

PAISAGENS, TURISMO E DESENVOLVIMENTO NA ORLA DE ATALAIA EM ARACAJU

BARROS, Tânia Mainart Dantas Fontes
jmainart87@hotmail.com

OLIVEIRA, Nádja Maria

VIEIRA, Lício Valério Lima. (Orientador)
Graduado em Geografia, Mestre em Desenvolvimento e Meio ambiente e Doutorando em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe. Professor do Curso de Geografia - Licenciatura da Universidade Tiradentes – UNIT
liciovalerio@gmail.com.br

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a importância do turismo como uma alternativa de desenvolvimento local, considerando as potencialidades e limitações da orla de Atalaia em Aracaju. Esse ponto turístico apresenta áreas de lazer, lagoas, áreas para esporte, hotéis, opções de bares e entretenimento. Em função de seus atrativos, o apresenta-se como uma alternativa de desenvolvimento econômico e social, bem como um grande transformador de paisagens. Para efetivação deste trabalho, foram realizadas entrevistas direcionadas, aplicação de questionários junto aos turistas e visitantes, além de consultas a acervos bibliográficos e instituições governamentais. A cidade dispõe de oportunidades de desenvolvimento local, em virtude de suas potencialidades, para tanto, é necessário o envolvimento e o comprometimento de todas as partes: setores público e privado e da comunidade.

Palavras-chave: Turismo. Desenvolvimento local. Comunidade.

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que gera desenvolvimento econômico, movimentando direta ou indiretamente os diversos setores da economia. O Brasil tem um grande potencial para o turismo, possui lugares paradisíacos, gente acolhedora, além de uma cultura diversificada. Dentro desse contexto a Região Nordeste se destaca por características peculiares tais como: as festas, feiras e romarias, o folclore, o artesanato variado e a boa cozinha tradicional, que compõem o conjunto de manifestações de cultura popular. Tudo isso aliado aos elementos naturais de que dispõe, torna esta região um ponto de atração turística com reais ofertas e múltiplos interesses.

Sergipe, embora faça parte dessa realidade, encontra-se em patamares diferente em relação a outros Estados da região, no que diz respeito à valorização do turismo como real alternativa de desenvolvimento.

Mas aos poucos esse quadro está sendo alterado com a realização de grandes obras de infra-estrutura e a divulgação dos nossos atrativos turísticos, entre eles os festejos juninos, as cidades históricas, as praias, a região de Xingó.

O turismo ecológico faz de Sergipe um destino atrativo, uma vez que os atrativos naturais apresentam características próprias, apesar das águas das praias não serem cristalinas, a temperatura e a formação da costa, com extensa faixa de areia e plana, proporciona ao turista a opção de prática de esportes, além de tranquilidade para as crianças

O cartão postal de Aracaju é a Orla de Atalaia, considerada a mais bela do nordeste, atualmente passa por uma ampla reforma para ampliação dos equipamentos sociais e de lazer existentes, passando a oferecer aos seus visitantes uma bela opção de entretenimento e integração social.

O projeto de revitalização da Orla de Atalaia deu novo ânimo ao setor. O projeto incluiu ciclovia, calçadão, parque infantil entre outros. A Orla também ganhou uma nova praça

de eventos e um centro de artesanato, onde estão instalados mais de 70 boxes para a venda de alimentos e produtos típicos. Já a passarela do caranguejo, também na Orla, tem diversas opções de entretenimento. O projeto pretende estudar o seguinte problema. A Orla de Atalaia contribui no desenvolvimento do turismo em Aracaju?

2 TURISMO E DESENVOLVIMENTO

O turismo é uma atividade abrangente e complexa que perpassa muitos setores e empresas diferentes. Portanto, o planejamento turístico é fundamental, principalmente na economia global, em que cada lugar, no mundo passa a ter um significado especial dependendo de formas e características específicas da comunidade local.

Os fenômenos da globalização e da emergência de novos paradigmas tecnológicos levaram e ainda estão levando, a grandes mudanças institucionais em todas as esferas da sociedade, criando restrições à preservação de velhas formas de organização, por outro lado, abrindo novos espaços para o progresso e o avanço social, em novas bases.

Turismo é uma atividade do setor terciário. De acordo com a Organização Mundial de Turismo essa atividade é hoje uma importante potencialidade econômica do mundo e estima-se que seja a maior na próxima década, além de responsável por 70% das exportações mundiais, representa mais de 25% do comércio internacional e de serviços e cria mais de 100 milhões de empregos em todo o mundo, sendo a atividade que apresenta os mais elevados índices de crescimento no contexto econômico e social. (OMT, 2004).

De acordo com Rose (1993, p. 4), turismo é a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los satisfazendo suas necessidades e desejos.

No século XIX, o aumento dos movimentos migratórios se deu-se a partir de meios de transporte mais rápidos. Surge então na Inglaterra a primeira empresa destinada a produtos

turísticos a agência de viagens. Porém, não foi apenas o único fator de crescimento. Após a 2ª Guerra Mundial e a legislação social que dentre inúmeros benefícios passou a assegurar o repouso semanal e férias anuais remuneradas, começavam então as grandes modificações econômicas e sociais e conseqüentemente maiores demandas por atrativos turísticos e necessidade de estruturação da oferta turística.

Segundo Beni (2002, p.159), “a oferta turística é constituída pelo conjunto de bens e serviços colocadas no mercado para satisfação das necessidades dos turistas”. A oferta composta por bens tangíveis e intangíveis subdivide-se em dois grupos destinos: oferta turística original e oferta turística derivada.

A oferta turística original abrange a matéria-prima da atividade turística e constitui o fator principal para que uma localidade seja considerada possuidora de vocação turística, esse potencial natural caracteriza-se pela posse dos seguintes elementos: clima, configurações geográficas e paisagens, fauna e flora, elementos influenciáveis da saúde.

Segundo Andrade (1995) a oferta artificial também pode ser chamada de recurso artificial entendida como o conjunto de adaptações de recursos naturais, de obras criadas pelo homem, de serviços e de atitudes que colaboram com a natureza, imitando-a de alguma forma ou agindo de modo a complementa-la ou mesmo subsidia-la, através de esforços com a finalidade de melhorar a produtividade de seus recursos e de aproveitar melhor as alternativas de sua capacidade.

A oferta artificial envolve os bens de natureza turística e não turística. De acordo com Andrade (1995), a oferta turística divide-se em cinco Categorias:

- Bens históricos, culturais e religiosos;
- Vias de acesso e meios de transporte;
- Modo de vida e comportamento;
- Superestruturas indispensáveis

- Bens e serviços de infra-estrutura, que se dividem em:

* Infra-estrutura geral ou básica conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que criam condições para o desenvolvimento de uma unidade turística, como geração e fornecimentos de água, luz, combustíveis, serviços de esgoto, telecomunicações, transportes etc...

* Infra-estrutura turística conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços urbanos básicos que dão suporte ao desenvolvimento do turismo em determinada área, tais como.

* Instalações de hospedagem: hotéis, motéis, albergues, hospedarias e pousadas etc. montados e mobiliados com o mínimo de equipamentos exigidos para a classificação oficial pelos órgãos classificadores.

* Instalações de recepção de atendimento, orientação e acompanhamento dos turistas; são dispositivos suficientes e destinados à organização de deslocamento no próprio receptivo e às informações e promoções que esclareçam e orientem os turistas e visitantes, a fim de que possam optar por bens e serviços com a segurança que pretendem, sem serem induzidos, segundo suas preferências pessoais.

* Organização para recreação, entretenimento e esportes: de fundamental importância para a distribuição racional do tempo do turista, segundo suas preferências pessoais.

O produto turístico difere dos produtos industrializados e de serviço. O produto turístico é a atração do núcleo receptor (destino), facilidades que são oferecidas ao cliente, vias e meios de acessos, além de todo o prazer que tudo isso pode proporcionar.

Para o turista, todas as necessidades que implicam desde o seu bem estar até suas opções de lazer, são elementos que compõem o produto. O turista só deixa de consumir o

produto quando o mesmo retorna a sua cidade. É necessário atentar para os componentes que compõem o produto turístico. De acordo com Ruschmann (2001) os componentes são:

- As atrações referem-se ao ambiente natural, cultural e também aos eventos que se pode oferecer;
- As facilidades não geram por si só fluxo turístico, porém, a falta delas, pode ser empecilho para o turista conhecer o destino turístico. Ex. falta de equipamentos hoteleiros adequados.
- Os acessos relacionam-se as vias e meios de transporte disponíveis para se conhecer o destino.

O produto turístico possui característica que o individualiza dos outros produtos e serviços. Segundo Ruschmann, (2001, p.200), as principais características são:

É um bem de consumo abstrato, coincidência espacial, temporal da venda e da prestação de serviço, necessidade da clientela no local da produção, impossibilidade de estocagem, os serviços turísticos são prestados de forma irregular, concentração das atividades turísticas no espaço e no tempo, demanda heterogênea, o produto turístico é estático, enfrentem acentuada concorrência”.

Diante das considerações de Ruschmann (2001) torna-se notório a complexidade do produto turístico, necessitando assim de técnicas mercadológicas e instrumentos do marketing tradicional adaptado ao turismo.

Uma etapa essencial no marketing é a determinação dos clientes reais e potenciais ou do mercado da empresa, sendo assim, o mesmo acontece através da segmentação de mercado que se trata de um processo utilizado para agrupar pessoas com desejos e necessidades semelhantes dando origem a mercados alvo. Desta forma, para determinar as necessidades e desejos dos mercados alvo, as empresas necessitam planejar estratégias para atingi-los e garantir que os mesmos prefiram os seus produtos ou serviços, ao invés de escolher o do seu concorrente.

Na tentativa de atingir seus objetivos dentro do mercado, as empresas passam a realizar pesquisas com os consumidores, procurando adequar os produtos e serviços já existentes e criar novas que conquistem uma demanda esperada. Diante disso, a pesquisa cumpre um papel importante na identificação dos segmentos de mercado, contribuindo no desenvolvimento de produtos e serviços específicos, além de diferentes estratégias promocionais para atender às necessidades dos diversos grupos.

A finalidade do planejamento é definir as decisões básicas que articulam as políticas turísticas de um estado, região ou organização; ou seja, estabelecer diretrizes que orientarão as decisões para o desenvolvimento do turismo.

O planejamento turístico dá a condição transformar recursos naturais em recursos turísticos e desta forma detectar as oportunidades e ameaças para a organização. De acordo com pesquisa realizada, no Brasil são inúmeros os tipos de turismo, sendo os mais praticados. (BENI, 2002 P. 424).

a) Turismo de lazer - realizado por pessoas que viajam por prazer, para conhecer novos lugares ou férias. Procuram lugares que ofereçam infra-estrutura.

b) Turismo de eventos - Praticado por aqueles que pretendem participar de eventos com objetivo de maior conhecimento de algum assunto, ou lançamento de produtos. Segundo Embratur, 40% do movimento turístico internacional acontece em função da realização de eventos.

c) Turismo desportivo - Praticado por aqueles que vão participar ou assistir eventos desportivos. Grandes eventos desportivos são: Copa do Mundo, Olimpíadas, Formula Um.

d) Turismo religioso - Praticado por pessoas interessadas em visitar locais sagrados, geralmente atrai turismo de massa.

e) Turismo cultural - Praticado para aquisição de mais conhecimentos, público bem específico.

f) Turismo ecológico - Praticado por pessoas que apreciam a natureza. Praticado geralmente por pessoas que residem em países desenvolvidos e em metrópoles.

g) Turismo de aventura.- Praticado por aqueles que gostam de esportes e atividades radicais.

h) Turismo gastronômico - Praticado por aqueles que apreciam conhecer métodos diferentes de fabricação e os sabores das comidas de diferentes locais.

i) Turismo rural - Praticado por pessoas que gostam de apreciar a zona rural para descansar o físico e a mente.

j) Turismo de negócio - praticado por executivos que viajam para participarem de reuniões, visitarem fornecedores ou clientes. Essa modalidade de turismo necessita de muitos serviços especializados, guias bilíngües, tradutores virtuais. Geralmente esses turistas se hospedam em hotéis caros.

k) Turismo gay (GLS) - Praticado por homossexuais lésbicas, gays e simpatizantes GLS. Tem crescido muito nos últimos tempos.

l) Turismo de saúde - Praticado por pessoas em busca de tratamentos médios em centros mais avançados de medicina.

Kotler (apud ACERENZA, 1991, p.. 34) define a atividade de promoção como sendo: “a combinação de todos os instrumentos de marketing, cuja função principal é a comunicação persuasiva”.

A promoção é uma atividade destinada a influenciar o cliente a optar por um bem ou serviço. No caso específico da promoção turística optar por um lugar. As atividades de publicidade e promoção são partes integrantes do processo de marketing para promover um destino.

Na atividade turística devido a impossibilidade de conhecer o produto a ser adquirido por parte do cliente, recorre-se a fotos e filmes para mostrar o produto, para tanto torna-se imprescindível escolher de forma segura qual o melhor canal de comunicação a ser utilizado.

Analisar a melhor forma de se divulgar um destino passa a ser parte fundamental para se obter o sucesso desejado. Essa preferência faz com que as pessoas passem a usufruir de localidades que, muitas vezes, não suportam o fluxo em massa de visitantes, causando impactos negativos à área. (kotler, 1998)

2.1 Paisagem Espaço e Turismo

O meio ambiente constitui um elemento fundamental do turismo e sua preservação e conservação são essenciais para o desenvolvimento da atividade. O meio ambiente é o resultado da integração das esferas natural, social, econômica, política e cultural e todos estes elementos são modeladores da paisagem.

Conforme Veras (1995, p. 114-116) “a paisagem é uma parcela do espaço real objetivado, um produto antropológico produzido historicamente, que cristaliza intenções, interesses, necessidades e possibilidades.” Assim, a paisagem natural que se descortina para um viajante/turista sofre em seguida um processo de transformação, resultante da ação do homem para adapta-la às suas necessidades.

No entendimento de Yázigi (2001, p. 248), o despertar para o turismo está, praticamente, em todas as localidades. Mas as pessoas carecem, e muito, de ter consciência da importância indispensável da paisagem para seu turismo. A miséria é a pior poluição, pois é ela que gera condições precárias de vida, que a ninguém convém.

O autor ressalta a importância do meio para o cotidiano e para o turismo, acreditando que algumas medidas poderão ser eficazes dentro de um processo interativo, como as administrativas e educacionais. Além disso, afirma ser indispensável que a imprensa, sindicatos, opinião pública, governos estadual e federal enfrentem as administrações municipais com rigor, mostrando-lhes a importância do meio natural e do construído não só como função ecológica, mas como identidade turística que tem de se estender a todas as áreas urbanizadas.

Assim sendo, o turismo pode gerar efeitos negativos sobre o meio ambiente, contribuindo para sua destruição, caso não ocorra um planejamento adequado. Os recursos naturais são limitados e a atividade turística se localiza, preferentemente, em áreas onde esses recursos são mais disponíveis.

Neste contexto, o planejamento estratégico para a implementação de uma política turística deve abordar questões voltadas para a conscientização das necessidades da preservação dos recursos naturais, promovendo não só a conservação do meio, como também o suporte para efetividade do turismo.

O turismo é um fenômeno social complexo e diversificado que se expressa através da materialização territorial que se forma no processo de produção e reprodução do espaço. A atividade produz o espaço turístico ou se reformula o espaço antes ocupado, é aí, também, que se dá o consumo do espaço. Para o autor, a dificuldade para se definir o espaço turístico está, basicamente, em captar o peso ou a força que essa atividade exerce na produção do espaço.(RODRIGUES, 2001)

Há áreas que são facilmente identificados como atrativos turísticos, a exemplo dos parques, e há outras que são produzidos pelo turismo e para o turismo, como é o caso de Las Vegas, tão bem observado por Yázigi (2001, p. 302), que considera algo mal colocado por

alguns autores quando desprezam a necessidade de se dispor de recursos naturais ou patrimoniais essenciais ao turismo.

Segundo Rodrigues, (1997, p. 45) o espaço turístico, assim como todo espaço geográfico, não pode ser definido por fronteiras euclidianas, mesmo porque pelo menos um dos seus elementos básicos lhe é exterior a demanda. Os elementos básicos do espaço turístico são: oferta turística, serviços transportes, infra-estrutura, poder de decisão e de informação, sistema de promoção e de comercialização.

Para Santos (1985), os elementos constitutivos de espaço são: os homens, as firmas, as instituições, as infra-estruturas e o meio ecológico. No entendimento desse autor, estes agem a interação reciprocamente, funcionando como peças de uma engrenagem.

Sem dúvida, o turismo precisa urgentemente ser estudado e questionado, só assim será melhorado. Acredita-se que tanto o governo quanto às empresas e demais segmentos da sociedade estão empenhados em enfrentar esse desafio, mesmo porque não se pode recuar ante o processo de globalização.

2.2 Turismo em Sergipe: A zona costeira em questão.

No Nordeste, o turismo é uma atividade dinâmica e se sobressai como vetor de desenvolvimento regional, face às peculiaridades da região. O Nordeste é a região que maiores esforços têm empreendido no sentido de desenvolver a atividade turística.

Isto se explica em função de diversos fatores: a região tem cerca de 330 km de praias e clima tropical, o que, a princípio lhe confere uma certa atratividade turística, considerando o modelo de valorização de lugares pelo turismo predominante no mundo: sol – praias.

O desenvolvimento do turismo em um Estado ou região não pode se dar sem esforço continuado, ações planejadas e integradas definidas a partir da realidade observada devem ser implementadas e avaliadas por todos os segmentos envolvidos.

O PRODETUR I Programa de Desenvolvimento do Turismo investiu em Sergipe da ordem de US\$ 58 milhões, sendo que o maior componente desse programa foi saneamento, responsável por 50% do total de investimento. O retorno foi significativo, com um incremento de turistas de mais de 30% no período de 1995-2000; 375 de aumento de fluxo aéreo e 47% a mais de estabelecimentos ligados à hospedagem (PDITS, 2004).

Em Sergipe, o turismo começou a despertar com a criação da EMSETUR – Empresa Sergipana de Turismo - em 12/05/1972, que passou a incentivar a construção de hotéis, apoiar grupos folclóricos e organizar festas juninas junto às prefeituras. A partir daí, outras tentativas foram feitas para o desenvolvimento da atividade, mas sem sistematização e continuidade.

Ciente do crescimento do setor e das potencialidades que o Estado apresenta, o Governo vem buscando esforços para o desenvolvimento do turismo.

Verifica-se ainda hoje, o pouco conhecimento das reais potencialidades turísticas do Estado e a desvalorização do potencial turístico conhecido, além da desconfiança sobre a vocação turística do Estado.

O plano Estratégico do Turismo de Sergipe compreende a consolidação das linhas estratégicas do desenvolvimento turístico estadual, com as ações a serem implementadas e indicativos de prioridades.

No contexto da Região Nordeste, o Estado de Sergipe apresenta significativo potencial turístico, além de 163 km de praias pouco exploradas. O Plano Estratégico do Turismo de Sergipe tem como objetivo geral o desenvolvimento do setor, segundo diretrizes determinadas para que os esforços empreendidos pelos diversos órgãos e níveis do setor

público e pela iniciativa privada ocorrem de forma contínua e direcionada. As principais diretrizes são:

- Estruturar o turismo em Sergipe apoiando no trinômio: pólo regional de lazer e entretenimento; portão de entrada para o turismo nacional e internacional; e destino integrado aos principais Estados da Região, visando formar o “ Produto Turístico Nordeste”;

- Divulgar o “singular” do Estado de Sergipe: variedade de atrativos; possibilidade de usufruir as praias durante todo o ano; melhor qualidade de vida do Nordeste; localização privilegiada; e tradições peculiares;

- Buscar a formação de parcerias com organismo do setor público e privado e com a sociedade organizada;

- Estruturar o produto turístico Sergipe por meio da oferta de atrativos para segmentos particulares como o turismo religioso, de negócios e eventos, da melhor idade, científico e cultural, naturismo e ecológico outros;

- Estruturar os sistemas de informações e de estudos de mercado sobre o setor para atrair investimentos e orientar a gestão do turismo;

- Estruturar programas de educação para o turismo.

A zona costeira Sergipana apresenta-se como forte área de atratividade de visitantes. Em Aracaju já foram implementadas ações advinda no programa de gerenciamento costeiro (Lei 7.661188) que estabelece dentre outras coisas:

O diagnóstico das potencialidade socioeconômicas e dos recursos naturais da zona costeira, a identificação das limitações naturais e restrições legais ao uso do território e conflitos de uso, a promoção da participação da comunidade na definição de alternativas de uso do solo, aproveitando dos recursos naturais e desenvolvimento econômico, incorporando os princípios do desenvolvimento sustentável, e a participação da Gestão Ambiental a partir de mapeamentos utilizados para elaboração de uso do solo e meio-ambiente do litoral. Dentro do

GERCO Gerenciamento Costeiro está inserido o Projeto Orla, que é uma proposta de intervenção na Orla Marítima.

O Projeto Orla tem como objetivos específicos:

- Fortalecer a articulação dos diferentes atores do setor público para a gestão integrada da Orla, aperfeiçoando o arcabouço normativo para o ordenamento de usos e ocupação desse espaço;

- Desenvolver mecanismo de mobilização de mobilização social para a gestão integrada da Orla;

- Estimular o desenvolvimento sustentável da Orla.

Os benefícios do Projeto Orla passam pela garantia de acesso às praias, como característica de bem público, necessita ser enriquecida pela responsabilidade municipal da gestão, a qual aproxima a responsabilidade do cidadão, pela possibilidade de solução de conflitos de uso e pela exclusão dos processos de degradação, bem como a potencialização desse ativo natural, como elemento para o desenvolvimento do turismo, para a manutenção de recursos estratégicos e para a implantação de infra-estrutura de interesse para o crescimento econômico e regional, e ainda a valorização da paisagem, dos atrativos turísticos e da proteção física, como elementos fundamentais para o convívio social, a geração de pequenos negócios e para a conservação e utilização e utilização sustentável da biodiversidade local, com destaque para a produção de pescado.

Segundo Tommasi (2003 p. 557-567) é da maior importância que cada vez mais se conceber a zona costeira como uma fonte de diversificados bens, mas que, ao mesmo tempo, é um recurso finito e um ecossistema complexo, sensível frágil, vulnerável onde se encontra extraordinária inter-relação de processos naturais e de pressões das atividades antrópicas. È uma região de interface entre ecossistema litorâneos e marinhos, realizando toda uma variedade de funções ecológicas que deve ser conservada se quiser continuar a desfrutar do que ela

oferece. Cabe ressaltar que, ao lado dos resultados positivos, a atividade turística pode provocar também efeitos negativos nas regiões receptoras e menos desenvolvidas. Um turismo massificado e desordenado pode ocasionar deterioração do meio ambiente, destruição do patrimônio histórico-cultural, mudança da cultura regional/local, além de questões propriamente econômicas, como a alta de preços, a redução da oferta de produção à demanda da população local e a instabilidade no mercado de trabalho (RABAHY, 1990, p. 67).

3 PAISAGENS, TURISMO E DESENVOLVIMENTO NA ORLA DE ATALAIA EM ARACAJU

O estudo em questão aborda o interesse, a participação e a atuação dos donos de estabelecimentos e dos visitantes na atividade turística, observando aspectos sociais, naturais e culturais relacionados ao comprometimento da comunidade diante do desenvolvimento turístico. A escolha pelo estudo do tipo exploratório tem a finalidade de desenvolver e modificar conceitos e idéias, com vistas à formulação de problemas precisos ou hipóteses pesquisáveis em estudos posteriores, conforme atesta Gil (1995 p. 46) que este método tem o intuito de identificar características, idéias e relações que possam ser aprofundadas em estudos futuros”..

Como a revitalização da Orla de Atalaia foram construídos para o desenvolvimento do turismo vários equipamentos sociais e de lazer como praças de eventos, a maior pista de skate do Brasil, parques infantis, equipamentos de ginástica, ciclovia, um moderno kartódromo com a maior extensão de pista do Brasil (1.300m), a maior área pública de tênis com 12 quadras, centro de artesanato, delegacia de turismo, área para esportes radicais, postos salvavidas e lagos com fontes luminosas, tudo isso envolvido por uma nova e arrojada identidade visual.

Como objetivo do artigo foi feita uma pesquisa em hotéis e pousadas na Orla de Atalaia, visando obter informações sobre a procura de reservas.

Segundo os gerentes a procura pelos hotéis e pousadas na Orla vem aumentando cada vez mais, não só em feriados com em final de semana. Os turistas escolhem Aracaju por ser uma cidade calma e limpa.

Estão em estudo vários empreendimentos hoteleiros atraídos pelo fato de os hotéis de Sergipe alcançarem maior índice de ocupação do nordeste em razão de uma agressiva e eficiente divulgação do estado no Brasil e no exterior, além das suas deslumbrantes belezas naturais.

Como o mesmo objetivo do artigo foi feita uma pesquisa, com donos e gerentes de bares e restaurantes na Orla de Atalaia, visando levantar quais os tipos de investimentos tem sido feito para melhor atender os turistas.

Segundo os donos e os gerentes de bares e restaurantes, os investimentos são de maior importância na contratação de mão de obra qualificada, investimento na infra-estrutura no prédio entre outros.

Como a culinária tem que ser a mais regional seguindo a sua tradição com pratos do litoral baseiam-se em frutos do mar, como peixes e crustáceos também encontrados em outras regiões do estado uma vez que Sergipe é muito bem servido em termos de hidrografia.

Os resultados desses investimentos vem com o aumento dos serviços prestados e o ganho anual do estabelecimento.

Foi aplicado um questionário com turistas na Orla de Atalaia, para verificar a satisfação com os serviços prestados.

Segundo seis entre dez turistas por ser uma cidade pequena Aracaju esta de parabéns tanto na infra-estrutura como no atendimento.

Ao se perguntar o que poderia ser melhorado na prestação de serviços, cinco entre dez das respostas foi sobre a segurança pública, perguntamos também se estamos bem servidos em área de lazer, bares, restaurantes, a maioria dos turistas respondeu que nunca viu uma Orla tão linda, e organizada com uma beleza natural.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo está sendo considerado como um dos principais itens geradores de receitas de divisas na economia mundial, assim como a solução para o problema do desemprego que cresce nos dias atuais.

Na verdade, a atividade turística não será capaz de sanar esse grave problema, apenas atenua-las. Certamente, essa atividade tem significado uma fonte alternativa de geração de emprego e renda, na medida em que induz a criação de novos postos de trabalho diretos na área de hospedagem, restauração, lazer, entretenimento e, indiretos, em outras atividades complementares ao turismo, como operadores de viagens, o transporte, o comércio, etc.

Além disso, os meios de comunicação têm aproximado mais as pessoas e os lugares, dando oportunidade de criação de novas necessidades em função do contato com povos de hábitos diferentes. De fato, viajar hoje, tornou-se uma necessidade e as pessoas aproveitam seu tempo livre para o lazer e o entretenimento, é o que faz os visitantes nos feriados e finais de semana prolongados.

Daí se dizer, que o segmento do turismo é o que mais se aproxima do paradigma de desenvolvimento endógeno, por conjugar vários elementos importantes, como as forças sócio-econômicas, institucionais e culturais locais, grande número de pequenas e médias empresas locais, ramificadas por diversos setores e subsetores.

A nova lógica do desenvolvimento está ligada às visões de apoio ao desenvolvimento local, assim identificadas às potencialidades e limitações para o desenvolvimento do turismo na região, cabe aos atores principais aproveitar essas potencialidades e alavanca a região, tendo por base essas vocações.

O objetivo é estruturar ações que permitem dar efetiva competitividade e continuidade no processo de desenvolvimento a essa região. Para que as ações sejam estruturadas, torna-se fundamental a participação do setor público, principalmente nos itens que dizem respeito à infraestrutura de serviços básicos.

As políticas públicas, se bem planejadas e implementadas, poderão ter efeitos positivos para a sociedade como um todo. Contudo, nesse estudo, evidenciou-se a falta de ações por parte dos governantes estadual e municipal, exceto a revitalização da orla que foi revitalizada pelo governo atual.

Assim, cabe à comunidade local às decisões conjuntas, o que constitui uma oportunidade de inserção nos planos de Governo, que conforme resultados da pesquisa de campo não há participação dos moradores nos planos de desenvolvimento turístico em Sergipe.

Mas, para que o turismo apresente melhores resultados, necessário se faz o planejamento de ações e com objetivos bem definidos. Sabe-se que o turismo, precedido de um planejamento, proporciona resultados positivos.

Assim, julga-se importante propor algumas sugestões:

Respeitar as leis e normas relativas à preservação e conservação do meio ambiente, no sentido de respeito e preservação de tudo que existe e vive;

Observar critérios para o uso e ocupação dos solos respeitando as limitações e restrições impostos pela natureza;

Conscientizar a comunidade local sobre a importância de participação no processo de gestão da região, visando o envolvimento efetivo nas decisões e não deixa-la à margem como tem ocorrido;

Elaborar projetos de conscientização para a comunidade local, inclusive a classe empresarial, para a importância de participar de cursos de qualificação nas mais diversas áreas profissionais, lembrando que a educação é fundamental em todo sentido da vida e, quando se refere ao desenvolvimento da atividade turística, especialmente nas áreas de hospedagem e restauração, sem dúvida, as exigências são maiores. Neste particular, é preciso que as empresas prestadoras de serviços recuperem urgente o terreno, até porque existem muitas ofertas de produtos turísticos entrando anualmente no mercado, visando atrair o turista internacional. Conforme Andrade, (2003, p. 154) o turista do século XXI terá o fator qualidade na experiência turística como fator de competitividade. Para se ingressar e se manter com sucesso, nesse mundo de negócios, é necessário oferecer bens e serviços altamente qualificados, além da permanência das ações;

A meta para atingir o desenvolvimento regional está ligada às visões de apoio ao desenvolvimento local. Seus suportes básicos ligam-se com as potencialidades e limitações de cada espaço produtivo e o reforço da competitividade do seu ambiente. Enfim, é fundamental que haja uma interação local e uma dinâmica organização das atividades do turismo integradas as demais atividades, inclusive setor público.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Ática, 1995

BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**, São PAULO: SENAC, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos e pesquisas**, 3 ed, São Paulo: Atlas, 1996 p.45

LAKATOS, Eva Maria , MARCONI, Marina de Almeida **Fundamentos da Metodologia científica**, 4ed, São Paulo: Atlas,2001.

ROESCH, Silva Maria Azevedo. **Projeto de estágio e de pesquisa em administração**, 2 ed São Paulo: Atlas,1999. 155 p.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 196-197.

TOMMASI, Luiz Roberto. “Os Recursos Costeiros Brasileiros”. In: RIBEIRO, Wagner Costa (org.).**Patrimônio Ambiental Brasileiro**. São Paulo: Edusp,2003. (Usupiana: Brasil 500 anos). p. 557-567.

VERAS, L.M. de S. C. **Do espaço a paisagem, da paisagem ao lugar**: a Filosofia, as Ciências e as Artes, como instrumento de reflexão na conceituação sobre Lugares Urbanos. Revista de Geografia, Recife: UFPE/DCG,v.11, n. 2, julho/dezembro 1995.

APÊNDICE

| | |
|---|---|
| Quanto é investido anualmente em % na melhoria dos serviços prestados | Porcentagem do aumento dos turistas, nos estabelecimentos |
| 30% á mais de investimento anual | 100% á mais de turistas em relação aos últimos três anos |

| | |
|--|---|
| Levantamento das atividades culturais desenvolvidas na orla de Atalaia | Porcentagem de atividades culturais desenvolvidas na orla de Atalaia em relação aos últimos três anos |
| 50% á mais em relação aos anos anteriores | 100% a mais dos últimos três anos |

| | |
|---|---|
| Levantamento do perfil do turista da Orla de Atalaia Qual o motivo da viagem para Aracaju (passeio e trabalho) | Porcentagem de turistas á passeio e a trabalho em relação aos últimos três anos |
| 60 % para passeio | 100% a mais nos últimos três anos |
| 40% para trabalho | 60% a mais nos últimos três anos |

| | |
|--|--|
| Levantamento em relação ao atendimento prestado em pousadas e hotéis na Orla de Atalaia. | Porcentagem em relação á melhora do atendimento dos últimos três anos. |
| 100% de turistas entrevistados | 100% de melhoria de relação aos três últimos anos |

| | |
|---|---|
| Levantamento em relação á volta dos turistas á Aracaju. | Porcentagem em relação á volta dos turistas á Aracaju |
| 100% de turistas entrevistados | 100% pretende voltar á Aracaju |

FOTOS DA ORLA DE ATALAIA



Arco da Orla da Atalaia



Fonte Luminosa

FOTOS DA ORLA DE ATALAIA



Centro de Artesanato



Lago