da comunidade local. O transporte local é feito em ônibus e barcos com ar condicionado, isolados do meio ambiente externo. Acomoda-se em hotéis com ar condicionado, que são micro-ambientes de seu local de origem. Chega em aviões com ar condicionado em um aeroporto com ar condicionado. É recebido por pessoas que falam sua língua, e são providenciados guias em todos os roteiros turísticos previamente estabelecidos. É conduzido a centros de compras aos quais estão familiarizados e

onde suprem suas necessidades e desejos, e os vendedores falam sua linguagem. O itinerário é totalmente planejado antecipadamente e todas as passagens são pagas no local de origem. Esse é o turista que Butler (1980) colocou no final do ciclo de vida das destinações turísticas, particularmente no estágio de estagnação e com participação menor no estágio de consolidação.

A tipologia de turistas contextualizado por Cohen (*apud* DIAS, 2003b) encontra paralelo na formulação teórica de tipos de turistas realizada por Plog (1973 *apud* DIAS, 2003b). Plog propõe a seguinte tipologia: *turistas alocêntricos* – buscam novidades e aventuras; são extrovertidos e autoconfiantes; *turistas psicocêntricos* – caracterizados pelas exigências de conforto e segurança nas localidades turísticas; são pessoas ansiosas, inibidas, avessas a aventuras e preocupadas com os pequenos problemas da vida; *turistas mesocêntricos (meio-cêntricos)* – turista de massa que viaja em grupos e deseja conhecer o maior número de atrações pelo menor preço; é aquele que frequenta as destinações na fase de declínio.

Este capítulo, e até certo ponto o anterior (Capítulo 1), estabelece uma base teórico-conceitual que delimita possibilidades para que se possa realizar um exame de qualquer destinação turística contemporânea. Têm-se estabelecido no presente texto definições de um destino turístico, suas características, componentes, estrutura, principais atores e o modelo do ciclo de vida dos lugares turísticos de Butler (1980). Embora o modelo de Butler não seja de acordo comum, conforme citado, de uma forma geral ele é útil à análise da evolução das destinações turísticas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo apresenta a metodologia que foi usada neste trabalho com a finalidade de examinar uma questão relacionada à destinação turística Maceió, capital do estado de Alagoas, a saber: *Quais os principais fatores influenciadores da evolução do ciclo de vida da destinação turística Maceió até os dias atuais?* Portanto, usou-se a abordagem de estudo de caso.

Nas ciências sociais, usa-se o estudo de caso extensivamente com a finalidade de se investigar diversos tipos de questões de pesquisa (MOSER; KALTON, 1971; DENCKER, 1998). Robson (1993, p. 5) explica que o estudo de caso “é uma estratégia de pesquisa que envolve uma investigação empírica de um dado fenômeno contemporâneo no âmbito de um determinado contexto real usando-se múltiplas fontes de dados”. Busca-se caracterizar para fins de análise e explicação os atributos únicos do fenômeno que se está estudando. Este trabalho adotou a abordagem de estudo de caso, como apresentado abaixo.

Para o estudo de caso relacionado à evolução da destinação turística Maceió, foram usadas duas estratégias complementares. Na primeira estratégia, buscou-se estabelecer uma caracterização geral dessa destinação, priorizando-se elementos relacionados à sua evolução ao longo do tempo. Na segunda estratégia, realizou-se uma revisão da literatura com o objetivo de criar uma base teórica que seria usada para examinar a questão acima mencionada. Priorizou-se como base teórica principal na pesquisa o modelo do Ciclo de Vida da Área Turística (*TALC*, em inglês), um modelo que foi desenvolvido por Butler (1980) e que tem sido usado extensivamente em estudos relacionados ao turismo, em todo o mundo (Butler, 2006a).

A coleta de dados incluiu observação direta de campo, buscando-se identificar características físico-ambientais ao longo de todas as praias do município de Maceió. O *TALC* identifica a degradação ambiental como um dos principais fatores que contribuem para a estagnação das destinações turísticas. Utilizou-se também uma entrevista semi-estruturada (APÊNDICE I) que foi realizada com 20 profissionais que detêm conhecimento técnico sobre a destinação em questão. São profissionais renomados relacionados a gestão pública municipal e estadual, empresários do trade turístico de Alagoas, jornalista, professores, entre

outros. Empregou-se ainda a análise de documentos oficiais relacionados à destinação Maceió.

Amostragem

Utilizou-se uma estratégia amostral não probabilística, denominada *amostra por julgamento* (DENCKER, 1998). Nesse tipo de estratégia para se estabelecer uma amostra, o pesquisador “[...] seleciona o que acredita ser a melhor amostra para o estudo de um determinado problema” (*idem*, p. 179). Levando-se em consideração essa orientação, os dados empregados na caracterização da destinação Maceió, e informações colhidas junto a profissionais inseridos na destinação Maceió, adotou-se o seguinte procedimento para a seleção das 20 pessoas que seriam entrevistadas: selecionou-se um profissional com as características mencionadas e solicitou-se que ele indicasse outro ou outros profissionais que, na sua visão, teriam conhecimento relevante ao exame da questão de pesquisa proposta. Esta abordagem é denominada de “bola-de-neve” (ROBSON, 1993), uma vez que à medida que novos indivíduos vão sendo indicados, o número total de pessoas com as características de interesse para estudo aumenta. Ao final, escolhem-se aqueles mais mencionados ou os mais mencionados juntamente com outros que o pesquisador considere como relevantes para o estudo, à medida que o estudo vai se desenvolvendo.

As entrevistas foram presenciais e gravadas, todas com consentimento dos entrevistados e tiveram duração total de 19 h e 3 minutos. As entrevistas variaram de 22 minutos a 95 minutos, e foram realizadas entre maio/09 e setembro/09. No texto da dissertação, os entrevistados são identificados com a letra **E**, com o significado de Entrevistado, seguido de um número, relacionado a um dos 20 entrevistados. Por questões éticas, ficam omissas as identidades dos entrevistados responsáveis pelas falas transcritas e apresentadas no Capítulo 5.

As questões abordadas são referentes a elementos que auxiliam a uma tomada consistente dos resultados e conclusões, envolvendo seus conhecimentos e percepções sobre temas como políticas públicas, políticas e cenários ambientais, fatos e fatores que inibem ou contribuem para o crescimento do turismo na destinação Maceió.

Utilizou-se a observação como instrumento de pesquisa, sobre a frequência pessoas, turistas e residentes, ao longo dos 37 km das praias de Maceió, no mês de janeiro/08, assim como em relação aos problemas ambientais em todas as praias do município de Maceió, com ênfase no problema do esgoto que é lançado em muitas dessas praias.

Em relação à análise dos dados, utilizou-se também uma abordagem qualitativa. Após a transcrição das entrevistas, realizou-se um cruzamento das opiniões e pontos de vista dos entrevistados com os dados coletados através da observação e análise documental, buscando-se identificar os aspectos que tinham relevância para o exame da questão de pesquisa adotada no estudo. Com base nesse procedimento, buscou-se explicar a evolução da destinação turística Maceió, bem como as perspectivas de desenvolvimento nos próximos anos.

4. ALAGOAS E O DESTINO TURÍSTICO MUNICÍPIO DE MACEIÓ

4.1 Aspectos históricos e geográficos de Alagoas e Maceió

A atual cidade de Maceió surgiu em um engenho de cana de açúcar, por volta de 1609. Maceió vem da língua tupi, das denominações *Maçayó* ou *Macaio-k*. O termo significa "aquele que tapa o alagadiço", talvez em referência pela abundância de águas por todos os lados e a constante subida e descida das marés. Foram os índios que ‘assistiram’ a esse espetáculo da natureza, uma vez que se trata de uma formação geologicamente recente. Passaram a chamar o local de Maçaió-k. Mais tarde os portugueses modificaram o nome indígena, e assim surgiu o atual nome da cidade: Maceió. A emancipação política de Maceió aconteceu no ano de 1817 (PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ, 2008).

Situada na região Nordeste do Brasil, na porção leste do estado de Alagoas, distante 1.930 km de Brasília (DF) (DNIT, 2008). Limita-se com os municípios Rio Largo, Satuba, Santa Luzia do Norte, Coqueiro Seco, Marechal Deodoro, Paripueira, Messias e Flexeiras. Os acessos rodoviários são pela AL-101, Sul e Norte, BR-104 e BR-115 (IBGE).

Alagoas registra fronteiras com os estados de Pernambuco (PE), Sergipe (SE) e Bahia (BA), sendo que com a Bahia são cerca de 25 km, e trata-se da divisa da cidade de Delmiro Gouveia (AL) com Paulo Afonso (BA), no ponto extremo do sertão alagoano, a 294 km da capital. Já os limites com Sergipe e Pernambuco são mais representativos e próximos aos 200 km e 400 km de extensão, respectivamente (Figura 4).

Maceió está situada relativamente próxima a Natal (572 km) e Salvador (632 km), e mais ainda de João Pessoa (395 km), Recife (253 km) e Aracajú (294 km) (Tabela 1), o que proporciona uma facilidade ao turista no deslocamento por vias rodoviárias para Alagoas e Maceió.

A figura seguinte mostra a localização geográfica de Alagoas em relação ao Brasil e a América do Sul.

Tabela 1 - Distância das capitais dos estados brasileiros para Maceió (*)

Capital	km	Capital	km
Recife (via BR-101) (PE)	253	Rio de Janeiro (RJ)	2.131
Recife (via litoral) (PE)	285	Belém (PA)	2.173
Aracaju (SE)	294	São Paulo (SP)	2.453
João Pessoa (PB)	395	Curitiba (PR)	2.871
Natal (RN)	572	Campo Grande (MS)	3.040
Salvador (BA)	632	Cuiabá (MT)	3.049
Fortaleza (CE)	1.075	Florianópolis (SC)	3.168
Teresina (PI)	1.236	Porto Alegre (RS)	3.572
São Luís (MA)	1.672	Porto Velho (RO)	4.505
Vitória (ES)	1.684	Rio Branco (AC)	5.039
Palmas (TO)	1.851	Manaus (AM)	5.491
Belo Horizonte (MG)	1.854	Boa Vista (RR)	6.276
Brasília (DF)	1.930	Macapá (AP)	ND
Goiânia (GO)	2.125		

Fonte: DNIT (Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes).

<http://www1.dnit.gov.br/rodovias/distancias/distancias.asp>. Acesso em 20/08/08

(*) a distância entre duas cidades é medida de centro a centro. Menor distância pavimentada usando rodovias federais, estaduais ou municipais.

ND – Não disponível pelo DNIT

O município de Maceió possui área total de 511 km² (IBGE), tem clima tropical, quente e úmido, e a parte baixa da capital do estado está a 5 m do nível do mar. Os meses mais quentes são dezembro e janeiro, quando a temperatura alcança os 36° C e os meses menos quentes, com mínima por volta de 21° C, são usualmente julho e agosto. Sua população é de 896.965 habitantes (IBGE, 2007), 312.882 eleitores (IBGE, 2005) e sua economia é formada por poucas indústrias, comércio em grande expansão, serviços e turismo.

Maceió é a cidade de maior importância econômica do estado e no ano de 2006 seu PIB representou 44,3 % do PIB de Alagoas. Isto significa que o PIB de Maceió é quase o mesmo que a soma dos outros 101 municípios do estado.

Ainda na área econômica, com reflexos na área social, o município de Maceió apresenta uma situação crítica no que diz respeito ao tema concentração de renda, um problema que o Brasil conhece desde o tempo colonial, apesar de algumas partes do país terem melhorado nas últimas décadas. Carvalho (2007) observa que com aproximadamente um terço da população total de Alagoas, a capital, Maceió, conta com 80 mil funcionários públicos. Significa que uma em cada três famílias tem um servidor público (federal, estadual ou municipal).

O setor de serviços e uma grande rede comercial absorvem a maior parte dos trabalhadores, tanto formal quanto informalmente. Em todo o estado, são poucas as indústrias instaladas. Com a exceção do setor sucroalcooleiro, apenas dois grandes símbolos da industrialização estão localizados em Maceió: a Brasken e a Sococo (Carvalho, 2007, p. 31). Estes são os principais fatores que fazem de Maceió o mais importante pólo econômico de Alagoas e implica em um grande movimento migratório. Por causa disso, entre 1960 e 2007 a população de Maceió cresceu 270%. E, como se pode deduzir, com base no contexto histórico da maior parte das capitais do Nordeste, a questão urbana de Maceió é grave.

Assim, longe de ser problema só de Alagoas e Maceió, a forma desordenada de crescimento populacional e urbano, também devido à falta de políticas públicas para diversificação da economia de Alagoas, o problema urbano faz com que Maceió continue num crescimento desordenado, o que causa diversas distorções sociais, tornando-a, entre os 5.564 municípios brasileiros, a mais violenta da nação. De forma semelhante, Alagoas registra a maior taxa de homicídios (GAZETA DE ALAGOAS, 29/03/09), sua capital é, proporcionalmente, a mais favelizada (AGÊNCIA ALAGOAS, 2009) do país e, paradoxalmente, é uma cidade muito rica mas com pequeno percentual de ricos (ver tabela 2).

Ainda há de se considerar os grandes prejuízos ambientais que são gerados pela quantidade de lixo produzida e com precário tratamento de esgoto. Maceió é uma das cidades com menor percentual de saneamento básico do Brasil. Apenas 27% da população (CASAL, 2007) é assistida por tais serviços básicos de saneamento. Como consequência, as praias urbanas de Maceió ficam sem condições de balneabilidade em vários períodos ou dias do ano, principalmente em épocas de chuva (IMA, 2008). Este é um contexto que não é minimamente favorável ao turismo, uma vez que os estudos da Setur/AL têm mostrado de forma consistente que a natureza, particularmente “sol e praia”, é a grande responsável pela geração de demanda turística no estado.

Paradoxalmente, o turismo é visto pelo poder público (nos níveis federal, estadual e municipal) como uma alternativa viável para a solução dos problemas sociais e econômicos que tanto o estado quanto Maceió enfrentam. Com um litoral de praias muito elogiadas pelos turistas de todo o mundo, por suas belezas e temperatura morna da água (média de 23° C), o governo municipal de Maceió, o governo estadual, bem como a iniciativa privada, realizam esforços para o crescimento do número de turistas, para o aumento da capacidade hoteleira, para melhorias na infraestrutura, a capacitação profissional, melhoria da prestação de serviços

em geral, dentre outras demandas básicas com as quais conta qualquer cidade ou município que queira se preparar para disputar a demanda turística.

Foi como parte da política de qualificação e re-qualificação urbana para o turismo que recentemente o município promoveu a revitalização da orla de Maceió, abrangendo as praias de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca (2007-2009). Além disso, o governo estadual inaugurou o Centro Cultural e de Exposições de Maceió e o Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares (ambos em 2005). Grupos nacionais, internacionais e locais estão realizando construções de várias unidades hoteleiras no período 2009-2011.

No momento atual, o estado de Alagoas, assim como sua capital Maceió, apresentam um quadro favorável, no que diz respeito ao crescimento da demanda turística e de investimentos em serviços e equipamentos voltados à atividade turística. Entretanto, nesse contexto positivo é inevitável que se levante a questão de que até que ponto esse quadro vai perdurar. Por exemplo, uma reportagem mostrada pela TV Gazeta no mês de Janeiro de 2010 apresentou vários turistas que foram entrevistados mencionarem que Maceió era muito bonita e atrativa, do ponto de vista natural, mas que precisava melhorar muito em termos de infraestrutura, serviços – incluindo capacitação profissional – e a necessidade de diversificação da oferta turística. Estes são problemas que reduzem de forma significativa a capacidade competitiva do município de Maceió.

4.2 Aspectos socioeconômicos de Alagoas e Maceió

Alagoas é um estado com grandes problemas sociais. A saber, o IDH do estado em 2005 foi 0,677 (PNUD, 2009); 27º lugar entre os Estados e DF. O seu IDSE⁹ (2007) foi 21,5 (FGV, 2008); 25º lugar entre os Estados e DF. Um problema social relevante para este estudo diz respeito às diferenças salariais. A Tabela 2 mostra que a proporção da População

⁹ IDSE – novo Indicador de Desenvolvimento Socioeconômico, é calculado após o cruzamento de diversos dados oficiais resultante da análise de 36 fatores sociais e econômicos, que vão desde a qualidade da moradia – levando em consideração até o tipo de material das paredes e cobertas -, até os serviços ofertados à população nas áreas de Saúde, Educação e Segurança Pública. Mais completo que o IDH, que considera apenas três fatores, o IDSE concluiu: o desenvolvimento econômico de uma população depende não só da renda que ela gera, mas da qualidade de vida que ela goza, de forma justa e igual. A escala vai de 0 (mais baixo) a 100 (mais alto). O estado de SP tem indicador de 99,1, sendo base referencial. PI é o 27º e MA o 26º. Fonte: Revista VEJA, Ed. 2107, 08 de abril de 2009, reportagem “Nos trilhos do Avanço” e Jornal A GAZETA DE ALAGOAS”, 12/04/09, p. A9.

Economicamente Ativa (PEA) que tem rendimentos até 1 Salário Mínimo (SM) chega a quase 70%.

Tabela 2 - Renda mensal das pessoas de 10 anos ou mais em 2005 (Alagoas)

Classe	Quantidade	%
Sem rendimento	294.633	22,24
Até 1 Salário Mínimo	623.781	47,09
Mais de 1 a 2 SMs	254.007	19,18
Mais de 2 a 5 SMs	98.046	7,40
Mais de 5 a 10 SMs	40.155	3,04
Mais de 10 SMs	14.008	1,05
TOTAL (PEA)	1.324.630	100,00

Fonte: Adaptado de IBGE/PNAD (2006) e Carvalho (2008, p. 11).

PEA – População Economicamente Ativa

Outro dado que se destaca de forma negativa relativamente ao estado de Alagoas, a respeito da renda, é citado por Carvalho (2008, p. 12), segundo o qual o 1% dos mais ricos (30 mil pessoas) detém 22,34% da renda. Do outro lado, os 50 % dos mais pobres (1,5 milhão de pessoas) com apenas 14,78% da renda. Esse quadro é uma demonstração cabal da alta concentração de renda de Alagoas, uma situação social e econômica que inevitavelmente tem conseqüências políticas significativas. Por exemplo, pode-se deduzir desse quadro a grande dificuldade do estado, assim como de Maceió, no sentido de estruturar uma oferta turística sólida e competitiva frente às outras destinações nordestinas. É muito difícil crescer de forma continuada, com as respostas sociais geralmente mencionadas pelos políticos e iniciativa privada, em um estado e município nos quais os recursos humanos – fator chave na atividade turística – encontram-se completamente marginalizados.

Ou seja, fica demonstrado na tabela e considerações acima o grau de concentração de renda no estado e que se reflete de maneira similar na capital, com prováveis repercussões negativas na oferta turística.

O município de Maceió apresenta uma densidade demográfica de 1.755,3 hab/km² (Tabela 3), ocupando a 14^a posição dentre os 26 estados e DF. Em termos de densidade demográfica, Maceió encontra-se bem distante da maior, Fortaleza (CE), que conta com 7.903 hab/km², e da menor, Porto Velho (RO), com apenas 10,8 hab/km². O crescimento da população de Alagoas foi aquém do crescimento no Brasil, que no período de 1960-2007 passou de 70 milhões para 184 milhões (IBGE), crescendo 262,3%.

Tabela 3 - Evolução da população (1960-2007) em Alagoas e Maceió

ANO	ALAGOAS	Taxa crescimento % (AL)	MACEIÓ	Taxa crescimento % (Maceió)	Densidade demográfica (Maceió) hab/km ²
1960	1.258.170	-	242.987	-	475,5
1970	1.558.109	23,84	351.299	44,58	687,5
1980	1.982.591	27,24	514.671	46,51	1.007,2
1991	2.514.100	26,81	629.041	22,22	1.231,0
2000	2.827.856	12,48	797.759	26,82	1.561,2
2007	3.037.103	7,40	896.965	12,44	1.755,3
Crescimento					
2007-1960	1.778.933	241,39%	653.978	269,41%	369,15%

Fonte: Adaptado de IBGE (2008) e Carvalho (2007,p. 32).

Já em Maceió, a população cresceu sete pontos percentuais acima do crescimento nacional. Conforme CARVALHO (2007, p.32),

neste crescimento, a população foi *ruralizada* pela presença maciça de uma população originária do campo alagoano, que trouxe para a capital suas práticas e valores, determinando o cotidiano da vida de bairros inteiros.

E, assim como em todo o Brasil, em um contexto social crítico, Alagoas e Maceió sofrem com o crescimento do consumo das pessoas e com a produção de lixo, degradação do meio ambiente, com o volume migratório e conseqüente crescimento desordenado e do número de indigentes. Essa situação, aliada à falta de capacidade de articulação dos governos com o objetivo de aumentar a oferta dos serviços públicos essenciais, os já tão conhecidos direitos constitucionais (Constituição Federal, 1988, art 6º - a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância e a assistência aos desamparados), acabam por agravar a situação da qualidade de vida da população.

Além disso, a população de Maceió convive ainda com a falta de infraestrutura nos serviços de abastecimento de água, saneamento básico, segurança pública e transportes. Assim, o nível de qualidade de vida fica comprometido para todos os habitantes, sem exceção. Essa situação social e ambientalmente crítica do município de Maceió tem inevitavelmente efeitos negativos sobre a sua oferta turística.

Mais especificamente, pode-se deduzir que essas deficiências trazem implicações graves para o comportamento do ciclo de vida dessa destinação turística. Por exemplo, de acordo com Butler (1980), a variável ambiental encontra-se entre os principais fatores que contribuem para a estagnação das destinações turísticas. Em um contexto afetado severamente

por problemas socioambientais, o poder público é chamado a realizar grandes investimentos para resolver tais problemas.

Além disso, a prioridade do planejamento e dos investimentos precisa ir além do mero crescimento econômico, buscando alcançar o desenvolvimento do destino Maceió. Ou seja, é necessário que ao gerar crescimento econômico, o turismo leve a uma melhora nas condições de vida da população residente. Tal melhoria terá inevitavelmente impactos positivos também junto ao visitante, com benefícios para a imagem da destinação.

Um grande contraste com a situação da renda da população é a posição que Maceió ocupa em relação à riqueza das cidades, no contexto brasileiro: dentre os 5.564 municípios do país, com o PIB registrado em 2006, Maceió é o 43º município mais rico (IBGE, 2007). As Tabelas 4 e 5 registram o comportamento do PIB de Alagoas e de Maceió no período 2002-2006.

Tabela 4 - PIB 2002-2006 em Alagoas e Maceió

Em R\$ mil (valores correntes)

Ano / Local / PIB	2002		2003		2004		2005		2006	
	PIB total	PIB per capita								
Alagoas	9.812,4	3,4	11.209,5	3,8	12.890,1	4,3	14.134,6	4,7	15.753,4	5,2
Maceió	4.149,8	4,9	4.717,7	5,4	5.675,4	6,4	6.114,5	6,8	6.980,5	7,6

População estimada Alagoas 2006 - 3.011.666 habitantes.

Fonte: Adaptado do IBGE (2008).

Tabela 5 - Crescimento do PIB 2002-2006 em Alagoas e Maceió

PIB	PIB total				PIB per capita			
	2003 - 2002	2004 - 2003	2005 - 2004	2006 - 2005	2003 - 2002	2004 - 2003	2005 - 2004	2006 - 2005
Alagoas	14,24%	15,00%	9,65%	11,45%	12,87%	13,64%	8,40%	11,61%
Maceió	13,69%	20,30%	7,74%	14,16%	11,17%	17,72%	5,45%	11,81%

Fonte: cálculos realizados pelo autor com base na Tabela 4.

Um importante dado no que diz respeito à atividade do turismo, é que a contribuição do turismo para o PIB do estado de Alagoas vem crescendo de forma significativa, como se constata na Tabela 6. Esse efeito pode ser mais facilmente visualizado no Gráfico 1.

Tabela 6 - PIB gerado pelo turismo em relação ao PIB total de Alagoas

Ano	2001	2002	2003	2004	2005
PIB turismo/PIB total Alagoas	5,08%	5,93%	5,43%	7,57%	13,78%

Fonte: Adaptado de Gazeta de Alagoas, 06/03/2006.

Obtido em: www.investmentosalagoas.al.gov.br/noticia.php?id=55. Acesso em 04/05/06.

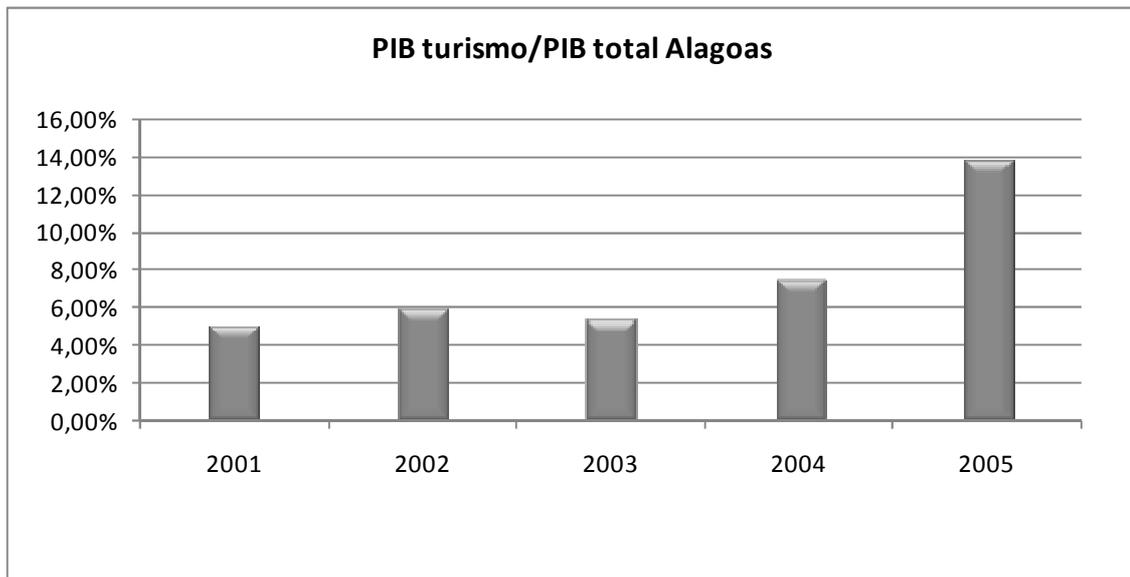


Gráfico 1 - PIB gerado pelo turismo em relação ao PIB total de Alagoas

Com esta representatividade, a importância do turismo é considerada muito alta. Valls (2006, p. 56-7) fornece uma escala para se medir o grau de importância do turismo em uma dada economia, como se segue: muito baixa (menor que 4% do PIB), baixa (4-6%), média (6-8%), elevada (8-10%), alta (10-12%) ou muito alta (acima de 12%).

Ressalte-se que neste trabalho é levada em consideração a observação de Bastos Filho (2005, p. 21): “[...] como é amplamente sabido, nem mesmo uma associação, ainda que criteriosa, do PIB com a renda *per capita* é suficiente para esgotar a avaliação do que seja desenvolvimento”. Assim, quaisquer indicadores tratados isoladamente trarão poucas contribuições analíticas. Essa é a razão pela qual este trabalho adota de forma geral uma abordagem qualitativa na qual se procede a uma triangulação na coleta de dados. Ou seja, foram coletados dados estatísticos, documentos oficiais, mas também foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com profissionais envolvidos com o turismo em Alagoas/Maceió.

4.3 Aspectos turísticos de Alagoas e Maceió

A Setur/AL, na condição de órgão oficial de turismo do estado de Alagoas, realiza regularmente levantamentos a respeito das características da demanda turística desse estado.

Com base na análise de dados coletados através dos Boletins de Ocupação Hoteleira (BOHs), a Setur/AL verificou que em 2008 a metade da demanda turística do estado procede da região Sudeste, com o estado de São Paulo representando praticamente toda a emissão das regiões Sul, Centro Oeste, Norte e dos demais estados da região Sudeste (Tabela 7). A proporção de turistas de São Paulo em Alagoas, desde o início das pesquisas em 1997 pelos órgãos oficiais do turismo do estado, foi sempre superior a 30% do mercado receptivo.

Há uma quantidade expressiva de turistas que visitam Alagoas, procedentes dos demais estados da região Nordeste. Como se pode verificar na Tabela 7, a soma dos demais estados do Nordeste representa 24,21% dos visitantes a Alagoas, o que representa quase ¼ do total da demanda turística nacional do estado. Entretanto, a soma dos turistas de todos os estados do Nordeste que se deslocam para Alagoas, é menor em mais de cinco pontos percentuais do que São Paulo, o maior emissor. Saliente-se que a pesquisa se refere a turistas hospedados em hotéis.

Tabela 7 - Mercados emissores para Alagoas - 2008 (turistas hospedados em hotéis)

NACIONAIS			ESTRANGEIROS		
REGIÕES/ESTADOS	Nº ABS.	Nº REL.	CONTINENTES/PAÍSES	Nº ABS.	Nº REL.
SUDESTE	212.114	49,95%	AMÉRICA DO SUL	10.460	63,88%
São Paulo	145.415	34,25%	Argentina	8.395	51,26%
Rio de Janeiro	29.692	6,99%	Chile	1.117	6,82%
Minas Gerais	31.895	7,51%	Uruguai	451	2,75%
Espírito Santo	5.112	1,20%	Paraguai	271	1,66%
			Colômbia	137	0,84%
NORDESTE	122.658	28,88%	Bolívia	37	0,23%
Alagoas	19.815	4,67%	Venezuela	28	0,17%
Bahia	25.609	6,03%	Peru	15	0,09%
Ceará	5.965	1,40%	Equador	9	0,06%
Maranhão	1.162	0,27%	AMÉRICA NORTE	859	5,24%
Paraíba	7.104	1,67%	Estados Unidos	615	3,76%
Pernambuco	42.034	9,90%	Canadá	199	1,21%
Piauí	762	0,18%	México	45	0,27%
Rio Grande do Norte	3.294	0,78%	AMÉRICA CENTRAL	32	0,19%
Sergipe	16.913	3,98%	Panamá	9	0,05%
SUL	44.964	10,59%	Cuba	7	0,04%
Paraná	15.972	3,76%	Barbados	5	0,03%
Rio Grande do Sul	22.041	5,19%	Costa Rica	4	0,03%
Santa Catarina	6.951	1,64%	Guatemala	3	0,02%
			El Salvador	2	0,01%
			Nicarágua	2	0,01%

Tabela 7 ... (Cont.)

CENTRO OESTE			EUROPA		
Distrito Federal	23.744	5,59%	Itália	1.684	10,28%
Goiás	7.783	1,83%	Portugal	758	4,63%
Mato Grosso	5.591	1,32%	Finlândia	645	3,94%
Mato Grosso do Sul	3.502	0,83%	Andorra	433	2,64%
NORTE	4.283	1,01%	Alemanha	253	1,54%
Acre	370	0,09%	Espanha	209	1,28%
Amapá	398	0,09%	França	187	1,14%
Amazonas	1.151	0,27%	Inglaterra	181	1,11%
Pará	1.214	0,29%	Suíça	119	0,73%
Rondônia	388	0,09%	Holanda	66	0,40%
Roraima	345	0,08%	Suécia	54	0,33%
Tocantins	417	0,10%	Irlanda	32	0,20%
TOTAL	424.639	100%	OUTROS	253	1,54%
			TOTAL	16.252	100%

Fonte: Setur/AL (2009).

Um dado que chama a atenção na tabela 7 é o reduzido percentual de turistas estrangeiros que compõem a demanda turística do estado de Alagoas, somando apenas 3,69% do total. Esse percentual é muito pequeno uma vez que o governo do estado tem como uma das suas prioridades institucionais atrair uma parte crescente da demanda potencial de turistas estrangeiros para Alagoas. Esse dado corrobora a tese de Yáziggi (1999) segundo a qual é necessário muito mais do que simplesmente ter um patrimônio natural de grande beleza cênica. É preciso planejamento, políticas públicas bem desenhadas e uma base institucional sólida para a execução da política setorial.

Em outra pesquisa, ainda realizada pela Setur (2008), mostra o fluxo global de turistas em Maceió no ano de 2007.

Tabela 8 - Mercado emissor nacional - Maceió - 2007

Estado/Mercado Emissor	Fluxo Global	Fluxo Global (%)
SP	376.887	37,16
PE	79.548	7,84
MG	65.356	6,44
BA	62.750	6,19
RJ	57.923	5,71
AL	54.544	5,38
RS	51.165	5,04
DF	47.690	4,70

Tabela 8 ... (continuação)

PR	34.850	3,44
SE	34.657	3,42
SC	14.095	1,39
PB	12.550	1,24
CE	10.909	1,07
RN	8.979	0,89
Outros	102.264	10,08
Total	1.014.167	100,00

Fonte: Setur (2008).

Constata-se que os principais mercados emissores de forma global, ou seja, que realizaram turismo em Maceió independentemente do fator hospedagem, seguem praticamente a mesma ordenação do fluxo que se fixa na hotelaria (tabela 7), com pequenas variações.

Os turistas buscam Alagoas e Maceió, basicamente pelas suas praias. O município de Maceió possui 14 praias (Figura 5). As mais frequentadas são as praias localizadas na chamada “região urbana nobre” da cidade de Maceió: são as praias de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca. A concentração de moradores de Maceió e de turistas nestas é maior que todas as demais juntas. Além da beleza natural dessas três praias, essa é a parte da orla da cidade de Maceió mais dotada de infraestrutura básica, equipamentos urbanos de importância para o turismo e variados tipos de serviços normalmente procurados pelos turistas. No total, as praias do município de Maceió somam aproximadamente 37 km de extensão (Tabela 9).

As praias do Pontal e da Avenida são frequentadas principalmente por pessoas que residem nas suas proximidades. Essa parte da orla marítima da capital de Alagoas apresenta grande desvalorização imobiliária, devido à presença da indústria química Braskem, à ocorrência das chamadas “línguas negras” (esgoto lançado diretamente ao mar, sem qualquer tratamento prévio), ao emissário submarino (infraestrutura de lançamento de esgoto tratado no mar, na praia do Sobral) e à poluição representada pelo riacho Salgadinho¹⁰. Devido à grande carga de esgoto lançado nessas praias de Maceió, elas normalmente se apresentam como impróprias para banho. A Tabela 10 apresenta dados sobre as condições de balneabilidade das praias de Maceió.

¹⁰ O Riacho Salgadinho despeja grande quantidade de esgoto da cidade de Maceió no mar, sem qualquer tratamento prévio, nas proximidades do Porto de Maceió.

Esse é um dado paradoxal uma vez que este conjunto de praias é considerado por muitos moradores de Maceió como as mais bonitas da cidade. Do ponto de vista econômico, elas não significam absolutamente nada para Maceió em relação ao turismo, tanto pelo dia quanto pela noite.

A praia de Cruz das Almas é mais frequentada por surfistas. Nas praias da zona norte do litoral do município de Maceió constatou-se, por meio de observação direta para este estudo, que a partir de Jacarecica até Ipióca, exceto em Guaxuma e na Praia do Mirante da Sereia, existem espaços menos disputados, ou seja, nas quais há uma baixa e esparsa frequência de banhistas e turistas. São quilômetros de praias com banhistas localizados apenas nos quiosques existentes nestas praias, e estes também são escassos.

Além das 14 praias, o município de Maceió também tem a Laguna Mundaú, a qual, apesar da sua beleza paisagística, não apresenta atualmente as mínimas possibilidades de exploração turística devido à poluição das suas águas e à grande extensão de suas margens que se encontram favelizadas.

A figura a seguir traz uma mapa turístico pictórico de Maceió, mostrando todas as suas praias, porto, aeroporto e laguna.

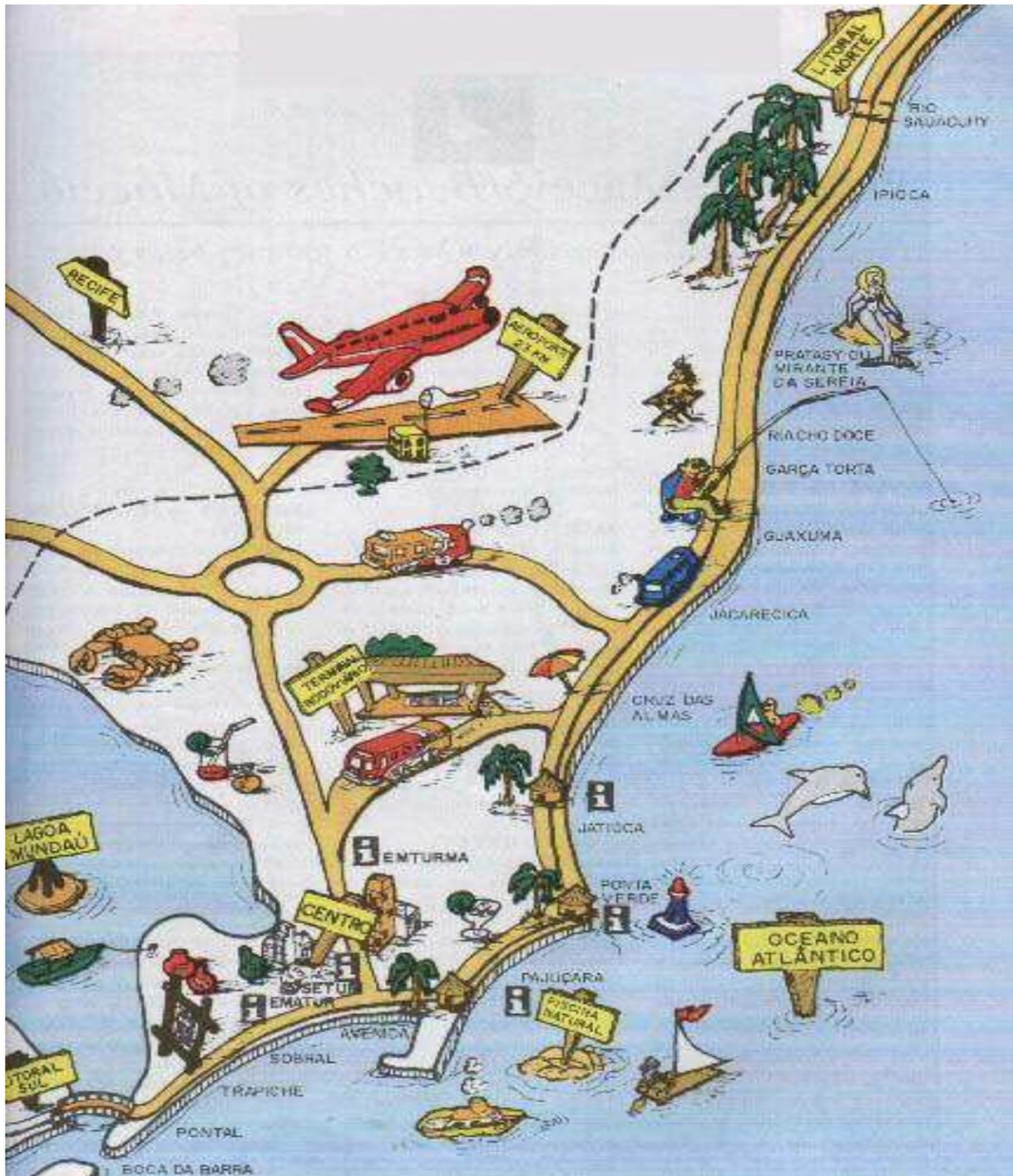


Figura 5 – Mapa turístico pictórico sem escala do litoral do município de Maceió

Fonte: Setur/AL.

Note-se que o Porto de Maceió fica localizado entre a Praia da Avenida e a Praia de Pajuçara. Faz-se uma observação, donde se lê Lagoa Mundaú, leia-se Laguna Mundaú, tendo em vista que a mesma possui água salobra por haver conexão com o mar.

A Tabela 9 identifica as extensões das praias de Maceió:

Tabela 9 - Extensão das praias do município de Maceió

Praias	Extensão (em km)
Pontal-Trapiche-Sobral-Avenida (*)	8,0
Pajuçara (até nº 1.675 da Av. Silvio Vianna)	1,5
Ponta Verde (até entrada da Av. Jatiúca)	2,5
Jatiúca (até após Hotel Jatiúca)	2,3
Cruz das Almas	1,1
Jacarecica	5,8
Guaxuma	2,0
Garça Torta	0,8
Riacho Doce	1,8
Pratagy/Sereia (*)	6,0
Ipioca	5,2
Extensão total das praias de Maceió	37,0

Fonte: pesquisa direta de campo realizada pelo autor.

(*) Essas praias não tiveram suas extensões tomadas em separado devido às dificuldades na obtenção de seus limites.

A área do Porto de Maceió, entre as praias da Avenida e Pajuçara não está computada e tem extensão aproximada de 1,5 km (obedecendo a via pública por fora do porto). Assim, o total da faixa litorânea de Maceió tem aproximadamente 38,5 km.

As praias do município de Maceió apresentaram índices de balneabilidade em vários pontos amostrados com um maior percentual de propriedade para banho a partir do segundo semestre, quando ocorre a diminuição dos índices pluviométricos. Deve-se ressaltar que a interferência das chuvas na qualidade das praias em relação à balneabilidade é também observada em outros municípios da Federação, inclusive em outros países da América do Sul. Isso se deve ao fato da cidade de Maceió apresentar uma grande área na qual existem esgotos a céu aberto. Quando chove, a água da chuva transporta esses esgotos para os riachos e rios, os quais, por sua vez, os transportam até o mar (FLORES, 2007, p. 67).

Tabela 10 - Quadro comparativo anual das condições de balneabilidade das praias do município de Maceió – ano 2006

Praias	1º semestre			2º semestre		
	Próprio (%)	Impróprio (%)	nº de coletas	Próprio (%)	Impróprio (%)	nº de coletas
Em frente à entrada do DETRAN - Pontal da Barra	75,00%	25,00%	24	85,00%	15,00%	20
500 m à sul Emissário BRASKEN - Pontal da Barra	75,00%	25,00%	24	85,00%	15,00%	20
500 m à sul Emissário CASAL - Trapiche	65,22%	34,78%	23	75,00%	25,00%	20
500 m à norte Emissário CASAL - Sobral	34,62%	65,38%	23	60,00%	40,00%	20
Em frente a TIM Celular	21,43%	78,57%	28	42,11%	57,89%	19
Em frente às Lojas Americanas - Duque de Caxias	4,35%	95,65%	23	35,00%	65,00%	20
Em frente ao Clube Fênix Alagoano	8,70%	91,30%	23	23,81%	76,19%	21
Em frente ao Ginásio do CRB - Pajuçara	56,52%	43,48%	23	66,67%	33,33%	21
Em frente ao Sete Coqueiros	60,87%	39,13%	23	47,62%	52,38%	21
Em frente a Márcio Raposo	69,57%	30,43%	23	80,95%	19,05%	21
Em frente ao Hotel Ponta Verde	30,43%	69,57%	23	66,67%	33,33%	21
Em frente ao Hotel Meliá (Atlântica)	8,70%	91,30%	23	28,57%	71,43%	21
Em frente ao Hotel Jatiúca	0,00%	100,00%	23	14,29%	85,71%	21
Em frente ao Condomínio Solaris - Cruz das Almas	47,83%	52,17%	23	33,33%	66,67%	21
300 m à Sul do Hotel Matsubara	40,91%	59,09%	22	47,62%	52,38%	21
Em frente à Rua "A" - Jacarecica	27,27%	72,73%	22	57,14%	42,86%	21
Em frente a Barraca do Figueroa - Guaxuma	100,00%	0,00%	21	95,24%	4,76%	21
Em frente ao Balneário ASSEFAL - Garça Torta	86,96%	13,04%	23	90,48%	9,52%	21
Em frente a Barraca do Bau - Mirante	95,65%	4,35%	23	100,00%	0,00%	21
Entrada Rua de acesso à praia - Ipióca	95,00%	5,00%	20	100,00%	0,00%	21
Em frente ao Poste A/392 - 202799 - Costa Brava	78,26%	21,74%	23	100,00%	0,00%	21

Fonte: Flores (2007, p. 68). Obs.: valores baseados nos números de semanas em que a referida praia permaneceu dentro ou fora dos padrões.

A constatação, através de estudos continuados, de que as praias de Maceió apresentam problemas consistentes de poluição, tornando-as inadequadas para a recreação de contato primário, é um dos principais desafios dos planejadores da destinação Maceió. A razão para esse desafio é que a presença de turistas em Alagoas e Maceió tem como fator decisório predominante a natureza (Tabela 11). Ao serem entrevistados, frequentemente os turistas mencionam a tonalidade das cores do mar, a beleza das praias e às temperaturas agradáveis das águas marítimas de Alagoas, como características muito valorizadas.

Tabela 11 - Fator decisório da visita a Alagoas

FATOR DECISÓRIO DA VISITA	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Manifestações Populares	0,1%	3,2%	0,3%	0,81%	1,37%	0,71%	0,25%	0,14%	0,32%
Atrativos Naturais	94,1%	90,3%	90,8%	92,3 %	90,8 %	92,8%	92,9%	93,1%	96,50%
Ecoturismo	-	-	-	0,81%	1,66%	-	0,76%	0,84%	0,32%
Turismo Rural	-	-	-	0,61%	0,10%	0,14%	0,51%	-	0,32%
Patrimônio Histórico/Cultural	0,5%	1,4%	0,3%	0,41%	0,98%	0,99%	0,25%	0,99%	0,64%
Custo Total da Viagem	-	-	-	1,62%	0,98%	2,11%	1,01%	0,42%	0,64%
Compras	0,5%	0,9%	0,6%	0,41%	0,59%	0,85%	-	0,99%	-

Tabela 11 ... (cont.)									
Outros	4,8%	4,2%	8,0%	3,05%	3,53%	2,39%	4,31%	3,52%	1,28%
TOTAL	100%								

Fonte: Setur/AL.

Dentre diversas pesquisas realizadas por revistas de turismo e sites especializados, uma delas, envolvendo 230 cidades litorâneas brasileiras, escolheu duas praias de Alagoas (Praia do Francês e Praia do Gunga) como estando entre as 11 praias mais bonitas do Brasil¹¹. Esses dados indicam a importância de o poder público eleger como uma de suas prioridades o saneamento dos ambientes de praia, bem como dos terrenos e áreas contíguas.

Além das suas praias, que são reconhecidamente bonitas e atrativas, como demonstram os estudos da Setur/AL, Maceió possui um rico patrimônio cultural que ainda não foi suficientemente explorado para o enriquecimento da oferta turística dessa destinação. Por isso, é importante que os atores e agentes que formam a destinação Maceió criem políticas públicas específicas para esse fim.

Em 2005, com a inauguração do Centro Cultural e de Exposições de Maceió e do Aeroporto Internacional, e no ano seguinte, cresce o número e percentual de turistas que vem a passeio, mas, curiosamente, cai em demasia a vinda a negócios/trabalho e a congressos/convenções (Tabela 12).

Tabela 12 - Motivo da viagem a Alagoas

MOTIVO DA VIAGEM	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Passeio	50,0%	56,3%	57,1%	50,8%	54,0%	49,7%	56,7%	48,1%	50,0%	60,2%
Negócio/Trabalho	20,1%	23,5%	19,7%	23,8%	21,7%	20,0%	17,0%	30,5%	19,2%	7,9%
Visita a Parente/Amigo	25,5%	17,3%	19,5%	19,7%	18,6%	21,5%	21,7%	15,9%	23,8%	28,9%
Congresso/Convenção	2,3%	1,4%	1,8%	2,1%	1,2%	3,2%	0,6%	1,6%	2,5%	0,2%
Saúde	1,7%	1,2%	1,5%	3,0%	0,3%	2,3%	1,8%	1,6%	1,6%	1,7%
Religião	0,4%	0,3%	0,4%	0,6%	0,8%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%	0,4%
Outro	-	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	2,9%	1,9%	2,2%	2,6%	0,8%
TOTAL	100%									

Fonte: Setur/AL

¹¹ <http://www.brasilazul.com.br/praiasmaisbonitas.asp>, acesso em 15/03/09. Obs.: o site informa que “as praias de Fernando de Noronha foram excluídas do ranking, por considerar o arquipélago, que é um dos lugares mais bonitos e preservados do planeta, simplesmente hors-concours”

Apesar dos problemas ambientais enfrentados pelo município de Maceió, especialmente na área em relação à qual a destinação é mais bem dotada, ou seja, o ambiente de praias, em geral os visitantes recomendam a destinação quando retornam aos seus lugares de origem (Tabela 13). Ao estudar o fator que influencia a demanda turística de Maceió, a Setur/AL constatou que, de forma consistente, no período de 1997 a 2006, os comentários positivos realizados por parentes e amigos sobre Alagoas somaram a cada ano mais de 40% dos fatores influenciadores. Verifica-se também que há um grande percentual de retorno de turistas.

Tabela 13 - Fator influenciador na decisão de visita a Alagoas

O QUE INFLUENCIOU A DECISÃO DA VISITA	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1. Comentários de parentes e amigos	47,7%	49,6%	44,4%	46,0%	48,4%	50,6%	57,0%	64,1%	42,3%	44,1%
2. Já conhecia o local	28,2%	32,0%	28,2%	25,2%	25,0%	28,9%	22,9%	19,0%	34,5%	31,0%
3. Agência de viagem	13,5%	6,1%	13,2%	11,7%	13,0%	8,2%	9,3%	10,4%	7,2%	10,9%
4. Propaganda/Publicidade	7,5%	8,7%	9,7%	10,6%	7,7%	5,3%	5,5%	2,0%	6,3%	4,8%
5. Internet	-	0,9%	0,3%	1,2%	1,2%	2,3%	2,3%	2,3%	3,7%	3,5%
6. Outros	3,1%	2,7%	4,2%	5,3%	4,7%	4,7%	2,7%	2,3%	6,1%	5,8%
TOTAL	100%									

Fonte: Setur/AL.

No que se refere às formas de hospedagem utilizadas pelos visitantes de Maceió (Tabela 14), somando-se hotéis, pousadas, apart-hotéis e pensões, estes tipos de hospedagem apresentaram índices, entre 1998 e 2001, de mais de 56% atingindo 65% em 2001 e entrou em linha descendente contínua. Em 2006 foi de apenas 45,2%, portanto com uma queda de 20 pontos percentuais em cinco anos. Sem dados fornecidos pela Setur/AL referentes a 2007 e 2008, mas conforme informações da própria Secretaria, em 2008 houve inaugurações e reformas de hotéis e para 2009-2010 mais 1.112 Unidades Habitacionais (UHs) serão disponibilizadas, numa clara situação de aposta em recuperação do mercado.

Tabela 14 - Meios de hospedagem utilizados

MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Hotel	43,3%	45,0%	42,5%	41,12%	36,61%	34,29%	39,17%	40,00%	31,35%
Casa de Parente/Amigo	37,0%	36,0%	34,6%	27,30%	32,34%	31,97%	37,96%	34,01%	44,61%
Pousada	9,9%	11,1%	10,7%	13,16%	17,54%	18,07%	15,57%	12,82%	11,15%
Apart-Hotel	1,0%	1,3%	1,7%	9,76%	6,57%	6,63%	0,85%	1,48%	2,12%
Casa/Aptº Aluguel	3,5%	2,1%	3,2%	3,84%	4,68%	4,56%	3,04%	5,56%	5,00%
Casa Própria	2,0%	2,8%	4,5%	1,75%	1,95%	2,00%	1,70%	2,96%	3,08%
Pensão	1,0%	0,7%	0,9%	0,98%	1,17%	0,72%	0,24%	0,71%	0,38%
Camping	0,2%	0,1%	0,1%	0,44%	0,58%	0,08%	-	0,21%	0,77%
Albergue	0,9%	0,3%	0,3%	0,44%	0,34%	0,64%	0,37%	0,28%	0,19%
Outros	1,2%	0,6%	1,5%	1,21%	1,22%	1,04%	1,10%	1,97%	1,35%
TOTAL	100%								

Fonte: Setur/AL

A destinação Maceió, diferentemente de Alagoas como um todo, apresentou praticamente uma estagnação em relação ao número de leitos no período 2002-2007 (Tabela 15). A expansão no número de leitos de deu em outros municípios, indica o surgimento de novos lugares turísticos no estado, ou expansão dos existentes em outras áreas que não a capital. Entretanto, em 2008, entre inaugurações e ampliações de hotéis, houve aumento de 367 UHs e para os anos de 2009 e 2010, são mais de 1.000 UHs. A Secretaria Municipal de Promoção do Turismo (Seturma), órgão oficial de turismo do município de Maceió, trabalha com um número de mais 5.000 leitos entre 2009 e 2011.

Tabela 15 - Disponibilidade de leitos em Maceió no período 2002-2007

Nº de UH's / LEITOS *	2002		2007	
	UHs	LEITOS	UHs	LEITOS
MACEIÓ	5.333	14.704	5.378	14.990
ALAGOAS	8.171	21.987	10.231	28.506

* Inclui Hotéis, Pousadas, Albergues, Motéis e Apartamentos/casas por temporada

Fonte: Setur/AL

O fluxo hoteleiro de Maceió teve um incremento maior que a capacidade hoteleira instalada, fazendo com que aumentasse a taxa de ocupação, notavelmente entre os anos de 1999 a 2001 e de 2004 em diante (Tabela 16, com representação gráfica no Gráfico 2). O fluxo de turistas em Maceió e Alagoas aumentou praticamente na mesma proporção que a ocupação hoteleira. Pode-se verificar, assim, que o fluxo hoteleiro em relação ao fluxo total

de turistas, tanto de Maceió quanto de Alagoas mantém proporcionalidades próximas ao longo deste período.

Tabela 16 - Fluxos e capacidade hoteleira em Maceió e Alagoas

ANO	FLUXO HOTELEIRO MACEIÓ	TAXA OCUPAÇÃO (%)	CAPACIDADE HOTELEIRA TOTAL MACEIÓ	FLUXO GLOBAL MACEIÓ	FLUXO GLOBAL ALAGOAS	FLUXO HOTELEIRO MACEIÓ/ FLUXO GLOBAL MACEIÓ (%)	FLUXO HOTELEIRO MACEIÓ / FLUXO GLOBAL ALAGOAS(%)
1990	131.963	54,90	240.369	329.908	494.862	40,00	26,67
1991	131.196	46,30	283.360	327.990	491.985	40,00	26,67
1992	101.338	47,70	212.448	253.345	380.018	40,00	26,67
1993	131.249	52,10	251.917	336.536	504.804	39,00	26,00
1994	125.851	56,10	224.333	322.695	484.043	39,00	26,00
1995	129.155	54,30	237.854	331.167	496.751	39,00	26,00
1996	104.546	51,10	204.591	275.121	412.682	38,00	25,33
1997	187.035	45,40	411.971	492.197	738.296	38,00	25,33
1998	223.298	56,60	394.519	515.697	773.545	43,30	28,87
1999	267.781	64,60	414.521	595.069	1.071.124	45,00	25,00
2000	260.926	69,20	377.060	613.943	1.105.097	42,50	23,61
2001	342.830	68,50	500.481	833.731	1.250.596	41,12	27,41
2002	384.139	57,00	673.928	889.622	1.334.433	43,18	28,79
2003	357.758	54,40	657.643	1.012.618	1.518.927	35,33	23,55
2004	372.868	61,90	602.371	951.922	1.427.883	39,17	26,11
2005	440.312	70,40	625.443	1.100.780	1.651.170	40,00	26,67
2006	428.437	67,90	630.982	1.068.421	1.602.632	40,10	26,73
2007	406.681	62,00	655.937	1.014.167	1.521.251	40,10	26,73
2008*	440.981	66,59	662.198	-----	-----	-----	-----

Crescimento de fluxos e capacidade hoteleira entre 1990 e 2007

	208,18%	xxxx	173%	207%	207%	xxxx	xxxx
--	---------	------	------	------	------	------	------

Médias de Taxa de ocupação e fluxos hoteleiros entre 1990 e 2007

	xxx	57,80%	xxxx	xxxx	xxxx	40,16%	26,23%
--	-----	--------	------	------	------	--------	--------

Fonte: Adaptado da Setur/AL (BOH's/Pesquisas de Demanda Turística).

Nota: (da Setur): dados referentes aos anos de 1990 a 1997 foram estimados com base na fonte (BOHs) citada.

* não foram fornecidos os demais dados pela SETUR/AL

BOH – Boletim de Ocupação Hoteleira

O gráfico a seguir representa os fluxos hoteleiros do estado e da capital.

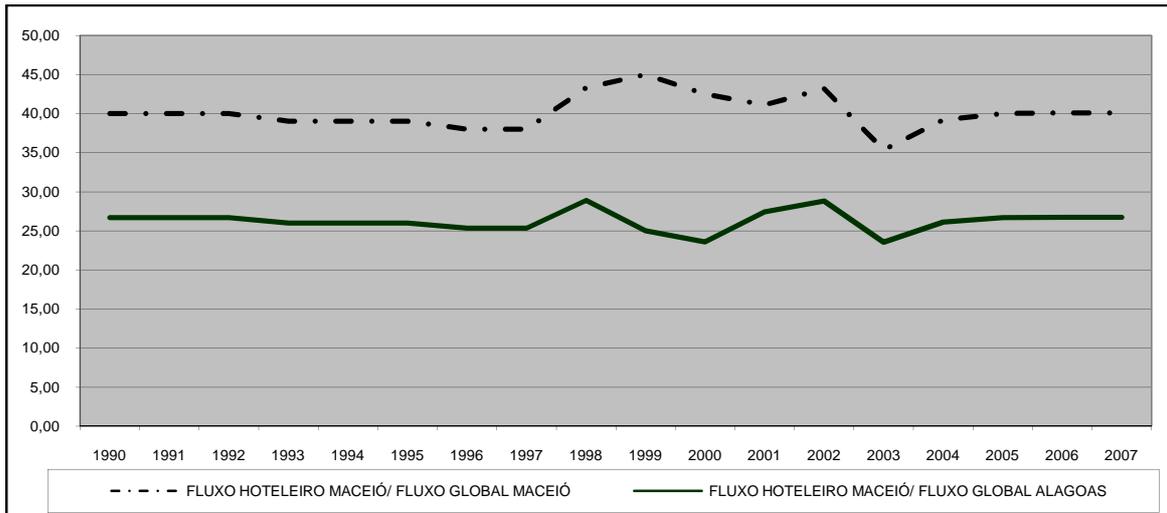


Gráfico 2 - Fluxos Hoteleiros de Maceió e Alagoas

4.4 Intensidade turística

A Intensidade Turística, que avalia a pressão exercida pelos turistas sobre determinado lugar é calculada pela razão entre o número de turistas/ano e o número de residentes da localidade conforme o relatório do Estado do Ambiente 1999 — Turismo, Algarve — Portugal. Arelado a este conceito, a Capacidade de Suporte, entendida como o número máximo de visitantes (dia/mês/ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações no meio físico e sociocultural, originou-se, segundo Bosselman *et al.* (1999, p. 111), da necessidade de se identificar o número máximo de animais que poderiam pastar em uma determinada, sem destruir a oferta de pasto existente, ou da habilidade do solo de gerar uma nova safra.

O conceito de capacidade de carga foi adaptado ao setor do turismo, na década de 60, e aplicado no gerenciamento de recreação ao ar livre. De acordo com COOPER *et al* (1998), capacidade de carga de um lugar, *resort* ou mesmo de uma região, refere-se a sua habilidade de comportar o uso turístico sem se deteriorar ambientalmente. Na década seguinte, transformou-se num dos principais itens dos projetos de planejamento turístico que tinham na qualidade vivencial do turista, o seu principal atrativo. Destaca-se que, se for excedida, a deterioração dos recursos da área diminui a satisfação dos visitantes, e os impactos negativos no meio físico se refletem na sociedade, na economia e na cultura do local. Portanto, a aplicação de ambos conceitos (intensidade turística e capacidade de carga) pode ser um

instrumento de gestão ambiental de uma determinada destinação turística, útil para o gerenciamento da qualidade ambiental da área.

Sobre a capacidade de carga, existem diversos métodos para se calcular os limites numéricos que uma determinada praia pode suportar, sem se degradar. Entretanto, ainda se está longe de um consenso. A observação direta da demanda das praias do município de Maceió permite se fazer a observação que não deve existir problemas de capacidade de carga localmente, uma vez que as mencionadas praias têm freqüentadores em quantidade pequena e esparsa, mesmo levando-se em consideração a alta temporada turística. Exceções, que devem ser melhor analisadas em outro contexto, são as praias, já citadas, de Pajuçara, Ponta Verde, Jatiúca, Guaxuma e na Praia do Mirante da Sereia, ou seja, em cinco das quatorze praias de Maceió.

De acordo com *Environment and Tourism in the Context of Sustainable Development* (DGXI-EC, 1993), a razão da intensidade turística de um determinado lugar é considerada sustentável se for inferior a 1,1 dormidas (turistas) por residente, pouco sustentável entre 1,1 e 1,5, e considerada insustentável se for superior a 1,6. Pelo Gráfico 3 e pela Tabela 17, Alagoas ainda possui uma relação distante da indicada como insustentável enquanto Maceió ultrapassa em 2007, mesmo que pouco, o nível considerado como sustentável.

Esse dado é muito relevante para a gestão do comportamento do ciclo de vida da destinação, notadamente em relação à sua dimensão ambiental, uma vez que a degradação das condições ambientais de Maceió estaria interferindo negativamente, e de forma aguda, em um componente central do meio ambiente, ou seja, a natureza. Como se indicou neste trabalho, a demanda turística a Alagoas/Maceió tem a natureza como pilar principal.

Tabela 17 - Intensidade turística

ANO	FLUXO GLOBAL ALAGOAS	POPULAÇÃO ALAGOAS	INTENSIDADE TURÍSTICA ALAGOAS	FLUXO GLOBAL MACEIÓ	POPULAÇÃO MACEIÓ	INTENSIDADE TURÍSTICA MACEIÓ
1991	491.985	2.514.100	0,19	327.990	629.041	0,52
2000	1.105.097	2.827.856	0,39	613.943	797.759	0,77
2007	1.521.251	3.037.103	0,50	1.014.167	896.965	1,13

Fonte: adaptado Setur/AL e IBGE

Gráfico da intensidade turística relativa a Maceió e Alagoas.

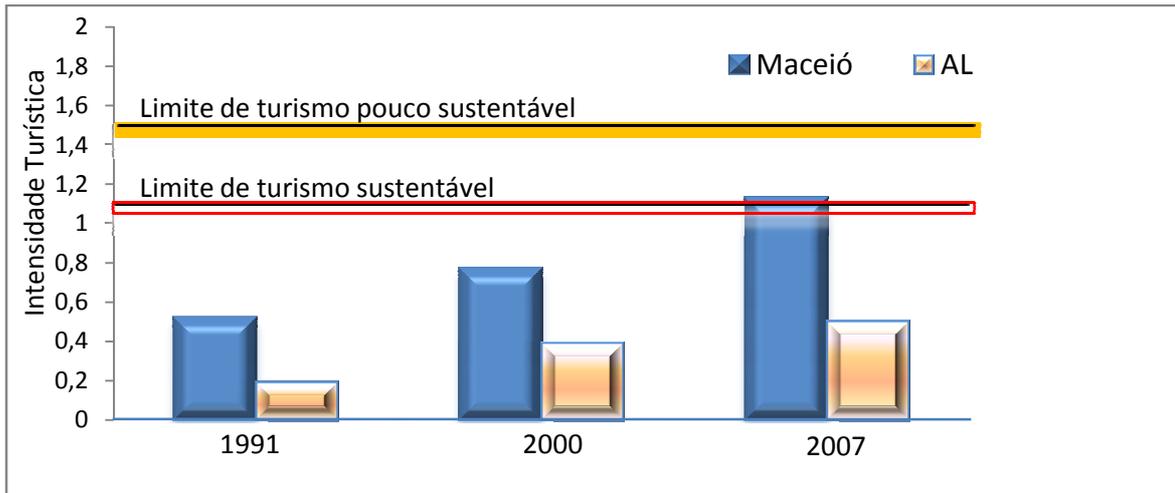


Gráfico 3 - Intensidade turística de Maceió e Alagoas

4.5 Movimento no Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares

O novo aeroporto de Alagoas, Zumbi dos Palmares, conforme já citado, foi inaugurado no ano de 2005 e representou um novo marco para o turismo local. A Tabela 18 apresenta dados referentes ao movimento de passageiros no mencionado aeroporto. Embora ainda subutilizado em sua capacidade total, proporciona a quem utiliza seu espaço, mais comodidade e diversidade de produtos e serviços. Um dos entrevistados para este estudo comentou: “O aeroporto deu um certo conforto, mas ninguém deixa de viajar por causa do aeroporto”. De qualquer forma, é um instrumento que está preparado para atender um eventual futuro crescimento da demanda turística do estado e de Maceió. Um aeroporto moderno e com capacidade de receber o turista de forma confortável e eficiente, é um elemento fundamental da cadeia produtiva do turismo e da oferta turística de qualquer destinação. Na realidade, o turista psicocêntrico, muito mais do que o turista alocêntrico, se ressentido de uma infraestrutura deficiente. E a demanda turística de Maceió é predominantemente psicocêntrica.

Embora incompleta, a tabela sobre o movimento de passageiros no Aeroporto Internacional de Alagoas fornece uma base do fluxo de embarques e desembarques de passageiros.

Tabela 18 - Movimento no Aeroporto Zumbi dos Palmares

Ano	Nº passageiros (embarques e desembarques)	Crescimento
1998	252.856	
1999	286.667	13,37%
2000	304.472	6,21%
*2001	147.354	
2005	765.582	
2006	870.993	13,77%
2007	937.305	7,61%
2008	957.744	2,18%
jan/09	114.216	

Fonte: Setur/AL (não foram localizados os dados entre 2001 e 2004).

* Movimento até junho

Percebe-se um crescimento constante no fluxo de passageiros do aeroporto, com destaque para o salto ocorrido em 2006, ano este que é imediatamente posterior à inauguração do novo aeroporto.

4.6 Aspectos positivos e negativos de Alagoas e Maceió sob a ótica do turista

Como mencionado anteriormente, é necessário que os gestores públicos e a iniciativa privada, responsáveis de forma conjunta pela oferta e gerenciamento de uma determinada destinação turística, dediquem a devida atenção ao crescimento da demanda, buscando-se assegurar uma experiência satisfatória ao visitante.

Este é um fator que reconhecidamente contribui para a sustentabilidade dos lugares turísticos. Uma experiência negativa tende a levar o visitante, após seu regresso ao local de residência, a falar mal da destinação. Esse é um item importante para Maceió uma vez que as características naturais do estado e da sua capital são os principais responsáveis por sua demanda turística (Quadro 10).

Esse argumento ganha relevância analítica no contexto deste estudo pois, ao serem chamados a identificar os aspectos negativos da destinação, os turistas identificam aspectos problemáticos ligados à questão ambiental local (Quadro 11).

Quadro 10 - Principais aspectos positivos sobre a destinação Alagoas/Maceió

Jan /2001	2002	2004
01.Praias	01.Praias	01. Praias
02.Hospitalidade	02.Hospitalidade	02. Hospitalidade
03.Atrativos Naturais	03.Atrativos Naturais	03. Belezas naturais
04.Cidade	04.Passeios	04. Clima
05.Diversões Noturnas	05.Clima	05. Orla
06.Orla	06.Gastronomia	06. Cidade
07.Passeios	07.Orla	07. Bares e Restaurantes
08.Gastronomia	08.Tranquilidade	08. Gastronomia
09.Clima	09.Artesanato	09. Patrimônio Histórico
10.Tranquilidade	10.Bares/Restaurantes	10. Meios de hospedagem

Fonte: Setur/AL

Constata-se que os três principais itens que mais agradam aos turistas – praias, hospitalidade e atrativos ou belezas naturais –, ficaram inalterados no período 2001-2004. Esse resultado confirma os dados sobre o fator decisório da visita do turista a Alagoas e Maceió, que atestam de forma consistente os atrativos naturais têm respondido por mais de 90% do fator que leva os visitantes a escolher essa destinação para a sua viagem de lazer.

Quadro 11 - Principais aspectos negativos sobre a destinação Alagoas/Maceió

Jan/2001	2002	2004
01.Sujeira	01.Sujeira da Cidade	01. Sujeira na cidade
02.Serviços	02.Praias Sujas	02. Praias sujas
03.Infraestrutura	03.Buracos	03. Pedintes
04.Praias Sujas	04.Pobreza/Miséria	04. Meninos de rua
05.Desorganização	05.Pedintes	05. Falta de segurança
06.Esgotos	06.Meninos de Rua	06. Pobreza
07.Aeroporto	07.Segurança Pública	07. Falta de saneamento básico
08.Carestia	08.Falta de Sinalização Urbana e Turística	08. Chuvas
09.Pobreza	09.Desvalorização da Cidade	09. Transporte urbano
10.Trânsito	10.Preços	10. Preços

Fonte: Setur/AL

Já os principais aspectos negativos concentram-se para questões sobre o meio ambiente degradado, como a sujeira na cidade, praias sujas e falta de saneamento básico, e sobre os problemas sociais na cidade: pobreza e miséria, meninos de rua e pedintes. Basicamente, problemas gerados por certa ineficiência nas políticas públicas.

4.7 O Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur/NE I)

Em junho de 1996, Maceió assina o contrato de sub-empréstimo, como parte do Prodetur/NE I, com valor de financiamento do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), de US\$ 22,399,000.00. A contrapartida do Município acordada é do mesmo valor, totalizando recurso de US\$ 44,798,000.00. Entretanto, o valor aplicado em Maceió pelo BID foi de US\$ 22,558,000.00 e a contrapartida do município ficou em US\$ 14,09,000.00 (PRODETUR, 2006), totalizando US\$ 36,350,000.00 (Tabela 19).

Tabela 19 - Valores aplicados por estado do Nordeste no Prodetur/NE I

Valores Aplicados* por Estado - Financiamento e Contrapartida Local (US\$ milhões)		
Estado	Valor	%
Maranhão	40,940	6,54%
Piauí	21,120	3,37%
Ceará	141,767	22,65%
Rio Grande do Norte	38,240	6,11%
Paraíba	32,783	5,24%
Pernambuco	41,975	6,71%
Alagoas	7,017	1,12%
Maceió (município)	36,350	5,81%
Sergipe	50,757	8,11%
Bahia	215,011	34,35%
Total	625,960	100,00%

*Compreende investimentos nos componentes do Programa, excetuando-se os custos financeiros e administrativos.

Fonte: http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Prodetur_ne1/gerados/resultados.asp.

Acesso em: 01/04/09

Os principais objetivos do governo de Maceió eram a criação de novas áreas turísticas, resgate do patrimônio histórico/arquitetônico do bairro de Jaraguá, melhoria das condições de vida da população local, preservação de ecossistemas terrestres e marinhos e melhoria das condições de acessibilidade às áreas de intervenção (UEM/PNMT, 1996)¹². Acontece, como resultado desses investimentos, uma “Revitalização do Bairro de Jaraguá”. Entretanto, desde o ano de 2003 o bairro encontra-se praticamente inativo em relação à demanda turística, assim como em relação à frequência de residentes. Não houve uma política de continuidade de gestão desse bairro para o turismo e recreação do residente à altura dos investimentos iniciais.

¹² UEM – Unidade Executora Municipal; PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo

Ressalte-se que o Prodetur/NE I foi utilizado por todos os estados do NE, sendo que, o único município que assinou o contrato, de forma individual e independente da esfera estadual, foi Maceió. Verifique-se que Maceió teve investimentos maiores do que os estados do Piauí e da Paraíba. Além disso, juntos, Alagoas e Maceió, superaram os investimentos dos estados do Maranhão, Rio Grande do Norte e Pernambuco, sendo apenas um pouco menor que Sergipe e bem menor apenas que Ceará e Bahia. Ou seja, é necessário se entender que fatores contribuíram para que o principal objeto de tal investimento, o bairro histórico de Jaraguá, não tenha apresentando a mínima sustentabilidade em relação à atração de turistas, investimentos em equipamentos e serviços privados e fluxo do próprio residente.

A tabela a seguir, mostra como foram investidos por Maceió os valores do Prodetur/NE I. Fica para o leitor a conclusão sobre tais investimentos.

Tabela 20 – Aplicações dos valores do PRODETUR/NE I

Aplicação	Valores (US\$)	%
Desenvolvimento Institucional	5.706.744	14,10%
Saneamento	-	0,00%
Transportes Rodovias	-	0,00%
Transportes vias urbanas	12.424.927	30,70%
Patrimônio Histórico	8.403.994	20,76%
Proteção Ambiental	12.931.318	31,95%
Aeroportos	-	0,00%
Elaboração de Estudos e Projetos	1.005.007	2,48%
Total	40.471.990	100,00%
BID	24.793.049	61,26%
Contrapartida	15.678.941	38,74%
Total	40.471.990	100,00%

Fonte: BID/BNB

Seguem abaixo algumas informações sobre os valores investidos por Maceió no PRODETUR/NE I, assim como algumas comparações em relação a estados nordestinos, participantes do mesmo programa:

Desenvolvimento Institucional: A Superintendência Municipal de Controle do Convívio Urbano (SMCCU) recebeu 75% do investimento em desenvolvimento institucional (cadastro técnico). Os restantes 25% foram destinados à capacitação de órgãos municipais. Tais valores são maiores do que a soma do investido nos estados da Bahia, Pernambuco e Sergipe. É praticamente o mesmo valor que a soma dos estados do Piauí, Pernambuco, Rio Grande do

Norte e Sergipe, e pouco mais do que o investido por Ceará e Rio Grande do Norte juntos. É maior que Ceará, Paraíba e Sergipe juntos.

Proteção ambiental: Utilizados na despoluição do Vale do Reginaldo – riacho Salgadinho.

Transportes vias urbanas: Sistema viário do bairro de Jaraguá.

Patrimônio histórico: Restauração da Associação Comercial de Maceió (Jaraguá); Aquisição de postes (complemento do Projeto da Rede Elétrica); Enterramento da rede elétrica e de telefonia da Rua Sá e Albuquerque (Jaraguá); Complemento do enterramento da rede elétrica e de telefonia da Rua Sá e Albuquerque; Restauração do Museu da Imagem e do Som do Estado de Alagoas; Restauração do Prédio da Intendência Municipal de Maceió; Recuperação do Marco de acesso ao bairro Jaraguá – Coreto.

Elaboração de Estudos e Projetos: Elaboração do Plano Diretor de Limpeza Urbana e outros (6% do valor destinado para esta aplicação); Projeto auxiliar: Estudos Maceió (94% do valor destinado para esta aplicação).

Constata-se, portanto, um valor significativo de investimentos do Prodetur no município de Maceió, em setores dos mais relevantes para a estruturação dessa destinação turística. É intrigante se verificar que depois de todo esse investimento Maceió continua com sérios problemas ambientais, notadamente ao longo da orla marítima, inclusive com uma falta de investimento que consiga dar prosseguimento aos investimentos originários do Prodetur.

Além dos investimentos realizados em Maceió, o Prodetur/NE I previa investimentos para outros municípios de Alagoas, como se pode constatar no relato analítico que se segue, constante do Relatório Final do Projeto Prodetur/NE I (PRODETUR, 2008), elaborado pelo Banco do Nordeste do Brasil – BNB:

Análise dos investimentos em Gerenciamento de Resíduos Sólidos:

As ações que estavam previstas para o estado de Alagoas não foram executadas por problemas relacionados à alternativa de projeto escolhida*, no caso do aterro sanitário de Maceió, e pelo fato da prefeitura municipal de Maceió e do governo do estado de Alagoas, ambos sub-mutuários do PRODETUR/NE I, terem priorizado investimentos em outros componentes na capital (revitalização do bairro do Jaraguá), o que inviabilizou os investimentos em administração de resíduos sólidos que estavam previstos para Maragogi, Barra de Santo Antônio e Paripueira. (* A alternativa de biorremediação apresentada não foi aprovada pelo fato de não ter resultados comprovados de sua eficácia).

Análise dos investimentos em Proteção e Recuperação Ambiental:

Os investimentos em proteção e recuperação ambiental com recursos do BID foram aquém do esperado, sendo que não foram realizados os projetos previstos para cinco estados (AL, MA, PB, PE e PI). Somente um dentre os projetos que não estavam

previstos, a “*Despoluição do Vale do Reginaldo / Salgadinho*”, consumiu US\$ 12,9 milhões da contrapartida local, representando 62,7% do valor total aplicado. Ressalte-se que tal ação estaria melhor enquadrada no sub-componente de saneamento, um vez que se constituiu em coleta dos lançamentos de esgoto que existiam ao longo de parte do córrego do Reginaldo / Salgadinho e seu direcionamento para emissário submarino.

Análise dos investimentos em Saneamento:

Os investimentos em saneamento foram acima do planejado, sendo que foi aplicado quase o dobro do valor previsto da contrapartida local. A maior parte dos sistemas implantados já está em pleno funcionamento, enquanto que uma pequena parcela está em fase final de implantação. Nesse caso, alguns dos projetos de abastecimento de água em fase de conclusão já estão aptos a operar, entretanto ainda não entraram em funcionamento pelo fato de não terem sido concluídos os sistemas de esgotamento sanitário correspondentes, como é o caso de projetos em AL, CE e PE¹³.

As informações acima relatadas, constantes de um relatório do próprio BNB, permitem que se levantem questões em relação ao meio ambiente, cujas características naturais compõem a principal parte do fator de atratividade da destinação turística Maceió e de Alagoas. Todos os estados do Nordeste, inclusive Alagoas (em Maragogi), investiram diretamente em saneamento, exceto o município de Maceió. Com relação ao investimento na despoluição do Vale do Reginaldo/Salgadinho, ou não foi realizado ou o projeto foi ineficiente, tendo em vista que a situação atual é bem pior que à época do convênio com o BID (1996), fato que foge completamente à lógica por trás da implementação de projetos que visam resolver determinado problema. Ou seja, resolvê-lo. No caso em análise – a despoluição do Vale do Reginaldo/Salgadinho –, a situação de poluição por esgoto doméstico se agravou, a despeito de todo o investimento que foi realizado.

Outra questão que precisa ser levantada é que os principais concorrentes de Alagoas no mercado turístico da região Nordeste, quais sejam, os estados da Bahia, Ceará, Pernambuco e Rio Grande do Norte, realizaram contratos com o BID, tendo acesso a recursos para serem investidos em diversos componentes que fazem parte da oferta turística desses estados. Em tal contexto, não só o estado de Alagoas como um todo, mas principalmente a capital do estado – Maceió (principal portão de entrada de turistas no estado de Alagoas) –

¹³ Observação do autor : Maceió não possuía projetos relacionados a saneamento.

fica em desvantagem frente a outras destinações com características semelhantes, localizadas na mesma região.

5. O CICLO DE VIDA DA DESTINAÇÃO TURÍSTICA MACEIÓ

Este capítulo analisa a evolução do Ciclo de Vida da destinação turística Maceió com base na opinião dos entrevistados. Realiza-se, ao longo da exposição, que fatores influenciaram o Ciclo de Vida desta, assim como esses fatores afetaram a evolução da destinação. Sempre que adequado, dados complementares, resultantes de outras fontes, são também usados no processo de análise.

A seguir, os principais aspectos observados pelos entrevistados, das questões apresentadas aos mesmos acerca do objeto da pesquisa.

5.1 Os primórdios ou “marco zero” da destinação turística Maceió

Embora a literatura identifique atividades relacionadas ao turismo no estado de Alagoas relativas à década de 1930 (BRANDÃO, 1937), as informações são muito genéricas e esparsas. No que diz respeito ao que se poderia chamar de o “marco zero” da destinação turística Maceió, verificou-se quase uma unanimidade entre os 20 entrevistados segundo os quais a inauguração do Hotel Jatiúca – em 1979 –, teria sido o marco a partir do qual a destinação Maceió se desenvolveu. Foram 16 indicações diretas nesse sentido. Dois entrevistados vêem o Hotel Jatiúca mais como o consolidador de uma etapa de estruturação da destinação, a partir da qual o destino se desenvolve.

Das indicações diretas, dá-se destaque à fala de três dos entrevistados, que indicam o Hotel Jatiúca como marco fundador da destinação Maceió.

E20: O Hotel Jatiúca foi o divisor de águas. Tivemos duas etapas do turismo em Maceió: antes e depois do Jatiúca.

E10: O Hotel Jatiúca deu nome à cidade de Maceió e Alagoas a partir daí se destaca no cenário nacional.

E7: Definitivamente foi o Hotel Jatiúca. Existe o turismo antes e depois dele. O destino Maceió passou a ser conhecido, procurado no Brasil, depois de sua inauguração.

Os dois entrevistados que não foram taxativos sobre o Hotel Jatiúca ter sido o marco zero da destinação Maceió, levantam fatos anteriores à inauguração desse hotel, mas os terminam mencionando, mesmo que indiretamente, como se pode constatar na transcrição das suas falas, a seguir:

E11: A Praia da Avenida, com os Hotéis Luxor e Beira Mar. Aí mostrou Maceió para o Brasil e para a América do Sul, isto no início da década de 70. Até então existia o turismo de negócios (comerciantes) com os hotéis Califórnia e Parque, mas ainda não como destinação turística de sol e praia, o que ocorreu posteriormente, quando ficamos sendo conhecidos principalmente com o Hotel Jatiúca.

E3: Voz corrente indica o Hotel Jatiúca, mas na verdade foi um processo. Existiam alguns poucos hotéis no centro da cidade (anos 40 e 50). Depois a rede hoteleira foi se instalando na Praia da Avenida (anos 70), o Luxor e Beira Mar, que acabam fechando já que surgiram problemas ambientais (Riacho Salgadinho) bem como opções melhores para a hotelaria nos bairros da Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca, e na verdade o marco zero pode ser o Hotel Jatiúca, mas se tratou de um processo de deslocamento.

Ou seja, a despeito de mencionarem acontecimentos da destinação em análise anteriores ao ano de 1979, ainda assim admitem de alguma forma o papel desempenhado pelo Hotel Jatiúca como um marco que desencadeou o ciclo de turismo de “sol e praia”, característica central da destinação Maceió. Ao mesmo tempo, sobressaem fatos da história do turismo em Maceió, que talvez possam ser chamados de “antecedentes” ao ciclo de vida de “sol e praia”.

Talvez se enquadrem nessa denominação os pontos de vista de dois entrevistados, que identificam fatos diversos como o marco inicial do ciclo de vida de Maceió, um anterior a 1979, embora um deles ainda mencione o Hotel Jatiúca. É assim que o entrevistado E9, com ponto de vista divergente da maioria, citou as recentes inaugurações do Centro Cultural e de Exposições de Maceió e do Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares. Ou seja, indicam obras recentes, as associando a supostos marcos da destinação Maceió, mas localizados temporalmente próximo aos dias atuais. O segundo entrevistado relata fatos anteriores a 1979:

E5: Por incrível que pareça foi o TRAPICHÃO (Estádio Rei Pelé, popularmente conhecido com tal). [...] Foi um marco arquitetônico muito importante, uma inovação, uma ousadia. [...] A programada vinda do Pelé não se deu, mas que gerou uma grande movimentação, quando percebeu-se que não tínhamos aeroporto nem hotéis. Havia

uma pista de pouso e aí partiu-se para a construção do aeroporto, sendo que o atual (inaugurado em 2005) é o nosso terceiro grande aeroporto. E os hotéis? [...] Surge então o Hotel Luxor, que foi um grande referencial para atender ao Trapichão. Muitas pessoas atribuem o marco zero ao Hotel Jatiúca, mas não foi. Ele surgiu a partir daí e trabalhos foram desenvolvidos para o crescimento da hotelaria e do turismo.[...] Novos hotéis se instalaram na orla de Pajuçara e Ponta Verde, mas tivemos a consolidação com o Hotel Jatiúca.[...] Assim, temos dois grandes marcos: O Trapichão e o Hotel Jatiúca.

Maceió tem peculiaridades contextuais que tornam difícil explicar seu ciclo de vida como uma destinação turística à luz do modelo de Butler (1980). Por exemplo, a cidade já constava com um determinado fluxo turístico, embora de pequena monta, muito antes da inauguração do Hotel Jatiúca, por ser uma capital de estado. Ou seja, características urbanas que normalmente fazem parte de estágios adiantados do modelo de Butler, já se faziam presentes em Maceió, antes mesmo da cidade/município ser ‘fundada’ como uma destinação turística, nos moldes atuais, discernível inclusive por uma oferta centrada nos elementos da natureza, normalmente denominada de “sol e praia”.

Paradoxalmente, Maceió propriamente dita não experimentou um fluxo de turistas aventureiros (alocêntricos) previsto pelo *TALC*. Os primeiros aventureiros que visitaram a região na realidade se destinavam à Praia do Francês (início da década de 1970), uma praia localizada no município limítrofe a Maceió, Marechal Deodoro, a aproximadamente 17 km em linha reta do centro da cidade de Maceió, no início do denominando litoral sul de Alagoas, tendo-se como referência Maceió.

Assim, levando-se em consideração o ponto de vista da grande maioria dos entrevistados e o fato de a cidade de Maceió ser caracterizada como uma destinação de “sol e praia”, propõe-se neste trabalho o fato que pode ser considerado como marco zero dessa destinação é a inauguração do Hotel Jatiúca. Ou seja, o ciclo de vida de Maceió já teria surgido com características que fazem parte do terceiro estágio do *TALC*, isto é, *desenvolvimento*.

Considerando-se que Maceió como uma destinação de “sol e praia”, que emerge junto à demanda turística potencial a partir da inauguração do Hotel Jatiúca, com características do estágio *desenvolvimento*, os acontecimentos anteriores relacionados a viagens para Maceió, e

seu entorno, inclusive por parte de pessoas que podem ser definidas como turistas, fariam parte de um período de tempo que poderia ser denominado de *antecedentes* da destinação turística Maceió. Evidentemente, diante das limitações de um estudo de mestrado, e considerando ainda a pequena quantidade de pesquisa científica realizada sobre o turismo na região do município de Maceió, é necessário que mais pesquisas dessa natureza sejam realizadas, de tal forma que se possa testar essa hipótese de forma cientificamente adequada.

Tais antecedentes remontariam, de uma forma ou de outra, à década de 1930, quando Moreno Brandão publica o opúsculo *Vade Mecum* do turista em Alagoas (1937). Nessa obra menciona-se, possivelmente pela primeira vez na história de Alagoas, aspectos pitorescos do estado que poderiam ser alvo da atenção de pessoas residentes em outros lugares. Mencionam-se também idéias que estariam associadas às possibilidades de se explorar o estado com base em políticas públicas de turismo, o que, na prática, não aconteceram por décadas a partir de então.

5.2 Sobre políticas públicas e políticas de turismo de Maceió e de Alagoas

As políticas públicas de turismo são um fator essencial para que uma destinação turística possa explorar de forma efetiva todas as potencialidades dos seus recursos naturais e culturais. Sem políticas públicas adequadas, a iniciativa privada pode ficar hesitante em relação a realizar investimentos de altas somas de capital, com receio de não obter sucesso. No caso de Maceió, devido a problemas há aproximadamente uma década, quando a destinação experimentou uma fuga de turistas, as políticas ambientais são um ponto chave para o desenvolvimento local.

Os extensos comentários apresentados abaixo, proferidos pelos entrevistados para este estudo, oferecem um panorama, com base na visão de pessoas conhecedoras do contexto turístico do estado de Alagoas e de Maceió, sobre as políticas públicas de turismo, particularmente em período recente:

E1: Em relação ao município, de 2005 para cá, temos duas vertentes: 1) a externa, da promoção e divulgação para melhoria do fluxo turístico pois de nada adiantaria emprendermos em publicidade se quem tem o poder de venda é o agente de turismo,

e assim trabalhamos muito com eles. São formadores de opinião e podem mudar os destinos turísticos anteriormente previstos pelo turista. De 2007 para 2008 o crescimento do fluxo em Maceió foi entre 9% e 10% contra a média nacional abaixo de 1%; 2) a interna, no foco na conscientização (sensibilização) mostrando aos diversos segmentos da sociedade e do setor o que é fazer parte de uma cidade turística. Responsabilidade da preservação ambiental, do ser gentil, hospitalidade etc. O Maceioense deve entender que algum “transtorno” causado pelo grande número de turistas – principalmente na alta temporada – é um efeito temporário que traz benefícios econômicos e sociais ao local. Tratar da higiene, ser cortês, bom atendimento. Sensibilizar para questões delicadas como o turismo sexual. Não existe turismo sexual, mas sim exploração sexual. Estamos em parceria com o Ministério Público para evitar esse tipo de turista. Chegamos a abortar um vôo charter que tinha indícios de turismo sexual. [...] Nos dias atuais, a integração das secretarias de turismo do município e do estado está bem maior. O foco é o fortalecendo do turismo como um todo.

E4: A Prefeitura está com novo direcionamento com a secretária Cláudia Pessoa. Profissionalização que não existia. Hoje, Maceió participa de todos os eventos que surgem vendendo nosso destino. Também estamos atualmente com mais profissionalismo na gestão do turismo estadual.

E7: Vem evoluindo e tenho percebido que na área municipal tem crescido muito o interesse na área do turismo, na infraestrutura, segurança, retiradas das línguas negras e melhoraram muito a promoção do destino Maceió. As políticas estaduais também estão evoluindo. Temos um novo secretário que é um grande profissional do turismo.

E9: A Secretaria Municipal de Turismo tem realizado um grande trabalho. Diversas participações em feiras e uma integração mais forte com a hotelaria. Hoje as políticas estão mais claras e direcionadas. [...] As ações do governo estadual estão em ascensão, mas nenhum hotel espera muito de ação do governo. Vislumbramos uma necessidade ou oportunidade e vamos atrás.

E10: Falta continuidade na atuação política. Atualmente Maceió tem uma direção, um norte, com a gestão do Prefeito Cícero Almeida e na Secretaria de Turismo com a Claudia Pessoa.

E13: As políticas do estado e do município de Maceió estão avançando, principalmente com a profissionalização (referindo-se ao fato dos atuais secretários pertencerem ao ramo turístico). Diminuiu a descontinuidade de governos passados. Um empreendedor vinha aqui numa semana conversar com um secretário e na outra

semana já era outro. Não dá pra investir nessa inconstância. [...] A política partidária acaba influenciando nas direções do turismo. Quando estão associados município e governo as coisas caminham um pouco, mas quando não, as coisas ficam críticas e o destino é quem sofre. Nos últimos anos a parceria está muito boa, com melhorias nas políticas de divulgação, saneamento e mais infraestrutura. A natureza foi muito generosa com Alagoas e o que falta é infraestrutura. A revitalização da orla colaborou muito para uma vida ativa na orla. Ainda falta muito, mas do que tínhamos até então, estamos muito bem.

E14: Por muito tempo faltou planejamento no turismo municipal. O governo estadual passado fez um mapeamento e uma caracterização por segmentos a serem trabalhados, mas não realizou um planejamento, um direcionamento e de políticas, deixando uma base mas não chega a ser um plano de ação. O estado tem trabalhado o zoneamento de um planejamento até 2020 para atrair novos investidores e os empreendedores terem um instrumento nas mãos para cobrar aos futuros governos. Estão sendo realizados esforços para atração de investimentos de qualidade. A instalação de novas unidades hoteleiras na atualidade e devida a profissionalização da gestão, ao próprio empenho do governador, segurança jurídica (institucional), e na credibilidade do atual secretário de turismo, Virgínio Loureiro, muito conhecido no ramo. A secretaria hoje possui uma área específica para investimentos e atua mais junto aos órgãos ambientais para destravar problemas pequenos que travavam investimentos, dando mais celeridade às questões ambientais, intervindo em créditos bancários para novos empreendedores, assessorando-os e auxiliando os novos nas buscas de informações. [...] Um fato que chamou a atenção no início deste governo foi o orçamento da secretaria, precário e ínfimo no valor e na distribuição das atividades. Estamos em parceria com o BID – cerca de R\$ 5 milhões, que deverá fornecer uma cultura nova de planejamento. Temos uma visão muito imediatista de retorno. Esta parceria visa melhorias na gestão, mudança de cultura e o povo não percebe que isso é um trabalho de médio-longo prazo.

Deixaremos 2 grandes legados: zoneamento que dê um direcionamento no planejamento para que as políticas convirjam; e a estrutura mínima que uma secretaria de turismo deve ter: quais papéis, perfis dos profissionais, etc. Isso em parceria com profissionais da Espanha. A atividade e a estrutura da gestão turística não podem ficar dependentes dos comissionados que são temporários.

E17: A política estadual está mais estruturada que a municipal, com uma política mais clara e é mais fácil de se entender, com uma liderança mais forte, com maior

integração com outras secretarias. A secretaria de Maceió ainda necessita ter ações mais integradas.

E18: As gestões estão mais profissionais e o *trade* tem sim pressionado para convergência de ações.

E19: As gestões nas secretarias de turismo do estado e de Maceió estão em boa fase, realizando promoções em conjunto, patrocinando eventos, material compartilhado e parceria junto a iniciativa privada. Para trás, sofremos um pouco e no governo anterior tivemos sete secretários estaduais de turismo o que é insustentável. Já o governo atual, Teotônio Vilela Filho, colocou secretário indicado pelo *trade*. A descontinuidade nas secretarias sempre atrapalhou o andamento dos trabalhos.

Transparece da análise dessas falas uma visão de que tanto o governo do estado quanto do município, vêm implementando importantes avanços nas gestões atuais, no sentido de melhor estruturar a destinação buscando o seu crescimento. Há indicação de que se tem priorizado o fortalecimento das pastas setoriais (no estado e no município) com a inserção de profissionais de turismo. Por causa disso, o *trade* turístico vem depositando mais credibilidade e apoio aos governos.

Há indicativos de que o governo tem mostrado uma preocupação maior com o setor do turismo, provavelmente devido seu grande potencial de crescimento econômico. Entretanto, a despeito dos esforços, os orçamentos têm sido irrisórios, o que não possibilitam margens para grandes ações. Além disso, ainda efetuam um intercâmbio menor que o desejado com outras secretarias para ações integradas. A falta de integração entre secretarias do município e entre estas e secretarias do governo do estado, reduz muito as possibilidades de se formular políticas mais adequadas às características naturais e culturais locais, frente à demanda turística e à competição com destinações que têm uma oferta turística semelhante.

Outro aspecto que chama a atenção nas falas transcritas acima, é a completa falta de referência a componentes sociais e culturais das políticas oficiais de turismo de Alagoas e Maceió. O foco recai sobre a formação profissional, infraestrutura, *marketing* e promoção. Ou seja, há uma ênfase no crescimento econômico, e não necessariamente também em dimensões que reconhecidamente fazem parte da noção de desenvolvimento sustentável.

Além dessa falha, também fica claro ou, pelo menos, não transparece suficientemente nessas falas, uma preocupação significativa com a gestão ambiental da destinação. Fala-se em aspectos pontuais, mais voltados ao licenciamento ambiental de atividades turísticas,

especificamente projetos. Diante da capacidade que o turismo tem de impactar *lato sensu* sobre as destinações, é condição *sine qua non* para uma gestão efetiva da destinação se adotar um planejamento ambiental integrado, a curto, médio e longo prazo.

Não se fala, nas transcrições acima apresentadas, de uma preocupação com o enfrentamento da questão ambiental como uma grande prioridade. Esse fato é preocupante porque como explica Butler (1980), com base no modelo por ele formulado (o *TALC*), a degradação ambiental crescente à medida que uma destinação turística evolui é um dos principais fatores negativos que pode levar à estagnação e, não muito raro, a um declínio na demanda turística.

Outros entrevistados foram mais abrangentes em suas constatações:

E2: O Governo deve ter sua parte regulamentar de divulgação, infraestrutura, ambiental, segurança e de uns anos pra cá estão olhando melhor o turismo pois é fonte de renda e emprego para o estado. Faz parte da economia do estado. O Governo está cada dia mais atuante no turismo, pois já perdemos muito tempo e espaço. Já que se tem uma atuação forte do setor privado, o setor público, tanto municipal, estadual e federal, tem que acompanhar através dos seus órgãos.

E15: Temos problemas nas políticas públicas que colocam o turismo como prioridade, mas não o tratam como tal. Precisamos criar alternativas fora sol e praia. Temos que ter estado e município andando juntos e com o *trade*. Temos muito oba-oba. Questiono a Secretaria de Turismo estadual sobre os voos charters que nunca vejo. Maceió está na mão da CVC e isso é um risco muito grande, embora seja uma empresa grande e bem organizada. Precisamos da realização de mais congressos, eventos, etc, pois dá uma nova tônica à cidade. Tínhamos recentemente secretarias de turismo como secretaria de fachada, política, que era uma moeda de troca, tipo acordos políticos onde o turismo era oferecido somente para a esfera política e não como uma estratégia de governo para alavancar o setor. Isso é anti-política pública. Com a entrada do novo governo estadual (2007-2010) entraram profissionais que entendem turismo. Mas também tem sido muito comentada sobre a instalação de mais 30 hotéis e não sei quem vai ocupar esses hotéis, principalmente na baixa temporada onde fechamos com 50% de ocupação e ficamos empatados no faturamento e custo. [...] Tanto no município quanto no estado tivemos problemas com políticas públicas. Estamos atualmente com a profissionalização dos secretários (do estado e de Maceió) o que está sendo bom. Na véspera da eleição do prefeito (2005-2008) ficamos sabendo

que iriam colocar o neto de fulano e conseguimos reverter tal situação, e o *trade* está entendendo a força que possui.

Também não podemos ficar esperando por tudo pelo Governo e temos que trabalhar paralelamente. [...] Aprendi na cartilha do Sebrae que o importante é fortalecer o destino, que o turista vai escolher Maceió e depois escolhe a hospedagem e aí tudo bem, estamos fortalecendo o turismo como um todo.

Os entrevistados acima realizaram constatações dos problemas políticos anteriores, que com a falta de programas, projetos, enfim, de planejamento, proporcionaram um atraso em relação ao desenvolvimento turístico da destinação. O entrevistado **E15** mostra sua preocupação com a nova quantidade de hotéis sendo instalados em Maceió. De fato, entre 2008 e 2011, estão previstos no total, mais 1.284 UHs. Não é suficiente para o crescimento do turismo apenas a instalação de um número crescente de hotéis. É necessário se trabalhar e articular um conjunto de fatores que possam gerar uma força maior de mudança que venha contribuir para um desenvolvimento efetivo da destinação.

Nesse sentido, é imprescindível que haja uma ação de políticas públicas abrangente e integrada, que consiga atuar em todos os componentes da oferta turística. Por exemplo, a malha aérea que serve Alagoas é muito precária, criando dificuldades para os turistas chegarem à destinação. Além de melhorias nesse setor, Alagoas/Maceió necessita de mais infraestrutura também relacionada às rodovias e saneamento, cuidados com o meio ambiente, educação e saúde, dentre muitos outros setores de política pública que fazem parte da oferta turística, assim como de fatores externos intervenientes na oferta ou sistema turístico. A ampliação do parque hoteleiro é necessária, mas não suficiente. Uma expansão exacerbada da oferta de leitos frente a uma estagnação na formulação e implementação de outras políticas, pode levar Maceió mais uma vez a um retrocesso na sua demanda turística. Por mais que a demanda turística de Alagoas/Maceió seja predominantemente psicocêntrica, o visitante não vem apenas para ficar ‘encarcerado’ no meio de hospedagem.

As falas transcritas acima permitem sugerir que a despeito das recentes mudanças relacionadas à profissionalização da atividade turística em Alagoas, há grandes lacunas em relação a um número de setores de políticas públicas dos quais o crescimento do turismo depende. Pode-se sugerir, com base nesse raciocínio, que a despeito da destinação Alagoas se encontrar em expansão, estando situada no estágio *desenvolvimento* do *TALC*, Maceió especificamente apresenta algumas características de relativa *estagnação*, uma vez que tem

havido uma ênfase na construção de meios de hospedagem, e um acentuado desleixo em outros fatores que fazem parte de um sistema turística da destinação. Assim, ainda não ocorreu uma resposta esperada em termos de crescimento da demanda, a despeito dos novos hotéis.

Os entrevistados abaixo abrangem um escopo histórico maior. Seguem suas observações:

E3: O drama reside em três componentes: a) na falta de dados sistematizada que atrapalham na evolução de pesquisas e levantamentos; b) na falta de sequência administrativa, onde tivemos no governo passado (1999-2002 e 2003-2006) uma secretaria estadual de turismo com cinco ou seis secretários, e cada um queria partir do seu projeto, e; c) não temos instrumentos técnicos de discussão e debates que pensem no curto, médio e longo prazo. A política está mais centrada em verbas para divulgação. É o que mais existe e aí temos uma política limitadíssima. Divulga-se o destino Maceió e não se cria alternativas para vender o produto Maceió de forma diferenciada.

E8: [...] A imagem que tenho não é das melhores em nenhum âmbito (municipal, estadual e federal). O turismo, isto já foi provado, propicia um imenso número de empregos sem grandes investimentos. Estamos perdendo terreno para muitos outros destinos, inclusive para Aracajú e isso não pode acontecer jamais. Acho a Barra de São Miguel (município distante 36 km de Maceió) o lugar mais bonito do mundo, e olha que eu conheço praticamente todo o litoral do Brasil e alguns do mundo. A multiplicidade de paisagens de lá é muito grande, com lagoa, mar, montanhas [sic] com canaviais, coqueirais, ilhas, arrecifes, falésias, piscina natural, manguezais, bancos de areia, mata atlântica e o maceioense praticamente não conhece.

O nosso estado e nossa capital têm sofrido da burrice crônica dos nossos políticos. A descontinuidade é injustificável. Não se pode conceber que percamos mercado para Pipa (RN), Porto Galinhas (PE), Praia do Forte (BA), por exemplo, com todas as nossas belezas. Porto de Galinhas tem mais leitos que a capital Maceió, o que vem atestar nossa incompetência. Apresentamos inúmeras idéias para Maceió, como a Marina que seria autofinanciável com a venda das vagas, o Centro Cultural que finalmente foi feito e foi a última capital do NE a construir um grande local para eventos. Não temos um receptivo à altura. A burrice nacional tem um passado glorioso e um futuro promissor.

O mal nosso é esse. Estamos a reboque de outras cidades que de longe não chegavam aos pés daqui. Natal é um exemplo disso, construindo a via costeira e vi o BNB (Banco do Nordeste do Brasil) financiando 12 hotéis ao mesmo tempo, ou seja, deu muito apoio ao turismo. A Espanha, há 5 ou 6 décadas investiu pesadamente na construção de hotéis e marinas e hoje tem uma economia muito avançada nesse setor no mundo. Diversos governos entram e dizem que o turismo é prioridade e não fazem nada, não dão dinheiro nem apoio nem pra se fazer nem pra se preservar e tudo está se acabando, a própria lagoa está assoreada, e faltam sensibilidade e vontade política, sem a mínima conservação. Brigamos muito pelo projeto do [riacho] Salgadinho que já se fala há 30 anos, mas nossa passividade é muito doentia. Temos problema de cultura, falta de educação, etc. Estamos caminhando muito lentamente no turismo e a degradação das nossas belezas naturais aumentando muito rapidamente. Essa idéia de revitalização de Jaraguá é um projeto antigo da Ematur, na gestão 1983-1987. Recentemente fizeram alguma coisa com um bom começo e depois pararam. Vejo os políticos sem nenhum interesse, apenas com um de se reelegerem e fazendo muito pouco por Alagoas. Aconteceram muitas alterações no secretariado na pasta de turismo. O cara mal tomava ciência do quadro e já era substituído na pasta. Ninguém leva a sério. Esse é um dos grandes problemas, não só de Alagoas e Maceió, mas do Brasil – a falta de continuidade dos projetos.

E20: A falta de planejamento sempre foi um problema muito grande e agora precisamos investir.

Apesar de muito longa, considerando a abordagem qualitativa usada neste estudo, ela a transcrição do entrevistado **E8** foi inserida aqui por duas razões principais: 1) trata-se de um profissional com ampla experiência no setor do turismo em Alagoas (o anonimato é mantido como parte da metodologia adotada), e que tem uma visão ampla sobre a destinação Alagoas/Maceió; 2) suas opiniões encontram ressonância nas falas de vários outros entrevistados, o que confere certo grau de validade no contexto do estudo. Por exemplo, a fala de **E20**, embora sucinta, juntamente com a de **E3**, encapsula todo o rico conteúdo da fala de **E8**.

Há indícios fortes nessas três falas que corroboram conclusões analíticas realizadas acima, neste capítulo, conforme as quais a destinação Maceió encontra-se em uma situação de *estagnação* como destinação turística, se leva em consideração principalmente o

comportamento da demanda, nos moldes do *TALC*. Ou seja, enquanto Alagoas tem uma demanda crescente, a resposta em termos de crescimento da demanda em Maceió não é significativa, levando-se em consideração as mudanças político-administrativas que tiveram lugar na destinação, as quais supostamente podem levar a uma expansão da demanda. Ou seja, as dificuldades infraestruturais, a limitação na diversificação da oferta de atrativos e os graves problemas ambientais continuam funcionando como um arrasto para essa destinação. Fica a dúvida se os investimentos político-administrativos e o aumento na oferta de leitos terão a curto e médio prazo as respostas que se pretende. Somente estudos posteriores, dentro de aproximadamente cinco anos, poderão aferir se os resultados por trás das expectativas oficiais se confirmarão.

Nesse meio-tempo, outras destinações, que investiram de forma mais competente, do ponto de vista político, administrativo e técnico, poderão ter respostas melhores, tanto em termos de demanda quanto da experiência vivida pelo turista, o que fortalece sua capacidade de competição intra-regional. Fica a dúvida se Maceió terá capacidade de se igualar, ou de superar, essas outras destinações em termos de envergadura competitiva no contexto nordestino. A literatura específica mais atual, dentre as quais dois livros organizados pelo próprio Butler (2006a e 2006b), deixa nula quaisquer ilusões de que uma determinada destinação pode crescer, competir e ser sustentável única e exclusivamente com base nos seus recursos naturais. É necessário uma postura pró-ativa de planejamento e gestão competente por parte de todos os agentes que fazem parte de uma determinação destinação. Com nada menos do que isso, na melhor das hipóteses a destinação se distancia menos frente a destinações cuja oferta turística resulta de planejamento e gestão efetivos.

5.3 Políticas ambientais e cenários do meio ambiente

Dado como fundamental para avanços no turismo local, o meio ambiente se torna preocupante para que o turismo exista futuramente, tendo em vista que praticamente tudo gira em torno da qualidade das águas. Seguem as observações dos entrevistados:

E1: O Plano diretor do município de Maceió foi um ponto recente de ordenamento de degradação do meio ambiente, mas estamos muito aquém dos requisitos de uma

cidade ambientalmente saudável, não só de praias, das águas, mas também em termos de arborização e outros.

E3: Ausência de saneamento e pouca fiscalização municipal prejudicam enormemente o turismo. Segundo os técnicos de IMA, uma parte invisível da poluição é da parte subterrânea que traz os coliformes fecais para a praia. Isso explica também porque a nossa água da praia é tão brilhosa, lustrosa, como se fosse óleo com esse fenômeno, adicionado aos dejetos de edifícios da orla.

E7: Existem problemas como o do [riacho] salgadinho como não tendo solução a curto-médio prazo. No lado de Ponta Verde e Jatiúca está sendo feito um trabalho com mais saneamento. Estamos melhorando, mas o salgadinho não tem muita solução.

E8: Precisamos fazer uma reorganização filosófica da razão de ser de alguns órgãos. Estamos com a Pajuçara cheia de porcaria, muito lixo. Existem ilhas de lixo próximo às piscinas. Em frente à Associação Comercial no Jaraguá, você caminha na praia em cima de um ou dois metros de lixo.

E9: As praias estão numa situação pior que há tempos atrás. Turistas reclamam muito do sargaço e pensam que é sujeira. Recebemos relatórios da balneabilidade e no inverno a situação nas praias fica muito crítica com as chuvas.

E11: Problemas sérios de saneamento básico. Estado necessita criar um macro-plano para saneamento.

E12: Lixo não combina definitivamente com turismo. Todos precisam colaborar. Não estamos próximos do ideal. Esgotos e resíduos estão muito presentes na nossa realidade. Falta muita educação.

E13: O IMA tem feito algumas ações junto aos hotéis, com a destinação correta do lixo, certificação, etc. Basta um adotar que os outros vêm atrás. As escolas estão começando a ter grade voltada para o meio ambiente. Maceió é destino de sol e quando chove os problemas ficam muito agravados. Temos muitos edifícios residenciais que despejam esgoto na rede pluvial, barracas que poluem defronte seus recintos, e o IMA está mais como órgão de orientação que de punição.

E14: Políticas nós temos: o Cepram [Conselho Estadual de Proteção ao Meio Ambiente], que é o conselho que reúne várias entidades, consegue dar uma estruturação para novos empreendimentos. Está sendo feito um planejamento pelas secretarias de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente em relação à questão

ambiental. [...] A conscientização ambiental melhorou, mas se não pararmos para pensar na questão ambiental, não só em relação ao turismo, sofreremos todos. Os jovens estão ajudando neste trabalho. Hoje temos preocupação com reciclagem, preservação de águas.

E15: Temos leis rígidas, mas que não são fiscalizadas. O brasileiro ainda não se tocou para a questão ambiental.

E16: Os cuidados com o meio ambiente aumentaram muito. A conscientização aumentou, mas muito da poluição é coisa de educação. Antigamente as pessoas que visitavam a piscina natural da Pajuçara despejavam todo seu lixo do passeio sem nenhum constrangimento e hoje é totalmente diferente.

E17: Não houve avanços na questão ambiental e estamos em situação pior. Em nosso caso a preservação ambiental está muito ligada à questão do lixo (até hoje não saiu o aterro sanitário). Na questão do saneamento básico temos uma atenção ainda muito pequena. [...] Quando pensamos que menos de 20% da cidade possui saneamento básico pode-se tornar mais difícil vender um mar azul desse, mas cheio de poluição. Já não há mais as línguas negras e a única é da cruz das almas. Falta uma política clara de Meio Ambiente, ou seja, pra que serve o meio ambiente em Maceió? Só para o turismo não, mas é fator fundamental para o turismo. E temos hoje um turista mais consciente e crítico em relação ao meio ambiente.

E19: Houve uma melhoria com alguns paliativos. Na hotelaria melhorou o tratamento de saneamento. Línguas negras são um grave problema.

E20: Especificamente para o turismo, não houve grandes avanços. Em termos gerais, a política ambiental do estado progrediu muito com mais conscientização, mas ainda é incipiente. Por exemplo, a piscina natural da Pajuçara é um patrimônio que levou milhares de anos para ser feita, que se não cuidada e não se apertar o controle sobre sua visitação, vai começar a minguar. Uma coisa combinada com os jangadeiros é que não poderiam jogar ancoras nos corais e que retiram e matam os mesmos. Isso foi feito, mas depois de um tempo eles voltaram a fazer por não haver fiscalização (coisa que não deveria precisar). O senso de coletividade vai ajudar muito ao meio ambiente porque naquele individualismo, que é conseqüente da falta de instrução primária, acha que o problema dele é dentro de casa e que dali pra fora é problema dos outros. Joga o lixo lá pra fora e aí é problema dos outros. E isso só se aprende em escola primária e com o fortalecimento da educação primária. Nossa preocupação futura com o meio

ambiente deve naturalmente progredir, mas de forma geral as preocupações evoluíram muito e a nossa Secretaria de Meio Ambiente vem fazendo um controle rigoroso nas praias, mas ainda com as línguas negras. Muito da poluição nas praias é provocado pela própria população. O saneamento existe, mas é muito posterior às residências e essas desconhecem se sua residência está ligada ou não à rede de esgoto. Hoje a qualidade da água melhorou e a quantidade de línguas negras com esgoto entre as praias de Pajuçara, Ponta Verde e Pajuçara são só três (exceto Cruz Almas). A rede de esgoto na orla atende à necessidade e ela é lançada para o emissário, mas as línguas negras têm outros problemas e quando chove é água de chuva que vem nas línguas com outros desejos da rua lançando na praia. E a maré enche, mas nas línguas ficam aquelas poças onde tem-se parte das águas de chuva, parte água do mar, parte das sujeira.

Verifica-se, com base nas transcrições acima, uma visão consensual entre 17 entrevistados de que a situação ambiental, relacionada aos ambientes explorados pelos turistas em Maceió, encontra-se crítica. Há mesmo menção de que talvez a situação encontra-se hoje mais grave do que a tempos atrás. Fica evidente também nessas transcrições que os problemas ambientais na destinação Maceió são antigos, e que eles persistem no presente de forma inequívoca. Alguém, menos avisado, que leia discursos de alguns representantes do poder público do governo do estado, assim como de Maceió, poderia chegar à conclusão de que os problemas ambientais associados, por exemplo, à poluição das praias de Maceió por esgoto, seriam insignificantes, ou, em alguns casos, inexistentes.

O riacho Salgadinho, responsável mais significativo pela poluição da Praia da Avenida (que se encontra sempre imprópria para recreação de contato primário, com base em dados do IMA), é visto por alguns entrevistados como sem solução de curto ou médio prazo. Ou seja, mesmo políticas públicas específicas desenvolvidas como parte do Prodetur para resolver o problema do Salgadinho não surtiram o menor resultado.

Os comentários de todos os 17 entrevistados acima refletem de forma clara uma preocupação no que diz respeito a haver uma relação entre meio ambiente e as atividades turísticas. Ou seja, uma situação de saneamento ambiental é um requisito básico para as destinações turísticas. Afinal, no caso de Maceió, a natureza é o principal elemento de atratividade. Também há alusão à relação entre meio ambiente e educação. Propõe-se – constata-se nas falas acima – que existiriam melhorias consideráveis nas condições ambientais

da destinação Maceió se houvesse mais conscientização e educação, por parte da população local, assim como por parte dos visitantes. Essa é a visão que prevalece, mesmo havendo quem tenha indicado alguma melhoria nesse cenário, com um aumento de conscientização, apesar de comentar que esse avanço ainda é insuficiente.

O problema da falta de condições de balneabilidade das praias de Maceió fica mais crítica nos períodos chuvosos, quando os esgotos que correm a céu aberto, na maior parte da cidade, se junta às *línguas negras*, poluindo intensamente as praias urbanas. A despeito de toda a discussão que vem sendo realizada na mídia televisiva e impressa, há pelo menos três décadas, ainda existem saídas de águas pluviais que também carregam esgotos sem qualquer tratamento prévio, as chamadas *línguas negras*, e os lança diretamente no mar, à altura das praias.

Essa situação é preocupante para os residentes, que ficam privados de praias que, apesar de muito bonitas e convidativas ao banho, contêm agentes patogênicos sérios. Esse quadro é igualmente preocupante no que diz respeito às possibilidades de desenvolvimento turístico da destinação Maceió. As *línguas negras* são visíveis na paisagem ao longo da orla de Maceió, além das condições inadequadas de balneabilidade serem rotineiramente mostradas nos meios de comunicação. Diante desse quadro ambiental, a destinação Maceió poderá ter sua capacidade de competição frente à demanda turística seriamente comprometida. Nesse sentido, no mês de Janeiro de 2010 vários turistas que foram entrevistados por um canal de televisão de Alagoas, chamaram a atenção para os problemas ambientais da capital alagoana.

A situação ambiental das praias de Maceió não deve melhorar em curto ou médio prazo. A razão para esse prognóstico é que os investimentos em saneamento básico nesse município têm sido insignificantes. Como se comenta frequentemente nos meios políticos, e mesmo pela população em geral, investimentos em saneamento básico resultam em obras que a população ‘não vê’, uma vez que praticamente todo esse tipo de infraestrutura fica enterrada, e que, por isso, não geram votos para os gestores públicos responsáveis por sua implantação. Na cidade de Maceió, conforme citado, apenas 27% do esgoto gerado no âmbito da sua malha urbana é devidamente tratado. Após tratamento, o efluente é lançado ao mar através de um Emissário Submarino, que se localiza na Praia do Sobral.

Em recente entrevista (JORNAL CORREIO DO POVO, 2009), o atual Governador de Alagoas, Teotônio Vilela Filho, declarou:

Os índices de saneamento de Maceió vão dobrar até 2010. O saneamento é um investimento fundamental na melhoria da saúde pública. [...] Esgotamento sanitário é um tipo de obra que muita gente não valoriza, mas que salva vidas. Por isso, saneamento é uma das prioridades de nosso governo.

Quando o Governador se refere a um “tipo de obra que muita gente não valoriza”, não há como creditar que essa gente seja a população da cidade de Maceió. Provavelmente confirma a observação feita acima de que é algo caro e que não proporciona votos. De qualquer forma, as declarações do governador são de extrema importância para a capital e o estado. Um eventual avanço nas políticas de saneamento básico do município de Maceió traria benefícios inestimáveis para sua população residente. Atenderia também os interesses dos visitantes, os quais, ao elegerem Maceió como destinação, a valoriza, mas não têm semelhante valorização como cidadãos que contribuem para o desenvolvimento econômico da cidade, ao realizar nela os seus gastos de turista.

Turismo e meio ambiente: uma contradição?

Com o surgimento da atual questão ambiental há aproximadamente cinco décadas, a discussão sobre os efeitos negativos do crescimento econômico se expandiu para praticamente todo o mundo. Iniciou-se um lento processo de mudança ao longo do qual o governo e a iniciativa privada se viram diante de um grande desafio: como mudar a relação entre as sociedades e a natureza, de tal forma que a conservação ambiental melhorasse se em todo o tempo histórico precedente adotou-se uma atitude antropocêntrica, através da qual a natureza é vista como um bem a ser dominado e controlado pela espécie humana?

Apesar de todo o tempo transcorrido desde que essa questão foi posta, e considerando as conferências e encontros internacionais sobre o tema, assim como o imenso avanço tecnológico e institucional para se enfrentar os problemas ambientais em todo o mundo, a contradição sociedade/natureza ainda persiste de forma significativa.

É comum que representantes da iniciativa privada, e, não pouco frequentemente, do poder público também, argumentem que o meio ambiente atrapalha o ‘desenvolvimento’, o

qual aqui precisa receber aspas simples, pois na realidade estão falando de crescimento, o que nem sempre significa desenvolvimento, como comprova de forma magistral Amartya Sen (2007), em seu livro “Desenvolvimento como liberdade”. Essa visão distorcida de crescimento como sinônimo ainda é comum em relação a inúmeras atividades econômicas, como agricultura, mineração e indústria. Esse problema está igualmente presente na chamada indústria do turismo. As transcrições que se seguem, embora às vezes comunicando algum grau de dubiedade, denunciam a existência dessa visão em relação a Alagoas e à destinação Maceió:

E2: Considero que com a fiscalização dos órgãos de meio ambiente os projetos não podem mais ser feitos à revelia. Até mesmo quando surgiu o Hotel Jatiúca, o mesmo conservou a Lagoa do Anta. Qualquer projeto turístico hoje deve obedecer à legislação de proteção ao meio ambiente. Se não houver aprovação dos órgãos do meio ambiente, os empreendimentos turísticos não são realizados.

E4: O meio ambiente era um complicador. Secretários passados eram a favor do contra. Mas deve haver um equilíbrio entre meio ambiente e crescimento. Pareceres ambientais eram burocráticos e os projetos não saíam do papel.

E5: Questão ambiental muito sofrida. Turismo não pode ser predador. Empresários precisam ouvir mais um pouco a parte ambiental. Uma coisa complementa a outra, sendo que em alguns casos o radicalismo ambientalista atrapalha o crescimento.

E18: É uma coisa antagônica. Para se instalar um novo hotel, as exigências são enormes, dificultosas. Instala-se uma barraca na beira da lagoa e do mar, dessa barraca os dejetos vão direto para as águas, com certa tolerância do poder público. A laguna Mundaú está completamente poluída e de difícil recuperação.

Transparece em algumas partes dessas falas que alguns representantes do poder público viam a preocupação com a conservação ambiental, durante o licenciamento de projetos turísticos, como um entrave ao desenvolvimento do turismo em Alagoas/Maceió. Em geral essa visão aparece quando se comenta que o governo tem trâmites muito burocráticos – leia-se demorados – para a análise e licenciamento dos projetos. Embora essa postura ainda seja comum entre indivíduos da iniciativa privada, verifica-se algum tipo de aceitação da necessidade de se levar o meio ambiente em consideração, frente ao avanço do processo de turistificação da destinação Maceió. Transparece também nas falas acima, de forma

contraditória, a visão da necessidade de que haja uma compatibilização entre desenvolvimento e meio ambiente.

5.4 Identificação de fatos que inibem o crescimento do turismo local

A oferta turística é composta por cinco componentes que se articulam através de um sistema. Segundo Gunn (1994), o sistema turístico é constituído pelos seguintes componentes: atrativos, infraestrutura, serviços, informação e promoção. Se houver mudanças em qualquer desses componentes, os outros componentes serão afetados. As consequências podem ser negativas, levando à instalação de impasses no interior do sistema turístico de uma destinação. As consequências positivas criam condições favoráveis a um funcionamento harmônico do sistema turístico. Quando esse é o caso, os atores sociais e agentes responsáveis pela oferta turística trabalham de forma integrada, tendo um conhecimento sólido da dinâmica do sistema. Essa estabilidade facilita a criação e operacionalização de ações concentradas, obedecendo à lógica do sistema turístico. Caso não haja essa integração e funcionamento harmônico, podem aparecer muitos conflitos e mesmo impasses ligados à oferta de uma determinada destinação.

Para tornar a situação mais complexa, Gunn (*idem*) identifica nove fatores que funcionam como fatores externos ao sistema turístico, mas que o influencia de forma direta, podendo levar uma destinação à estagnação ou declínio. Esses fatores externos são os que se seguem: o sistema financeiro, mão-de-obra, empreendedorismo, comunidades, competição, políticas públicas, recursos naturais, recursos culturais e liderança organizacional. Portanto, para que uma destinação turística funcione bem e tenha uma possibilidade mínima de sustentabilidade ao longo do tempo, os formuladores de políticas públicas, seus executores e a iniciativa privada precisam trabalhar juntos, através de alguma forma de cooperação. Assim, torna-se possível que cada componente do sistema turístico receba a necessária atenção, e que esforços efetivos sejam realizados para contornar possíveis dificuldades que podem surgir dos elementos externos que influenciam o sistema turístico.

As proposições teóricas sugeridas por Gunn (*ibidem*) servem como guia para se analisar os fatores que afetam negativamente o comportamento da destinação

Alagoas/Maceió. As falas dos entrevistados abaixo, apresentadas e discutidas, oferecem elementos contextuais importantes à análise dos fatores negativos que influenciam essa destinação. O entrevistado **E1** afirma que “Alagoas ainda sofre com algumas imagens negativas associadas à política e políticos de Alagoas. Além disso, estamos com baixo número de leitos atuais”. Ele menciona dois fatores que afetam a destinação Alagoas/Maceió negativamente. A imagem gerada sobre a região funciona como um fator externo influenciando negativamente o sistema turístico. O outro comentário, relacionado a deficiências no número de leitos, está diretamente ligado a um componente do sistema, isto é, os serviços. Com um número baixo de leitos, com uma oferta pequena frente à demanda, a destinação não tem condições de organizar grandes eventos. Essa situação é uma limitação porque a criação de eventos é uma das principais alternativas para a diversificação da oferta de Maceió. Entretanto, muitos entrevistados mencionaram o período atual como promissor, uma vez que Maceió terá um grande incremento de leitos no período 2008-2011, minimizando ou resolvendo a preocupação do entrevistado.

Além da questão da hotelaria, um entrevistado elenca uma série de problemas que afetam a destinação Maceió, funcionando como limitações à sua plena evolução, conforme relatado abaixo:

E3: Falta de sinalização, *folders*, prefeituras pobres no litoral que não conseguem divulgar suas potencialidades. Falta de roteiros para turismo Norte e Sul, indicando pousadas, locais diversos, etc.

Mesmo sem estatísticas, sabe-se que o turista gostaria de conhecer outros pontos turísticos fora sol e praia. Faltam feiras no centro, visitas a lugares históricos, etc. Faltam opções noturnas. Produto Maceió não pode ser vendido como um bom hotel ou um bom restaurante. Precisa ser vendido como um todo, todos os restaurantes, hotéis, etc.

Menores abandonados, pedintes que formam o cartão de visita. Em vários restaurantes temos pessoas olhando nossa comida e é constrangedor e para o turismo isso é péssimo. Felizmente ainda não temos um turismo de prostituição na orla.

O entrevistado comenta que mesmo sem estatísticas, sabe-se que há interesse por parte dos turistas em conhecer locais diferentes de praias. Mencionado anteriormente por outros entrevistados, parece ser uma realidade esta constatação e que fica mais presente quando a

cidade passa por períodos chuvosos. No período de chuvas a destinação não oferece um leque razoável de atrativos que possa responder às expectativas do turista. Alagoas e Maceió possuem um patrimônio histórico-cultural que não se encontra suficientemente preparado para seu uso amplo para o turismo.

Na fala de **E3** acima, aparecem vários problemas que funcionam como elementos externos ao sistema turístico, tais como pobreza, pedintes e menores nas ruas. Se esses problemas não forem enfrentados de forma efetiva serão sempre barreiras a uma evolução ótima da destinação.

Outro problema sério que atuou retardando um melhor planejamento da destinação Alagoas/Maceió, foi o componente estritamente político presente na condução dos órgãos oficiais de turismo do estado e de Maceió, como explica muito bem o entrevistado **E4**.

E4: O mercado turístico sempre foi dos hoteleiros. Encheram-se de dinheiro e o resto que se lixe. Eles dominavam tudo, como o *Convention Bureau*, ABIH, etc. Com o novo Governo (2007-2010), surgiu nova tônica com a orientação de aumento da hotelaria. O governador se conscientizou de que o problema daqui é hotelaria. O turismo se atrasou muito devido a mesquinhez dos hoteleiros antigos. Todos os secretários anteriores foram indicados por apenas alguns setores que atrapalhavam e mandavam nos bastidores.

Ou seja, ficam claras, com base nesse breve relato, possíveis causas dos problemas que o estado e Maceió vivenciaram ao longo do tempo: problemas nas políticas públicas e na condução das secretarias de turismo, nas quais as administrações da pasta, em nível estadual e municipal sofriam grandes interferências políticas. Em uma situação como essa, falta preparação técnica e capacidade de planejamento e gestão profissional.

Mais uma vez, os problemas de infraestrutura aparecem na fala de um entrevistado como um dos principais componentes que dificultam a evolução da destinação Maceió.

E5: Falta de transporte turístico mais eficiente. Ferrovias, porto, rotas aéreas, rodovias. O transporte aéreo não é reconhecido como transporte turístico e com isso perde-se algum tipo de incentivo. Estamos muito mal servidos de transporte aéreo. [...] A descontinuidade política ainda tem sido muito predatória às expectativas de um turismo mais rentável.

A infraestrutura é um dos cinco componentes do sistema turístico (Gunn, 1994). A fala de **E5**, em sua última frase – “A descontinuidade política ainda tem sido muito predatória às expectativas de um turismo mais rentável” –, parece sugerir que ele entende a falta de investimentos em infraestrutura como uma barreira ao investimento na oferta turística da destinação por parte da iniciativa privada. Como um investimento pode ser rentável em uma atividade como o turismo se não existe infraestrutura, que é um dos cinco componentes centrais do sistema turístico?

Sobre as vias rodoviárias de Alagoas, pesquisa realizada em 2007 (CNT, 2009) e divulgada em 2009, indica que 86,8% dos 718 km de estradas que cortam Alagoas estão em estado regular, ruim e péssimo. Sobre a malha aérea, viagens para Maceió de capitais de praticamente todo o Brasil, podem durar um tempo excessivamente longo para chegar ao destino Maceió, enquanto que outras viagens com percursos de distância até maiores duram muito menos tempo¹⁴. Não existem acessos a Maceió de médio ou longo curso por via férrea.

A competição de outros destinos é um dos elementos externos que influenciam o sistema turístico de uma destinação (GUNN, 1994). No caso de Alagoas/Maceió, **E7** afirma: “A concorrência tem crescido, tomado público e estão crescendo mais que Alagoas”. Ou seja, há uma forte concorrência com o destino Maceió. A situação se torna mais crítica porque existem várias cidades e estados nordestinos, próximos a Maceió, que têm uma oferta turística muito parecida e centrada no turismo de sol e praia. Os problemas relatados até aqui, com base na visão dos entrevistados, indicam a gravidade da situação de Maceió frente à concorrência.

Notadamente os investimentos em turismo em Maceió e Alagoas têm ficado muito aquém dos investimentos que têm sido realizados por outros estados nordestinos. Verifica-se essa situação com base nos empréstimos obtidos junto ao BID: no PRODETUR/NE I, Maceió obteve valores significativos, mas o estado obteve valores muito pequenos; no PRODETUR II, nem Maceió nem Alagoas obtiveram recursos, e vários estados do Nordeste consolidaram a parceria e assinaram o contrato, investindo ainda mais no turismo de suas localidades.

Portanto, a situação atual de Maceió, de relativa *estagnação*, como destinação turística, é uma decorrência lógica de uma falta continuada de investimentos em uma melhor estruturação do sistema turístico da capital alagoana. Diante de um quadro contextual como

¹⁴ Pesquisa realizada pelo autor nos sites das companhias aéreas GOL e TAM: www.voegol.com.br e www.tam.com.br.

esse, é natural que haja um crescimento na capacidade de competição por parte dos das destinações concorrentes.

Mais uma vez os problemas políticos são citados e o não aproveitamento da cultura como forma de turismo. Problemas ambientais são salientados e a constatação de que faltam opções de lazer, como cinemas e teatros. As mazelas sociais são apontadas como outro entrave aos avanços no turismo.

A questão da falta de segurança pública é um dos problemas mais sérios na destinação Maceió, incluindo os lugares turísticos que se encontram geograficamente inseridos na sua área de influência. Esse problema foi identificado, por exemplo, pelos quatro entrevistados abaixo:

E9: Estamos como a cidade mais violenta e insegura do Nordeste e do Brasil. A segurança está começando a atrapalhar. Tivemos turistas hospedados [...] que foram assaltados recentemente e reclamaram bastante.

E10: Violência está começando a incomodar. Precisamos de mais investimentos públicos e parar com a idéia de surgirem os donos de Maceió com seus interesses pessoais.

E17: Violência está muito divulgada, e ainda não é, mas pode ser um grande complicador.

E20: Hoje são a segurança, políticas, pedintes, crianças na rua, etc.

Durante o mês de Janeiro de 2010, os jornais de alagoas noticiaram uma série de assaltos a restaurantes, na cidade de Maceió. Esse problema uma vez divulgado na mídia, não afeta apenas a população residente, que pode sentir-se ameaçada com a ida a um restaurante. O problema atinge também os visitantes que, ao passarem por uma situação estressante de um assalto, não guardarão boas lembranças da destinação.

Como seria de se esperar, diante de tantos problemas estruturais e transitórios que afetam a destinação turística Maceió, não é de se estranhar que a questão da falta de políticas públicas seja identificada por vários entrevistados, como atestam os relatos abaixo:

E13: Falta uma política real de turismo. O governo precisa levantar a bandeira do turismo e fazer o que for necessário para fazer que o turismo aconteça. Precisamos criar diferenciais, pois praia, o Nordeste todo tem. Precisamos ter mesmo a duplicação da AL-101 Sul, pois o turista não pode ficar 2 horas preso no trânsito. Gargalos nas

estradas e infraestrutura. Falta ainda uma maior parceria entre município e estado. Contamos com um baixo orçamento para o turismo.

E14: Falta de políticas, aliadas à falta de recursos. Falta priorização do turismo como atividade econômica. Sabemos que é devido também à própria situação financeira do estado. Falta infraestrutura e não se consegue muito sem saneamento, estradas, questão social, e alta concentração de renda. Contamos ainda com uma malha aérea muito deficiente.

E16: As políticas públicas.

E15: Políticas públicas, infraestrutura, estradas, segurança, sujeira na cidade, baixa escolaridade, baixa educação e tudo passa pela escola.

Esses relatos fornecem indícios, mais uma vez, da fragilidade das políticas públicas das quais o sistema turístico de Maceió depende. São problemas relacionados a vários setores de política pública, tais como infraestrutura, problemas sociais, de prestação de serviços, monopólio de serviços e problemas ambientais. Outras questões importantes aparecem nessas falas e que funcionam como barreiras à estruturação de uma destinação competitiva. Uma delas é a falta de parcerias, outra a falta de recursos financeiros. E pela primeira vez neste estudo, menciona-se a situação de extrema concentração de renda em Alagoas, uma situação que afeta diretamente a destinação Maceió. Lira (2005) realizou um excelente estudo sobre a pobreza no Brasil, e que demonstra a situação crítica de Alagoas.

Se não bastassem todos esses problemas, a situação institucional é vista como um empecilho à indústria do turismo em Alagoas, e, por extensão, em Maceió. Por causa disso, existe uma desconfiança nas questões de investimentos em Alagoas e Maceió. Obviamente, o empreendedor que se instala em uma destinação turística necessita de uma segurança em relação às ações públicas que devem proporcionar as bases efetivas para que o investimento traga o retorno esperado.

Uma série de problemas é identificada, as quais de forma direta ou indireta se relacionam à questão da segurança institucional, pois quando se realiza investimentos muito altos em uma determinada área, frequentemente há um acordo entre quem investe e o governo para assegurar condições boas à possibilidade de retorno do investimento. O entrevistado **E19** identifica uma série de tais problemas:

E19: Preparar o porto para receptivo. Nossa malha aérea está precária. O preço do ICMS sobre querosene é o mais alto do país. Temos a mais bonita beleza natural do Nordeste. [...] Diversificar o turismo que hoje é só sol e praia. [...] O Centro Cultural é uma realidade muito importante, mas ainda não podemos trazer grandes eventos, pois o mesmo não comporta. São poucas salas e precisamos usar o teatro. A maioria dos eventos não pode vir para Maceió. Temos uma malha aérea que não consegue trazer cinco mil pessoas em dois dias. Se for por via terrestre, ok, mas um congresso de médicos, por ex, não se consegue.

Ou seja, diante de tais dificuldades, a maioria das quais data de muito tempo atrás, e perduram no presente, um potencial interessado em investir, por exemplo, em equipamentos turísticos em Maceió, pode ficar reticente.

Uma importante atividade que faz parte do turismo em Maceió é a crescente chegada de navios de passageiros ao Porto de Maceió. Entretanto, as conquistas do mercado de transatlânticos necessitam de consistência, ou seja, é necessário se preparar o Porto e os serviços que gravitam em torno do turismo de cruzeiros para que Maceió não perca as conquistas até aqui alcançadas nesse setor. Apesar do crescente número de transatlânticos que têm aportado em Maceió, constatações realizadas pela própria Prefeitura de Maceió, indicam precariedade nos serviços prestados dentro próprio porto e tem como agravante preços exorbitantes realizados por transporte em táxis, que, segundo a prefeitura, entre o porto e a Feirinha da Pajuçara, alcançaram preços abusivos na ordem de R\$ 150,00. Assim, mais uma vez, não houve investimento ou preparação das condições para o melhor aproveitamento de uma atividade que tem demonstrado tendência de crescimento em Maceió.

A despeito de todos os problemas relatados neste capítulo, apresentando grande consistência entre os diversos entrevistados, alguns identificaram diversos fatos que, na visão deles, funcionam como elementos que podem contribuir para impulsionar o crescimento do turismo na destinação Maceió. Esses elementos aparecem nas falas de 10 entrevistados, conforme relatado a seguir:

E3: Aeroporto, Centro Cultural e existe de fato a beleza das praias. Mas não basta ter praias. Em Aruba as praias estão sempre limpas, ninguém te perturba, mão-obra qualificada, sinalização adequada.

E4: Centro Cultural e o aeroporto que deu um certo conforto aos visitantes mas ninguém vai deixar de viajar por causa do aeroporto.

E7: Centro Cultural e o aeroporto, que podem internacionalizar mais nosso movimento turístico.

E11: União dos segmentos, aeroporto, Centro Cultural.

E12: Maior divulgação e comercialização pela CVC, surgimento de novos hotéis, nova linha aérea criada pela Azul, governos estadual e de Maceió investindo mais na divulgação e novos investimentos de maneira geral, como o aeroporto e o Centro Cultural.

E13: Por necessidade, vieram o aeroporto, Centro Cultural, novos empreendimentos hoteleiros e o mercado formador de profissionais também está mais atuante (Senac, escolas particulares, faculdades, etc).

E14: Mídia.

E15: Belezas naturais, aumento da renda do brasileiro, bem como a busca pela melhoria de qualidade de vida por parte das pessoas.

E17: Reurbanização da orla e limpeza.

E19: Aeroporto, Centro Cultural, revitalização da orla, turismo marítimo.

E20: Nossa orla. Temos uma orla urbana onde existem poucos lugares como esse. Já andei muito por aí, e isso é um conjunto de fatores: mar muito bonito, a orla revitalizada e a parte privada com prédios muito bonitos.

Destacam-se nessas falas o aeroporto e o Centro Cultural como grandes investimentos recentes que podem concorrer para fortalecer a oferta turística de Maceió e aumentar a demanda de turistas na cidade. Uma beleza das praias e a revitalização da orla marítima de Maceió também são registradas como fatos importantes, que funcionariam, na visão dos entrevistados, para impulsionar o turismo nessa destinação.

Uma análise um pouco mais distanciada dos fatos acima relacionados, entretanto, realizada tendo-se como referência para essa análise os problemas fartamente relatados por grande número de entrevistados, constata que esses pontos positivos são importantes. Entretanto, estão muito longe de significar qualquer possibilidade de uma mudança significativa na destinação Maceió, que contribua significativamente para a destinação Maceió auferir benefícios amplos. Os problemas estruturais são sérios demais, e podem interferir negativamente nos componentes do sistema que forma a destinação Maceió.

5.5 Sobre desenvolvimento e desenvolvimento sustentável

São inúmeras as definições sobre desenvolvimento sustentável, e não existe um consenso em torno do que vem a ser desenvolvimento. Entretanto, uma situação de sustentabilidade está pautada, basicamente, em questões econômicas, sociais, ambientais e institucionais.

Buscou-se levantar junto aos entrevistados a sua percepção sobre a questão do desenvolvimento e do desenvolvimento sustentável, tendo-se como referência analítica a conjuntura do estado de Alagoas, em geral, e da destinação Maceió, em particular. De uma forma geral, os entrevistados identificam temas que estão associados à questão do desenvolvimento, por vezes fazendo comentários sobre o desenvolvimento sustentável. É o caso das transcrições das falas dos dois entrevistados que se seguem:

E1: Desenvolvimento significa em oportunidades que as pessoas podem ter de trabalho, viver com qualidade e perspectivas ao longo do tempo e não provisoriamente. [...] O desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento com responsabilidade ambiental, profissional, pessoal e imaginar o hoje, planejar o amanhã e enxergar o depois de amanhã.

E14: Obter um equilíbrio saudável da economia, pessoas e meio ambiente. Ter coerência, dar o devido valor e importância e levar em consideração o tripé do desenvolvimento sustentável [as dimensões econômica, social e ambiental].

Os elementos identificados em torno do conceito de desenvolvimento estão coerentes com as definições acadêmicas. Ou seja, não mencionam uma visão setorial, como prevalecia até pouco tempo atrás. Identificam uma série de aspectos que se encontram imbricados uns nos outros, de tal forma que desenvolvimento é visto como um fenômeno abrangente, que envolve múltiplas dimensões.

É interessante observar nas duas falas abaixo que a busca pelo desenvolvimento sustentável não é vista como sendo uma tarefa ou responsabilidade apenas do poder público. Identifica-se a necessidade do envolvimento também de todos os cidadãos na sua construção.

E3: É possível fazer o desenvolvimento sustentável. A população também deve ser responsabilizada. O tratamento do lixo deve ser um problema não só do governo, mas de toda a sociedade. O desenvolvimento sustentável passa pela questão da cidadania. Governos passados, do estado e da capital, praticamente não apostaram na formação do cidadão. O lixo é um problema do cidadão. É ele quem faz e não pratica a coleta seletiva. [...] Se algo fosse investido em formação do cidadão, por exemplo, desde 1992, hoje teríamos outra consciência cidadã. Uma nova geração estaria hoje bem diferente, socialmente, ambientalmente.

E16: O desenvolvimento sustentável vai muito da educação das pessoas. A educação ambiental precisa estar mais presente para todos nós. É uma cultura que está se desenvolvendo, mas ainda estamos um pouco distantes dessa realidade. Precisamos construir também, uma maior consciência ambiental.

Diante dessas percepções pertinentes sobre o que vem a ser desenvolvimento sustentável, e sobre o que é necessário se fazer para alcançá-lo, o quadro geral de dificuldades econômicas, financeiras, sociais, políticas e ambientais, que foi identificado por vários entrevistados sobre Alagoas e Maceió, verifica-se que a destinação Maceió está distante de oferecer condições mínimas para um desenvolvimento sustentável por meio do turismo. São necessárias políticas públicas bem formuladas e a sua devida implementação.

O entrevistado **E17** identifica outro elemento que está relacionado à noção de desenvolvimento. Trata-se da necessária capacitação de mão-de-obra, sem o que não pode haver desenvolvimento:

E17: O desenvolvimento é um processo mais lento, envolve uma grande gana de atores, é ter capacidade de ser diferenciado, capacitar mão-de-obra, e vemos uma certa incapacidade do município em obter qualificação nos serviços. Não só pelo poder público, mas pela dificuldade em se capacitar. Hotéis, restaurantes e outros, precisam de pessoal qualificado e não conseguem. [...] Precisa-se trabalhar para melhorar o capital social, trabalhar o que temos para ter diferencial competitivo.

Verifica-se nessa fala uma crítica à dificuldade do poder público em proporcionar as condições necessárias para que se empreenda o treinamento de mão-de-obra qualificada, para atender às atividades ligadas ao turismo. Esse é um grave problema porque o turismo é uma atividade que depende muito dos serviços e de uma mão-de-obra qualificada para o fornecimento desses serviços.

O desenvolvimento sustentável é um processo que além de investimentos e políticas públicas específicas demanda planejamento e tempo. Pode-se inferir da fala acima a percepção da importância de se capacitar pessoas para que uma determinada destinação possa vislumbrar alcançar um desenvolvimento que se possa chamar de sustentável.

Os comentários de quatro outros entrevistados abaixo identificam mais problemas relacionados à destinação Maceió e que funcionam como percalços frente a quaisquer iniciativas de se planejar essa destinação com base na noção de desenvolvimento sustentável.

E4: Somos carentes de tudo. Não temos muitos espaços para novos investimentos e temos muitas dificuldades em nos desenvolvemos.

E8: É um conjunto de ações que se interagem, completam e não adianta você fazer grandes investimentos no setor de segurança, se não temos uma prestação razoável de serviços na saúde, não tem saneamento básico, falta infraestrutura, mais de 100 favelas, uma munição consolidada. O quadro é triste.

E15: Falta infraestrutura e ainda estamos crescendo sem sustentabilidade.

E19: Alagoas não está com um desenvolvimento sustentável. Estamos muito dependentes das verbas federais. Temos muitos empregos em supermercados (subempregos).

Esses comentários deixam claro, mais uma vez, a grave situação econômica e social de Alagoas e Maceió. Esse contexto permite que se afirme que não existe desenvolvimento local sustentável no município de Maceió. Na realidade, os problemas citados, que são vivenciados pela população local, se constituem em fatores inibidores de qualquer forma de desenvolvimento.

Alguns entrevistados realmente admitem que não há desenvolvimento sustentável nessa destinação e associam a possibilidade de se avançar em relação a esse problema à existência de políticas públicas, como se pode ver nos relatos abaixo:

E13: Alguns setores avançam mais que outros. Ainda não é sustentável. Precisa de um planejamento para o longo prazo e deve ser apartidário. Não deve sofrer interferências políticas. Muda governo, muda tudo. Tudo feito anteriormente acaba. O governo deve utilizar mais os produtos e serviços locais para que os recursos financeiros fiquem no estado. [...] Não temos nenhuma continuidade. As vaidades pessoais acabam atrapalhando. [...] Ainda estamos um pouco distantes da sustentabilidade.

E12: Com políticas públicas fortes, o desenvolvimento virá e deve melhorar situação de vida das pessoas envolvidas. Desenvolvimento é uma relação ganha-ganha. É dinâmico, permanente e requer boa vontade e investimento.

E11: Quando o país vai bem, não dependemos da nossa mediocridade política local. Com nova mentalidade política deve melhorar a questão da sustentabilidade.

Essas falas ratificam relatos de entrevistados apresentados anteriormente. Aqui, a dimensão política, que é vista como atrasada em Alagoas e Maceió, recebe ênfase como um fator que atua como um empecilho ao desenvolvimento sustentável. Esses pontos de vista fazem sentido por pelo menos duas razões principais: 1) Maceió não tem uma política de turismo, nem para outros setores dos quais o turismo depende, que esteja à altura das mudanças que não requeridas para que a destinação possa começar a avançar em direção a um desenvolvimento sustentável; 2) a falta de continuidade das ações políticas e o individualismo de algumas pessoas do governo, que não têm interesse em trabalhar para os interesses comuns da destinação Maceió. Em um contexto sociopolítico com essas características, até mesmo políticas e ações que são criadas para resolver problemas que atrapalham o desenvolvimento da destinação, perdem parte do seu efeito, ou não são implementadas de forma adequada.

Mesmo com todas essas dificuldades que a destinação Maceió enfrenta, no sentido de se criar e ofertar um produto turístico com características de sustentabilidade, há entre os entrevistados pessoas que demonstram certo nível de esperança, identificando o planejamento integrado como uma estratégia que pode surtir efeitos positivos, como se pode ver nas falas abaixo:

E5: Desenvolvimento sustentável é um equilíbrio entre promoção com a utilização. Importante que haja trabalhos, campanhas, fóruns, incentivos para que se perceba que a sustentabilidade seja possível viável e necessária.

E12: Comparo o desenvolvimento sustentável a uma árvore nova, plantada, e que necessita de uma proteção para não ser tocada e depois que se retira a proteção, a árvore continua crescendo. Continuidade será palavra chave. Deve haver planejamento integrado.

E13: Desenvolvimento é ter qualidade de vida melhor, educação, segurança, que todos os níveis possam usufruir de tudo (dentro dos limites definidos por uma ordem global), rede de transporte público adequado, proporcionando condição de vida melhor.

Com certeza, as opiniões acima são muito válidas porque identificam uma estratégia mínima com base na qual possa se trabalhar para estruturar a destinação Maceió de forma efetiva. Mais uma vez, entretanto, é necessário lembrar das grandes dificuldades estruturais, sobretudo de cunho político, social e econômico, já discutidas neste trabalho. Ou seja, para que se inicie um planejamento integrado, envolvendo amplas discussões, continuidade político-administrativa e a mobilização de todos os setores interessados no desenvolvimento com base no turismo, é preciso uma mudança radical de cunho institucional, político e administrativo. Sem uma mudança dessa magnitude, ações criadas para estruturar melhor a destinação em análise não encontrarão a ressonância necessária junto aos tomadores de decisões, e terão dificuldades para serem implementadas.

5.6 A relação entre o turismo e o desenvolvimento sustentável local

Apesar dos entrevistados terem oferecido informações irretorquíveis com base nas quais se permite afirmar a destinação Maceió está longe de apresentar qualquer sinal de desenvolvimento sustentável, instigou-se como os entrevistados vêem a relação entre o turismo e o desenvolvimento sustentável.

No Capítulo 1 desta dissertação, foi apresentado um conceito de desenvolvimento sustentável, o qual é conceptualizado como sendo a

gestão de todos os ambientes, os recursos e as comunidades receptoras, de modo a atender às necessidades econômicas, sociais, vivenciais e estéticas, enquanto a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais e a diversidade biológica dos meios humano e ambiental são mantidos através dos tempos (Globe'90 *apud* RUSCHMANN, 2005: 110).

Essa formulação do desenvolvimento sustentável é usada nesta seção para investigar como os entrevistados vêem a relação entre turismo e a sua sustentabilidade. A fala de **E20**, apresentada abaixo, identifica o turismo como uma ferramenta que pode ser usada para se atingir o desenvolvimento sustentável:

E20: O turismo é uma ferramenta para o desenvolvimento sustentável e precisamos usá-la da melhor forma. É uma atividade de pessoas para pessoas.

A própria Europa melhorou muito sua qualidade de vida e muito devido ao turismo, e a Espanha é um caso clássico onde nos últimos 20 anos cresceu de forma sustentável e

muito devido ao turismo. Mas lá é regulamentando, investindo muito em turismo histórico, educação, etc.

Temos uma grande história e não sabemos aproveitar. Somos o único estado no mundo (fora a África) onde houve uma civilização negra, livre e independente, e aqui havia um mini país livre, com cerca de 50 mil pessoas – quilombos, em 1650, e isso era um número muito expressivo para a época. Tínhamos um país dentro de outro e não exploramos isso turisticamente. Marechal Deodoro também é muito mal explorado.

Verifica-se que há uma relação direta entre o conteúdo dessa fala e o conceito de desenvolvimento sustentável acima. Em ambas as formulações há uma ênfase na manutenção da integridade do lugar explorado, o que deve ser realizado com base no uso dos recursos disponíveis, mas protegendo a base de recursos para o futuro. Verifica-se, nessa fala, a importância de se adotar uma abordagem ampla que valorize todos os tipos de recursos disponíveis para a preparação da oferta turística. Particularmente, o entrevistado comenta sobre a importância de diversificação dos atrativos turísticos locais através da valorização do patrimônio histórico-cultural da região.

A próxima fala, de outro entrevistado, associa a possibilidade de o turismo contribuir para o desenvolvimento sustentável em Maceió a uma eventual mudança na atitude política dos governantes.

E8: A tendência, ou o que me consola, e eu acho difícil imaginar que essa burrice, cegueira governamental, um dia não diminua. O turismo é a maior indústria do mundo e na minha época era a terceira, atrás do petróleo e armamento. Hoje é a primeira do mundo, mas aqui, está lá para trás, sem esforço municipal e estadual para aproveitamento dessa potência.

O entrevistado em questão denomina mesmo de “burrice” e de “cegueira governamental” as limitações do poder público no que concerne às dificuldades de se usar o turismo para se construir o desenvolvimento sustentável. A ausência do governo como líder do processo de desenvolvimento é mencionada como a principal causa para a falta de ação.

Assim, o entrevistado conclui que o turismo não tem sido fator de desenvolvimento em Maceió, e que até hoje não é percebido como um potencial econômico, alegando que isso se deve ao atraso em que se encontra Maceió e Alagoas. Esse ponto de vista é importante

porque Maceió de fato dispõe de rica base natural e cultural que poderia ser explorada para o turismo. Como se observa na visão do entrevistado **E20**, na página anterior, outros países têm se beneficiado da atividade turística para gerar resultados positivos de toda ordem, ou seja, econômica, social e ambiental. Seguramente, é este o caso da Espanha, da Itália e da França.

Um grupo formado por sete entrevistados, cujos comentários são apresentados abaixo, acredita que o turismo pode contribuir efetivamente para o desenvolvimento sustentável:

E2: Através do turismo surgem inúmeras melhorias na cidade. Melhoria no saneamento, no transporte coletivo e faz com que o governo tenha ações para melhorar os serviços

E4: Sem dúvida que sim. Mexe com dinheiro, artesanato, transporte, comércio em geral, jangadeiro, companhias de turismo, hotelaria, etc.

E7: Sim. Estão sendo tomadas medidas no sentido de evitar que a sustentabilidade do turismo sofra interrupções com a poluição das praias, etc.

E10: Sim, mas precisamos diversificar com cultura, história e arrumar meios de abrir novos canais, e não somente sol e praia. O Osvaldo Viegas (Secretário de Estado da Cultura) está fazendo um bom trabalho na cultura. Necessária integração entre secretarias. Cuidado com a briga pelo poder. Bom é união de todos para benefícios de todos.

E14: Sim. Mesmo que imperceptível. As pessoas conseguem visualizar as ações mais latentes, nas agências de turismo, companhias aéreas, mas o dono da padaria ainda não tem essa percepção de que o turismo aumenta suas vendas. [...] Conseguimos até mesmo pela crescente hotelaria e geração de mais renda e emprego.

E16: O turismo colabora e muito para o desenvolvimento, mas precisa de mais capacitação para a geração de empregos e renda. Estamos importando mão-de-obra. A própria hotelaria poderia ajudar a desenvolver um pouco mais a comunidade local, mas nem sempre é possível dada a dificuldade de se treinar e capacitar esse público. No estado da Bahia, as pessoas têm o turismo incorporado e tratam como um negócio rentável. Eles respiram turismo. Eles têm uma visão profissional. O Alagoano ainda não tem um orgulho da sua própria raiz, cultura, turismo.

E18: Sem dúvida. O turismo tem uma participação grande e é ele que pode fazer Maceió crescer e se desenvolver.

Na visão deles, o turismo pode trazer os mais variados benefícios para as destinações, incluindo Maceió. Transparece nas falas que os entrevistados acreditam na capacidade multiplicadora da atividade e no seu potencial de diversificação da oferta turística de Maceió com base na cultura. Entretanto, associam a possibilidade da efetivação das potencialidades ao desenvolvimento de uma mentalidade profissional na exploração da atividade, através da qual cada membro da comunidade se envolve com a idéia de se proporcionar uma experiência turística satisfatória ao visitante. Ou seja, é preciso sair da inércia político-administrativa e se adotar todos os meios técnicos, científicos e políticos para se aproveitar todo o potencial que Maceió oferece para que o turismo efetivamente venha a contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população residente.

As respostas acima sugerem que o turismo pode proporcionar uma grande colaboração para o desenvolvimento local sustentável. Entretanto, seria mais correto afirmar, no caso de Maceió, que o turismo tem colaborado para um crescimento da economia local, com uma significativa participação na formação do PIB alagoano e do município de Maceió. Reportando-se à definição de Desenvolvimento Sustentável apresentada anteriormente nesta dissertação, percebe-se que Alagoas e Maceió ainda estão muito aquém no que diz respeito aos indicadores sociais e ambientais. Mais uma vez, se defende o ponto de vista de que somente se o poder público se movimentar e despender os esforços necessários, o turismo poderá um dia ver algum nível de sustentabilidade ao desenvolvimento no município de Maceió, tendo em vista os problemas existentes em inúmeros setores extra-econômicos, particularmente no social e no ambiental.

Um dos entrevistados identifica um caso de contribuição do turismo para o desenvolvimento local, no estado de Alagoas. Trata-se do papel desempenhado pelo Hotel Salinas, no município de Maragogi, em relação a dois aspectos centrais à noção de desenvolvimento sustentável, a saber: a geração de emprego e o fortalecimento da auto-estima dos indivíduos que têm acesso aos empregos criados. Essa visão é comunicada pela transcrição do entrevistado **E11**, abaixo:

E11: É uma fonte de geração de renda e emprego bem saudável. Quando bem administrado e não cria distorções, o trabalhador do turismo atua com muita satisfação, auto-estima, levanta a cabeça do nosso povo. [...] Lá em Maragogi, o Hotel Salinas é o terceiro ou quarto destino turístico mais vendido do país, mesmo com total

ausência do poder municipal e estadual. O maior elogio ao Salinas é o tratamento recebido pelos funcionários, e eram todos pescadores ou seus filhos, e que hoje possuem um grande nível de profissionalismo.

Verifica-se nessa fala o elo existente entre o aspecto econômico e o social, com a preocupação do envolvimento da comunidade nos negócios do turismo. Uma das condições para o desenvolvimento sustentável é a inclusão das pessoas do entorno dos empreendimentos turísticos através da sua participação direta do novo cotidiano que as cercam. Entretanto, não meramente como expectadores das mudanças que estão ocorrendo no seu espaço circundante, mas como atores sociais que se beneficiam das mudanças.

A fala do entrevistado **E5**, reforça a análise do parágrafo anterior. Isto é, somente quando o turismo proporciona a disseminação de efeitos econômicos na destinação turística, ao ponto de contribuir positivamente para que as pessoas tenham acesso a conhecimento, ele se torna efetivamente em fator de desenvolvimento sustentável:

E5: O turismo pode ser um grande parceiro do desenvolvimento, sim. A partir do momento em que o turismo for um disseminador econômico, ele permitirá que as pessoas tenham mais acesso ao conhecimento, a cultura, e passam a ser mais preservadoras com mais consciência da conservação ambiental.

Pode-se inferir dessa fala que tal virtuosidade não está acontecendo em Maceió, uma vez que o entrevistado coloca a possibilidade do desenvolvimento sustentável através do turismo nessa destinação na condicional: “A partir do momento em que o turismo for um disseminador econômico [...]”. Ou seja, parece que o efeito multiplicador do turismo ainda não se fez sentir de forma significativa em Maceió.

As quatro falas que se seguem identificam de forma direta o efeito multiplicador do turismo nas destinações, um fenômeno que é visto por esses quatro entrevistados como um fator que pode contribuir para o desenvolvimento sustentável das destinações envolvidas:

E12: Em parte sim. Não temos como negar o que é o turismo para a cidade e para nosso negócio. Para ser sustentável precisamos ter uma visão de futuro e vermos onde queremos chegar. O turismo movimenta mais de quatro dezenas de setores e isso certamente produz efeitos longos e duradouros.

E13: A cadeia do turismo envolve cerca de 50 setores. Um hotel que abre, envolve tudo isso. Não temos uma política de captação eficiente de indústrias. O turismo pode contribuir, mas ainda falta muito. Ficamos muito travados na questão política.

E17: O turismo alavanca um número muito grande de setores e isso colabora muito no desenvolvimento sustentável.

E19: Sim. O turístico movimenta mais de 50 setores da economia. O turismo de evento é muito importante alavancar.

A visão da existência de um efeito multiplicador associado ao turismo é amplamente difundida nas discussões sobre as possibilidades de desenvolvimento de áreas que enfrentam problemas socioeconômicos. Defende-se que o turismo movimenta mais de cinquenta setores da economia, o que contribui para o desenvolvimento. A lógica por trás desse entendimento é que de certa forma que o turismo distribui e dilui de forma positiva o fluxo financeiro em um local turístico. Tal efeito é normalmente visto como um elemento importante na composição do desenvolvimento sustentável, como se pode inferir das quatro falas acima.

5.7 Perspectivas do crescimento do turismo em Maceió nos próximos anos

Diante do contexto econômico, social, político, cultural, institucional e ambiental da destinação Maceió, conforme delineado neste capítulo, largamente com base na visão dos entrevistados, e levando-se em consideração a visão deles de que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento sustentável, examinam-se nesta seção quais são as perspectivas futuras para essa destinação.

Esse exame é importante uma vez que a pesquisa que resultou neste trabalho identificou que a destinação Maceió, quando analisada à luz do modelo do ciclo de vida do lugar turístico, de Butler (1980), se encontra em uma fase de relativa *estagnação*. Em outras palavras, busca-se entender com base na visão dos entrevistados o que precisa ser feito para que a destinação passe por um processo de *rejuvenescimento*.

São apresentadas abaixo sete transcrições de falas dos entrevistados, que identificam condições para que a destinação turística Maceió cresça e venha a contribuir para o desenvolvimento sustentável:

E3: Tende a crescimento se a ações futuras projetadas nesse governo se concretizarem. Precisamos estar atentos à capacitação que faz toda a diferença. Utilização da capacidade acadêmica e cuidar da parte ambiental.

E4: Se for nesse ritmo vai longe, mas vai depender de eleição e de governo. Se continuarem as obras de saneamento, verbas do PAC, continuidade, o segmento crescerá e todos os segmentos crescerão.

E8: Maceió é inexoravelmente uma grande destinação turística, pois nossas belezas não existem em lugar nenhum. Tinha que se dragar a lagoa e não aparece um governo que faça. É uma beleza passear pela lagoa, com uma paisagem maravilhosa, bucólica... Tem tudo para crescer mas depende muito de posições políticas.

E9: Se continuar o trabalho desta gestão, a cidade só vai crescer. Continuar divulgação. Caso contrário, oscilará muito. O turismo é a nossa fonte de renda. Temos uma ótima gastronomia e com preços baixos. Precisamos investir também nos serviços de forma geral.

E12: Faltam ações mais focadas para a capital. Com ações continuadas do governo, o crescimento virá naturalmente.

E14: Tenho certeza que o turismo é um caminho sem volta e não é só por vocação, mas como oportunidade de desenvolvimento do estado, com um estado privilegiado pelas belezas naturais. Temos um litoral muito atraente, muito ainda por explorar (São Francisco), pois não existem outros concorrentes no mesmo nível. Se tiver a preocupação e o cuidado de se planejar e organizar, visão profissional para atividade, conseguiremos ter um produto de alto nível e diferenciado, e assim vamos crescer muito.

E16: Vejo um crescimento se houver continuidade do processo. Profissionalizar e captar mais eventos, e já temos o aumento da capacidade hoteleira reforçando o crescimento futuro.

Há quase que uma unanimidade entre esses entrevistados em torno da continuação das ações do governo atual, como uma condição para que a destinação Maceió cresça de forma satisfatória. Ou seja, fica evidente, pelo menos ao se ler essas transcrições, que há uma diferença entre o agora e o depois, no que diz à dinâmica evolutiva dessa destinação. Em outras palavras, houve uma mudança significativa na forma como o poder público estadual e municipal tratava as respectivas pastas de turismo. Como resultado, praticamente todos os

entrevistados – conforme verificado em outras partes desta dissertação – reconhecem que Alagoas e Maceió contam atualmente com ações adequadas ao trato profissional do destino turístico de Maceió.

Entretanto, transparece que também há um consenso que uma mudança significativa no comportamento da própria destinação ainda não aconteceu, embora demonstrem que se as ações atuais perdurarem, tal mudança há de se materializar. Os seguintes trechos, retirados das transcrições acima, sugerem essa interpretação: **E4**: “Se for nesse ritmo”; **E9**: “Se continuar o trabalho desta gestão”; **E12**: “Com ações continuadas do governo”; **E16**: “se houver continuidade do processo”. Essas falas revelam também uma crença de que as mudanças podem vir pela ação do poder público; não se menciona a iniciativa privada como agente principal. Talvez essa postura faça sentido uma vez que os próprios entrevistados comentam largamente, conforme registrado em seções anteriores desta dissertação, que a questão política é o principal entrave ao desenvolvimento da destinação Maceió.

Assim, esses entrevistados condicionam o crescimento futuro do turismo em Maceió à continuidade das políticas que foram adotadas pelo governo do estado e pelo governo municipal, ao longo das próximas gestões político-administrativas. Consequentemente, pode-se concluir, com base na visão dos entrevistados em questão, que se houver descontinuidade de políticas, projetos e processos administrativos nas gestões públicas vindouras, a destinação tenderá a sofrer impactos, podendo levar à anulação dos avanços conquistados em período recente.

Diferentemente das falas discutidas nos três últimos parágrafos, centradas no papel do poder público no desenvolvimento da destinação Maceió, as falas que se seguem aludem à possibilidade de ocorrerem mais investimentos privados, como resposta aos recentes avanços político-administrativos, no estado e no município, em relação às políticas de turismo. Vejamos a transcrição dessas falas:

E2: Neste ritmo vai crescer bem. Com a melhoria da infraestrutura, novos hotéis, novas companhias aéreas, com mais divulgação, estaremos em boas condições turísticas.

E7: Muitos empreendedores estão apostando muito em Maceió e se muitos empreendedores estão visualizando o destino Maceió, o que é sinal de crescimento.

E10: No turismo teremos mais diversos hotéis e outros vários projetos, e Maceió será bem mais conhecida que há dez anos, com mais profissionalismo da gestão pública e participação do *trade*. Com certeza estaremos melhores.

E11: Maceió se expandindo para Ipióca, principalmente, e estaremos com uma capacidade próxima de 20.000 leitos na hotelaria. Vai crescer muito e penso que haverá uma retomada da praia da Avenida. Com a duplicação da AL vai incrementar ainda mais.

Os comentários acima projetam o crescimento da destinação Maceió, vislumbrando a entrada de novos empreendimentos, novos investimentos, melhoria da malha aérea – que, na realidade, já está ocorrendo –, bem como gestão pública adequada e cooperação do *trade*. Menciona-se ainda uma perspectiva de aumento do fluxo de turistas com a duplicação da AL-101 Sul, que facilitará o acesso dos turistas de Maceió até a cidade de Barra de São Miguel.

Mais uma vez, pode-se interpretar, com base na fala do entrevistado **E20** abaixo, que mudanças que estão em curso no presente, neste caso relacionadas a investimentos por parte da iniciativa privada, poderão levar a uma retomada do crescimento da destinação Maceió, nos próximos anos, como se pode constatar na fala que se segue:

E20: Com essa nova safra de hotéis esperamos um crescimento do aumento significativo do fluxo. Vai ser difícil nos primeiros dois ou três anos, pois duplicaremos a oferta hoteleira e não vamos crescer na mesma proporção em número de turistas, mas em cinco ou seis anos estamos estabilizados. O aumento do número de turistas depende de uma logística, de companhias aéreas, de uma série de fatores. Lamento essa super oferta em Maceió, sendo que no interior, os investimentos hoteleiros foram todos adiados, cancelados ou suspensos devido com a crise mundial. A tão sonhada interiorização do turismo ficou prejudicada e hoje temos só o município de Maragogi.

Verifica-se que atualmente há uma confluência de fatores no âmbito da destinação Maceió que pode significar uma possibilidade real de crescimento dessa destinação nos anos vindouros, a saber: por um lado, os entrevistados reconhecem que tanto o governo estadual quanto o governo municipal passaram a tratar das suas respectivas pastas de turismo de forma profissional, valorizando uma administração técnica, ou seja, com pessoas que conhecem da área; por outro lado, em resposta a essa mudança político-administrativa, a iniciativa privada

investiu significativamente na construção de novos hotéis, criando a possibilidade de ampliação da capacidade da destinação de acomodar uma demanda maior de turistas.

Com base nessa interpretação, e levando-se em consideração o modelo de Butler (1980), pode-se levantar a hipótese de que a destinação Maceió apresenta correntemente condições político-administrativas e capacidade hoteleira, que, em conjunto, poderão desencadear um novo processo de desenvolvimento no seu ciclo evolutivo, a partir da atual situação de relativa *estagnação*.

Na realidade, estudos mais recentes utilizando o modelo de Butler têm identificado que o ciclo de vida das destinações turísticas nem sempre seguem um curva de crescimento padrão. Por exemplo, Lundgren (2006) ao analisar uma destinação turística em Quebec, Canadá, constatou que o ciclo de vida de longo curso da destinação envolvia um certo número de ciclos menores – em torno de produtos turísticos particulares – que contribuíram para a evolução do ciclo de vida mais amplo da destinação.

No caso da destinação Maceió, analisada com base nos dados secundários colhidos para este estudo, cotejados à luz dos pontos de vista dos entrevistados, que são pessoas com amplo conhecimento sobre a destinação Maceió, pode-se levantar a hipótese de que a atual conjuntura da destinação deverá levar a um acentuado crescimento na sua demanda turística. A percepção do profissionalismo nas pastas de turismo e a construção de um número significativo de novos hotéis poderão funcionar como um fator desencadeador da volta do crescimento da destinação.

Além desses dois fatores que podem contribuir para uma retomada do crescimento da destinação Maceió, alguns entrevistados identificam outros aspectos que podem influenciar positivamente a destinação. Por exemplo, o entrevistado **E13** afirma que

O turismo mundial vai crescer até 2050, em recente pesquisa verificada. Aqui não tende a ser diferente. Os diversos hotéis que estão se instalando fizeram trabalhos na área de demanda e não estão vindo à toa. Estes hotéis de rede vendem muito um destino. As redes obrigam os hotéis familiares a se mexerem com melhorias: primeiramente, de treinamento e depois padrão salarial. Temos ainda muita carência de mão-de-obra.

Ou seja, além de uma crescente internacionalização da rede hoteleira contribuir para uma venda ampliada da destinação, a vinda desse tipo de hotel provoca uma concorrência

interna em busca de uma melhor preparação do serviço, o que pode ser benéfica para a atividade.

Outro entrevistado, **E19**, dá destaque à influência da CVC sobre as possibilidades de crescimento de Maceió como destinação, ao afirmar:

Vamos crescer. Ainda mais agora com a instalação de mais hotéis. A CVC fechou acordo com o Hotel Pratygy e está promovendo Maceió para todo o Brasil. O Hotel é todo para a CVC vender.

Esse entrevistado ainda levanta a possibilidade de Maceió vir a ser uma das sub-sedes da Copa do Mundo de Futebol, em 2014, quando será realizada no Brasil. Para isso, ele argumenta que é necessário que o Trapichão esteja em condições operacionais e que haja um hotel preparado para alojar determinadas seleções.

A fala do entrevistado **E18** abaixo remete a emergência de um fenômeno novo no âmbito da destinação Maceió, dando a entender que está percebendo uma mudança gradual de uma atitude de competição acirrada intra-destinação, em direção ao reconhecimento da necessidade de cooperação, como forma de fortalecer a destinação. Ou seja, essa visão parece indicar para a percepção da necessidade de parcerias entre os componentes da oferta turística local, como se depreende da transcrição que se segue:

E18: Maceió daqui a cinco anos deve voltar àquele cenário da década de 80 a 86 onde se via a cidade lotada, com todos hotéis lotados. O próprio *trade* está enxergando que não pode caminhar só. O hoteleiro já entende que precisa ter um outro hotel ao seu lado, o agente de viagens também já entende melhor a concorrência. Isso se soma, pois você não pode ser único no mercado. Essas ações já estão acontecendo, mas ressalta-se que deve ser uma ação contínua, permanente.

Há assim uma expectativa de retomada de um crescimento consistente da demanda turística, como ocorreu na década de 1980. Entretanto, é necessário que seja discutido um aspecto relevante do comportamento da destinação Maceió: se no período que se seguiu à inauguração do Hotel Jatiúca ocorreu uma aceleração da demanda turística de Maceió, o descaso com o meio ambiente levou a um grande retrocesso da destinação no início da década de 1990. Ou seja, é necessário que todos os responsáveis pela oferta turística, e não apenas o setor público, adotem os meios possíveis para a conservação ambiental da destinação Maceió.

E3: Maceió ficará com a parte do turismo apenas escolhida pelo preço. Não oferecemos vida cultural, não oferecemos vida noturna, conforto exigido pelo turista classe A ou B, e nos resta os *charters* com turistas classe C (também italianos), que são consumidores pobres que fazem uma única viagem na vida, que come tapióca como se fosse um jantar e esse público é bom já que dinamiza o mercado mas é uma parceria miserável. A praia não se sustenta a partir do quarto dia e ele vai embora satisfeito, pouco nível de exigência. Vai crescer. Mas na concorrência, o Prodetur /NE I fez com que em outros estados houvesse uma simetria do produto, e a cidade de Natal (RN) é muito melhor em termos ambientais e é mais preferido pelo turista estrangeiro porque também está mais próximo da Europa. Fortaleza (CE) também está mais avançada e os estados estão fazendo pacotes em conjunto. MA e PI fizeram parceria com o CE em determinados pacotes. Os estados do MA e PA também fizeram parceria. AL está mais isolado.

A análise desse entrevistado é muito relevante para se entender algumas possibilidades de expansão da destinação Maceió. Ele argumenta que o crescimento da demanda turística de turistas com baixo poder aquisitivo não gera muitos benefícios para a destinação. Logicamente, um turista com pouca capacidade de consumo não incrementa em maior escala a economia local. Diante dessa análise, pode-se dizer que o turismo não deve crescer de forma espontânea, apenas induzindo a demanda potencial a se converter em turistas de fato na destinação. É importante igualmente escolher o perfil do turista que se quer atrair.

O entrevistado também vislumbra um crescimento da concorrência, com outras destinações na própria região Nordeste tendo estabelecido tipos de parcerias que ainda não foram realizadas por Maceió e Alagoas. No Prodetur I, Maceió teve acesso a recursos expressivos, maiores inclusive do que alguns estados nordestinos. Pelos dados fornecidos pelo BNB, constata-se que houve um aproveitamento ineficiente desses recursos pelo poder público do município de Maceió. Por isso, eles não surtiram o efeito esperado. No Prodetur II, nem Maceió nem Alagoas obtiveram recursos e no Prodetur Nacional, ainda em fase de implantação, poucos recursos devem ser disponibilizados para Alagoas.

Na análise realizada nessa seção, a respeito das perspectivas de crescimento do turismo na destinação Maceió, constata-se uma situação promissora, por um lado, mas preocupante por outro. Enquanto houve uma mudança significativa na forma pela qual o poder público lida com as suas respectivas pastas de turismo – no estado e no município – e

há um processo atual de rápido crescimento da oferta hoteleira, há, ao mesmo tempo uma incapacidade do estado em conseguir recursos financeiros expressivos, para investir na destinação. Essa situação é preocupante, quando os demais estados, que são concorrentes de Alagoas e Maceió, têm sido mais competentes em ter acesso aos recursos do Prodetur, e no sentido de aplicá-los de forma mais eficiente.

5.8 O ciclo de vida da destinação turística Maceió

Apesar do seu amplo uso para fins de investigação científica, o modelo do ciclo de vida das áreas turísticas (Butler, 1980), ele não se aplica integralmente a todas conjunturas de destinações turísticas. Essa é a conclusão que se tira com base em dois livros recentes, organizados pelo próprio Butler (2006a; 2006b). Essas duas publicações tratam das implicações teóricas do modelo e de modificações que se fizeram necessárias ao longo do tempo. Eles apresentam também dezenas de estudos de casos em diversos países que usaram o modelo como arcabouço teórico dos estudos.

Por exemplo, o modelo (*TALC* – em inglês) não se aplica integralmente a ilhas que em anos recentes se tornaram destinações turísticas. Estudos empíricos de várias destinações com tais características geográficas revelaram que normalmente não existem em destinações de ilhas as fases *exploração* e *envolvimento*. Esse tipo de destinação geralmente já inicia uma oferta turística de grande porte, com base em altos investimentos, com características do que seria a terceira fase do *TALC*, isto é, *desenvolvimento*.

A caracterização do *TALC* é realizada com base em dois conjuntos de informações que são indissociáveis entre si. De um lado, tem-se o eixo que registra o comportamento numérico da demanda turística. Isto é, observa-se como com o passar do tempo o número de turistas cresce em determinada destinação. O outro eixo diz respeito ao tempo, desde o aparecimento dos primeiros turistas aventureiros na destinação, até o tempo presente, quando o estudo é desenvolvido.

Para a realização deste estudo, não se conseguiu dados estatísticos sobre a evolução da destinação Maceió. Na realidade, eles não existem. Dados estatísticos mais ou menos consolidados, coletados pela Setur/AL, que registram a demanda turística de Maceió datam no

máximo do início da década de 1990, e mesmo assim sem apresentar consistência que permita análises seguras.

Obviamente, a cidade de Maceió e áreas próximas sob sua influência, eram visitadas por turistas há décadas. Há ampla referência a atividades turísticas nessa destinação, sobretudo a partir da década de 1970. Entretanto, como afirmado acima, não existem dados estatísticos que permitam identificar com razoável precisão as fases pelas quais a destinação teria passado desde os seus primórdios. A seguir são apresentadas informações gerais sobre a destinação turística Maceió.

Por isso, adotou-se uma estratégia qualitativa de pesquisa para, com base na visão dos entrevistados – pessoas que conhecem a destinação Maceió bem –, com a finalidade de identificar qual seria o que é denominado neste estudo de “marco zero” da destinação Maceió. Ao se aplicar o *TALC* ao estudo de uma determinada destinação, assume-se que o marco zero dessa destinação é a fase *exploração*, caracterizada pelo lado demanda como o período de tempo que registra os primeiros visitantes àquela destinação. Assim, com a abordagem qualitativa adotada, e confiando na percepção dos entrevistados, buscou-se identificar o que seria o marco zero da destinação Maceió, assim como ela evoluiu a partir de então.

Dados e informações coletados junto aos entrevistados, assim como a consulta à escassa bibliografia disponível sobre a destinação Maceió, indicam que nas décadas de 1950 e 1960 existiram algumas ações do poder público, voltadas ao desenvolvimento do turismo em Maceió. Registra-se uma presença insignificante de turistas. Os poucos hotéis existentes, serviam mais aos viajantes (representantes comerciais) que aos turistas. Não existem detalhes do período, o que impede uma análise mais aprofundada. Essas décadas não chegam a indicar uma clara existência, nos moldes atuais do turismo, de um estágio do *TALC*. É necessário ressaltar aqui que o estágio *exploração* se inicia com a presença de aventureiros, e não com representantes comerciais.

No início da década de 1970, o Festival de Verão no município limítrofe de Marechal Deodoro, gera a atração de muitos turistas (não há dados estatísticos sobre suas características). Com a realização de outras versões desse festival, ocorre uma visualização do estado e do município de Marechal Deodoro, no qual os festivais ocorreram. Maceió, como capital do estado de Alagoas, e com alguma infraestrutura mínima, terminou também

ganhando alguma visibilidade. Entretanto, havia o convívio com certos desconfortos, como a falta de opções noturnas, de restaurantes, de infraestrutura, com ruas e calçadas sujas e esburacadas e uma baixa capacidade hoteleira. Faltavam agências de turismo voltadas para o receptivo, ocasionando pouca permanência do turista no local, seguindo logo para Recife.

Nesse período, problemas econômicos enfrentados pelo estado, atrapalharam o crescimento do turismo nesse período. A inauguração do Estádio Rei Pelé (o Trapichão) ajudou a dar um pouco mais de visibilidade a Alagoas – e a Maceió –, como lugares detentores de características naturais interessantes para o turismo.

Na sequência, ainda na década de 1970, surgem alguns desdobramentos relacionados à atividade turística em Alagoas/Maceió. Um fato marcante foi a criação da Empresa Alagoana de Turismo (Ematur), em 1971, ano em que ocorre o primeiro Festival de Verão de Marechal Deodoro, que se prolongou por meio de outras versões até 1977. Entretanto, vale ressaltar, no município de Marechal Deodoro. A criação da Ematur é considerada pelos entrevistados como uma ação inicial proativa do poder público, na tentativa de atrair visitantes ao estado de Alagoas.

Em 1972, postos de informações turísticas são instalados em Maceió. Em 1973 ocorre a crise mundial do petróleo, que causa um impacto negativo nas poucas ações públicas voltadas à atração de turistas a Alagoas. Entre 1973 e 1975, ações de publicidade são executadas e Maceió passa a ser mais conhecida como um destino turístico. Em 1974 o *Camping Club do Brasil* se instala no bairro Jacarecica e a revista Quatro Rodas lança um encarte com um mapa turístico de Alagoas.

Em 1975, tem-se a elaboração do Plano Piloto da EMATUR com projeção de diversas ações turísticas para Alagoas. No ano seguinte ocorre a instalação do Hotel Luxor na Praia da Avenida, proporcionando avanços no turismo. A seguir, em 1977, ocorre a inauguração do Hotel Beira Mar, também na Praia da Avenida.

No final da década de 1970, em 1979, é inaugurado o Hotel Altesa Jatiúca¹⁵, na Praia de Jatiúca, orla urbana de Maceió. A inauguração desse hotel proporcionou uma maior

¹⁵ Um dos entrevistados esclareceu sobre uma possível incorreção no nome ALTESA, que seria com z, ALTEZA. ALTESA vem de Arthur Lundgren **TE**cidos **S.A.** Atualmente a referência ao Hotel Altesa Jatiúca é de Hotel Jatiúca.

visibilidade à cidade de Maceió, o que levou o poder público e empresários a perceberem que essa cidade tinha um potencial para se tornar um destino turístico.

Sobre a década de 1970, alguns entrevistados mencionam alguns fatos relacionados ao turismo em Maceió:

E3: Nos anos 60 e 70, houve um crescimento da classe média do Sul e do Sudeste, juntamente com a expansão de rotas das companhias aéreas Vasp, Varig e Transbrasil, e estas ligaram as capitais do Nordeste. Nas décadas de 70 e 80, a classe média daquelas regiões descobre o turismo do Nordeste. [...] Nos anos 70, quando se quebra o provincianismo alagoano e a chegada massiva do turista em Maceió.

E4: Na década de 70 começaram a descobrir nossas belezas naturais.

E5: Criação da Ematur e a atuação de seu presidente, Manoel Cavalcante de Melo Neto (Manduca). [...] O Trapichão teve um grau muito grande de importância para o turismo na época.

E11: O advento da instalação do Luxor [hotel] (1976) iniciou uma visibilidade de Maceió para o Brasil e para a América do Sul.

Esses dados, embora vagos e sem qualquer base estatística para análises mais precisas (importantes para o *TALC*), indicam a existência de um processo de formação de uma destinação turística em torno da cidade de Maceió. Com base nas entrevistas, colhem-se indicações de o turista que frequentava Maceió neste período (década de 1970) era dotado de poder aquisitivo acima da média nacional, dadas as dificuldades de locomoção e preços mais elevados dos serviços de transporte aéreo e de hospedagem. Portanto, são turistas cujas características sociais fogem ao perfil do turista aventureiro, que é característica central da incipiente demanda turística de uma destinação, na fase *exploração*.

Questionados sobre uma possível identificação de fases relacionadas à evolução do turismo em Maceió, os entrevistados ofereceram informações que datam, mais uma vez, do início da década de 1970, como apresentado abaixo:

E2: O turismo teve grandes projeções no Nordeste e no Brasil quando houve uma atuação mais positiva dos órgãos de turismo estadual, principalmente no governo de Afrânio Lages (1971 a 1974).

E3: [N]os anos 70, quando se quebra o provincianismo alagoano, constata-se um incremento grande do turismo e Maceió era um destino muito forte devido a proximidade com outros estados do Nordeste e preço.

E20: Tivemos uma primeira remessa de turistas a partir de 1974, que não decolou muito.

Essas informações, também vagas, reforçam o entendimento de que a destinação Maceió se encontrava em um lento processo de formação. Entretanto, verifica-se que as ações voltadas ao turismo em Maceió eram dispersas e não faziam parte de uma oferta turística estruturada, nos moldes que se conhece nos dias atuais.

O entrevistado **E20** afirma ainda que “houve uma ascensão a partir de 1979 com a inauguração do Hotel Jatiúca”, ressaltando que essa ascensão se prolongou até 1987. Assim, para os efeitos deste estudo, se considerou que a inauguração do Hotel Jatiúca, que proporciona grande visibilidade de Maceió no Brasil e desencadeia um fluxo crescente de turistas, representa o “marco zero” do *TALC* da destinação Maceió. Este estudo oferece evidências, sobretudo com base na visão de 18 dos 20 entrevistados, que a ‘inauguração’ da destinação Maceió, como uma destinação de “sol e praia” de massa, se dá com a inauguração desse hotel.

Foi somente a partir desse fato que os entrevistados conseguiram identificar um comportamento evolutivo dessa destinação associado ao crescimento e redução no número dos turistas que visitavam Maceió. Para os efeitos deste estudo, todos os acontecimentos relacionados ao turismo em Alagoas, Maceió e seu entorno, como os festivais de verão na Praia do Francês, são considerados como *antecedentes* contextuais do surgimento e evolução da destinação de massa, ligada ao turismo de “sol e praia”, denominada Maceió.

Esses antecedentes, na forma de ações isoladas e descontínuas no tempo, foram criando as condições necessárias ao surgimento da destinação Maceió nos moldes pelos quais ela é conhecida na atualidade. Dessa forma, defende-se nesta dissertação, salvo estudos mais detalhados e de longo curso que venham a ser desenvolvidos no futuro, que a destinação sob análise já surgiu na fase de *desenvolvimento* do seu *TALC*. Não foram coletados dados suficientemente sólidos que permitam a identificação das fases *exploração* e *envolvimento* como componentes do ciclo evolutivo da destinação Maceió.

No início da década de 1980, logo após a inauguração do Hotel Jatiúca, ocorrem grandes ações de divulgação de Maceió, principalmente por parte do próprio Hotel Jatiúca,

em âmbito nacional e, ainda que timidamente, também internacional. Os hotéis já disponibilizavam 2.700 leitos, 13 vezes mais que em 1970. Maceió conquista pela 1ª vez o Prêmio Imprensa de Turismo – PIT, como município Turístico do ano de 1982. Maceió, em 1983, foi o quarto maior destino turístico do Nordeste e registra a maior taxa de ocupação hoteleira do país, com praticamente todos os leitos ocupados.

Em 1984, o Hotel Jatiúca e a capital Maceió são divulgados nacionalmente em 10 capítulos da novela da Rede Globo “Amor com Amor se paga”. Em 1986, acontece o ápice do turismo na década, com fluxo hoteleiro registrando 174 mil visitantes. Em 1987 é inaugurado o Hotel Matsubara, o primeiro cinco estrelas em Maceió, localizado na Praia de Cruz das Almas. Alagoas lança o 1º Plano Estadual de Turismo. O Lagoa Hotel localizado no Trapichão, é transformado em hotel-escola. Entre 1983 e 1987 registra-se um crescimento de 100% de unidades hoteleiras de uma a cinco estrelas, passando de 11 para 22 unidades.

Ainda em 1987, tem-se o início de graves problemas na gestão pública de Maceió, com muita sujeira na cidade, nas praias, que eram as maiores atrações turísticas do município e com ruas esburacadas. Queda no fluxo de turistas de Maceió devido a alta nas tarifas aéreas e altos preços praticados pela hotelaria em geral (chegaram a ser os mais altos do Nordeste).

Desta forma, ocorre um crescimento acelerado do turismo entre os anos de 1979 a 1987, com aumento superior a 100% na quantidade de hotéis e obtenção do maior nível quantitativo de turistas em Maceió em 1986. Uma importância é dada ao turismo como real potencial econômico da destinação Maceió. Porém, com graves crises na economia nacional a partir de 1986-1987, bem como fatores externos, acabam por inibir uma continuidade do crescimento. Em 1988, a demanda sofre um decréscimo, apesar de continuar próximo ao nível de 1986. Em 1989, a hotelaria registra um ano crítico, com ocupação de 30% da capacidade.

Os dados acima relatados permitem identificar que após o desencadeamento da primeira fase da destinação turística Maceió com a inauguração do Hotel Jatiúca em 1979, a fase de *desenvolvimento*, ocorre um acentuado crescimento do turismo em Maceió, até o ano 1985. E entre os anos de 1986 e 1988, a destinação atinge a fase de *consolidação*.

Em 1988, é realizado o “acordo dos usineiros”, celebrado pelo então governador Fernando Collor com os usineiros,

pele qual as usinas e destilarias estaduais deixaram de recolher ICMS sobre a cana-de-açúcar produzida em suas terras. A partir daí, os usineiros passaram a exigir do

Estado a restituição do imposto já pago. O valor inicial era de 125 milhões de reais. Com correção e juros, chegou a 248 milhões de reais -- uma sangria de recursos que equivale a 60% da receita fiscal em um ano. Suruagy [Governador no período de 01.01.95 a 17.07.97] foi ainda mais benevolente do que Collor no trato com os usineiros e reduziu de 17% para 8% a alíquota do ICMS pago pelos fornecedores de cana. A arrecadação despencou. Em 1970, o açúcar representava 70% da receita própria de Alagoas. Em 1974, durante o primeiro governo de Suruagy, caiu para 56%. Hoje (1997), o Estado arrecada 34 milhões de reais por mês, e o açúcar representa apenas 1,5% desse total.(VEJA, 1997)

Tal acordo traz um agravamento nas finanças do estado, refletindo na governabilidade e impactando naturalmente em toda a economia local, incluso neste rol, o turismo.

A década de 1990 se caracteriza pela criação das secretarias de turismo de estado e do município de Maceió, com objetivo de elaborar políticas que possam fazer com que haja organização do setor e crescimento na demanda turística, uma vez que a destinação começou a entrar em uma fase de *estagnação* a partir do início dessa década. A principal razão para a entrada da destinação em período de estagnação foi largamente a falta de planejamento, com o turismo crescendo de forma espontânea, o aumento nos problemas de falta de qualificação profissional dos serviços, uma dependência da iniciativa privada em relação ao poder público, esperando o governo criar condições mais favoráveis para investimentos, e os sérios problemas ambientais pelos quais a capital alagoana passou a enfrentar. Segundo Butler (1980) a degradação ambiental crescente de uma destinação ao longo do seu *TALC* é um dos principais fatores que levam uma destinação à *estagnação*.

Além desses problemas, a destinação sofre conseqüências negativas da constante mudança dos titulares das pastas de turismo do estado e do município. Com as trocas de governo devido às eleições, a mudança é ainda mais radical e a falta de planos e projetos consistentes e de longo prazo, faz com que haja interrupção de uma linha de ação e se inicia um outro ciclo de projetos, elaborados pelo novo secretário. Como consequência desse estado de coisas, a rede hoteleira fica estagnada e passa de 23 unidades no início da década de 1990 para 22 unidades no final dessa década. Apesar disso, o fluxo de turistas voltou a crescer de novo a partir de 1997, quando o turístico cresce 79% em relação a 1996 e 49% em relação a 1995.

O período que se inicia em 1997, e se estende até o final de 2009, representa um período que Agarwal (1997) denomina de *pós-estagnação* para a destinação Maceió. O *TALC* original, formulado por Butler (1980) prevê que após a estagnação uma destinação turística há três possibilidades para o comportamento do ciclo de vida da destinação: declínio,

estabilização ou rejuvenescimento. Agarwal (*op. cit.*) sugere que esse período seja denominado de pós-estagnação. Ela sustenta seu argumento no fato de o mundo contemporâneo ser tão complexo que é difícil se prever com exatidão como uma determinada destinação se comportará depois que entra em estagnação. Seguindo essa linha de raciocínio, sugere-se nesta dissertação que a destinação Maceió encontra-se em um período de *pós-estagnação*, ao longo do qual se tem verificado um crescimento lento, sem registrar nenhum fenômeno que ofereça indícios da ocorrência de uma retomada de crescimento da demanda significativa.

Levando-se em consideração principalmente a percepção dos entrevistados para este estudo, mas também dados fornecidos pelas secretarias de turismo do estado e do município, a destinação Maceió passou nos últimos anos por uma mudança substancial. Primeiro, houve a inauguração do Centro Cultural e de Exposições de Maceió em 2005, que permite a realização de eventos com porte um pouco maior do que no passado. Além disso, houve a na forma como a destinação é gerida pelo governo. Além disso, também em 2005, inaugurou-se o Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares, que além dos vôos regulares também opera vôos fretados.

Entretanto, o dado que foi comentado de forma mais intensa por todos os entrevistados foi a grande mudança que foi operada na base institucional e administrativa oficial da destinação Maceió. Todos os entrevistados comentaram de forma positiva que tanto a secretaria estadual quanto a secretaria municipal de turismo estão sendo conduzidas por técnicos com comprovado conhecimento a respeito da atividade turística. Reforçam ainda que tem havido a continuidade dos titulares das pastas, o que permite que se tenha projetos e ações que não passam por soluções de continuidade. Assim, a despeito do ainda lento crescimento atual da destinação Maceió, há uma esperança de que nos próximos anos a demanda turística volte a crescer de forma significativa nessa destinação.

Assim, sintetizando a análise dos dados coletados para este estudo, e os aplicando ao modelo do ciclo de vida das áreas turísticas de Butler (1980), há evidências segundo as quais a destinação Maceió apresenta o comportamento evolutivo apresentado no Quadro 12.

Além da manutenção das políticas administrativas atualmente em curso, tanto na esfera estadual quanto municipal, é necessário levar em consideração outros fatores que podem influenciar negativamente a forma como a destinação Maceió se comportará a partir

do início de 2010. Por exemplo, atualmente Maceió apresenta mais uma vez problemas ambientais sérios, dentre os quais o lixo e a poluição das praias urbanas por esgoto doméstico, o que frequentemente as tornam impróprias para a recreação de contato primário. No mês de janeiro de 2010, vários turistas entrevistados por um canal de televisão identificaram esses problemas ambientais e os criticaram.

Outro fator que pode afetar negativamente a destinação Maceió, identificado por vários dos entrevistados, é a concorrência de outros lugares ou destinações turísticas. Na realidade, Maceió, que enfrenta concorrências com todo o litoral nacional, em especial com o nordestino, necessita criar aspectos diferenciais no seu produto turístico. Como disse um dos entrevistados, “praia tem em todo lugar”. Embora o litoral de Alagoas, incluindo o de Maceió, tenha praias de grande beleza, somente esse tipo de atrativo não será suficiente para se ter alguma vantagem competitiva frente a destinações que, como foi demonstrado neste trabalho, têm conseguido acesso a mais recursos federais e os tem investido de forma eficiente.

Verifica-se também uma preocupação entre os entrevistados em relação à necessidade de amplas melhorias na infraestrutura básica, tanto na cidade de Maceió quanto em lugares próximos que fazem parte da zona da destinação turística Maceió.

Apesar dos recentes avanços político-administrativos experimentados pela destinação Maceió, é importante que o próprio governo e a iniciativa privada não exerçam demasiada pressão para o aumento nos números relativos ao crescimento da atividade turística na destinação. É importante que se trabalhe com base em um planejamento integrado e duradouro, para que os avanços atuais sejam mantidos a longo prazo. Tem havido uma pressão excessiva no sentido da captação de mais turistas, dos melhores índices quantitativos em relação a todos os parâmetros de análise do comportamento da destinação. As pequenas equipes nas secretarias, pelo que se percebe, não têm conseguido estruturar novos roteiros nem diversificar a oferta do turismo em Alagoas e Maceió. Por exemplo, o patrimônio histórico-cultural não tem sido suficientemente trabalhado para a geração de novos atrativos dentro da oferta da destinação.

Desta forma, apurou-se no presente trabalho, a configuração evolutiva do Ciclo de Vida da Destinação Maceió, sintetizada no quadro abaixo.

Quadro 12 – Comportamento evolutivo da destinação Maceió

FASE	PERÍODO	COMENTÁRIOS
Antecedentes	1937 - 1978	Considerando: a) que 18 dos 20 entrevistados para este estudo indicaram a inauguração do Hotel Jatiúca como o marco zero da destinação Maceió; b) que o marco zero de uma destinação turística padrão pelo <i>TALC</i> é a fase <i>exploração</i> , caracterizada pela presença de turistas aventureiros; c) que este estudo não colheu dados que permitam identificar de forma clara uma fase <i>exploração</i> ou <i>envolvimento</i> para a destinação Maceió, assumiu-se que todos os fatos relacionados ao turismo na destinação, anteriores à inauguração do Hotel Jatiúca, seriam aqui denominados de <i>antecedentes</i> à primeira fase da destinação, <i>desenvolvimento</i> . ¹⁶
Desenvolvimento	1979 - 1985	Com a inauguração do Hotel Jatiúca, a destinação Maceió se tornou rapidamente conhecida no Brasil, e passou por um rápido processo de crescimento da demanda nos anos imediatamente à frente.
Consolidação	1986 - 1988	No período 1986-1988, a destinação se consolidou como uma destinação turística. Maior fluxo hoteleiro de Maceió ocorre em 1986 e pequena redução da demanda nos anos seguintes, com problemas ambientais e de gestão pública.
Estagnação	1989 - 1996	Entretanto, a partir de 1989 até 1996, depois de gozar de grande reputação como destinação turística de “sol e praia”, Maceió entra em estagnação, como resultado de problemas políticos do estado e do município e também por causa da grave situação ambiental que atingiu a destinação no período.
Pós-Estagnação	1997 -	A partir de 1997, a destinação voltou a apresentar avanços na sua demanda mas não experimentou em nenhum momento alguma retomada significativa que permitisse a identificação de um rejuvenescimento da demanda, nos moldes previstos no <i>TALC</i> . Os entrevistados para este estudo, identificaram alguns fatos, com base nos quais eles prognosticam um crescimento da demanda, levando a um rejuvenescimento da destinação. Esses fatos são os que se seguem: 1) inauguração do Centro Cultural e de Exposições; 2) a inauguração do Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares; 3) reurbanização da orla marítima englobando as praias de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca; 4) a presença de forma continuada de profissionais da área frente às pastas de turismo do governo do estado e do município de Maceió; Entretanto, os entrevistados condicionam a retomada do crescimento da destinação à permanência de continuidade política frente às mencionadas pastas.

O exame da destinação turística Maceió demonstrou que o desenvolvimento sustentável com base no turismo não é tarefa fácil de ser alcançada. A tarefa se torna ainda

¹⁶ A questão fica em aberto até que estudos posteriores mais detalhados e de maior duração possam examinar em maior profundidade se existiram as duas primeiras fases normalmente presentes no *TALC*, isto é, *exploração* e *envolvimento*.

mais desafiadora em se tratando de uma destinação turística com grande contingente populacional com baixos níveis de desenvolvimento em geral. As deficiências de infraestrutura e de políticas públicas, os problemas sociais e ambientais, a ineficiência administrativa, os orçamentos insignificantes para as pastas de turismo, o baixo nível dos serviços e a fragilidade técnica na condução dos órgãos ligados ao turismo, funcionam como fatores que travam o desenvolvimento da destinação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo analisou a destinação turística Maceió, buscando identificar o seu comportamento evolutivo, com base no modelo do ciclo de vida dos lugares turísticos (*TALC*), conforme formulado por Butler (1980). Buscou-se entender quais foram os fatores que influenciaram o comportamento do *TALC* de Maceió. O estudo chegou às seguintes conclusões:

- A destinação turística Maceió surgiu e evoluiu predominantemente de forma espontânea, isto é, sem um planejamento integrado. Mesmo a partir do período em que a destinação deu sinais de ser detentora de potencialidades para o turismo – no início da década de 1970 –, não emergiu um planejamento oficial abrangente. Mesmo a incipiente base institucional criada na década de 1970 não teve como exercer um planejamento consequente.

- O estudo não coletou dados suficientes que permitissem caracterizar as duas primeiras fases previstas no modelo do *TALC*, a saber: *exploração* e *envolvimento*. Com base na visão dos 20 entrevistados para o estudo, o “marco zero” da destinação foi a inauguração do Hotel Jatiúca, em 1979, dando início já à fase *desenvolvimento*. Dessa forma, todos os acontecimentos anteriores a esse marco histórico da destinação Maceió – a inauguração do Hotel Jatiúca –, constituem os *antecedentes* do ciclo de vida da destinação.

- A destinação evoluiu do início da fase *desenvolvimento* até o final da fase *estagnação* em apenas 17 anos, de 1979 a 1996. Esse ritmo rápido de evolução da destinação expressa bem o grande número de fatores atuantes sobre o comportamento do turismo em Maceió, variando de questões internas como crises administrativas e problemas ambientais, até a influência de fatores externos como crises financeiras nacionais e a competição de outras destinações.

- O estudo de uma destinação turística tão complexa quanto Maceió, capital de um estado brasileiro com uma grande população e tantos fatores intervenientes é uma tarefa difícil. O escopo de uma dissertação de mestrado pode ser limitado para que se possam esgotar todas as fontes de dados e estratégias de análise dos dados, de tal forma que se possa ter uma explicação abrangente do comportamento evolutivo da destinação Maceió, com todos os detalhes possíveis. Assim, ao passo que esta dissertação identifica e analisa o comportamento do *TALC* da destinação Maceió, com base nos pontos de vistas de atores chave da destinação, auxiliada por outras informações disponíveis, a questão fica aberta a novas investigações, particularmente no que diz respeito à existência das fases *exploração* e *envolvimento* nessa destinação.

- A destinação Maceió encontra-se atualmente em uma situação de *pós-estagnação*, caracterizada por um lento crescimento da demanda, sem, contudo, apresentar qualquer crescimento mais consistente que possa dar sinais de uma retomada de um crescimento que possa indicar um processo de rejuvenescimento da destinação.

- Foram colhidos indícios da existência de fatos novos com influência sobre o comportamento da destinação, com boas possibilidades de levar a uma retomada do crescimento da demanda turística, caracterizando uma espécie de rejuvenescimento da destinação, a partir da atual fase *pós-estagnação*, com crescimento insignificante. Esses novos fatos são os que se seguem: inauguração do Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares, inauguração do Centro Cultural e de Exposições de Maceió, a revitalização e reurbanização das orlas das praias de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca, relativa estabilidade administrativa das pastas de turismo do estado e do município, ocupadas por técnicos da área de turismo, e a ampla expansão na rede hoteleira local.

- Praticamente todos os entrevistados condicionam a possibilidade de um rejuvenescimento da destinação Maceió, com base nos fatos identificados no item anterior, a uma eventual continuidade político-administrativa nas mencionadas pastas de turismo. Sem tal continuidade, os entrevistados acreditam que a rotatividade tão frequente nas mencionadas pastas de turismo ao longo de tanto tempo, assim como as interferências políticas nessas pastas, concorreriam para a manutenção de um crescimento, sem se caracterizar num claro rejuvenescimento da destinação.

- Além dessas dúvidas em relação ao comportamento futuro da destinação, o atual agravamento dos problemas ambientais, mais uma vez, pode anular qualquer vantagem competitiva que a destinação venha a criar, com base nas mudanças positivas pelas quais ela vem passando. Essa possibilidade é preocupante, pois a destinação Maceió não exerce uma gestão ambiental integrada da destinação, com a participação de todos os atores e agentes que estão direta ou indiretamente ligados ao comportamento da destinação.

- Observando-se os conceitos de desenvolvimento turístico sustentável discutidos nesta dissertação, pode-se afirmar de uma forma geral, que Maceió tem experimentado um importante crescimento econômico com base no turismo, o qual contribui significativamente para o PIB, mas sem resultar nos benefícios abrangentes que fazem parte do conceito de desenvolvimento sustentável. Ratifica, mais uma vez, que desenvolvimento sustentável é muito mais que mero crescimento econômico, por mais importante que este seja.

Para finalizar, é importante que novos estudos sejam realizados sobre o comportamento da *TALC* de Maceió, para que se entenda com mais detalhes como a destinação se formou e evoluiu. Particularmente, será importante se estudar os próximos cinco anos com a finalidade de se estudar a resposta do *TALC* da destinação às promissoras mudanças contextuais que ele vem experimentando no presente.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, Miguel Angel. **Administração do turismo: conceituação e organização**. Bauru: EDUSC, 2002. v.1. 350 p. Tradução: Graciela Rabuske Hendges.

AGARWAL, S. *The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity*. *Tourism Management*, vol. 18, nº 3, p. 65-73, 1997.

AGÊNCIA ALAGOAS. **Lula sinaliza mais recursos e obras para Alagoas**. Disponível em: <<http://www.agenciaalagoas.al.gov.br/noticia.kmf?cod=8280722>> Acesso em 10 nov. 2009.

ALVARES, D.F.; LOURENÇO, J.M.. Modulação de ciclos de vida de destinações turísticas: o caso da Ilha da Madeira – Portugal. **Anais do 2º Congresso Luso Brasileiro para o Planejamento Urbano Regional Integrado e Sustentável**. Braga, Portugal, 27 a 29 set. 2006.

ARAUJO, Lindemberg Medeiros de. **Planejamento turístico regional: participação, parcerias e sustentabilidade**. Maceió: Edufal, 2009.

_____. Avaliação de Stakeholders. **Caderno Virtual de Turismo** - ISSN: 1677-6976, v.8, n. 1, 2008.

ARAUJO, L.M.; MOURA, F.B.P. A expansão do turismo na zona costeira nordestina: crescimento econômico, degradação ambiental e erosão cultural. *In*: CORIOLANO, L.N.; VASCONCELOS, F.P. **O turismo e a relação sociedade-natureza**, p. 94-114, 2007.

BAHL, Miguel. **O turismo como força transformadora do mundo contemporâneo**. São Paulo : Roca, 2005

BARROS, Nilson Crocia. Expansão Turística, Dinâmica Espacial e Sustentabilidade das Destinações no Litoral do Nordeste do Brasil. **Revista Turismo – Visão e Ação**. v. 7, n. 2 p.241-256, maio/ago.2005.

BASTOS, Fernando. **Para onde vai o turismo de Maceió? Uma discussão sob a ótica da sustentabilidade**. Série Técnica Ibirapitanga 1. Maceió: Prodema/Ufal, 1998. Convênio Capes/Fapeal.

BASTOS FILHO, Jenner B. **Reduccionismo, uma abordagem epistemológica**. Maceió: EDUFAL, 2005.

BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006. (Série Turismo).

BRAMWELL, B. Seleccionando instrumentos de política para o turismo sustentado. *In*: THEOBALD, W.F. **Turismo global**. São Paulo: Senac, 1998.

BRAMWELL, B.; LANE, B. Sustainable tourism: an evolving global approach. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 1, n. 1, p. 1-5, 1993.

BRANDÃO, Moreno. **Vade Mecum do turista em Alagoas**. Maceió: Sergasa, 1937.

BURNS, P.M. **Turismo e antropologia**. São Paulo: Chronos, 2002.

BUTLER, R.W. Problemas e temas da integração no desenvolvimento do turismo. *In: Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*. Douglas G. Pearce, Richard W. Butler (orgs). São Paulo: Contexto, 2002. Tradução de Edite Sciulli. (Coleção Turismo Contexto).

BUTLER, R.W. **The tourism area life cycle.. Applications and modifications**. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2006a, v.1. (Coleção *Aspects of Tourism*).

_____. **The tourism area life cycle. Conceptual and theoretical issues**. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2006b, v.2. (Coleção *Aspects of Tourism*).

_____. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. **The Canadian Geographer**, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980.

CARVALHO, Cícero Péricles. **Economia popular: uma via de modernização para Alagoas**. Maceió: EDUFAL, 2007.

CASAL - Companhia de Saneamento de Alagoas. **Saneamento em Alagoas**. Disponível em: <www.casal.al.gov.br> Acesso em 20 nov. 2007

CASTRO, Manoel Cabral de. **Desenvolvimento sustentável: a genealogia de um novo paradigma**. Disponível em <http://antares.ucpel.tche.br/itepa/acervo/desenvolvimento_sustent%Elvel.doc> Acesso em 15 jun. 2008

COOPER, C; FLETCHER, J; GILBERT, D; WANHILL, S. **Tourism: principles and practice**. Harlow,UK: Longman, 1998.

CNT - Confederação Nacional dos Transportes. **Malha rodoviária de Alagoas**. Disponível em <www.cnt.org.br> Acesso em 17 fev. 2009.

CORIOLOANO, L.N.M.T. **Turismo com ética**. 2 ed. Fortaleza: Eduece, 1998.

CORIOLOANO, L.N.; VASCONCELOS, F.P. **O turismo e a relação sociedade-natureza**. Fortaleza: Eduace, 2007.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DENCKER, A. de F. M. **Método e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura,1998.

DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003a

_____. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003b

DIEGUES, Antônio Carlos. **Ecologia Humana e Planejamento Costeiro**. São Paulo: HUCITEC, 2001.

DNIT – Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes. **Distância entre capitais brasileiras**. Disponível em <<http://www1.dnit.gov.br/rodovias/distancias /distancias.asp>> Acesso em 20 ago. 2008

EMBRATUR. **Fatos e dados do turismo**. Disponível em: <[ttp://200.143.12.93/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20100302-1.html](http://200.143.12.93/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20100302-1.html)>, <http://200.189.169.141/site/br/dados_fatos/conteudo/ver.php?in_secao=311&idConteudo=>>, <http://200.143.12.93/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20100311.html> e <http://200.143.12.93/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20100223.html> Acessos em 25 fev. 2010

FGV. **Estudos sócio-econômicos**. Disponível em: <[ww.fgv.br](http://www.fgv.br)> Acesso em 15 ago. 2008

FLORES, Alder. **Introdução ao Estudo do Meio Ambiente – Monitoramento Ambiental – Qualidade das Águas – Balneabilidade**. Maceió: Gráfica e Editora Poligraf Ltda., 2007.

FONTELES, José Osmar. **Turismo e impactos socioambientais**. São Paulo : Aleph, 2004.

GODOY, Amália M Goldberg. **O Clube de Roma – evolução histórica**. Disponível em: <<http://amaliagodoy.blogspot.com/2007/09/desenvolvimento-sustentvel-evolu.html>> Acesso em 02 fev. 2009.

GUNN, C.A. **Tourism planning: basics, concepts, cases**. 3. ed. Washington DC: Taylor and Francis, 1994.

IBGE. **Anuário Estatístico 2008**. Disponível em: <www.ibge.gov.br> Acesso em 23 abr. 2009.

IMA. **Balneabilidade nas praias de Alagoas**. Disponível em: <www.ima.al.gov.br> Acesso em 02 abr. 2009.

INSKEEP, E. **Tourism planning: an integrated and sustainable development approach**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

JORNAL CORREIO DO POVO. **Índices de saneamento básico em Maceió vão dobrar**. 2009. Disponível em: <http://www.correiodopovo-al.com.br/v2/search/?&s_date_from=06/15/2009&s_date_to=06/15/2009&page=2> Acesso em 15 ago. 2009.

LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo César. **Turismo na economia**. São Paulo: Aleph, 2004. (Coleção ABC do Turismo).

LEMOS, Leandro de. **O valor turístico na economia da sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005. (Série Turismo).

LIRA, F. J. **Corrupção e pobreza no Brasil**. Maceió: Edufal, 2005.

LUNDGREN, J.O. An empirical interpretation of the TALK: tourist product life cycles in the eastern townships of Quebec. In: Butler, R.W. (Ed.) **The tourism area life cycle vol. 1: applications and modifications**. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2006. Coleção *Aspects of Tourism*, 2006, p. 91-118.

MIDDLETON, Victor. **Marketing de turismo**. Disponível em: <<http://kirk.estig.ipbeja.pt/ei/mod/resource/view.php?id=7930>> Acesso em 25 mar. 2009.

MOLINA, Sérgio. **Turismo: metodologia e planejamento**. Bauru, SP: EDUSC, 2005.

MOSER, C.A.; KALTON, G. *Survey methods in social investigation*. Aldershot, U.K.: Heinemann, 1971.

NICÁCIO, Maria Fernanda Trabold. **Cooperativa de Eventos Universitária: uma contribuição para o desenvolvimento acadêmico**. Disponível em <http://dornier.sc.estacio.br/portal/component/option,com_docman/task,cat_view/gid,140/Itemid,277/limit,20/limitstart,0/order,name/dir,ASC/> Acesso em 09 abr. 2009.

OURIQUES, Helton Ricardo. **A produção do turismo: fetichismo e dependência**. Campinas: Editora Alínea, 2005.

PALOMO, Manuel Figuerola. **Economia turística**. Livro de Doutorado. Madrid, 1979

PEARCE, Douglas G. **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Ranking do IDH dos Estados em 2005**. Disponível em <http://www.pnud.org.br/pobreza_desigualdade/reportagens/index.php?id01=3039&lay=pde> Acesso em 11 mar.2009

PRODETUR. **Relatório PRODETUR/NE I – Resultados**. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Prodetur_ne1/gerados/resultados.asp> Acesso em 01 abr. 2009

PRODETUR. **PRODETUR/NE I**. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/prodetur/downloads/docs/docum_10_pcr_ii.pdf> Acesso em: 20 dez. 2008.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ. **História de Maceió**. Disponível em: <www.maceio.al.gov.br> Acesso em: 20 ago. 2008.

ROBSON, C. *Real world research. A resource for social scientists and practitioner-researchers*. Oxford:Blackwell,1993.

RUSCHMANN, D. M.; WIDMER, G. M. Planejamento Turístico. In: ANSARAH, M. G. (Org.) **Turismo: como aprender, como ensinar**. 3. Ed. São Paulo: Senac, 2004.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 12. Ed. Campinas: Papirus, 2005. (Coleção Turismo).

SANTOS, Clézio. **Globalização, turismo e seus efeitos no meio ambiente**. Terra Livre, SP, ano 18, n.19, p.191-198, jul/dez 2002.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço e tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.

SEBRAE – SP. Serviço Brasileiro de Apoio a Pequena e Média Empresa - **Turismo sustentável**. São Paulo Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/principal/sebrae%20em%20a%C3%A7%C3%A3o/pdtr/conceitos_desenvol_turismo.aspx> Acesso em 15 jun. 2008.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SEPLAN-AL – Secretaria de Estado de Planejamento e Orçamento de Alagoas. **Orçamento Geral – Distribuição por Órgão - Orçamento Fiscal e Seguridade Social – 2010**. Disponível em: <<http://www.planejamento.al.gov.br/orcamento/lei-orcamentaria-anual-loa/loa-2010-1/001%20-%20fiscalseguridade.pdf/view>> Acesso em 30 jan. 2010.

SERQUEIRA, Carla. Violência gera medo em Alagoas. **GAZETA DE ALAGOAS**. Maceió, p. A9-A10, 29 mar. 2009.

SIMÃO, João Miguel. **Aplicação do *Balanced Scorecard* ao Planejamento Estratégico em Turismo Sustentável – Uma Abordagem**. (2008). Disponível em: <http://www.iturismo.pt/resources/download/Artigo_joãsimão.pdf> Acesso em 05 jan. 2009.

SOUSA, Plínio Guimarães de. **Complexo turístico imobiliário “The reef club” em Barreiros – PE: implantação, desenvolvimento e transformações socioambientais**. Dissertação de Mestrado (2010).

SOUZA, Ana Maria da Silva; RAMOS, Paulo César Formiga; RAMOS, Rubens Eugênio Barreto. **Um estudo da medição da satisfação do cliente aplicado no setor turístico em Natal/RN**. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção Curitiba – PR, 23 a 25 de outubro de 2002.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. v.2. São Paulo: Aleph, 2000. (Série Turismo).

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. 232 p. Tradução: Cristiano Vasques e Liana Wang.

VEJA. revista semanal. **Dias de caos nas Alagoas**. São Paulo. Ed. Abril, n. 1505, 23 jul. 1997, p. 26-27. Disponível em <<http://www.veja.com.br/acervodigital/home.aspx>> Acesso em 02 mar. 2010.

WTTC – World Travel & Tourism Council. **A força do turismo**. Disponível em: <<http://www.wttc.org/>> Acesso em 03 out. 2010.

YÁZIGI, Eduardo. **Turismo: uma esperança condicional**. São Paulo: Editora Global, 1999.

APÊNDICE

Questões abordadas aos entrevistados e que foram consolidadas no capítulo 5.

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

1. Pelo que o Sr (a) conhece sobre a história do turismo em Maceió, que fato ou fatos representa(m) o ‘marco zero’ do crescimento da destinação turística Maceió, como a conhecemos hoje?
2. Em sua opinião, qual(is) foi(ram) o(s) fato(s) mais marcante(s) ao longo da evolução da destinação, desde o seu ‘marco zero’, até os dias atuais?
3. Em sua opinião, é possível de se identificar fases na evolução da destinação Maceió até os dias atuais?

Se sim: Quais seriam essas fases?

4. Em sua opinião, que fato (s) provocou (ram) a mudança de cada fase para a próxima fase?

Se não: Por que não?

5. Na sua visão, há diferenças entre o turista que visitava Maceió em 1970 e o turista atual?

Se sim: Qual ou quais são essas diferenças?

Se não: Por que não?

6. Pelo que o Sr(a) tem conhecimento, como descreveria as políticas públicas de turismo, a nível municipal, ao longo do processo evolutivo da destinação Maceió, até os dias atuais?

Como se encontra Maceió hoje?

7. Pelo que o Sr(a) tem conhecimento, como descreveria as políticas públicas de turismo, a nível estadual, ao longo do processo evolutivo da destinação Maceió, até os dias atuais?

8. No seu ponto de vista, houve melhorias na questão ambiental da destinação turística Maceió ao longo das três últimas décadas?

Se sim: De que forma ou formas?

Se não: Por que não?

9. Pelo que o Sr(a) tem conhecimento, como descreveria as políticas públicas ambientais em Maceió e Alagoas?
10. Em sua opinião, que fato ou fatos foram os grandes impulsionadores do crescimento do turismo em Maceió?
11. No seu ponto de vista, há algum problema ou problemas que atrapalha ou atrapalham o crescimento do turismo em Maceió?
12. Em uma projeção de cinco anos, como visualiza as perspectivas de crescimento do turismo em Maceió?
13. Com base em sua visão pessoal, o que significa desenvolvimento?
14. Com base em sua visão pessoal, o que significa desenvolvimento sustentável?
15. Com base nesse entendimento sobre o que seja desenvolvimento sustentável, em sua opinião o turismo está contribuindo para atingi-lo no município de Maceió?
16. Na sua opinião, há algo que poderia/deveria ser feito para o desenvolvimento da destinação Maceió?

Se sim: Quais seriam essas ações?

Se não: Por que não?