

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
CURSO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA APLICADA – ÁREA DE
COMERCIO EXTERIOR E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

TURISMO – UMA ALTERNATIVA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL PARA
O ESTADO DE ALAGOAS

IRATAN CARVALHO SANTA CRUZ

RECIFE – PE

2007

IRATAN CARVALHO SANTA CRUZ

TURISMO – UMA ALTERNATIVA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL PARA
O ESTADO DE ALAGOAS

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Economia Aplicada – área de Comercio Exterior e Relações Internacionais, do Departamento de Economia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do grau em Mestre em Economia.

ORIENTADOR: Prof. Ph.D. Álvaro Barrantes Hildago

RECIFE – PE

2007

Cruz, Iratan Carvalho Santa
Turismo – Uma alternativa de desenvolvimento sustentável para o estado de Alagoas / Iratan Carvalho Santa Cruz. – Recife : O Autor, 2007.
119 folhas : tabela.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA. Economia, 2007.

Inclui bibliografia e anexo

1. Desenvolvimento econômico sustentável. 2. Meio ambiente e desenvolvimento sustentável. 3. Turismo. I. Título.

338.48	CDU (1997)	UFPE
338.85	CDD (22.ed.)	CSA2007-073

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
PIMES/PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DO
MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA DE

IRATAN CARVALHO SANTA CRUZ

A Comissão Examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o Candidato Iratan Carvalho Santa Cruz, **APROVADO**.

Recife, 18/06/2007.



Prof. Dr. Álvaro Barrantes Hidalgo
Orientador



Prof. Dr. Zionam Euvécio Lins Rolim
Examinador Interno



Prof. Dr. Cicero Péricles de Oliveira Carvalho
Examinador Externo/UFAL

Dedico esse trabalho a Deus, aos meus pais (in memoriam), aos meus familiares, em especial à minha esposa Katiana Silva de Almeida Santa Cruz, meu filho Klebson de Almeida Carvalho Santa Cruz e ao amigo Davi Oliveira Chagas.

AGRADECIMENTOS

A Deus por me dar a oportunidade de chegar até aqui, completar mais uma etapa das várias que ainda virão na minha vida. Aos colegas do curso, pela união e amizade; à colega Maria Beatriz Oliveira da Silva, pela comunhão de propósitos; aos professores do curso, pela dedicação e contribuição na formação dos mestrandos; ao professor Doutor Zionam Euvécio Lins Rolim, pelas esclarecedoras contribuições e acompanhamento deste trabalho; e, em especial, ao professor Doutor Álvaro Barrantes Hidalgo, pela orientação, paciência e colaboração inestimável para a formação deste trabalho.

RESUMO

Abordando a temática “*Turismo – uma alternativa de desenvolvimento sustentável para o estado de Alagoas*”, tratou o presente estudo de encontrar a realidade alagoana da atividade turística, articulada com o meio ambiente e a sustentabilidade. Justificou-se, pela importância alagoana nos contextos históricos, geográficos, econômicos, artísticos, culturais e, conseqüentemente, turística visando à promoção de uma discussão acerca da importância da atividade turística como importante produto de exportação com a finalidade de analisar o desempenho e a potencialidade desta atividade econômica. Objetivou analisar a posição atual e a realidade do estado alagoano na participação do turismo do Nordeste e do Brasil, identificando a alternativa da atividade econômica do turismo para o desenvolvimento do Estado, observando-se a situação socioeconômica, o comportamento do mercado, os impactos provocados e a articulação da atividade com o meio ambiente e a sustentabilidade. Metodologicamente foi desenvolvido em duas etapas, sendo a primeira de natureza descritiva e documental, baseada nas fontes disponíveis em livros, revistas, publicações, sites da Internet e levantamentos realizados por entidades oficiais do setor turístico local. Na segunda etapa dos estudos foi desenvolvida no período compreendido entre 20 de novembro e 20 de dezembro de 2006, a pesquisa de campo que possibilitou um estudo de caso por meio de formulário identificado no questionário do Anexo I, envolvendo 200 turistas que emitiram suas impressões acerca da atividade turística de Maceió. No primeiro capítulo abordou-se as questões do turismo global, envolvendo uma abordagem histórica e uma fundamentação conceitual acerca da atividade, o mercado e o desenvolvimento do turismo, bem como sua relação com o meio ambiente e a sustentabilidade. No segundo capítulo preocupou-se em efetuar uma abordagem analítica acerca do turismo no Brasil, em Alagoas e, também, em Maceió. No terceiro capítulo tratou-se acerca da realidade turística de Alagoas, apresentando dados levantados na pesquisa de campo, comparando-os com os dados disponibilizados pelos organismos oficiais do setor, no sentido de emitir um diagnóstico e, posteriormente, um prognóstico acerca da atividade turística alagoana. Por resultado encontrou-se uma realidade promissora, porém, carente da existência de um pólo de lazer que possa melhor ofertar os recursos disponíveis e necessitando de um planejamento que possibilite a exploração sustentável da atividade.

Palavras-chaves: Turismo, Desenvolvimento Sustentável, Meio Ambiente.

ABSTRACT

Approaching the thematic “Tourism - an alternative of sustainable development for the state of Alagoas”, treated the present study to find the reality alagoana of the tourist activity, articulated with the environment and the sustentabilidade. It was justified, for the alagoana importance in contexts historical, geographic, economic, artistic, cultural e, consequently, tourist aiming at to the promotion of a quarrel concerning the importance of the tourist activity as important product of exportation with the purpose to analyze the performance and the potentiality of this economic activity. It objectified to analyze the current position and the reality of the alagoano state in the participation of the northeast tourism and Brazil, being identified the alternative of the economic activity of the tourism for the development of the State, observing itself it socioeconômica situation, the behavior of the market, impacts and the joint of the activity with the environment and the sustentabilidade. Metodologicamente was developed in two stages, having been the first one of documentary descriptive nature and, based in the available sources in books, reviewed, publications, sites of the Internet and surveys carried through for official entities of the local tourist sector. In the second stage of the studies it was developed in the understood period enters 20 of November and 20 of December of 2006, the field research that made possible a study of case by means of form identified in the questionnaire of the Attached I, involving 200 tourists who had emitted themselves impressions concerning the tourist activity of Maceió. In the first chapter one approached the questions of the global tourism, involving a historical boarding and a conceptual recital concerning the activity, the market and the development of the tourism, as well as its relation with the environment and the sustentabilidade. In the second chapter it was worried in effecting an analytical boarding concerning the tourism in Brazil, in Alagoas and, also, Maceió. In the third chapter it was treated concerning the tourist reality of Alagoas, presenting given raised in the field research, comparing them with the data disposed for the official organisms of the sector, in the direction to emit a diagnosis and, later, a prognostic concerning the alagoana tourist activity. For result a promising, however, devoid reality met of the existence of a leisure polar region that can better offer the available resources and needing a planning that makes possible the sustainable exploration of the activity.

Word-keys: Tourism, Sustainable Development, Environment.

LISTA DE TABELAS

TABELA I – Fases da relação do turismo como meio ambiente	29
TABELA II – Turismo em Alagoas 2002/2005	49
TABELA III – Comparativo da taxa de ocupação, permanência e fluxo hoteleiro de Alagoas 2000/2002	49
TABELA IV – Comparativo da taxa de ocupação, permanência, meio e fluxo hoteleiro global 2001/2003	50
TABELA V - Comparativo da taxa de ocupação, permanência, meio e fluxo hoteleiro global 2001/2003	50
TABELA VI – Crescimento do número de leitos em Maceió – 1999/2004	51
TABELA VII – Fluxo hoteleiro em Maceió e fluxo global Maceió e Alagoas	52
TABELA VIII – Turismo Maceió	56
TABELA IX – Motivo da vagem	61
TABELA X – Perfil do turista	62
TABELA XI – Motivo da viagem	62
TABELA XII – Motivo da viagem – 2005	63
TABELA XIII – Firma de organização da viagem	64
TABELA XIV – Fator decisório da visita	64
TABELA XV – Fator decisório da visita – 2005	64
TABELA XVI – Influência da decisão de visita	65
TABELA XVII – Influência da decisão de visita – 2005	65
TABELA XVIII – Meio de transporte utilizado	66
TABELA XIX – Meio de transporte utilizado – 2005	66
TABELA XX – Forma de viajar	67
TABELA XXI – Forma de viajar – 2005	67
TABELA XXII – Origem	67
TABELA XXIII – Origem – 2005	68
TABELA XXIV – Faixa etária dos respondentes	68
TABELA XXV – Faixa etária	69
TABELA XXVI – Faixa etária – 2005	69
TABELA XXVII – Atividade profissional	70
TABELA XXVIII – Escolaridade/formação profissional do respondente	71
TABELA XXIX – Viagem para Alagoas	71
TABELA XXX – A estrutura turística de Alagoas	72
TABELA XXXI – Satisfação com a estrutura turística de Alagoas	73
TABELA XXXII – Principais atrativos para o turismo em Alagoas	73
TABELA XXXIII – Desempenho do trade turístico	74
TABELA XXXIV – Acomodações em hotéis e pousadas em Alagoas	75
TABELA XXXV – Meio de hospedagem utilizado	75
TABELA XXXVI – Meio de hospedagem utilizado – 2005	76
TABELA XXXVII – Permanência média	76
TABELA XXXVIII – Permanência média – 2005	77
TABELA XXXIX – Motivos que desagradam e afugentam turistas de Alagoas	77
TABELA XL – Avaliação dos serviços de táxis e transportes	78
TABELA XLI – Serviços de bares e restaurantes de Alagoas	79
TABELA XLII – Cardápio ofertado pelos bares, restaurantes e lanchonetes de Alagoas	80

TABELA XLIII – Insatisfações e reclamações dos serviços públicos	80
TABELA XLIV – Avaliação da urbanização dos municípios alagoanos	81
TABELA XLV - Avaliação do comércio e mercado alagoano	82
TABELA XLVI – – Acesso aos pontos turísticos alagoanos	82
TABELA XLVII – Tratamento ao turista em Alagoas	83
TABELA XLVIII – Atrativos da vida noturna de Alagoas	84
TABELA XLIX – Orla marítima de Alagoas	85
TABELA L – Avaliação das praias de Alagoas	85
TABELA LI – Satisfação com a visita a Alagoas	86
TABELA LII – Determinação de retorno a Alagoas	86
TABELA LIII – Turistas que pretendiam voltar	87
TABELA LIV – Turistas que pretendiam voltar – 2005	87
TABELA LV – Recomendação do turismo em Alagoas	87
TABELA LVI – Comentário dos respondentes	88
TABELA LVII – Fluxo global	93
TABELA LVIII – Mercado consumidor gerado pelo turismo	93
TABELA LIX – Receita gerada	94
TABELA LX – Renda gerada	94
TABELA LXI – Impacto no PIB	94
TABELA LXII – Distribuição de renda	95
TABELA LXIII – Número de unidades hoteleiras/leitos	95
TABELA LXIV - Empregos gerados na hotelaria	96

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO I – O TURISMO GLOBAL	
1.1. O turismo: abordagem e fundamentação conceitual	15
1.2. O mercado turístico	25
1.3. O turismo x desenvolvimento	27
1.4. Relação turismo x meio ambiente	29
1.5. O turismo sustentável e o ecodesenvolvimento	34
CAPÍTULO II – O TURISMO NO BRASIL E EM ALAGOAS	
2.1. O turismo no Brasil	38
2.2. O turismo em Alagoas	43
2.3. O turismo em Maceió	56
CAPÍTULO III – A REALIDADE TURÍSTICA DE ALAGOAS	
3.1. Universo da pesquisa/Amostra	59
3.2. Metodologia aplicada	60
3.3. Análise dos dados	61
3.4. Considerações	89
CAPÍTULO IV - CONCLUSÃO	99
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106
ANEXOS	116

INTRODUÇÃO

O turismo é visto como é uma atividade que envolve o deslocamento de pessoas de um lugar para o outro, sendo, portanto, uma mistura complexa de elementos materiais, que são os transportes, os alojamentos, as atrações, as diversões disponíveis e de fatores psicológicos, até simplesmente a recreação, o descanso e incluindo ainda inúmeros interesses sociais, históricos, culturais e econômicos. Além disso, também é apresentado como um sistema que envolve serviços desenvolvidos com a finalidade de planejamento, de promoção e de execução de transporte e viagens, bem como a existência de infra-estrutura adequada para recepção, hospedagem, consumo e atendimento às pessoas e/ou grupos, oriundos de suas localidades residenciais.

Devido a esses elementos, atualmente a indústria do turismo oscila entre o segundo e terceiro setor econômico de maior movimentação em escala mundial, circulando receitas, gerando renda e empregos, promovendo riquezas e estabelecendo o desenvolvimento, tornando-se, assim, uma atividade econômica das mais rentáveis.

A atividade turística envolve um conjunto de serviços, dentre eles cenários que vão desde vias de acesso transitáveis e bem sinalizadas, atrações naturais, locais para visitas, transporte, meios de hospedagem, gastronomia, bem como locais para compras e entretenimento, circulação de divisas, expansão do mercado de trabalho, tudo com a finalidade de lazer, interações com atividades esportivas, religiosas ou culturais/artísticas, negócios ou outros motivos. Por esta razão, é tratado como negócio, geração de renda e empregos diretos e indiretos, proporcionando também a interação e aproximação de pessoas de culturas e locais diferentes.

Desta forma, tendo-se por base de que o turismo se constitui numa das mais notáveis histórias de sucesso dos tempos modernos, desenvolveu-se o presente estudo sobre a

temática “*Turismo – uma alternativa de desenvolvimento sustentável para o estado de Alagoas*”, visando encontrar a realidade alagoana da atividade turística, articulada com o meio ambiente e a sustentabilidade.

Tendo por base, portanto, que em Alagoas, a partir da década de 80, ocorreu um crescente fluxo turístico, em vista suas potencialidades naturais, mas que em virtude da exploração inadequada, da falta de um planejamento eficiente e responsável, da inexistência de uma política voltada para o setor e os problemas de infra-estrutura desordenada, o Estado tem reduzido bastante o fluxo receptivo.

Apesar de apresentar como potencialidades geo-econômicas os seus 230Km de praias paradisíacas, os 200Km de rede fluvial, os 68Km² de belíssimas e exuberantes lagoas, apresentar um clima tropical com sol o ano inteiro, apresentar uma temperatura média de 25°C, ter todo um aparato com vocação para o turismo ecológico na mata atlântica, para o turismo étnico na Serra da Barriga pelo contexto histórico de Zumbi dos Palmares, aeroporto internacional, centro de convenções moderno, excelente rede hoteleira e todo um ambiente hospitaleiro e receptivo, mesmo assim, pela ausência de planejamento para implantar uma política consistente para o setor que esteja articulado com a educação ambiental, o meio ambiente e a sustentabilidade, além de descasos nas áreas de saúde pública, educação, acesso às rodovias, poluição das praias, rios e lagoas, dentre outros óbices, vê-se quão importante é efetuar um estudo acerca da realidade da atividade turística em Alagoas.

Assim, considerando-se o turismo como uma alternativa viável de crescimento econômico sustentável para o estado em questão, notadamente por estar localizado em uma região privilegiada no cenário econômico e geográfico regional, beneficiado por seu clima tropical e variedade de atrações turísticas no ambiente natural, rico e tradicional folclore, culinária típica, monumentos históricos e atividade artística proeminente.

Justifica-se, portanto, pela importância alagoana no contexto histórico, geográfico, econômico, artístico, cultural e, conseqüentemente, turístico visando a promoção de uma discussão acerca da importância da atividade turística como importante produto de exportação com a finalidade de analisar o desempenho e a potencialidade desta atividade econômica.

Procurando, pois, identificar os motivos que causaram o desaquecimento da demanda turística após a década de 80, quando o Estado deixou de ser o terceiro principal destino dos turistas do Nordeste, identificando as potencialidades, diagnosticando as necessidades e prognosticando as ações necessárias para a melhor desenvoltura da atividade turística em Alagoas.

Por esta razão, objetiva o presente estudo analisar a posição atual e a realidade do estado alagoano na participação do turismo do Nordeste e do Brasil, identificando a alternativa da atividade econômica do turismo para o desenvolvimento do Estado, observando-se a situação socioeconômica, o comportamento do mercado, os impactos provocados e a articulação da atividade com o meio ambiente e a sustentabilidade.

Desta forma, objetiva, ainda, ao efetuar levantamento de dados acerca da atividade na Secretaria de Turismo do Estado de Alagoas – SETUR-AL, da Secretaria de Planejamento por meio do Anuário Estatístico de Alagoas e de demais organismos ligados ao setor, bem como numa abordagem pessoal aos turistas numa pesquisa de campo, pretendendo levantar as potencialidades do Estado para a atividade turística, os reais problemas locais e a realidade encontrada.

Objetiva, por fim, efetuado tais levantamentos anteriormente mencionados, apresentar sugestões e apresentação de um prognóstico que identifique as ações necessárias para o restabelecimento do turismo como uma importante opção para o desenvolvimento da economia alagoana.

Metodologicamente o presente estudo foi desenvolvido em duas etapas.

A primeira etapa da pesquisa de natureza descritiva e documental, baseada nas fontes disponíveis em livros, revistas, publicações, sites da Internet e levantamentos realizados por entidades oficiais do setor turístico local, no sentido de formar o embasamento teórico necessário para o desenvolvimento do presente estudo.

Já a segunda etapa envolvendo um estudo de caso, onde uma pesquisa de campo foi desenvolvida no período compreendido entre 20 de novembro e 20 de dezembro de 2006, por meio de formulário identificado no questionário do Anexo I, envolvendo 200 turistas que emitiram suas impressões acerca da atividade turística de Maceió e Alagoas.

Preocupou-se, portanto, na primeira etapa da pesquisa em efetuar uma revisão da literatura destacando a importância do turismo no contexto econômico, social, educativo, cultural, ambiental e voltado para a sustentabilidade, enquanto que na segunda etapa da pesquisa, preocupou-se em levantar os problemas, dificuldades e necessidades para efetivar o turismo como importante atividade para Alagoas.

A partir disso, no primeiro capítulo abordou-se as questões do turismo global, envolvendo uma abordagem histórica e uma fundamentação conceitual acerca da atividade, o mercado e o desenvolvimento do turismo, bem como sua relação com o meio ambiente e a sustentabilidade.

No segundo capítulo preocupou-se em efetuar uma abordagem analítica acerca do turismo no Brasil, em Alagoas e, também, em Maceió.

Por fim, no terceiro capítulo tratou-se acerca da realidade turística de Alagoas, apresentando dados levantados na pesquisa de campo, comparando-os com os dados disponibilizados pelos organismos oficiais do setor, no sentido de emitir um diagnóstico e, posteriormente, um prognóstico acerca da atividade turística alagoana.

CAPÍTULO I

O TURISMO GLOBAL

1.1 Turismo: abordagem e fundamentação conceitual.

Encontrar um conceito ou definição para o turismo, indubitavelmente, é uma tarefa das mais árduas tendo em vista seus múltiplos aspectos nos diversos ramos. Basicamente conceitua-se o turismo como a ação de viajar com objetivos de recreação, descanso, cultura. O vocábulo vem do francês "*tourisme*", derivado de "*tour*", no qual etimologicamente está implícita a idéia de retorno. Pode ser encarado como um dos fenômenos mais significativos da atualidade, pela soma de setores de atividade que abrange e pelo número de pessoas sobre as quais atua. Seu crescimento adquire enormes proporções, não se podendo ignorar a importância que assume.

Em vista de tal questão, é conveniente efetuar uma abordagem histórica para se chegar a alguns dos conceitos, significados e definições abrangendo o tema, para poder visualizar um melhor entendimento sobre o turismo.

Encontra-se que a palavra turismo surgiu no século XIX, no entanto, constata-se que a sua atividade vem de épocas remotas, inclusive detectando-se o seu desenvolvimento nas civilizações mais antigas. Neste caso, é conveniente observar que o homem desloca-se realizando viagens desde o início dos tempos e, conforme anotado por Souza (2000), Lickorish & Jenkins (2000) e Sessa (1983), desde os mais remotos antepassados de forma

primitiva percorriam freqüentemente grandes distâncias em busca de caça que lhes fornecessem o alimento e os agasalhos necessários à sobrevivência.

Também Sartor (1997) e Andrade (2001) consideram que durante todo o curso da história as pessoas têm viajado para realizar transações comerciais, seja por motivos religiosos ou econômicos, nas guerras, nas migrações e por outras razões igualmente prementes.

Por sua vez, Beni (2002) chama atenção, por exemplo, para o fato de que nos tempos de Roma, os ricos aristocratas e os funcionários dos altos escalões do governo também viajam por prazer. Com isso, destaca Casimiro Filho (2002) que os balneários de Pompéia e Herculano proporcionavam aos cidadãos a oportunidade de se refugiarem em suas *villas* de veraneio para se protegerem da canícula do verão romano.

O desenvolvimento dos transportes fluviais e marítimos ao longo dos séculos, conforme Sartor (1997), propiciou maiores deslocamentos. E entre os modos de transportes existentes o fluvial é o mais antigo, sendo, pois, utilizado no deslocamento de grandes massas de produtos de baixo valor em relação ao peso e sua economicidade de operação depende quase exclusivamente dos custos de carga e descarga, bem como no transporte de pessoas.

Já a evolução do transporte marítimo, conforme Sessa (1983), é marcada pelo transporte intercontinental de passageiros, evoluindo na capacidade de embarcações, notadamente com o desenvolvimento das navegações ocorridas desde o séc. XV.

Com isso, entende Trigo (1995) serem as embarcações o mais antigo modo de transporte, começando com as embarcações à vela, depois substituídas por barcos a vapor por volta de 1800 e, posteriormente, por motor a diesel, pelos idos de 1920.

No tocante ao transporte ferroviário, conforme Casimiro Filho (2002), é aquele realizado em trilhos, com a utilização de trens em geral movidos a carvão/vapor, elétricos, magnéticos, dentre outros, conduzido de forma nacional, dentro de um país, ou internacional, abrangendo dois ou mais países. Para ele, foi a Inglaterra a pioneira quando, em 1825,

Stepherson, impulsionado pelas necessidades da industrialização construiu a primeira ferrovia pública do mundo, ligando Stockton a Darlington, empregando tração à vapor num percurso de 15Km a uma velocidade de 20Km/h. A exploração desse meio como transporte de passageiros e de cargas, foi importante na Revolução Industrial, pela deslocação de matérias primas de forma rápida e eficazmente e levando os produtos acabados a pessoas, a regiões distantes e aos países onde eram mais necessários. Foi importantíssima a sua contribuição, também, nas Primeira e Segunda Guerras Mundiais, na condução de homens e armas. Vale, ainda, ressaltar o fato de que foi o transporte ferroviário que proporcionou, em redor das estações ferroviárias, o nascimento e crescimento de vilas e cidades, empregando muitos milhares de pessoas, de cidades, regiões e até de países diferentes, contribuindo assim para aproximar diferentes povos e culturas.

Já os transportes rodoviários, conforme Lage & Milone (2000), devem ao fato do aparecimento do primeiro veículo motorizado, produzido com propósito comercial, que ocorreu em 1885, pelo alemão Karl Benz. O automóvel foi evoluindo até os dias atuais, formando excelente veículo de condução para pessoas se deslocarem aos mais diferentes lugares, isto porque, diferente de antigamente, hoje o automóvel possui características como conforto e rapidez, além de ser bem mais silencioso e seguro. Nos últimos anos, os carros vêm passando por inúmeras mudanças, e estas, os tornam cada vez mais cobiçados por grande parte dos consumidores.

Vê-se, desta forma, conforme enfatizado por Gorender (1999), Andrade (2001) e Lage & Milone (2000), as viagens intensificaram-se ao longo dos séculos, com exceção da era obscurantista, e em toda a história foram vitais para a evolução das civilizações.

Também ressaltam Haymond (1991), Rejonski & Costa (2003) e Pavot, Zaqual & Pires (2001), que foi a industrialização progressiva, as grandes aglomerações urbanas, os tipos de habitação, a carência de áreas para um repouso compensador, dentre outras que fazem as

causas do crescimento que, somadas às facilidades de comunicações e às conquistas sociais, deram margem a um desejo de locomover-se e conhecer novas paisagens que atingem massas cada vez maiores.

Mediante isso, observa-se a partir de Petrocchi (1998), Trigo (1995) e Rejonski & Costa (2003) que o turismo propicia, portanto, um melhor conhecimento entre os povos e, virtualmente, fortalece as relações internacionais.

Também é conveniente observar, segundo anotado por Sesa (1983), Solha (2004) e Gorender (1999) que, embora a atividade turística organizada só tenha tido início no séc. XIX, pode-se dizer que o turismo existe desde que a presença do turista se fez notar, em diferentes fases da história, tanto nas linhas de comunicação e meios de transportes empregados, como na organização prepara para recebê-lo. Os centros de peregrinação religiosa, as grandes rotas da seda, as estações balneárias do mundo antigo e medieval, as olimpíadas gregas são alguns exemplos relevantes. Além disso, merece acrescentar a iniciativa de viagens científicas explorando os oceanos Atlântico e Pacífico, realizadas por Thomas Cook em meados do século XVIII, nos Estados Unidos, e a criação do "*Individual Inclusive Tour - I.I.T*", por Bennet, em 1850, são marcos na história do desenvolvimento do turismo. Seguem-se a estes: a fundação de vários clubes alpinos, o britânico em 1857, o austríaco, suíço e italiano em 1863 e o francês em 1874; os primeiros festivais de música em Bayeuth e a fundação da Companhia de *Wagons-Lits*, ambos em 1876. Em 1891, a *American Express Company* lança o "*money order*", antecedente do atual "*traveller's check*", facilitando extraordinariamente o conforto e a segurança do viajante. Não apenas o grande número de aviões em tráfego, como navios, trens, automóveis, dentre outros meios aéreos, rodoviários e marítimos, bem como o aumento da sua capacidade de transporte formaram a evolução da atividade turística, mas também o aumento do número de acomodações a atrativos turísticos que desempenharam papel significativo no incremento do turismo.

Vê-se, então, que o turismo é uma conquista do século XIX, tendo surgido da melhoria dos níveis de renda de uma parcela da população, da redução das jornadas de trabalho, criando um aumento de tempo livre propício ao lazer, bem como o surgimento de oportunidades e alternativas, não podendo, porém, ser encarado como um fenômeno passageiro.

A atividade, entretanto, se intensifica a partir do século XX, notadamente a partir do advento da Segunda Guerra Mundial, quando houve a sua evolução articulada como consequência dos aspectos relacionados à produtividade empresarial, ao poder de compra das pessoas e ao bem-estar resultante da restauração da paz no mundo.

É conveniente mencionar que nos primeiros anos que se seguiram à Segunda Guerra Mundial, o crescimento do turismo se fez sentir, especialmente entre as camadas abastadas dos Estados Unidos, levadas pelo desejo de conhecer a Europa e assistir "*in loco*" às destruições causadas pela conflagração. Foi quando entre 1949, ano em quando milhões de pessoas cruzaram as fronteiras européias, e 1955, quando o aumento de turistas marcou, indubitavelmente, o começo do "*boom*" turístico. Além disso, observe-se que o transporte marítimo que se mantinha absoluto antes da guerra, foi pouco a pouco, sendo suplantado pela aviação; e esta, desde 1955, assegurou definitivamente o seu lugar como meio de transporte mais empregado, chegando aos dias atuais à extraordinária marca de milhares de aviões comerciais em operação no mundo inteiro.

Registra-se que entre 1960 e 1970, o movimento turístico mundial elevou-se de setenta e um milhões para cento e sessenta e sete milhões de visitantes espalhados por todo o mundo, segundo fontes da Organização Mundial do Turismo - OMT. Tal fonte explicita que os países com maior densidade turística correspondem aos de maior desenvolvimento econômico, isso por causa das excursões especiais, organizadas em grupos, e as viagens que incluem todos os gastos, que foram beneficiadas pelas chamadas tarifas reduzidas.

Destinando-se especialmente àquela parte do mercado mais sensível aos preços, principalmente às pessoas que viajam em férias profissionais, aliados aos progressos no campo da aeronáutica comercial, possibilitando que as viagens aéreas de turismo que têm a Europa como ponto de partida, 70% são feitas em aviões especialmente fretados - os "*charters*".

Observa-se, pois, com base nos dados explicitados pela OMT, que o turismo internacional, nos países em desenvolvimento, a exemplo do Brasil, e áreas fora da Europa e dos Estados Unidos, admite-se que a demanda mundial de viagens aumenta consideravelmente mais depressa do que a de mercadorias exportáveis, observando-se que as perspectivas relativas ao turismo internacional são muito mais favoráveis do que as de suas exportações tradicionais. E o turismo tende a fazer crescer mais a receita em divisas com as exportações.

A partir de tal evolução, o turismo passou a ser tratado, conforme Rodrigues (1999, p. 17), como sendo:

(...) incontestavelmente, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais, que movimenta, em nível mundial, um enorme volume de pessoas e de capital, inscrevendo-se materialmente de forma cada vez mais significativa ao criar e recriar espaços diversificados e é, certamente, um fenômeno complexo designado por distintas expressões: uma instituição social, uma prática social, uma frente pioneira, um processo civilizatório, um sistema de valores, um estilo de vida - um produtor, consumidor e organizador de espaços -, uma indústria, um comércio, uma rede imbricada e aprimorada de serviços.

Desta afirmação se apreende a amplitude que engloba o tema, tornando-o resultado de inúmeras pesquisas e estudos fundamentados na circulação de pessoas e o envolvimento de várias operações, tendo maior ênfase a de ordem econômica.

No âmbito das operações econômicas, as que são ligadas ao turismo se sobressaem em virtude do impacto que vem estimulando e desenvolvendo a atividade, com reflexos

positivos na formação do desenvolvimento econômico de regiões envolvidas nesta especialidade.

Num mundo globalizado, como o que se vislumbra atualmente, o turismo apresenta-se em inúmeras modalidades, sob diversas fases evolutivas, que podem ocorrer sincronicamente num mesmo país, em escalas regionais ou locais. Expande-se em nível planetário, não poupando nenhum território, atuando na cidade, no campo, na praia, nas montanhas, nas florestas, savanas, campos e desertos; nos oceanos, lagos, rios, mares e ares.

Por esta razão, o segmento turístico representa, hoje, uma das mais importantes formas de reprodução de capital e de captação de divisas no comércio internacional. É também reconhecido como uma atividade que se presta à lavagem de dinheiro do narcotráfico, do jogo, da sonegação de impostos, da corrupção, dentre outros malefícios sociais. No entanto, o turismo também é visto como um potencial capaz de gerar emprego em grande quantidade e receitas gigantescas, tornando-se uma das atividades econômicas de maior geração de renda no mundo. São fatores preponderantes para tal o aumento do tempo livre, a diversificação do setor de transporte, a segmentação do mercado turístico focalizada nas preferências das pessoas, um maior número de localidades entrando nesse setor, as melhorias nas tecnologias de comunicação, a conversão de elementos das localidades para produtos turísticos, a diminuição do número de pessoas nas famílias, a juvenilização dos mercados, o lazer da terceira idade, entre outros tantos.

Neste sentido, observa Lemos (1999, p. 130) que:

(...) o turismo deve ser entendido como uma atividade econômica com alto potencial de crescimento, e é com essa compreensão que ele poderá ser estimulado. E que no ambiente econômico atual, é evidente o acirramento da competitividade sobretudo pelo aumento do grau de exigência dos consumidores e por causa do processo de abertura econômica mundial.

Mais aprofundadamente, conforme a visão de Naisbitt (1994, p. 31) acrescenta-se que em virtude de sua ampla utilização nos dias de hoje, "*(...) o turismo é a mais promissora atividade do mundo. Ela é alimentada pelo progresso das telecomunicações, tem a força que está ensejando a imensa economia global e capacitando seu poder multiplicador*".

Assumindo tal importância, observa-se a ênfase usada por Ruschman (1997, p. 9) ao declarar que:

(...) o turismo contemporâneo é um grande consumidor da natureza e sua evolução das últimas décadas, ocorreu como conseqüência da busca do verde e da fuga dos tumultos dos grandes conglomerados urbanos pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com ambientes naturais durante seu tempo de lazer.

Tem-se, pois, com tais posições recolhidas na revisão da literatura, a amplitude que a temática turismo engloba no seu complexo desenvolvimento. Além disso, há ainda que se observar pela ótica do turista, que segundo Lemos (1999, p. 128), objetiva "*(...) obter o máximo de satisfação pelo menor custo*".

Há que se considerar também a menção feita por Sessa (1983, p. 28) quando explicita que "*(..) no turismo o epicentro do fenômeno é de caráter humano, pois são os homens que se deslocam e não as mercadorias*".

Diante de tal perspectiva conceitual, encontra-se que o turismo está na pauta das alternativas de crescimento econômico e que por suas características possui diferentes formas de acordo com o número de pessoas em circulação, pautadas com o objetivo da viagem, com os meios de transportes, com a localização geográfica, com a idade dos viajantes, com os preços e a classe social.

Nesta direção, Martins (1991, p. 33) destaca que:

(...) a industrialização, a tecnologia, as conquistas trabalhistas no campo específico das relações entre patrões e empregados, a aglomeração urbana nas metrópoles, a angústia psicológica do cotidiano, junto ao desejo de evasão e o aumento do lazer propiciado pela automação industrial, permitiram ao homem de hoje o direito ou a necessidade de

viajar, de mudar de ambiente, de conhecer e de participar da vida de outras comunidades, de outras regiões físicas e culturais, num verdadeiro nomadismo contemporâneo.

Tem-se, pois, com isso, que a atividade turística se processa envolvendo inúmeros equipamentos, ferramentas, articulações e peculiaridades, levando-se a observar que, segundo Lemos (1999, p. 105), tais atividades "*(...) podem ser inseridas no setor terciário da economia, pois as empresas que atuam diretamente neste setor são consideradas prestadoras de serviço*". Assim sendo, para se produzir tais serviços são utilizados produtos de outros setores da economia que são chamados de bens intermediários. Assim, a dimensão dos impactos do turismo são constatados pela sua amplitude na economia.

Por esta razão, o setor turístico abrange uma grande diversidade de capital sendo composto por muitos bens de patrimônio público, requerendo investimentos feitos pelos governos municipais, estaduais e federal, como contrapartida do capital externo ao processo de decisão de investir. Ainda é conveniente acrescentar os interesses políticos envolvidos e as necessidades dos cidadãos, como as de saúde, de lazer, de negócios e de educação, por exemplo.

Assim, passa-se a entender que, como afirma Barreto (1991, p. 48), "*(...) o turismo é essencialmente o movimento de pessoas e atendimento às suas necessidade, assim suprindo às necessidades das outras pessoas que não viajam*", observando-se, assim, como um fenômeno onde se realiza a interação do turista com o núcleo de exposição da atividade. Torna-se, por isso, numa atividade multidisciplinar que, em sua expressão global, não chega a ser formada apenas por pessoas que viajam nem se realiza pelos bens e serviços que são oferecidos e utilizados, para ser, ainda, o complexo processo onde se realizam as relações múltiplas pautadas nos aspectos econômico, sociológico e até político. Comprova-se tal condução ao se perceber a ocorrência da industrialização progressiva, os grandes aglomerados urbanos, os tipos de habitação, a carência de áreas para um repouso compensador, sendo, pois,

estas, uma das causas do crescimento turístico que, somadas às facilidades de comunicações e de locomoção, do desejo de conhecer novas paisagens atingindo massas cada vez maiores, são fatores para impulsionarem o crescimento da atividade.

É necessário mencionar que o turismo é um sub-setor econômico e, em sentido estrito, é um segmento que se constitui atualmente em um vetor de crescimento econômico, uma vez que além de envolver a demanda a nível regional, nacional e internacional, oferece uma série de bens e serviços típicos da sua natureza. E, entre estes se incluem hotelaria, restaurantes, diversões, dentre outras atividades, além da infra-estrutura, como rodovias, portos, pontes, aeroportos, estradas de ferro, eletricidade, abastecimento de água, esgotos, transportes urbanos e comunicações. Tudo isso compõe um quadro, no conjunto de serviços destinados a promover, organizar, receber, orientar e hospedar os contingentes humanos que se deslocam com objetivos turísticos.

Tal constatação leva à observação de Barreto (1999, p. 30) considerando que: "(...) *por ser uma atividade que necessita ser fomentada por políticas públicas não só como uma fonte de divisas mas também como uma saudável prática de lazer*", portanto, sua ação gera renda e possibilita o desenvolvimento, principalmente naquelas áreas que possuem atrativos característicos sejam naturais ou artificiais. No entanto, alerta Rodrigues (1999, p. 30) que essa atividade "(...) *não deve ser vista como única alternativa de valorização para regiões de economia deprimida, mesmo onde a riqueza dos recursos potenciais justifique 'a priori' sua exploração*", carecendo, assim, de um planejamento e de uma política voltada para a sustentabilidade, capaz de acomodar interesses da comunidade e da iniciativa exploradora.

1.2. O mercado turístico

O mercado turístico, conforme Lemos (1999) e Souza (2000) é identificado como o conjunto de troca e de contatos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos. Essas relações podem ser: entre fornecedores e as empresas do setor; entre as operadoras turísticas e os hotéis, as empresas de transportes e outros serviços turísticos; entre as operadoras e as agências; entre as agências e os turistas; entre os turistas e as empresas da localidade receptora; e entre a localidade receptora e as localidades emissoras. Vê-se, portanto que essa etapa envolve desde o inventário da infra-estrutura turística potencial, as definições dos elementos do composto turístico, da escolha de uma estratégia de marketing, dos investimentos necessários, da conscientização da comunidade receptora, do treinamento de pessoal das empresas, das fontes de investimentos públicos e privados, da participação do *trade*, de definição dos preços, do retorno esperado, dentre outras.

Pelo visto, um mercado constitui-se, assim, de forças de oferta e de demanda. E, conforme Lemos (1999), as empresas (oferta) relacionam-se entre si e com os consumidores (demanda). Mas também o governo interfere na dinâmica do mercado. Suas ações interferem nos preços das empresas, em seu nível de produção e no emprego por elas gerado. As leis estabelecidas também interferem na produção e no emprego, como por exemplo: plano diretor das cidades, o orçamento aprovado pelo Congresso ou pela câmara municipal, a legislação sobre importação e exportação, dentre outros.

As infra-estruturas turísticas, pelo que se pode ver, são os equipamentos turísticos, ou seja, instalações básicas para o turismo sem as quais ele não existe e que são construídas quase exclusivamente visando o segmento, como hotéis, alojamentos, etc. Os serviços turísticos, que são os serviços que justificam a sua existência quase exclusivamente em virtude do turismo, quais sejam, equipamentos, guias, hospedagens, transportes;

equipamentos de apoio, identificados como instalações que existem para atender outras necessidades da comunidade, tais como posto de gasolina, farmácias, etc. Os serviços de apoio, que aqueles que atendem outros segmentos da sociedade mas são usados pelo turista, tais como alimentação, assistência médica, etc. E a infra-estrutura de acesso, que são as estradas, aeroportos, ou portos; e a infra-estrutura básica urbana, que são as ruas, água, esgoto, etc.

Já os recursos turísticos são aquelas matérias com as quais se planeja atividades turísticas. Os naturais, ou seja, os que já existiam na natureza antes da intervenção do homem, podem ser: geomorfológicos, envolvendo o litoral, lagoas, correntes, relevos; biogeográficos, como agrupamentos animais e vegetais. E os mistos, quais sejam, de combinações tanto geomorfológicas quanto biogeográficas. Os recursos culturais são criados pelo homem, seja a partir da natureza ou de qualquer outra atividade humana. Os recursos históricos, tais como jazidas arqueológicas, patrimônio tombado, artefatos; contemporâneos não-comerciais, a exemplo de obras de arte, museu, autódromos, etc. E os recursos contemporâneos comerciais, como os parques de diversões, balneários, clínicas de montanha, de cultura, etc.

Os naturais são permanentes, mas requerem conservação e preservação sob pena de se esgotarem; muitas vezes estão em lugar de difícil acesso o que torna suas explorações difíceis e dispendiosas, correndo-se o risco de descaracterizar a região através da infraestrutura necessária ao estabelecimento do núcleo; e sua identificação requer conhecimentos de geologia, botânica, biologia e física, entre outros, e visão para prever o sucesso de um tal empreendimento.

Os culturais são criados pelo homem com outra finalidade que não turística; necessitam de conservação e preservação; se modificados perdem seu valor; é difícil a sua identificação visto que, quem determina o que é histórico ou não, tem critérios que nem

sempre obedecem à mesma lógica; e uma vez identificados, o poder público preocupa-se com a sua preservação.

1.3. Turismo X Desenvolvimento

Visto pelo lado dos países em desenvolvimento, a oportunidade turística é menos freqüentemente ocultada nas estratégias de desenvolvimento, sobretudo porque ela representa, geralmente, uma alternativa decisiva, um último recurso ante as desilusões encontradas pelos outros setores econômicos. As análises sobre o emprego turístico não podem chegar a uma conclusão mais unívoca: dependendo de um lado, da criação abundante de empregos, notadamente indiretos "artesanato, comércio, construção, diversos serviços, alimentação, etc", elas sublinham, por outro lado, a precariedade destes trabalhos considerando condições de sazonalidade, absenteísmo, subqualificação e sua ligação freqüente com o setor informal.

É conveniente observar que o processo de desenvolvimento se delinea a longo prazo, tendo em vista os obstáculos, oportunidades, ameaças, problemas de infra-estrutura, educação, dentre outros, sobretudo nas regiões em claro declínio, ou com exploração inadequada dos recursos naturais, produtivos, patrimoniais ou históricos, bem como na falta de meios, nomeadamente financeiros, de líderes e de técnicos profissionais, notadamente agentes de desenvolvimento, gestores, coordenadores e promotores. Isto quer dizer, portanto, que são muitos os obstáculos ao desenvolvimento em base local, várias dificuldades ligadas ao meio institucional e local.

O desenvolvimento local assenta na revitalização e diversificação da economia, capaz de fixar e atrair população, de ocupar a população potencialmente ativa, com êxitos econômicos, profissionais e sociais, de valorizar produções, de renovar as habitações e as

aldeias, de assegurar melhores condições de vida, em particular aos idosos (lares de terceira idade, centros diários, apoio domiciliário).

O crescimento econômico identificado com o aumento global da produção e de riqueza importa o desenvolvimento, que é simultaneamente econômico e social e também territorial, e que envolve processos de mudança estrutural, produção social significativa, redistribuição mais equilibrada da riqueza, melhoria dos rendimentos, das condições de vida e das expectativas, sobretudo dos grupos sociais menos favorecidos.

O desenvolvimento e difusão de culturas ecologistas forçou o reconhecimento dos efeitos ambientais da nova agricultura e conduziu à formulação de novas políticas, mais atentas à extensificação, à qualidade da produção (da alimentação e da vida) e à permanência da ocupação do território; forçou a mudança de objetivos das ajudas, muito menos dirigidas aos preços e muito mais orientadas diretamente para a manutenção dos rendimentos; e forçou o reconhecimento da multifuncionalidade da atividade e dos conflitos inerentes: produção de bens, mas sobretudo de bens com qualidades, relativas e específicas; conservação do ambiente, preservação da paisagem humana e vegetal, com retenção da população e redução dos bolsões de pobreza e desemprego industrial e urbano, conservação da diversidade genética, inserindo-se o setor na economia não apenas pela produção, mas cada vez mais pela valorização destas outras funções (ambiental e social).

Há no geral, mudanças perceptíveis quanto aos rendimentos, os níveis de vida e estrutura socioeconômicas nos locais de destino, carecendo do desenvolvimento de novas atividades, novos promotores, novas formas e ritmos de trabalho e de distribuição dos rendimentos. Mas existem três conceitos-chave que se destacam, de importância gradual, de forma negativa como impactos: aculturação, perversão, subversão. De um lado, o desenvolvimento incontrolado de certas práticas turísticas pode ter efeitos sociais muito temidos, como, notadamente, as novas extensões do turismo sexual e, muito particularmente,

os da prostituição infantil. De outro lado, a que se considerar o fato aculturação na difusão das grandes mídias ou a emigração para o estrangeiro.

Proteger os recursos e os lugares para as gerações futuras conduz, inevitavelmente, a limitar a carga de freqüentação e, portanto, não dominando a massa e os ritmos, as demandas potenciais.

As estratégias valorizam os aspectos global, holísticos, integrado (horizontal e verticalmente), transetorial e sistemáticos, abrangendo todas as dimensões da vida econômica e social local e do espaço, e valorizam a parceria, com mobilização de vários atores e associações, incluindo agentes externos, portadores de recursos diversos (saber, criatividade, poder, capital ou facilidade de inserção no mercado).

1.4. Relação Turismo X Meio Ambiente

A relação do turismo com o meio ambiente, conforme Ruschmann (1997), Rejonski & Costa (2003) e Zimmermann (1996), possui três fases distintas, sendo a primeira, a partir século XVIII, conhecida como a pioneira pela descoberta da natureza e das comunidades receptoras. Já a segunda, ocorrida entre o final do século XIX e início do século XX, onde foi desenvolvido um turismo dirigido e elitista. Por fim, a fase terceira que tem seu período determinado entre os anos 50, tendo seu apogeu nas décadas de 70 e 80, quando se deu a trajetória do turismo de massa.

TABELA I
FASES DA RELAÇÃO DO TURISMO COM O MEIO AMBIENTE

FASES	CARACTERÍSTICAS
FASE I	A pioneira pela descoberta da natureza e das comunidades receptoras.
FASE II	Ocorrida entre o final do século XIX e início do século XX, onde foi desenvolvido um turismo dirigido e elitista.
FASE III	Entre os anos 50, tendo seu apogeu nas décadas de 70 e 80, quando se deu a trajetória do turismo de massa.

Fonte: Ruschmann (1997).

Atualmente, em muitos países entrou-se numa fase na qual o turismo passa a considerar os problemas do meio ambiente. Depois da metade dos anos 80, distingue-se um outro período, no qual as práticas turísticas e de lazer da fase precedente perde a sua amplitude. O turismo de natureza ou o turismo ecológico ocorre na maioria das localidades turísticas estabelecidas e, nas novas, evita-se a ocupação de todos os espaços.

Historicamente, conforme anotado por Zimmermann (1996), a preocupação com a proteção do meio ambiente teve início nos contextos urbanos, em que um planejamento equivocado do desenvolvimento colocou em risco e em muitos lugares até aniquilou a qualidade de vida de certos povos. No entanto, é preciso observar que em sua dinâmica, o desenvolvimento qualquer que seja, representa o resultado final de uma série de desequilíbrios, pelo planejamento, em nome de um crescimento equilibrado, onde pode ocorrer predações e destruições até de importantes mecanismos de crescimento, que são os efeitos de indução e sinalização do mercado. Os empresários potenciais somente se lançam em novos empreendimentos sob condições especiais, com altas taxas de lucro ou por esforços concentrados e dirigidos. Isso se deve à industrialização tardia. Os países subdesenvolvidos permaneceram durante séculos produzindo bens primários para exportação e não detinham tradição na indústria.

Por outro lado, o aumento da demanda derivada pode provocar inúmeros desequilíbrios, como a elevação dos preços, em face da escassez da oferta, mas esse fator pode servir de estímulo ao aumento de produção, ou à pesquisa de produtos substitutos. O desequilíbrio leva à realização de pesquisas tecnológicas. A estratégia de industrialização vista até o presente, sugerem que o desenvolvimento econômico apresente-se como um processo de crescimento articulado entre suas diferentes partes. Por conseguinte, o subdesenvolvimento representa a desarticulação dos diferentes setores e regiões de uma economia, predominando a dependência e a assimetria. Em suma, a estratégia do crescimento

desequilibrado ou concentrado postula que os investimentos devem ser efetuados em setores selecionados, com maiores chances de sucesso e possibilidades de encadeamento do produto e do emprego, e não em um grande número de atividades em bloco, como estabelece a estratégia de crescimento equilibrado ou diversificado.

Ampliando o cenário, a busca pela sobrevivência ocasionou mudanças econômicas e sociais. Por exemplo, o desenvolvimento da medicina e a mudança dos hábitos de alimentação e higiene, têm reduzido a taxa de mortalidade e aumentado a esperança média de vida ao nascer. O controle da natalidade continua precário nos países subdesenvolvidos, sobretudo nas camadas de baixa renda, tanto por ignorância e pobreza, como por tradição religiosa. A pressão demográfica aumenta os gastos de consumo da sociedade, que são amortecidos, contudo, pela concentração de renda que geralmente acompanha o crescimento industrial acelerado.

Em suma, todas as ocorrências então aqui narradas ocorrem em um meio, seja no desenvolvimento econômico, no planejamento urbano, na ação das pessoas e na vida, enfim. Este meio fica sujeito a uma série de intervenções que atuam indiscriminadamente provocando os mais diversos impactos. Para prevenir os impactos ambientais, notadamente do turismo, como na degradação dos recursos e a restrição do seu ciclo de vida, é preciso concentrar os esforços em um desenvolvimento sustentável não apenas do patrimônio natural, mas também dos produtos que se estruturam sobre todos os atrativos e equipamentos turísticos.

O desenvolvimento sustentável, para a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, recebe a conceituação de processo de transformação, onde a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação da evolução tecnológica e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas. Tal preocupação nasceu em face da gravidade dos

problemas ambientais identificados em todo o planeta, quando a Assembléia Geral das Nações Unidas, criou a referida Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, com o objetivo de formular uma lista com as mudanças necessárias para que todo o mundo alcançasse um desenvolvimento sustentável. Tanto é que em seu relatório de 1987, *Nosso futuro comum*, a Comissão Mundial expressou, com grande otimismo, que o mundo conseguiria resolver seus problemas ambientais e de desenvolvimento econômico desde que o planejamento em ambas as esferas - a econômica e a ambiental - fosse intimamente integrado. E este documento conceituou o desenvolvimento sustentável como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras satisfazerem suas próprias necessidades. Considera-se, neste documento, que as necessidades dos pobres são prioritárias; que, por desenvolvimento entende-se o progresso humano, em todas as suas facetas, ou seja, cultural, econômica, social e política; que deve ser possível a todos os países, sejam eles desenvolvidos ou em desenvolvimento; que essa sustentabilidade não é rígida, antes deve admitir a possibilidade de mudanças, às quais se reage com adaptações; e que está implícita uma preocupação com a igualdade social entre as pessoas de uma mesma geração e entre as pessoas de uma geração e outra.

Muitos outros documentos, a exemplo da Agenda 21 originada na ECO-92, a Carta da Terra, convenções, congressos, consignaram tais propostas inscritas no *Nosso futuro comum*. E sob esta ótica, o desenvolvimento econômico e o bem-estar do homem dependem dos recursos da terra. O desenvolvimento sustentável é simplesmente impossível se for permitido que a degradação ambiental continue. E isto quer dizer que os recursos da terra são suficientes para atender às necessidades de todos os seres vivos do planeta se forem manejados de forma eficiente e sustentável. Além disso, há que se compreender que tanto a opulência quanto a pobreza podem causar problemas ao meio ambiente.

Por esta razão, para Ferreira (2005, p. 45), o “*desenvolvimento econômico e o cuidado com o meio ambiente são compatíveis, interdependentes e necessários. A alta produtividade, a tecnologia moderna e o desenvolvimento econômico podem e devem coexistir com um meio ambiente saudável*”, defendendo que a chave para o desenvolvimento é a participação, a organização, a educação e o fortalecimento das pessoas. O desenvolvimento sustentável não é centrado na produção, é centrado nas pessoas. Deve ser apropriado não só aos recursos e ao meio ambiente, mas também à cultura, história e sistemas sociais do local onde ele ocorre. Deve ser equitativo, agradável. Nenhum sistema social pode ser mantido por um longo período quando a distribuição dos benefícios e dos custos - ou das coisas boas e ruins de um dado sistema - é extremamente injusta, especialmente quando parte da população está submetida a um debilitante e crônico estado de pobreza.

Em conformidade com o Relatório Geo Brasil (BRASIL, 2002), por exemplo, como em todos os outros setores, são enormes os desafios a sustentabilidade nas cidades brasileiras. O próprio processo de expansão urbana nas últimas quatro décadas, fruto de um intenso êxodo rural e de disparidades regionais de renda, determinou a ocupação desordenada do solo pelas populações de baixa renda, migrantes que, em seguida, passaram a pressionar os governos pela implantação de todas as infra-estruturas sociais, tais como educação, saúde, habitação, abastecimento de água, saneamento, transporte, drenagem, limpeza urbana, segurança, lazer.

Coincidindo esse processo com a deterioração progressiva das finanças públicas, levou ao não atendimento da maior parte das demandas e a uma situação caótica nas metrópoles e outras grandes cidades, já que interesses políticos e econômicos contribuíram para a legalização dessa expansão, o que gera direitos sociais não atendidos. E, com isso, impõe-se, portanto, uma reforma urbana que comece pela reordenação do uso do solo e pelas

descentralizações administrativas, acompanhadas de um processo participativo que permite à sociedade influir nos rumos e fiscalizar a aplicação de recursos.

Vê-se, pois, que dentre outros tantos desafios para equidade, o desafio da sustentabilidade impõe mudanças nos sistemas de limpeza urbana, adoção de políticas que induzam à redução do lixo, a começar por uma legislação que, abrangendo todo o ciclo do produto, leve os produtores a receber de volta embalagens e sucatas e contribua para baixar o consumo de recursos naturais. Outro desafio estará na área do abastecimento de água e saneamento básico, antes que estabeleçam mecanismos de regulação e controle.

1.5. O turismo sustentável e o ecodesenvolvimento

Para entender o turismo sustentável é essencial que se entenda que sustentável quer dizer algo que pode se sustentar. No entanto não é possível que algo se sustente se tudo que o envolve não está funcionando com o mínimo de organização. Por isso, observa-se que desde o século XVIII, segundo Ruschmann (1997), que o turismo era caracterizado pela descoberta da natureza e das comunidades receptoras. A partir daí, foram surgindo novas nomeações e projetos baseados em fazer turismo. Sem uma devida organização e preocupação, os impactos sobre o meio ambiente, começaram a aparecer e com o passar dos tempos os mesmos foram objeto de estudos e então começaram a ser pesquisados em inícios da década de 1980 e, também, por falta de conhecimento da complexa relação do turismo com o meio ambiente e a falta de coordenação entre a política de desenvolvimento e a política ambiental houve um descaso onde a conservação ambiental era vista como oposição à política de desenvolvimento. No entanto, hoje, ainda com muitos estudos, prevalece uma visão mais inteligente, ou seja, a de que o conceito de desenvolvimento sustentável está ligado diretamente ao de proteção ambiental.

Assim sendo, o desenvolvimento sustentável, portanto, é uma política que visa salvaguardar o ambiente e a qualidade de vida na comunidade regional, por conseqüência, um desenvolver econômico e ecologicamente sustentável, onde a conservação e preservação ambiental são meta que garante às gerações futuras, empregos, distribuição de renda; enfim, melhoria de vida em seu sentido mais amplo, ou seja, no planeta.

Conforme Barreto (2000), o paradigma do desenvolvimento sustentável aplicado ao planejamento do turismo de natureza, atualmente, é considerado também, no planejamento com base no legado cultural. Ciente disso, este estudo considera que a comunidade, principalmente a sua maioria marginalizada, precisa recuperar a auto-estima e dignidade para, assim, poder se engajar em propostas turísticas em torno das quais possam se mobilizar, em prol da recuperação/aquisição de renda mínima, da saúde e nutrição, da educação e capacitação técnica e dos valores culturais.

Já segundo Ruschmann (1997), encontra-se, na literatura especializada, diversos textos que discorrem sobre a sustentabilidade aplicada ao turismo, fomentando a discussão sobre a integração entre o uso turístico e preservação do meio ambiente e, alertando, ainda, sobre a responsabilidade social na instalação de empreendimentos, voltados não somente para o lucro, mas também para proporcionar a melhoria da qualidade de vida das populações fixas de núcleos receptores. E, conforme Dias (2003), o já mencionado relatório produzido pela Comissão Brundtland (*Nosso Futuro Comum*) apresentou pela primeira vez uma definição mais elaborada do conceito de "Desenvolvimento Sustentável", procurando estabelecer uma relação harmônica do homem com a natureza, como centro de um processo de desenvolvimento que deve satisfazer às necessidades e às aspirações humanas. Enfatiza que a pobreza é incompatível com o desenvolvimento sustentável e indica a necessidade de que a política ambiental seja parte do processo de desenvolvimento e não mais uma responsabilidade setorial fragmentada.

Para Almeida e Blós (1997), o desenvolvimento sustentável não é apenas um estado de harmonia, mas um processo de mudança no qual a exploração dos recursos, a orientação dos investimentos, os rumos do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional estão de acordo com as necessidades atuais e futuras. Este conceito parece dar a idéia de uma busca de integração sistêmica entre diferentes níveis da vida social, ou seja, entre a exploração dos recursos naturais, o desenvolvimento tecnológico e a mudança social. Entretanto, há ainda uma dúvida em relação a qual ator/agente caberia definir parâmetros valorativos e políticos capazes de nortear essa integração.

Daí, portanto, vê-se que o turismo deve ser fomentado como atividade complementar, de forma a se obter um desenvolvimento sustentável das áreas escolhidas, evitando situações de sobre exploração de recursos e de perda de originalidade e autenticidade dos locais visitados. E isso para Ruchmann (1997), o conceito de turismo ligado a sustentabilidade foi desenvolvido para evitar os riscos que a condução inadequada da atividade pode provocar no meio ambiente. O turismo sustentável, segundo a autora mencionada, é a perfeita triangulação entre as destinações (seus habitat e habitantes), os turistas e os prestadores de facilidades para os visitantes. Com isso, torna-se um grande desafio, para capacidade das forças sociais envolvidas na luta por novas formas, fazer o desenvolvimento sustentável referente à reintegração dos múltiplos usos da terra que melhor respondam à noção de sustentabilidade e às necessidades locais, regionais e nacionais. Para Almeida e Blós (1997), estes esforços não têm sido promissores, o que se constitui em um desafio para aqueles que estão empenhados na busca do desenvolvimento sustentável.

Desta forma, conforme Sartor (1977, p. 19), como "*o turismo é considerado um fenômeno ligado à civilização moderna. É entendido como uma atividade temporal do homem fora de sua residência habitual, por razão diferente daquela de exercer uma atividade remunerada*" e que, com o passar dos tempos foi evoluindo acompanhando a emergência

tecnológica e revolução que se procedeu no campo do trabalho, por esta razão, conforme Ansarah (2001, p. 30), “(...) *o turismo deve ser direcionado para o desenvolvimento sustentável, conceito essencial para alcançar metas de desenvolvimento sem esgotar os recursos naturais e culturais nem deteriorar o meio ambiente. Entende-se que a proteção do meio ambiente e o êxito do desenvolvimento turístico são inseparáveis*”. É a partir disto que surge o conceito de turismo sustentável, sendo, pois, entendido como aquele que ocorre em harmonia com a natureza e que visa a conservação dos recursos naturais para as gerações futuras. É o que Swarbrooke (2000, p. 19) entendendo como as formas de práticas do turismo “(...) *que satisfaçam hoje as necessidades dos turistas, da indústria do turismo e das comunidades locais, sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades*”.

Mediante isso, encontra-se que o turismo sustentável apresenta vários benefícios para o ambiente natural, pois, conforme Swarbrooke (2000, p.14), estimula uma compreensão dos impactos do “(...) *turismo nos ambientes natural, cultural e humano; incorpora planejamento e zoneamento assegurando o desenvolvimento do turismo adequado à capacidade de carga do ecossistema; demonstra a importância dos recursos naturais e culturais e pode ajudar a preservá-los*”. Com isso, observa-se que o turismo sustentável deve garantir a proteção dos recursos naturais das áreas e também gerar renda para as mesmas, a fim de tornar esta preservação possível.

Sendo assim, passa-se para a abordagem da importância do turismo no crescimento econômico do Brasil.

CAPÍTULO II

O TURISMO NO BRASIL E EM ALAGOAS

2.1. O turismo no Brasil

É notório que alguns países perceberam o potencial do turismo como gerador de emprego e renda. Por esta razão, há tendências claras que projetam o turismo como uma das principais atividades humanas da atualidade, uma vez que o aumento do tempo livre, o barateamento do transporte aéreo, a melhora do mercado turístico focalizada na preferência das pessoas, a melhora nas tecnologias de comunicação, a conversão de elementos das localidades para produtos turísticos, a diminuição do número de pessoas nas famílias, a juvenilização dos mercados e outros tantos fatores propulsionaram essa atividade.

A exemplo disso, observa-se que o turismo brasileiro se destaca pelas dimensões continentais com grandes áreas contínuas de florestas intocadas, é influenciado por variáveis econômicas, políticas e sociais, é onde habita o maior número de espécies de fauna e flora do planeta e que, conforme Agnes (2006), Sousa (2006) e Paiva (2002), apesar dos graves casos de devastação das florestas, é considerado o alicerce para o equilíbrio ecológico e climático da Terra.

Conforme Zimmermann (1996) e Rejowwski (1996), o turismo em massa surgiu no Brasil na década de 1970, como uma alternativa viável e importante de desenvolvimento, geração de empregos e rendas.

Segundo Zimmermann (1996), naquela época, a indústria do turismo acreditou que o Brasil, por apresentar um acervo ambiental deslumbrante, bastaria para satisfazer a todas as

exigências do mercado internacional. Em decorrência dessa visão, o modelo da década de 1970 fracassou devido à falta de profissionalização, às crises econômicas e à falta de consciência de três fatores para um desenvolvimento harmônico e sustentável do turismo, que são: a preservação do meio ambiente natural e cultural, como aconteceu na Europa pela maior densidade e pelo projeto Costa do Sol; a consciência da importância dos programas de qualidade na prestação de serviços e o reconhecimento da necessidade de formação de mão-de-obra qualificada em todos os níveis e nos diversos segmentos de lazer e turismo.

De acordo com dados fornecidos pela Organização Mundial do Turismo (OMT), o Brasil recebeu 3.155.000 turistas estrangeiros em 1998. O presidente da Embratur enviou uma complementação de dados para a OMT que foi aceita e inserida como anexo no "*Tourism Highlights 1999*", onde o número de entrada de turistas estrangeiros, no mesmo ano, cresceu para 5.558.000 turistas, em virtude da mudança na metodologia de contagem. Esses dados confirmam a tendência dos últimos anos do crescimento do turismo brasileiro e refletem a consolidação de políticas para o setor que tiveram sucesso razoável.

Desta forma, conforme dados recolhidos da Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR (Brasil, 1994), o país possui 8.547.403 km² de área, abrangendo 47,9% da América do Sul e assumindo uma condição de quinto país do globo em extensão, só superado apenas pela Rússia, Canadá, China e Estados Unidos. Possui clima, predominantemente tropical, abrigando florestas equatoriais e tropicais, manguezais, pantanais. Também é uma das maiores economias da América Latina e, comparando-se com alguns países das Américas, pode-se perceber claramente que há uma discrepância entre o tamanho, a capacidade econômica, o potencial natural do país e o seu aproveitamento turístico e representatividade no turismo internacional.

Numa avaliação acerca do espaço geográfico brasileiro, conforme dados recolhidos do Ministério do Meio Ambiente (Brasil, 2002), o Brasil possui 26 estados, sendo estes 16 litorâneos e 10 interioranos, além do Distrito Federal.

Em documento da Embratur (Brasil, 1994), encontra-se que o litoral brasileiro compreende uma área de 7.400 km² de extensão, com vastas praias de areias brancas, sendo o estado do Piauí o que possui o menor litoral e a Bahia o mais extenso, com 923 km. Seus extensos litorais, banhados na maior parte pela Corrente Marítima do Brasil¹, podendo ser freqüentado, em alguns locais, todos os meses do ano.

A Embratur (Brasil, 1994), antiga Empresa Brasileira de Turismo, é hoje um instituto responsável pela promoção do turismo brasileiro, tentando atualmente consolidar e qualificar a posição brasileira no cenário internacional e buscando novas promoções no mercado, diretor e responsáveis deste instituto vêem a grande capacidade que o turismo tem economicamente, faz parcerias a fim de que os resultados sejam bastante satisfatórios. Assim, criada em 18 de novembro de 1966, como Empresa Brasileira de Turismo, passou à condição de instituto em 28 de março de 1991, quando adotou a denominação atual. E com a criação do Ministério do Turismo em janeiro de 2003, a EMBRATUR passou a cuidar exclusivamente da promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.

Conforme dados estatísticos recolhidos no Anuário Estatístico da Embratur (Brasil, 2006), o Brasil recebeu em 2005 cerca de 5.358.170 turistas estrangeiros, sendo 3.938.063 por via aérea, representando 73,5%; sendo 80.362 por via marítima representando 1,59%; 1.314.143 via terrestre representando 24,5%; e 25.602 por via fluvial representando 0,5%.

¹ Corrente equatorial do Atlântico Sul formada por massa de água que se desloca em direção e com velocidades determinadas como um rio que corre dentro da massa oceânica.

A importância do turismo como fonte de receita para o Brasil, segundo Paiva (2002), aos poucos está sendo reconhecida, tendo em vista o repasse de recursos referentes à restauração de patrimônio histórico de diversas cidades do país. A preocupação com o meio ambiente também tem se tornado evidente.

No entanto, em conformidade com Graner e Veríssimo (2006), só no ano de 2006, compreendendo o período de janeiro a novembro, o Brasil bateu recordes na recepção de turistas, representando números extraordinários jamais registrado no turismo brasileiro. Apesar disso, conforme Paiva (2002), Casimiro Filho (2002) e Solha (2004), há que se considerar que mesmo que o turismo represente pouco do PIB nacional, há que se observar fatores que influenciam negativamente na busca por melhores números e dados na atividade, em vista da falência das instituições públicas e a desproporção territorial, somando-se aos problemas econômicos provenientes da dívida externa volumosa, de políticas econômicas ineficazes e sucessivas, têm aprofundado nos últimos anos do déficit público, tendo como consequência a má distribuição de riquezas e à injustiça social que continuam compondo o achatamento histórico dos salários, prejudicando os mais pobres, e proporcionando o aumento da violência social e criminalidade.

Outro dado importante, conforme Silha (2004), é a falência das instituições públicas e as desproporções territoriais que são também consideradas como responsáveis pela instabilidade social, política e econômica, gerando insegurança, tanto nas comunidades receptoras nacionais, quanto nos interesses de países emissores.

No contexto de insegurança, instabilidade, corrupções, o desrespeito às crianças e adolescentes pobres, segundo Casimiro Filho (2002), situações essas que denigrem mais a imagem do país, tornando-o portador de um quadro político-econômico e social delicado, apresentando prejuízos em sua imagem perante a comunidade internacional, pois o turismo

desenvolve-se melhor onde há estabilidade nessas áreas. As pessoas são sensíveis a determinados problemas em viagens, especialmente aos que afetam sua segurança.

Desta forma, visualizando a situação do país, conforme Yazigi (1996), Barreto (1991) e Cazes (1999), torna-se necessário um cenário de estabilidade econômica, social e política para atrair turista e também uma melhor identificação não só da oferta já existente, como do potencial que precisa ser dimensionado e investimentos no setor, visando atender de forma satisfatória aos interesses dos visitantes.

Observando-se, pois, um cenário isento de guerras, terrorismo, catástrofes e de inverno rigoroso, com litoral exuberante de belas praias e clima tropical, estes e outros fatos são considerados para entender que o Brasil é um grande e promissor destino turístico. No entanto, conforme dados da OIT (Brasil, 2006), o país é o 30º destino turístico do mundo, havendo, pois, um imenso problema com segurança pública, desqualificação da mão-de-obra, desníveis sociais e econômicos, pobreza povoando todas as dimensões territoriais, analfabetismo, dentre outros graves problemas, fazendo com que, segundo a OMT que o Brasil represente 1% do PIB mundial. Outro dado importante é que, apesar do crescimento, os vôos charter equivalem a apenas 7% do total do Brasil (Brasil, 2006).

Os grandes desafios para o desenvolvimento pleno do turismo no país, segundo Macedo (1996), Rabahy (2003) e Rodrigues (2002), são a preservação ambiental, a qualidade dos serviços turísticos e a capacitação profissional em larga escala e em todos os níveis. E, para os autores, o turismo no Brasil ainda precisa especializar-se e principalmente de investimentos para desenvolver o grande potencial e assim conquistar novos mercados.

Para Rabahy (2003), atualmente os problemas e dificuldades sócio-econômicos acabam por conduzir a nação à carência de recursos para os estudos de planejamento ambiental, e à falta de fiscalização e controle da destruição das florestas. Geralmente, essa situação ocorre com objetivos econômicos, para o desenvolvimento das atividades ligadas à

agricultura e à pecuária. Contudo, pouca ou nenhuma atividade econômica apresenta condições intrínsecas tão propícias, para a conciliação do desenvolvimento com o meio ambiente, quanto o turismo.

2.2. Turismo em Alagoas

Alagoas é um Estado que se encontra inserido no Nordeste setentrional brasileiro, que possui uma área de 27.933Km², reunindo 102 municípios com uma população estimada em 2.713.203 habitantes, dentre os quais, mais de 700 mil residem na capital, segundo dados da FIBGE (1999). E conforme Barbosa (1999), o Estado está situado no hemisfério sul-ocidental, ao leste da Região Nordeste do Brasil, numa posição abaixo da linha do equador entre 09.º07'50" de latitude e 37.º46'01" de longitude. O litoral alagoano tem 236Km de extensão e se destaca por suas praias paradisíacas. A cor do mar se notabiliza pela variação de tonalidade das águas, ora esverdeadas ora de intenso azul, proporcionando uma beleza diferente. Alagoas com mais de 2,7 milhões de habitantes, tem recebido, nos últimos anos, visitantes de várias partes do Brasil e do exterior.

Quanto ao aspecto geográfico, Lindoso (2000, p. 44) assinala que:

O que caracteriza geograficamente Alagoas é a existência de uma rede potâmica que cobre toda a sua extensão, composta de 11 grandes vales que correndo sentido dos meridianos (...) Entre esses longos vales potâmicos se situam inúmeros rios menores e lagoas, que formam mais que os rios maiores a rede hídrica que cobre toda Alagoas.

Com isso, vê-se que Alagoas se forma como uma distinção geográfica sobre a qual se veio criar, historicamente, uma distinção cultural, considerando ser esta situada na grande depressão que leva, ao “*vale do rio São Francisco, estendendo-se estreitamente entre o montado orográfico de oiteiros e serras do Alto Jacuípe*”, e que se espalha ao sul numa linha de elevação da qual “*a serra dos Guaribas é o ponto de máxima altitude e as terras baixas*

que antecedem o litoral”, tomando a forma de um triângulo trancado, conforme recolhido nas pesquisas realizadas por Lindoso (2000, p.45). Assim sendo, Alagoas é um Estado de dimensões territoriais pequenas, porém privilegiado pela natureza, onde o mar e as lagoas dominam a paisagem e se constituem numa das mais procuradas destinações turísticas.

No período de introdução da cultura canavieira, Alagoas fazia parte da capitania de Pernambuco, torna-se, apenas, comarca em 1711 e separa-se de Pernambuco em 1817, tornando-se capitania, quando essa separação é feita como represália do governo central à Revolta Pernambucana. Assim, por força do alvará de 16 de setembro de 1817, Alagoas se constituía capitania independente de Pernambuco, resultado da campanha na revolução pernambucana.

Assim, segundo Espíndola (2001, p. 214), *“Por carta régia de 15 de julho de 1818 foi determinado ou ordenado a Sebastião Francisco de Mello Povoas, nomeado governador da nova capitania”*. Mais tarde, com a independência do Brasil, em 1822, é transformada em província. E mesmo na República, Alagoas mantém suas características econômicas e sociais do passado colonial: economia agrícola baseada na produção canavieira na Zona da Mata e algodoeira no Agreste de baixa industrialização.

O Estado alagoano é dividido em quatro regiões bem definidas, quais sejam: o Litoral, a Zona da Mata, o Agreste e o Sertão, cada uma com a sua peculiaridade. É no Litoral alagoano onde estão os principais focos turísticos do Estado. O litoral alagoano tem 236Km de extensão e se destaca por suas praias paradisíacas. A cor do mar se notabiliza pela variação de tonalidade das águas, ora esverdeadas ora de intenso azul, proporcionando uma beleza diferente. E, conforme Suruagy & Wanderley Filho (2000, p. 299), nessa zona geográfica, *“(…) Dois grandes projetos turísticos estão sendo implantados: o Costa Dourada no norte; e o Paraíso das Águas, no sul do Estado”*.

O Litoral Norte do Estado é onde foi inserido no Projeto Costa Dourada, com cerca de 100 Km promovendo infra-estrutura local com incentivos fiscais e financeiros para investidores privados, criando-se o corredor turístico que liga Maceió ao município de Maragogi, fronteira do Estado com Pernambuco, assinalado por praias belíssimas, algumas ainda primitivas, que se notabilizaram pela cor de suas águas, areias alvas e densos coqueirais (ALAGOAS, 2004).

Partindo de Maceió rumo ao Litoral Norte, encontra-se, inicialmente, o município de Paripueira, que já foi vila de pescadores, hoje região de veraneio com as praias Costa Brava e Sonho Verde, além do Parque Municipal Marinho de Preservação do Peixe-boi (ALAGOAS, 2004).

Logo em seguida vem a Barra de Santo Antonio, cortada pelo rio Santo Antonio e onde se encontra a Ilha da Croa, as praias de Carro Quebrado e Tabuba, esta última na foz do rio Sapucaí. Logo após, Passo de Camaragibe, com suas praias Barra de Camaragibe, dos Morros e Marceneiro. Em seguida, São Miguel dos Milagres, com a praia Porto da Rua, dentre outras primitivas. Logo após, Porto Calvo banhada pelo rio Manguaba e contando com as praias Porto de Pedras e Japaratinga. E, por fim, Maragogi, já próxima à divisa estadual, o que lhe confere ser uma cidade localizada entre Recife e Maceió, com excelente estrutura hoteleira, contando com as praias Barra Grande, Burgalhau, Peroba e São Bento (ALAGOAS, 2004).

O Litoral Sul, onde está sendo desenvolvido o projeto Paraíso das Águas, começa em Marechal Deodoro, antiga capital do Estado e berço proclamador da República, o que levou a cidade a ser tombada pelo patrimônio histórico nacional pelo seu acervo arquitetônico riquíssimo, criado pelos colonizados portugueses e missionários franciscanos, conferindo valor histórico inestimável. É banhada pelas lagoas Mundaú e Manguaba, além de ser

conhecida pelas rendeiras do artesanato desenvolvido em labirinto e filé. É na cidade de Marechal Deodoro onde está instilado o Pólo Cloroalcoolquímico (ALAGOAS, 2004).

Na extensão do Litoral do Sul são encontradas ainda a Barra de São Miguel, que nasce nas águas do rio Niquim e onde se registrou aldeamento primitivo dos índios Caetés, e é agraciada pela exuberância natural, tornando-a a mais badalada cidade balneária do Estado. Em seguida vem Roteiro, com a praia do Gunga, atração turística do Estado. Depois, São Miguel dos Campos, com solo e subsolo rico em petróleo, gás, açúcar e álcool, além da pecuária, com um litoral que é embelezado pelos lagos Lagoa do Jequiá, Lagoa Azeda e Jacarecica. Mais adiante vem o município de Coruripe, formado pelas praias de Miai de Baixo e de Cima, Pontal do Coruripe e pelas lagoas de Jequiá, Escura, Guaxuma, Vermelha e lagoa do Pau. Este município conta com a Cooperativa de Pindorama, os viveiros de camarão Capiatã e o parque industrial da Usina Coruripe. Logo após vem o município de Feliz Deserto, com a atração turística da praia do Maçunim, preparando para a cidade de Piaçabuçu, com o Pontal do Peba, artesanato e a foz do São Francisco, chegando, enfim, ao extremo sul do Estado, à cidade de Penedo, patrimônio artístico-cultural do Brasil (ALAGOAS, 2004).

Conforme visto, tanto no Litoral Norte como no Sul, existem belas praias, lagoas e rios que divisa com Pernambuco, em Maragogi ao Norte, e com a cidade histórica do Penedo, às margens do Rio São Francisco, ao Sul, com o Estado de Sergipe (ALAGOAS, 2004).

Na Zona da Mata alagoana é encontrada a predominância do cultivo da cana-de-açúcar, que ocupa uma área de cerca de 538 mil hectares, representando 69,3% da área cultivada na região. E, segundo Suruagy & Wanderley Filho (2000:298), a zona da mata é:

(...) Dotada de rios perenes e de melhor solo para o cultivo agrícola, é a região mais rica do Estado. A cana-de-açúcar ali impera e, em conseqüência, todo o parque industrial sucro-alcooleiro existente possibilita a criação de um grande mercado de emprego, com absorção de maior volume de mão-de-obra.

Há que se observar que a atividade açucareira em Alagoas, conforme Carvalho (2000), atravessou sucessivas crises ao longo desses cinco séculos. Mas sempre conseguiu manterem-se, com seus engenhos e depois usinas e garantir a produção de açúcar para exportação e o consumo interno. E esta observação é a partir do fato de que é o terceiro menor Estado do país e que fica na região Nordeste, com a economia estadual dependente da agricultura, especialmente da cana-de-açúcar e do algodão. A cana-de-açúcar é a cultura mais importante, colocando o Estado na condição de terceiro maior produtor e exportador de açúcar do país. Além disso, Alagoas é rico em recursos minerais, possuindo reservas de gás natural com um volume aproximado de 15 bilhões de m³. Dispõe também de importantes reservas de calcário cristalino, dolomito, amianto, salgema, argila, cobre, ferro, água mineral (ALAGOAS, 2004; ESPINDOLA, 2001).

Considerando até o presente momento, o processo de evolução econômica do Estado toma por base o setor primário e suas principais culturas: cana-de-açúcar, coco, mandioca, feijão, fumo, milho, algodão, frutas tropicais e que, possuindo cerca de 70% de sua área totalmente cultivada, segundo Suruagy & Wanderley Filho (2000, p.299), “(...) *índice somente encontrado nas regiões mais ricas do Brasil, é um Estado privilegiado pela sua grande potencialidade econômica*”. A base atual da indústria alagoana tem como principais gêneros: açúcar/álcool, cimento, têxtil, fertilizantes, química, termoplásticos, produtos alimentares, laticínios, cerâmica, metalúrgica e mobiliária (ALAGOAS, 2004).

Já o agreste é a área de transição entre a zona da mata, região úmida e cheia de brejos, e o sertão semi-árido. Nessa sub-região, os terrenos mais férteis são ocupados por minifúndios, onde predominam as culturas de subsistência e a pecuária leiteira (ALAGOAS, 2004). O agreste alagoano é a região caracterizada por altitudes maiores que chegam a alcançar 600 metros no planalto da Borborema em sua porção norte, representando a transição entre as áreas úmidas e o semi-árido. O clima em geral é tropical quente e semi-árido. A

topografia não é uniforme, varia desde áreas planas aptas para mecanização a áreas impróprias para exploração agrícola. Assim, no agreste encontra-se a região fumageira que, segundo Suaruary & Wanderley Filho (2000, p. 299), é “(...) *o maior plantio de fumo, em área contínua, de todo Brasil. São dez municípios que giram sua economia em torno dessa cultura agrícola*”.

No sertão, uma extensa área de clima semi-árido. As atividades agrícolas sofrem grande limitação, pois os solos são rasos e pedregosos e as chuvas, escassas e mal distribuídas. A vegetação típica é a caatinga. O rio São Francisco é a única fonte de água perene (ALAGOAS, 2004). É a área incluída no polígono das secas, nela encontrando, segundo Suruagy & Wanderley Filho (2000, p. 299), em Alagoas, a “(...) *maior bacia leiteira do Nordeste e uma fábrica de tecidos, no município de Delmiro Gouveia*”. Assim, é nesta região que é encontrado o cultivo da pecuária leiteira que ocupa 295 mil hectares de terra, correspondendo a cerca de 97,7% da área destinada para este tipo de atividade.

No tocante ao setor turístico, passamos a analisar dos dados a seguir, compreendendo o período de 2002/2005, fornecidos pela Secretaria de Turismo – SETUR-AL (Alagoas, 2005).

TURISMO EM ALAGOAS 2002/2005

ALAGOAS	2002	2003	2004	2005
Fluxo Global	1.334.433	1.518.927	1.427.883	1.651.170
Mercado Consumidor	11.796.387	11.786.873	15.149.838	19.203.107
Receita Gerada (R\$)	549.169.468,01	592.980.845,41	1.052.528.524	1.244.510.629
Renda Gerada Impacto no PIB-AL RS	990.767.620,61	999.493.852,36	1.644.664.270	1.947.055,63
Impacto no PIB AL	5,09%	5,93%	5,43%	7,57%

Fonte: SETUR-AL, Maceió, 2005.

Por este demonstrativo observa-se um crescimento regular dessa atividade no estado alagoano, considerando as variáveis de fluxo global, mercado consumidor, receita gerada, receita gerada com impacto no PIB-AL e o percentual de impacto no PIB-AL no período de 2002/2005.

Considerando o comparativo da taxa de ocupação, permanência média e fluxo hoteleiro/global dos anos 2000/2002, observa-se uma variação crescente registrada no demonstrativo abaixo:

TABELA III

COMPARATIVO DA TAXA DE OCUPAÇÃO, PERMANÊNCIA MÉDIA E FLUXO HOTELEIRO/GLOBAL – 2000/2002.					
VARIÁVEIS	ANOS			VARIACÃO	
	2000	2001	2002	02/01	02/00
TAXA DE OCUPAÇÃO	69,2%	68,5%	57,0%	-16,79%	-17,63%
PERMANÊNCIA MÉDIA	4,2	4,3	3,3	-23,26%	-21,43%
FLUXO HOTELEIRO	260.926	342.830	384.139	+12,05%	+47,22%
FLUXO GLOBAL	613.943	833.731	889.622	+6,70%	+44,90%

Fonte: Secretaria Executiva de Turismo – SETUR/Gerência de Estudos e Pesquisas, 2003.

Observando-se o mesmo comparativo para o triênio 2001/2003 encontra-se a perspectiva de crescente variação, registrada no demonstrativo abaixo:

TABELA IV
COMPARATIVO DA TAXA DE OCUPAÇÃO, PERMANÊNCIA MÉDIA E FLUXO HOTELEIRO/GLOBAL - 2001/2003

VARIÁVEIS	ANOS			VARIACÃO	
	2001	2002	2003	03/02	03/01
TAXA DE OCUPAÇÃO	68,5%	57,0%	54,4%	- 4,56%	- 20,58%
PERMANÊNCIA MÉDIA	4,3	3,3	3,5	+ 6,06%	- 18,60%
FLUXO HOTELEIRO	342.830	384.139	357.758	- 6,87%	+ 4,35%
FLUXO GLOBAL	833.731	889.622	1.012.618	+ 13,83%	+ 21,46%

Fonte: Secretaria Executiva de Turismo – SETUR/Gerência de Estudos e Pesquisas, 2004.

Observando-se os dados recolhidos pela BOH – FNRH – Pesquisa de Demanda Turística – Boletim de Receita e Despesa/Sefaz (Alagoas, 2005), encontra-se a variação ascendente na taxa de ocupação, permanência média e fluxo hoteleiro global, correspondente aos anos 1999/2004, conforme demonstrativo abaixo:

TABELA V
COMPARATIVO DA TAXA DE OCUPAÇÃO, PERMANÊNCIA MÉDIA E FLUXO HOTELEIRO/GLOBAL – 1999/2004:

VARIÁVEIS	ANOS					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
TAXA DE OCUPAÇÃO	64,6%	69,2%	68,5%	57,0%	54,4%	61,9%
PERMANÊNCIA MÉDIA (Hotéis)	3,9	4,2	4,3	3,3	3,5	3,7
FLUXO HOTELEIRO	267.781	260.926	342.830	384.139	357.758	372.868
FLUXO GLOBAL	595.069	613.943	833.731	889.622	1.012.618	951.922

Fonte: BOH – FNRH – Pesquisa de Demanda Turística – Boletim de Receita e Despesa/Sefaz, 2005.

Em dados recolhidos junto à Secretaria Executiva de Turismo – AL (Alagoas, 2005), encontra-se o crescimento de número de leitos em Maceió, correspondendo ao período de 1990/2004, comprovando-se, portanto, as perspectivas ascendentes no setor hoteleiro e na atividade turística local, conforme demonstrativo abaixo:

TABELA VI
CRESCIMENTO DO Nº DE LEITOS EM MACEIÓ - 1990/2004

CATEGORIAS	ANOS		Crescimento	2004 ²	Crescimento
	1990	2004 ¹			
5 Estrelas	196	412	110,20%	1.727	781,12%
	1984	2004 ¹	Crescimento	2004 ²	Crescimento
4 Estrelas	582	872	49,83%	1.841	216,32%
3 Estrelas	609	872	43,18%	1.503	146,80%
2 Estrelas	655	809	23,51%	1.368	108,85%
1 Estrela	155	60	- 61,29%	680	338,71%

Fonte: SETUR-AL, Maceió, 2005. Nota: ¹- crescimento dos hotéis que eram classificados; ²- crescimento dos hotéis que eram classificados e mais os que teriam condições de serem classificados nas respectivas categorias.

Observando-se os dados recolhidos na Secretaria Executiva de Turismo – SETUR –AL (Alagoas, 2005), verifica-se o fluxo hoteleiro em Maceió e Alagoas, conforme demonstrado no quadro a seguir:

TABELA VII

FLUXO HOTELEIRO EM MACEIÓ E FLUXO GLOBAL EM MACEIÓ E EM ALAGOAS			
ANOS	FLUXO HOTELEIRO MACEIÓ	FLUXO GLOBAL MACEIÓ	FLUXO GLOBAL ALAGOAS
1990	131.963	329.908	494.862
1991	131.196	327.990	491.985
1992	101.338	253.345	380.018
1993	131.249	336.536	504.804
1994	125.851	322.695	484.043
1995	129.155	331.167	496.751
1996	104.546	275.121	412.682
1997	187.035	492.197	738.296
1998	223.298	515.697	773.545
1999	267.781	595.069	1.071.124
2000	260.926	613.943	1.105.097
2001	342.830	833.731	1.500.716
2002	384.139	889.622	1.601.320

Fonte: BOH's/PESQUISAS DE DEMANDA TURÍSTICA. SETUR-AL, Maceió, 2005.

Nestes dados levantados, Maceió representa mais de 56% do que circula no estado alagoano, ficando o restante para os municípios de Arapiraca, Delmiro Gouveia, Olho D'Água das Flores, Palmeira dos Índios, Pão de Açúcar, Rio Largo, Santana de Ipanema, União dos Palmas e Murici no interior do estado; Barra de Santo Antonio, Japaratinga, Maragogi, Paripueira, Passo de Camaragibe, Porto de Pedras, São Luis do Quitunde e São Miguel dos Milagres no Litoral Norte; e Barra de São Miguel, Coruripe, Jequiá da Praia, Marechal Deodoro, Penedo, Piaçabuçu, Piranhas e São Miguel dos Campos no Litoral Sul.

A variação percentual, 2004/2005, dos principais mercados emissores nacionais para o Estado de Alagoas no Fluxo Global foi: São Paulo, 32,04%; Rio de Janeiro, 7,66%; Minas Gerais, 42,75%; Bahia, -1,01%; Ceará, -20,4%; Pernambuco, -2,86%; Sergipe, -4,93%; Rio Grande do Sul, 34,14%; Brasília, 28,15%; Paraná, 29,13%; Santa Catarina, 6,31%; Pará, 30,78%; e outros estados, 17,60%, segundo dados da SETUR-AL (Alagoas, 2005).

E a variação percentual, 2004/2005, dos mercados emissores internacionais para Maceió, no Fluxo Global, foi: Argentina, 1,24%; Uruguai, 26,00%; Chile, -7,68%; Estados Unidos, -36,36%; Canadá, -1,88%; Costa Rica, 66,67%; Portugal, -21,01%; Itália, -62,66%; Espanha, -21,42%; Alemanha, -63,09%; Inglaterra, -42,48%; Japão, -36,84%; outros países, 47,89%, conforme informações da SETUR-AL (Alagoas, 2005).

Atualmente, conforme Martins (1991), o turismo está sendo considerado uma atividade prioritária não só por ser a que melhor distribui renda entre a população, mas por ser o Estado naturalmente vocacionado para o turismo.

Ao Litoral Norte do Estado, por exemplo, foi inserido no Projeto Costa Dourada e é assinalado por praias belíssimas, algumas ainda primitivas, que se notabilizaram pela cor de suas águas, areias alvas e densos coqueirais. No Litoral Sul existem belas praias, lagoas e rios que confirmam o slogan "Paraíso das Águas" que divisa com a cidade histórica do Penedo, às margens do Rio São Francisco.

O folclore alagoano tem origem nos três elementos colonizadores do povo brasileiro, ou seja, o branco, o negro e o índio. As manifestações folclóricas acontecem durante todo o ano, de acordo com o período festivo. O Estado, segundo estudiosos, possui vinte e nove variedades de danças vinculadas a festejos natalinos, festas religiosas e carnavalescas. Entre os folguedos mais conhecidos destacam-se os do período natalino, como o pastoril, o guerreiro, a taieira, as baianas, os reisados, a marujada, o presépio, a cavallhada, além das festas religiosas com destaque para Mané do Rosário e os bandos, e os carnavalescos

como Cambindas, Negras da Costa, Samba do Matuto, Caboclinhos, bem como os torés de índio e de Xangô e as danças de São Gonçalo, Coco Alagoano e Rodas de Adultos. Das importantes manifestações cantadas e dançadas, se sobressai a Quadrilha, o Coco de Roda e Banda de Pífanos, como também os famosos violeiros e repentistas encontrados nas praias divertindo os turistas.

A culinária é saborosa e diversificada no Estado. Os frutos do mar encabeçam o cardápio alagoano, seja em simples restaurantes à beira da lagoa ou em requintados na orla marítima da capital. É composta de peixes, crustáceos e mariscos preparados à base de leite de coco em sua maioria. As carapebas e cavalas fritas, lagostas, camarões, siris, sururu, maçonins e as tradicionais peixadas com pirão regadas com molho de pimenta. O sururu, molusco rico em fosfato, pescado nas lagoas, é servido na casca, ao capote, ensopado no leite de coco e ao vinagrete, indispensável no cardápio alagoano. A feijoada, os cozidos, a galinha de cabidela, a buchada e os churrascos são iguarias encontradas no dia a dia do alagoano em restaurantes da cidade. As iguarias de origem indígena e africana, como a tapioca, cuscuz de milho, massa puba, arroz doce, batata doce, inhame e macaxeira com carne de sol, beijú, grude de goma, pé-de-moleque, munguzá, canjica e pamonha costumam ser servidos nos cafés da manhã ou jantares. Além disso constam ainda as frutas nordestinas como a jaca, a manga, o abacaxi, a pitanga, o sapoti, a pinha, a graviola, o caju, o cajá, a acerola, entre outras. A maioria é transformada em sucos, sorvetes e doces. Também é comum saborear o caldo-de-cana, a água de coco, o coquetel de abacaxi, caldinhos e batidas de frutas tropicais de sabores inigualáveis. O cardápio alagoano exerce fascinante atração e curiosidade por parte dos turistas, que não dispensam a degustação desses pratos exóticos da culinária local.

O artesanato é rico e vem se tornando um dos mais procurados por sua rara beleza. Destacam-se os trabalhos em rendas e bordados, em palha, madeira e cerâmica. As rendas e bordados, verdadeiras obras de arte, tem seu ensinamento transmitido de mãe para filha,

atravessando gerações. O filé, uma renda alagoana, é produzida em Maceió e Marechal Deodoro; o labirinto, em Marechal Deodoro; o redendê e ponto de cruz, em Porto Real de Colégio, Traipú e São Braz; boa-noite, em Pão de Açúcar; e as não menos famosas, rendas de bilro, em São Sebastião. Os traçados em palha ouricuri chamam muito a atenção por sua leveza, perfeição e beleza. São facilmente encontrados no litoral sul, em Coruripe, Piaçabuçu e Feliz Deserto. São cestos "Moisés", porta-copos, porta-jóias, jogos americanos, bolsas e sacolas. As esculturas em madeira têm seu público fiel e são réplicas de bicho da fauna brasileira e os santos. Os bichos são produzidos em Boca da Mata e os santeiros em Arapiraca e Penedo.

Quanto ao turismo cultural, a arquitetura antiga está distribuída em monumentos históricos distribuídos em diversas cidades do interior e da capital.

Alagoas, conforme Martins (1991), precisa de investimentos não só em infraestrutura, como em entretenimentos, se fazendo necessário uma retomada política neste sentido, para que possa favorecer a exploração sustentável dos recursos turísticos no Estado, proporcionando mais uma opção de receita aos cofres públicos, bem como uma reutilização mais contundente da vocação turística.

Além disso, a exemplo do que se pode detectar de problemas no desenvolvimento da atividade turística brasileira, tais como pobreza, desigualdade social, analfabetismo, infraestrutura inadequada, poluição, insegurança, concentração de renda, dentre outros problemas que afetam não só o Brasil, como a atividade turística em Alagoas. Tais problemas já foram assinalados nos estudos de Martins (1991) e Souza (2000), formando verdadeiros óbices para melhor condução da política de desenvolvimento do turismo em Alagoas.

2.3. O Turismo em Maceió

O Município de Maceió foi criado em 1815 e em 1839 passou a ser a capital do Estado, substituindo Marechal Deodoro. Possui uma altitude de 16m, 09.º39'57" de latitude e 35.º44'07" de longitude. Como capital do Estado e seu principal centro comercial, industrial e de serviço, estende sua influência econômica por todo território alagoano. Atualmente, uma das fontes geradoras de renda na capital, sobretudo nos períodos de alta estação, tem sido o turismo, dado a sua caracterização material, como praias, lagoas e alguns hotéis-fazenda.

Maceió, assim como outra qualquer capital brasileira, tem sofrido com a instabilidade econômica, por conta disso, parte da população vem descobrindo o turismo como uma fonte de renda promissora, a exemplo de outros Estados da região Nordeste.

Dados estatísticos fornecidos pela SETUR-AL demonstram o desenvolvimento do turismo em Maceió.

TABELA VIII
TURISMO MACEIÓ

MACEIÓ	2002	2003	2004	2005
Fluxo Global	889.622	1.012.618	951.922	1.100.780
Mercado Consumidor	7.864.258	7.857;912	10.009.892	12.802.071
Receita gerada (R\$)	457.641;223,34	494.150.704,51	877.107.104	1.037.092.191
Fluxo Hoteleiro/Mercado emissor		318.009	325.041	396.404
Movimento aeroporto/Embarque		265.255	322.589	398.153
Aeroporto desembarque		265.976	319.298	391.390

Fonte: SETUR-AL, Maceió, 2005.

Segundo dados recolhidos da própria SETUR-AL (Alagoas, 2005), hoje, a rede hoteleira da cidade dispõe de aposentos e leitos em quantidades compatíveis com o fluxo turístico, os preços variam de acordo com a disponibilidade financeira, tendo, ainda, pousadas e albergues que atendem parte da população.

A cidade mistura o antigo e o moderno, onde o mar beira a calçada da praia mostrando toda a sua beleza. A hospitalidade está enraizada na alma de seu povo, com suas danças, trejeitos, gestos e modo de falar. Sempre foi admirada por suas belas praias, mantendo uma posição privilegiada entre as cidades mais visitadas do Nordeste, entretanto, com o crescimento populacional e a migração de pessoas da zona rural para a capital, foi-se fazendo necessário uma melhoria na infra-estrutura, na organização hoteleira, na limpeza das ruas, no aumento de restaurantes e em projetos de valorização cultural da região.

A cada dia o aumento de fluxo turístico em Maceió, induz a todos os setores, uma melhor organização de seus serviços, melhoria infra-estrutural e qualificação dos profissionais das diversas áreas que trabalham direta e indiretamente, para a atividade, fazendo desta forma com que a cidade disponha de novos empreendimentos, repense a questão do aumento da industrialização na capital com a implantação de novas empresas, gerando renda para a comunidade, inclusive, com a arrecadação de mais impostos, incentivando desta forma o crescimento econômico da cidade.

Com a evolução turística do Município de Maceió, segundo dados da SETUR-AL (Alagoas, 2005), o setor informal foi surgindo como uma fonte de renda para uma considerável parte da população. Já o setor formal, vem se estruturando a cada dia para atender quantidades maiores de turistas da melhor forma possível.

Considerando alguns entraves, vislumbra-se na cidade de Maceió um contexto turístico satisfatório, onde, ainda, as entidades envolvidas carecem de um posicionamento mais efetivo, visando o aproveitamento sustentável do panorama favorável a tal atividade, possibilitando, assim, o aproveitamento de todas as potencialidades disponíveis para uma plenitude da ação turística, colhendo todos os seus frutos.

O turismo em Maceió precisa de maior atenção do poder público. Em curto prazo são necessários investimentos na infra-estrutura englobando setores como transportes, no

sentido de proporcionar melhores condições de vida, tentando impulsionar centros de ensino para a qualificação da mão-de-obra disponível para melhor atender o turista, entre outras ações integradas na área social, cultural, ambiental e econômica.

Maceió é o município com maior infra-estrutura e melhor índice 0,739 de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), conforme dados recolhidos na Secretaria de Administração (ALAGOAS, 2005). Assim, Maceió fica em primeiro lugar dentre os 101 municípios do estado quando Alagoas possui índice de 0,583; é o 25º entre os 1.787 municípios do Nordeste que possui uma média de 0,610; e o 2.164º dentre os 5.507 municípios do Brasileiro, cuja média nacional é de 0,699. No entanto, Maceió possui ainda altas taxas de desnutrição infantil: 11,6% das crianças até dois anos apresentam sinais de desnutrição, como baixo peso e estatura abaixo do ideal.

Os problemas verificados no turismo brasileiro e alagoano refletem de forma igualmente problemática no turismo de Maceió, onde insegurança, poluição, infra-estrutura inadequada, analfabetismo, concentração de renda, dentre outros, inibindo pois o desenvolvimento da atividade na localidade.

CAPÍTULO III

A REALIDADE TURÍSTICA DE ALAGOAS

3.1. Universo da pesquisa/amostra

Para efetuar uma investigação acerca da percepção do turismo alagoano, realizou-se uma abordagem acerca da impressão e avaliação do turista na indagação da situação visualizada da realidade encontrada em Alagoas.

A abordagem contou inicialmente com o recolhimento de dados disponíveis na Secretaria de Turismo de Alagoas – SETUR-AL e da Secretaria de Planejamento do Estado de Alagoas – SEPLAN, esta última, por meio dos dados disponibilizados no Anuário Estatístico de Alagoas, visando a coleta de tais dados efetuar comparativos e complementações aos estudos pretendidos no presente trabalho.

Mediante o exposto e visando apresentar um diagnóstico da realidade local, o presente estudo apurou os dados recolhidos na SETUR-AL e na SEPLAN-AL, realizando, ainda, a título comparativo e de complementação, uma pesquisa de campo entre os dias 20 de novembro a 20 de dezembro de 2006, envolvendo a distribuição do formulário questionário do Anexo I, entre duzentos (200) turistas que se encontravam em terras alagoanas.

Desta forma o universo da pesquisa/amostra compreende a indagação a 200 (duzentos) turistas que se encontravam em Alagoas, no período de 20 de novembro a 20 de dezembro de 2006, por meio de instrumento identificado no questionário do Anexo I.

Após a aplicação do formulário em questão, passou-se à avaliação e análise dos dados obtidos.

3.2. Metodologia aplicada

Tratando-se de um estudo de caso, a presente pesquisa de campo é de natureza descritiva, exploratória, documental e qualitativa/quantitativa.

Partindo-se do princípio de que a pesquisa é o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico, no sentido de descobrir respostas para problemas mediante procedimentos científicos, foi desenvolvido inicialmente um estudo de natureza exploratória, a partir da revisão da literatura aqui exposta com base nas diversas fontes bibliográficas disponíveis.

Na compilação bibliográfica foi determinado o tema-problema do trabalho, analisando criteriosamente a atualização deste tema e sua exeqüibilidade, visando à revisão da literatura pertinente através de seleção das fontes para enriquecer o texto e proporcionar maior clareza e autoridade sobre o assunto.

Além da pesquisa bibliográfica, efetuou-se uma pesquisa documental por meio do recolhimento de dados disponíveis na Secretaria de Turismo de Alagoas – SETUR-AL e da Secretaria de Planejamento do Estado de Alagoas – SEPLAN-AL, no sentido de levantar dados sobre a realidade da atividade turística e efetuar, posteriormente, comparações e complementações com os estudos desenvolvidos.

Em seguida, realizou-se a pesquisa de campo, cujo método de avaliação de desempenho foi desenvolvido com base na distribuição de um formulário questionário do Anexo I, no sentido de abordar os turistas acerca da realidade do turismo em Alagoas.

Foi desenvolvido um levantamento do material necessário para a investigação e reunião de dados e documentos sujeitos à respectiva pesquisa, composto de perguntas fechadas e semi-abertas, partindo da observação sistemática para evidenciar o estudo de caso.

Os dados foram tratados utilizando a técnica estatística baseada em amostragem compatível com uma pesquisa de campo.

3.3. Análise dos dados

Com base no instrumento questionário especificado no Anexo I, foram abordados os turistas, visando formar um perfil do respondente e, conseqüentemente, sua interpretação e visualização da realidade local.

Por esta razão, no item 1 do Anexo 1 procurou-se evidenciar a respeito do motivo de viagem do respondente, o que ficou apurado que:

TABELA IX
MOTIVO DE VIAGEM

RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
De passagem	30	15
Fazendo turismo	60	30
A serviço	30	15
Em congresso	10	5
Para negócios	20	10
Em convenções	10	5
Outros	40	20
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Encontra-se que dos 200 respondentes, 30% se encontram fazendo turismo, 20% consignaram no item Outros, identificando-se nas respostas que se encontravam estudando; 15% de passagem; 15% a serviço; 10% para negócios; e 5% em convenções.

Observando-se os dados recolhidos na Secretaria de Turismo – AL, no período de 1999/2004, a predominância dos visitantes à Alagoas era do sexo masculino, acompanhando o demonstrativo abaixo:

TABELA X
PERFIL DO TURISTA

SEXO	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Masculino	57,5%	52,1%	56,5%	52%	52,5%	54,1%
Feminino	42,5%	47,9%	43,5%	48%	47,5%	45,9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Em 2005, em conformidade com dados recolhidos da SETUR-AL, o universo masculino representou 54,15%, enquanto que o universo feminino representou 45,85%.

Também foi recolhido que no mesmo período o turista foi motivado conforme tabela a seguir recolhida na SETUR-AL:

TABELA XI
MOTIVO DA VIAGEM:

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Passeio	57,1%	50,8%	54%	49,7%	56,7%	48,1%
Neg/Trab.	19,7%	23,8%	21,7%	20%	17%	30,5%
Visita P/A	19,5%	19,7%	18,6%	21,5%	21,7%	15,9%
Cong/Conv.	1,8%	2,1%	1,2%	3,2%	0,7%	1,6%
Saúde	1,5%	3,0%	0,3%	2,4%	1,8%	1,6%
Religião	0,4%	0,6%	0,8%	0,3%	0,2%	0,1%
Outro	-	-	3,4%	2,9%	1,9%	2,2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Em comparação com a Tabela IX, fruto da pesquisa de campo realizada, com os dados oferecidos pela SETUR-AL apurados na tabela acima, observa-se que a passeio, nesta encontrando-se um índice decrescente no período de 1999/2004, representando uma média de 50%, sinaliza-se na pesquisa entre os respondentes em torno de 30%. De passagem encontrou-se entre os respondentes 15% enquanto a mesma média se encontra no item Visita P/A, entre os anos apresentados. Negócios e Trabalho representam uma média de 22% nos anos

1999/2004, contra os 35% consignados pelos respondentes da pesquisa. Congresso e convenções representam uma média de 2,2% no período de 1999/2004 contra os 10% consignados pelos respondentes da pesquisa. Em 2005, conforme dados fornecidos pela SETUR-AL, o motivo de viagem ficou assim especificado:

TABELA XII
MOTIVO DE VIAGEM/2005

Passeio	50%
Negócio/Trabalho	19,23%
Visita parente/amigo	23,80%
Congresso/convenção	2,46%
Saúde	1,62%
Religião	0,28%
Outro	2,61%
TOTAL	100%

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Neste dado apurado pela SETUR-AL em 2005, negócio/trabalho representam 19.23% contra os 25% assinalados pelos respondentes da pesquisa. Congresso/convenção em 2005 ficou estipulado em 2,46% enquanto 10% dos respondentes da pesquisa de campo. Todos e os demais itens apresentados pela SETUR-AL em confronto com a tabela IX, resultado da pesquisa de campo, apresentam aproximações nos critérios adotados para a realização do presente estudo. Verifica-se, portanto, que é majoritária a visita a passeio caracterizando a atividade turística conseqüente em Alagoas, destacando-se, também, as viagens a negócio e trabalho.

Buscando encontrar a forma de organização da viagem, recolheu-se nos arquivos da SETUR-AL que no período de 1999/2004, a forma majoritária de organização da viagem, é pela não utilização de agência de viagens, conforme expresso a seguir:

TABELA XIII

FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM:						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Por Agência	31,5%	31,6%	37,9%	18,7%	20,9%	20,4%
Não	68,5%	68,4%	62,1%	81,3%	79,1%	79,6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Em 2006, conforme dados da SETUR-AL, a forma de organização de viagem por agência representou 21,56% e a não organizada por agência representou 78,44%. Assim, sendo, no que concerne ao fator decisório de visita encontra-se, conforme recolhido na SETUR-AL, que também a majoritária a visitação aos recursos naturais disponíveis no estado, conforme pode se entender do que está expresso a seguir:

TABELA XIV

FATOR DECISÓRIO DA VISITA:						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Man.Pop.	3,2%	0,3%	0,8%	1,4%	0,7%	0,3%
A.Naturais	90,3%	90,8%	92,3%	90,8%	92,8%	92,9%
Ecoturismo	1,4%	-	0,8%	1,6%	-	0,8%
Tur. Rural	0,9%	-	0,6%	0,1%	0,1%	0,5%
Pat. H/Cult.	4,2%	0,3%	0,4%	1%	1%	0,2%
Custo Viag.	-	-	1,6%	1%	2,1%	1%
Compras	-	0,6%	0,4%	0,6%	0,9%	-
Outro	-	8,0%	3,1%	3,5%	2,4%	4,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Já em 2005, o fator decisório da visita fica assim discriminado:

TABELA XV

FATOR DECISÓRIO DA VISITA/2005	
Manifestações populares	0,14%
Atrativos naturais	93,10%
Ecoturismo	0,84%
Turismo rural	0,00%
Patrimônio histórico/cultural	0,99%
Custo total da viagem	0,42%
Compra	0,99%
Outros	3,52%
TOTAL	100%

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Observa-se pelo resultado encontrado nas tabelas acima, que os atrativos naturais são os principais fatores decisórios de visitas, ficando as demais modalidades em segundo plano.

Evidencia-se tal posicionamento dos turistas em virtude das belezas naturais dispostas em todo estado alagoano, notadamente nos litorais norte e sul, bem como na extensão do rio São Francisco.

Prosseguindo no aprofundamento acerca de melhor visualizar o perfil do turista alagoano, também foi recolhido na SETUR-AL, a influência pela decisão de visita do turista à Alagoas, pelo período compreendido entre 1999/2004, ficando exposto e discriminado no demonstrativo a seguir:

TABELA XVI

INFLUÊNCIA DA DECISÃO DE VISITA:						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Comentários	44,4%	46%	48,4%	50,6%	57,4%	64%
Já Conhecia	28,2%	25,2%	25%	28,9%	22,8%	19%
Agência	13,2%	11,7%	13%	8,2%	9,3%	10,4%
Prop/Public.	9,7%	10,6%	7,7%	5,3%	5,5%	2%
Internet	0,3%	1,2%	1,2%	2,3%	2,3%	2,3%
Outros	4,2%	5,3%	4,7%	4,7%	2,7%	2,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Já em 2005, conforme dados da SETUR-AL, a influência da decisão de visita assim se manifestou:

TABELA XVII

INFLUÊNCIA DA DECISÃO DE VISITA/2005	
Comentário de parentes e amigos	42,25%
Já conhecia o local	34,51%
Agência de viagem	7,19%
Propaganda/publicidade	6,34%
Internet	3,66%
Outros	6,05%
TOTAL	100,00%

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Observa-se que influência é exercida por meio de comentários entre amigos e familiares, definindo assim a decisão pela visita ao estado alagoano. Merece destaque, também, o fato de já se conhecer o local visitado, demonstra, pois, o regresso do turista às visitas ao estado alagoano.

Mais aprofundadamente encontra-se na SETUR-AL demonstrativo acerca do meio de transporte utilizado pelo turista, no período compreendido entre 1999/2004, quando da sua visita a Alagoas.

TABELA XVIII

MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO:						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Avião	56%	53%	63,4%	62,1%	53,1%	51,8%
Ônib/Carro	43,5%	46,6%	34,4%	37,6%	46,5%	46,6%
Outro	0,5%	0,4%	2,2%	0,3%	0,4%	1,6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Em 2005, conforme dados recolhidos da SETUR-AL, os meios de transportes utilizados fica assim demonstrado:

TABELA XIX

MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO/2005	
Avião	51,06%
Ônibus/carro	43,17%
Outros	5,77%
TOTAL	100,00%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Verifica-se, portanto, que os meios mais utilizados para realização de visitas ao estado alagoano, dá-se por meio aéreo, ou por utilização das rodovias com transporte coletivo/ônibus, ou automóvel. Já a forma de viajar, em conformidade com dados recolhidos na SETUR-AL, está definido no demonstrativo seguinte:

TABELA XX

FORMA DE VIAJAR:						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Família	47,6%	41,9%	51,1%	47,7%	46,2%	33,6%
Só	29%	40,4%	34,1%	36,8%	32,2%	52,8%
Amigos	22%	15,5%	14,4%	13,5%	17%	12,6%
Excursão	1,4%	2,2%	0,4%	2%	4,6%	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Já em 2005, encontra-se a forma de viajar do turista no demonstrativo a seguir discriminado:

TABELA XXI

FORMA DE VIAJAR – 2005	
Com família	49,01%
Só	37,75%
Com amigos	12,75%
Em excursão	0,49%
TOTAL	100,00%

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Vê-se, pois, que o turista comumente viaja com a família para Alagoas, quando também merece destaque a visita solitária e, também, com amigos.

A origem dos turistas que chegam a Alagoas conforme que estes são oriundos, em sua grande maioria do mercado doméstico, conforme pode ser visualizado no demonstrativo abaixo:

TABELA XXII

ORIGEM						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Nacionais	91,5%	92,7%	88,6%	95,1%	95,6%	90,3%
Estrangeiros	8,5%	7,3%	11,4%	4,9%	4,4%	9,7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Já em 2005, a origem dos turistas está representada no demonstrativo a seguir discriminado:

TABELA XXIII

ORIGEM - 2005

ORIGEM - 2005	
Nacionais	93,20%
Estrangeiros	6,80%
TOTAL	100

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Assim sendo, na primeira parte do perfil do turista encontra-se, em suma, que este em sua grande maioria está a passeio nas localidades alagoanas, são em sua grande maioria do sexo masculino, não utilizam agência de viagens, decidem pelo aparato dos recursos naturais existentes, são influenciados por comentários e indicação de amigos e parentes, utilizam veículos rodoviários, como ônibus/automóveis e, também, aeronaves, viajam com a família e são em sua grande maioria oriundos do mercado doméstico.

Na segunda fase de formação do perfil do turista, no item 2 do Anexo I, procurou-se identificar a faixa etária do turista pesquisado, ficando demonstrado a seguir:

TABELA XXIV

FAIXA ETÁRIA DOS RESPONDENTES

RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
18/20 anos	10	5
20/25 anos	40	20
25/30 anos	20	10
30/35 anos	30	15
35/40 anos	40	20
40/45 anos	30	15
45/50 anos	20	10
Mais de 50 anos	10	5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Pelo resultado encontrado, verifica-se que 20% dos respondentes estão na faixa etária dos 20/25 anos e 35/40 anos; 15% estão nas faixas de 30/35 e 40/45 anos; 10% estão nas faixas compreendidas entre 25/30 e 45/50 anos; 5% estão nas faixas entre 18/20 e mais de 50 anos.

Em comparação com o material fornecido pela SETUR-AL, no período compreendido entre 1999/2004, os turistas que visitaram alagoas compreendiam a faixa etária abaixo relacionada:

TABELA XXV
FAIXA ETÁRIA

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
14 a 17	-	-	2,8%	4,1%	3,8%	2,3%
18 a 25	16,8%	21,1%	13,1%	16,7%	15,5%	13,8%
26 a 35	29,2%	29,9%	29%	26,2%	30,2%	28,2%
36 a 50	37,6%	32,7%	34,9%	32,9%	31,9%	40%
51 a 65	13,6%	12,5%	16,6%	12,5%	13,3%	13,3%
Acima 65	2,8%	3,8%	3,6%	7,6%	5,3%	2,4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Comparando-se as tabelas XXIV e XXV vê-se a similaridade de que os principais turistas se encontram na faixa etária entre os 35/50 anos de idade, caracterizando, portanto, o perfil destes.

Já em 2005, conforme dados disponibilizados pela SETUR-AL, a faixa etária dos turistas fica assim distribuída:

TABELA XXVI
FAIXA ETÁRIA/2005

De 14 a 17 anos	1,69%
De 18 a 25 anos	16,27%
De 26 a 35 anos	28,03%
De 36 a 50 anos	34,22%
De 51 a 65 anos	15,35%
Acima de 65 anos	4,44%
Total	100,00%

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Verifica-se, com isso, conforme visto reiteradamente na análise anterior, que em sua grande maioria dos respondentes da pesquisa de campo e turistas apurados pela SETUR-AL estão nas faixas que compreendem entre os 35/50 anos de idade.

No item 3 do Anexo 1, procurou-se identificar o ramo de atividade profissional do respondente, ao que ficou apurado que:

TABELA XXVII
ATIVIDADE PROFISSIONAL

RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Serviço Público	10	5
Industria	20	10
Comércio	40	20
Autônomo	20	10
Profissional liberal	50	25
Estudos	60	30
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

No resultado acima, encontrou-se que 30% dos respondentes estão desenvolvendo estudos, ou sejam, são estudantes; 25% são profissionais liberais; 20% desenvolvem atividades comerciais; 10% trabalham na indústria e, outros 10% são autônomos; e 5% são servidores públicos.

O item Estudos corresponde aos estudantes que são oriundos do interior do Estado e de outras localidades de Estados vizinhos, que realizam cursos de graduação e pós-graduação em Maceió.

Dando continuidade à avaliação feita para o desenvolvimento do presente estudo, observa-se que no item 4 do Anexo 1, buscou-se a formação do respondente, tendo por resultado o demonstrativo a seguir:

TABELA XVIII

ESCOLARIDADE/FORMAÇÃO PROFISSIONAL DO RESPONDENTE		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ensino médio	28	14
Superior	101	50,5
Especialistas	29	14,5
Mestres	10	5
Doutores	2	1
Ensino Profissional	30	15
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Encontrou-se por resultado que 50,5% dos respondentes possuem curso superior; 15% possuem educação profissional; 14,5% são especialistas; 14% possuem apenas o ensino médio; 5% são mestres; e apenas 1% possuem doutorado.

Observa-se que a grande maioria de visitantes possui curso superior e perfazem um percentual muito expressivo quando se observa que além das graduações, mais 14,5% são especialistas, considerando, ainda, os mestres e doutores.

Já no item 5 do anexo 1 perguntou-se do respondente se ele costuma viajar para Alagoas, ao que ficou demonstrado que:

TABELA XXIX

VIAGEM PARA ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Sim	120	60
Não	30	15
Às vezes	50	25
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Ficou demonstrado com o resultado apurado que 60% costumam viajar para Alagoas, enquanto que 25% às vezes e 15% não. Tais percentuais são expressivos, quando a maioria dos respondentes costuma viajar para o estado alagoano para realização de passeio ou

negócios, de forma não organizada por agência, utilizando-se do espaço aéreo ou das rodovias de acesso, sozinho ou acompanhado da família ou amigos, chegando por indicação ou por conhecer a localidade e, em sua maioria, levado pelos atrativos naturais disponíveis.

No item 6 do Anexo I perguntou-se ao respondente como ele classifica a estrutura turística de Alagoas, ao que foi apurado que:

TABELA XXX

A ESTRUTURA TURÍSTICA DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótima	0	0
Boa	51	25,5
Regular	93	46,5
Ruim	35	17,5
Péssima	21	10,5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Apurou-se que para 46,5% a estrutura turística de Alagoas é regular; para 25,5% é boa; para 17,5% é ruim; e para 10,5% é péssima.

Há que se considerar que o posicionamento tomado pelos respondentes no sentido de manifestarem-se entre boa/regular/ruim, tendo em vista detectarem na grande maioria dos atrativos naturais com ausência de saneamento básico, esgotos abertos nas praias formando “línguas negras” que são detectadas na capital e interior, ausência de infra-estrutura adequada na grande parte do interior, insegurança, pobreza, poluição, dentre outros problemas detectados anteriormente no presente estudo.

Já no item 7 do Anexo perguntou-se se o turista estava satisfeito com a atual estrutura turística de Alagoas, ao que foi explicitado a seguir:

TABELA XXXI

SATISFAÇÃO COM A ESTRUTURA TURÍSTICA DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Sim	90	40
Não	100	50
Às vezes	10	5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se com o resultado apurado que para 50% não estão satisfeitos com a estrutura turística de Alagoas, enquanto 40% responderam que sim; e 5% às vezes.

O percentual de 55% entre não satisfeitos e às vezes satisfeitos se deve ao fato dos problemas anteriormente mencionados, possibilitando, conforme verbalmente expressados pelos respondentes e, em alguns casos, registrados nas anotações quando da indagação no questionário, permitem insatisfação do turista que chegam para encontrar um atrativo natural exuberante mas que não tendo tratamento adequado para possibilitar a acolhida desejada.

No item 8 do Anexo I procurou-se indagar do respondente o que ele destaca como principal atrativo para os turistas em Alagoas, ao que ficou demonstrado que:

TABELA XXXII

PRINCIPAIS ATRATIVOS PARA O TURISMO EM ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Belezas naturais	140	70
Vida noturna	0	0
Feirinhas típicas	20	10
Atividades artísticas	0	0
Outros	40	20
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se que 70% dos respondentes assinalaram as belezas naturais como os principais atrativos para o turismo em Alagoas; 20% responderam outros, assinalando em seguida “praias”; e 10% assinalaram as feirinhas típicas.

Observa-se, com isso, que a grande maioria dos turistas se destinam ao estado alagoano em virtude das praias e da beleza natural oferecida. Não resta dúvida, portanto, que todos os recursos naturais são atrativos indispensáveis e que, com isso, fomentam visitas possibilitando uma melhoria na condição social da destinação.

No item 9 do Anexo I, indagou-se ao respondente como ele vê o desempenho do Trade Turístico no incentivo ao maior nível de prospecção e comodidade do turista em Alagoas, ao que ficou demonstrado que:

TABELA XXXIII

DESEMPENHO DO TRADE TURÍSTICO		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	0	0
Bom	41	25,5
Regular	101	50,5
Ruim	37	18,5
Péssima	21	10,5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se que para 50,5% dos respondentes o desempenho do trade turístico é regular; enquanto para 25,5% é bom; para 18,5% ruim; e para 10,5% é péssimo.

Tendo em vista que o *trade* turístico representa o conjunto de operadoras, agências, hotéis e outros agentes ligados diretamente ao setor, que movimentam o comércio do turismo, observa-se, pelas respostas consignadas pelos instados na pesquisa, que o desempenho deste se encontra entre bom/regular/ruim tendo em vista os problemas detectados e já mencionados no decorrer do presente estudo, razão pela qual ser atribuída tal condição ao *trade* turístico alagoano.

No item 10 do Anexo 1, perguntou-se ao respondente como ele avalia os hotéis, pousadas e acomodações em Alagoas, ao que ficou apurado que:

TABELA XXXIV

ACOMODAÇÕES EM HOTÉIS E POUSADAS EM ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	20	10
Bom	150	75
Regular	10	5
Ruim	10	5
Péssima	10	5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Encontrou-se, pois, que para 75% dos respondentes as acomodações em hotéis e pousadas são boas; enquanto que para 10% são ótimas; para 5% são regulares; para 5% são ruins; e para 5% são péssimas.

Tal resultado leva a considerar que a estrutura de hotéis, pousadas e acomodações em Alagoas são boas e obedecendo a critérios de higiene, conforto e prazer.

Para melhor ilustrar o presente estudo, observa-se que ao realizar suas visitas ao território alagoano, encontra-se entre os dados recolhidos da SETUR-AL, que o meio de hospedagem utilizado pelo turista, no período compreendido entre 1999/2004, ficou apurado no demonstrativo seguinte:

TABELA XXXV

MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO:						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Hotel	45%	42,5%	41,1%	33,6%	34,3%	39,2%
Casa Par/A	36%	34,6%	27,3%	32,3%	32%	38%
Pousada	11,1%	10,7%	13,2%	17,5%	18,1%	15,6%
Apart	1,3%	1,7%	9,8%	6,6%	6,6%	0,8%
Casa Alug.	2,1%	3,2%	3,8%	4,7%	4,6%	3%
Casa Próp.	2,8%	4,5%	1,8%	2%	2%	1,7%
Pensão/Hp.	0,7%	0,9%	1%	1,2%	0,7%	0,2%
Camping	0,1%	0,1%	0,4%	0,6%	0,1%	-
Albergue	0,3%	0,3%	0,4%	0,3%	0,6%	0,4%
Outro	0,6%	1,5%	1,2%	1,2%	1%	1,1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Em 2005, o meio de hospedagem utilizado fica assim discriminado:

TABELA XXXVI

MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO/2005	
Hotel	40,00%
Casa de parente/amigo	34,01%
Pousada	12,32%
Apart-hotel	1,48%
Casa/apto.aluguel	5,56%
Casa própria	2,96%
Pensão/hospedaria	0,71%
Camping	0,21%
Albergue	0,28%
Outros	1,97%
Total	100,00%

Fonte:SETUR-AL, 2005.

Mediante isso, vê-se que os meios de hospedagem mais utilizados pelo turista em Alagoas é o hotel e a residência de parentes ou amigos.

Ao se confrontar entre o que foi expresso pelos respondentes e o que foi apurado pelo organismo oficial do turismo alagoano, percebe-se que os meios de hospedagem do estado são considerados como bons e como fato que foi ratificado pelos respondentes da pesquisa ora realizada.

A permanência média do turista, em conformidade com dados recolhidos da SETUR-AL, está expressa em dias/pessoas no demonstrativo abaixo:

TABELA XXXVII

PERMANÊNCIA MÉDIA: (dias/pessoas)						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Nacionais	7,55	8,72	9,83	8,80	7,79	10,86
Estrangeiros	8,43	8,50	8,97	9,56	7,07	8,31
GERAL	7,63	8,71	9,40	8,84	7,76	10,61

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Já em 2005, conforme dados disponibilizados pela SETUR-AL, a permanência média dias/pessoas, fica assim discriminada:

TABELA XXXVIII

PERMANÊNCIA MÉDIA (dias/pessoas) – 2005	
Nacionais	11,59
Estrangeiros	12,13
Geral	11,63

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Pelos indicativos encontrados nos dados disponibilizados pelo organismo oficial do turismo alagoano, em confronto com o que foi apurado na manifestação dos respondentes da presente pesquisa, observa-se que os meios de hospedagens atendem aos anseios e desejos dos turistas que visitam Alagoas.

No item 11 do Anexo I, indagou-se ao respondente quais os principais motivos que mais degradam e afugentam os turistas em Alagoas, ao que ficou demonstrado que:

TABELA XXXIX

MOTIVOS QUE DEGRADAM E AFUGENTAM TURISTAS DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Violência	30	15
Serviços de táxis	10	5
Limpeza Pública	30	15
Programação noturna	20	10
Ausência de políticas públicas	30	15
Poluição	40	20
Pobreza	30	15
Serviços públicos	10	5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Observa-se que para 20% dos respondentes o motivo que mais degrada o meio ambiente e, por conseqüência, afugentam turistas é a poluição; para 15% é a violência, a limpeza pública, a ausência de políticas públicas e a pobreza; para 10% é a programação noturna; e para 5% são os serviços de táxis e os serviços públicos. Observa-se neste resultado

a constatação do que já foi mencionada anteriormente, identificando-se os problemas da violência, de saneamento básico, pobreza, poluição, dentre outros, como os que mais inibem o desenvolvimento da atividade turística e, ainda, afastam os turistas que, em virtude disso, passam a optar por outras destinações. Aqui vem a constatação de que para o desenvolvimento sustentável da atividade turística será sempre requerido que tais óbices sejam saneados e resolvidos, correndo o risco de se inviabilizar a atividade turística na localidade. E já no item 12 do Anexo I perguntou-se como o respondente avalia os serviços ofertados por taxistas e transporte em geral, ao que ficou demonstrado que:

TABELA XL

AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TÁXIS E TRANSPORTES		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	0	0
Bom	71	35,5
Regular	86	43
Ruim	23	11,5
Péssima	20	10
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se que para 43% dos respondentes os serviços de transportes e táxis são regulares; para 35,5% são bons; para 11,5 são ruins; e para 10% são péssimos.

Considerando que os transportes, no caso táxis e coletivos, instrumentos fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística e componente de toda logística da atividade, serem ofertados de forma regular/bom, evidencia a necessidade de uma melhor atenção ao setor, notadamente no que corresponde ao tempo e atendimento das linhas/pontos de paradas, observando as tarifas cobradas e a qualificação do profissional no atendimento de tais serviços, tendo em vista a menção e registro dos respondentes quando instado pelo instrumento questionário do Anexo I.

No item 13 do Anexo I foi solicitado do respondente que avaliasse os serviços ofertados por bares, restaurantes e serviços alimentares em Alagoas, ao que ficou apurado que:

TABELA XLI

SERVIÇOS DE BARES E RESTAURANTES EM ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	40	20
Bom	80	40
Regular	90	45
Ruim	10	5
Péssima	0	0
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se que para 45% os serviços de bares e restaurantes são regulares; para 40% são bons; para 20% são ótimos; e para 5% são ruins.

Os bares e restaurantes foram taxados pelos respondentes como regular/bom devendo-se considerar tal posicionamento em virtude da higiene, barulho, oferta de cardápio, acomodação e atendimento, notadamente no interior e, em parte, na capital, uma vez que a desqualificação da mão-de-obra, preços exorbitantes, falta de higiene – restaurantes próximos das línguas negras, depósitos de lixo, locais sem saneamento básico, dentre outros -, cardápio limitado, acomodações modestas, dificuldade de acesso, dentre outros inibidores de conforto posicionaram os respondentes por tal expressão.

No item 14 do Anexo I procurou-se evidenciar do respondente como ele avalia a variedade do cardápio oferecido pelos bares, restaurantes e lanchonetes de Alagoas, ao que ficou evidenciado que:

TABELA XLII

CARDÁPIO OFERTADO POR BARES, RESTAURANTES E LANCHONETES DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	20	10
Bom	90	45
Regular	50	25
Ruim	20	10
Péssima	10	5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se que para 45% o cardápio ofertado por bares, restaurantes e lanchonetes de Alagoas, é bom; para 25% regulares; para 10% ótimo e para 10% ruins; e para 5% péssimos. Em virtude dos motivos expressados na tabela anterior, o cardápio dos bares, restaurantes e lanchonetes foram tachados entre bom/regular.

No item 15 do Anexo I indagou-se do respondente a respeito dos serviços públicos que não ficaram do seu agrado gerando insatisfação e reclamações, ao que ficou apurado que:

TABELA XLIII

INSATISFAÇÕES E RECLAMAÇÕES DOS SERVIÇOS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Hotéis	10	5
Táxis	10	5
Agências de viagens	10	5
Restaurantes	15	7,5
Transportes coletivos	20	10
Companhias aéreas	10	5
Tours	20	10
Serviços de informações	40	20
Bares	30	15
Segurança	35	17,5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Ficou claro que para 20% as insatisfações e reclamações são com os serviços de informações; para 17,5% é com a segurança; 15% com os bares; 10% com os transportes coletivos e *tours*; e 5% com hotéis, táxis, agências de viagens e companhias aéreas.

Observa-se nesse quesito um vasto e variado conjunto de problemas que passam desde a rede de informações públicas, como pela segurança, transportes, hospedagem, atendimento e qualidade que fomentam a insatisfação e, por conseqüência, cria mais óbices ao desenvolvimento da atividade turística. Tais óbices já foram mencionados anteriormente no presente estudo e aqui constatados pela expressão dos respondentes da pesquisa.

No item 16 do Anexo I, perguntou-se do respondente como ele avalia a urbanização dos municípios de Alagoas, ao que ficou demonstrado que:

TABELA XLIV

AVALIAÇÃO DA URBANIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	0	0
Bom	40	20
Regular	80	40
Ruim	60	30
Péssima	20	10
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Para 40% dos respondentes a urbanização dos municípios de Alagoas é regular; para 30% é ruim; para 20% é boa; e para 10% é péssima.

A avaliação feita acerca da urbanização dos municípios de Alagoas pelos respondentes ficou expressa entre regular/ruim devendo-se levar em consideração os problemas mencionados anteriormente que envolvem violência, higiene, saneamento básico, analfabetismo, pobreza, concentração de renda, desqualificação da mão-de-obra, poluição, dentre outros, caracterizando a necessidade de uma ação voltada para o processo educacional e criação de infra-estrutura adequada para desenvolvimento sustentável da atividade turística.

No item 17 do Anexo I perguntou-se ao respondente como ele avalia o comércio e o mercado alagoano, ao que ficou expresso no demonstrativo abaixo:

TABELA XLV

AVALIAÇÃO DO COMÉRCIO E MERCADO ALAGOANO		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	0	0
Bom	50	25
Regular	110	55
Ruim	30	15
Péssima	10	5
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Ficou claro que para 55% dos respondentes o comércio e o mercado alagoano foram avaliados como regular; para 25% bom; para 15% ruim; e para 5% péssimo.

Observa-se que tal resultado encontrado se deve pela má qualidade de atendimento, desqualificação da mão-de-obra, ausência de gestão qualitativa voltada para o consumidor, pobreza, concentração de renda, dentre outros problemas detectados no comércio das comunidades alagoanas.

No item 18 do Anexo I solicitou-se do respondente que avaliasse as vias de acesso dos principais pontos turísticos alagoanos, ao que expressou da forma a seguir:

TABELA XLVI

ACESSO AOS PONTOS TURÍSTICOS ALAGOANOS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	0	0
Bom	70	30
Regular	80	40
Ruim	30	15
Péssima	20	10
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Encontrou-se que para 40% dos respondentes o acesso aos pontos turísticos são regulares; para 30% são bons; para 15% são ruins; e para 10% são péssimos.

Os acessos aos pontos turísticos, pelo que se pode ver, foram classificados entre regular/bom, considerando os problemas detectados nas comunidades alagoanas já mencionados anteriormente no presente estudo.

No item 19 do Anexo I perguntou-se ao respondente se em Alagoas os turistas são bem tratados, ao que ficou evidenciado que:

TABELA XLVII

TRATAMENTO AO TURISTA EM ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Sim	70	35
Não	100	50
Às vezes	30	15
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se que para 50% dos respondentes o turista não é bem tratado em Alagoas; 35% responderam que sim; e 15% responderam que às vezes.

Observa-se, portanto, que a maioria dos respondentes posicionou-se pelo maltratamento dispensado aos turistas em Alagoas pelos problemas já aqui nomeados e abundantemente especificados. No entanto, além disso, uma das mais sucessivas reclamações a esse respeito é a falta de educação no trânsito quando os pedestres se sentem desrespeitados nas faixas a eles destinadas, quando os veículos não diminuem velocidade, nem sequer param o veículo para ceder passagem aos transeuntes.

Outra reclamação é com relação à violência quando muitos se queixaram de roubos e furtos na orla marítima, não conseguindo apoio ou atenção policial no resgate aos seus pertences, nem mesmo no oferecimento de segurança.

No item 20 do Anexo I, solicitou-se do respondente que avaliasse os atrativos da vida noturna de Alagoas, ao que ficou expresso abaixo:

TABELA XLVIII

ATRATIVOS DA VIDA NOTURNA DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	10	5
Bom	30	15
Regular	110	55
Ruim	30	15
Péssima	20	10
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Encontrou-se que para 55% dos respondentes os atrativos da vida noturna de Alagoas são regulares; para 15% são bons e ruins; para 10% são péssimos; e para 5% são ótimos.

Tal posicionamento adotado pelos respondentes se deve ao fato apenas a existência dos atrativos naturais que são usados e conferidos pelo período diurno, ao anoitecer se evidencia a ausência de programação diversificada, apesar da rica e relevante cultura popular e atividade artística, restringem-se as ofertas apenas aos bares e restaurantes, quando muito de feirinha típica, havendo, pois, necessidade de um planejamento que leve a conferir ações no campo social, cultural e artístico para o desenvolvimento sustentável da atividade turística no estado de Alagoas. Excetuando a capital do Estado, que ainda assim se ressentem de uma programação mais diversificada, quando da existência de feirinhas típicas, folguedos populares, cinema, centros de convenções, exposições, bares e restaurantes temáticos, dentre outras apresentações, as demais cidades do interior se nivelam na ausência quase que completa destes instrumentos de entretenimento, notadamente pela ausência de um pólo de lazer.

No item 21 do Anexo I, perguntou-se ao respondente o que é mais desagradável na orla marítima de Alagoas, ao que ficou apurado que:

TABELA XLIX

ORLA MARÍTIMA DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Os bares	10	5
Poluição	80	40
Acesso	20	10
Atendimento	60	30
Higiene	30	15
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se que para 40% dos respondentes o mais desagradável na orla marítima de Alagoas é a poluição; para 30% é o atendimento; para 15% é a higiene; para 10% é o acesso; e para 5% são os bares.

A exemplo do que foi mencionado anteriormente, destaca-se poluição e “línguas negras” nas principais praias do estado, inclusive da capital, desfavorecendo a balneabilidade, limitando o acesso a todo litoral do estado, carecendo de ações de saneamento básico, contra a poluição e maior vigilância ambiental e de segurança pública.

No item 22 do Anexo I perguntou-se do respondente como ele avalia as praias de Alagoas, ao que ficou expressado a seguir:

TABELA L

AVALIAÇÃO DAS PRAIAS DE ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Ótimo	110	55
Bom	70	30
Regular	20	10
Ruim	0	0
Péssima	0	0
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Apurou-se que para 55% dos respondentes as praias alagoanas são ótimas; para 30% são boas; e para 10% são regulares. Tal posicionamento se deve ao esplendor das praias, das piscinas naturais, dos passeios pelo mar e lagoas, da beleza do litoral alagoano que, a contragosto, mesmo sendo consideradas em parte poluídas, maltratadas e ambientalmente agredidas, mesmo assim, apresentam espetáculos que satisfazem a comunidade turística.

No item 23 do Anexo I perguntou-se se o respondente estava satisfeito com sua visita a Alagoas, ao que ficou expresso que:

TABELA LI

SATISFAÇÃO COM A VISITA A ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Sim	140	70
Não	30	15
Mais ou menos	30	15
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Encontrou-se que 70% dos respondentes estão satisfeitos com sua visita a Alagoas; 15% não estão satisfeitos; e para 15% mais ou menos satisfeitos.

Percebe-se que, mesmo com os problemas detectados, há satisfação do turista em visitar Alagoas, o que sinaliza a possibilidade de haver aumento nesse processo desde que se efetuem planejamentos e ações no sentido de desenvolver sustentavelmente a atividade turística de Alagoas.

No item 24 do Anexo I perguntou-se se o respondente retornaria à Alagoas, ao que ficou apurado que:

TABELA LII

DETERMINAÇÃO DE RETORNO A ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Sim	140	70
Não	30	15
Às vezes	30	15
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Neste sentido, encontrou-se que 70% dos respondentes retornariam para Alagoas; 15% não voltariam; e 15% às vezes retornariam.

Tal resultado confirma a satisfação dos turistas com relação a atividade turística de Alagoas, mesmo com os problemas detectados.

Neste sentido, levantamento efetuado pela SETUR-AL no período de 1999/2004 demonstra bem tal satisfação:

TABELA LIII

TURISTAS QUE PRETENDIAM VOLTAR						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Sim	95,5%	95,8%	89,3%	87,5%	91%	93,5%
Não	4,5%	4,2%	3,8%	3,6%	2,7%	3,8%
Não Sabe	-	-	6,9%	8,9%	6,3%	2,7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Já em 2005, outro levantamento efetuado pela SETUR-AL confirma a manifestação já expressa pelos turistas pretendendo voltar, sinalizando para o demonstrativo a seguir:

TABELA LIV

TURISTAS QUE PRETENDIAM VOLTAR - 2005	
Sim	94,93%
Não	1,83%
Não sabiam	3,24%
TOTAL	100,00%

Fonte: SETUR-AL, 2006.

Está mais do que claro que a manifestação maciça pelo retorno à Alagoas sinaliza para uma perspectiva alvissareira, carecendo, pois, da implantação de projetos e planejamentos no sentido de efetivar uma política que sinalize pelo desenvolvimento sustentável da atividade local.

No item 25 do Anexo I perguntou-se se o respondente recomendaria Alagoas para seus amigos e familiares realizarem turismo, ao que ficou expresso que:

TABELA LV

RECOMENDAÇÃO DE TURISMO EM ALAGOAS		
RESPOSTAS	QUANTIDADE	%
Sim	140	70
Não	30	15
Às vezes	30	15
TOTAL	200	100

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verificou-se, pois, que 70% dos respondentes recomendariam Alagoas para seus amigos e familiares; 15% não recomendariam; e 15% às vezes recomendariam.

Tal posicionamento pela recomendação de se fazer turismo em Alagoas confirma a sinalização de uma perspectiva alvissareira que bem planejada, infra-estruturalmente adequada e sustentavelmente desenvolvida, possibilitará maior circulação de pessoas e produção de riqueza para o estado.

No item 25 do Anexo I solicitou-se do respondente que efetuasse comentários a respeito da recepção e desenvolvimento da atividade turística de Alagoas, ao que foram recolhidas as seguintes considerações:

TABELA LVI

COMENTÁRIO DOS RESPONDENTES
Deficiência das informações carecendo uma programação mais planejada
Necessidade de planejamento sustentável para preservação das praias e belezas naturais.
Melhoria da urbanização alagoana e investimentos na infra-estrutura das cidades
Melhor administração do potencial turístico
Despoluição das praias e investimentos em segurança
Maior incentivo às manifestações culturais locais e ao artesanato.
Investimentos no treinamento profissional visando melhoria no atendimento.
Desconcentração de renda

Fonte: Pesquisa de campo. Maceió, 2006.

Verifica-se que os comentários dos respondentes sinalizam para os problemas anteriormente mencionados e debatidos durante a realização do presente estudo, possibilitando, pois, avaliar que a atividade turística em Alagoas carece de planejamento e ações para o seu sustentável desenvolvimento.

3.4. Considerações

Os dados levantados e apresentados no presente estudo demonstra uma perspectiva de necessária adequação do que se oferta com o que se recepciona. E isto quer dizer que a disponibilidade desses dados traça um perfil do que pode favorecer à economia local, surpreende o fato, por exemplo, da grande maioria vir a passeio de forma não organizada por agência de viagem e para conhecer os atrativos naturais. A maioria dos turistas é influenciada por comentário de amigos ou parente e usam o hotel ou a casa de parentes ou amigos para se hospedarem. Isso com uma satisfação plena desejando regresso posteriormente.

A partir daí já se detecta a falta de uma maior performance das agências de viagens que poderiam se articular através de ações conjuntas do *Trade* e do *Bureau Convention*, na qualificação de melhor serviço para ampliar a recepção de turista. Entretanto já se vislumbra a grande capacidade do turismo de atrair novos empregos para melhor atendimento de seus serviços, oferecendo chances profissionais num campo que cresce velozmente. Onde se destaca que tem apresentado um crescimento de 8% ao ano, gerando riquezas que já totalizam 3,5% do PIB, dados esses que já colocou o país de 43.º para 25.º lugar mundialmente, segundo recente relatório divulgado pela Organização Mundial do Turismo - OMT. Tal desempenho excita o empreendedorismo no setor trazendo a preocupação em encontrar profissionais com mão-de-obra qualificada, que se encontrem familiarizados com as novas tecnologias, aceitem o mundo globalizado e tenha disposição e curiosidade por culturas distintas.

A iniciativa privada e o Poder Público aproveitando essa perspectiva alvissareira, necessitam se articular para que possam produzir serviço de boa qualidade aos visitantes.

Assim sendo, analisando através da demanda e da oferta no processo de desenvolvimento do turismo em Alagoas, realizou-se a presente pesquisa de campo com

turistas, é conveniente observar que assim como a lei da demanda é a de que no mercado, a quantidade de um bem que os consumidores desejam e podem comprar, em dado intervalo de tempo, tende a variar inversamente com o preço do bem, quanto todas as demais condições permanecem constantes. Por outro lado, como a oferta reflete os aspectos de custos e depende destes e dos fatores utilizados para a produção de determinado bem, é a partir daí que confere-se os dados colhidos na nossa pesquisa.

Convém, agora, tratar a cerca dos determinantes da elasticidade, devendo-se considerar com base em Montoro Filho (1992), Pinho & Vasconcellos (1992) e Krugman & Osterfeld (2001) que ao se observar o fato de que quando aumenta o preço de um bem, a quantidade demandada deve cair, *coeteris paribus*. Ou seja, conhece-se apenas a direção do sentido, mas não a magnitude numérica quando o conceito de elasticidade fornece essa resposta numérica. Por isso, a elasticidade é entendida, em sentido genérico, como a alteração percentual em uma variável, dada em uma variação percentual em outra, *coeteris paribus*. Assim, elasticidade é sinônimo de sensibilidade, resposta reação de uma variável em face de mudança em outras variáveis.

Tendo, pois, conforme Pinho & Vasconcelos (1992) o entendimento de que a elasticidade expressa a idéia de que as quantidades de mercadorias vendidas ou compradas no curso de determinado período de tempo, podem variar para mais ou para menos segundo variam os seus preços. Tem-se aí o seu conceito prático geral aplicado inicialmente à relação entre as diferenças de grandeza da oferta e da procura de certas mercadorias em função das alterações dos respectivos preços. Com isso, consideram-se como principais as seguintes categorias de elasticidade: a perfeita, quando uma diminuta mudança nos preços resulta numa grande alteração no consumo; e a elasticidade imperfeita, quando uma mudança qualquer no preço não interfere na quantidade do consumo.

Montoro Filho (1992), por sua vez, entende que a elasticidade preço da demanda é uma medida da resposta de consumidores a mudanças de preços (para baixo e para cima) de produtos (bens ou serviços). Por medida, entende-se que ela pode ser representada através de números ou coeficientes. Por resposta, entende-se que existe uma relação de estímulo-resposta envolvida. Mudanças nos preços (estímulos) provocam alterações no comportamento de compra (resposta). Dependendo o tipo de produto e do segmento de mercado afetado, a elasticidade da demanda se apresenta de forma diferente. Desta forma, entende o autor, que se pode definir elasticidade como uma relação entre a variação percentual de uma variável dependente (X) devido à variação percentual em uma variável explicativa (Y). Assim, pode-se expressar matematicamente a elasticidade da seguinte forma:

$$E = \frac{\frac{\Delta X}{X}}{\frac{\Delta Y}{Y}}$$

Onde

E = elasticidade.

ΔX = letra grega "delta" que significa variação.

ΔX = variação na quantidade da variável X.

ΔY = variação na quantidade da variável Y.

X = quantidade inicial de X.

Y = quantidade inicial de Y.

Ou seja, o valor obtido calculando-se a elasticidade nos dirá quanto, percentualmente, a variável X aumentará ou diminuirá devido a uma variação de 1% na variável Y. Assim, sempre que se tiver uma variável explicativa e uma variável dependente pode-se utilizar o conceito de elasticidade, uma vez que a elasticidade é especialmente prática por trabalhar com variações percentuais o que possibilita utilizar variável com diferentes unidades de medida.

Mediante o exposto, entende-se que observando os determinantes da elasticidade, pode-se definir que a viagem de um turista pode ser considerada bens de luxo e qualquer aumento de preços destes bens provoca reduções nas suas respectivas demandas. Identifica-se, pois, que o turista não se encontra satisfeito e avalia como regular a estrutura local ofertada. Ele tem sido atraído pelas belezas naturais que, apesar das reclamações da poluição, tanto fascina proporcionando o regresso destes ao nosso convívio. Os hotéis são bons na visão dos turistas, o que não deixa de chamar atenção para a necessidade de se buscar uma melhoria no atendimento de seus serviços. O serviço de táxi foi observado pela comunidade turística como regular, levando em conta que a administração de cooperativas, e o sindicato da categoria processe melhorias no sentido de qualificar os profissionais para melhor atendimento aos visitantes. Este item, inclusive, recebeu um dos maiores índices de reclamações.

Quanto aos bares e restaurantes, os primeiros foram taxados por regulares, enquanto os segundos bons. O cardápio ofertado por ambos foi qualificado como bons na ótica de seus usuários. Isto se deve ao fato de reclamações quanto preço e higiene de tais estabelecimentos, carecendo, portanto, de uma assepsia e preços mais convidativos.

A vida noturna local foi avaliada como ruim pelos respondentes, devido ausência de eventos marcantes e expressivos na vida cultural e artística locais, reduzindo-se apenas aos serviços de bares e restaurantes.

O comércio alagoano foi qualificado como regular, carecendo que as associações de classe priorizem nos estabelecimentos comerciais um melhor aperfeiçoamento no sentido de se adequar melhor ao atendimento das necessidades reclamadas pela comunidade turística.

As vias de acesso aos principais pontos turísticos de Alagoas e suas belíssimas praias receberam a avaliação de regulares, isto devido a deficiente limpeza pública e a poluição, principalmente altos índices de coliformes fecais nas praias, além da insegurança e da ausência de política pública para o setor.

O presente estudo detecta que o que mais causa repulsa para afugentar turistas e a sua maior reclamação é quanto a limpeza pública, inclusive a urbanização das cidades foi aceita como regular.

Outras reclamações que fizeram eco na pesquisa foi quanto a inexistência de um pólo de lazer, levando-se em consideração a ausência de uma programação noturna, poucos eventos nas casas noturnas, os serviços de informações, de transporte e táxi, e a segurança pública. Tais reclamos não são exclusividade de Alagoas, havendo constatação em quase todo território nacional.

Observando-se, pois, os dados recolhidos pela SETUR-AL no que concerne ao fluxo global da atividade turística em Maceió e Alagoas, encontra-se o demonstrativo abaixo:

TABELA LVII
FLUXO GLOBAL

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
MACEIÓ	595.069	613.943	833.731	889.622	1.012.618	951.922
ALAGOAS	1.071.124	1.105.097	1.250.596	1.334.433	1.518.927	1.427.883

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Tal demonstrativo apresenta um aumento de 60% no fluxo da capital e de 33% no fluxo de todo estado, representando um aclave significativo no período compreendido entre 1999/2004.

No que concerne ao mercado consumidor gerado pela atividade turística em Alagoas, a SETUR-AL, disponibilizou dados que redundam no demonstrativo a seguir:

TABELA LVIII

MERCADO CONSUMIDOR GERADO PELO TURISMO:						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
MACEIÓ	4.540.376	5.347.443	7.837.071	7.864.258	7.857.912	10.009.892
ALAGOAS	8.172.676	9.625.395	11.755.602	11.796.387	11.786.873	15.149.838

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Observa-se, desta forma o crescimento da ordem de mais de 120% na capital e de 85% em todo estado alagoano representando um considerável crescimento no período compreendido entre 1999/2004.

No que concerne à receita gerada pela atividade turística em Maceió e Alagoas, a SETUR-AL disponibilizou dados levantados no período de 1999/2004 que representam o demonstrativo a seguir:

TABELA LIX

.RECEITA GERADA: (Reais)						
	1999*	2000*	2001	2002	2003	2004
MACEIÓ	227.013.335,	247.954.268,	318.576.952,	457.641.223,	494.150.704,	877.107.104,
ALAGOAS	272.416.002,	297.545.121,	382.292.342,	549.169,468,	592.980.845,	1.052.528.524,

Fonte: SETUR-AL, 2005. Nota:* os valores correspondentes a 1999 e 2000 são em dólares.

Neste período identifica-se uma receita apresentando aclives acentuados registrando a meritória potencialidade do turismo em gerar riquezas e receitas, não podendo ser desprezada como atividade economicamente viável.

Para melhor constatação, observa-se entre os dados disponibilizados pela SETUR-AL, compreendendo o período de 1999/2004, no tocante a renda gerada no estado de Alagoas, conforme demonstrativo abaixo:

TABELA LX

RENDA GERADA: (Reais - Alagoas)					
1999*	2000*	2001	2002	2003	2004
523.354.096,	554.983.790,	716.951.059,	990.767.620,	999.493.852,	1.644.664.270,

Fonte: SETUR-AL, 2005. Nota:* os valores correspondentes a 1999 e 2000 são em dólares.

Observa-se na tabela acima explicitada a comprovação de um aclave proeminente no tocante à renda gerada pelo período compreendido entre 1999/2004, comprovando a possibilidade de melhor geração de renda por meio da atividade turística em Alagoas.

Melhor visualização desta potencialidade turística pode ser também constatada no dado de impacto no PIB disponibilizado pela SETUR-AL para o mesmo período de apuração, conforme demonstrado a seguir:

TABELA LXI

IMPACTO NO PIB:					
1999	2000	2001	2002	2003	2004
5,5%	5,7%	5,1%	5,9%	5,4%	7,6%

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Verifica-se, portanto, que pelo acríve de percentual no impacto do PIB alagoano, visualiza-se a grandiosidade de potencial da atividade turística no desenvolvimento alagoano.

No que concerne à distribuição de renda, pode-se verificar através da tabela a seguir com dados disponibilizados pela SETUR-AL, correspondente aos salários, lucros em geral e impostos e subsídios alagoanos na atividade turística pelo o período em estudo, conforme demonstrado:

TABELA LXII
DISTRIBUIÇÃO DE RENDA: (Alagoas)

Salários (36,1%)						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
U\$	188.930.828,	200.349.148,	112.530.144,	127.738.253,	126.159.888,	197.907.933,
R\$	226.716.994,	380.663.381,	258.819.332,	357.667.111,	360.817.280,	593.723.801,
Lucros em Geral (57,3%)						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
U\$	299.881.897,	318.005.711,	178.614.329,	202.753.516,	200.248.243,	314.130.875,
R\$	359.858.276,	604.210.852,	410.812.957,	567.709.846,	572.709.977,	942.392.626
Impostos e Subsídios (6,6%)						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
U\$	34.541.370,	36.628.930,	20.573.378,	23.353.808,	23.065.242,	36.182.613,
R\$	41.449.644,	69.594.967,	47.318.769,	65.390.662,	65.966.594,	108.547.841,

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Fica bastante clara, portanto, a potencialidade da atividade turística no processo de distribuição de renda do estado alagoano, constatando-se evidentemente pelo demonstrativo acima, quando se pode visualizar a evolução salarial, os lucros em geral e os impostos e subsídios gerados pela atividade em questão.

No tocante ao número de unidades habitacionais/leitos disponibilizados pela atividade turística em Maceió e Alagoas, verifica-se o demonstrado a partir de dados fornecidos pela SETUR –AL no período de 1999/2004, conforme abaixo discriminado:

TABELA LXIII
NÚMERO DE UNIDADES HABITACIONAIS/LEITOS:

	UNIDADES HABITACIONAIS						LEITOS					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Mcz	4.536	4.818	5.059	5.333	5.533	5.325	12.570	13.170	13.946	14.704	15.194	14.724
AL	6.862	7.466	7.894	8.171	9.446	9.656	18.055	19.659	21.207	21.987	25.350	26.147

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Evidencia-se com tal demonstrativo a evolução no número de unidades habitacionais e leitos, tanto em Maceió como no estado alagoano como um todo, comprovando mais uma vez a grandeza potencial da atividade turística na geração de renda e receitas.

No que corresponde aos empregos gerados na hotelaria de Maceió e do estado alagoano, encontra-se através dos dados fornecidos pela SETUR-AL, no período compreendido entre 1999/2004, o que segue demonstrado:

TABELA LXIV
EMPREGOS GERADOS NA HOTELARIA:

MACEIÓ						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
DIRETOS	3.316	5.396	5.666	5.973	6.197	5.964
INDIRETOS	15.121	24.606	25.837	27.237	28.258	27.196
GERADOS	18.437	30.002	31.503	33.210	34.455	33.160
ALAGOAS						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
DIRETOS	5.921	8.362	8.841	9.152	10.579	10.815
INDIRETOS	27.000	38.131	40.315	41.733	48.240	49.316
GERADOS	32.921	46.493	49.156	50.885	58.819	60.131

Fonte: SETUR-AL, 2005.

Torna-se palpável com os demonstrativos e dados apresentados que a atividade turística é indubitavelmente uma atividade promissora e que poderá ser responsável pelo desenvolvimento sustentável alagoano. Vê-se, pois, que existe uma taxa de ocupação crescente, um fluxo de hóspedes em ascensão, um mercado consumidor gerado pela atividade com mais de 100% de elevação nos últimos anos, com a melhoria sistematizada de todo segmento, com a perspectiva de provavelmente o fluxo de turistas aumentar.

Sob a observância de tais dados, compreende-se que o principal atrativo são os recursos naturais disponíveis, podendo haver exploração de outros instrumentos e equipamentos turísticos disponibilizados na capital e no interior alagoanos, levando em conta que o ambiente natural que hoje é o ponto de maior atração, pode se deteriorar pelo mau uso

da paisagem na construção de hotéis e outros equipamentos, e o número de visitantes excede os limites da capacidade de carga. Desta forma, a localidade pode passar por desgastes econômico, social e ambiental uma vez que a possibilidade dos equipamentos físicos comecem a se degradar e as atrações criadas para o atendimento dos turistas podem corroborar a perda a atratividade. Assim sendo, é preciso revitalizar e rejuvenescer os ambientes naturais, introduzindo, também, novas modalidades e equipamentos turísticos por meio de planejamento, modificando o produto e/ou buscando novos mercados, com medidas que podem surgir com a busca de novos mercados na tentativa de atrair visitantes que não conheçam a área; divulgar centros turísticos novos, diversificar o produto oferecido aos clientes amigos; criar alternativas para o turismo em reservas naturais, visando atender à nova tendência das viagens de aventura e de convívio com a natureza; construção de atrativos, como campos de esportes de elite e marinas para atrair turistas com maior poder aquisitivo; implantar uma legislação de controle da qualidade da oferta, financiando a reforma de hotéis ou sua utilização para outras finalidades, diminuir o excedente de leitos que aviltam preços; inspecionar os padrões de conforto e preço oferecidos aos turistas; verificar sua adequação à propaganda; e, investir na humanização da localidade por meio de plantio de árvores e construção de praças; instalação de trilhas para caminhadas, redução do tráfego com a pavimentação das ruas; proibição de estacionamento de carros nas avenidas; instalação de áreas livres à beira mar, em substituição aos bares e hotéis com frequência privativa aos consumidores; estímulo ao estilo nas construções e nos locais de compra.

Como os atrativos naturais continuam sendo o ápice da preferência como fator decisório da viagem, com isso o Poder Público necessita, portanto, tomar algumas decisões neste sentido. Leva-se em consideração que necessita melhorar a imagem não só de Maceió com o Estado como um todo, fazendo valer o mérito de povo hospitaleiro e de paraíso das águas.

Além destas, propostas outras como a do setor público incentivando e implementando algumas medidas; os operadores turísticos, hotéis, restaurantes, bares, respondendo com criatividade; melhor qualidade da oferta; evitando assim a propaganda negativa que tanto devassa qualquer empreendimento.

Tais medidas podem reverter situações de desgaste e dependem do interesse dos governos em financiar e do interesse da iniciativa privada em investir num turismo de qualidade, uma vez que a qualidade na prestação de serviços, do produto, do planejamento, no relacionamento dos agentes do desenvolvimento e, principalmente, no estado de conservação do meio ambiente sobre a qual a atividade se fundamenta e estrutura, evidenciará uma melhoria nas expectativas de desenvolvimento.

Para que este processo de desenvolvimento se dê sustentavelmente e possa melhor ampliar suas aptidões explorando toda potencialidade que existe, será necessário que se retome investimentos para melhoria da estrutura turística respeitando uma política sustentável, como a disponibilidade de novos hotéis, melhor apresentação urbana, financiamentos atrativos para pequenos e médios empresários do setor; solucionar os problemas de saneamento básico nas áreas de maior visitação pública; qualificar o pessoal de todas as áreas que envolvem o relacionamento direto com o turista, não só aqueles formalmente instalados, como toda a informalidade, desde taxistas até artesãos, produzindo cursos e treinamentos para educá-los no atendimento ao setor; fomentar a atividade com uma visão mais ampla e sem o provincianismo tão peculiar; proceder uma limpeza pública mais eficiente; financiar projetos para desenvolvimento de uma maior programação noturna, oferecendo oportunidades às classes artísticas e culturais com uma maior difusão.

Mediante tal exposição passa-se às considerações conclusivas.

CAPÍTULO IV

CONCLUSÃO

O presente estudo delimitado sobre a temática “*Turismo – uma alternativa de desenvolvimento sustentável para o estado de Alagoas*” foi desenvolvido no sentido de encontrar a realidade da atividade turística deste estado no que concerne a uma visão articulada ao meio ambiente e à sustentabilidade.

Para tanto, o presente estudo inicialmente abordou a questão do turismo global configurando tal atividade através de uma abordagem e fundamentação conceitual que observasse o mercado com relação ao desenvolvimento, ao meio ambiente e à sustentabilidade, buscando o ecodesenvolvimento. Este foi o foco do primeiro capítulo onde foram apresentados, dentre outras abordagens, importância do turismo na relação do mercado com o desenvolvimento sustentável na construção de um ecodesenvolvimento.

Em seguida preocupou-se o presente estudo em realizar uma visualização da realidade do turismo no Brasil e, por conseqüência, em Alagoas, buscando levantar as aptidões e potencialidades, bem como os problemas que formam os óbices do desenvolvimento da atividade no país e no estado em estudo. Esta foi a análise abordada no segundo capítulo onde ficou claro o reflexo do desenvolvimento da atividade no país tanto em Alagoas como em Maceió, detectando-se as potencialidades da capital e do interior, no sentido de proceder um levantamento da realidade.

Nesta realidade encontraram-se os problemas que grassam em todo território nacional, detectando, a priori, a ausência de um pólo de lazer e um planejamento de utilização dos recursos disponíveis de forma eficiente e eficaz.

Logo após preocupou-se em apresentar a realidade turística alagoana, através de uma radiografia baseada numa pesquisa de campo envolvendo 200 respondentes turistas por meio de instrumento questionário do Anexo I, comparando-se aos dados disponibilizados pelo período de 1999/2005 pela Secretaria de Turismo – SETUR-AL, no sentido de compará-las para, conseqüentemente, encontrar a realidade para a possibilidade de um prognóstico que possa ser apresentado com sugestões a serem implantadas e implementadas no estado alagoano. Os dados levantados neste capítulo demonstraram a necessidade de realização de uma perspectiva voltada para a adequação do que se oferta com o que se recebe, no que tange à disponibilidade dos recursos na ausência de um pólo de lazer.

Os dados coletados, apurados e analisados traçaram um perfil do que pode favorecer à economia local no tocante a realização de um planejamento voltado para um apanhado de todo aparato disponível nos recursos no sentido de efetivar uma ação que seja capaz de promover a atividade e proceder com a manutenção sustentável dos recursos ofertados.

Com a presente pesquisa tomou-se conhecimento de que a grande maioria dos turistas vir a passeio de forma não organizada por agência de viagem e para conhecer os atrativos naturais, além de ser influenciada por comentário de amigos ou parente e usam o hotel ou a casa de parentes ou amigos para se hospedarem. Isso com uma satisfação plena desejando regresso posteriormente. Com isso se vislumbra a grande capacidade do turismo de atrair novos turistas, abrindo novos empregos para melhor atendimento de seus serviços, oferecendo chances profissionais num campo que cresce velozmente.

Observou-se nesta pesquisa que a atividade turística, no Brasil, tem apresentado um crescimento representativo da ordem de 8% ao ano, gerando riquezas que já totalizam aproximadamente 3,5% do PIB, dados esses que já colocou o país de 43.º para 25.º lugar mundialmente, segundo recente relatório divulgado pela Organização Mundial do Turismo -

OMT. Tal desempenho excita o empreendedorismo no setor trazendo a preocupação em encontrar profissionais com mão-de-obra qualificada, que se encontrem familiarizados com as novas tecnologias, aceitem o mundo globalizado e tenha disposição e curiosidade por culturas distintas.

No que concerne ao mercado consumidor gerado pela atividade turística em Alagoas, a SETUR-AL recolheu e disponibilizou dados onde fica patenteado um crescimento de 120% na capital e de 85% em todo estado alagoano, representando uma perspectiva superavitária no período compreendido entre 1999/2005, gerando receita com acíves acentuados comprovando meritória potencialidade do turismo em gerar riquezas e receitas, na distribuição de renda, na geração de emprego, não podendo ser desprezada como atividade economicamente viável.

Assim sendo, fruto desses estudos encontrou-se que o turismo, sem sombra de dúvida, é responsável pelo crescimento econômico de qualquer localidade, desde que ele seja planejado competentemente, articulado coletivamente e desenvolvido sustentável e responsabilmente. Notadamente baseando-se numa política voltada para o desenvolvimento sustentável com base na educação, evidentemente que se reverterão os quadros encontrados augurando êxito na recepção de muitos outros milhares de visitantes ao cenário local.

É conveniente que a causa de quase todos os males que assolam não só Maceió e o interior alagoano, como de resto em todo o Brasil, são duma gravidade sem precedentes mas que precisam ser dimensionados para a resolução de forma competente, responsável e sustentavelmente. E, evidentemente, que tais males passam pela educação e que esta seja emancipatória, participante e articulando o meio ambiente com a perspectiva de desenvolvimento.

Os diversos problemas nacionais que se encontram diretamente ligados ao turismo e à hospitalidade, não só devem passar por um processo educativo de formação e qualificação,

como envolvem uma caracterização de área calcada na compreensão das atividades, interrelacionadas ou não, referentes à oferta de produtos e à prestação de serviços turísticos e de hospitalidade, uma vez que estes serviços incluem o agenciamento e operação, a promoção, a organização e a realização de eventos de diferentes tipos e portes. Isto porque a atividade turística envolve serviços de hospitalidade que incluem os de hospedagem e os de alimentação, também condomínios residenciais, albergues, colônias de férias, instituições esportivas, escolares, militares, de saúde, acampamentos, navios, coletividades, abrigos para grupos especiais e, sobretudo lazer, bem como serviços de alimentação que são prestados em restaurantes, bares e outros meios como empresas, escolas, clubes, parques, aviões, navios, trens, bufês, entregas diretas, distribuição em pontos de vendas; dentre outros mecanismos de toda uma logística que abarca a atividade e que são desenvolvidas num processo que inclui planejamento, promoção, venda e gerenciamento da execução. Desta forma, é imprescindível a ação educativa no sentido de formar, qualificar e treinar os profissionais que se encontram lotados na dimensão dos serviços prestados para a atividade turística.

A educação se fundamenta nesta questão, notadamente pelos preceitos básicos da educação profissional determinada pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação – LDB e pelos Parâmetros Curriculares Nacionais – PCN’s, pautados na determinação constitucional de preparar o indivíduo para a vida, para o exercício da cidadania e para o trabalho, assinalando as competências profissionais gerais da área que envolvem a concepção, organização e viabilização de produtos e serviços turísticos e de hospitalidade adequados aos interesses, hábitos, atitudes e expectativas da clientela. Por isso, organizar eventos, programas, roteiros, itinerários e atividades de lazer, articulando os meios para sua realização como prestadores de serviços e provedores de infra-estrutura e apoio, enriqueceria muito mais a nossa comunidade receptora. Além disso, não se pode excluir ainda outras competências necessárias como a de organizar espaços físicos de hospedagem e de alimentação, prevendo seus ambientes, uso e

articulação funcional e fluxos de trabalho e de pessoas; operacionalizar política comercial, realizando prospecção mercadológica, identificação e captação de clientes e adequação dos produtos e serviços para este fim; operar a comercialização de produtos e serviços turísticos e de hospitalidade, com direcionamento de ações de vendas para suas clientelas; avaliando a qualidade dos produtos, serviços e atendimentos realizados; executando atividades de gerenciamentos econômico, técnico e administrativo dos núcleos de trabalho articulando os setores internos e coordenando os recursos; gerenciando o pessoal envolvido na oferta dos produtos e na prestação dos serviços; gerenciando os recursos tecnológicos, supervisionando a utilização de máquinas, equipamentos e meios informatizados; realizando a manutenção do empreendimento, dos produtos e dos serviços adequando-os às variações da demanda; e, por fim, comunicar-se efetivamente com o cliente, expressando-se em idioma de comum entendimento.

Enfim, o que se objetiva é o desenvolvimento, não aquele que apenas signifique aumento do tamanho de uma economia, mas o sustentável, pois o desenvolvimento carece sustentabilidade e educação. Os fatores do crescimento constituem as condições iniciais, ou necessárias do desenvolvimento. As condições suficientes do desenvolvimento vinculam-se à melhoria do nível de vida da população e à estabilidade econômica e política de toda extensão territorial.

É evidente que a crise local é espelho das crises que avassalam o país e, por consequência, Alagoas e Maceió. Crises nacionais que coíbem o desenvolvimento e o crescimento econômico. Mas, é preciso ter em mente a necessidade de uma revolução copernicana ao contrário, ou seja, iniciar o processo de mudança pelo micro-universo para, assim, dependendo das questões de êxito, evidenciar a ampliação dessas mudanças no todo, considerando que cada região brasileira tem uma realidade e, também, cômico de que os fatores de crescimento encontram-se nos fatores de oferta, de demanda e em fatores

institucionais. Os fatores do crescimento do lado da oferta são constituídos pela acumulação de capital, pela dotação e capacitação da mão-de-obra e pelas inovações tecnológicas.

Entende-se que a oferta de mão-de-obra depende do crescimento demográfico, das migrações interurbanas e da qualidade de educação geral e profissionalizante. E a capacitação profissional dos trabalhadores relaciona-se com os gastos em educação, treinamento e reciclagem de desempregados, com saúde e com outros itens relacionados com a qualidade e o bem-estar da força de trabalho. Desta forma, é evidentemente claro que é necessário um processo educacional que qualifique todos os trabalhadores da área em questão, como de resto de toda massa profissional brasileira.

Por outro lado, as questões da poluição, insegurança, pobreza, analfabetismo e a degradação da natureza, dentre outros, são problemas graves que precisam ser corrigidos com formação, qualificação e competência, tornando-se necessário, por isso, de conscientização das pessoas que se dará pelo processo educativo e induzir o cumprimento da legislação ambiental, pois que se a degradação do ambiente prejudica a saúde e o bem-estar das pessoas, ela também afeta o desenvolvimento econômico e, conseqüentemente, a atividade turística de qualquer lugar.

É preciso ter em mente que o desenvolvimento pressupõe, portanto, o crescimento de variáveis básicas, como produção, emprego e renda, constituindo as condições necessárias, como também o aumento da produtividade, a melhoria da distribuição de renda e do nível de bem-estar do conjunto da população de todas as regiões do sistema nacional. Assim, pela educação, pela formação, pelo planejamento e pelas ações voltadas para o desenvolvimento sustentável adquire-se a consciência de que ainda existem espaços para a atuação do Estado na programação dos investimentos setoriais e regionais, induzindo a iniciativa privada a seguir os rumos estratégicos do desenvolvimento da economia regional, principalmente na área do turismo. E o crescimento econômico de Maceió e do interior alagoano está nas mãos

tanto do Poder Público, quanto da iniciativa privada e toda população, principalmente se houver uma política consequentemente integrada sustentavelmente para o turismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGNES, Diane. A Importância do Planejamento para a Prática da Atividade Turística em Áreas de Proteção Ambiental. Revista Turismo. Capturado da Internet <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/>. Acesso em 20 out 2006.

ALAGOAS. Anuário Estatístico de Alagoas. Maceió: Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento, 1999/2003.

_____. Guia de serviços e atrativos de Maceió. Maceió: EMATUR/SETUR, 1998/1999

_____. Alagoas: paraíso das águas. Manual de serviços e atrativos turísticos. Maceió: EMATUR, 1995/1996

_____. Guia de serviços e atrativos de Maceió. Maceió: EMATUR/SETUR, 1998/1999

_____. Alagoas: paraíso das águas. Manual de serviços e atrativos turísticos. Maceió: EMATUR, 1995/1996.

_____. Alagoas: novo tempo de oportunidades. Maceió: Secretaria Coordenadora de Desenvolvimento Econômico/Célula de Desenvolvimento Econômico, 2004.

_____. Plano de ação: programa de mobilização para o desenvolvimento dos arranjos e territórios produtivos locais do Estado de Alagoas. Maceió: Governo de Alagoas/SCDE, 2004b.

_____. Anais do Seminário do Complexo Químico de Alagoas - CQA. Maceió: SEPLAN, 1978

_____. Condições das principais rodovias estaduais. Revista Na Estrada. Capturado na Internet (www.naestrada.cjb.net) em 22/04/2003

_____. Geografia de Alagoas. Governo do Estado. Capturado da Internet (www.governodealagoas.gov.br) em 22/04/2003

- _____. Sondagem conjuntural da indústria de transformação alagoana. Maceió: FIRPLAN/IFOR/IPES, 1980
- ALMEIDA, J.A.; BLÓS, W. Turismo e desenvolvimento em espaço rural. *Ciência e Ambiente: Agricultura, Território e Meio Ambiente*. n. 15, p. 31-49, 1997.
- ANDRADE, José Vicente de. *Turismo; Fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 2001.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). *Turismo. Como aprender, como ensinar*. São Paulo: SENAC, 2001.
- BARBOSA, Jair. *A história de Alagoas: dos caetés aos marajás*. Maceió: edição do autor, 1999.
- BARRETO, Margarita. *Planejamento e organização em turismo*. São Paulo. Papyrus, 1991.
- _____. *Turismo e legado cultural*. Campinas: Papyrus, 2000.
- BECKER, Berta. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: *Turismo: espaço, cultura e paisagem*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BENEVIDES, Irleno Porto. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. in: RODRIGUES, Adyr Ballestrari, (org), *Turismo e Desenvolvimento Local*, São Paulo: Hucitec, 1996.
- BENI, Mário Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC, 2002.
- BRASIL. *A questão ambiental e as empresas*. Brasília: SEBRAE, 1998.
- _____. *Diretrizes para uma política nacional de turismo*. Brasília: Embratur, 1994.
- _____. *Relatório Geo Brasil: áreas urbanas e industriais*. Brasília: MMA/PNUMA, 2002.
- _____. Ministério do Desenvolvimento Agrário. *Referências para o desenvolvimento territorial sustentável*. Out. 2003. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br>>. Acesso em: 27 de julho de 2006.
- _____. *Anuário Estatístico Embratur*. Brasília: Ministério do Turismo/Embratur, 2006.

BRASÍLIA. Programa Sebrae de Turismo. SEBRAE, 2003 Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em: 20 de junho de 2006.

BULGARELLI, Cláudio. O universo da beleza alagoana. Maceió: Gazeta de Alagoas, s/d.

CABRAL, Pina. O Turismo e o Desenvolvimento Rural. Planear, 2003. Disponível em: <<http://www.planear.com.br>>. Acesso em: 02 mar. 2006.

CAMARGO, J.F. de. A cidade e o campo: o êxodo rural no Brasil. Rio de Janeiro: Burity, 1999.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O turismo e a produção não-lugar. In. Turismo: Espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

CAMPANHOLA, Clayton; SILVA, José Graziano da. O agroturismo como nova forma de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário (Orgs.). Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento. São Paulo: EDUSC, 2000.

CAMPOS, Ângelo Mariano Nunes. O ecoturismo como alternativa de desenvolvimento sustentável. Revista Espaço Acadêmico, nº 43, dez. de 2004.

CARESSATO, Edson Avelino. Turismo e Sustentabilidade - uma visão holística. Revista Aguapé, 2003. Disponível em: <<http://www.nourau.smarcos.br/>> Acesso em: 12 de julho de 2006.

CARVALHO, Cícero P. Formação Histórica de Alagoas. Maceió: Grafitex, 1982.

_____. Alagoas; um problema regional. In: Seminário de Democracia participativa: caminhos para a inclusão social. Maceió: PRONORD, 2002 Capturado da Internet http://www.pronord.org.br/Turma1/Textos/Txt_sem3_Cicero.htm

_____. Análise da reestruturação produtiva da agroindústria sucro-alcooleira alagoana. Maceió: EDUFAL, 2000. (Série Apontamentos, nº 42).

CASIMIRO FILHO, Francisco. Contribuição do turismo à economia brasileira. São Paulo: USP/ESALQ, 2002.

- CAVACO, Carminda. Turismo rural e desenvolvimento local. In: Turismo e geografia. São Paulo: Hucitec, 1999.
- CAZES, George. Turismo e subdesenvolvimento: tendências recentes. In: Turismo e Geografia. São Paulo: Hucitec, 1999.
- CMMAD - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nosso futuro comum. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- DEL GROSSI, M. E.; SILVA, Graziano José. O novo rural brasileiro. Campinas, São Paulo: Unicamp. IE, 1999.
- DIAS, Reinaldo. Turismo sustentável e Meio Ambiente. São Paulo: Atlas, 2003.
- EMBRATUR. Anuário estatístico EMBRATUR: 2003. Brasília, 2003.
- ESLEBÃO, Ivo. O turismo como atividade não agrícola em São Martinho-SC. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário (Orgs.). Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento. São Paulo: EDUSC, 2000.
- ESPÍNDOLA, Thomaz. A geografia alagoana. Maceió: Catavento, 2001.
- FERRARA, Lucrecia D'Alessio. O turismo dos deslocamentos virtuais. In: Turismo: Espaço, paisagem e cultural. São Paulo: Hucitec, 1996.
- FERREIRA, Marconde Maia. Impactos ambientais da ocupação urbana na bacia hidrográfica do igarapé Batista no Rio Branco – Acre. Rio Branco: UFA, 2005.
- FIBGE - FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Brasília: IBGE, 1999.
- _____ Censo Demográfico. Rio de Janeiro: CDDI, 1960, 1970, 1980, 1991 e 2000.
- _____. Censo Agropecuário de Alagoas, Rio de Janeiro: CDDI, 1970, 1975, 1980, 1985 e 1995/96.
- _____. Censo Industrial, Rio de Janeiro: CDDI, 1980, 1985, 1999 e 2001.
- _____. Base de Informações Municipais, Rio de Janeiro: CDDI, 2002.

- GALLERO, Álvaro Lopes. Realidades del espacio del empleo en el sector turístico. IV Encontro Nacional de Turismo com Base Local. Anais. Joinville: IELUSC, novembro/ 2000.
- GEIGER, Pedro P. Turismo e Espacialidade. In: Turismo e Geografia. São Paulo: Hucitec, 1999.
- GORENDER, Jacob. Globalização, mudanças tecnológicas e novos processos de trabalho e de produção. In: Globalização, regionalização e nacionalismo. São Paulo: UNESP, 1999
- GRANER, Fabio; VARISSIMO, Renata. Gastos de estrangeiros no Brasil batem novo recorde. Jornal do Comércio. Recife, 21.12.2006.
- HAYMOND, Michael. Planejamento e organização em turismo. São Paulo: Papirus, 1991.
- HAWKINS E., Donald. Ecoturismo: um guia de planejamento e gestão. São Paulo: Hucitec, 1995.
- IANNI, Octavio. Estado e planejamento econômico no Brasil. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996
- _____. A era do globalismo. In: Globalização, regionalização e nacionalismo. São Paulo: UNESP, 1999
- _____. A sociedade global. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002
- IRVING, Marta de Azevedo. Ecoturismo em Áreas Protegidas: Um Desafio no Contexto Brasileiro. Boletim de Turismo e Administração Hoteleira - Publicação do Centro Universitário Ibero-Americano - n. 2, p. 11-37, out. 2000.
- KNAFOU, Remy. Turismo e Território: por uma abordagem científica do turismo. In: Turismo e Geografia. São Paulo: Hucitec, 1999.
- KRUGMAN, Paul & OBSTEFELD, Maurice. Economia internacional: teoria e política. São Paulo: Pearson, 2001.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas & MILONE, Paulo Cesar. Turismo Teoria e Prática. São Paulo: Atlas SP. 2000

- LEMOS, Leandro de. Turismo: que negócio é esse? Uma análise econômica do turismo. São Paulo: Papyrus Editora, 1999.
- LEONTIEF, Wassily. A economia do insumo-produto. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, C. L. Introdução ao turismo. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- LIMA, Ivan Fernandes. Maceió, a cidade restinga; contribuição ao estudo geomorfológico do litoral alagoano. Maceió: Edufal, 1999.
- LIMA, João Ricardo Ferreira. Renda e ocupação das famílias rurais paraibanas nos anos 90. vol.12 n°22. p.153-158. Passo Fundo, RS. 2001.
- LINDOSO, Dirceu. Formação de Alagoas boreal. Maceió: Catavento, 2000.
- MACEDO, Silvio Soares & PELLEGRINO, Paulo Renato Mesquita. Do éden à cidade - transformação da paisagem litorânea brasileira. In: Turismo: espaço paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.
- MARTINS, Angelo Antonio C. Turismo nas Alagoas: uma alternativa econômica. Maceió: Sergasa, 1991.
- MONTORO FILHO, André Franco. Teoria elementar do funcionamento do mercado. In: Manual de Economia. São Paulo: Saraiva, 1992.
- MOREIRA, Emilia de Rodat F. Formação inicial e configuração atual do espaço paraibano. João Pessoa: Editora UFPB, 1999.
- NAISBITT, John. O paradoxo global. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. Guia de desenvolvimento sustentável. Trad.: Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- PAIVA, Silvia M. C. Os programas Governamentais para o Desenvolvimento do Turismo, Incluindo o Turismo Ecológico. Brasília: Senado Federal, 2002.

- PASSOS, Luciana Andrade dos. Paisagem Natural, Patrimônio Cultural e Turismo nos Cariris Paraibanos. João Pessoa: UFPB, 2002.
- PAVOT, Cécile; ZAOUAL, Hassan. PIRES, M. J. Lazer e turismo cultural. São Paulo: Manole, 2001.
- PEDROSA, Tânia de Maya. Arte popular de Alagoas. Maceió: Grafitex, 2000.
- PETROCCHI, Mario. Turismo: Planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.
- PINHO, Diva Benevides & VASCONCELLOS, Marco Antonio S (Org.). Manual de Economia. São Paulo: Saraiva, 1992.
- PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Agroturismo e Desenvolvimento Regional. São Paulo: Hucitec, 1999.
- PRADO, Rosane Manhães. As espécies exóticas somos nós: reflexão a propósito do ecoturismo na Ilha Grande. Horizontes Antropológicos. Capturado da Internet <http://www.scielo.br/> . Acesso em 06.11.2006.
- RABAHY, Wilson Abrahão. Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. São Paulo: Manole, 2003.
- REJOWSKI, Mirian; COSTA, Benny Kramer: Turismo contemporâneo. São Paulo: Atlas, 2003.
- RIBEIRO, Marciana Leite. Novas formas de ocupação do meio rural e natural no município de Caçapava – SP. São Paulo: UVP, 2001.
- RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo e espaço. Rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1997.
- _____. (org). Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Editora Hucitec, 1999.
- _____.(org). Turismo e Ambiente; Reflexões e Propostas. São Paulo: Hucitec, 2002.

RODRIGUES, Arlete Moysés. A produção e o consumo do espaço para o turista e a problemática ambiental. In Turismo: Espaço, paisagem e Cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: Hucitec, 1997.

ROSIQUE, Javier & BARBIEIRI, Edison. Ecologia - preservar pra viver. São Paulo, Cidade Nova, 1992.

RUSCHMANN, Doris. Turismo e planejamento sustentável; proteção do meio ambiente. São Paulo. Papirus Editora, 1997.

_____. O turismo rural e o desenvolvimento sustentável. In: Almeida, J. A.; Riedl, M.; Froehlich, J. M. (orgs). Turismo rural e desenvolvimento sustentável. Campinas, SP: Papirus, 2001.

SACHS, Ignacy. Brasil rural: da redescoberta à invenção. Estudos avançados. vol.15 nº43. São Paulo Set-Dec. 2001.

SARTOR, Lourdes Fellini. Introdução ao Turismo. Caxias do Sul, Universidade de Caxias do Sul; Porto Alegre, Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes, 1997.

SCHNEIDER, Sergio; FIALHO, Marco Antônio Verardi. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; RIEDL, Mário (Orgs.). Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento. São Paulo: EDUSC, 2000.

SEABRA, Giovanni de Farias. Turismo auto sustentado: preservação da cultura e do meio ambiente no estado da Paraíba. João Pessoa: UFPB, 1999.

_____. O Turismo sertanejo como alternativa econômica para o semi-árido. João Pessoa: UFPB, 2002.

_____. As Rotas Culturais do Turismo Sertanejo. João Pessoa: UFPB, 2002.

SESSA, Alberto. Turismo e política do desenvolvimento. Porto Alegre: Uniontur, 1983

- SILVA, Carlos Eduardo. Desenvolvimento de Metodologia para análise da adequação e enquadramento de categorias de manejo de Unidades de Conservação. Rio Claro: UEP, 1999.
- SILVA, J. Graziano da. Velhos e novos mitos do rural brasileiro. In: Estudos avançados. vol.15 n°43 São Paulo Set-Dec. 2001.
- _____. O novo rural brasileiro. Revista Nova Economia, v.7, n° 1, p.43-81, 1997.
- SILVA, J. Graziano da; GROSSI, Mauro Eduardo Del. O novo rural brasileiro. Campinas, UNICAMP, Instituto de Economia, 1999.
- SILVA, José Graziano da. VILARINHO, C.; DALE, P.J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: Almeida, J. A.; Riedl, M.; Froehlich, J. M. (orgs). Turismo rural e desenvolvimento sustentável. Campinas, SP: Papirus, 2001.
- SILVA, Marlene M. e; LIMA, Diva M. Andrade. Sertão Sul. Recife: Sudene, 1982.
- SOARES DO BEM, Arim. Globalização, estado e gênero - um olhar crítico sobre o desenvolvimento do turismo no Nordeste. Cadernos de Turismo n.º 1:03-24, jan/dez 2003
- _____. A gestão da interculturalidade como agente fundamental na produção da qualidade em turismo e hotelaria. Cadernos de Administração, n.º 2:19-43, jul/dez, 2001
- SOLHA, Karina Toledo. Órgãos públicos estaduais e o desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: USP/ECA, 2004.
- SOUSA, Luziana da Silva. Turismo e desenvolvimento local sustentável na Paraíba. Capturado da Internet <http://www.eumed.net/libros>. Acesso em 20.11.2006.
- SOUZA, Arminda e CÔRREA, Marcus Vinícius M. Turismo - Conceitos, Definições e Siglas. Manaus: Valer, 2000.
- SOUZA, Janne Claire. Ciclo de vida do turismo: uma abordagem do crescimento econômico de Maceió. Maceió; FEJAL/CESMAQ, 2000.
- SOUZA, Nali de Jesus. Desenvolvimento econômico. São Paulo: Atlas, 1997

SURUAGY, Divaldo & WANDERLEY FILHO, Ruben. Raízes de Alagoas. Maceió/São Paulo: Catavento, 2000.

SWARBROOKE, John. Turismo Sustentável: conceitos e impacto ambiental. São Paulo: Aleph, 2000.

_____. Turismo sustentável: meio ambiente e economia. São Paulo: Aleph, 2000.

_____. Turismo sustentável: gestão e marketing. São Paulo: Aleph, 2000.

_____. Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética. São Paulo, Aleph, 2000.

TEIXEIRA, Elder Lins. Gestão de qualidade em destinos turísticos. Recife: ADM &TEC/Instituto de Administração e Tecnologia, 199

TEIXEIRA, Vanessa Lopes. Pluriatividade e Agricultura Familiar na região Serrana do Estado do Rio de Janeiro. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro, CPDA/UFRRJ, 1998.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo básico. São Paulo: Senac, 1995.

XAVIER, Herbe. A dimensão do turismo no ensino da geografia. Anais do 5º Encontro Nacional de Prática de Ensino de Geografia. Belo Horizonte: PUC/Minas, 1999.

YÁZIGI, Eduardo et al. Turismo espaço paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

ZIMMERMANN, Adonis. Turismo Rural: um modelo brasileiro. Florianópolis: Ed. do Autor, 1996.

ANEXO

ANEXO 1
QUESTIONÁRIO

1. Você está em Alagoas:

- de passagem fazendo turismo a serviço
 em congresso para negócios convenções
 Outros. Quais? _____

2. Qual sua faixa de idade?

- 18/20 anos 20/25 anos 25/30 anos
 30/35 anos 35/40 anos 40/45 anos
 45/50 anos + de 50 anos

3. Você trabalha:

- No serviço público Na indústria no comércio
 autônomo profissional liberal Estudos
 Outros. Qual? _____

4. A sua formação é?

- ensino fundamental ensino médio Superior
 Especialista Mestre Doutorado
 Ens. Profissional Outros. Qual? _____

5. Você costuma viajar para Alagoas?

- Sim Não às vezes

6. Como você classifica a estrutura turística de Alagoas?

- ótima boa regular ruim
 péssima. Outros. Qual? _____

7. Você como turista está satisfeito com a atual estrutura turística de Alagoas?

- Sim Não

Por que? _____

8. O que você destaca como principal atrativo para os turistas em Alagoas?

- belezas naturais vida noturna ativa
 feirinha de artesanato patrimônio histórico
 atividade artística cultural outros _____

9. Como você vê o desempenho do Trade Turístico no incentivo ao maior nível de prospecção e comodidade de turistas para Alagoas?

() ótimo () bom () regular () ruim
 () péssimo () Outros. Como? _____

10. Como você avalia os hotéis, pousadas e acomodações de Alagoas?

() ótimos () bons () regulares () ruins
 () péssimos () Outros. Como? _____

11. A seu ver quais os motivos abaixo que mais desagradaram na sua visita e, a seu ver, mais afugentam turistas de Alagoas?

() violência	() serviços de táxis
() limpeza pública	() acomodações nos hotéis
() programação noturna	() Ausência de políticas para o setor
() provincianismo	() poluição
() pobreza	() serviços públicos
() Outros. Quais? _____	

12. Como você avalia os serviços ofertados pelos taxistas e transportes em geral?

() ótimos () bons () regulares () ruins
 () péssimos () outros; Como? _____

13. Como você avalia o serviço ofertado pelos bares, restaurantes e serviços alimentares em Alagoas?

() ótimo () bom () regular () ruim
 () péssimo () outros. Como? _____

14. Como você avalia a variedade do cardápio oferecido nos bares, restaurantes e lanchonetes de Alagoas?

() ótimo () bom () regular () ruim
 () péssimo () outros. De que forma? _____

15. A seu ver, pela insatisfação ou detectando algo que não foi do seu agrado, quais dos serviços abaixo você teria mais reclamação a fazer?

- hotéis táxis agências de viagens
 restaurantes transporte coletivo companhia aéreas
 tours bares serviços de informações
 casas noturnas limpeza pública segurança pública
 outros. Quais? _____
-
-

16. Como você avalia a urbanização nos municípios de Alagoas?

- ótima boa regular ruim
 péssima

17. Como você avalia o comércio e o mercado em geral local?

- ótimo bom regular ruim
 péssimo

18. Como você avalia as vias de acesso aos principais pontos turísticos locais?

- ótimo bom regular ruim
 péssimo

19. A seu ver, o turista é bem tratado em Alagoas?

- sim não às vezes

20. Como você avalia os atrativos da vida noturna de Alagoas?

- ótima bom regular ruim
 péssima Outros. De que forma? _____
-
-

21. O que é mais desagradável na orla marítima de Alagoas?

- os bares a poluição acesso
 acomodações atendimento higiene
 outros. _____

22. Como você avalia as praias de Alagoas?

- ótimas boas regulares ruins
 péssimas

23. Você está satisfeito com a sua visita a Alagoas?

- sim não mais ou menos

24. Você retornará a visitar Alagoas?

- sim não talvez

25. Você recomendaria Alagoas para os amigos realizarem turismo?

- sim não talvez

