

Turistificação, sol, praia e território(s) em Maceió-Alagoas-Brasil

Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos¹
Lindemberg Medeiros de Araujo²
Silvana Pirillo Ramos³

Resumo

Este estudo analisa a turistificação do destino Maceió, Estado de Alagoas-Brasil. O pressuposto teórico central do estudo é que o turismo configura e reconfigura territórios. Para isso se delinea a produção histórica do espaço dessa destinação, analisando-se as territorializações que se materializaram como resultado do atual e prevacente modelo de desenvolvimento local do turismo, com ênfase no período recente. Adotou-se uma abordagem qualitativa, com análise documental e entrevistas semiestruturadas com indivíduos-chave do governo e do *trade* turístico em âmbito local. Os resultados apontam efetivos impedimentos para uma consolidação do desenvolvimento do destino Maceió. Identifica-se, ainda, a necessidade de repensar-se a sustentação territorial deste destino, com base em mobilização dos seus recursos físicos, naturais, ambientais, sociais e culturais, e não apenas nas atratividades do turismo massificado de sol e praia. Evidencia-se que é necessário diversificar as ofertas do destino, com ênfase em atrativos voltados para as singularidades históricas e culturais locais.

Palavras-chave: Turistificação. Espaço. Território. Maceió-Alagoas-Brasil.

Touristification, sun, sea, sand and territories in Maceió-Alagoas-Brazil

Abstract

This study analyses the touristification in Maceió-AL-BR. The central theoretical assumption of the study is that tourism configures and reconfigures territories. To this aim, the production of the destination Maceió is outlined and an analysis is conducted of the current/prevaling model of local development of tourism, with an emphasis on

¹ Doutorado em "Cidades", Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo Universidade Federal de Alagoas, UFAL, Brasil. Docente efetivo do Curso de Graduação em Turismo, UFAL, Brasil. E-mail: daniel_tur@hotmail.com

² Doutor em Planejamento do Turismo pela Sheffield Hallam University, Inglaterra, UK. Docente do Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente (Igdema) e do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, UFAL, Brasil. E-mail: lmedeirosbr@gmail.com

³ Doutora em Sociologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil. Docente do Curso de Turismo da Universidade Federal de Alagoas, Brasil. Professora Visitante do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, UFAL, Brasil. E-mail: silvanapirillo@uol.com.br

the recent period. It was adopted a qualitative approach, with analysis of documents and data from semi-structured interviews with key individuals of the government and the tourism sector. Results identify serious constraints to an effective consolidation of the destination Maceió. The study identifies the need to rethink the sustainability of this destination based on the mobilization of its rich physical, natural, environmental, social and cultural resources, and not only its natural resources. The point is made that it is necessary to diversify the destination offerings, to develop also tourist attractions which draw also on the local historical and cultural specificities.

Key-words: *Touristification. Space. Territory. Maceió-Alagoas-Brasil.*

1. Introdução

A apropriação do espaço pelo turismo não se restringe aos aspectos materiais, a exemplo da infraestrutura urbana, em geral, ou daquela especificamente criada para uso turístico. Aspectos imateriais, culturais, simbólicos, também são apropriados pelo e para uso turístico, tornando-se não somente atrativos diferenciadores dos destinos, mas também elementos de produção do espaço. Sob essa perspectiva é que se desenvolve um processo socioespacial de territorialização comandado pelo turismo e denominado turistificação.

Para este trabalho, que é um recorte da tese de doutorado do primeiro autor, analisamos a turistificação de Maceió-AL-BR, cidade que conta com uma população de aproximadamente um milhão de habitantes e que recebeu cerca de 1,9 milhões de visitantes em 2015 (VASCONCELOS, 2017). Essa destinação teve seu desenvolvimento turístico fomentado a partir da década de 1970, e não obstante a existência de amplos recursos naturais e culturais para o desenvolvimento de uma grande variedade de atrativos turísticos, a forma pela qual a turistificação dessa destinação tem ocorrido está ancorada em uma oferta excessivamente concentrada nos atrativos turísticos de sol e praia.

Para esse trabalho, utilizou-se abordagem qualitativa e um estudo de caso sobre o destino Maceió. A coleta de dados consistiu de pesquisa documental, observação de campo, e realização de entrevistas semiestruturadas com 18 representantes do *trade* turístico e agentes públicos ligados ao fomento do turismo local. Buscou-se responder a seguinte questão: Como o turismo de massa, sob o segmento de “sol e praia”, se relaciona com a configuração e reconfiguração territorial do destino Maceió? O estudo objetivou compreender a construção espacial do destino Maceió, a fim de explicitar relações entre a formação espacial dessa cidade e as territorializações resultantes da sua turistificação. Para tanto, delineou-se um breve histórico da territorialização turística de Maceió, buscando compreender a sua atual fase do processo de turistificação e como se deram as territorializações ocasionadas pelo atual modelo local de desenvolvimento de turismo receptivo, em aspectos materiais e simbólicos.

2. Turistificação e destino turístico: aportes conceituais

O turismo tem grande capacidade de interferir nas dinâmicas espaço-territoriais dos lugares e desencadeia um processo denominado turistificação⁴. A turistificação do espaço gera consequências materiais e simbólicas, e está intimamente ligada aos processos de expansão da atividade turística em diversas escalas. Para este trabalho, consideramos a turistificação como um processo espacial de territorialização pelo e para o turismo, assentado na produção do espaço e que tem por finalidade a produção e a reprodução da atividade turística. Nesse sentido, partimos do princípio de que não há espaço turístico *per se*, e sim espaço geográfico territorializado pelo turismo (VASCONCELOS, 2017).

As consequências territoriais do turismo são empiricamente observáveis nos destinos turísticos. González Reverté e Antón Clavé (2007) consideram que o destino turístico pode ser analisado como um sistema territorial, o qual teria características específicas, no que se refere à sua finalidade social, a saber: a gestão das expectativas dos turistas. Suas características específicas também estão condicionadas por fatores como a legislação vigente, a tecnologia disponível localmente e os agentes intervenientes em seu desenvolvimento.

Os agentes do mercado turístico e os promotores territoriais dessa atividade, ao escolherem, delimitarem, criarem e inventarem os lugares para o turismo, têm um grande poder de influência sobre a configuração e reconfiguração territórios turísticos (KNAFOU, 2011). A partir disso, esses agentes canalizam ações de *marketing* e de produção do território turístico, seja diretamente no interior das cidades ou nas áreas sob a influência delas, uma vez que frequentemente uma destinação turística também envolve cidades circunvizinhas e diversos outros lugares (GUNN, 1994).

3. Territorialização do turismo no destino Maceió-AL-Brasil: um breve retrospecto histórico-espacial

Historiadores, a exemplo de Altavila (1975), defendem a tese de que Maceió⁵ começou a se formar como uma pequena povoação, ou arraial, nos arredores de um antigo engenho, provavelmente no século XVII. Conforme Cavalcanti (1998), as hipóteses que buscam explicar o posterior desenvolvimento do povoado sugerem que os caminhos que ligavam o litoral às lagoas Mundaú e Manguaba, assim como a influência do Porto de Jaraguá, fixaram o povoado que, em 1837, adquiriu o *status* de capital da província.

⁴ Conceito usado por autores como Picard (1996); Knafou; Bruston; Deprest; Duhamel; Gay (1997), Knafou (2001), Cara (2001), Picard (2003), Duhamel; Knafou (2007); Benevides (2007); Bhandari (2008); Fratucci (2008), Teles; Gandara (2011); Burgold; Franzel; Rolfes (2013); Belhassen; Uriely; Assor (2014); Rodrigues (2015), dentre outros.

⁵ A atual cidade de Maceió surgiu em um engenho de cana-de-açúcar, por volta de 1609. A palavra Maceió vem da língua tupi, das denominações *Maçayó* ou *Macaio-k*. O termo significa "o que tapa o alagadiço" (LIMA, 1965; ALTAVILA, 1975). Tal denominação provavelmente foi acatada como uma referência pela abundância de águas por todos os lados e a constante subida e descida das marés.

Até meados do século passado, o turismo ainda incipiente teve pouca influência na urbanização da cidade, tanto pela relativa e pequena expressão numérica de visitantes quanto pela existência apenas de hotéis de pequeno porte e de características tradicionais. Esses hotéis se localizavam principalmente na área que vai do Centro da cidade até o Porto de Jaraguá. As partes centro e norte do litoral do atual território urbano de Maceió eram formadas basicamente por sítios de coqueirais. Autores como Veras Filho (1991), Costa (1998) e Rangel (2010) concordam que foi a década de 1970 que marcou os primórdios da expansão turística em Maceió nos moldes contemporâneos com importantes melhorias na sua infraestrutura básica e com a construção de equipamentos turísticos.

A partir dessa década, a cidade cresceu, a orla do bairro de Pajuçara foi urbanizada (em 1974) e foi aberta a avenida que atualmente liga o bairro de Ponta Verde à chamada Lagoa da Anta, hoje denominada Avenida Álvaro Otacílio. Essas transformações urbanas atraíram investimentos em restaurantes e hotéis de grande porte nessa área da cidade. Com isso, o trecho de orla formado pelos bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca se tornou a área central da urbanização turística da cidade de Maceió.

Esses fatos históricos, que fazem parte do processo de turistificação do destino Maceió, foram interpretados por Rangel (2010) em estudo sobre o ciclo de vida desse destino turístico, trabalho que teve como base teórica o modelo de Butler (1980)⁶. Para Rangel (2010), apesar de alguma literatura identificar atividades turísticas na cidade de Maceió e no Estado de Alagoas anteriores à década de 1930, a exemplo das fontes aqui mencionadas e dos relatos de Brandão (1937), no seu livro “*Vade mecum do turista em Alagoas*”, tais dados seriam gerais e esparsos. Assim, Rangel (2010), que realizou 20 entrevistas com profissionais que comprovado conhecimento técnico e histórico sobre esse destino, afirma que foi quase unanimidade entre esses entrevistados situar o período pós 1979, ou seja, ano que marcou a inauguração do Hotel Jatiúca, como a referência do início do estágio “desenvolvimento” (BUTLER, 1980) do turismo em Maceió, marcado pela venda de um produto característico, ou seja, o “sol e praia”. Com esses avanços o destino experimentou grande crescimento na sua demanda turística. Por exemplo, entre 1980 e 1990, o estado de Alagoas, que anteriormente tinha seu maior fluxo turístico basicamente restrito a Maceió, chegou a ser um dos destinos turísticos mais visitados do Nordeste brasileiro no período.

Contudo, após o período de desenvolvimento, houve uma queda acentuada no movimento turístico, devida a problemas político-institucionais, de instabilidade econômica, e de emergência competitiva de outros destinos, somados a problemas ambientais locais (COSTA, 1998). Por exemplo, a orla da cidade, principal parte do território turístico do destino, foi negligenciada gerando comentários negativos por parte dos visitantes. Como consequência direta desses problemas, nas décadas seguintes (1990-2000), conforme dados da Comissão de Turismo Integrada do Nordeste – CTI/NE, o destino Maceió passou a ocupar as últimas posições na

⁶ Butler (1980) desenvolveu um modelo, em língua inglesa denominado TALC (*Tourist Area Life Cycle*), o qual distingue fases evolutivas de uma área turística, quais sejam: exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação e estagnação; esta última fase pode evoluir para declínio ou rejuvenescimento. Com base nesse modelo, Rangel (2010) situa temporalmente as seguintes fases do ciclo de vida do destino Maceió: antecedentes (1937-1978), desenvolvimento (1979-1985), consolidação (1986-1988), estagnação (1989-1996) e pós-estagnação (a partir de 1996).

preferência dos turistas que visitaram o Nordeste Brasileiro (MARTINS, 2009). Tais fatores configuraram, temporariamente, um território desfavorável à continuidade de crescimento do destino.

4. O período pós-estagnação, questões espaciais e a territorialização mais recente

O modelo de Butler (1980) sugere que, após a fase de estagnação, uma destinação pode ter um dos três cenários que se seguem: declínio, estabilização ou rejuvenescimento, em diferentes escalas. Quando Maceió entrou na fase de pós-estagnação, a partir de 1997, compreendemos que o destino passou a experimentar uma fase de rejuvenescimento e, não obstante os problemas que levaram a destinação a uma fase de estagnação, cada vez mais a presença do turismo de sol e praia prevaleceu.

Considerando a perspectiva de um rejuvenescimento do destino, na última década ocorreram relevantes intervenções espaço-territoriais que merecem atenção para se compreender a atual fase do ciclo de vida do destino, como a requalificação de trechos da orla marítima urbana, a partir do final dos anos de 1990 até um período recente.



Figura 01: Orla de Pajuçara e Ponta Verde, Maceió-AL.
Fonte: Imagem de domínio público (2015).

Acompanhando os investimentos em urbanização feitos no principal trecho turístico da cidade, o aumento do fluxo global de visitantes, e o crescimento econômico da atividade turística, grupos nacionais, internacionais e locais passaram a investir mais em infraestrutura hoteleira na cidade. Conforme os dados oficiais (ALAGOAS, s.d.), no ano de 2013 existiam 116 empreendimentos dedicados à hospedagem, com 6.280

UHs representando 16.076 leitos disponíveis, sendo a maioria deles localizada justamente nos bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca.

Recentemente, a partir de 2010, também foram realizadas intervenções em direção ao litoral Norte do município, em direção aos bairros de Jacarecica, Guaxuma, Garça Torta, Riacho Doce, Pescaria e Ipioca. Essa porção do litoral é contemplada com um alto potencial paisagístico natural (a exemplo da Figura 02), com abundantes recursos, como praias, rios, coqueirais, remanescentes de Mata Atlântica e mangues, e já possui razoável instalação de pousadas e hotéis (muitos voltados à tipologia *resort*), também passando por processos de especulação imobiliária, relacionada ao turismo e ao veraneio.



Figura 02 - Equipamento hoteleiro, ao lado de reserva de Mata Atlântica, e oceano ao fundo, no litoral Norte de Maceió.
Fonte: arquivo pessoal (2016).

6. Turistificação local e territorialidades em um período mais recente

Dados mais recentes comprovam que os investimentos feitos em infraestrutura urbana e o alinhamento do *trade* turístico local com o poder público, ocorrido nos últimos anos, como evidenciaram nossos entrevistados, têm gerado bons resultados para os números do turismo de Maceió, como podemos observar no crescimento constante do número de visitantes, como ilustrado na Figura 03.

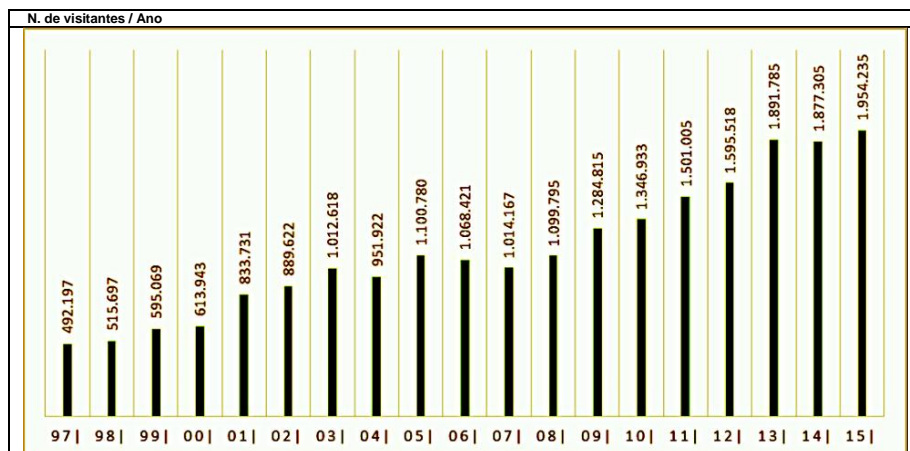


Figura 03 - Representação evolutiva do fluxo global de visitantes em Maceió (1997 a 2015).
Fonte: Vasconcelos (2017)

No gráfico acima, constam dados oficiais que indicam crescimento contínuo e/ou regular da demanda turística de Maceió, no período 2006-2015. Segundo a Setur/AL (ALAGOAS, s.d.) no ano de 2015 essa destinação recebeu um fluxo global de 1.954.235 visitantes, que se comparados com os índices de 1997, quando a destinação recebeu 492.197 visitantes, constatamos que a demanda turística de Maceió praticamente quadruplicou em um período de 18 anos, a partir da fase de pós-estagnação do destino, de 1997 a 2015. A crescente demanda de visitantes, nos últimos anos, também desencadeou um aumento de oferta de meios de hospedagem.

No entanto, mesmo com essas perspectivas de crescimento atrelado aos investimentos que vêm sendo realizados pelo poder público e pela iniciativa privada para o setor turístico local, nossos entrevistados apontaram a existência de sérios limitadores para um rejuvenescimento mais duradouro do destino, a exemplo das ainda presentes questões de qualidade ambiental nas praias de Maceió, principalmente a poluição por esgoto sem tratamento prévio.

Como ocorre já há décadas, a poluição e a contaminação das praias urbanas de Maceió continuam sendo um dos fatores de maior impacto negativo do destino, gerando insatisfação da população local, dos turistas, além de propaganda negativa dos que percebem tal situação e a criticam publicamente. Além disso, outros problemas são apontados pelo público entrevistado, como a percepção de que o mercado turístico local ainda é muito dependente do turismo de sol e praia, sem uma efetiva iniciativa de se fomentar outras tipologias de turismo ligadas ao lazer.

Já no que se refere às influências da existência de ofertas turísticas originadas em Maceió, essas se estendem a outros municípios do litoral alagoano. Essa situação reflete simbólica e materialmente o território turístico predominante em Alagoas que, em termos mercadológicos, é “vendido” e divulgado turisticamente, segundo entrevistados, como “destino Maceió”. Tal forma de territorialização também influencia uma rede de facilidades infra e superestruturais do núcleo irradiador de turismo receptivo Maceió, ou como denominam os entrevistados, do “portão de entrada” do

turismo de Alagoas, que serve como foco de irradiação dos fluxos turísticos para as áreas influenciadas por esse núcleo. As falas seguintes ilustram essa constatação:

Há dois “produtos turísticos” [...] que são vendidos no mercado: o vendido pelo setor político-institucional tem espaço geográfico nos limites do município de Maceió; e o vendido pelo setor privado. Neste último, o produto turístico Maceió [destinação turística Maceió] é apresentado como tendo espaço geográfico todo território de Alagoas, principalmente a zona litorânea (entrevistado 03).

Começa obviamente em Maceió, com o desembarque, após isso se estende à Praia do Francês, com o “in, out, City”, Barra de São Miguel, Praia do Gunga, Dunas de Marapé, estendendo-se até Coruripe no Litoral Sul, Jequiá da Praia, indo até a Foz do São Francisco. Garça Torta e Paripueira, as Galés de Maragogi, no Litoral Norte (entrevistado 15).

[...] o turista que vem a Maceió tem normalmente a estadia de sete noites, então nesses dias que ele fica aqui ele tem possibilidade de ir a Maragogi no extremo norte do estado a 120 km ao Rio São Francisco que está a cento e poucos quilômetros, estamos falando de três horas no máximo, então ele tem condições de passar um dia de lazer desde Maragogi até com passeios belíssimos, você tem Paripueira, Dunas de Marapé, Gunga o passageiro que chega aqui ele já vem com o imaginário de visitar Maragogi e Gunga, ninguém quer deixar de fazer esses passeios. Então o mercado nacional já sabe disso e inclusive as operadoras já estão incluindo esses passeios nos pacotes em que eles vendem (entrevistado 11).

A partir dessa territorialização do turismo receptivo local, algo que se torna evidente é a nítida carência, ou seja, falta de outras práticas turísticas, alternativas ao modelo dominante, que tem priorizado historicamente um turismo massificado de sol e praia. Em nível local, o que se consolida é uma persistente invisibilidade de roteiros que poderiam tanto diferenciar quanto complementar os atrativos de sol e mar. Sobre essa questão, a fala seguinte, emitida por um dos entrevistados, é ilustrativa:

[...] existe uma necessidade de uma especialização e diferenciação em termos de serviço, o que acontece é que eu tive contato com alguns operadores, alguns profissionais do setor privado na tentativa de conhecer outros segmentos, mas ao conversar com eles, eles dizem que é muito bom mas muito demorado, é preciso muita dedicação. Então, Sol e Mar... se botou na cabeça que é você aproveitar o sol e trazer pessoas pra lá e colocar de um lado para o outro [...] (entrevistado 01).

Esse tipo de posicionamento reforça, territorialmente, uma rede de conveniências e agenciamentos presentes no seio do poder decisório acerca do turismo na destinação Maceió: nos últimos anos, o *trade* turístico tem indicado seus representantes para atuarem no setor público, vinculado aos órgãos oficiais de turismo do estado e do município, como aponta a fala de um entrevistado:

[...] a participação do setor privado na indicação desses próprios gestores tem conseguido, há muitos anos, há mais de uma década... Eles conseguem indicar aos gestores maiores, governadores, prefeitos e gestores da pasta. Há uma tendência que esses gestores atuem em consonância com os interesses, não em sua totalidade, mas parcialmente, os interesses do setor privado [...] (entrevistado 02).

Apesar de trazer aspectos positivos para o modelo praticado, com um rejuvenescimento da oferta tradicional do destino, a consequência prática do fortalecimento do atual *modus operandi* do destino Maceió, perpetua o modelo local exaustivamente focado no turismo de sol e praia, como aponta a continuidade da fala citada acima:

[...] ainda que um secretário municipal ou estadual acredite na diversificação, ele perde forças por que ele está sozinho, não vai conseguir o respaldo dos que o colocaram na pasta [...]. O gestor via de regra, ele tende a remar com a maré, sendo bem realista, e dança conforme a música, a seguir o fluxo do rio. Então, onde ele percebe que as coisas vão acontecer mais facilmente, sem muito desgaste, ele tende a fomentar. Então está alinhado aos interesses do setor privado dos interesses políticos relacionados ao setor privado [...]. Eu enxergo, acima de tudo, uma cultura empresarial entendendo que [...] nesse momento do turismo de Maceió-Alagoas, o setor privado ocupa um espaço de destaque, não acho que isso vá mudar tão cedo, me refiro a uma independência do poder público, do poder privado, ao ponto de não necessariamente haver uma aliança direta, uma aliança direta me refiro a uma indicação do gestor por parte do governador, pelo prefeito e ele pode não atender aos interesses do privado [...] (entrevistado 02).

Como reflexo de tal conjuntura, observamos os tipos de percepção e discursos que vêm sendo elaborados sobre Maceió, pelas agências governamentais, com respaldo do *trade* turístico. Assim, uma das consequências da forma pela qual o turismo tem continuamente se territorializado na destinação Maceió são as grandes dificuldades de uma efetiva internacionalização do destino. Segue comentário de um dos entrevistados sobre as possibilidades de Maceió expandir-se como destino internacional⁷:

[...] nós somos ainda muito fragilizados por essa infraestrutura, se realmente a cidade conseguisse acelerar esse processo de melhoria de infraestrutura urbana, vai gerar muita oportunidade para mercados, até então ainda não descobertos, principalmente o mercado europeu que é uma demanda de longa distância e que gosta de aproveitar o segmento de sol e mar, ou seja, com praias urbanas cem por cento saneadas, com ocupações bastante interessantes,

⁷ Não há dados oficiais precisos sobre esse aspecto, mas como ilustração, no ano de 2015 o fluxo hoteleiro divulgado foi de 781.994 hóspedes, sendo, dentre esses, 27.677 (ou aproximadamente 35,4%) de estrangeiros, com predominância efetiva de sulamericanos (74,12% desses estrangeiros), sendo 51,15% deles, provenientes da Argentina. Tais dados ilustram que o turismo internacional receptivo ainda está muito concentrado em um público relativamente homogêneo de latino-americanos, sendo diminutos os percentuais de visitantes de outras proveniências internacionais como: EUA (4,81%); Portugal (4,25%); Itália (3,34%); Espanha (3,11%); Alemanha (1,95%), etc.



tanto de grandes investidores, tanto de médios e pequenos investidores no segmento de lazer, tipo bares, restaurantes, serviços e tudo. Então, quanto a isso, ainda estamos fragilizados. Focado somente num público brasileiro ou, no mais, latino-americano, onde a percepção do turismo é ainda muito fragilizada... então eles não têm uma exigência tão grande quanto a do mercado europeu. Então essa é a nossa fragilidade mercadológica, podendo ter um crescimento com as devidas melhorias. Praias iguais, é difícil você encontrar atrativos assim de qualidade como os de Alagoas, de Norte a Sul, e com essa proximidade, e por Maceió estar no centro da oferta desses ativos de sol e mar de altíssima qualidade, só precisamos dar um polimento, quanto mais conseguirmos qualificá-los, melhor teremos a receptividade dos nossos visitantes, e um público mais exigente vai ser mais frequente em nossas praias e em nossas cidades. Aí, o que vai ganhar com isso? Um turismo com outra percepção, onde você pode trabalhar com um turismo com percepção de cultura, de folclore, de gastronomia, de paisagismo, de observação, então o turismo de uma qualidade melhor além do sol e mar. Nessa qualificação da cidade, que é o dever de casa, a gente vai abrir um grande leque pra um outro turista que tem o poder econômico para pagar outra atividade além do sol e mar que a gente vende hoje como básico (entrevistado 07).

Outro entrevistado também aborda essa questão, mas com foco na cultura empresarial:

Eu entendo que essa cultura empresarial precisa ser adaptada não que a gente precise esquecer o Sol e Praia, mas eu acho que pra ela ser mudada, nós precisamos de alguns casos de sucesso, nós precisamos que de alguma forma, de uma rede paralela, isso normalmente envolve empresários com visões mais arrojadas, empresários dispostos a investir no médio e longo prazo que são coisas de agora. Muitas vezes pequenos empresários... dedicar seu tempo. E recursos a esses segmentos diferenciais e com resultado começando a funcionar e de repente um rol de operadores diferenciados começar a vir trabalhar a coisa começa a obter um fluxo natural e a gente consegue ter diversidade [...] Cruzeirista vem pra cá, o que acontece [...] muitos deles perguntam logo onde é o centro da cidade, onde é a famosa *DownTown*, que é o termo que eles usam no mundo afora, eles vão ao centro, muitos deles não querem ficar só na área da praia tomando sol, enfim alguns querem e outros não... aí já era essa caminhada que a gente sabe que vai lá do Porto de Jaraguá até o centro da cidade... a gente encontra frequentemente a presença dos cruzeiros, o pessoal buscando essas alternativas culturais [...]. Maceió tem muito a oferecer, e o mosaico de atributos culturais, naturais, totalmente propício para isso: praia, lagoa, cultura, história... nós não precisamos do nosso *Mickey Mouse*, não precisa criar do zero, ele já existe de forma nata, histórica, basta trabalhar de forma em que a gente possa inseri-los no turismo (entrevistado 02).

Sendo o território de Maceió portador de rica e diversificada base para atrativos turísticos (área litorânea, laguna, mangues, rico acervo histórico e cultural), a

problemática que se constata é justamente o tipo de exploração turística que atualmente se desenvolve de forma predominante nesse destino: um turismo massificado, em detrimento de outras possibilidades de diversificação, uma vez que o turismo de massa, com ênfase no sol e mar, tem algumas particularidades negativas inerentes, a saber: impactos ambientais negativos, menosprezo pelo patrimônio cultural, e alheamento em relação às características identitárias locais, etc.. Mais uma vez, o discurso do entrevistado, acima citado, é ilustrativo:

Maceió tem o litoral próprio... extenso litoral... ele não se resume à região da praia... também há a parte interna, com povoados, com culturas e identidades distintas... nós temos o alto de Ipioca... você tem comunidades tradicionais que vivem ali, de culturas distintas... você tem a região da lagoa também, com a orla lagunar muito extensa. Eu não me refiro só ao trecho que vai até o Pontal ali, e volta... refiro a Bebedouro, subindo aquilo ali no sentido Fernão Velho, de infinitas possibilidades. Se a gente se ater só à lagoa, imagine as possibilidades de trabalhar a identidade da marisqueira, do catador de sururu, do passeio de lagoa tradicional, do mangue, como isso pode ser trabalhado... a Massagueira tá aí para provar: polo gastronômico funciona muito bem e não necessariamente só turístico [...] o segmento histórico-cultural, a gente pode fazer esse mix aí associado também ao ecoturismo e ao turismo rural também são três fontes: turismo cultural, rural, gastronômico... vou dizer um quarto aqui, que remonta várias propriedades na área de engenho hotéis fazenda que envolvem a produção artesanal de rapadura, cachaça [...] (entrevistado 02).

Em complemento a esse raciocínio, citamos a pouca utilização turística dos atrativos lagunares da laguna Mundaú, como as visitas turísticas ao bairro do Pontal da Barra, o tradicional “Passeio das nove Ilhas”⁸, a visita à vizinha e histórica cidade de Marechal Deodoro⁹, à Lagoa Manguaba, ou mesmo ao seu bairro gastronômico da Massagueira, em comparação aos itinerários das praias marítimas, que estão no circuito das agências de receptivo local.

[...] subaproveitamento total, por que quando você chega ao nível de Maceió e vê uma orla lagunar belíssima, mal cuidada, mal tratada e sem nenhum tipo de intervenção por parte dos operadores de turismo de não levarem as pessoas até lá e só vê a lagoa sendo utilizada somente com o passeio das nove ilhas, que você passa pelas nove ilhas mas não desce em quase nenhuma. Você não tem mais uma voz, é a natureza sendo responsável, mas você não tem o cuidado de ter serviços e equipamentos durante esses passeios das lagoas, das nove ilhas. [...] o diferencial que poderia ser tratado principalmente

⁸ Durante o passeio, que tem seu ponto de partida em uma das diversas áreas de embarque encontradas no Pontal da Barra, pode-se conhecer nove ilhas, e paisagens agregadas, pertencentes ao Complexo Estuarino Lagunar Mundaú-Manguaba, com seus canais e lagoas. São as ilhas mencionadas na divulgação do passeio: das Andorinhas, do Irineu (Pescador), do Fogo, de Santa Marta, do Almirante, de Um Coqueiro Só, das Cabras, de Bora Bora e a de Santa Rita (Marechal Deodoro).

⁹ O município faz parte da Região Metropolitana de Maceió. A cidade foi a primeira capital de Alagoas e cidade onde nasceu Deodoro da Fonseca, proclamador da República e primeiro presidente do Brasil. É Conhecida também por suas construções de valor histórico, igrejas, casas e outras edificações antigas.



quando você enfoca nesse lado, nessa fase da natureza do município e estado como Alagoas, onde você como carro chefe um dos maiores, um dos mais fortes que é a questão da gastronomia. O bairro de Massagueira, que pertence a Marechal Deodoro mas é frequentado em massa por alagoanos, maceioenses e, alguns turistas isoladamente que vão até esse destino, eles se encontram não só com a paisagem em si das lagoas mas como o carro chefe que é a própria gastronomia, mas você vê [...] muitos fechados por conta de público e quantas agências de viagens levam seus turistas para Massagueira? Nenhuma, eles não contam com o turismo de agência (entrevistado 01).

Já há algumas décadas estudos internacionais como os de Cohen (1993) e Walle (1993), dentre outros, apontam que a autenticidade dos destinos turísticos pode ser efetivada através de segmentos alternativos aos massificados. Ao se criar ofertas que atendem aos interesses de uma demanda mais variada, destinações que historicamente têm priorizado excessivamente o segmento de sol e mar podem atrair uma maior parcela da demanda turística potencial. A diversificação da oferta pode ajudar a complementar e estabilizar as demandas turísticas de uma destinação. Ao se criar oportunidades para outras vias de valorização do turismo nos territórios de destino, em harmonia com suas singularidades locais, geram-se alternativas perante a estandarização dos mercados convencionais e dominantes, que tendem a saturar-se com um produto de natureza mais fugaz e com demanda mais frágil e dependente de manobras mercadológicas convencionais.

7. Considerações Finais

Neste trabalho, constatou-se a condição de destino dominante de Maceió, em Alagoas, com sua ênfase, há mais de 50, anos no turismo de massa, de sol e praia; e as relações entre o *trade* turístico e o aparato oficial municipal e estadual de fomento e gestão do turismo, contribuíram decisivamente para a instalação de um processo de turistificação/territorialização turística que bloqueia o surgimento de outras ofertas turísticas, com base no patrimônio histórico e cultural de Maceió e municípios circunvizinhos.

Ao se criar oportunidades de valorização do turismo nos territórios de destino, em harmonia com suas singularidades e diversidade de interesses locais, pode-se gerar alternativas de diversificação da oferta perante a uma estandarização que prevalece nos mercados convencionais, conservadores e dominantes, que tendem a saturar-se com um produto de natureza mais fugaz e com demanda mais frágil e dependente de manobras mercadológicas, como ocorre com o exemplo de cultura empresarial cultivada pelos planejadores e promotores territoriais do destino Maceió. A configuração territorial que resulta de destinos com essas características funciona como barreira à diversificação da oferta turística local, e continua a marginalizar recursos, interesses periféricos e outras possibilidades de criação de atrativos, para além do turismo de sol e praia.

Referências

ALAGOAS. Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas. (s.d.). **Indicadores turísticos de 1997 a 2015**.

ALTAVILA, A. J. **História da civilização das Alagoas**. 6ª ed. Maceió-AL: SERGASA, 1975

BHANDARI, K. **Touristification of cultural resources**: A case study of Robert Burns. Turizam: znanstveno-stručni časopis, v. 56, n. 3, p. 283-293, 2008.

BELHASSEN, Y; URIELY, N; ASSOR, O. **The touristification of a conflict zone**: The case of Bil'in. Annals of Tourism Research, v. 49, p. 174-189, 2014.

BENEVIDES, I, P. **O amálgama componente dos destinos turísticos como construção viabilizadora dessa política socio-espacial**. Geosp. v. 21, p. 85-102, 2007.

BRANDÃO, M. **Vade Mecum do turista em Alagoas**. Maceió: Sergasa, 1937.

BUTLER, R.W. **The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources**. The Canadian Geographer, v. 24, n. 1, p. 5-12. 1980.

BURGOLD, J.; FRENZEL, F.; ROLFES, M. **Observations on slums and their touristification**. Ges. für Erdkunde zu Berlin, 2013.

CARA, R.B. **El turismo y los procesos de transformación territorial**. In: RODRIGUES, A.A.B. (Org). Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 86-93.

CAVALCANTI, V. R. **La production de l'espace à Maceió (1800-1930)**. Tese de doutorado. 1998. 430 f. Université de Paris I, Panthéon-Sorbonne (Institut d'étude du développement économique et social), 1998.

COHEN, E. **Introduction: Investigating Tourists Arts**. Annals of Tourism Research. Vol. 20. P. 1-8. 1993.

COSTA, F.B. **Para onde vai o turismo de Maceió?** Uma discussão sob a ótica da sustentabilidade. Maceió: Programa Regional de Desenvolvimento e Meio Ambiente – PRODEMA, 1998.

DUHAMEL P.; KNAFOU R. **Les mondes urbains du tourisme**. Paris: Éditions Berlin, 2007.

FRATUCCI, A. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. 2008. 308 f. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2008.

GONZÁLEZ REVERTÉ, F.; ANTÓN CLAVÉ, S.; 2007. Introducción. In.: GONZÁLEZ REVERTÉ, F.; ANTÓN CLAVÉ, S. Orgs.). **A propósito del turismo**: La construcción social del espacio turístico. Barcelona, Editorial UOC, 2007.

GUNN, C. A. **Tourism planning**: basics, concepts, cases. 3 ed. Washington DC: Taylor and



Francis, 1994.

KNAFOU R.; BRUSTON, M.; DEPREST, F.; DUHAMEL P.; GAY J. C.; Sacareau I. **Une approche géographique du tourisme**, Espace géographique, n. 3, 1997, pp. 193-204.

KNAFOU, R. **Turismo e Território**: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A.A.B. (Org). Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 62-74.

LIMA, I. F. **Geografia de Alagoas**. Editôra do Brasil, 1965

MARTINS, Â. A. C. **O produto turístico Alagoas em seu desenvolvimento socioeconômico**. Economia Política do Desenvolvimento – Revista de Ciências Econômicas da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - UFAL. Maceió, v.1, n.6, set./dez. 2009. Edufal. p. 83-109.

PICARD, M. Bali. **Cultural tourism and touristic culture**. Archipelago Press, 1996.

PICARD, M. **Touristification and Balinization in a Time of Reformasi**. Indonesia and the Malay World, v. 31, n. 89, p. 108-118, 2003.

RANGEL, M. G. **Destinação Turística Maceió**: ciclo de vida e perspectivas de crescimento nos próximos anos. 2010. 165 f. Dissertação (mestrado em desenvolvimento e meio ambiente: desenvolvimento sustentável. Programa Regional de Pós-graduação em Desenvolvimento Meio Ambiente). Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2010.

RODRIGUES, L.C. **Turismo em espaços urbanos**: processos de turistificação no Nordeste brasileiro e no Caribe Mexicano. Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, Penedo, Vol. 5, Número Especial, p. 81-104, abr. 2015.

TELLES, D. H. Q.; GANDARA, J. M. **Aspectos de infraestrutura e serviços como indicadores da turistificação na Vila de Encantadas, Ilha do Mel (Brasil)**. El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad, n. 21, p. 171-202, 2011.

VASCONCELOS, D.A.L. de. **Sol, praia e a “destinação” da cidade: compreendendo a turistificação de Maceió-Alagoas-Brasil**. Tese (doutorado em Arquitetura e Urbanismo). Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Maceió, 2017.

VERAS FILHO, L. **História do Turismo de Alagoas**. Maceió: SERGASA, 1991.

WALLE, A.H. **Tourism and Traditional People**: Forging Equitable Strategies. Journal of Travel Research. Vol. XXI. P. 137-140. 1993.