



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA
DEPARTAMENTO DE GEOCIÊNCIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

ROSIMARY DE ALMEIDA CALDAS

**POTENCIAL TURÍSTICO E PRODUÇÃO/TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO PELO
TURISMO NO MUNICÍPIO DO CONDE-PB**

**JOÃO PESSOA
2014**

ROSIMARY DE ALMEIDA CALDAS

**POTENCIAL TURÍSTICO E PRODUÇÃO/TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO PELO
TURISMO NO MUNICÍPIO DO CONDE-PB**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal da Paraíba (PPGG/UFPB), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Orientador: Dr.Sérgio Fernandes Alonso.

Área de concentração: Território, Trabalho e Ambiente.

Linha de pesquisa: Gestão do Território e Análise Geoambiental.

**JOÃO PESSOA
2014**

C145p Caldas, Rosimary de Almeida.

Potencial turístico e produção/transformação do espaço pelo turismo no município do Conde-PB / Rosimary de Almeida Caldas.-- João Pessoa, 2014.

136f. : il.

Orientador: Sérgio Fernandes Alonso

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCEN

1. Geografia - território - gestão. 2. Potencial turístico - Conde-PB. 3. Transformação do espaço. 4. Desenvolvimento local.

ROSIMARY DE ALMEIDA CALDAS

**POTENCIAL TURÍSTICO E PRODUÇÃO/TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO PELO
TURISMO NO MUNICÍPIO DO CONDE-PB**

Data da defesa: 22/08/2014.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Sérgio Fernandes Alonso
Orientador (UEPB)

Prof. Dr. Eduardo Pazera Júnior
Examinador Externo (UEPB)

Prof. Dr. Josías de Castro Galvão
Examinador Interno (UEPB)

Prof. Bartolomeu Israel de Sousa
Suplente Interno (UEPB)

Prof^a. Dra. Josandra Araújo Barreto de Melo
Suplente Externo (UEPB)

Dedico este trabalho a Deus, pois foi Ele o meu companheiro mais fiel nesta trajetória; e aos meus pais, pelo conforto, apoio e confiança.

AGRADECIMENTOS

É impossível expressar aqui toda minha gratidão, respeito e carinho com relação àqueles que me ajudaram no desenvolvimento deste trabalho, de minha vida acadêmica até aqui e pelo ser humano que me tornei. Demonstro toda minha admiração, carinho e respeito a todos aqui citados, mas também àqueles que porventura eu tenha esquecido.

Agradeço a Deus, pelo dom da vida e por me confortar nos momentos mais difíceis desta jornada, por nunca ter me desamparado e por trilhar meus caminhos durante a execução deste trabalho, sempre me dando o dom do discernimento.

Aos meus pais, Francisco e Leonilde, aqueles que sempre me apoiaram, me incentivaram e me ensinaram a sempre perseguir meus sonhos com dignidade, coragem e, acima de tudo, respeito ao outro. Impossível não fazer um agradecimento em separado ao meu pai, que minhas dores sentiu, que as minhas noites de insônia e angústia mais sentiu, que foi meu companheiro e maior incentivador de meus estudos, que se orgulha e sai à rua contando aos amigos cada vitória e conquista da filha, com peito cheio de orgulho, apesar de um rosto e jeito meio ranzinza. Pai, te amo!

Ao meu orientador, Prof. Dr. Sérgio Fernandes Alonso, folgo em agradecimentos, pois sempre esteve pronto e paciente, apesar de seus inúmeros afazeres, nunca deixou em me atender nos momentos de dúvidas e incertezas que permeiam o caminho dos que galgam o percurso da construção e finalização de um trabalho acadêmico. A ele, todo meu respeito e estima.

Ao meu eterno professor e orientador da graduação, futuro doutor, Prof. Arthur Tavares Valverde, pelo incentivo a tentar as seleções de mestrado, por sempre acreditar no meu potencial, com palavras eternas de incentivo.

Àqueles que, conheci durante o curso de mestrado que de alguma forma contribuíram para a construção desta pesquisa. Aos companheiros de turma, cada um deixou um pedacinho a ser lembrado. A Carla, minha companheira de apartamento, com a qual vivi muitas coisas.

A Flávia e Verônica, que comigo formam nosso trio de amarelas, e a Dudu dos cabelos charmosos e grisalhos, vocês alegraram minha estada nesta caminhada com muita cumplicidade e apoio em todos os momentos, no PPGG, na Praça da Paz, na orla do Cabo Branco, ou apenas no apartamento de número 403.

À meiga Glauciene, que me tirou dos sufocos e sempre calmamente ouvia minhas angústias. A Miminho, vulgo Ivanildo, pelo exemplo e pelo apoio.

Aos meus amigos que conquistei na graduação e que agora são para sempre: Adélia, Cristiane, Polyana, Adailton e Vanessa, que sempre me acompanharam nesta jornada e acreditaram em meu potencial. Adélia, a você, que sempre me apoiou nos momentos mais difíceis da minha vida pessoal, obrigada por tudo, amiga. Cris, você, que sempre me alegrou com suas loucuras, acho que fiquei um

pouco louca também. Poly, minha companheira de viagens para congresso, sem você não tem graça, vamos nos preparar para o próximo. Adailton, que sempre me incentivou a nunca parar e que sempre foi, para mim, um exemplo de dedicação. Vanessa, querida, por ter sido uma das pessoas que mais acreditam em mim, e que demonstra isso com uma certeza tão imensa que, quando penso que vou falhar, lembro SEMPRE no quanto você acredita em mim.

Jamais esquecendo de agradecer à família Caldas Veiga: Dêmia, David, Sr. Gilberto (Pretinho) e tia Elza (Pretinha), e aos amigos Rayane e Eduardo, por aquele feriado de outubro em que vocês me incentivaram a fazer meu projeto, e no último instante saímos de Lucena a João Pessoa para fazer minha inscrição. Foi ótimo ver vocês aproveitando a praia e eu acreditando em uma ideia louca de tentar uma seleção de última hora. Obrigada pela loucura, pelo incentivo e pela paciência da minha ausência nesse período.

Ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal da Paraíba, em todas suas representações, pela atenção a mim dispensada e contribuição para minha formação.

À querida Sônia, por sua competência e dedicação em sempre nos orientar de maneira exemplar, nas burocracias que permeiam este caminho.

Ao Prof. Dr. Ozéas Jordão da Silva, por ter me recebido tão carinhosamente em sua sala de aula e me permitiu realizar o estágio-docência em suas turmas de geografia do turismo, contribuindo para minha formação acadêmica e pessoal.

Aos professores Dr. Josias de Castro Galvão e Dr. Eduardo Pazera Júnior pelo aceite ao convite da banca.

A todos aqueles que um dia foram meus professores e me fizeram ter essa paixão pela licenciatura e pela geografia.

Aos principais colaboradores deste trabalho, os turistas, proprietários e funcionários de algum estabelecimento do município do Conde, que tão bem me receberam e disponibilizaram de seu tempo para dar suas contribuições.

Ao poder público e às associações do Conde-PB, pelas informações fornecidas.

À Capes, pelo apoio financeiro com a bolsa de estudos.

E a todos aqueles presentes em minha vida, que podem se sentir responsáveis pelas concretizações de meus objetivos.

A todos vocês, expresso minha eterna gratidão.

“Na verdade, a globalização faz também redescobrir a corporeidade. O mundo da fluidez, a vertigem da velocidade, a frequência dos deslocamentos e a banalidade do movimento e das alusões a lugares e a coisas distantes, revelam, por contraste, no ser humano, o corpo como uma certeza materialmente sensível, diante de um universo difícil de apreender.”

Milton Santos

RESUMO

O turismo representa, na atualidade, uma atividade que gera milhões em divisas. Nesse estudo analisamos o turismo não somente enquanto atividade econômica, mas, também, como fenômeno social, político e cultural. O município do Conde, localizado no litoral sul do estado da Paraíba, é um lugar de belezas naturais exuberantes que atraem turistas de inúmeras localidades. Diante disso, neste estudo visamos discorrer acerca do potencial turístico do Conde e verificar como essa atividade tem interferido na produção/transformação do espaço e no desenvolvimento local. Para tanto, foi aplicada uma matriz de potencial turístico de localidades receptoras, bem como entrevistas a turistas, estabelecimentos hoteleiros e alimentícios e órgãos oficiais. Durante o estudo percebemos que, apesar de uma grande variedade de atrativos, estes não atraem, em sua maioria, uma corrente de turistas internacionais, mas que seu principal alvo são os turistas local e regionais. Por meio da opinião dos turistas frequentadores do Conde, pudemos avaliar como se encontra a infraestrutura básica do município, que atende não só aos turistas, mas toda a comunidade local. Foi comprovada, também, uma desvalorização do uso do turismo como mecanismo de desenvolvimento para a comunidade local em prol do crescimento de agentes externos, que possuem um discurso disfarçado de melhorias para a localidade, mas não passam de grandes empreendedores que trazem, na maior parte, impactos negativos, principalmente com a prática de loteamentos e construções em áreas de preservação ambiental, como a APA de Tambaba. O poder público local tem privilegiado a construção de condomínios horizontais pertencentes a empresas de proprietários de outras localidades, deixando os habitantes que ainda têm o turismo como fonte de renda, todo o restante da população local e os turistas que não se hospedam em grandes *resorts*, sem infraestrutura urbana básica, ou seja, uma política baseada na prioridade de uma minoria de alto poder econômico em detrimento da maioria de baixa renda.

Palavras-chave: Conde-PB. Potencial turístico. Transformação do espaço. Desenvolvimento local.

ABSTRACT

Tourism is, nowadays, an activity that generates millions in hard currency. This study sought to examine tourism not as an economic activity, but as a social, political and economic phenomenon. The municipality of Conde, located on the southern coast of Paraíba state, is a place of lush natural beauty that attract tourists from several locations. Therefore, this study aimed to discuss about the tourism potential of Conde and see how this activity has interfered with the production/processing of space and local development. For this, a matrix of tourism potential of receptive locations was applied, as well as interviews with tourists, hotels and food establishments and official agencies. During the study, despite a wide variety of attractions, it was noticed these attractions not attract, for the most part, a stream of international tourists, but its main target are the local and regional tourists. Through opinion of the visitors tourists of Conde, how is the basic infrastructure the municipality that serves not only to tourists, but the entire local community could be evaluated. The study also demonstrated a devaluation of the use of tourism as a development engine for the local community in support of growth of external agents, which have an undercover speech of improvements to the location, but no more than great entrepreneurs who bring, at the most part, negative impacts, especially with the practice of allotments and buildings in areas of environmental preservation, such as the Environmental Protection Area of Tambaba. The local government has privileged the construction of horizontal condominiums owned by business of owners of other locations, leaving the inhabitants who still have tourism as a source of income, the rest of the local population and tourists which do not stay at big resorts, without basic urban infrastructure, i.e., a policy based on the priority of a minority of high economic power at the expense of the majority of low-income.

Keywords: Conde-PB. Tourism potential. Space transformation. Local development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização do município do Conde	20
Figura 2 – Organograma da estrutura político-administrativa do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil	39
Figura 3 – Polos de turismo do Prodetur/NE-II	42
Figura 4 – Polo Costa das Piscinas	44
Figura 5 – Praia Barra de Gramame, com destaque para a foz do rio Gramame (esquerda) e a voçoroca (direita) - Conde-PB	61
Figura 6 – Pedra Furada, na Praia do Amor - Conde-PB	62
Figura 7 – Praias de Carapibus e Tabatinga - Conde-PB	63
Figura 8 – Atrativos naturais da praia de Tambaba Conde-PB	64
Figura 9 – Barreira policial próxima à divisa dos municípios de João Pessoa e Conde	79
Figura 10 – Valores do estacionamento na Praia de Tambaba - Conde-PB	80
Figura 11 – Acesso aos quiosques do centro turístico da praia de Coqueirinho aos cadeirantes e deficientes motores- Conde-PB	81
Figura 12 – Obras de manutenção da PB-008, em julho de 2014.....	96
Figura 13 – Antigo acesso à praia de Carapibus, Conde-PB	97
Figura 14 – Estrada de acesso à praia de Tabatinga, Conde-PB	98
Figura 15 – Policiamento na praia de Coqueirinho, Conde-PB	99
Figura 16 – Análise espaço temporal da dinâmica de crescimento de áreas construídas e loteamentos em Conde-PB nos anos de 1969 a 2013...	104
Figura 17 – Carta imagem do município do Conde-PB	106
Figura 18 – Uso e ocupação da cobertura superficial do solo do Conde-PB	107
Figura 19 – Loteamentos e áreas construídas na APA de Tambaba pertencentes ao Município do Conde-PB	109
Figura 20 – <i>Resorts</i> e condomínios fechados no Conde-PB	110
Figura 21 – Acesso interno antigo e novo (em construção) à praia de Coqueirinho .	111
Figura 22 – Acessos às praias de Coqueirinho e Carapibus - Conde-PB	112
Figura 23 – Centro turístico de Coqueirinho - Conde-PB	113

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Valores anuais e média de precipitação – Conde-PB – 1996-2010	21
Gráfico 2 – Evolução da população – Conde-PB – 1970-2010	21
Gráfico 3 – Produto Interno Bruto (PIB) por setor da economia – Conde-PB – 2000-2010	22
Gráfico 4 – Sexo dos turistas – Conde-PB	83
Gráfico 5 – Faixa etária dos turistas – Conde-PB	84
Gráfico 6 – Estado civil dos turistas – Conde-PB	84
Gráfico 7 – Escolaridade dos turistas – Conde-PB	85
Gráfico 8 – Origem dos turistas – Conde-PB.....	86
Gráfico 9 – Ocupação dos turistas – Conde-PB	86
Gráfico 10 – Meios de hospedagem dos turistas – Conde-PB.....	88
Gráfico 11 – Meios de informação dos turistas – Conde-PB	89
Gráfico 12 – Motivação dos turistas – Conde-PB	89
Gráfico 13 – Tempo de permanência dos turistas – Conde-PB	90
Gráfico 14 – Tipos de acompanhantes dos turistas – Conde-PB	91
Gráfico 15 – Gastos extras dos turistas – Conde-PB	91
Gráfico 16 – Gasto médio diário por turista – Conde-PB	92

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras	52
Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB.....	66
Quadro 3 – Resumo das pontuações e média da matriz de avaliação de potencial turístico –Conde-PB	75

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Renda da população – Conde-PB – 2010.....	22
Tabela 2 – Divisão dos recursos do Prodetur/NE-I – Paraíba.....	43
Tabela 3 – Ações e gastos do Prodetur/NE-I – Paraíba.....	44
Tabela 4 – Renda média mensal dos turistas – Conde-PB.....	87
Tabela 5 – Classes sociais dos turistas – Conde-PB.....	87
Tabela 6 – Satisfação dos turistas, em números absolutos – Conde-PB	93
Tabela 7 – Quantificação de áreas construídas e loteamentos – Conde-PB	105

LISTA DE SIGLAS

ADBCC	Associação dos Donos de Barracas na Costa do Conde
Aesa	Agência Executiva de Gestão das Águas do Estado da Paraíba
APA	Área de Proteção Ambiental
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
Cagepa	Companhia de Água e Esgotos da Paraíba
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
CNES	Centro Nacional de Estudos Espaciais
CNTur	Conselho Nacional de Turismo
Combratur	Comissão Brasileira de Turismo
DER-PB	Departamento de Estradas de Rodagem do Estado da Paraíba
Dieese	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
Embratur	Instituto Brasileiro de Turismo
Fungetur	Fundo Geral do Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Ideme	Instituto de Desenvolvimento Municipal e Estadual da Paraíba
IHGP	Instituto Histórico e Geográfico Paraibano
Isodata	<i>The Iterative Self-Organizing Data Analysis Technique</i>
kml	<i>Keyhole Markup Language</i>
MMA	Ministério do Meio Ambiente
MTur	Ministério do Turismo
NE	Nordeste
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não-governamental
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PBTur	Empresa Paraibana de Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
Plantur	Plano Nacional de Turismo
PNC	Programa Nordeste Competitivo
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT	Política Nacional de Turismo
Prodetur	Programa de Desenvolvimento do Turismo

QGIS	<i>Free and Open Source Geographic Information System</i>
shp	<i>Shapefile</i>
Sirgas	Sistema de Referência Geocêntrico para as Américas
Sudema	Superintendência de Desenvolvimento do Meio Ambiente
Sudene	Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste
UEE	Unidade Executiva Estadual

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	18
1.1	MUNICÍPIO DO CONDE-PB.....	20
2	TURISMO E PRODUÇÃO/TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO: SUSTENTAÇÃO TEÓRICA AOS PRESSUPOSTOS DA PESQUISA.....	24
2.1	PROCESSO DE PRODUÇÃO/TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO.....	24
2.1.1	Turismo e transformação do espaço pela atividade turística.....	26
2.2	POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO.....	31
2.2.1	Evolução das políticas públicas de turismo no Brasil.....	34
2.3	REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO.....	38
2.4	PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO NORDESTE.....	40
2.4.1	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste/Paraíba.....	43
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	46
3.1	MÉTODO.....	46
3.2	METODOLOGIA	48
4	POTENCIAL TURÍSTICO DO CONDE-PB	61
4.1	APRESENTAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DO CONDE-PB.....	61
4.2	MATRIZ DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL TURÍSTICO DO CONDE-PB.....	65
4.3	PERFIL DO TURISTA DO MUNICÍPIO DO CONDE-PB.....	82
4.3.1	Satisfação do turista do município do Conde-PB.....	92
5	CENÁRIOS E REPRODUÇÕES ESPACIAIS DO TURISMO NO CONDE-PB	102
5.1	PROCESSO DE OCUPAÇÃO DO MUNICÍPIO DO CONDE-PB	102
5.2	TRANSFORMAÇÕES ESPACIAIS PELO TURISMO NO CONDE-PB.....	105
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	114
	REFERÊNCIAS.....	120
	APÊNDICE.....	127
	ANEXO.....	132

1 INTRODUÇÃO

A proposta do presente estudo se justifica por focar a análise do potencial turístico de uma localidade a partir de uma ótica não só econômica, mas, também, social, que se torna importante no que diz respeito à qualidade de vida de uma comunidade. Sabemos da importância de infraestruturas de qualidade para que um determinado local obtenha sucesso enquanto destino turístico, mas o principal é que essa infraestrutura seja pensada primeiramente para seus moradores, que a usufruem dia após dia, e que é a partir dela que essa mesma população participa desse turismo, de forma a torná-lo trabalho para sua sobrevivência econômica, política e cultural.

Para tanto, desenvolve uma compreensão de que nas últimas décadas o turismo tem desempenhado um importante papel na configuração econômica mundial, não há dúvidas de que, em vários países, essa atividade confere atributo de elemento primordial no crescimento econômico. O contexto desta pesquisa traz como questão central a produção e transformação do espaço pelo turismo no município do Conde-PB, inserido na região turística do litoral sul paraibano.

É nessa concepção que o município do Conde, no estado da Paraíba, possui potencial, pelos seus atrativos turísticos suficientes para obter um desenvolvimento local verdadeiro que beneficie a comunidade local. Porém, a prática da atividade turística ocorre de maneira incompatível com os requisitos para esse desenvolvimento, uma vez que não se nota, por parte do poder público, maiores esforços para a melhoria da qualidade de vida da população local, mas o beneficiamento para grandes agentes e empreendimentos, que possuem sua própria infraestrutura, não beneficiando a comunidade.

Pautado no problema acima levantado, cabe, nesta pesquisa, identificar se uma gestão do turismo realizada por meio do planejamento direcionado ao investimento de infraestruturas que beneficiem, em primeiro lugar, a população local, tende a ser bem sucedida, no que diz respeito ao desenvolvimento local em prol da qualidade de vida de sua comunidade. A atividade turística não planejada ou direcionada em beneficiar atores imobiliários que não contribuem com a melhoria de vida da comunidade local tende a evidenciar um problema com a qualidade da infraestrutura urbana e ambiental.

Norteados pelas teorias geográficas, queremos aqui: (a) analisar, por meio da matriz de potencial turístico de localidades receptoras, o potencial e a infraestrutura local e turística do município do Conde, e como essa atividade modifica o espaço do município; (b) analisar a matriz de potencial turístico do município do Conde, confirmando o resultado da matriz mediante questionários e entrevistas realizados com os turistas e proprietários de estabelecimentos hoteleiros e alimentícios; (c) verificar como se deu o processo de ocupação do município; e (d) identificar como se vem dando o processo de transformação pelo turismo no espaço condense, tanto mediante visita *in loco* como com a ajuda de cartas de imagem de satélite.

Tomando como base o pensamento dialético e histórico materialista na investigação do turismo por meio dos estudos geográficos, percebemos a necessidade de tratar essa atividade não só como fonte de renda, mas, também, como elemento de acumulação do capital público e privado com a concentração de exploração econômica do lugar e da paisagem. No turismo, assim como em qualquer atividade que produz o espaço, ocorre a exploração das relações sociais, ambientais e culturais.

Na ótica apresentada, sugerimos formas de interpretação do fenômeno turístico nos estudos da ciência geográfica. Para isso, buscamos indicar além do método, julgado aqui como o pertinente para esse tipo de análise, mas, também, de subsídios a fim de propor questionamentos a respeito dessa atividade econômica tão importante.

O espaço geográfico é formado por elementos que permitem investigá-lo a partir de diversos eixos, como: econômico, político, social, cultural etc. Esses elementos permitem estabelecer uma relação do turismo com o consumo do espaço. Para tanto, o turismo será analisado no processo de valorização do espaço enquanto mercadoria, englobando, também, todas as suas relações existentes.

Nesse contexto, surgem os problemas ambientais de caráter local e global, como é o caso da degradação ambiental, que atinge toda a população e nas últimas décadas têm exercido uma maior influência da economia capitalista. O turismo é uma atividade econômica extremamente importante, principalmente em cidades litorâneas, onde a atração pela atividade é ainda maior. Além de gerar empregos e divisas para uma determinada região, um empreendimento turístico pautado somente na exploração dos recursos e distante do conceito de desenvolvimento sustentável torna-se um perigoso fator de degradação do meio. A proteção do meio ambiente deve ser

responsabilidade de governos, indústrias, grupos sociais e indivíduos. O turismo deve ocorrer de forma a gerar desenvolvimento e qualidade de vida para a população local.

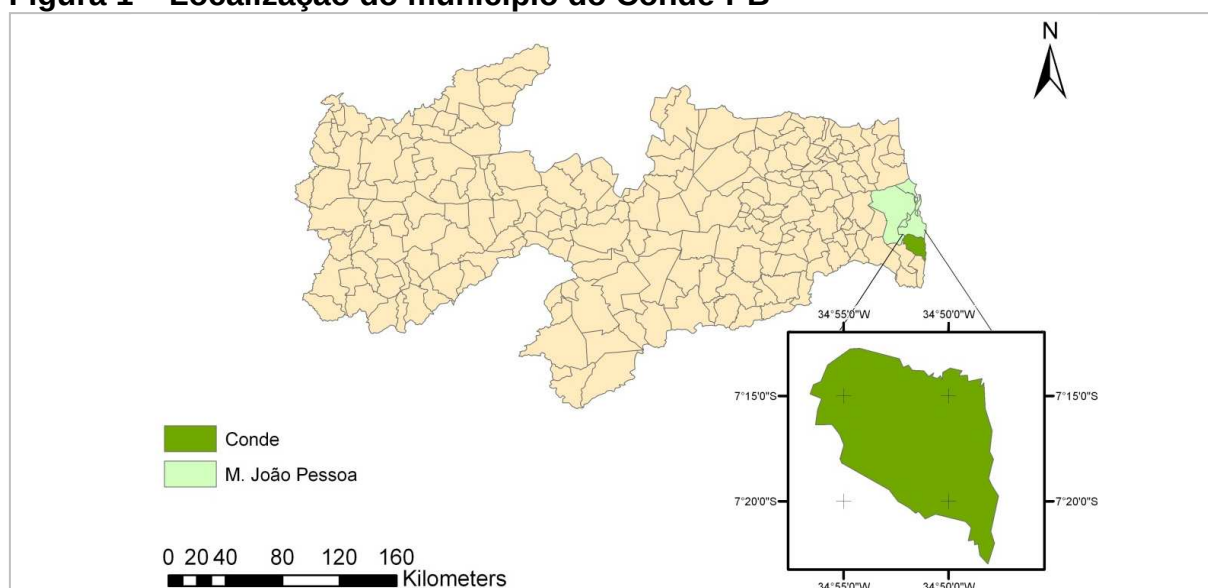
No contexto desta pesquisa, a razão da escolha do município citado foi feita devido à sua representatividade enquanto destino turístico, à sua proximidade com a capital do estado, João Pessoa, e por possuir um atrativo um tanto peculiar, que é a praia de Tambaba, onde um setor da praia é destinado à prática do naturismo.

Para se entender a importância da pesquisa e fornecer maiores subsídios para a compreensão do estudo e da atividade turística do município do Conde, apresentamos, a seguir, a caracterização socioeconômica e turística do município objeto deste estudo. Essa caracterização e apresentação são importantes para se entender o potencial turístico, o perfil do turista e como se deu o processo de produção/transformação do espaço no Conde.

1.1 MUNICÍPIO DO CONDE-PB

O município do Conde está localizado na Mesorregião da Zona da Mata e na Microrregião de João Pessoa, no estado da Paraíba (Figura 1). Com área de 172,9 Km² e distando a apenas 20 km da capital do estado, o Conde faz parte do litoral sul paraibano. A maior parte de sua população urbana encontra-se no distrito de Jacumã, e a rural no distrito de Gurugi.

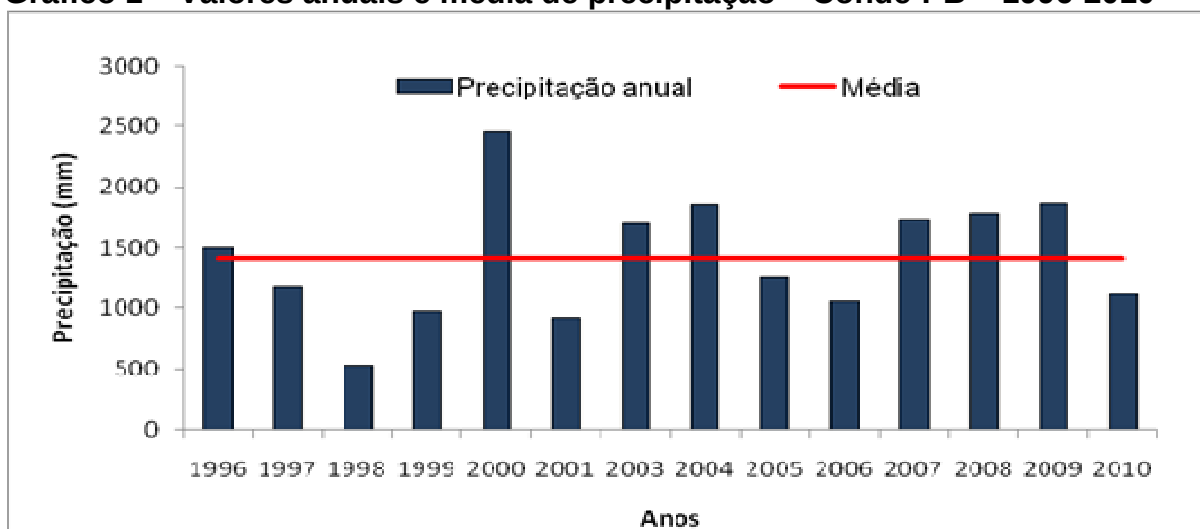
Figura 1 – Localização do município do Conde-PB



Fonte: Elaboração própria (2014).

O clima da região do Conde-PB é quente e úmido (As') com chuvas de outono e inverno, segundo a classificação de Köppen. A região registra médias de temperatura que variam entre os 20°C e 25°C, com mé dias pluviométricas das mais altas do estado (Gráfico 1).

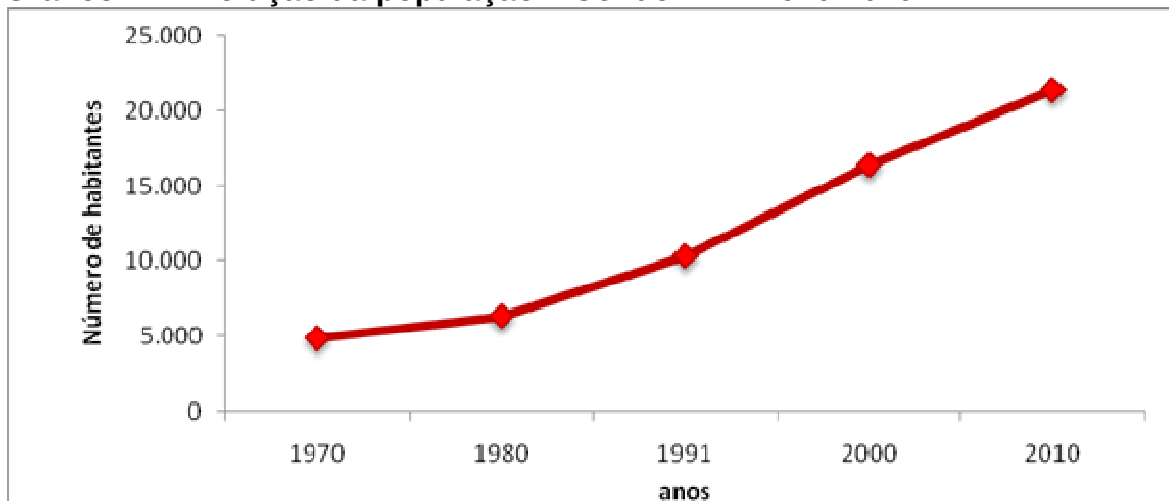
Gráfico 1 – Valores anuais e média de precipitação – Conde-PB – 1996-2010



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da Aesa (2012).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), a população do município é de 21.400 habitantes. A população se mostra em constante crescimento nas últimas décadas (Gráfico 2), explicado em razão de uma economia possivelmente estabilizada e a proximidade com a região metropolitana de João Pessoa, o que facilita o acesso a oportunidades de emprego e renda.

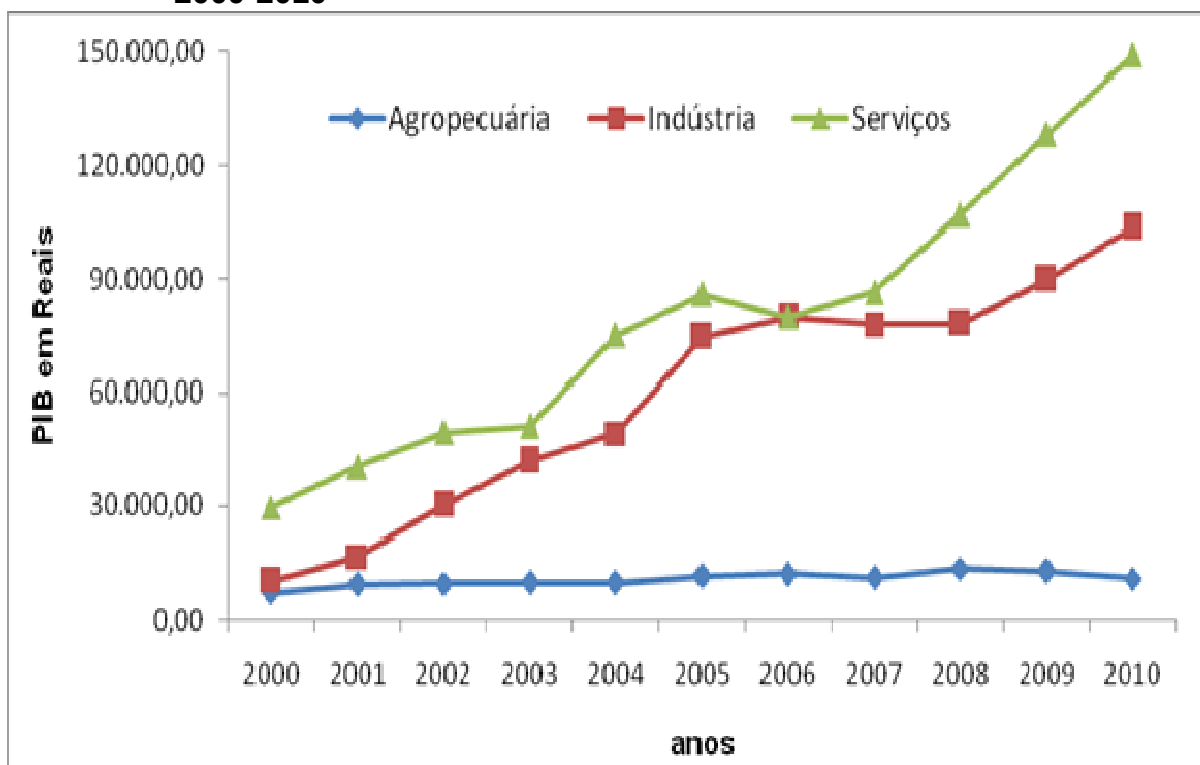
Gráfico 2 – Evolução da população – Conde-PB – 1970-2010



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados do IBGE (2010).

O crescimento populacional pode ser explicado, também, pela ascensão do setor de serviços, que obteve aumento significativo nos últimos anos, seguido do setor industrial (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Produto Interno Bruto (PIB) por setor da economia – Conde-PB – 2000-2010



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados do IBGE (2010).

Percebe-se que a renda *per capita* do município está bem abaixo da média nacional, porém, observa-se que a renda familiar rural ultrapassa a média do Brasil (Tabela 1). Um dos motivos deve-se ao fato de a minoria da população do município – apenas 6.923 habitantes – estar na zona rural, mas possui renda vinda de um dos setores que mais geram renda na região, o plantio da cana-de-açúcar. Do total da população, aproximadamente 16% é beneficiada pelo programa Bolsa Família, com renda aproximada de R\$ 167,67.

Tabela 1 – Renda da população – Conde-PB – 2010

RENDA	BRASIL	CONDE
Per capita urbana	R\$ 833,00	R\$ 220,00
Per capita rural	R\$ 325,22	R\$ 240,00
Familiar urbana	R\$ 2.560,00	R\$ 1.132,86
Familiar rural	R\$ 1.294,00	R\$ 1.422,88

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados do IBGE (2010).

Calcado, portanto, numa clara concepção em busca da realidade, o segundo item se inicia com uma discussão referente aos principais pressupostos conceituais que deram suporte ao tema de estudo. Nele se realiza uma discussão a respeito dos conceitos de produção/transformação do espaço, sobre desenvolvimento das políticas públicas do turismo e como se dá a transformação/produção do espaço mediante essa atividade, baseado nos principais autores do tema. Em um segundo momento, debatemos o processo de regionalização do turismo no Brasil e no Nordeste, com destaque para o Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) e suas principais implicações na Paraíba.

No terceiro capítulo buscamos um suporte para realizar uma construção filosófica da realidade, que possa explicar essa atividade tão contraditória que é o turismo. Depois apresentamos as técnicas e os procedimentos utilizados para a obtenção dos dados da pesquisa, utilizando a matriz de potencial turístico de localidades receptoras como metodologia para a análise e discussão do potencial turístico de objeto deste estudo.

No quarto capítulo diagnosticamos o potencial turístico do Conde, analisando como os atrativos turísticos locais apresentados se tornam benefícios ou não para a população, por meio da matriz proposta. É apresentado, também, o perfil do turista que frequenta o litoral condense. Para uma maior fidelização dos dados, é realizada uma média dos elementos da matriz e comparados à média de um quadro formado pela satisfação do turismo pelos mesmos elementos.

No quinto e último capítulo observamos o processo de ocupação do litoral do Conde e como se deu a expansão urbana do município comparando a base de dados de 1969 e 2013. Em uma segunda parte, apresentamos dados e discussões acerca da transformação do espaço pelo turismo no município, mediante bases cartográficas, imagens de satélite e fotografias retiradas durante a pesquisa.

2 TURISMO E PRODUÇÃO/TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO: SUSTENTAÇÃO TEÓRICA AOS PRESSUPOSTOS DA PESQUISA

Refletir sobre a região turística do litoral sul paraibano, tendo o município do Conde como elemento central de análise, pressupõe, antes de tudo, estabelecer referências teóricas e metodológicas que consubstanciam a investigação. No caso em tela, o processo de produção/transformação do espaço, ao nosso ver desta pesquisa, é a linha indicativa de que a indústria do turismo evoca todas as ações que possibilitem identificar as transformações socioespaciais nas áreas estudadas. Assim, neste capítulo, buscamos ter a ciência de que as bases teóricas apontadas na sequência são esclarecedoras e embasadoras do que se quer investigar.

2.1 PROCESSO DE PRODUÇÃO/TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO

A concepção do espaço na ciência geográfica passa necessariamente pela compreensão de que os objetos e as ações estão em continuidade e são sistematicamente interligados. Objetos e ações só podem ser entendidos à luz de sua história e do presente. Para Lefèbvre (*apud* CORRÊA, 2003), o espaço entendido como espaço social não deve ser visto como espaço absoluto, nem como produto puro da sociedade, ele é bem mais que isso, é o *lócus* da reprodução das relações sociais de produção. Nessa mesma perspectiva, Carlos afirma que:

O espaço é entendido como produto de um processo de relações reais que a sociedade estabelece com a natureza (primeira e segunda). A sociedade não é passiva diante da natureza; existe um processo dialético entre ambas que reproduz, constantemente, espaço e sociedade, diferenciados em função de momentos históricos específicos e diferenciados. [...] O espaço é humano não porque o homem o habita, mas porque o produz. Ele é um produto desigual e contraditório à imagem e semelhança da sociedade que o produziu com o seu trabalho. (CARLOS, 2002, p.165)

Na produção do espaço urbano, Carlos (2007) diz que as relações sociais são produzidas pelo capital, que se divide de acordo com a finalidade, seja para a moradia, o lazer ou o trabalho. Por isso, o espaço se torna o lugar de consumo, sendo ele a própria mercadoria, vendida em pedaços. Para se entender o processo de formação do espaço, no presente caso especificamente o espaço urbano, é necessário levar em consideração as várias concepções sociais e culturais em

consonância com a produção do capital e dos conflitos gerados por ele, como evidencia Corrêa, quando ressalta que:

O espaço urbano capitalista – fragmentado, articulado, reflexo, condicionante social, cheio de símbolos e campo de lutas – é um produto social, resultante de ações acumuladas através do tempo, e engendradas por agentes que produzem e consomem espaço. São agentes sociais concretos, e não um mercado invisível ou processos aleatórios atuando sobre um espaço abstrato. A ação destes agentes é complexa, derivando da dinâmica de acumulação de capital, das necessidades mutáveis de reprodução das relações de produção, e dos conflitos de classe que dela emergem. A complexidade da ação dos agentes sociais inclui práticas que levam a um constante processo de reorganização espacial que se faz via incorporação de novas áreas ao espaço urbano, densificação do uso do solo, deterioração de certas áreas, renovação urbana, recolocação diferenciada de infraestrutura e mudança, coercitiva ou não do conteúdo social e econômico de determinadas áreas da cidade. (Corrêa 2000, p. 11)

Na produção/transformação do espaço urbano evidenciam-se as relações de interesses de seus agentes, relações estas simbólicas e contraditórias, atuando nas múltiplas faces do capitalismo. Nesse contexto, a cidade é uma construção histórico-social, uma vez que possui características de ambientes urbanos, como objetos e equipamentos, que constroem a identidade e a personalidade do lugar.

Com o advento do capitalismo, a organização das relações sociais com espaço urbano se dá de forma mais acelerada, estabelecendo mudanças constantes no processo produtivo (CARLOS, 1997). O ambiente é alterado pelas atividades humanas e o grau de alteração do espaço, em relação ao outro, é avaliado pelos diferentes modos de produção (GUERRA; CUNHA, 1999). Para tanto, as atividades produtivas capitalistas agem como determinantes na conformação dos espaços, impondo aos habitantes seus objetivos, seu ritmo, seus interesses. Nesse cerne, segundo Carlos (1997), é a divisão social do trabalho que delimita quem convive com as novas lógicas capitalistas e quem se apropria do espaço, sendo isso formas de exploração econômica e social. O espaço urbano se torna o lugar do consumo, sendo ele a própria mercadoria.

O espaço urbano, portanto, é a marca da sociedade que o produz e é produzida por ele, sendo constantemente produzido e transformado. A produção do espaço capitalista gera conflitos e contradições, conforme aponta Carlos (2006, p. 286): “o conflito é produto da contradição entre o espaço vivido como valor de uso e o espaço que se reproduz, tendencialmente, como valor de troca; um conflito que se

desenvolve na vida cotidiana e se manifesta como problema espacial.” Soja (1983) vê a importância da espacialidade no processo de produção e reprodução das relações sociais, sendo o espaço a materialização das relações sociais de produção.

O espaço social e político tornou-se, cada vez, mais reconhecido como uma força material (e não material, isto é, ideológico) influente, ordenando e reordenando as próprias relações sociais produtivas. Longe de ser um reflexo passivo, incidental, um “espelho”, a espacialidade tornou-se ativa como uma estrutura completa e repositório de contradições e conflitos, um campo de luta e estratégia política. As relações sociais e espaciais, a divisão social e espacial do trabalho, a práxis social e espacial estão deste modo interativamente engajadas e concatenadas, ao invés de reduzidas a simples gênese-reflexo, causa inicial e efeito subsequente. (SOJA, 1983, p. 38).

Durante o processo de produção e transformação do espaço, a sociedade busca, por meio das práticas econômicas e suas dinâmicas, alternativas para seu desenvolvimento socioeconômico, e são essas práticas que provocam mudanças nas relações de trabalho e de produção, acarretando em uma nova configuração espacial.

2.1.1 Turismo e transformação do espaço pela atividade turística

A partir do entendimento do turismo enquanto fenômeno econômico, político, social e cultural que atua contemporaneamente como atividade econômica, podemos identificar e analisar as mais variadas transformações ocorridas na paisagem, no espaço e na cultura local de determinadas comunidades.

Em termos de conceito, o turismo surge como atividade econômica a partir do momento em que as viagens deixam de ser apenas por necessidade de deslocamento com fim de sobrevivência (nomadismo) e passa a originar lugares fixos, organizados, que atraem uma demanda de visitantes por algum motivo/atrativo.

De acordo com Balanzá e Nadal (2003), os professores suíços W. Hunziker e K. Krapf, em 1942, definiam o turismo como “a soma dos fenômenos e de relações que surgem das viagens e das estâncias dos não residentes, desde que não estejam ligados a uma residência permanente nem a uma atividade remunerada.” Mais tarde, Burkart e Medlik (1981) definiram turismo como “os deslocamentos curtos e temporais das pessoas para destinos fora do lugar de residência e de trabalho e as atividades empreendidas durante a estada nesses destinos.”

Percebemos que nessa definição a expressão “fora do lugar de residência e trabalho” remete à ideia do turismo apenas enquanto lazer, férias, excluindo o atualmente chamado turismo de negócios; e a expressão “durante a estada” remete à ideia de longo tempo.

A Lei nº 11.771/2008 procurou estabelecer o conceito de turismo no artigo 2º: “Para os fins desta Lei, considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios e outras.” (BRASIL, 2008).

Para o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 1992), órgão vinculado ao Ministério do Turismo (MTur), o turismo é:

Uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações (compra e venda de produtos turísticos), efetuados entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que se tem residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local de visita.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) formaliza o conceito de turismo, tornando-se esta a definição mais aceita pelos estudiosos e órgãos turísticos atualmente:

O turismo inclui tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas, bem como, as relações que surgem entre elas, em lugares distintos de seu ambiente natural, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoite no destino), principalmente com fins de lazer, negócio e outros (OMT, 2001, p. 23).

Beltrão (2001) diz que o conceito de turismo foi muito restrito no passado, mas hoje é dinâmico e se reconstrói de acordo com o comportamento sociocultural e econômico da época. É fato que não podemos considerar o turismo enquanto atividade meramente econômica, e, com essa nova concepção, McIntosh, Goeldner e Ritchie (1995) propõem uma definição mais abrangente quando diz que o turismo é “a soma dos fenômenos e relações resultantes da interação dos turistas, fornecedores de negócios, governos e comunidades anfitriãs no processo de atrair e receber estes turistas e outros visitantes”. Para Marques (2008), o turismo é um

fenômeno complexo, uma vez que envolve o deslocamento, o tempo, o destino e as aspirações de cada pessoa, concordando com Barreto (1995, p. 12), quando afirma:

Embora, ainda, alguns círculos, principalmente os leigos, vejam o turismo apenas como a 'indústria de viagens de prazer', trata-se de algo mais complexo do que um simples negócio ou comércio. O turismo é uma amálgama de fenômenos e relações, fenômenos estes que surgem por causa do movimento de pessoas e sua permanência em vários destinos. Há no turismo um elemento dinâmico – a viagem – e um elemento estático – a estada.

Atualmente o turismo se apresenta não só como aquela atividade vinculada à viagem em busca do lazer, mas como uma combinação de atividades e serviços que se adéquam às necessidades do turista e da demanda da atividade. Essa dinâmica é que proporcionou, nos últimos anos, o surgimento de vários tipos de turismo, que variam de acordo com a necessidade e potencialidade do local, conforme o Ministério do Turismo:

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. Turismo de Negócios & Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. Turismo Rural é o conjunto das atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. Turismo de Sol e Praia constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor. Ecoturismo é o segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. [...]. Turismo de Pesca compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora, ou seja, atividade praticada com a finalidade de lazer, turismo ou desporto, sem finalidade comercial (MTur, 2006, p 3).

Dias (2003) analisa os conceitos de turismo sob duas diferentes óticas: uma como atividade econômica e outra como atividade de cunho cultural e social. O turismo enquanto atividade econômica diz respeito ao sistema de produção necessário para a realização da prática da atividade. É analisar e conceber o turismo mediante a infraestrutura do local receptor, dos produtos e serviços ofertados, da transformação do espaço e da paisagem em mercadoria. Já a análise do turismo sob uma vertente cultural e social é tida a partir das relações sociais entre turistas e

população local. Esse deslocamento que o turismo proporciona provoca mudanças culturais na população e nos locais receptores.

A relação do turismo com os estudos geográficos tem se dado mediante a transformação do espaço e dos elementos da paisagem em mercadoria, em mero material de consumo, como lembra Cruz (2002). Segundo Castro (2006), o primeiro contato da geografia com estudos turísticos se deu em 1841. Após mudanças nos paradigmas da ciência geográfica, o interesse por estudos na área do turismo vem crescendo rapidamente desde a década de 1960, por meio de estudos de (re)organização do espaço. Atribuir um tratamento ou análise geográfica à atividade turística torna-se essencial para a contribuição do desenvolvimento dessa atividade, de maneira a se fazer uso dela da melhor forma em busca de um desenvolvimento local com o mínimo de impacto negativo para a população e o lugar.

O espaço é o principal objeto de consumo do turismo. Por meio dessa atividade ocorre uma apropriação e uma funcionalização do espaço que o transforma em mercadoria, dando ao lugar uma identidade própria e singular. A paisagem é um dos principais elementos para a atividade turística, já que um dos motivos na escolha de um destino turístico é justamente uma paisagem bela e agradável para o turista. Mediante estudos sobre como se dá a organização e transformação do espaço é que a geografia pode contribuir de maneira significativa para os estudos do turismo, como afirma Castrogiovani

O objeto de estudo da geografia é o espaço geográfico. O espaço geográfico, esse que, com o passar do tempo, ou melhor, com a incorporação do tempo, do surgimento de novas tecnologias, das mudanças nos sistemas de informação e do papel, cada vez mais amplo e globalizado da comunicação, parece adquirir novas dimensões, inclusive para o turismo (CASTROGIOVANI, 2004, p. 16).

Considerando o turismo como um conjunto de atividades e serviços interligados à cultura do consumo do espaço, seja para fins de lazer, entretenimento e, até mesmo, negócios, o turismo transforma esse espaço em mercadoria, que é comercializada em parcelas de acordo com cada atividade e/ou serviço que se pretende em determinada localidade. Por isso, analisar os aspectos da dinâmica espacial e sua produção e transformação é de suma importância na compreensão do turismo enquanto fenômeno social e econômico. Por isso, a atividade turística deve ser pensada como fenômeno social dialético, visto que gera contradições e

conflitos nas localidades onde ocorre, já que, além de gerar divisas para aquele local, também pode se tornar uma atividade impactante ao meio ambiente.

O turismo produz e transforma o espaço, determina limites, infraestruturas e influencia o comportamento da população local e dos próprios turistas, por meio das convivências e experiências vividas, o que, para Vasconcelos e Coriolano (2008), é a prova de que as atividades turísticas podem provocar, além de danos ambientais, impactos culturais, como percebemos na afirmação abaixo:

Genericamente, pode-se dizer que o turismo é o deslocamento temporário de pessoas, com intenção de retorno ao ponto de origem. Para atender esse deslocamento, faz-se necessária a utilização de toda uma infraestrutura, em geral diferente daquela cotidiana, que visará suprir os anseios e as necessidades dessas pessoas durante o período de viagem. [...] Dessa forma, o turismo é visto como um fenômeno que envolve tanto a interação entre o turista e o núcleo receptor, como todas as atividades proporcionantes ou decorrentes dessa interação (ANSARAH, 2001, p. 73).

O turismo se tornou uma atividade que condiciona o espaço e seus sujeitos, adequando cada vez mais à prática do sistema capitalista. Dentro dessa lógica capitalista o que realmente interessa é viabilizar economicamente os novos empreendimentos. Para tanto, as atividades produtivas capitalistas agem como determinantes na conformação dos espaços, impondo aos habitantes seus objetivos, seu ritmo, seus interesses.

O espaço geográfico, por sua vez, não deve ser visto como simples resultado de uma interação entre o homem e a natureza, nem como uma “mistura” da sociedade e o meio ambiente. O espaço geográfico, objeto de estudo da geografia, deve ser “considerado como um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima.” (SANTOS, 1996, p. 26), que continua afirmando que:

Consideramos o espaço como uma instância da sociedade, ao mesmo título que a instância econômica e a instância cultural-ideológica. Isso significa que, como instância, ele contém e é contido pelas demais instâncias, assim como cada uma delas o contém e é por ele contida. [...] a essência do espaço é social. Nesse caso, o espaço não pode ser apenas formado pelas coisas, os objetos geográficos, naturais e artificiais, cujo conjunto nos dá a natureza. O espaço é tudo isso, mais a sociedade: cada fração da natureza abriga uma fração da sociedade atual (SANTOS, 1985, p. 11).

Não diferente do espaço geográfico, o espaço turístico é socialmente construído. Ele também é, na visão de Santos (1999), um conjunto de fixos e fluxos com uma relação de dependência entre si. No turismo, o conjunto de fixos seria representado pelos hotéis, lojas, os meios de transporte de deslocamento dos turistas, os locais de origem dos mesmos, como também o destino turístico. Já os fluxos seriam as tomadas de decisão (para onde ir, como ir, o que ver), a comercialização da atividade, a venda de passagens, a viagem etc. Assim como no espaço, os elementos do turismo possuem uma relação de conexidade, de dependência. Não existe viagem sem um determinado destino, sem meio de transporte, sem o turista.

Para Rodrigues (2001), existe uma dificuldade em conceituar ao certo o que seria o espaço turístico, devido à falta de análise em se estabelecer qual é realmente a influência da atividade na produção do espaço. O certo é que, para a autora, os elementos de análise do turismo e da produção do espaço são similares, como, por exemplo: as firmas, o homem, as instituições, o meio, a paisagem e as infraestruturas.

Nesse aspecto, a paisagem torna-se um importante elemento de análise para o turismo. De acordo com Costa, Ribeiro e Tavares (2004), a paisagem é a forma do lugar, é o que o turista vê e é essa paisagem que provoca a sensação de bem-estar que ele almeja adquirir, ela é capaz, inclusive, de camuflar algumas imperfeições, como uma infraestrutura, acomodações e serviços que não se adéquam à demanda. Rodriguez (2007) afirma que é importante analisar a paisagem a partir de sua organização, considerando como um sistema, como totalidade, e, também, a sua dinamicidade, seu processo de formação. O turismo é, portanto, a atividade econômica que mais valoriza a forma do espaço, a paisagem, sendo contido numa complexa relação de espetacularização do consumo do espaço. Cruz (2006) ainda afirma que, do início ao fim do desenvolvimento da atividade turística, o que realmente interessa, de fato, é o espaço e os lugares naquilo que eles são com toda a complexidade.

2.2 POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO

Nas últimas décadas tem ocorrido um aumento no debate sobre a importância das políticas públicas no desenvolvimento local e regional. Entender a origem da

política pública não é o objetivo deste estudo, mas entender o que são e como funcionam as políticas públicas e sua importância no desenvolvimento econômico de uma determinada localidade sob a ótica de alguns autores.

De acordo com o conceito de Rua (2009, p. 19), “as políticas públicas compreendem o conjunto das decisões e ações relativas à alocação imperativa de valores.” Segundo a autora, política pública envolve um aglomerado de ações estratégicas a fim de implementar decisões previamente elaboradas.

Dye (1984) resume política pública como “o que o governo escolhe fazer ou não fazer”, e, para Peters (1986), política pública é o somatório das ações dos governos que atuam direto ou por meio de delegação, com influência na vida dos cidadãos. Lynn (1980) define políticas públicas “como um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos.”

No intuito de promover uma maior compreensão do conceito, Teixeira remonta a ideia de que:

“Políticas públicas” são diretrizes, princípios norteadores de ação do poder público; regras e procedimentos para as relações entre poder público e sociedade, mediações entre atores da sociedade e do Estado. São, nesse caso, políticas explicitadas, sistematizadas ou formuladas em documentos (leis, programas, linhas de financiamentos) que orientam ações que normalmente envolvem aplicações de recursos públicos. Nem sempre, porém, há compatibilidade entre as intervenções e declarações de vontade e as ações desenvolvidas. Devem ser consideradas também as “não-ações”, as omissões, como formas de manifestação de políticas, pois representam opções e orientações dos que ocupam cargos.(TEIXEIRA, 2002, p.02)

Saraiva (2006) traz um levantamento histórico do conceito em várias ciências, estabelecendo uma definição contemporânea que muito norteia a ideia desta pesquisa, quando relata do que tratam as políticas públicas:

Trata-se de um fluxo de decisões públicas, orientado a manter o equilíbrio social ou a introduzir desequilíbrios destinados a modificar essa realidade. Decisões condicionadas pelo próprio fluxo e pelas reações e modificações que elas provocam no tecido social, bem como pelos valores, ideias e visões dos que adotam ou influem na decisão. É possível considerá-los como estratégias que apontam para diversos fins, todos eles, de alguma forma, desejados pelos diversos grupos que participam do processo decisório. (SARAIVA, 2006, p. 28)

Para Secchi (2010) qualquer definição de política pública é arbitrária, já que não há um consenso na literatura sobre os questionamentos básicos. Para Sousa (2003), outras definições trazem como objetivo da política pública a solução de problemas, e muitas dessas definições tradicionais, não consideram a participação e/ou a relação entre Estado e outras esferas ou grupos sociais, como a sociedade civil, por exemplo. Isso se deve ao fato de os estudos de políticas públicas ainda serem muito recentes.

Segundo Sousa (2006), Theodore Lowi foi o teórico norte-americano que elaborou a mais conhecida tipologia sobre política pública, ao afirmar que “cada tipo de política pública vai encontrar diferentes formas de apoio e de rejeição e que disputas em torno de sua decisão passam por arenas diferenciadas”.

Teixeira (2002, p. 3) elenca critérios a fim de se estabelecer modalidades para a política pública.

Quanto à natureza ou grau da intervenção:

- a) Estrutural – buscam interferir em relações estruturais como renda, emprego, propriedade etc.
- b) Conjuntural ou emergencial – objetivam amainar uma situação temporária, imediata.

Quanto à abrangência dos possíveis benefícios:

- a) Universais – para todos os cidadãos.
- b) Segmentais – para um segmento da população, caracterizado por um fator determinado (idade, condição física, gênero etc.).
- c) Fragmentadas – destinadas a grupos sociais dentro de cada segmento.

Quanto aos impactos que podem causar aos beneficiários, ou ao seu papel nas relações sociais:

- a) Distributivas – visam redistribuir benefícios individuais; costumam ser instrumentalizadas pelo clientelismo.
- b) Redistributivas – visam redistribuir recursos entre os grupos sociais: buscando certa equidade, retiram recursos de um grupo para beneficiar outro, o que provoca conflitos.
- c) Regulatória – visam definir regras e procedimentos que regulem comportamento dos atores para atender interesses gerais da sociedade; não visariam benefícios imediatos para qualquer grupo.

O fato é que existem várias definições de políticas públicas. Analisando algumas definições no sentido do poder público e das esferas socioeconômicas, entendemos por política pública o conjunto de decisões tomadas por um grupo de atores formados pelo poder público (Estado) e privado (instituições e sociedade civil) em prol do desenvolvimento local e bem-estar da população.

Encontrar uma definição concreta e direta para políticas públicas é tarefa complexa, visto que a elas estão atrelados fenômenos e processos, também

complexos, como ideologias, poder e desenvolvimento. A seguir, será visto que a formulação de políticas públicas para o turismo no Brasil ainda é recente, provocando um leque de questionamentos sobre sua eficácia, no que diz respeito à produção de impactos negativos que essa atividade proporciona.

2.2.1 Evolução das políticas públicas de turismo no Brasil

Ao longo do processo histórico do turismo enquanto atividade econômica percebemos que mundialmente isso ocorre a partir da Revolução Industrial, com os avanços nos meios de transporte e de comunicação. Assim destaca Vidal (2010):

A indústria do turismo nasce como um mecanismo de prática hegemônica em um fenômeno que vem junto com a expansão do capital financeiro pelo mundo e tem como consequência uma espécie de liberalização unilateral da mobilidade humana, por parte daqueles dominadores do sistema, que encontram legitimidade na formação de redes transnacionais de infraestrutura turística, nas práticas culturais difundidas a partir dos países centrais e das teorias de superioridade racial (VIDAL, 2010, p. 1).

No Brasil um importante acontecimento que contribuiu para o surgimento do turismo de massa foi a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Criada pelo Decreto-Lei nº 5.452/1943, esse instrumento regulamentou as relações de trabalho e os direitos dos trabalhadores, a exemplo do direito ao descanso e às férias remuneradas (BRASIL, 1943). Esses direitos estabelecidos pela CLT foram de extrema importância para o estímulo às viagens, contribuindo, portanto, para o desenvolvimento do setor.

As políticas públicas estão relacionadas às estruturas político-econômicas de um determinado governo. No caso do turismo, além disso, suas políticas públicas possuem, também, um caráter cultural e ideológico. Por isso, torna-se importante, neste estudo, analisar o quadro de evolução histórica das políticas públicas voltadas ao turismo no Brasil.

A história das políticas públicas do turismo no Brasil pode ser analisada, de acordo com Cruz (2002), a partir da divisão em quatro períodos. O primeiro período teve início no final da década de 1930, com a regulamentação da atividade de venda de passagens para viagens aéreas, marítimas e rodoviárias, pelo Decreto-Lei nº 406/1938 (BRASIL, 1938). O turismo passou a chamar atenção do Estado a partir do plano de metas do governo Juscelino Kubitschek (1956-1961), com a criação, em

1958, da Comissão Brasileira de Turismo (Combratur) pelo Decreto-Lei nº 44.863/1958, que tinha como principal objetivo coordenar, planejar e supervisionar a execução da política nacional de turismo, com o objetivo de facilitar o crescente aproveitamento das possibilidades do País, no que respeita ao turismo interno e internacional. A Combratur foi extinta em 1962.

O grande marco para a atividade turística no Brasil, e que dá início ao segundo período, é a criação da Embratur, pelo Decreto-lei nº 55/1966, que tinha o objetivo de organizar e estimular o turismo brasileiro e criou o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR) (BRASIL, 1966). Já em 1971 o Decreto-lei nº 1.191 cria o Fundo Geral do Turismo (Fungetur), que era responsável por estabelecer os investimentos voltados ao turismo em empreendimentos privados e na infraestrutura (BRASIL, 1971).

A atividade turística passou a ter destaque a partir da Constituição de 1988, no seu artigo 180, que estabelece que “a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 1988). A partir daí ocorre à descentralização político-administrativa, e os municípios e os estados passaram a ter uma maior autonomia.

O terceiro período é marcado pela nova denominação que é dada à Embratur, por meio da Lei de nº 8.181/1991, que passa à denominação de Instituto Brasileiro de Turismo, vinculado à Secretaria do Desenvolvimento Regional da Presidência da República, tendo por objetivo “formular, coordenar, executar e fazer executar a Política Nacional de Turismo” e, como algumas de suas obrigações:

- I – propor ao Governo Federal normas e medidas necessárias à execução da Política Nacional de Turismo e executar as decisões que, para esse fim, lhe sejam recomendadas;
- III – promover e divulgar o turismo nacional, no País e no Exterior, de modo a ampliar o ingresso e a circulação de fluxos turísticos, no território brasileiro;
- IV- analisar o mercado turístico e planejar o seu desenvolvimento, definindo as áreas, empreendimentos e ações prioritárias a serem estimuladas e incentivadas;
- VIII – inventariar, hierarquizar e ordenar o uso e a ocupação de áreas e locais de interesse turístico e estimular o aproveitamento turístico dos recursos naturais e culturais que integram o patrimônio turístico, com vistas à sua preservação, de acordo com a Lei nº 6.513, de 20 de dezembro de 1977 (BRASIL, 1991).

Segundo Becker (1999), o Decreto-Lei nº 448/1992 estabelece a Política Nacional de Turismo (PNT), tendo por finalidade o desenvolvimento do turismo e se

equacionamento como fonte de renda nacional. Foi, também, nesse mesmo ano que a Embratur lança o Plano Nacional de Turismo (Plantur). Com o fracasso, nas décadas anteriores, de se estabelecer uma política para o turismo, o início da década de 1990 apresenta uma nova base centralizadora, visto que, as tomadas de decisões eram feitas somente pela Embratur e pelo Ministério da Indústria e Comércio (VIEIRA, 2011). Ainda nessa década, em 1996 foi criado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), acarretando na descentralização político-administrativa do setor.

O PNMT tinha como objetivo conscientizar setores municipais e seus habitantes do potencial turístico de seus municípios e da importância dessa atividade enquanto mecanismo de desenvolvimento econômico para a localidade. O programa também visa despertar a sensibilidade da população, para que esta seja participativa no que diz respeito ao planejamento, coordenação e praticidade da atividade.

Nos anos 90, a noção de desenvolvimento local sustentável é fortemente priorizada na agenda de políticas públicas, e isso implica que as comunidades estejam envolvidas nas fases de planejamento e de decisão das ações públicas. Desse modo, começa a ser alterada a estratégia de fazer políticas públicas de “cima para baixo”; em vez disso, adota-se um enfoque participativo. Os municípios passaram, desde então, a ter mais autonomia política, administrativa e financeira. E, em contrapartida, eles assumiram mais responsabilidades na execução de programas, e, também, na formulação de políticas direcionadas à promoção do desenvolvimento econômico e social. Passou-se a valorizar a autonomia municipal nas ações de natureza pública, tanto por meio de iniciativas de caráter **endógeno**, como, sobretudo, por ações resultantes da cooperação entre os diferentes níveis de governo (MTur, 2007b, p. 16).

Com base numa política descentralizadora, o PNMT era composto por três instâncias ligadas às esferas do governo federal: a instância nacional, que atuava por meio da Embratur; a instância estadual, que atuava por meio do comitê estadual, vinculado a outros órgãos do setor, como secretarias e conselhos; e a instância municipal, que atuava por meio do conselho municipal formado pelo governo municipal e representantes das comunidades.

O quarto período começou no início do ano 2000. Já no final da década anterior, as políticas públicas no Brasil adotaram um caráter neoliberal. Em 2003 foi criado o Ministério do Turismo, que passa a se articular com outros ministérios, a exemplo do Ministério dos Transportes, da Integração Nacional e do Meio Ambiente,

já que era característica dessa nova gestão desenvolver uma atividade baseada na valorização dos recursos naturais e da sustentabilidade.

Com a criação do MTur, o turismo teve importantes avanços, principalmente após a publicação do I Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas – 2003/2006 (PNT) e do II Plano Nacional do Turismo: uma viagem de inclusão – 2007-2010. O PNT II estava vinculado ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do então governo federal, e tinha como um dos principais objetivos o de estimular o mercado interno e a apresentação de macroprogramas que estimulassem a descentralização e a desconcentração do turismo somente em áreas litorâneas. Devido à multidisciplinaridade da atividade turística, o PNT propôs a criação de macroprogramas, no intuito de efetivar as propostas estabelecidas pelo plano.

Os macroprogramas foram criados no intuito de descentralizar e efetivar as propostas estabelecidas pelo PNT. Para isso, os macroprogramas são compostos de diversos outros programas voltados em prol do desenvolvimento do turismo no Brasil, como consta no PNT-2007/2010 (MTur, 2007a):

- a) Macroprograma Planejamento e Gestão** – tinha como objetivo fortalecer o segmento e eliminar os entraves burocráticos entre as várias esferas governamentais, organizações não governamentais (ONGs) e setor privado. Composto pelos programas: Implementação e Descentralização da Política Nacional de Turismo; Avaliação de Monitoramento do PNT; e Relações Internacionais.
- b) Macroprograma Informação e Estudos Turísticos** – visa estruturar a competitividade entre os destinos turísticos mediante a avaliação dos impactos ocasionados pela atividade. Formado pelos programas: Sistema de Informações do Turismo; e Competitividade do Turismo Brasileiro.
- c) Macroprograma Logística de Transportes** – promove a integração dos sistemas com ênfase na acessibilidade por meio do melhoramento das condições de infraestrutura em todos os tipos de transporte e para todos os turistas. Formado pelos programas: Ampliação da Malha Aérea Internacional; Integração da América do Sul; e Integração Modal nas Regiões Turísticas.
- d) Macroprograma Regionalização do Turismo** – promove a desconcentração do turismo por meio da criação de regiões turísticas. É constituído pelos programas: Planejamento e Gestão da Regionalização;

Estruturação dos Segmentos Turísticos; Estruturação da Produção Associada ao Turismo; e Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo.

- e) **Macroprograma Fomento a Iniciativa Privada** – estimula a política de crédito e de financiamento para negócios turísticos. É constituído pelos programas: Atração de Investimentos; Financiamento para o Turismo.
- f) **Macroprograma Infraestrutura Pública** – promove a melhoria dos projetos de infraestrutura das localidades que possuem potencial turístico e que agregam a atividade. Composto pelos programas: Articulação Interministerial para Infraestrutura de Apoio ao Turismo; e Apoio à Infraestrutura Turística.
- g) **Macroprograma Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos** – visa garantir a qualidade dos aparelhos e dos serviços de turismo no país. Formado pelos programas: Normatização do Turismo; Certificação do Turismo; e Qualificação Profissional.
- h) **Macroprograma Promoção e Apoio à Comercialização** – estimula as ações de *marketing* e de valorização dos destinos turísticos brasileiros.

Os macroprogramas, em funcionamento até hoje, permitem uma maior valorização do mercado interno, maior automação dos serviços oferecidos, melhoria dos equipamentos por meio de cursos e treinamentos da população e promove oportunidade do aumento da quantidade de turistas no país, visto que o programa, junto com o PNT, estimula a acessibilidade abrangendo o maior número de pessoas.

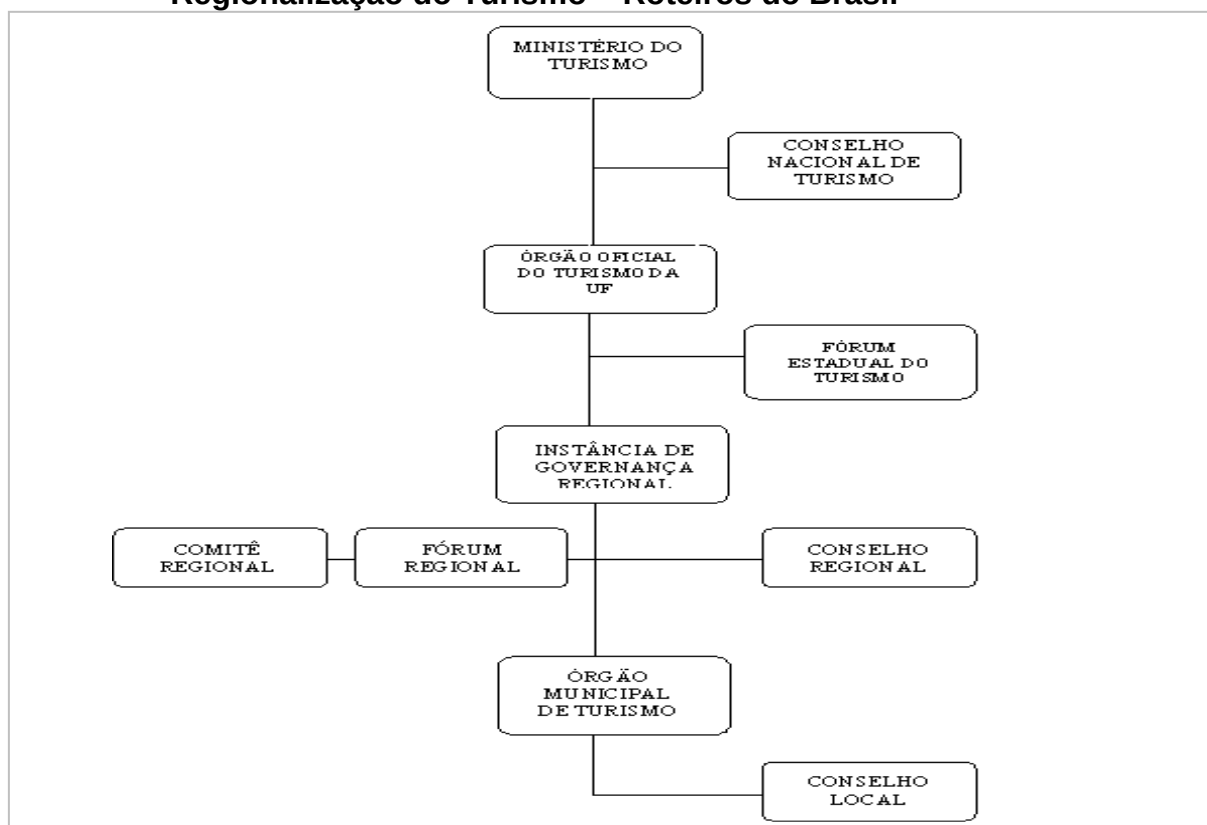
Atualmente está em discussão, de acordo com o MTur (2011), o PNT III (2011-2014), que tem como objetivos realizar uma análise do setor turístico no Brasil nos últimos anos, avaliar o cenário internacional e propor novos cenários para o turismo no país, tendo como carro-chefe a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. Esse novo plano traz toda uma avaliação econômica do setor e da eficiência do PNT I E PNT II.

2.3 REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

Para entender e analisar a importância da descentralização e autonomia do poder local em relação ao planejamento e execução de qualquer setor, mas levando em consideração o turismo, torna-se necessária a compreensão e o conhecimento

do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (Figura 2), que vem vinculado ao Macroprograma Regionalização do Turismo e do Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos, citados anteriormente. O programa, lançado em 2004, tem como estratégia um novo modelo de desenvolvimento para o setor, criando integrações entre os municípios, o que fortaleceria as regiões turísticas.

Figura 2 – Organograma da estrutura político-administrativa do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil



Fonte: Adaptado de Mtur (2010).

A ideia central do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é de diminuir os conflitos existentes na organização, estrutura e estratégias do setor, mediante o planejamento regional.

O planejamento regional é uma forma de minimizar alguns aspectos negativos que envolvem o território e a organização econômica, social, educacional, dentre outros relevantes aspectos referentes ao planejamento do espaço público. Pensar em planejamento regional do turismo significa entender o território como espaço e lugar de interação entre o homem e a natureza e utilizá-lo como ferramenta para aglomerar destinos em uma única região geográfica com características similares, formando agrupamentos; zonas; polos; circuitos ou roteiros turísticos (HENZ, 2009, p. 72).

Para o MTur (2004), era preciso aderir à concepção do turismo regionalizado a partir do conceito de regionalização adotado pelo órgão:

Regionalizar é transformar a ação centrada na unidade municipal em uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar o processo de desenvolvimento local e regional, estadual e nacional de forma articuladora e compartilhada (Mtur, 2004, p.11)

A divisão das áreas com potencial turístico em regiões turísticas agrega os municípios com características semelhantes, fortalecendo o setor com a maior oferta de produtos, maior permanência do turista na região e alavanca as cidades que possuem um menor potencial turístico individual.

As políticas públicas voltadas ao turismo ocorrem de forma muito tímida nos projetos de planejamento e gestão pública. Contudo, nos últimos anos, com o crescimento dessa importante atividade econômica, têm-se aumentado paulatinamente os projetos que visam a incorporação do turismo em localidades estratégicas, em prol do desenvolvimento econômico desses locais.

2.4 PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO NORDESTE

O Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur/NE) foi criado a partir de negociações do governo federal por meio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em parcerias com a iniciativa privada. O estudo realizado pelo BNDES na década de 1990 tinha o objetivo de buscar soluções – no caso, atividades econômicas em potencial – que pudessem sanar um quadro de desigualdade econômica existente entre a região Nordeste e as demais regiões brasileiras, a fim de criar condições de melhoria de qualidade de vida para a população dessa região. Assim, em 1994 foi inaugurado o Programa Nordeste Competitivo (PNC).

Após a integração e parceria do BID com a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) e o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), nasce o Prodetur/NE. O programa inclui os estados nordestinos: Bahia,

Pernambuco, Paraíba, Ceará, Piauí, Sergipe, Maranhão, Rio Grande do Norte e Alagoas; e, ainda, o norte de Minas Gerais e Espírito Santo¹.

O Prodetur/NE tem como missão iniciativas a projetos de melhoria de infraestrutura e desenvolvimento institucional. O programa foi dividido em Prodetur/NE-I e II, fortalecendo a criação de secretarias, conselhos e fundos destinados ao turismo. Portanto, o Prodetur/NE-I foi criado para:

- (a) propiciar uma estrutura institucional adequada para fomentar e encorajar o turismo sustentável, por meio do fortalecimento institucional de órgãos de turismo de estados e municípios, órgãos ambientais estaduais e outros órgãos de municípios localizados nas áreas turísticas selecionadas;
- (b) melhorar as condições ambientais e de saneamento nas áreas turísticas, via investimentos em fornecimento de água e coleta e tratamento de esgotos e resíduos sólidos e na recuperação e proteção ambiental, além do fortalecimento institucional das companhias de água e esgoto;
- (c) facilitar os deslocamentos para e dentro da região, por meio de investimentos no melhoramento de aeroportos, sistemas de vias urbanas e rodovias secundárias e de acesso, complementados pelo fortalecimento dos órgãos estaduais de transportes em termos de sua capacidade operacional e de manutenção;
- (d) melhoria e diversificação dos produtos turísticos da região, por meio de atividades como a recuperação e preservação do patrimônio histórico com revitalização de seu entorno e a melhoria de praias, parques e outros recursos naturais (BNB, 2005, p. 5).

Entendemos que a intenção com o Prodetur/NE-I era organizar institucionalmente, e, também, as infraestruturas de acesso aos possíveis destinos turísticos. Seu principal alvo era o turismo no litoral nordestino, que possuía potencial nato, mas precisava sanar questões ambientais, de produtos e serviços, revitalizações de patrimônios culturais, ambientais etc. O Prodetur/NE-I, teve sua fase concluída em 2005, e nem todos os projetos foram realizados.²

O Prodetur/NE-II, tinha como principal objetivo melhorar a qualidade de vida da população que reside nos polos turísticos situados nos estados participantes do programa. O primeiro programa, além de pontos positivos, teve, também, os negativos. Algumas áreas foram impactadas negativamente com as grandes obras de infraestrutura. Por isso, um dos objetivos do segundo programa era sanar esses impactos negativos ocasionados pelo primeiro. Os estudos do Prodetur/NE-II identificaram áreas com características semelhantes, atribuindo-lhes 16 polos de turismo, em parceria com os governos estaduais (Figura 3).

¹ Refere ao norte de Minas Gerais e Espírito Santo por estarem inseridos na segunda fase do Prodetur/NE.

² Relatório final do projeto do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (BNB, 2005).

De acordo com Paiva (2010), o Prodetur/NE-II é baseado em um planejamento estratégico que contempla outras ações não existentes no Prodetur/NE-I. Para a autora, enquanto o Prodetur-I visava as infraestruturas de apoio turístico, como aeroportos e rodovias, o segundo programa tem a preocupação com investimentos de apoio institucional, fortalecendo gestões municipais do turismo que contribuem para uma gestão descentralizada. Esse tipo de gestão contribui para uma maior participação da sociedade, com a organização de associações e cooperativas, com programas de capacitação profissional que valorizem a mão de obra local, tudo com um foco no desenvolvimento sustentável.

Figura 3 – Polos de turismo do Prodetur/NE-II



Fonte: Adaptado pelo autor. Fonte: www.bnb.gov.br/prodetur/ne.

De acordo com Cruz (2002), o Prodetur/NE, ao invés de um programa para o desenvolvimento do turismo, não passou de um programa para o desenvolvimento urbano. A ideia da autora se baseia primeiro na questão do pouco investimento concedido para o turismo, principalmente a alguns estados. Quando observamos os números do investimento do programa, percebemos a preferência pelos estados da Bahia, de Fortaleza, do Rio Grande do Norte e de Pernambuco, onde o turismo já se encontrava bem consolidado. Já os estados de Alagoas, Piauí, Sergipe, Maranhão e

Paraíba, não passaram de investimentos em obras urbanas, que ocasionaram despesa em maiores impostos à população e pouco sanaram problemas de infraestrutura básica necessária local.

2.4.1 Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste/Paraíba

A implantação do Prodetur/NE-I/PB teve o mesmo objetivo do programa em todos os outros estados da federação: desenvolver a atividade turística no estado, em prol de melhorias na qualidade de vida da população. Em um primeiro plano, o então projeto era dividido em dois eixos: o eixo interior e o eixo litoral. Após a finalização das negociações entre o governo estadual, Prodetur/NE e BID, com a liberação do crédito, descartou-se o eixo interior, priorizando apenas o eixo litorâneo, por ser aquele de maior fluxo turístico do estado (BNB, 2005).

O eixo litoral tinha como objetivo a construção do Complexo Turístico Cabo Branco e o Centro Animação Tauá. A construção desses projetos deveria contemplar uma infraestrutura de saneamento, água, energia elétrica capaz de abastecer 2.700 e 250 unidades habitacionais, respectivamente. Os recursos ficaram divididos conforme a Tabela 2:

Tabela 2 – Divisão dos recursos do Prodetur/NE-I – Paraíba

PROJETOS	RECURSOS
Obras de saneamento de praias	42,7%
Rodovias de acesso	28,8%
Resíduos sólidos e recuperação ambiental	12,5%
Patrimônio histórico	3,9%
Demais ações e encargos	12,0%

Fonte: BNB (2005).

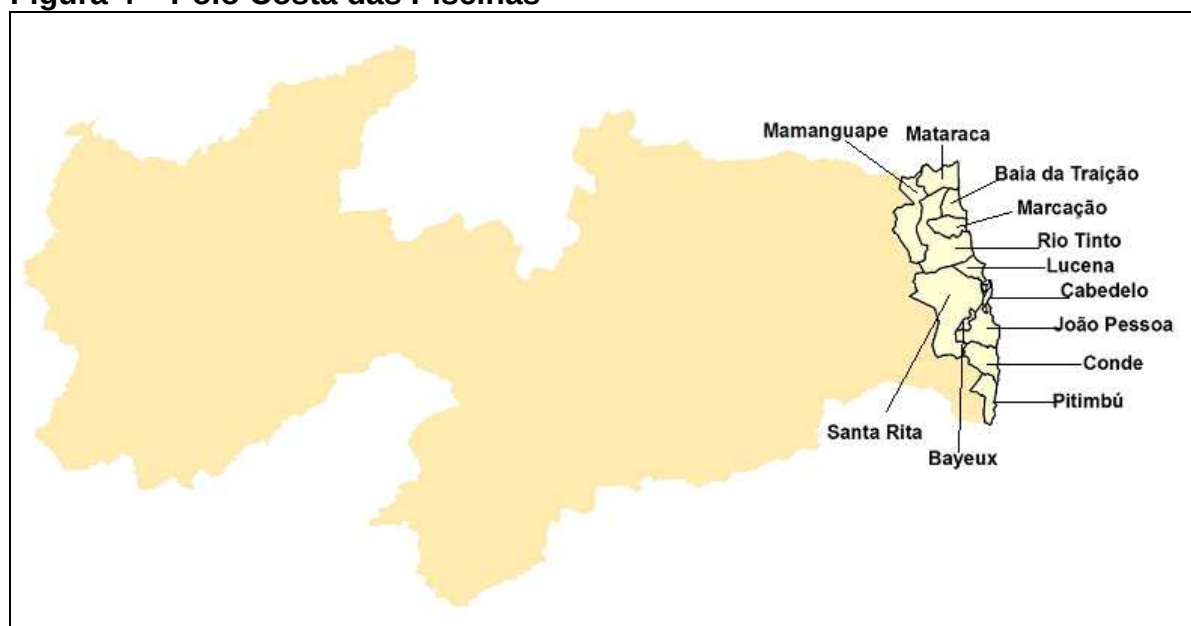
O Prodetur/NE-I/PB teve como municípios de abrangência: Cabedelo, João Pessoa, Conde e Pitimbú, com obras de infraestrutura. Outros municípios beneficiados pelo programa foram: Mataraca, Lucena, Baía da Traição e Rio Tinto, com a elaboração de seus planos diretores e o projeto de extensão da PB-008 para o litoral norte do estado. Na Tabela 3 podemos observar as ações e custos de projetos e obras do Prodetur/NE-I/PB. Não há dúvidas de que a maior obra realizada pelo programa foi a construção da PB-008 ligando João Pessoa ao litoral sul paraibano.

Tabela 3 – Ações e gastos do Prodetur/NE-I – Paraíba

COMPONENTE	AÇÃO	VALOR (R\$)	%
Saneamento	Água polo turístico Cabo Branco	2.161.54	2,54
	Esgoto polo turístico Cabo Branco	2.921.867	3,43
	Esgoto Intermares	3.066.434	3,59
	ETE Pedreira 07, esgoto Valentina, esgoto do Timbó e Bancários e esgoto do Bessa	44.214.611	51,56
	Esgoto praias Ponta de Campina, Poço, Camboinha, Areia Dourada (1ª etapa)	10.036.353	12,27
Transportes	Rodovia Abelardo Jurema/PB-008 (trecho polo Cabo Branco/Jacumã/Tambaba)	10.878.865	13,20
	Rodovia Abelardo Jurema/PB-008 (trecho Tambaba/Pitimbu/Acaú)	8.396.578	9,85
	Projeto de engenharia/EIA-RIMA/Avaliação socioeconômica da PB 008 – Norte (trecho: Lucena/Rio Tinto/Mamanguape/Mataraca/Divisa RN)	337.712	0,39
Recuperação do patrimônio histórico	Centro Histórico de João Pessoa (Museu arquitetura, pátio e igreja de S. Frei Pedro Gonçalves)	571.788	0,67
Desenvolvimento institucional	Departamento de Estradas e Rodagens/PB (DER-PB)	177.240	0,21
	Empresa Paraibana de Turismo (PBTur).....	820.228	0,96
	Companhia de Água e Esgotos da Paraíba (Cagepa)..	247.213	0,29
	Sudema.....	795.674	0,93
	Unidade Executiva Estadual (UEE)-Prodetur.....	162.523	0,19
	Instituto de Desenvolvimento Municipal e Estadual da Paraíba (Ideme) – Planos Diretores Municipais.....	470.432	0,55
TOTAL		85.258.101	100,00

Fonte: BNB, 2005

Já a ação do Prodetur/NE-II/PB teve como principal objetivo a criação do polo Costa das Piscinas (Figura 4).

Figura 4 – Polo Costa das Piscinas

Fonte: BNB (2005).

Cada polo deve conter um conselho de turismo formado por vários órgãos do poder público, sociedade e outros setores. Apesar da grande abrangência territorial do polo, apenas os municípios de Cabedelo, João Pessoa, Bayeux, Conde e Pitimbu foram beneficiados no projeto inicial. Até o presente momento, o projeto está parado e nada foi realizado, já que, no final das negociações para a concessão do financiamento, o estado da Paraíba não foi contemplado, devido ao não cumprimento de algumas exigências estabelecidas pelo Prodetur/NE, BNB e BID.

Em 2011 a Paraíba retomou o interesse pelo Prodetur/NE, passando a atualizar a documentação e a cumprir às exigências do BID, no intuito de conseguir novo financiamento para novos projetos turísticos no estado³.

³ Vide notícia publicada pelo Governo do Estado da Paraíba em 15/05/2012, no Anexo A.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O espaço geográfico, em sua infinita dinâmica, fornece os mais variados elementos para sua compreensão, seja ele econômico, social, político ou cultural. O turismo, por sua vez, estabelece uma relação direta com a produção do espaço, afinal, não existe atividade turística que não interfira nos elementos acima citados da localidade receptora.

Ouriques (2003) relata que, no Brasil, existe a ideia de se considerar a atividade turística como detentora da solução para o desenvolvimento econômico baseado na sustentabilidade de um determinado local, fazendo com que aquela população tenha a ilusão de dependência com a atividade. Para o autor, nesse tipo de turismo tanto os produtos naturais como os culturais se tornam mercadoria, com valor em moeda, ou seja, produto de mercado com fins lucrativos.

A afirmativa colocada acima revela a necessidade de deixar claro, à luz da pesquisa ora realizada, o método de abordagem utilizado bem como a metodologia, ou seja, os procedimentos adotados, a fim, como se quer acreditar, de ficar mais próximo da veracidade aqui postulada.

3.1 MÉTODO

Em diversas ciências, principalmente no que tange às ciências humanas, existe a dificuldade de se estabelecer métodos de análise que possam nortear os estudos e discussões. Não diferentemente dessa realidade, no turismo, assim como na geografia, existe um esforço para definir suas categorias de análise e método, que, segundo Corrêa (1993), ainda é bastante divergente entre os autores.

Dencker (1998) e Passoto Netto (2005) defendem que, na pesquisa do turismo, não basta apenas se pautar em observações e que, em qualquer pesquisa, inclusive no turismo, deve-se apoiar em um método que dê suporte à interpretação do conhecimento do objeto de estudo.

Com a intenção de analisar o turismo não somente como atividade benéfica ao crescimento econômico de uma localidade, mas, também, de se discutir as transformações ocorridas na reprodução do espaço, da cultura e do trabalho das localidades receptoras, é que consideramos pertinente o uso do método do

materialismo histórico dialético na compreensão dos estudos da chamada geografia do turismo e da atividade em si.

Por muito tempo os estudos sobre a atividade turística tiveram um viés estruturalista, partido dos princípios de uma pesquisa meramente quantitativa, com resultados obtidos de modelos que proporcionavam restrição tanto na análise final quanto nas mais variadas problemáticas vinculadas a essa atividade. O método, em qualquer ciência, torna-se importante, já que irá fornecer os meios necessários para a compreensão do objeto. E é por isso que se verifica a existência de uma gama de pesquisadores que não se detêm a um único método, já que não possuem uma única forma de interpretação da realidade e preferem adequar o método ao estudo, ao invés do oposto.

Sugerimos o uso do materialismo histórico dialético, tendo em vista que os problemas existentes relacionados aos impactos que o turismo desencadeia não se tratam de fenômeno isolado, mas de um fenômeno que deve ser compreendido em sua totalidade, já que faz parte de uma atividade de importante valor socioeconômico para o país, cujas consequências positivas mantêm a região dentro do sistema capitalista global. Entendemos que qualquer estudo sobre o turismo que não se atenha em analisar os impactos dessa atividade sobre a vida da população local em todos os seus aspectos (econômico, político ou cultural), não passará de mera ferramenta para uso do capital.

A geografia do turismo produz dois tipos de trabalho, de um lado a produção de uma análise crítica do turismo enquanto nova atividade econômica, produto da extensão preocupada com o desvendamento do momento da reprodução do espaço, onde o turismo como um novo ramo da economia requer uma análise aprofundada sobre seu papel na reprodução social; e de outro lado mostra a preocupação com as necessidades do mercado que encontra no turismo um elemento de reprodução do capital, através da venda de particularidades do espaço (CARLOS, 2007, p. 8).

O turismo enquanto atividade econômica é, em sua essência, contraditória. Ao mesmo tempo em que gera capital e se torna base de crescimento econômico de um local, ele pode ser gerador de conflitos e desigualdades sociais e econômicas, já que o capital é gerador de desigualdades. Para Coriolano, Leitão e Vasconcelos (2009), embora, nos últimos anos, as discussões sobre o turismo tenham deixado, mesmo que timidamente, um viés unicamente econômico, não se pode deixar de citar o leque de contradições que ele traz consigo no tocante, por exemplo, às

relações trabalhistas, em que estrangeiros ocupam cargo de alto escalão, mulheres ocupam os que requerem menos escolaridade, sem contar na especulação imobiliária e na construção de megaempreendimentos e todos os aparatos de infraestrutura que, de um lado, proporcionam melhor conforto para a população, mas, de outro, causam desastrosos danos ambientais.

O ambiente ou meio ambiente é social e historicamente construído. Sua construção se faz no processo de interação contínua entre uma sociedade em movimento e um espaço físico particular que se modifica permanentemente. Para se analisar o turismo, é imprescindível que se remeta aos impactos que ele provoca.

Para Araújo (2010), as atividades antrópicas urbanas são as grandes responsáveis pela fragilidade do meio ambiente, expondo-o a riscos devido ao modo de utilização e/ou ocupação do solo. Os altos estágios de desenvolvimento de nações não vêm acompanhados de organização e planejamento, trazendo preocupações no que diz respeito à ocupação dos espaços pela sociedade (GUERRA; MARÇAL, 2009). Portanto, entendemos que, com a expansão do turismo, surge a necessidade de planejamento e programas baseados no desenvolvimento dessa atividade de forma menos impactante. O turismo como atividade de consumo do espaço, da paisagem, é visto como um processo tanto de produção e desenvolvimento econômico como de destruição e degradação ambiental, daí a importância de se analisá-lo de forma dialética.

3.2 METODOLOGIA

A partir dos objetivos que se pretende alcançar com este estudo, sugerimos o uso de uma pesquisa descritiva, com análise crítica da realidade, a partir de sua complexidade dialética e não se limitando à simples descrição dos fatos. Para Gil (2002), a pesquisa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis.”

Com o entendimento de que a realidade está constituída por fenômenos sociais construídos, os procedimentos da pesquisa estão amparados, predominantemente, em técnicas qualitativas, uma vez que o objetivo principal é a análise da produção/ transformação do espaço. Considerando a complexidade não só do fenômeno turístico, mas, também, das áreas propostas para estudo, definimos

uma amostra não probabilística que fosse capaz de abranger todos os critérios da pesquisa. Para tanto, escolhemos o município do Conde, inserido na região turística do litoral sul paraibano. O estudo está baseado em:

- pesquisa bibliográfica, para subsídio de base teórica, em artigos, livros, jornais, revistas;
- pesquisa documental, para a caracterização da área de estudo e da contextualização do tema da pesquisa, em jornais, reportagens, arquivos fotográficos, documentos de órgãos federais, estaduais e municipais;
- pesquisa de campo, para melhor compreensão da realidade e montagem de documentação fotográfica.

A fim de auxiliar a pesquisa, para diagnosticar o potencial turístico do Conde-PB, foi utilizada a metodologia sugerida por Almeida (2006), que utiliza uma matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (Quadro 1). A matriz é composta de quatro níveis hierárquicos inter-relacionados aos seguintes aspectos, que seguem os critérios segundo MTur (2007a), a saber:

- **Dimensão:** diz respeito aos grandes temas sob os quais estão agrupados os aspectos que devem ser observados nas localidades turísticas, sendo dividida nos seguintes subgrupos:
 - o **Atrativos turísticos:** locais, objetos, equipamentos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los;
 - o **Equipamentos e serviços turísticos:** serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística e que existem em função desta, compreendendo os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, eventos, lazer etc.;
 - o **Infraestrutura de apoio turístico:** obras e instalações de estrutura física e de serviços, indispensáveis ao desenvolvimento do turismo e existentes em função dele;
 - o **Normativo institucional:** estruturas e organizações oficiais e não governamentais responsáveis pelo planejamento e pela gestão pública e

compartilhada do turismo na localidade e dos instrumentos facilitadores desses processos, incluindo a gestão mercadológica da localidade como produto turístico;

- o **Planejamento turístico participativo:** análise dos níveis de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento turístico da localidade;
- o **Outros fatores:** processos de planejamento e/ou desenvolvimento turístico da localidade, como a proximidade dos núcleos emissores de demanda, a disponibilidade de áreas para possível expansão futura dos atrativos e/ou equipamentos turísticos e a disponibilidade de mão de obra para atendimento ao turista;
- **Categorias de análise:** seria o detalhamento dos aspectos a serem observados, organizados, também em níveis, de acordo com as características mais pertinentes ao processo, conforme apresentados na matriz;
- **Indicadores:** são os desdobramentos das categorias de análise;
- **Crítérios:** são os parâmetros para a avaliação, que possibilitam a respectiva distribuição dos pontos;
- **Pontuação:** para cada elemento analisado é atribuída uma escala de pontos que varia de 5 a 1, com pesos e significados diferenciados, que são atribuídos de acordo com a capacidade de suporte e qualidade do elemento analisado, variando de uma capacidade de suporte para o turismo local juntamente com um grupo de turistas internacionais, à capacidade de suporte restrita à população local, respectivamente. Nos casos descritos abaixo a regra é diferente: o peso dos pontos variam entre 5, 3 e nenhuma nota atribuída, a pontuação, nesses casos, é dada analisando somente se o município contém o referido elemento, se o contém e está em uso, ou se não o contém. São eles:
 - o **Indicador:** existência e gestão de fundo municipal de turismo;
 - o **Categoria de análise:** estrutura da dimensão normativo-institucional;
 - o **Todos os indicadores da categoria de análise de instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo.**

A fim de se construir o banco de dados para o preenchimento da matriz e discussão em demais elementos presentes no estudo, foram utilizadas técnicas de aplicação de questionários e entrevistas aos órgãos de turismo, prefeitura e uso de banco de dados do IBGE. Para tanto, foram realizadas visitas ao local durante o período de janeiro de 2013 a abril de 2014, para a aplicação de 250 questionários e entrevistas com os turistas. Foram, também, entrevistados os proprietários estabelecimentos hoteleiros⁴ e alimentícios⁵ e representantes de associações e dos órgãos oficiais ligados ao turismo.

⁴ Entende-se como estabelecimentos hoteleiros os hotéis e *resorts*; como extra-hoteleiros as pousadas e *campings*.

⁵ Entende-se como estabelecimentos alimentícios os restaurantes, bares, pizzarias, lanchonetes etc.

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continua)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Atrativos turísticos	Naturais (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Atrativo c/ características excepcionais e de grande significado p/ o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou com outros atrativos contíguos.	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas.	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais.	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos.	1
	Histórico-culturais (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Atrativo c/ características excepcionais e de grande significado p/ o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou com outros atrativos contíguos.	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas.	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais.	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos.	1
	Manifestações e usos tradicionais e populares (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Atrativo c/ características excepcionais e de grande significado p/ o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou com outros atrativos contíguos.	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas.	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais.	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos.	1

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Atrativos turísticos	Realizações técnicas e científicas contemporâneas (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Atrativo c/ características excepcionais e de grande significado p/ o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros seja por, si só, ou em conjunto com outros atrativos contíguos	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas.	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais.	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos.	1
	Acontecimentos programados (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Atrativo c/ características excepcionais e de grande significado p/ o mercado turístico internacional, capaz por si só de motivar uma importante corrente (atual ou potencial)	5
			Atrativo excepcional capaz de motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros seja por, si só, ou em conjunto com outros atrativos contíguos	4
			Atrativo com alguma característica chamativa, capaz de interessar a visitantes provenientes de longa distância que tivessem chegado a esta zona por outras motivações turísticas.	3
			Atrativo interessante, capaz de motivar correntes turísticas regionais ou locais.	2
			Atrativo sem méritos suficientes para ser considerado nas hierarquias anteriores, mas que representa um papel complementar, diversificando e potencializando os demais recursos.	1
Equipamentos e serviços turísticos	Meios de hospedagem – estabelecimentos hoteleiros	Estrutura dos equipamentos	Equipamento com capacidade altamente favorável em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	4
			Equipamento com capacidade restrita em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	3
			Equipamento com capacidade precária em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	2
			Equipamento com capacidade precária em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas em grupos.	1

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Equipamentos e serviços turísticos	Meios de hospedagem – estabelecimentos hoteleiros	Qualidade dos equipamentos	Equipamento com qualidade altamente satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com qualidade satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento em condições mínimas para atender turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos.	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas individualmente.	1
	Meios de hospedagem – estabelecimentos extra-hoteleiros	Estrutura dos equipamentos	Equipamento com capacidade altamente favorável em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equip. com capacidade favorável em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	4
			Equip. com capacidade restrita em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	3
			Equip. com capacidade precária em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	2
			Equipamento com capacidade precária em número de unidades habitacionais, instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas em grupos.	1
		Qualidade dos equipamentos	Equipamento com qualidade altamente satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equip. com qualidade satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equip. em condições mínimas para atender turistas, individualmente ou em grupos	3
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos.	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas individualmente.	1
	Alimentação	Estrutura dos equipamentos	Equipamento com capacidade altamente favorável quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento com capacidade restrita quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	3
			Equipamento com capacidade precária quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos quanto a instalações e serviços	1

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Equipamentos e serviços turísticos	Alimentação	Qualidade dos equipamentos, serviços e produtos	Equip. c/ qualidade altamente satisf. p/ atender turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equip. com qualidade satisfatória para atender turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equip. em condições mínimas para atender turistas, individualmente ou em grupos.	3
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos.	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas individualmente.	1
	Entretenimentos (e seus respectivos tipos e subtipos)	Estrutura/ qualidade dos equipamentos e serviços	Equipamento com capacidade altamente favorável quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento com capacidade restrita quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	3
			Equipamento com capacidade precária quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos quanto a instalações e serviços	1
	Outros serviços turísticos (e seus respectivos tipos e subtipos)	Estrutura/ qualidade dos equipamentos e serviços	Equipamento com capacidade altamente favorável quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	5
			Equipamento com capacidade favorável quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos	4
			Equipamento com capacidade restrita quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	3
			Equipamento com capacidade precária quanto as instalações e serviços para atender satisfatoriamente turistas, individualmente ou em grupos.	2
			Equipamento sem condições para atender satisfatoriamente turistas em grupos quanto a instalações e serviços	1
Infraestrutura de apoio turístico	Serviços Urbanos (abastecimento de água, rede de esgotos, limpeza pública, e energia elétrica)	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Crítérios	Pontuação
Normativo institucional	Acesso rodoviário à localidade	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinalização rodoviária e turística, postos de abastec. e serviços, etc.)	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1
	Circulação interna	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinalização rodoviária e turística, postos de abastec. e serviços etc.)	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1
	Sistema de transportes	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Crítérios	Pontuação
Normativo institucional	Sistema de comunicações	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisf. a população local e/ou a demanda turística	1
	Sistema de segurança	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	1
	Equipamento médico-hospitalar	Estrutura e qualidade dos serviços	Estrutura em condições altamente favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	5
			Estrutura em condições favoráveis para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	4
			Estrutura em condições restritas para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	3
			Estrutura em condições precárias para atender satisfatoriamente a população local e/ou a demanda turística	2
			Estrutura sem condições para atender satisf. a população local e/ou a demanda turística	1
Normativo institucional	Estrutura	Existência e atuação do órgão oficial de turismo	Órgão oficial municipal altamente atuante quanto ao planejamento e desenv. do turismo	5
			Órgão oficial municipal atuante de forma satisfatória quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	4
			Órgão oficial municipal atuante de forma limitada quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	3
			Órgão oficial municipal pouco atuante quanto ao planejamento e desenvolv. do turismo	2
			Inexistência de órgão oficial municipal de turismo	—

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Normativo institucional	Estrutura	Existência e atuação do conselho municipal de turismo	Cons. mun. de turismo altamente atuante quanto ao planejamento e desenv. do turismo	–
			Conselho municipal de turismo atuante quanto ao planejamento e desenv. do turismo	–
			Cons. mun. de turismo atuante de forma limitada quanto ao planej. e desenv. do turismo	–
			Cons. mun. de turismo pouco atuante quanto ao planejamento e desenv. do turismo	–
			Inexistência de conselho municipal de turismo.	–
		Existência e gestão do fundo municipal de turismo	Fundo municipal de turismo oficialmente criado e com disponibilidade de recursos para investimentos nas ações de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	–
			Fundo municipal de turismo oficialmente criado sem recursos disponíveis para investimentos nas ações de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	–
			Inexistência de fundo municipal de turismo	–
		Existência e atuação de outras organizações não governamentais de fomento e promoção do turismo	Organizações não governamentais de âmbito municipal altamente atuantes quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	5
			Organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes de forma satisfatória quanto ao planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	4
			Organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes de forma limitada quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo.	3
			Organizações não governamentais, de âmbito municipal, pouco atuantes quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo	2
			Inexistência de organizações não governamentais de âmbito municipal atuantes quanto ao planejamento e desenvolvimento do turismo.	–
	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo	Existência de plano de desenv. turístico/plano diretor de turismo em vigor	Plano municipal de turismo oficialmente criado e em implantação	5
			Plano municipal de turismo oficialmente criado, mas ainda não implantado (total ou parcialmente), ou em fase de elaboração.	3
			Inexistência de plano municipal de turismo	–
		Existência de legis. turística, urbana, ambiental e/ou de proteção ao patrimônio e de mecanismos de fiscalização do cumprimento da legislação	Legislação municipal existente e em vigor	5
			Legislação municipal existente, mas ainda não em vigor, ou em fase de elaboração.	3
			Legislação municipal inexistente.	–

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Critérios	Pontuação
Normativo institucional	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo	Existência de créditos e/ou de incentivos fiscais ao desenv. turístico	Créditos e/ou incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico municipal oficialmente existentes e disponíveis aos interessados.	5
			Créditos e/ou incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico municipal oficialmente existentes mas, ainda não disponíveis aos interessados, ou em fase de disponibilização.	3
			Créditos e/ou incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico municipal inexistentes.	—
		Inserção do município em planos, progr. e/ou projetos de desenv. turístico de âmbito estad., regional e/ou nacional	Participação oficial efetiva do município	5
			Participação oficialmente estabelecida mas ainda não efetiva	3
			Ausência de participação oficial no município.	—
	Comunicação e distribuição	Possibilidade de integração do município em roteiros e/ou circuitos	Integração oficial efetiva do município	5
			Integração do município oficialmente estabelecida mas ainda não efetiva	3
			Ausência de integração oficial do município	—
		Ações de divulgação	Divulgação efetiva do município por parte do órgão oficial de turismo e/ou organizações não govern. de âmbito municipal atuantes quanto ao planej. e/ou desenv. do turismo.	5
			Divulgação limitada do município por parte do órgão oficial de turismo ou de org. não governam. de âmbito municipal atuantes quanto ao planej. e/ou desenv. do turismo	3
			Ausência de divulgação do município por parte do órgão oficial de turismo e/ou de org. não govern. de âmbito municipal atuantes quanto ao planej. e/ou desenv. do turismo.	—
Planejamento turístico participativo	Participação Comunitária	Nível de envolv. e aceitação da comunid. local nos processos de planej. e/ou desenvolvimento do turismo	Elevado nível de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	5
			Nível satisfatório de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	4
			Nível limitado de envolvimento e/ou aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	3
			Baixo nível de envolvimento e/ou aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo.	2
			Inexistência de envolvimento e/ou aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo	—

Quadro 1 – Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras (conclusão)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Crítérios	Pontuação
Outros fatores	Proximidade da demanda	Distância dos principais centros emissores regionais	Inferior a 100 km	5
			De 100 km a 200 km	4
			De 200 km a 300 km	3
			De 300 km a 400 km	2
			Acima de 400 km	1
	Disponibilidade de áreas para expansão	Existência de áreas para expansão dos atrativos e/ou equipamentos turísticos	Existente em quantidade e qualidade adequadas	5
			Existente em quantidade e qualidade aceitáveis	4
			Limitada	3
			Escassa, com custos adicionais consideráveis.	2
			Praticamente inexistentes	1
	Disponibilidade de mão-de-obra	Existência de mão-de-obra em quantidade e qualidade de atendimento ao turista	Existente em quantidade e qualidade adequadas	5
			Existente em quantidade e qualidade aceitáveis	4
			Limitada	3
			Escassa, com custos adicionais consideráveis.	2
			Praticamente inexistentes	1

Fonte: Almeida (2006).

4 POTENCIAL TURÍSTICO DO CONDE-PB

Apresentar e analisar o potencial turístico de uma localidade a partir de uma ótica não só econômica, mas, também social, é importante no que diz respeito à qualidade de vida de uma comunidade. Sabemos da importância de infraestruturas de qualidade para que um determinado local obtenha sucesso enquanto destino turístico, mas o principal é que essa infraestrutura seja pensada primeiramente para seus moradores, que a usufruem dia após dia, e que é a partir dela que essa população participa desse turismo, de forma a torná-lo trabalho para sua sobrevivência econômica, política e cultural.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DO CONDE-PB

O principal atrativo turístico do município do Conde está em suas belas praias. Nelas, turistas de vários lugares podem encontrar diversos atrativos naturais e culturais. Chegando ao Conde, vindo de João Pessoa pela rodovia PB-008, a primeira praia encontrada é Barra de Gramame, localizada na divisa dos dois municípios. O trecho da praia que pertence ao município do Conde é localizado a partir da foz do rio Gramame, sendo um de seus maiores atrativos, até à voçoroca existente no local (Figura 5). A praia de Gramame, assim como a maior parte do litoral do Conde, é formada por falésias vivas, trazendo mais beleza ao local.

Figura 5 – Praia Barra de Gramame, com destaque para a foz do rio Gramame (esquerda) e a voçoroca (direita), Conde-PB.



Fonte: Acervo da autora (2014).

A segunda praia do litoral condense é a praia do Amor, que tem como atração a chamada Pedra Furada, uma formação calcária que possui uma fenda em forma de um arco (Figura 6). A lenda local relata que os casais que passarem pelo arco de mãos dadas possuirão amor e casamento eterno e, para os solteiros, que estes encontrarão a pessoa amada.

Figura 6 – Pedra Furada, na Praia do Amor – Conde-PB



Fonte: Acervo da autora (2014).

Outras formações geológicas encontradas no litoral do Conde são os recifes e corais, muito encontradas nas praias de Tabatinga e Carapibus (Figura 7). No período de maré baixa, as barreiras de corais transformam-se em enormes piscinas naturais de águas mornas. Outra praia que atrai grande número de turistas é a praia de Coqueirinho, sendo uma das mais indicadas para visita⁶. Nas praias do município do Conde, também encontramos diversos tipos de artesanatos. As artesãs sempre ganham destaque em feiras e congressos⁷

⁶ Vide reportagem publicada pelo Portal Correio em 06/02/2012, no Anexo A.

⁷ Vide reportagem realizada em feira realizada pela PBTur, em março de 2014, no anexo A

Figura 7 – Praias de Carapibus e Tabatinga – Conde-PB



Fonte: Acervo da autora (2014).

A grande atração do município é a praia de Tambaba (Figura 8). Mundialmente conhecida, Tambaba foi a primeira praia a permitir a prática do naturismo no Brasil. A prática é organizada pela Sociedade Naturista de Tambaba, a qual é responsável pelas leis, regimentos e comportamentos para a utilização da praia. Além da atividade, sua bela paisagem atrai turistas do todo o mundo.

Outra praia muito visitada pelos turistas é a praia de Coqueirinho, conhecida por suas águas azuis mornas e tranquilas e barreira de coqueiros em seu trecho de orla, apresentando alguns trechos de arrecifes, que se tornam verdadeiras piscinas naturais. A praia de Jacumã, a mais urbanizada do Conde, além dos atrativos naturais, possui como maior atrativo turístico o carnaval, recebendo, por ano, cerca de 300 mil turistas nesse período⁸.

⁸ Vide reportagem publicada pelo Portal Correio em 05/03/2014, no Anexo A.

Figura 8 – Atrativos naturais da praia de Tambaba – Conde-PB.



Fonte: Acervo da autora (2014).

Grande parte do município está inserida na Área de Proteção Ambiental (APA) de Tambaba, que abrange parte do município do Conde e de seus vizinhos Pitimbú e Alhandra. No Conde, a APA abrange seu litoral, inserindo as praias de Tambaba, Tabatinga e Coqueirinho. A APA-Tambaba foi decretada como Unidade de Conservação em 26 de março de 2002, pelo Decreto Estadual nº 22.882, tendo uma área de aproximadamente 3.270 hectares (PARAÍBA, 2014). A necessidade de transformar a área em unidade de conservação se deu a partir da análise de duas de suas principais atividades: a agricultura, com o cultivo da cana-de-açúcar; e o turismo, que nos últimos anos vem crescendo significativamente na região, proporcionando a ocupação urbana, principalmente na costa. O aumento do número de edificações, como casas, bares, restaurantes, hotéis e grandes *resorts*, principalmente após a finalização da PB-008, tem, ao mesmo tempo, atraído maior número de turistas de outros empreendimentos, mas, também, causado impactos negativos ao meio ambiente.

4.2 MATRIZ DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL TURÍSTICO DO CONDE-PB

Potencial é a capacidade que algo ou alguém possui de atingir um nível de desempenho ou uma meta. O potencial turístico de certa localidade será, portanto, o que aquela determinada localidade é ou poderá ser, em termos turísticos. No turismo, em particular, se torna importante uma avaliação de seu potencial para se melhor planejar e criar novos atrativos, como, também, para valorizar e utilizar de forma adequada os já existentes. Cada local possui recursos, naturais ou não, com potenciais para o turismo. Cada um desses recursos, elementos ou aspectos deve ser analisado separadamente para que, assim, se possa atribuir uma avaliação do que aquela localidade receptora já possui de infraestrutura, atrativos e serviços de forma eficaz ou não, e também poder diagnosticar quais os elementos e tratamentos e/ou investimentos que esses elementos necessitam da comunidade e do poder público.

Como dito anteriormente, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo tem, como um de seus objetivos, conscientizar os gestores dos municípios brasileiros de que, para se considerar uma localidade como potencialmente turística, não se depende apenas de possuir atrativos, mas de uma vocação turística, e para isso é necessário que se façam levantamentos e avaliações desses elementos e atrativos potenciais (BISSOLI, 2000).

No Quadro 2 apresentamos a matriz de avaliação do potencial turístico do município do Conde, pela qual buscamos a compreensão não só do potencial turístico desse município, como uma análise da situação econômica e social. Com essa matriz é possível analisar as condições em que se encontram as infraestruturas básicas, não só para o funcionamento do turismo, mas, também, de qualidade de vida da população. Ela traz, também, subsídios para se saber a capacidade de cada estrutura, atrativo e estado de conservação de vários lugares do Conde.

Além de discutir sobre a estrutura do município, é importante verificar, por meio da matriz, que ela também permita subsídio a uma discussão com o poder público local, principalmente o que esse poder público local tem realizado para divulgar o turismo, aumentar os números deste turismo e fazer com que essa atividade seja em prol do desenvolvimento local e não em interesse de uma minoria de empresários, que apenas exploram o espaço, a paisagem e cultura da comunidade, sem se preocupar com o seu bem-estar.

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB

(continua)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Atrativos turísticos	Naturais (e seus respectivos subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Praia de Tambaba	5
			Praia de Jacumã	4
			Praia de Gramame	3
			Praia de Coqueirinho	4
			Praia de Carapibus	3
			Praia do Amor	3
			Praia de Tabatinga	4
			Praia do Surfista	3
			Praia Barra de Graú	2
			Praia Barra de Abiaí	2
			Pedra Furada	1
			Prainha Marcelia	3
			Canyons de Coqueirinho	3
			Mata da Chica	3
			Mirante Dedo de Deus	1
			APA – Tambaba	3
			Mirante de Barra de Gramame	3
			Falésias de Tambaba	3
			Maceiozinho	1
			Rio Abiaí – encontro com o mar	1
			Rio Papocas	1
			Pedra da Baleia	1
			Pedra da Caveira	1
			Pedra do Elefante	1
			Pedra do Cachorro	1
			Rio Graú – encontro com o mar	2
			Maceió Paratibe ou Lagoa Preta	2
			SUBTOTAL – NATURAIS	64
	Histórico-culturais (e seus respectivos subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Território Macuxi	2
			Sítio Ipiranga	2
			Sítio Guruji	2
			Prédio da Prefeitura Municipal	1
			Prédio da Câmara dos Vereadores	1
			Igreja Matriz – Paróquia N. Senhora da Conceição	1
			Museu Quilombola	2

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Atrativos turísticos	Histórico-culturais (e seus respectivos subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Complexo cultural do Conde	2
			Mosteiro Ortodoxo de São Nicolau	3
			Igreja Ortodoxa Autocéfala da Polônia no Brasil	3
			Comunidade Servos de Maria do Coração de Jesus	1
			Igreja de São João Batista	1
			SUBTOTAL – HISTÓRICO-CULTURAIS	21
	Manifestações e usos tradicionais e populares (e seus respectivos subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Coco de Roda Novo Quilombo	3
			Quadrilha Junina Girassol	2
			Grupo Parafolclórico Jacoca	2
			Grupo Mães de Barro	3
			Artesanato em cipó, bambu e palha de carnaúba	3
			SUBTOTAL – MANIFESTAÇÕES	13
	Realizações técnicas e científicas contemp. (e seus respectivos subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Centro de formação profissional Almir Correa	1
			Núcleo de Cultura do Conde – escola de artes	2
			SUBTOTAL – REALIZAÇÕES TÉCNICAS	3
	Acontecimentos programados (e seus respectivos tipos e subtipos)	Hierarquia dos atrativos	Carnaval de Jacumã	4
			Festival de Marchinhas e Músicas Carnaval. da PB	2
			Conde Verão Radical	2
			Caminhada Ecológica das piscinas de Tambaba	1
			Festa de Reis	1
			Ciclotur Costa do Conde	2
			Circuito Paraibano de Surf	4
			Dia da consciência negra	1
			Tambaba Open de Surf Naturista	5
			Arraial do Conde	2
			Pedal Coqueirinho	2
			Festival de Quadrilhas Juninas	2
			Forro Fest	3
			Festival de sabores e saberes	2
			Caminhada das Falésias de Tambaba	1
			Festa da emancipação política do Conde	1
			Caminhada Ecológica da APA de Tambaba	1
			SUBTOTAL – ACONTEC. PROGRAMADOS	36
	SUBTOTAL – ATRATIVOS TURÍSTICOS			

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Equipamentos e serviços turísticos	Meios de hospedagem – estabelecimentos hoteleiros	Estrutura dos equipamentos	Mussulo Resort	5
			Beach Hotel Jacumã	4
			Hotel Viking	4
			Brisas de Carapibus	4
			SUBTOTAL – ESTRUTURA	17
		Qualidade dos equipamentos	Mussulo Resort	5
			Beach Hotel Jacumã	4
			Hotel Viking	4
			Brisas de Carapibus	4
			SUBTOTAL – QUALIDADE	17
		SUBTOTAL – HOTELEIROS		34
	Meios de hospedagem – estabelecimentos extra-hoteleiros	Estrutura dos equipamentos	Pousada Corais de Carapibus	3
			Pousada Maria Bonita	3
			Jacumã Lodge hotel	3
			Enseada do Sol Pousada	4
			Pousada Chalés Praia Bela	2
			Pousada Ancoradouro	2
			Pousada Neptun	3
			Pousada Aruanã	4
			Estalagem Aldeia dos Ventos	1
			Pousada Bem-te-Vi	1
			Pousada Anauê	1
			Conchas Pousada Tabatinga	1
			Hostel Pousada do Inglês	1
			Pousada Paraíba	1
			Villamor Pousada Naturista	2
			Pousada Mar de Esmeralda	1
			Pousada Som das Ondas	3
			Pousada da Lua	2
			Bangalôs de Carapibus	2
			Pousada Laguna	1
			Pousada Porto do Sol	1
			Pousada Belo Mar	1
			Pousada dos Mundos	1
			Pousada Tambaba Naturista	3

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Equipamentos e serviços turísticos	Meios de hospedagem – estabelecimentos extra-hoteleiros	Estrutura dos equipamentos	Flat Paraíso Tropical	1
			Pousada da Luz	1
			Pousada Zekas	2
			Pousada Rosa dos Ventos	1
			Pousada Lagoa Azul	1
			Tambaba Camping e Hospedagem	2
			Pousada Kalinda	2
			Pousada Arca de Bilú	2
			Pousada dos Arcos	1
			Pousada Anduara	1
			SUBTOTAL – ESTRUTURA	61
		Qualidade dos equipamentos	Pousada Corais de Carapibus	3
			Pousada Maria Bonita	3
			Jacumã Lodge hotel	3
			Enseada do Sol Pousada	4
			Pousada Chalés Praia Bela	2
			Pousada Ancoradouro	2
			Pousada Neptun	3
			Pousada Aruanã	4
			Estalagem Aldeia dos Ventos	1
			Pousada Bem-te-Vi	1
			Pousada Anauê	1
			Conchas Pousada Tabatinga	1
			Hostel Pousada do Inglês	1
			Pousada Paraíba	1
			Villamor Pousada Naturista	2
			Pousada Mar de Esmeralda	1
			Pousada Som das Ondas	3
			Pousada da Lua	2
			Bangalôs de Carapibus	2
			Pousada Laguna	1
			Pousada Porto do Sol	1
			Pousada Belo Mar	1
			Pousada dos Mundos	1
			Pousada Tambaba Naturista	3
			Flat Paraíso Tropical	1

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação	
Equipamentos e serviços turísticos	Meios de hospedagem – estabelecimentos extra-hoteleiros	Qualidade dos equipamentos	Pousada da Luz	1	
			Pousada Zekas	2	
			Pousada Rosa dos Ventos	1	
			Pousada Lagoa Azul	1	
			Tambaba Camping e Hospedagem	2	
			Pousada Kalinda	2	
			Pousada Arca de Bilú	2	
			Pousada dos Arcos	1	
			Pousada Anduara	1	
			SUBTOTAL – QUALIDADE		61
			SUBTOTAL EXTRA-HOTELEIROS		
	Alimentação	Estrutura dos equipamentos	Canyon de Coqueirinho	5	
			Carpe Diem Restaurante	5	
			Tropicália Bar e Restaurante	5	
			Nativus Bar	1	
			Terraço Tropical	4	
			Selfservice Cem por Cento Paraíba	3	
			Maceiozinho Bar e Restaurante	3	
			Tendalgrill Restaurante	4	
			Paraíso de Carapibus	3	
			ChateuxHelvércia	4	
			Portal do Maceió	3	
			Terraço do Sabor	2	
			Raizes restaurante	2	
			O Gringão Restaurante	2	
			Restaurante Matsuri	4	
			ON SUK Lanches	1	
			Restaurante do Pai	1	
			Restaurante Arca de Bilu	3	
			Restaurante Gurugy	4	
			oPukaro	3	
			Beach House restaurante	3	
			Restaurante Tulipas	4	
			Toca do Siri	1	
			Creperia das Meninas	2	

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB

(continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Equipamentos e serviços turísticos	Alimentação	Estrutura dos equipamentos	Sibele Bar e lanchonete	2
			Biroska do Diniz	2
			Guagirú Quiosque	2
			Quiosque Marlin	2
			Quiosque Point Verde	2
			XexeuTambabar Restaurante	3
			Restaurante Tambaba Naturista	3
			Carapibus Bar	2
			Picannha na Brasa Churrascaria	3
			Café Europa	3
			Churrascaria Bom Sabor	3
			Passarela do Caranguejo	2
			Quiosque do Genildo	2
			Quiosque Sertão Mar	2
			Quiosque Helena Maria	2
			Quiosque Sol e Mar	2
			Tabatinga Arte Bar	4
		SUBTOTAL – ESTRUTURA		113
		Qualidade dos equipamentos	Canyon de Coqueirinho	5
			Carpe Diem Restaurante	5
			Tropicália Bar e Restaurante	5
			Nativus Bar	1
			Terraço Tropical	4
			Selfservice Cem por Cento Paraíba	3
			Maceiozinho Bar e Restaurante	3
			Tendalgrill Restaurante	3
			Paraíso de Carapibus	3
			ChateuxHelvércia	4
			Portal do Maceió	3
			Terraço do Sabor	2
			Raizes	2
			O Gringão Restaurante	2
			Restaurante Matsuri	4
			ON SUK Lanches	1
			Restaurante do Pai	1

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Equipamentos e serviços turísticos	Alimentação	Qualidade dos equipamentos	Restaurante Arca de Bilu	3
			Restaurante Gurugy	4
			Opukaro	2
			Beach House restaurante	3
			Restaurante Tulipas	4
			Toca do Siri	1
			Creperia das Meninas	2
			Sibele Bar e lanchonete	2
			Biroska do Diniz	2
			Guagirú Quiosque	2
			Quiosque Marlin	2
			Quiosque Point Verde	2
			XexeuTambabar Restaurante	3
			Restaurante Tambaba Naturista	3
			Carapibus Bar	2
			Picannha na Brasa Churrascaria	3
			Café Europa	3
			Churrascaria Bom Sabor	3
			Passarela do Caranguejo	2
			Quiosque do Genildo	2
			Quiosque Sertão Mar	2
			Quiosque Helena Maria	2
			Quiosque Sol e Mar	2
			Tabatinga Arte Bar	3
			SUBTOTAL – QUALIDADE	
	SUBTOTAL – ALIMENTAÇÃO			223
		Entretenimento (e seus respectivos tipos e subtipos)	Estrutura/qualidade dos equipamentos e serviços	Beach Club Mussulo
Shopping Jacumã				3
Park do Valle Parque aquático				4
Danceteria Top Dance				1
Lambada Club				1
Haras do Mar				5
SUBTOTAL – ESTRUTURA/QUALIDADE			19	

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB (continuação)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Equipamentos e serviços turísticos	Outros serviços turísticos	Estrutura/qualidade dos equipamentos e serviços	Luck Receptivo Agência de Viagens	1
			Expedição BR Agência de Viagens e Turismo	1
	SUBTOTAL – OUTROS SERVIÇOS			2
	SUBTOTAL – EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS			400
Infraestrutura de apoio turístico	Serv. urbanos (abast. de água, rede de esgotos, limp. púb. e energia elétrica)	Estrutura e qualidade dos serviços		4
	Acesso a localidade	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinaliz. rodoviária e turística, postos de abastecimento e serviços etc.)		4
	Circulação Interna	Condições das vias de acesso e dos recursos, serviços e instalações de apoio a veículos (sinaliz. rodoviária e turística, postos de abastecimento e serviços etc.)		2
	Sistema de transporte	Estrutura e qualidade dos serviços		1
	Sistema de comunicações	Estrutura e qualidade dos serviços		4
	Sistema de Segurança	Estrutura e qualidade dos serviços		3
	Equip. médico-hospitalar	Estrutura e qualidade dos serviços		3
	SUBTOTAL – INFRAESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO			23
	Normativo institucional	Estrutura	Existência e atuação do órgão oficial de turismo	Secretaria de Turismo do Conde
Existência e atuação do conselho municipal de turismo				–
Existência e gestão do fundo municipal de turismo				–
Existência e atuação de outras organizações não governamentais de fomento e promoção do turismo			Assoc. Comercial, Industrial e de Serviços do Conde	4
			Sociedade Naturista de Tambaba	4
			Assoc. Empres., Comunit. e Tur. do Litoral Sul da PB	3
			Associação dos Bugueiros da Paraíba	1
Assoc. dos Donos de Barraca na Costa do Conde	3			
SUBTOTAL – OUTRAS ORGANIZAÇÕES			15	
SUBTOTAL – ESTRUTURA			19	

Quadro 2 – Matriz de avaliação do potencial turístico – Conde-PB (conclusão)

Dimensões	Categorias de análise	Indicadores	Aspectos analisados	Pontuação
Normativo institucional	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo	Existência de plano de desenvolvimento turístico/plano diretor de turismo em vigor	Plano de Turismo Sustentável Municipal	3
		Existência de legislação turística, urbana, ambiental e/ou de proteção ao patrimônio e de mecanismos de fiscalização do cumprimento da legislação	Plano Diretor	5
		Existência de créditos e/ou de incentivos fiscais ao desenvolvimento turístico		—
		Inserção do município em planos, programas e/ou projetos de desenvolvimento turístico de âmbito estadual, regional e/ou nacional		5
		SUBTOTAL – INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO		
	Comunicação e distribuição	Possibilidade de integração do município em roteiros e/ou circuitos	Destino Paraíba – Entre Rios e Mar	5
		Ações de divulgação		5
		SUBTOTAL – COMUNICAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO		
	SUBTOTAL – NORMATIVO INSTITUCIONAL			42
Planejamento turístico participativo	Participação comunitária	Nível de envolvimento e aceitação da comunidade local nos processos de planejamento e/ou desenvolvimento do turismo		3
SUBTOTAL – PLANEJAMENTO TURÍSTICO PARTICIPATIVO			3	
Outros fatores	Proximidade da demanda	Distância dos principais centros emissores		5
	Disponibilidade de áreas para expansão	Existência de áreas para expansão dos atrativos e/ou equipamentos turísticos		5
	Disponibilidade de mão de obra	Existência de mão-de-obra em quantidade e qualidade para atendimento ao turista		3
	SUBTOTAL – OUTROS FATORES			13

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Quadro 3 – Resumo das pontuações e média da matriz de avaliação de potencial turístico –Conde-PB

Dimensões	Categorias de Análise	Indicadores	Resultados	
			Total pontos	Média matriz
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Naturais	Hierarquia dos atrativos	64	2
	Histórico-culturais		21	1
	Manifestações e usos tradicionais e populares		13	3
	Realizações técnicas e científicas contempor.		3	1
	Acontecimentos Programados		36	2
SUBTOTAL – ATRATIVOS TURÍSTICOS			137	2
EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	Meios de hospedagem hoteleiros	Estrutura dos equipamentos	17	4
		Qualidade dos equip. e serviços	17	4
	SUBTOTAL – HOTELEIROS		34	4
	Meios de hospedagem extra-hoteleiros	Estrutura dos equipamentos	61	2
		Qualidade dos equip. e serviços	61	2
	SUBTOTAL – EXTRA HOTELEIROS		122	2
	Alimentação	Estrutura dos equipamentos	113	3
		Qualidade dos equip. e serviços	110	3
SUBTOTAL – ALIMENTAÇÃO			223	3
SUBTOTAL – ENTRETENIMENTOS		Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	19	3
SUBTOTAL – OUTROS SERV. TURÍSTICOS		Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	2	2
SUBTOTAL – EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS			400	4
INFRAESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO	SUBTOTAL – SERVIÇOS URBANOS	Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	4	4
	SUBTOTAL – ACESSO RODOV. À LOCAL.	Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	4	4
	SUBTOTAL – CIRCULAÇÃO INTERNA	Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	2	2
	SUBTOTAL – SISTEMA DE TRANSPORTE	Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	1	1
	SUBTOTAL – SISTEMA DE COMUNICAÇÃO	Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	4	4
	SUBTOTAL – SISTEMA DE SEGURANÇA	Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	3	3
	SUBTOTAL – EQUIP. MÉDICO HOSPITALAR	Estrutura/qualidade dos equip. e serv.	3	3
SUBTOTAL – INFRAESTRUTURA DE APOIO TURÍSTICO			23	3
NORMATIVO INSTITUCIONAL	Estrutura		19	2
	Instrumentos de planejamento e gestão pública e compartilhada do turismo		13	3
	Comunicação e distribuição		10	5
SUBTOTAL – NORMATIVO INSTITUCIONAL			42	3
SUBTOTAL – PLANEJAMENTO TURÍSTICO PARTICIPATIVO			3	3
SUBTOTAL – OUTROS FATORES			13	4

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Acima, a fim de facilitar a análise e visualização dos resultados da matriz de avaliação do potencial turístico do Conde, produzimos um quadro-resumo com os pontos totais atribuídos e os subtotais de cada indicador, categoria de análise e as dimensões (Quadro 3). Nesse quadro também foi calculada a média⁹ dos pontos obtidos na matriz para cada elemento.

Na tentativa de não só analisar a matriz de uma forma quantitativa, mas de apresentar e discutir as potencialidades de desenvolvimento, bem como as principais dificuldades encontradas, não só para o turismo do Conde, mas também de toda comunidade local, debruçamos agora sobre o estudo realizado. Este estudo não tem a intenção de realizar uma crítica maliciosa aos pontos negativos encontrados, mas apontar soluções e onde estão os erros, na tentativa de ajudar a saná-los, e de exaltar os pontos positivos das variedades encontradas.

Iniciamos a discussão com a dimensão dos atrativos turísticos, compostos por todos os atrativos encontrados no Conde. Segundo Andrade (2004, p.102), “a matéria-prima da oferta turística natural compõe-se de recursos em cuja criação não houve interferência humana direta ou indireta, nem seu concurso para configuração e capacidade deles”. O recurso, aqui chamado de atrativo natural é aquele que, não teve a intervenção humana, como rochedos, praias, falésias, nascentes, etc.. Já os atrativos artificiais são aqueles produzidos pelo homem, como é o caso dos históricos, culturais, religiosos e modo de vida em geral da comunidade local (CASTRO; MENDONÇA, 2010). O município possui uma imensa quantidade de atrativos, principalmente naturais e histórico-culturais, mas que, em sua maioria, não atraem, por si só, turistas internacionais que vissem com o único objetivo de conhecê-los. Exceção a essa regra está a praia de Tambaba, conhecida mundialmente pela prática do naturismo, sendo um dos cartões postais mais belos do estado da Paraíba, atraindo turistas internacionais e também da própria região.

Tambaba é considerada um atrativo de pontuação 5 quando aplicada a metodologia, ou seja, é capaz de atrair um número de turistas internacionais com o único objetivo de conhecê-la. A soma dos demais indicadores, por não revelar uma estrutura condizente, não afere uma pontuação de mesmo nível. A maioria dos atrativos naturais aferiram média 2, ou seja, no geral, os atrativos naturais do Conde são capazes de movimentar apenas correntes turísticas regionais ou locais.

⁹ Média realizada pelo subtotal dos pontos dividido pela quantidade de indicadores de cada categoria.

Já os atrativos histórico-culturais tiveram média 1, pela falta de méritos a eles empenhados. Os atrativos histórico-culturais do Conde, em sua maioria, representam uma cultura local sem ampla divulgação. A mesma média foi atribuída à categoria das realizações técnicas e científicas.

Os centros de formação profissionalizante são abertos ao público geral, porém, por não ofertarem cursos exclusivos, ou seja, são encontrados na maioria das cidades, acabam por terem como público e interessados a população local e das proximidades, ou os já praticantes de alguma das atividades oferecidas e que residam próximo ao município. O fato de esses atrativos obterem nota 1 mostra a falta de cursos de qualificação para a mão de obra local, principalmente no tocante aos cursos destinados ao turismo, como os de hotelaria, garçons, copeiras, recepcionistas, dentre outros.

Ao falarmos dos equipamentos e serviços turísticos básicos que devem conter uma localidade receptora, referimos às hospedagens, restaurantes, entretenimentos, agências turísticas etc. Para (SILVA, 2006) o sucesso de um destino turístico não depende somente de seus atrativos ou de uma vocação. Esse destino, necessita de uma infraestrutura de qualidade que será julgada a todo momento por seus consumidores, no caso, os turistas. Esses equipamentos devem fazer o diferencial, a fim da divulgação do chamado “boca a boca”, quando um amigo ou familiar pede dicas e instruções sobre determinado destino. Nesse aspecto, os meios de hospedagem hoteleiros, tanto quanto à qualidade quanto à estrutura do equipamento, obtiveram média 4. Esses estabelecimentos, como obtido na matriz de potencial, referem-se a hotéis e *resorts* de luxo, que têm todo o aparato necessário para receber grandes grupos de turistas, ou individuais. Esses estabelecimentos possuem sempre um número de leitos considerável próximo ou acima de 100. Possuem um serviço de qualidade e diferenciais, como entretenimentos e pacotes exclusivos do próprio hotel. Geralmente possuem pacotes para públicos exclusivos, como terceira idade ou crianças.

Os equipamentos chamados extra-hoteleiros, expressam uma média 2, são equipamentos de pequeno porte, possuem poucos leitos, geralmente são de propriedade familiar local, como as pousadas. Não possuem atrativos e atividades extras, e os serviços de alimentação oferecidos nesses estabelecimentos são poucos variados. Os funcionários desses estabelecimentos, em sua maioria, não receberam treinamento adequado de algum órgão ou curso/escola específico para

serviços turísticos. Muitos funcionários são da própria comunidade local ou da própria família dos proprietários.

O segundo serviço turístico mais importante em uma localidade é a alimentação. A importância da alimentação para o turismo está em sua variedade de opções. Para o turismo, a gastronomia, pode servir tanto como um elemento de sua infraestrutura, como também um atrativo. Flagliari (2005, p. 05) ressalta que “alimentar-se é um ato natural ao ser humano, um processo consciente e voluntário necessário à sua sobrevivência”. Por isso, os estabelecimentos responsáveis pela alimentação devem possuir capacidade de suporte, higiene do estabelecimento, qualidade de atendimento e das comidas e bebidas são de fundamental importância na satisfação do turista, como afirma a OMT:

a qualidade e a inocuidade dos alimentos que são servidos aos visitantes e que as comunidades de destino também compartilham com eles constituem uma das principais preocupações do consumidor em matéria de turismo, e ocupam um lugar importante entre as prioridades dos operadores turísticos e dos fornecedores de alimentos que abastecem o setor. (OMT, 2003, p.01)

A qualidade da hospedagem atrelada à qualidade dos equipamentos de alimentação são fundamentais na finalização e fidelização da viagem. Os estabelecimentos alimentícios do Conde receberam média 3, indicando que, de modo geral, grande número desses estabelecimentos possuem condições precárias ou insuficientes de receber grande fluxo de turistas em grupos ou atrair um fluxo de turistas de outras localidades mais longínquas. Lembrando que se trata de uma média, sendo encontrados estabelecimentos de alto nível, com cardápio de comida internacional e com estrutura para receber tanto turistas individuais como grandes grupos e excursões. Esses estabelecimentos, é claro, possuem, também, um grande diferencial no preço médio das refeições, e foram encontrados principalmente na praia de Coqueirinho. Em se tratando da diversidade dos cardápios, é precária. Praticamente todos os estabelecimentos oferecem os mesmos pratos. Durante a visita aos estabelecimentos, percebemos, também, a falta de gastronomia regional nos restaurantes e quiosques. Alguns proprietários relataram que oferecem pratos regionais somente sob encomenda.

Os entretenimentos encontrados no município do Conde são poucos. Não possuem grandes variedades e se resumem a haras, parques aquáticos e clubes.

Não têm capacidade para receber grande número de pessoas, e alguns possuem restrição de estrutura até mesmo para pequenos grupos. Outros possuem acesso restrito aos hóspedes de determinados *resorts*. Os serviços de agências e de apoio a serviços turísticos, vendas de passagens, postos de informações, que são representados pela categoria outros serviços turísticos, receberam média 2. Quase não são encontrados nas praias nem na sede do município, os poucos encontrados foram na praia de Jacumã e os demais na sede do município.

Os serviços de infraestrutura de apoio turístico são aqueles que, além de serem necessários para o bom funcionamento de qualquer localidade receptora, dizem respeito, também, aos serviços básicos de infraestrutura de qualquer localidade para qualquer comunidade. Aqui, os serviços urbanos, compostos por água, luz e rede sanitária de esgoto, atendem à demanda do município e estão em condições para atender à demanda turística. Durante o período em que ocorre o Carnaval no distrito de Jacumã, os serviços básicos são atendidos com um padrão não adequado à demanda. O que mais fica a desejar durante esse festejo, são: falta de água potável, fazendo com que os moradores utilizem de água de poços artesianos ou cisternas construídas nas residências; e limpeza da cidade, com o lixo deixado pelos foliões. As demais praias e o centro da cidade não têm evidenciado esses problemas de forma brusca.

Figura 9 – Barreira policial próxima à divisa dos municípios de João Pessoa e Conde



Fonte: Acervo da autora (2014).

Os acesso rodoviário ao município do Conde teve nota 4, principalmente devido à construção da PB-008 que dá acesso ao destino. A rodovia é de qualidade, possui barreiras policiais, como se observa acima na Figura 9 , é bem sinalizada até a chegada ao distrito de Jacumã. A partir da entrada de Jacumã, as sinalizações são raras e de formas confusas. O mais preocupante é o acesso interno na localidade. O acesso às praias não possui sinalização. As estradas que dão acesso às praias não possuem calçamento ou asfalto e são de péssima qualidade. O espaço público próximo à orla das praias é dominado por estacionamentos privados que cobram taxas que variam a partir de R\$ 5,00 para carros até R\$ 20,00 para micro-ônibus em Coqueirinho. Na Figura 10 se observam os valores do estacionamento para a praia de Tambaba.

Figura 10 – Valores do estacionamento na Praia de Tambaba



Fonte: Acervo da autora (2014).

O acesso a cadeirantes e demais deficientes motores é precário e praticamente impossível. As praias que possuem melhor acesso são as de Jacumã e Tambaba, pois o calçamento vai até o estacionamento, que facilita o acesso às pessoas com dificuldade de locomoção. Porém, não existe acessibilidade na Praia de Tambaba para cadeirantes no setor destinado ao turismo. Nos períodos chuvosos fica impossibilitado o acesso às praias de Carapibus e Coqueirinho, devido à declividade e falta de calçamento, com acesso totalmente precário. Durante a pesquisa de campo encontramos um turista cadeirante que tentava ir até uma mesa dos restaurantes mas não conseguia devido à falta de acesso (Figura 11). O local

onde são colocadas as mesas e cadeiras dos restaurantes da praia de Coqueirinho é todo de areia, e não pode ser modificado por ser um projeto da prefeitura com a Superintendência de Desenvolvimento do Meio Ambiente (Sudema) e o Ministério do Meio Ambiente (MMA).

Figura 11 – Acesso aos quiosques do centro turístico da praia de Coqueirinho para cadeirantes e deficientes motores.



Fonte: Acervo da autora (2014).

O sistema de transporte foi o mais precário dos elementos compostos da infraestrutura urbana encontrados. Poucas linhas de ônibus existentes no local, com poucos horários, itinerário precário e acesso longe às praias. Para se locomover às praias, os usuários devem utilizar transporte próprio, locações de vans, táxi, moto-táxi ou se submeterem aos transportes clandestinos, sem registro ou identificação de um órgão regulamentador. Não é à toa que esse sistema obteve média 1, pois é um serviço precário não somente para turistas mas para toda a população.

O sistema de comunicação encontrado durante a pesquisa, nos períodos de grande demanda turística, satisfazem favoravelmente à população e aos turistas. As

operadoras de telefonia, de um modo geral, não têm problemas com sinal de transmissão de dados, bem como as operadoras de *Internet*. O serviço de *wi fi* é oferecido em vários estabelecimentos, inclusive em quiosques na orla da praia de Coqueirinho. O serviço de saúde do Conde obteve nota 3, que condiz a um aparato restrito, incapaz de atender a grandes demandas ou à própria comunidade com qualidade. Apesar de o município conter vários postos de saúde, tanto na área urbana quanto na rural, e também um hospital e maternidade, o acesso é insatisfatório para a população local, e, no caso de uma grande demanda, como nos períodos de festividades, feriados e férias, ou no caso de epidemias, essa capacidade hospitalar se torna ainda mais precária para atender tal demanda.

Ao falarmos do normativo institucional da matriz, refere-se às ações do poder público em todas as suas esferas. Tratando do poder público sobre o turismo, o município do Conde é composto pela Secretaria Municipal de Turismo, que, juntamente com a prefeitura municipal e demais secretarias, auxiliam na infraestrutura do local. Além dessas entidades, a atividade turística conta com diversas associações a ela ligadas direta ou indiretamente. Essas associações têm o papel de estabelecer regras para cada setor e manter uma representação dos proprietários de estabelecimentos (como hotéis, restaurantes e artesanatos) e planejamento do uso de áreas de proteção ambiental, como é o caso da APA de Tambaba. Um grande embate existente nessas associações é manter um diálogo favorável com o poder público, e nem sempre as partes entram em acordo.

4.3 PERFIL DO TURISTA DO MUNICÍPIO DO CONDE-PB

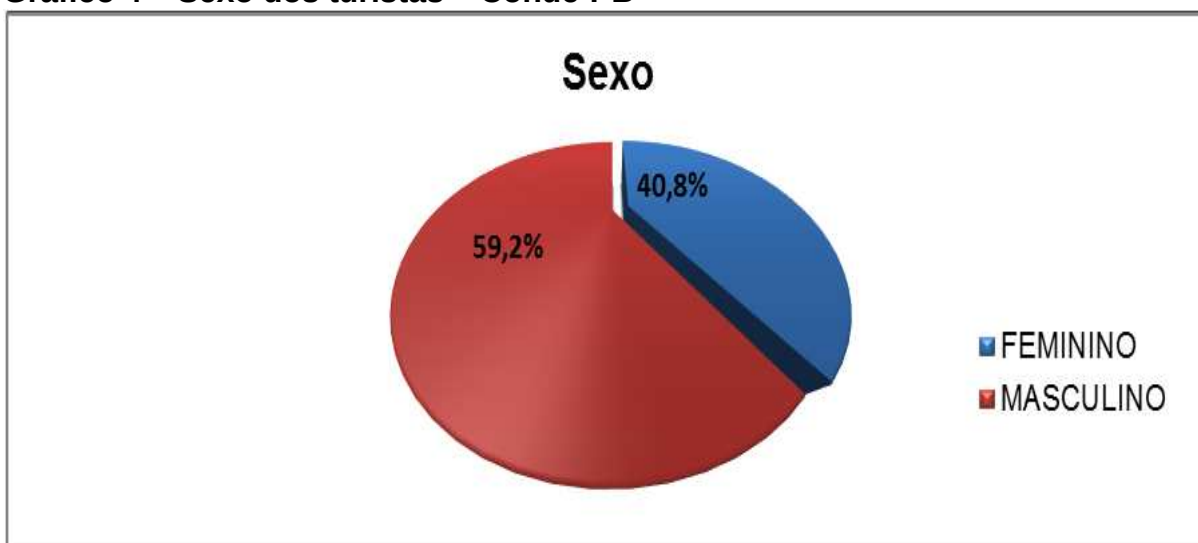
Pensar o turismo sob uma ótica geográfica implica na análise, também, das ações dos sujeitos participantes dessa atividade. Por isso foi analisado o perfil do turista do Conde. A cada novo lugar que o turista visita, além de conhecer e absorver a cultura e costumes locais, ele também deixa fragmentos de sua cultura e costumes, influenciando diretamente na comunidade local. Esses fragmentos são responsáveis pela formação de um turismo não só econômico, mas, também, político e social. Nessa perspectiva, também se encontra a ideia de Coriolano e Lima (2003), quando defendem que:

O desenvolvimento voltado para a escala humana pode ser entendido como aquele que privilegia o ser humano, possibilitando o desabrochar de suas potencialidades, assegurando-lhes subsistência, trabalho, educação, e condições de uma vida digna a todos os cidadãos. Entender o desenvolvimento na escala humana significa encontrar os caminhos para viabilizar o desenvolvimento local e o desenvolvimento do turismo, por que ambos têm o homem no centro da ação e o objetivo é a busca da satisfação humana (CORIOLANO & LIMA, 2003, p. 26).

No intuito de utilizar do turismo como uma ferramenta para o desenvolvimento de toda a população local, é que defendemos a importância de um diagnóstico do perfil de um dos principais sujeitos do turismo, o turista. Para isso, analisamos questionários e entrevistas aplicados durante a pesquisa, para tentar entender quem é o turista que procura como destino para sua viagem o município do Conde.

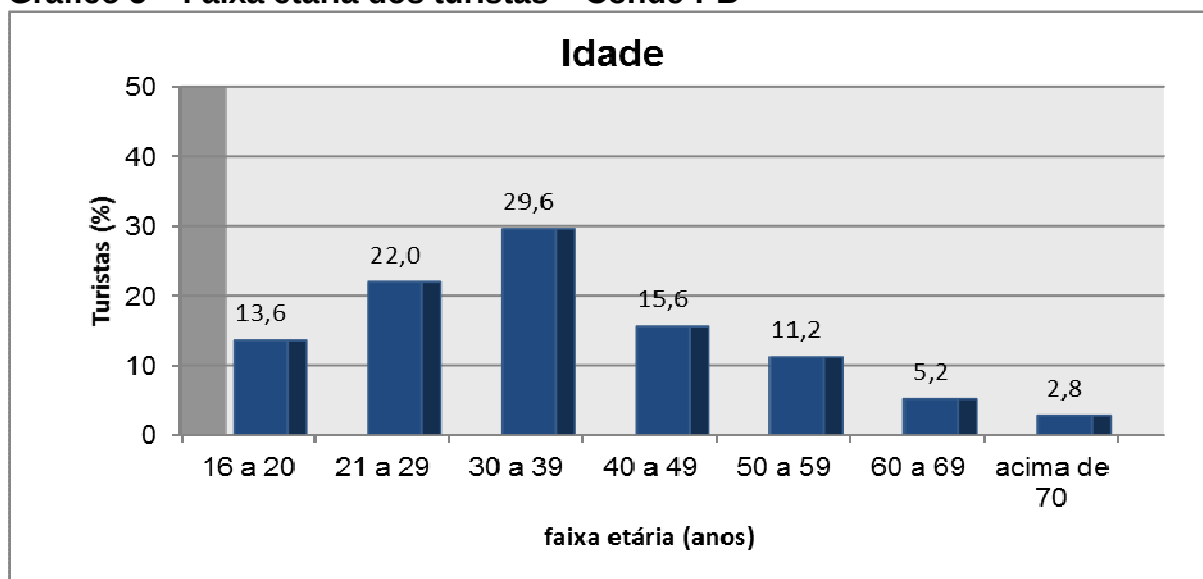
No tocante ao gênero, foi observado que 40,8% dos turistas são mulheres e 59,2% são homens (Gráfico 4), o que mostra uma relação desigualitária entre os gêneros.

Gráfico 4 – Sexo dos turistas – Conde-PB



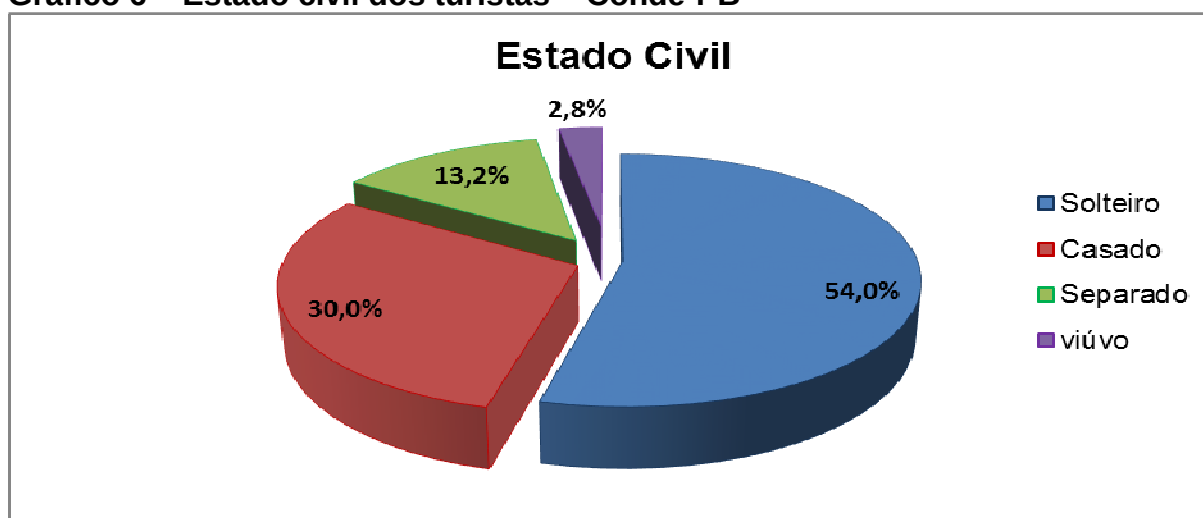
Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Observamos, no Gráfico 5, que o maior percentual (29,6%) de turistas encontra-se na faixa etária dos 30 aos 39 anos, seguido dos jovens de 21 a 29 anos. Vale ressaltar que a parcela dos turistas idosos, que somam as duas últimas faixas, foram encontrados, em sua maioria (76%), em áreas onde forneciam práticas para o turismo da meia idade, principalmente os *resorts*.

Gráfico 5 – Faixa etária dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

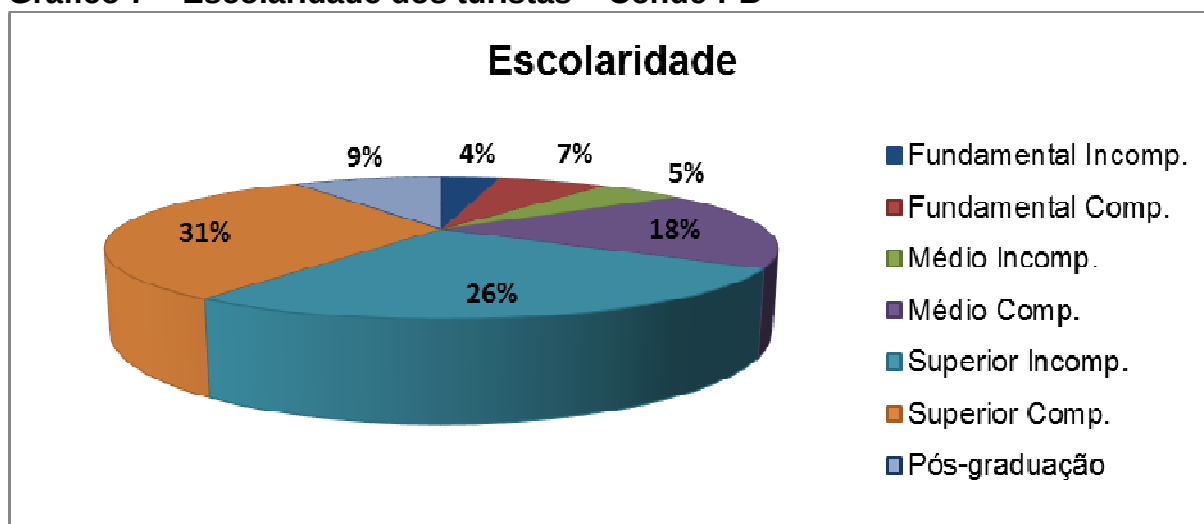
Observamos que a maioria dos turistas que frequentam o município do Conde são solteiros, com um número bastante relevante em relação às demais opções, (54,0%), conforme Gráfico 6. Por meio das entrevistas, constatamos que grande parte dos solteiros concentram-se na praia de Jacumã e Tambaba. Uma possível explicação seria, para Jacumã, pelo número de bares e restaurantes e por possuir um dos maiores carnavais do litoral paraibano; e, para Tambaba, pela prática do naturismo.

Gráfico 6 – Estado civil dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

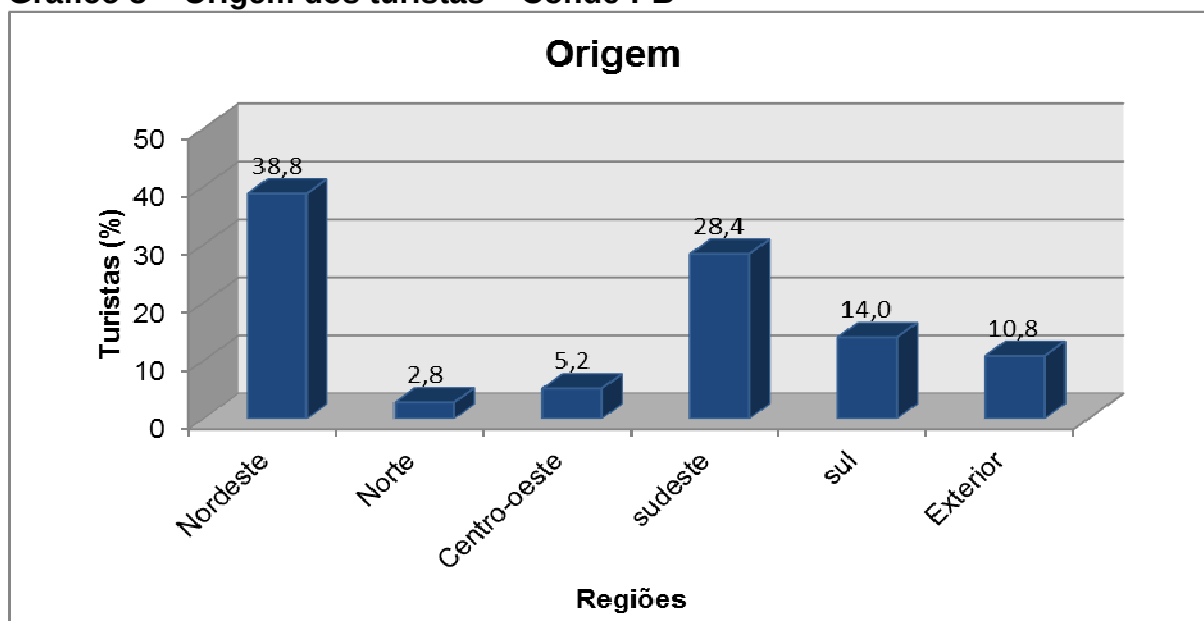
A escolaridade dos entrevistados pode ser vista no Gráfico 7, em que podemos perceber que 66,0% deles possuem ou estão cursando o ensino superior. Esse dado alerta para a importância da qualificação dos prestadores de serviços, proprietários e funcionários, e para uma oferta de produtos diferenciados. Mesmo assim, não podemos negar a importância dos menos escolarizados, que somam quase metade do total, os quais são responsáveis pelo uso de hospedagens, bares, restaurantes e lanchonetes mais simples, que pertencem aos moradores da própria localidade.

Gráfico 7 – Escolaridade dos turistas – Conde-PB



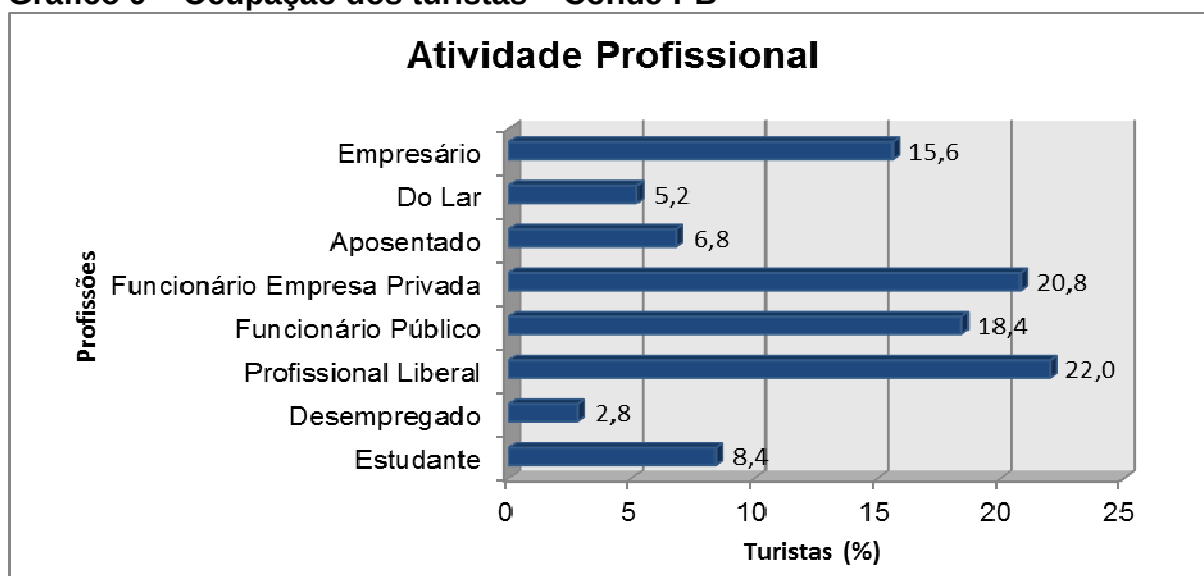
Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Em relação ao local de origem da demanda, notamos (Gráfico 8) que a maioria (38,8%) provém da própria região Nordeste, tendo como principais estados fornecedores a própria Paraíba, seguido de Pernambuco e do Rio Grande do Norte. A região Sudeste destaca-se em segundo lugar (28,4%), tendo o estado de São Paulo o maior responsável por essa representatividade. Um dado interessante é que a maioria dos turistas oriundos de São Paulo tiveram como principal motivo para sua viagem a visita a amigos e familiares. Os turistas estrangeiros (10,8%) foram encontrados, em sua maioria, na praia naturista de Tambaba e hospedados na pousada naturista ou em *resorts*. 33,3% são originários da França, 18,5% da Espanha, 14,8% de Portugal, 22,2% da Argentina e 11,1% da Holanda.

Gráfico 8 – Origem dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

No Gráfico 9 encontramos os resultados obtidos do tipo de atividade profissional exercida pelos entrevistados. Percebemos uma certa equivalência nas três primeiras posições, liderando os profissionais liberais (22,0%), seguidos dos funcionários de empresas privadas (20,8%) e os funcionários públicos (18,4%). Os empresários também tiveram uma boa representação, com 15,6%, ressaltamos que 76,8% faziam sua alimentação no próprio hotel ou em restaurantes de maior infraestrutura e qualidade, principalmente na praia de Coqueirinho.

Gráfico 9 – Ocupação dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Para análise da renda média dos entrevistados, foi utilizada uma divisa por classes salariais (Tabela 4), utilizando o salário mínimo vigente a partir de 01/01/2014. Essa variável não foi respondida por todos os entrevistados, pois alguns se sentiram receosos em fornecer tal informação. Daqueles que responderam, 33,6% possuem renda média mensal entre 4 e 8 salários mínimos, 5,2% têm renda de até R\$ 1.447,99 e estão, em grande parte, entre aqueles que possuem menor nível de escolaridade e se hospedam na casa de amigos e familiares ou permanecem por menos tempo na localidade. Aqueles que possuem acima de 12 salários mínimos (7,0%) possuem, em sua maioria, curso superior completo ou pós-graduação e são representados principalmente por empresários e profissionais liberais.

Tabela 4 – Renda média mensal dos turistas – Conde-PB

Classe	Renda mensal (R\$)	Turistas (%)
Até 2 salários	Até 1.447,99	5,2
Entre 2 e 4 salários	De 1.448,00 a 2.895,99	20,8
Entre 4 e 8 salários	De 2.896,00 a 5.791,99	33,6
Entre 8 e 12 salários	De 5.792,00 a 8.687,99	18,4
Entre 12 e 20 salários	De 8.688,00 a 14.479,99	6,8
Acima de 20 salários	De 8.688,00 ou mais	1,2
Não informou	–	14,0

Fonte: Dieese (2014).

Nota: Salário mínimo vigente a partir de 01/01/2014: R\$ 724,00.

Já na Tabela 5 utilizamos do critério de classificação de classes sociais do IBGE, onde se percebeu que a maioria dos entrevistados é pertencente da classe C (40,8%). A segunda classe que mais aparece é a B (22,0%), com quase metade da primeira colocada. O entrevistados da classe E (5,2%) têm residência próxima ao município do Conde.

Tabela 5 – Classes sociais dos turistas – Conde-PB

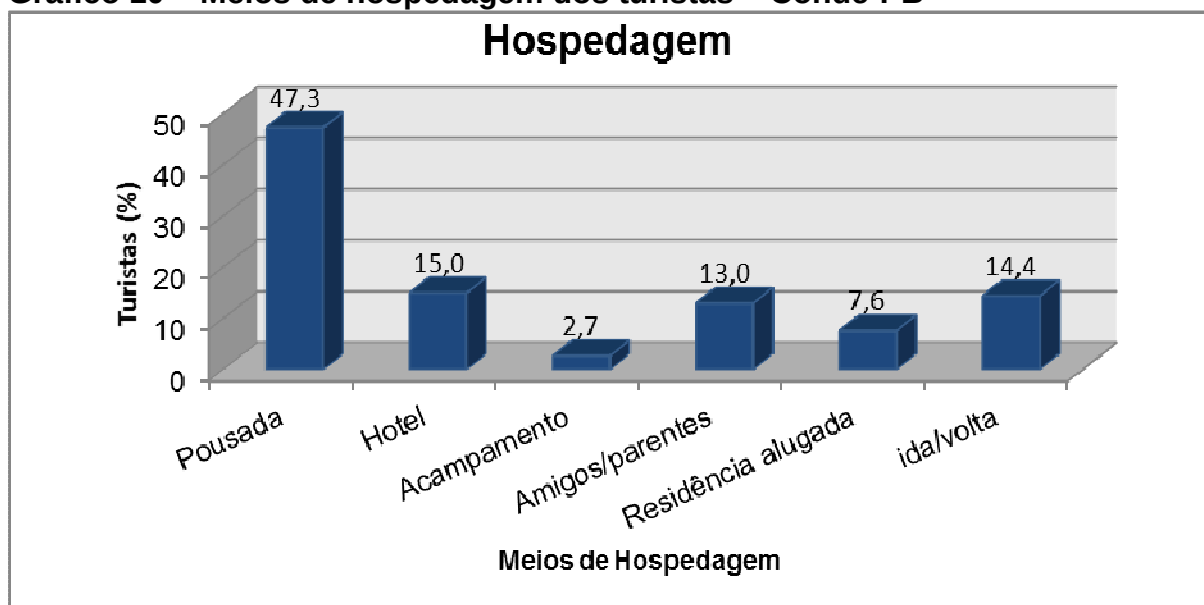
Classe social	Quantidade de salários mínimos	Turistas (%)
A	Acima de 20	1,2
B	De 10 até 20	22,0
C	De 04 até 10	40,8
D	De 02 até 04	16,8
E	Até 02	5,2
Não informou	–	14,0

Fonte: IBGE (2014).

No Gráfico 10 podemos observar a forma de hospedagem escolhida pelos entrevistados. Quase a metade (47,3%) escolheu a pousada para se hospedar. Ela foi escolhida por grande parte dos turistas da classe C devido ao valor das diárias,

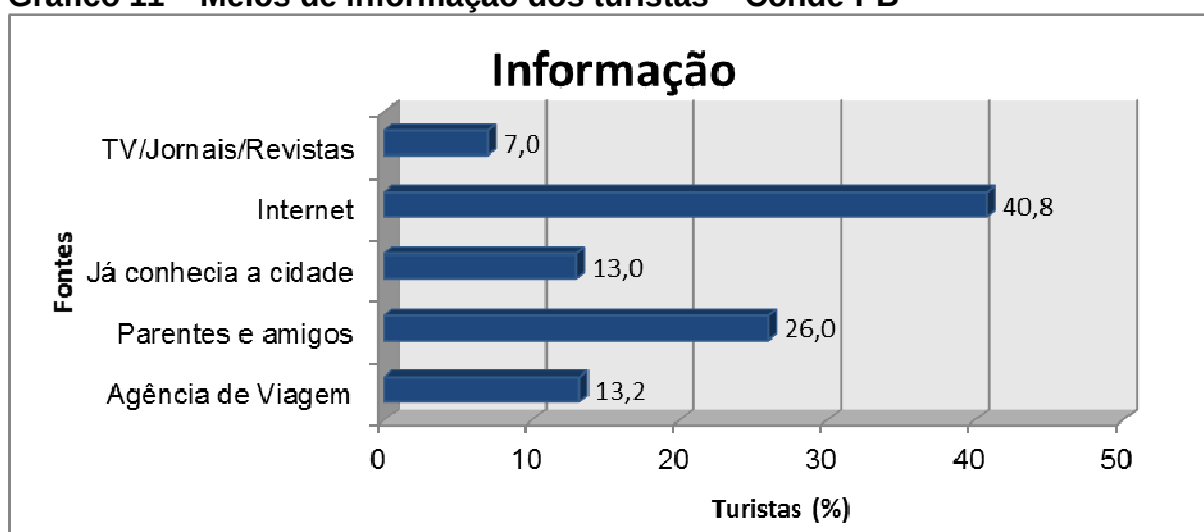
que são inferiores a de hotéis e *resorts* e, também, para aqueles que procuravam um lugar com características mais regionais e ambiente familiar. Na praia de Tambaba encontramos os ditos mais aventureiros, que preferiram ficar em um *camping* que possuía toda infraestrutura necessária, esses foram a minoria (2,7%). Existe, também, uma homogeneidade entre os hospedados em hotéis (15,0%), residência de amigos e parentes (13,0%) e aqueles que vão e voltam para outro destino (14,4%). Estes últimos estão, em sua maioria, hospedados em João Pessoa.

Gráfico 10 – Meios de hospedagem dos turistas – Conde-PB



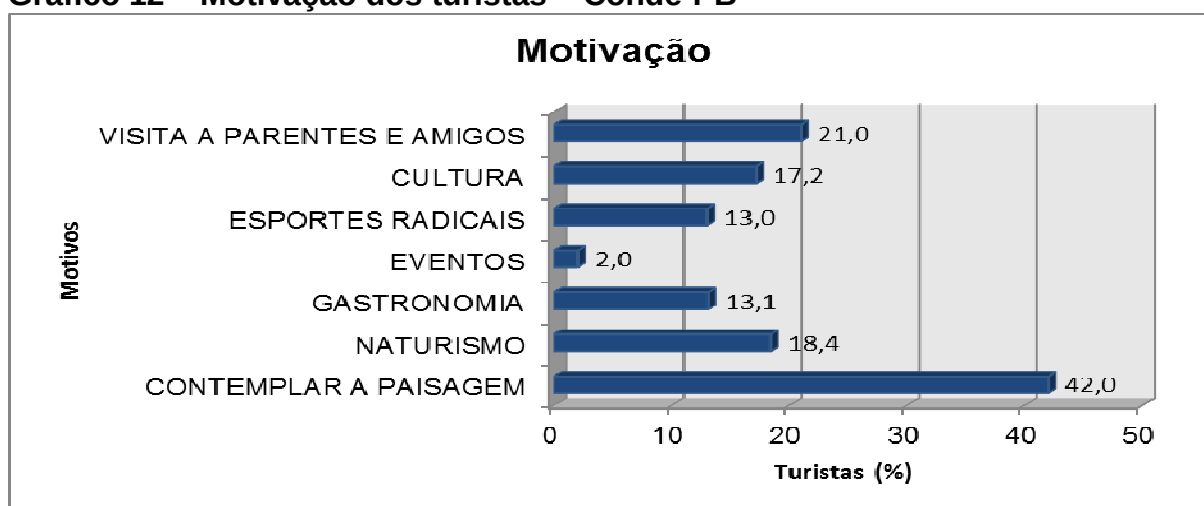
Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Perguntados sobre as principais fontes de informações sobre o Conde como destino turístico (Gráfico 11), a maioria dos entrevistados (40,8%) respondeu que foi pela *Internet*. Segundo eles, essas informações foram obtidas em sítios do Governo do Estado, que promovem o turismo no litoral sul da Paraíba, e, também, em páginas de sítios de redes sociais, como *Facebook*[®], moderadas pelas Secretarias Municipais de Turismo e de Cultura, por ONGs e associações. Aqueles que foram informados por parentes e amigos encontravam-se hospedados em suas residências, na maioria dos casos (26,0%). Importante destacar que 13% escolheram o Conde como seu destino turístico pela segunda vez ou mais.

Gráfico 11 – Meios de informação dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

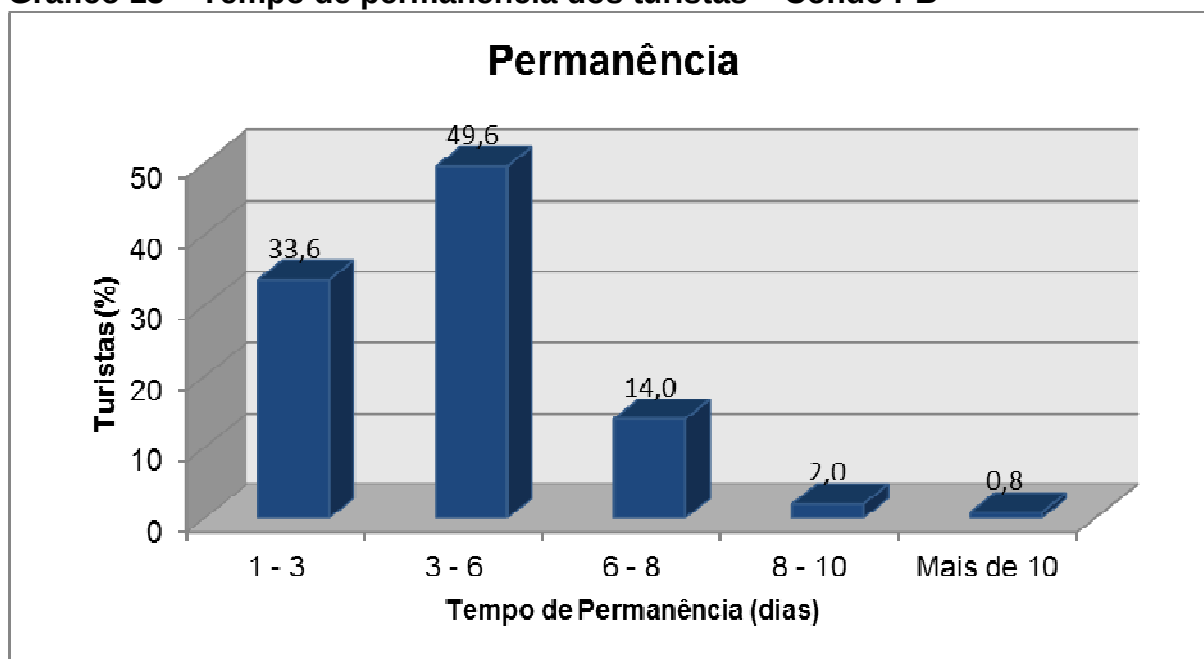
Para saber qual o principal motivo que levou os entrevistados a optarem pelo Conde como seu destino turístico, perguntamos qual a motivação ou objetivo de sua viagem (Gráfico 12). A maioria (42,0%) tem como principal objetivo conhecer os atrativos naturais do lugar, suas praias e falésias, e optou pelo turismo de contemplação. Parte desses entrevistados também relatou que tinha esse objetivo por residir em grandes centros urbanos, com altos índices de poluição e estresse, e procuravam um lugar mais calmo onde pudessem ficar próximos à natureza. Esses mesmos entrevistados também marcaram como opção de motivação a cultura e a gastronomia. Os esportes radicais foram escolhidos pelos mais jovens e também por aqueles que residem nas proximidades, ou seja, estados do próprio Nordeste.

Gráfico 12 – Motivação dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

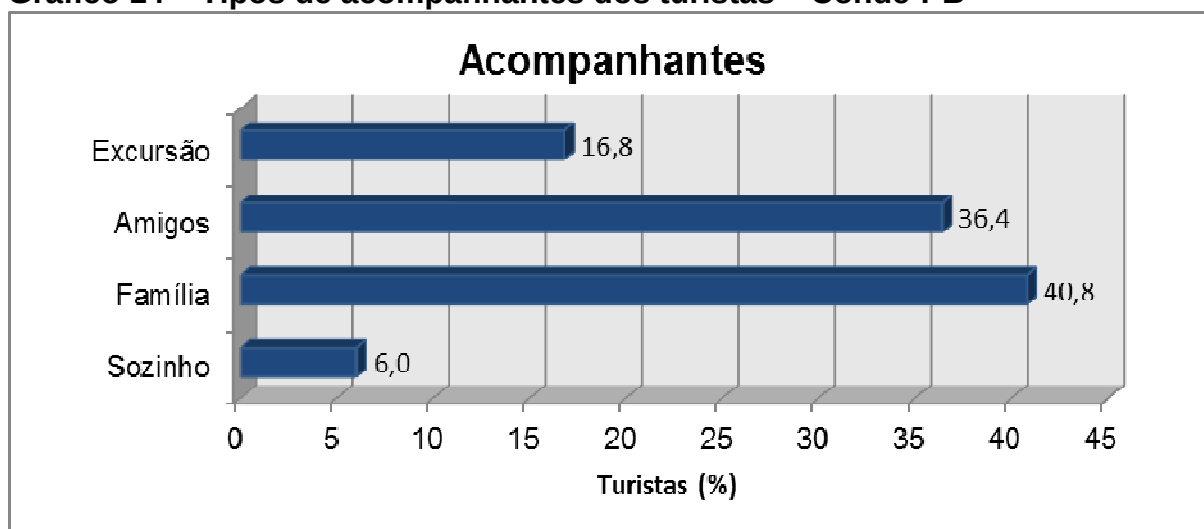
Com relação ao tempo de permanência dos turistas do Conde (Gráfico 13), notamos que a maioria (49,6%) permanece no destino entre 3 e 6 dias. Os entrevistados relataram que também aproveitam o tempo para conhecer outras atrações, lugares próximos e, também, para participar de atividades no próprio lugar.

Gráfico 13 – Tempo de permanência dos turistas – Conde-PB



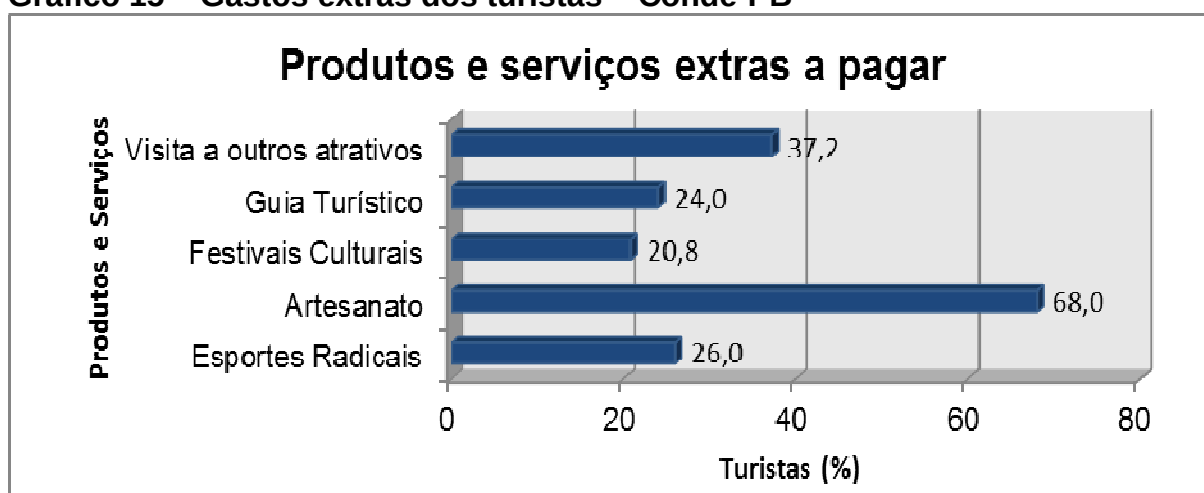
Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Grande parte dos entrevistados (10,8%) viaja com a família, seguidos daqueles que viajam com os amigos (36,4%), conforme Gráfico 14. Durante as entrevistas encontramos aqueles que estavam em excursões (16,8%), os quais disseram que preferem essa opção porque, além da comodidade de pagar por um pacote que já contenha tudo incluso, como: transporte, passeios, estadia, alimentação, também viajam na companhia de outras pessoas, já se sociabilizam antes da chegada ao destino e, também, diminui o gasto com alguns serviços, a exemplo de transporte interno, que pode ser feito por vans e guias turísticos. A média do número de acompanhantes dos entrevistados foi de 2 acompanhantes.

Gráfico 14 – Tipos de acompanhantes dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Quando perguntados por qual serviço estariam dispostos a pagar, além do transporte, hospedagem e alimentação, os entrevistados responderam, em sua maioria (68,0%), pelo artesanato (Gráfico 15). Também pagariam por passeios a outros atrativos mais distantes (37,2%) e, quase equiparados, pelos serviços de guia (24,0%) e festivais culturais (20,8%). Os turistas também estariam dispostos a gastar com esportes radicais, como *surf*, escaladas e trilhas.

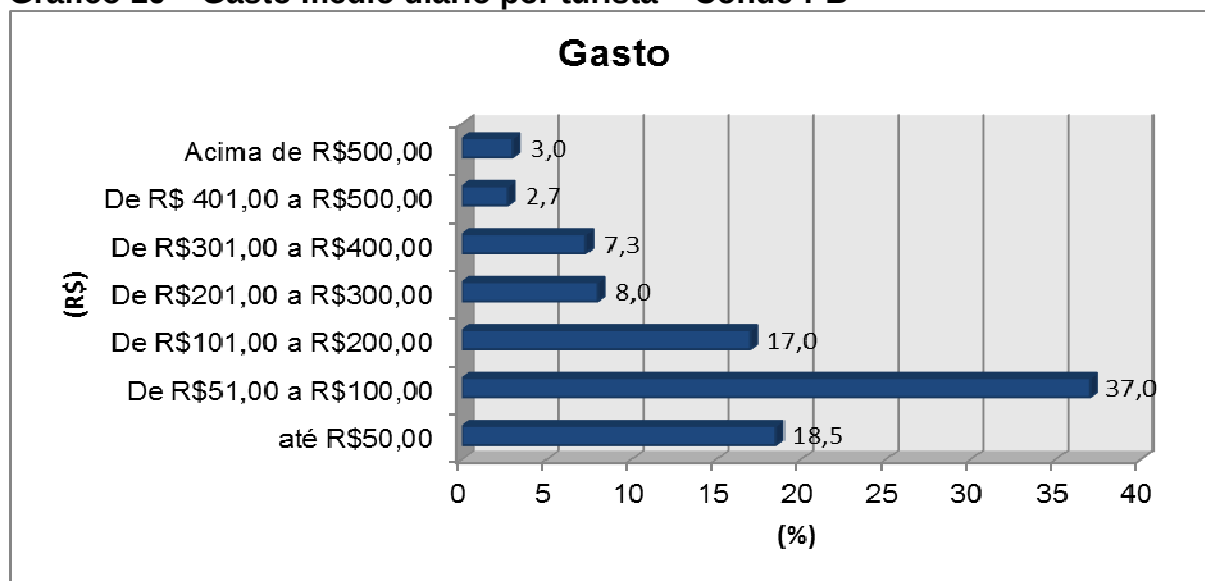
Gráfico 15 – Gastos extras dos turistas – Conde-PB

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Com o objetivo de saber quanto um turista gasta, em média, diariamente em sua viagem, exceto hospedagem e o transporte que fizeram de sua origem até o destino, é que se observa o Gráfico 15. A maioria dos entrevistados gasta, em média, de R\$ 51,00 a R\$ 100,00 por pessoa, que são 37,0% do total. Destes, 68,7%

viajavam com a família e tinham entre 2 e 3 acompanhantes, o que explicaria o maior cuidado com os gastos. Os pertencentes às classes D e E estavam nessa mesma faixa de gastos e, também, na de até R\$ 50,00 por dia. Os estrangeiros responderam que gastariam acima de R\$ 401,00. A classe C foi grande optante dos gastos entre R\$ 101,00 a R\$ 200,00.

Gráfico 16 – Gasto médio diário por turista – Conde-PB



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Com a apresentação do perfil do turista, podemos entender melhor sua opinião sobre o destino turístico escolhido. Todas as informações coletadas para apresentar um perfil desse turista estará em consonância com suas opiniões de satisfação e seu poder de criticar positivo ou negativamente os serviços, produtos, economia, política e culturas encontradas em sua viagem.

4.3.1 Satisfação do turista do município do Conde-PB

A preocupação com a satisfação do turista é um importante aliado para monitorar a qualidade das infraestruturas e serviços de qualquer destino turístico. As informações fornecidas pelos turistas devem ser utilizadas para subsidiar um melhor planejamento em prol de um desenvolvimento local que beneficie não somente turistas, mas, principalmente, a comunidade local. A satisfação do turista deve servir de alerta e de ferramenta para auxiliar os gestores de todas as esferas. Com este estudo, pretendemos, além de propor uma ferramenta de auxílio na governança,

afirmar ou não os resultados obtidos com a matriz de potencial turístico aplicado no município do Conde.

O produto turístico são os bens e serviços ofertados e que faz com que uma pessoa deseje possuí-lo ou desfrutar dele. De acordo com Kotler (2000), como esse produto não pode ser deslocado fisicamente de um lugar para outro, é que ocorre o desejo pela viagem. Para Dantas (2002), produto turístico é tudo aquilo que é ofertado por um lugar que satisfaça às necessidades e desejos de um determinado mercado, nesse caso, a demanda turística.

Quando o turista tem a oportunidade de opinar sobre o lugar, relatar sobre o que ele encontra, os pontos positivos e negativos de sua viagem, ele contribui para a melhoria de um determinado produto. Analisar a satisfação do turista neste trabalho vai além de verificar se o produto oferecido na localidade estudada está satisfazendo às necessidades de simples consumidores turísticos, mas, também, contribui para um diagnóstico de necessidades básicas de qualidade para a comunidade local.

Os entrevistados atribuíram conceitos¹⁰ que variaram de ótimo a péssimo, sobre satisfação que deu subsídio para a construção da Tabela 6, que permitiu a análise de algumas das variáveis presentes na matriz de potencial turístico.

Tabela 6 – Satisfação dos turistas, em números absolutos – Conde-PB

VARIÁVEIS	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Usou o serviço	Não usou o serviço	Média
Atrativos turísticos	77	152	21	–	–	250	–	4
Hospedagem hoteleira	25	7	4	–	–	38	212	4
Hospedagem extra hotel.	39	52	17	10	7	125	125	4
Alimentação	53	173	12	5	7	250	–	4
Outras ativ. lazer/entret.	15	5	9	–	–	29	221	4
Serviços urbanos	4	125	84	25	12	250	–	3
Acesso externo rodoviário	23	180	25	17	5	250	–	4
Circulação Interna	–	17	39	103	91	250	–	2
Transporte	–	–	–	2	3	5	245	1
Serviços de comunicação	–	50	125	39	36	250	–	3
Segurança	3	124	64	65	13	250	–	3
Serviços de saúde	–	1	4	3	1	9	241	3
Sinalização	–	35	66	77	72	250	–	2
Serviços de informação	–	16	32	55	12	115	135	2
Qualidade de atendim.	52	124	45	18	11	250	–	4
Limpeza	28	154	46	17	5	250	–	4

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da pesquisa (2014).

Observando a Tabela 6, nota-se que, na variável dos atrativos turísticos, 60,8% atribuíram conceito bom e 30,8% consideraram muito bom os atrativos do

¹⁰ A cada conceito foi atribuído uma pontuação de 5 a 1, respectivamente. Neste caso, foi calculada uma média ponderada, por cada conceito atribuir um peso.

local, tanto naturais como culturais e programados. Os turistas ressaltaram, nas entrevistas, as belezas dos atrativos naturais encontrados em toda região.

Às vezes fazemos viagens para lugares onde não encontramos tanta diversidade natural. Quem quer ficar apenas olhando a natureza tem várias opções, várias praias. Quem é mais ousado vai lá na parte de nudismo da praia de Tambaba, mas eu não tenho coragem não, morro de vergonha (J. S., 31 anos, Coqueirinho).

Eu adoro vir aqui na Paraíba. Toda vez a gente fica pelo menos uns três dias aqui no litoral sul. Além da paisagem e da tranquilidade para a pessoa descansar, um pouco da agitação, né, à noite tem umas apresentações culturais que minha esposa adora. Ela aproveita, entra na roda pra dançar junto (P. O., 45 anos, Coqueirinho).

Em se tratando da hospedagem, aqueles que se hospedaram em hotéis, em sua grande maioria, deram conceito ótimo, representando 65,8%, e nenhum atribuiu conceito ruim ou péssimo. A lógica segue pelo fato de esses estabelecimentos serem de grande padrão de luxo, como exemplo os *resorts*. Na modalidade extra-hoteleiros, o maior conceito foi atribuído por 41,6% dos entrevistados, que acharam boas as instalações e serviços prestados pelos estabelecimentos, logo depois, 31,2% disseram que a qualidade da hospedagem é ótima. Percebemos que, de uma forma geral, a maioria dos turistas ficaram satisfeitos com suas hospedagens, sendo poucos aqueles que tiveram alguma reclamação durante a entrevista.

Acordar com essa vista é a melhor coisa do mundo, essa paisagem. Vale pagar por tudo isso. Mas acho que deveria ter uma melhor infraestrutura. Quando precisamos de bancos, ou outro serviço mais específico, precisamos ir até Jacumã. Não é longe, mas viemos descansar e desfrutar dessas belezas, por isso não queremos perder tempo com isso (M. J. A., 41 anos, Tabatinga).

Se hospedar em um *resort* deste nível é maravilhoso. Eu sei que nem todos têm condições. Mas aqui é ótimo, de qualidade. Os funcionários são muito atenciosos e educados. E o melhor, eu pago por um pacote que tem tudo incluído. Não preciso ficar preocupada com o final da conta, porque eu já sei. Sempre fazemos pacotes com a família, minha filha vem com o esposo e meus netos. As crianças têm atividades o dia todo com os recreadores. Se quisermos, podemos ir ao parque exclusivo daqui. E também têm atividades só para a minha idade. Tem massagens, tem tudo. Nós adoramos (A. C., 65 anos, Carapibus).

Quase metade dos entrevistados, quando indagados sobre a variável alimentação, atribuíram conceito bom às comidas e bebidas dos bares e restaurantes da localidade e dos próprios estabelecimentos de hospedagem.

Interessante ressaltar que, dos 21,2% que conceituaram como ótimo, quase metade estava hospedada em hotéis e *resorts*. A minoria atribuiu baixos conceitos.

A comida é muito boa, mas achei pouca variedade. Quando vamos conhecer um lugar, queremos conhecer comidas diferentes. Sei que quando se vai à praia, a maior parte do cardápio é de peixes e frutos do mar. Mas estamos no Nordeste. Então quer dizer que, se eu quiser comer uma comida regional, eu tenho que ir no interior? E se minha viagem for só pelo litoral, então eu não vou comer nada regional? Acho que isso deixa muito a desejar. Mas, no mais, o que oferecem no cardápio é muito gostoso, e o preço é bom, comparado a outros restaurantes de praias de outros estados que já fui. Mas ainda é muito simples. Se você quiser alguma coisa mais refinada ou diferente você tem que ir a João Pessoa. Acho que eles deveriam investir mais na variedade da alimentação (C. A. S., 35 anos, Tabatinga).

Eu dei conceito ótimo para comida, porque realmente é maravilhosa. O restaurante do hotel onde estamos hospedados é muito bom e cheio de variedades. As bebidas também são variadas. E se queremos algo diferente, eles fazem por encomenda, um dia antes. Eu gosto do atendimento, a pontualidade. Mas ontem fui a um quiosque na praia, fizemos nosso pedido e demorou mais de uma hora para ficar pronto. Depois demorou, também, para trazer a nota para pagarmos a conta. Hoje preferimos ir à praia pela manhã e fazer as alimentações o máximo possível no hotel. É muito melhor (M. C., 29 anos, Carapibus).

Dos poucos entrevistados que utilizaram outros tipos de entretenimentos, como parques aquáticos, haras, clubes, mais da metade consideraram os serviços como de ótima qualidade, seguido dos 17,2% como bom e 31% como regular. Os turistas que consideraram regular reclamaram da pouca variedade de outros atrativos, a não ser os naturais e culturais, e, também, poucos atrativos para crianças, como parques e praças.

Aqui não tem muita opção de parques e clubes, para quem vem com criança ou vai passar mais dias. A não ser que você esteja hospedado em um desses *resorts*, que têm várias opções. Enfim, é o preço que se paga, né? (J. A. M., 40 anos, Jacumã).

Como se pode notar na Tabela 6, todos os entrevistados utilizaram os serviços urbanos do Conde, como: água, luz, rede de esgoto sanitário. Metade achou bom os serviços urbanos e não tiveram qualquer problema com algum deles durante sua permanência. Os que atribuíram conceitos regular (33,6%), ruim (10,0%) e péssimo (4,8%), foram entrevistados, em sua maioria, na praia de Jacumã, no período de Carnaval, como pode relatar alguns entrevistados.

A festa aqui é ótima, muito bem organizada. Mas tem muita gente. Eu acho que a cidade não tem capacidade para receber tanto turista assim. Às vezes falta água ou ela fica bem fraca. Sempre que passamos Carnaval aqui já procuramos uma casa para alugar que tenha um poço, porque sempre falta água, e as ruas ficam alagadas com as águas das duchas das casas, e são poucos banheiros químicos (D. V. S., 47 anos, Jacumã).

Quando perguntados sobre o acesso que utilizaram para chegar até o município, 72,0% consideraram boa a qualidade das rodovias e das estruturas encontradas pelo caminho percorrido. Em contraponto, as vias de acesso interno foram consideradas ruins e péssimas por 77,6% do total.

Do aeroporto até aqui foi muito bom, o asfalto está bom e está bem sinalizado. Mas para procurar nosso hotel e também o acesso às praias é muito ruim, péssimo, estradas sem calçamento e sem sinalização. O acesso até a praia de Tambaba é bom, mas Coqueirinho, por exemplo, fico imaginando aquela estrada com qualquer chuvinha. Nenhum carro passa ali. É um absurdo. Um lugar tão bonito e sem cuidado ao acesso (A. J., 39 anos, Tabatinga).

A opinião dos entrevistados em elogiar o acesso até o município do Conde é devido ao fato deles terem utilizado a PB-008, que está em ótima qualidade e constante manutenção, como mostra a Figura 12.

Figura 12 – Obras de manutenção da PB-008, em julho de 2014.



Fonte: Acervo da autora (2014).

Não podemos dizer o mesmo do acesso interno no município, existe pouca sinalização e encontramos algumas indicando o caminho errado até as praias. As estradas são precárias e o acesso à orla também. Os piores acessos encontrados foram o da praia de Carapibus, que no início da pesquisa possuía uma escadaria de madeira, sem segurança alguma, tanto é que, em outra visita a campo para realizar a pesquisa fotográfica para este estudo, a escada havia desmoronado (Figura 13).

Figura 13 – Antigo acesso à praia de Carapibus, Conde-PB



Fonte: Acervo da autora (2014).

Após o desmoronamento desse acesso para visitar a praia de Carapibus, é necessário vir caminhando ou de bugre pela orla da praia sentido Jacumã-

Carapibus. O sentido Tabatinga-Carapibus não é uma boa opção, por conta das falésias estarem quase de encontro com as barreiras de corais. Com exceção da praia de Jacumã, que é considerada urbanizada e, por isso, possui acesso mais fácil, as outras praias possuem um acesso interno de péssima qualidade, como mostrado na Figura 14.

Figura 14 – Estrada de acesso à praia de Tabatinga, Conde-PB



Fonte: Acervo da autora (2014).

O transporte urbano pouco pode ser avaliado pelos entrevistados, pois apenas 2,0% deles utilizaram o serviço. Desses, com 40,0% e 60,0% atribuíram conceitos ruim e péssimo, respectivamente. Os entrevistados reclamaram dos poucos horários das linhas de ônibus locais, dos itinerários, da qualidade dos ônibus e, também, da dificuldade de se conseguir outros meios de transporte, como táxi e moto-táxi. Os serviços de comunicação foram utilizados por todos entrevistados, referentes aos serviços de telefonia, *Internet* e correios. Do total, 20,0% consideraram bons os serviços e 50,0% regular. A maior reclamação foi em relação ao sinal das operadoras de celulares e à velocidade da *Internet*.

A segurança também foi um dos temas analisados pelos turistas entrevistados. Quase metade deles (49,6%) disseram que, apesar de não terem tido ocorrência policial, sentiram falta de seguranças e policiais, principalmente nas praias. Outros 18,0% acharam bom o serviço e 1/4 dos entrevistados deram conceito ruim ao serviço.

Quando viemos na PB-008, passamos por uma barreira policial e, também, quando estávamos indo para Tambaba no outro dia, tinha dois policiais no carro, até pedimos informações a eles, já que não tinha placa de sinalização. Mas foi só, não vimos mais policiamento não. E acho aqui um pouco perigoso, porque são praias mais desertas. Eu já vim aqui em época que não era de férias, nem festas, as praias ficam praticamente desertas. Você sai da pousada nessas ruas com pouca iluminação. Todo mundo sabe que turista anda com dinheiro ou pelo menos cartões. Achei péssima a segurança aqui (L. B. A. 55 anos, Carapibus).

Durante a pesquisa encontramos policiamento apenas na praia de Coqueirinho, e os policiais informaram que apenas sua viatura, composta por 3 policiais, é destinada ao policiamento de ronda em todas as praias do Conde (Figura 15).

Figura 15 – Policiamento na praia de Coqueirinho, Conde-PB



Fonte: Acervo da autora (2014).

Os policiais em serviço relataram que o município possui uma delegacia dedicada exclusivamente ao turista que se encontra na sede. De acordo com os policiais entrevistados, todas as ocorrências de turistas são realizadas nessa delegacia, e em qualquer chamado eles têm que se deslocar de uma praia a outra ou, dependendo do tipo de ocorrência, a central já orienta para o turista se encaminhar diretamente à delegacia.

O serviço de saúde foi utilizado por apenas 3,6% dos entrevistados, sendo que a maioria achou o serviço regular (44,4%) e 33,3% classificaram como ruim. Em relação às placas de sinalização, as opiniões ficaram divididas nos quesitos de bom a péssimo. Nenhum classificou como ótimo. 14,0% consideraram bom, 26,4% como regular, 30,8% como ruim e 28,8% como péssimo.

Não precisei de serviço de hospital, nem médico. Mas minha sobrinha, que estamos hospedados na casa dela, precisou e nós fomos com ela. Achei meio precário o serviço. Se for só para a população já não é de ótima qualidade. Fiquei imaginando no Carnaval ou veraneio, no caso de alguma epidemia por alguma contaminação na água, não sei bem. Mas eu diria que, se for para população local, é regular (A. M., 39 anos, Jacumã).

Os serviços de informações foram procurados por 115 dos 250 entrevistados. A maioria (47,8%) classificou como ruim, seguidos dos 27,8% que consideraram o serviço regular. De acordo com os entrevistados, para saber sobre informações de acesso às praias, aos atrativos, a bons restaurantes, outros entretenimentos e até para conseguir um guia turístico, existe uma enorme dificuldade. Essas informações são conseguidas nos estabelecimentos de hospedagem, nos restaurantes ou com a população local encontrada pelas ruas.

Sentimos falta de um posto de informação para os turistas. Se tem, não encontramos. Sempre precisamos ficar parando no meio da estrada pra pedir informação, é muito chato isso. Usamos GPS, mas nem sempre dá certo, e a gente fica sem confiar plenamente. Não tem posto de informação e não tem sinalização, é horrível. Não sei se é falta de iniciativa do poder público ou se eles querem forçar que a pessoa contrate um guia turístico. Não sei. Mas um lugar como aqui, que é tão conhecido principalmente pela praia de nudismo, deveria ter um serviço melhor aos turistas (H. J. R., 58 anos, Coqueirinho).

Quanto à qualidade no atendimento, de maneira geral, este estudo tinha a intenção de saber sobre a educação, atenção, prestatividade de funcionários de hotéis, restaurantes, pousadas, bares, guias, e da receptividade da própria

comunidade local. Sobre essa variável, 49,6% atribuíram conceito bom e 20,8% como ótimo, 18,0% como regular e a minoria como ruim ou péssimo. Os entrevistados estrangeiros reclamaram da falta de funcionários preparados para receber um público originário de outros países na maioria dos estabelecimentos. Ressaltaram, ainda, que só foi possível contribuírem com a pesquisa por estarem na companhia de amigos brasileiros ou por falarem razoavelmente o português ou espanhol.

Sobre o serviço de limpeza, mais da metade atribuiu conceito bom. Encontraram praias limpas e o entorno de hotéis e restaurantes também. Isso se deve a uma parceria realizada entre prefeitura e estabelecimentos para se recolher o lixo todos os dias. Apesar da parceria, ainda se encontraram esgoto a céu aberto e focos de lixo em sua proximidade.

Outra análise realizada na Tabela 6, de satisfação dos clientes, foi uma média das variáveis estudadas. Percebemos que a maior média foi 4, atribuída aos serviços de hospedagem, alimentação e aos atrativos ofertados, principalmente os naturais e culturais. As menores médias vieram dos serviços de responsabilidade do poder público, como: estradas, equipamento hospitalar, pontos de informação turística, água e sistema de esgoto, e coleta de lixo.

Essas variáveis estudadas são importante não só para o desenvolvimento do turismo, mas, também, para o desenvolvimento da qualidade de vida da comunidade local. Um local que contém atrativos naturais, como o município do Conde, deve ser atrativo, também, por sua qualidade de vida, que se tornaria outro atrativo turístico, e faria com que a população se interessasse mais com essa atividade.

5 CENÁRIOS E REPRODUÇÕES ESPACIAIS DO TURISMO NO CONDE-PB

Durante os itens anteriores, além de mostrar as fragilidades e pontos fortes do potencial turístico do Conde, de maneira indireta também foram apresentadas várias formas de produção e transformação que ocorreram no município estudado, não só por meio da matriz de potencialidade, mas, também, das entrevistas e questionários aos agentes dessa atividade. Para tanto, é necessário relatar, de forma clara, o que essa infraestrutura necessária a essa atividade tem ocasionado até agora. Por isso, o intuito deste capítulo é mostrar o processo de ocupação do espaço do município do Conde, sua expansão ao longo dos anos e as transformações que beneficiam e que não beneficiam a população local.

5.1 PROCESSO DE OCUPAÇÃO DO MUNICÍPIO DO CONDE-PB

O município conhecido como Conde tem sua história construída a partir da aldeia de Jacoca, formada pelos índios Tabajaras, sendo mais tarde colonizada por holandeses. Em 1536 os holandeses ocuparam a capitania da Paraíba e os índios que ocupavam aquela localidade foram mandados para a capital. A partir daí o capitão holandês John Harisson fundou o povoado Mauricéia, em homenagem ao conde Maurício de Nassau. Já em meados do século XVIII, com a expulsão dos holandeses pelos portugueses, o povoado foi elevado à categoria de freguesia e, mais tarde, à de vila, vila do Conde. O topônimo possui várias controvérsias, devido às diversas versões apresentadas como sendo, também, uma homenagem ao conde Maurício de Nassau e até mesmo ao conde de Alvor. Outra versão contada seria em referência à fruta do conde, muito encontrada na região.

É certo que, em meio a tantas histórias, os documentos oficiais do Instituto Histórico e Geográfico Paraibano (IHGP) considera que o nome de vila do Conde fez referência à vila de mesmo nome, localizada no distrito do Porto, o que é, claro, uma forma de representar a política colonizadora de Portugal, muito comum à época.

A denominação da localidade com homenagem ao conde Maurício de Nassau não teria resistido à fúria restauradora e, substituído o nome de Maurícia, nada mais justificaria aquela homenagem na preservação do topônimo de inspiração holandesa. O nome de Conde só foi imposto à localidade com sua elevação à categoria de vila. O topônimo, portanto, não é nenhuma homenagem ao príncipe flamengo, que bem a merecia, nem

tampouco ao conde de Alvor, que nada fez por merecê-la: é, nada mais, nada menos, que a transplantação do homônimo português, em obediência à já citada recomendação régia (LEITÃO, 1971).

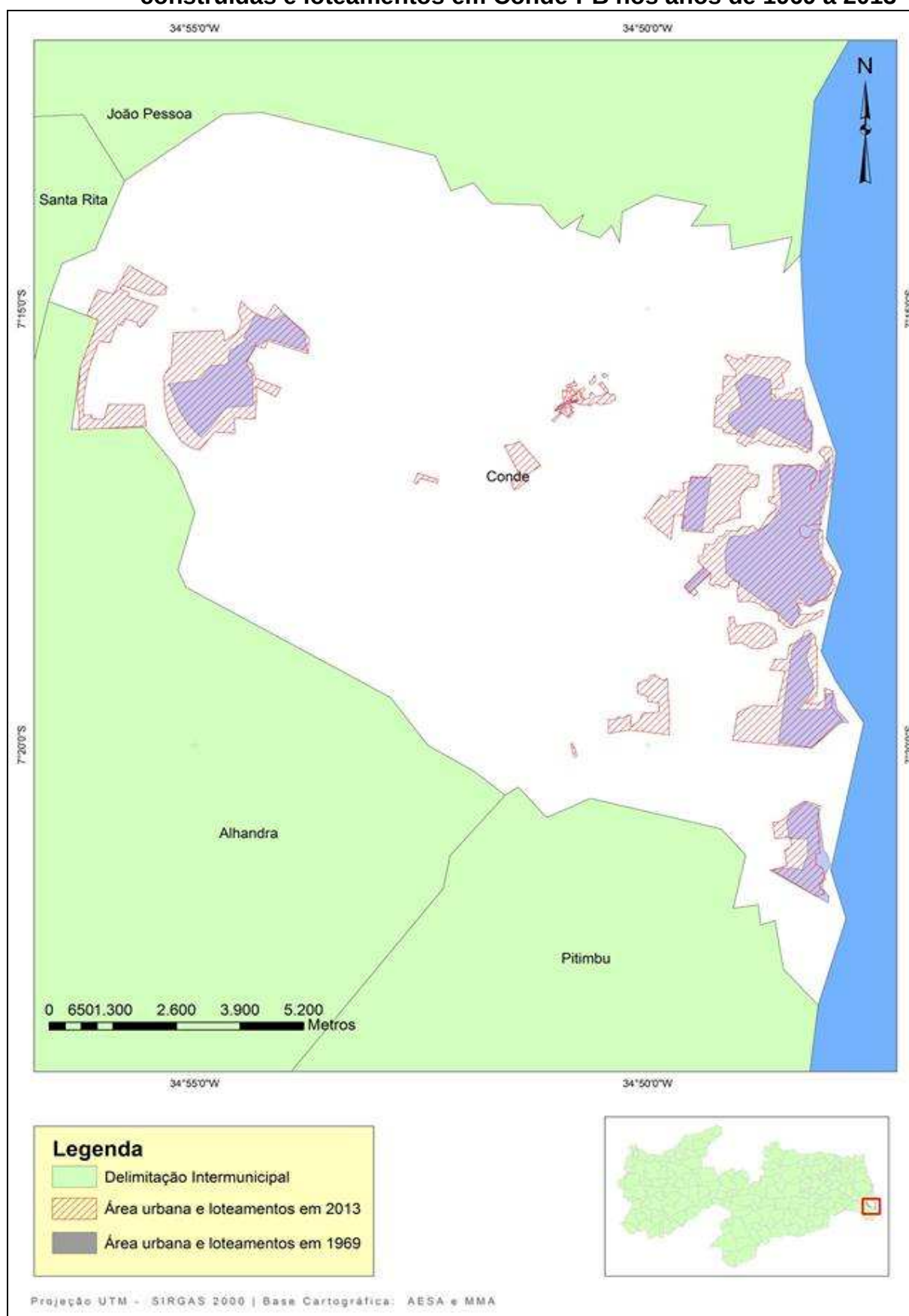
Em divisão administrativa de 1911, o distrito do Conde passa a figurar como distrito de Conde de Pitimbu, no recenseamento de 1920. A partir de 1930, o município de Paraíba passou a denominar-se João Pessoa e, em 1933, o Distrito do Conde passa a pertencer ao município então denominado João Pessoa. Com o Decreto-lei de 1943, o distrito de Conde passa a denominar-se Jacoca e, em 1949, volta ao nome de vila do Conde. Em 1963 é elevado à categoria de município e desmembrado de João Pessoa. No mesmo ano, o município passa a ser constituído do distrito sede de Conde e, a partir de 1997, passa, também, a fazer parte o distrito de Jacumã, anexado ao então município. Portanto, até os dias atuais, o município é constituído de dois distritos: Conde e Jacumã (IBGE, 2012).

Para realizar a análise espaço-temporal, utilizamos imagens de satélite referentes a 21.12.1969 e 27.07.2013, disponíveis no *software Google Earth*[®]. A primeira imagem foi captada pelo Serviço Geológico Norte-americano e a mais atual disponibilizada pelo Centro Nacional de Estudos Espaciais (CNES), instituição da Agência Espacial Francesa.

Após a identificação espacial dos limites municipais do Conde-PB, foi necessário criar polígonos referentes a áreas construídas e loteamentos para as duas imagens analisadas. Desse modo, a informação foi extraída em extensão *Keyhole Markup Language* (.kml). Com a utilização do software livre *Free and Open Source Geographic Information System* (QGIS), os dados em .kml foram transformados em *shapefile* (.shp) e convertidos para o *Datum* de referência Sistema de Referência Geocêntrico para as Américas (Sirgas) 2000.

A Figura 16 representa a expansão do município do Conde entre os anos de 1969 e 2013. As áreas destacadas são representadas pelas áreas construídas ou loteadas durante esse período. Percebemos o aumento da mancha urbana nas áreas próximas ao litoral, principalmente do distrito de Jacumã. Também percebemos um crescimento urbano com a divisa do município de Alhandra e na sede municipal.

Figura 16 – Análise espaço temporal da dinâmica de crescimento de áreas construídas e loteamentos em Conde-PB nos anos de 1969 a 2013



Fonte: Elaboração própria (2014).

Com a extração das informações pela imagem de satélite e sua separação em polígonos, foi possibilitado efetuar o cálculo do aumento da área urbana com a utilização da calculadora de campo do *software* QGIS. A Tabela 7 mostra que durante esse período a área urbana cresceu 1.519 hectares, ou seja, houve um aumento de 57,0%.

Tabela 7 – Quantificação de áreas construídas e loteamentos – Conde-PB

Ano	Área urbana
1969	1.145 hectares
2014	2.664 hectares

Fonte: Elaboração própria (2014).

5.2 TRANSFORMAÇÕES ESPACIAIS PELO TURISMO NO CONDE-PB

Para realização do mapeamento de uso e ocupação do solo do município de Conde-PB, foi utilizada imagem do satélite *Rapideye* disponível pelo Geocatálogo *online* do Ministério do Meio Ambiente (<http://www.geocatalogomma.com.br>) (Figura 17). A imagem foi capturada pelo satélite em julho de 2014 e apresenta ausência de nuvens em maior parte da delimitação municipal.

Para identificação de classes na imagem, foi efetuada classificação pelo algoritmo *The Iterative Self-Organizing Data Analysis Technique* (Isodata), o qual identifica a intensidade de reflexão de cada alvo distinto da superfície terrestre e os divide em classes homogêneas. Dessa forma, foi possível identificar as classes de água, agropecuária, solo exposto, área urbana, loteamentos (não construídos) vegetação densa e vegetação esparsa (Figura 18). Para classificação não supervisionada, foi utilizado o *software Erdas Imagine* 2011, e, para montagem do *layout* final dos mapas, o *software* QGIS 2.2.

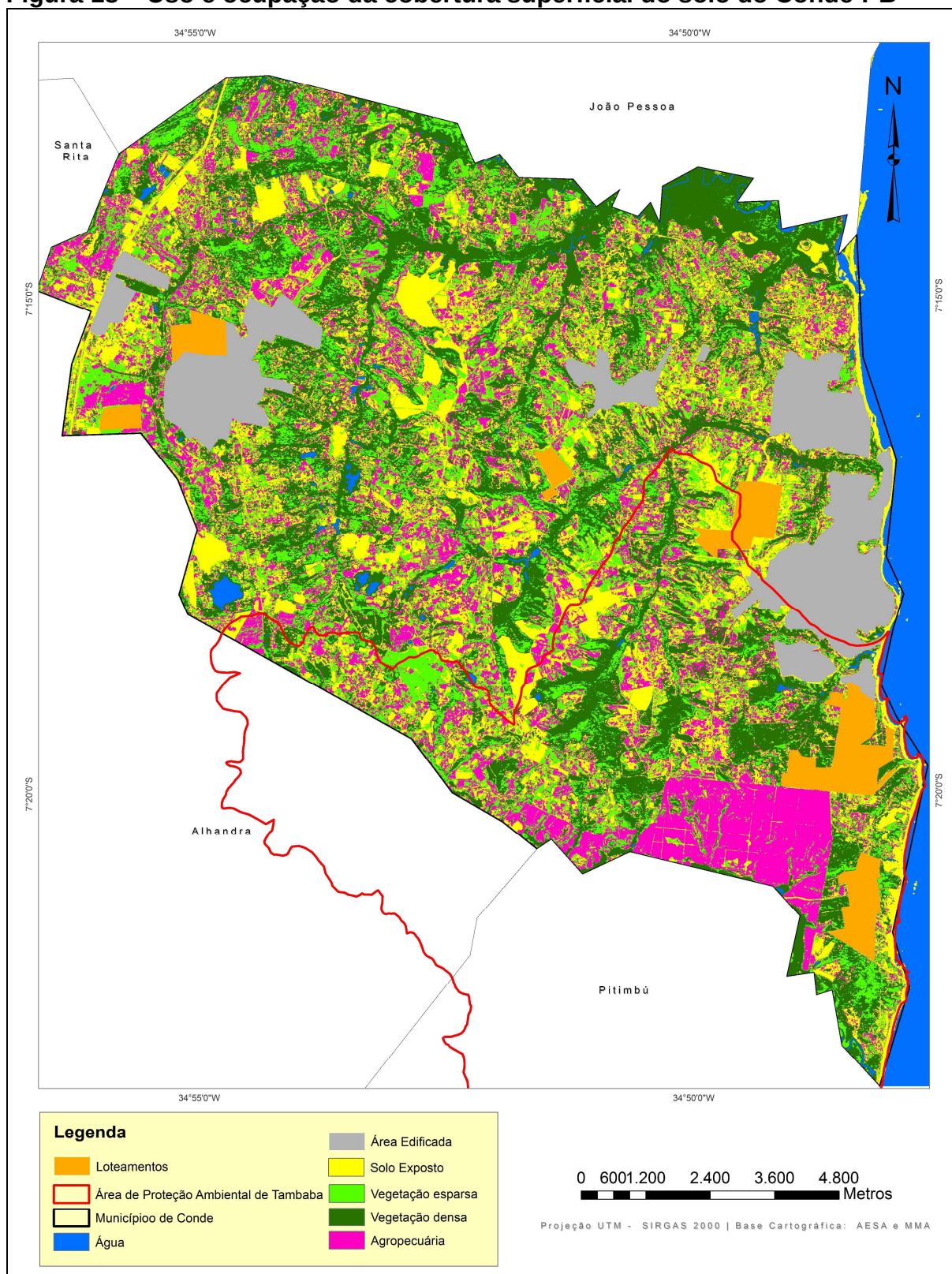
O mapa de uso do solo mostra, como dito acima, que as áreas urbanas prevalecem no litoral do município, principalmente onde se localiza o distrito de Jacumã. O preocupante foi ver a quantidade de loteamentos e áreas construídas dentro da APP de Tambaba.

Figura 17 – Carta imagem do município do Conde-PB



Fonte: Elaboração própria (2014).

Figura 18 – Uso e ocupação da cobertura superficial do solo do Conde-PB



Fonte: Elaboração própria (2014).

Por muitas vezes, o poder público local não entende que, para o turismo se desenvolver de forma harmoniosa e que beneficie a comunidade local, é preciso primeiro viabilizar a captação de investimentos com melhorias da infraestrutura local por meio dos vários atores presentes no turismo – econômicos, políticos e sociais. A comunidade local deve ser a primeira beneficiada dessa atividade enquanto via de desenvolvimento local. É necessário haver condições para que esse desenvolvimento aconteça e não passe a ser só mais um mecanismo de crescimento econômico para uma minoria.

Essa lógica do desenvolvimento de grandes *resorts* e condomínios horizontais que procuram satisfazer a uma demanda de turistas de alto padrão, que querem estar hospedados em lugares onde possam usufruir de toda uma infraestrutura de qualidade. Lembra-se, ainda, que os condomínios horizontais, em sua maioria, são para atender a uma demanda de casas de veraneio ou às chamadas segundas residências. O turismo é capaz de submeter o poder público em prol do mercado. Quando o poder público não percebe a lógica do desenvolvimento e como cada área tem sua função dentro da esfera municipal, surgem as novas formas de dinâmicas do turismo. É aí que surgem os grandes agentes imobiliários, que se aproveitam dessa realidade para adotar outro tipo de condição do turismo. Esses grandes grupos passam a conduzir a atividade turística local (CORIOLANO, 2006).

Nos últimos anos vem surgindo no município grande quantidade de condomínios horizontais fechados, o que promove o loteamento e a ocupação de áreas de preservação ambiental. Na Figura 19 é possível visualizar com maior nitidez essa prática desenfreada dos loteamentos desses condomínios. A partir da década de 1970, o município passou a apresentar uma tendência a minifúndios. Com essa prática, começa uma tendência de ocupação em residências, de loteamentos e, mais tarde, esses minifúndios são transformados em loteamentos para a constituição de condomínios horizontais (Kyiotani, 2011).

Figura 19 – Loteamentos e áreas construídas na APA de Tambaba



Fonte: Adaptado de Google Earth (2013).

Essas práticas espaciais tomaram maiores impulsos a partir de lançamentos de condomínios horizontais fechados, encontrados não só na APA de Tambaba, como em todo o Conde. Esses agentes atuam no sentido de empreender a vontade de turistas de determinada classe consumidora. É aí que surgem os grandes empreendimentos, como *resorts* e condomínios fechados (Figura 20). Essas instalações possuem todo um aparato de infraestrutura e serviços utilizados apenas por seus clientes. Esses grandes empreendimentos geram mais impactos negativos do que positivos, pois geram um grande impacto ambiental com construções em áreas de preservação, e geram pouquíssimos empregos para a população local.

Com essa prática, podemos observar, também, uma segregação socioespacial no local. Muitos desses *resorts* oferecem serviços que levam os clientes até a praia, um local praticamente particular do *resort*.

Figura 20 – Resorts e condomínios fechados no Conde-PB



(a) Condomínio Brisas de Coqueirinho; (b) Mussulo Resort By Mantra; (c) Condomínio Tambaba Country Club.

Fonte: Elaboração própria, com base em acervo da autora e de Google Earth (2013).

Durante os últimos anos, o poder público local, além de apoiar esses agentes imobiliários, tem buscado melhorar a infraestrutura turística local, como o acesso interno às praias, que foi constatado na última visita *in loco*. A praia de Coqueirinho, uma das mais visitadas pelos turistas, está contando com o calçamento de sua via de acesso, que vai da rodovia até o estacionamento na orla, como é verificado na Figura 21.

Figura 21 – Acesso interno antigo e novo (em construção) à praia de Coqueirinho, nos anos de 2012 e 2014 – Conde-PB



Fonte: Acervo da autora (2014).

A manutenção dos acessos às praias do município do Conde torna-se ainda mais importante por se localizar em área de falésias, onde o acesso até as linhas de praias e o mar se torna difícil, principalmente pela altura (Figura 22). Abaixo perdebemos a dificuldade de acesso as praias. A praia de Carapibus, como dito anteriormente perdeu o seu acesso com a destruição da escada que já se encontrava em condições precárias, e a praia de coqueirinhos, apesar de não só existir acesso por essa escada, mas também por suas laterais, são acessos de difícil locomoção para todas as pessoas, deficientes motores ou não. Em períodos chuvosos a locomoção nesses “caminhos” e estradas se tornam impossíveis para certos tipos de pessoas e automóveis, devido a grande inclinação das estradas e trilhas.

Figura 22 – Acessos às praias de Coqueirinho e Carapibus



Fonte: Acervo da autora (2014).

Outra transformação observada na mesma praia é o centro turístico de Coqueirinho. Há alguns anos os barraqueiros de Coqueirinho ficavam na linha de praia, sem qualquer infraestrutura. Depois do projeto do Governo do Estado da Paraíba, do Empreender e da Associação dos Donos de Barracas na Costa do Conde (ADBCC), foi construído o centro turístico de Coqueirinho (Figura 23), que abrigou, segundo o presidente da associação, 7 dos 8 barraqueiros da praia. Mesmo com uma melhor infraestrutura presente no local para os turistas, ainda é insuficiente, os proprietários dos quiosques não podem fazer qualquer modificação e reclamam da falta de estrutura sanitária, já que o projeto inicial comportava dois banheiros masculinos e dois femininos, mas existe apenas um de cada.

Figura 23 – Centro turístico de Coqueirinho – Conde-PB



Fonte: Acervo da autora (2014).

Algumas das reclamações dos donos desses quiosques foram que, a partir deste ano de 2014, todos eles passaram a pagar, para a prefeitura, o imposto sobre mercadoria vendida. Essa prática será gerenciada por um novo sistema integrado às máquinas de cartão de crédito/débito, onde 2% será passado para a gestão municipal. Outra informação dada por eles é que, também neste ano, começarão a pagar pelo terreno onde foi construído o complexo. Como as áreas de proteção ambiental e as costas litorâneas são patrimônio da União, passarão a pagar mensalidades à União, porém isso não quer dizer que eles serão donos do terreno, a qualquer momento em que um proprietário não realizar as exigências das entidades envolvidas no projeto, poderão ser retirados do local.

Assim, percebemos que o turismo corresponde a uma atividade responsável pelo consumo e transformação do espaço, da paisagem e culturas, estando integrado a um espaço de atração. Essa atração, por sua vez, está integrada a uma infraestrutura de elementos naturais ou artificiais contidos nesse espaço. Portanto, o turismo de forma não planejada não trará reflexos de desenvolvimento local, mas, talvez, um crescimento econômico que beneficie agentes especuladores desse mercado, que, de forma desenfreada, trazem apenas danos aos aspectos fisionômicos daquela localidade e um mínimo de benefícios para a comunidade local.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma localidade receptora de grande potencial turístico possui capacidade de obter um desenvolvimento de qualidade de vida para sua população, mediante políticas públicas e planejamento adequado. A execução dessas políticas públicas pode acarretar grandes transformações no espaço, uma vez que, para se desenvolver o turismo, é necessária uma gama de infraestrutura urbana, como: vias de acesso, saneamento básico, água, energia elétrica, telefonia, hotéis, restaurantes, dentre outros. Essas transformações, antes de beneficiar o turismo, irão beneficiar a população local, pois se tratam, em sua maioria, de infraestrutura básica necessária em qualquer área povoada. Mas, de acordo como ocorrem e são geridas as políticas públicas, elas podem passar a beneficiar agentes externos, grandes grupos empresariais, ao invés da comunidade local.

O turismo deve ser visto e desenvolvido como fenômeno social e não somente econômico. Por isso se torna tão importante o estudo desse fenômeno/atividade pela geografia. Além de descrever os atrativos de uma localidade, o geógrafo é capaz de promover um estudo da produção e transformação daquele espaço, e o quanto o turismo impacta negativa ou positivamente o espaço, a cultura e o modo de vida local. Estudar e promover o turismo dessa maneira permite a identificação dos significados desse fenômeno para a comunidade. Se os gestores locais se preocupam com esses procedimentos, além de produzir um turismo para melhoria da qualidade de vida, ele atrai sua comunidade para uma participação e gestão coletiva.

O discurso do turismo como gerador de empregos e renda vem sendo há tempos contestado por alguns estudiosos e defendidos por outros. O certo é que localidades, como o município do Conde-PB, são capazes de gerar emprego e renda por meio do turismo a partir do momento em que haja a elaboração e execução de políticas públicas e ações sérias para esse setor. A partir dessa afirmação, vimos como se deu a ação do Prodetur/NE e do Prodetur/NE/PB. O Prodetur/NE foi um mecanismo realizado para fornecer crédito para o desenvolvimento do turismo no Nordeste. Ele deveria beneficiar os nove estados nordestinos e o norte dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo, por estarem inseridos no polígono das secas. O programa, que deveria ter como principal alvo as localidades potencializadoras de turismo, porém não detém de crédito financeiro para alavancar a atividade, teve

como alvo o litoral nordestino, mas menosprezou vários estados, dando preferência àqueles que já possuíam um turismo consolidado e uma infraestrutura superior à dos outros. Um dos estados pouco beneficiados pelo Prodetur/NE foi a Paraíba.

Na Paraíba, o Prodetur/NE-I cumpriu apenas uma pequena parte de todos os seus objetivos. Logo no início foram excluídos os projetos de investimento no turismo para o interior do estado, o que, ao ver desta autora, foi um equívoco. O interior paraibano possui um potencial turístico de grande valia, que poderia ser desenvolvido a fim de se destinar a uma alternativa de sobrevivência para a população do semiárido do estado. Essa região possui como principal atividade econômica a agropecuária, setor que depende do clima chuvoso para se desenvolver. Essas áreas necessitam de outras alternativas de convivência à seca, e o turismo poderia vir a ser uma dessas alternativas que minimizassem a precariedade econômica e de qualidade de vida daquela população.

Enfim, por meio desta pesquisa, identificamos que o Prodetur/NE/PB beneficiou somente o litoral do estado e também com um discurso desenvolvimentista com a promessa da construção do Complexo Turístico Cabo Branco, que geraria inúmeros empregos e renda para a população local, atraindo maior número de turistas para o estado. Não diferente foi o Centro de Animação de Tauá, que ocuparia 200 hectares no município do Conde e teve a mesma promessa de emprego e renda, mas que não saiu do papel. Com a não consolidação dos dois projetos citados, a única obra realmente realizada com a verba do programa foi a construção da rodovia PB-008, que liga a capital João Pessoa ao litoral sul do estado. Notamos, portanto, que o programa tinha grande interesse em desenvolver o litoral sul paraibano, principalmente o município do Conde, já que lá ia ser construído o Centro Tauá, e a primeira parte do projeto, a rodovia, foi destinada a ligar a praia do Cabo Branco às praias do Conde.

A matriz de potencial turístico de localidades receptoras aplicada ao município do Conde-PB foi capaz de salientar o quão grande é o potencial dos atrativos locais, mas, também, o quão restritas são suas estruturas e precárias sua infraestrutura de serviços urbanos. A aplicação da matriz não só elencou quantidades, mas, também, foi capaz de indicar o quanto e o que se precisa melhorar no setor turístico do município e, também, quem são os agentes responsáveis por cada setor, sejam eles os proprietários dos estabelecimentos, associações, a comunidade local e a gestão pública em todas as suas esferas.

Apesar de o resultado da matriz ter apontado, para seus atrativos e estruturas hoteleiras e de alimentos, uma pontuação variando entre 3 e 2, é preciso lembrar que essas pontuações não desmerecem o atrativo ou o estabelecimento, ele aponta para o tipo de público que esses critérios atraem. Eles apenas identificam o tipo de clientela, se ela é internacional, regional ou local, e qualidade do atendimento para essas clientelas. Essa pontuação se torna um indicador para que tipo de público as políticas públicas de turismo do Conde deveriam ser voltadas.

Com o estudo, verificamos, também, como se sentem os turistas ao escolherem o município do Conde como seu destino turístico, e sua opinião após alguns dias de estadia. Ficou notório que a maioria dos entrevistados criticou negativamente as condições de infraestrutura urbana da cidade. Esse foi o principal ponto de embate dos turistas. O importante dessa constatação é que se a gestão local produz uma política voltada para o turismo e para o turista a partir de opiniões desses atores, a política acaba que por beneficiar, também, a comunidade, mesmo que o poder público não pense e aja sobre essa ótica. Outro indicador importante das entrevistas foi estabelecer um perfil dos turistas. Esse perfil contribui não só para o poder local, como para associações, cooperativas e os proprietários dos estabelecimentos. Ora, se a partir de determinado momento se sabe o perfil do cliente, poder-se-á melhor atendê-lo, buscando oferecer o serviço que ele procura. Ou seja, a opinião do turista é uma das peças-chave na construção de um turismo voltado para o desenvolvimento local.

Do ponto de vista econômico, os lugares que esperam se desenvolver a partir do chamado turismo de “sol e mar” sofrem com o fator sazonalidade. Parte do ano apresenta um litoral de praias belas e ensolaradas, e outros meses um litoral de chuvas torrenciais. Por isso é importante o investimento nos atrativos histórico-culturais dessas localidades, para que se apresentem alternativas durante os períodos menos ensolarados, os turistas não percam a motivação por aquela região. No caso do município do Conde, suas principais atividades dependem da sazonalidade: o turismo e a agricultura.

A infraestrutura urbana de um destino turístico é um item que não atinge somente as necessidades do turismo, que, por sua vez, não deve servir somente como crescimento econômico, mas como mecanismo de desenvolvimento de qualidade de vida para todos. No município do Conde observamos discursos e ações mascaradas de que os gestores municipais têm o turismo como um dos

fatores que beneficiam o desenvolvimento da qualidade de vida local. A política do “pão e circo” é notória, quando os representantes municipais participam de pequenos eventos culturais locais, realizam uma das maiores festividades carnavalescas do estado, atraindo milhares de turistas, mas que duram apenas cinco dias. Durante o restante do ano, associações e comunidade local se desdobram para realizar eventos, principalmente na praia de Tambaba, porém atraem apenas um público específico, mas é o que mantém a sobrevivência de quem vive do turismo no Conde.

Durante o estudo e as várias visitas *in loco*, encontramos a notoriedade das contradições locais. Encontrou-se um município com uma imensidão de atrativos, com uma quantidade de unidades hoteleiras e estabelecimentos de alimentação em números satisfatórios, porém com uma infraestrutura urbana precária, tanto no que diz respeito às infraestruturas vinculadas ao turismo e ao lazer, como para a qualidade de vida da comunidade local. Encontramos uma prática desenfreada de loteamentos em áreas antes de vegetação e, até mesmo, em áreas já incluídas na Área de Proteção Ambiental de Tambaba. Esses loteamentos destinados à construção de condomínios horizontais, em sua maioria com a finalidade de segunda residência, e os *resorts*, atendem à exigência de um público de maior poder aquisitivo.

Percebemos, nesses agentes externos junto com agentes locais, um discurso provido de argumentos e promessas de desenvolvimento e crescimento, com alta geração de empregos locais e renda. E é assim que o turismo se torna uma atividade contraditória e muitas vezes depredatória. São os gestores que a torna assim. A prática de condomínios horizontais não gera emprego e renda para a população, os lotes ficam expostos por anos para venda e, quando ocorre a compra, muitos ficam por mais alguns anos para a construção. O que existe são corretores imobiliários que, quando perguntados, dizem não serem de imobiliária local, mas pertencentes às imobiliárias da capital João Pessoa e construtoras de até outras localidades.

As práticas que deveriam ser utilizadas pelo turismo para aquecer a economia local não existem. As transformações ocasionadas por esses agentes externos ocorrem mediante a especularização imobiliária de grandes empresas e uma espetacularização para o turista. O turista de alto padrão econômico é o alvo principal desses agentes externos, que procuraram agradar expectativas de um público que

pode pagar pelo luxo oferecido e, assim, acabam por produzir e transformar o espaço sem o uso de práticas pautadas no desenvolvimento urbano e na preservação ambiental.

Na praia de Coqueirinho, o Governo do Estado construiu um centro turístico que deveria ter oito quiosques para alimentação, um para artesanato, um para sorveteria e um para ponto de apoio turístico. Os da sorveteria e do apoio turístico não foram encontrados. E quantos empregos um centro turístico desse pode gerar, se os funcionários são os próprios proprietários com suas esposas e filhos, em uma praia com um complexo turístico que gera renda para, no máximo, dez famílias? Um local que não recebeu mais apoio por qualquer tipo de instituição, e nem os barraqueiros podem fazer a manutenção dos próprios quiosques e que, a partir deste ano, como dito durante o trabalho, aumentarão uma carga de pagamento de impostos pela mercadoria e pelo espaço pertencente à União. Na última visita ao local, exatamente no mês de julho de um ano eleitoral para o governo, encontramos obras de capina, sinalização e calçamento do acesso ao centro turístico de Coqueirinho. O centro ainda sofre com a pouca atratividade pelos turistas, que preferem ficar nos quiosques à beira-mar dos grandes restaurantes, que não foram retirados da linha de praia, restaurantes esses que atendem a uma clientela exigente e diferenciada, e que possuem um cardápio de comidas internacionais. Esses restaurantes, diferentemente dos barraqueiros, não foram retirados da orla da praia pelo poder público.

Enfim, percebemos que o Programa para Desenvolvimento do Turismo do Nordeste, na Paraíba, falhou no que tange aos seus objetivos. Mesmo com cada vez maior o número de turistas no estado, como em todos os outros estados brasileiros, não podemos dizer que o Prodetur contribuiu para isso, pois, se tivesse sido efetivado com sucesso, no mínimo teria contribuído para uma melhor infraestrutura urbana, o que beneficia a todos. O poder público estadual tem perdido grandes oportunidades de desenvolvimento em localidades de economia precária, quando busca investir, mesmo que pouco, somente no litoral paraibano. O turismo do Município do Conde, se gerido por políticas públicas corretas e eficientes, pode alavancar uma corrente turística local, regional e nacional de grande importância para os seus moradores. Basta a população local se unir e cobrar de seus representantes essas políticas e ações. Por sua vez, os órgãos de proteção

ambiental devem ter maior fiscalização no que diz respeito à construção desses loteamentos, principalmente em áreas de preservação ambiental.

O Estado, mediante suas políticas públicas ou na ausência delas, contribui para essa prática desenfreada do consumo do espaço. O turismo sem planejamento, gestão e controle da atividade provoca, em suas localidades, o uso indiscriminado do espaço, principalmente litorâneo e arredores. O adensamento dessas práticas de construções acarreta nos problemas de falta de infraestrutura urbana para a própria comunidade local e, conseqüentemente, sérios problemas sociais. Por isso, ao término desta pesquisa, como exige o plano diretor municipal do Conde, consideramos que seja realizado o plano diretor de turismo do município, o qual não existe até o momento, e que esse plano seja pautado em um planejamento voltado ao desenvolvimento e práticas ambientais, econômicas e sociais que beneficiem a qualidade de vida dos moradores condenses.

REFERÊNCIAS

AESA – AGÊNCIA EXECUTIVA DE GESTÃO DAS ÁGUAS DO ESTADO DA PARAÍBA. **Chuvas acumuladas**. Disponível em: <<http://site2.aesa.pb.gov.br/aesa/monitoramentoPluviometria.do?metodo=listarAnosChuvasAnuais>>. Acesso em: 22 de mar 2012.

ALMEIDA, M. V. **Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras**. 2006. 233f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2006.

ANDRADE, J.V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo, Ática, 8ªed., 2004.

ANSARAH, M. G. R. (Org). **Turismo: como aprender, como ensinar**. 2. ed. v.2. São Paulo: Senac, 2001.

ARAÚJO, W. T. **Evolução urbana e dinâmica da paisagem em setores periféricos da metrópole paulistana: o caso de Taboão da Serra-SP**. 2010. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2010.

BALANZÁ, I. M.; NADAL, M. C. **Marketing e comercialização de produtos turísticos**. Traduzido por Miguel Calabrera. São Paulo. Pioneira Thompson Learning, 2003.

BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus. 1995.

BECKER, B. **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BELTRÃO, O. D. **Turismo: a indústria do século 21**. Osasco: Novo Século, 2001.

BISSOLI, M. A. M. A. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. São Paulo: Futura, 2000.

BNB – BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. **Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste – primeira fase: relatório final de projeto**. Brasília: BNB, 2005.

BRASIL. Decreto-lei nº 406, de 4 de maio de 1938. Dispõe sobre a entrada, de estrangeiros no território nacional. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 6 maio 1938. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/Del0406.htm>. Acesso em: 04 jun 2013.

_____. Decreto-lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 9

ago. 1943. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm>. Acesso em: 24 jul 2013.

_____. Decreto-lei nº 55 de 18 de novembro de 1966. Define a Política de Turismo, cria o Conselho Nacional de turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 21 nov. 1966. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/Del0055.htm>. Acesso em: 25 mai 2013.

_____. Decreto-lei nº 44.863/1958 de 21 de novembro de 1958. Criação da Comissão Brasileira de Turismo e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 21 nov. 1958. Disponível em: <<http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/viwTodos/4050EFDED546DE14032569FA0050C8B6?OpenDocument>> Acesso em 25 mai. 2013.

_____. Decreto-lei nº 1.191, de 27 de outubro de 1971. Dispõe sobre os incentivos fiscais ao turismo e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 27 out. 1971. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/Del1191.htm>. Acesso em: 26 mai. 2013.

_____. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 26 abr. 2013.

_____. Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991. Dá nova denominação à Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 1 abr. 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8181.htm>. Acesso em: 26 abr. 2013.

_____. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 2 ago. 2012.

BURKART, A. J.; MEDLIK, S. **Tourism: past, present and future**. London: Heinensam, 1981.

CARLOS, A. F. A. **A cidade**. São Paulo, Contexto, 1997.

_____. A geografia brasileira, hoje: algumas reflexões. **Terra Livre**, São Paulo, ano 18, v. 1, n. 18, p. 161-178, jan./jun. 2002.

_____. **Espaço-tempo na metrópole:** a fragmentação da vida cotidiana. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. A “Geografia Crítica” e a crítica da Geografia. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. Barcelona: Universidad de Barcelona, v. 11, n. 245 (3), 1 ago. 2007. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-24503.htm>>. Acesso em: 2 ago. 2014.

CASTRO, N. A. R. **O lugar do turismo na ciência geográfica:** contribuições teórico-metodológicas à ação educativa. 2006. 311f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2006.

CASTRO, R.C.; MENDONÇA, A. A importância dos recursos/atrativos naturais e artificiais para a cidade de Manaus. In: Revista Eletrônica Aboré. 5ªed. Dez/2010. Disponível em: <http://www.revista.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos_5/01>

CASTROGIOVANI, A. C. **A geografia do espaço turístico, como construção complexa da comunicação**. 2004. 335f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: PUC-RS, 2004.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

_____; LEITÃO, C. S.; VASCONCELOS, F. P. Turismo, cultura e desenvolvimento na escala humana. In: CORRÊA, M. L.; PIMENTA, S. M.; ARNDT, J. R. L. (Orgs.). **Turismo, sustentabilidade e meio ambiente:** contradições e convergências. Belo Horizonte. Autêntica, 2009. p. 29-47.

_____; LIMA, L. C. **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: Eduece, 2003.

CORREA, R. L. **O espaço urbano**. 2. ed. São Paulo: Ática, 2000.

CORREA, R.L. Espaço: um conceito chave da geografia. In: CASTRO, I.E.; GOMES, P.C.C; CORREA, R.L (orgs.). **Geografia:** conceitos e temas. 5ªedição. Rio de Janeiro, Bertrand, 2003.

COSTA, M. A. F; RIBEIRO, W. O; TAVARES, M. G. C. O turismo enquanto espaço de análise geográfica: três perspectivas de abordagem. **Mercator – Revista de geografia da UFC**, ano 3, n. 6, p. 33-42, 2004. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article/viewFile/124/94>>. Acesso em: 2 set de 2012.

CRUZ, R. C. A. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2002.

CRUZ, R. C. A. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. (Orgs.). **América Latina: cidade, campo e turismo**. São Paulo: Clacso, 2006.

DANTAS, J. C. S. **Qualidade do atendimento nas agências de viagens: uma questão de gestão estratégica**. São Paulo: Roca, 2002.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, R. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

DIEESE. DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. Salário Mínimo. 2014. Disponível em <<http://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>> acesso em 30 abr 2014.

DYE, T. D. **Understanding public policy**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1984.

EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Glossário de turismo**. Brasília, DF: Embratur, 1992.

FAGLIARI, G. Turismo e alimentação: análises introdutórias. São Paulo, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOOGLE EARTH. Disponível em: <<http://www.google.com.br/intl/pt-BR/earth>>. Acesso em: 10 jul 2014.

GUERRA, A. J. T.; CUNHA, S. B. **Avaliação e perícia ambiental**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

_____; MARÇAL, M. S. **Geomorfologia ambiental**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

HENZ, A. P. **Políticas públicas de turismo no Brasil: a interferência da política nacional de turismo entre 2003 e 2007 no direcionamento das políticas estaduais**. 150f. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-graduação em turismo e hotelaria– Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2009.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/censo2010/topwindow.html>> Acesso em 2 de mar de 2012.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades: Paraíba: Conde. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?codmun=250460>>. Acesso em: 2 mar. 2012.

KIYOTANI, I.B. **Turismo de segundas residências: a degradação ambiental e paisagística das praias de Jacumã, Carapibus e Tabatinga – Conde/PB**. 2011. Dissertação (mestrado) Programa de Pós-graduação em Geografia. Universidade Federal da Paraíba, 2011.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEITÃO, D. Topônimos nordestinos de inspiração lusitana. In: **Revista do Instituto Histórico e Geográfico Paraibano**. n.19. Imprensa Universitária, João Pessoa, 1971.

LYNN, L. E. **Designing public policy**: a casebook on the role of policy analysis. Santa Monica, CA: Goodyear, 1980.

MARQUES, L. M. Análise das potencialidades turísticas e de ocupação de áreas mediante diagnóstico ambiental: o caso da microbacia do rio das Pedras – Uberlândia/MG. **Revista História Ambiental e Turismo**, v. 4, n. 1, maio 2008.

MCINTOSH, G. R.; GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B. **Tourism**: principles, practices, philosophies. 7. ed. New York: John Wiley & Sons, 1995.

MTur. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Brasília, DF. 2004.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Marcos conceituais**: segmentação do turismo. Brasília, DF. 2006.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo**: uma viagem de inclusão – 2007-2010. Brasília: MTur, 2007a.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**: Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos. Brasília: MTur, 2007b.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**: resumo executivo. Brasília: MTur, 2010.

_____. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo**: turismo no Brasil – 2011-2014. Brasília: MTur, 2011.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO; direção e redação Amparo Sancho; traduzido por Dolores Martin Rodriguez Corner. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001. 371 p.

_____. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003

OURIQUES, H. R. **A produção do turismo: fetichismo e dependência**. 2003. Tese (Doutorado) Programa de Pós-graduação em Geografia – Desenvolvimento Regional e Planejamento Ambiental – Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente, SP: Unesp, 2003.

PAIVA, M. G. M. V. Análise do programa de desenvolvimento do turismo do Nordeste (Prodetur/NE) na perspectiva do planejamento estratégico. **Revista de Administração Pública**, v. 40, n. 2, p. 197-213, mar./abr. 2010.

PARAÍBA. Superintendência de Administração do Meio Ambiente. **Área de Proteção Ambiental (APA) de Tambaba**. Disponível em: <http://www.sudema.pb.gov.br/index.php?view=category&catid=5&page=2&catpage=1&option=com_joomgallery>. Acesso em: 3 dez 2013.

PASSOTO NETTO, A. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.

PETERS, B. G. **American public policy**. Chatham, NJ: Chatham House, 1986.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

RODRIGUEZ, J. M. M. (Org.). **Geoecologia das paisagens: uma visão geossistêmica da análise ambiental**. 2. ed. Fortaleza: UFC, 2007.

RUA, M. G. **Políticas públicas**. Florianópolis: UFSC, 2009.

SANTOS, M. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

_____. **Metamorfose do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **A natureza do espaço: técnica e tempo; razão e emoção**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

SARAIVA, E. Introdução à teoria da política pública. In: FERRAREZI, E.; SARAIVA, E. (Orgs.). **Políticas públicas: coletânea**. Brasília: Enap, 2006.

SECCHI, L. **Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos.** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SILVA, C.G. **A importância dos serviços de alimentação junto aos meios de hospedagem gaúchos – estudo de caso de hotéis na cidade de Porto Alegre.** 2006. Dissertação (mestrado) Programa de Pós-graduação em Turismo. Universidade de Caxias do Sul. 2006.

SOJA, E. Uma Interpretação materialista da espacialidade. In: BECKER, B.; HAESBAERT, R.; SILVEIRA, C. **Abordagens políticas da espacialidade.** Rio de Janeiro: UERJ, 1983.

SOUSA, C. Políticas públicas: questões temáticas e de pesquisa. **Caderno CRH**, Salvador, n. 39, p. 11-24, jul./dez. 2003.

_____. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 8, n. 16, p. 20-45, jul./dez. 2006.

TEIXEIRA, E. C. **O papel das políticas públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade.** Salvador: AATR-BA, 2002. Disponível em: <<http://www.escoladebicicleta.com.br/politicaspublicas.pdf>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

VIDAL, M. O. O surgimento da indústria turística no mundo: uma análise da origem da expansão do capital nacional no setor durante a segunda metade do século XIX e início do século XX. In: ENCONTRO REGIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA, 14., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPUH, 2010.

VIEIRA, A. R. M. **Planejamento e políticas públicas de turismo: análise dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo no Polo São Luís-MA.** 134f. Dissertação (Mestrado) Programa de pós-graduação em Turismo – Universidade de Brasília. Brasília: UnB, 2011.

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AO PODER PÚBLICO

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA – MESTRADO**

MESTRANDA: Rosimary de Almeida Caldas

Contato: (83) 8825-4606 – e-mail: rosimary_caldas@yahoo.com.br

NOME DO ENTREVISTADO: _____

CARGO: _____

SETOR/DEPARTAMENTO: _____

1 – Para você, gestor, como percebe a importância do turismo para o desenvolvimento local e bem-estar da população do município do Conde?

2 – O Município possui Plano Diretor?

3 – O município possui Plano Diretor para o Turismo? Ou alguma legislação específica para o turismo no Conde? Qual?

4 – Quais os principais problemas encontrados hoje, para o desenvolvimento do turismo no Conde?

5 – Existe parcerias pública/privada em benefício do desenvolvimento do turismo local? Se sim, quais os principais benefícios dessas parcerias para a população?

6 – Existe um Fundo (verba financeira) fixa para o turismo no município? De onde vem esse fundo (Federal, estadual ou municipal)?

7 – Existe alguma política de crédito ou incentivo ao desenvolvimento do turismo? Para atrair mais investimentos?

8 – A comunidade local, têm participado e apoiado os projetos promovidos pelo Poder Público local (Prefeitura e Secretarias de Turismo e Cultura)?

9 – Existe parceria entre o Poder Público e as Associações ligadas ao turismo do Conde? Como tem se estabelecido as relações com essas associações, e quais são elas?

10 – Existe Conselho Municipal de Turismo?

11 – O que o poder público municipal tem feito para divulgar o turismo no município?

12 – Qual a importância da Praia de Tambaba para o município do Conde?

13 – Qual a reação dos barraqueiros ao serem retirados próximos as orlas pra locais mais estruturados? Eles tem pagos algum tipo de imposto ou taxa? Existe algum planejamento para fazer um projeto parecido com o a praia de Coqueirinho nas outras praias do município, fornecendo maior suporte aos barraqueiros?

14 – Como é tratada a questão da ocupação da praia/orla, como espaço público, por barraqueiros, bares e restaurantes?

15 – O município do Conde é beneficiado com o PROJETO POLO TURÍSTICO CABO BRANCO, do PRODETUR/NE? Como?

16 – Qual a importância do crescimento urbano, principalmente no que se refere a construção de grandes condomínios destinados a segundas residências no litoral sul paraibano?

17 – Abaixo, gostaríamos que relatasse outras ações, iniciativas ou qualquer outro assunto que considere importante sobre o turismo e as políticas públicas que vem sendo desenvolvidas pelo Poder Público do Conde, que não foram abordadas nas perguntas anteriores.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS TURISTAS

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA – MESTRADO**

OBJETIVO: Analisar, por meio da matriz de potencial turístico de localidades receptoras, o potencial e a infraestrutura local e turística do município do Conde, e como essa atividade modifica o espaço do município.

QUESTIONÁRIO – TURISTA

1 – Sexo: ☐ masculino ☐ feminino

2 – Idade: _____ anos.

3 – Estado Civil: ☐ solteiro ☐ casado ☐ separado ☐ viúvo

4 – Escolaridade

- | | |
|---|--|
| ☐ fundamental incompleto | ☐ superior incompleto |
| ☐ fundamental completo | ☐ superior completo |
| ☐ médio incompleto | ☐ pós-graduação |
| ☐ médio completo | |

5 – Qual local de origem: _____

6 – Qual a ocupação/profissão:

- | | |
|---|---|
| ☐ empresário | ☐ funcionário público |
| ☐ do lar | ☐ profissional liberal |
| ☐ aposentado | ☐ desempregado |
| ☐ funcionário de empresa privada | ☐ estudante |

7 – Renda mensal:

- ☐ até R\$ 1.447,99
- ☐ de R\$ 1.448,00 a R\$ 2.895,99
- ☐ de R\$ 2.896,00 a R\$ 5.791,99
- ☐ de R\$ 5.792,00 a R\$ 8.687,99
- ☐ de R\$ 8.688,00 a R\$ 14.479,99
- ☐ mais de R\$ 8.688,00

8 – Em que tipo de estabelecimento está hospedado?

- ☐ hotel/resort
- ☐ pousada
- ☐ acampamento/campings
- ☐ residência de amigos e parentes
- ☐ residência alugada
- ☐ está hospedado em outro município das proximidades.

9 – Como obteve informações sobre o município do Conde?

- () tv/jornais/revistas
 () internet
 () já conhecia a cidade
 () indicação de parentes e amigos
 () agência de viagens.

10 – Qual a motivação para você ter escolhido o Conde como seu destino turístico?

- () visita a parentes e amigos
 () prática de esportes radicais
 () gastronomia
 () contemplar a paisagem/natureza

11 – Quantos dias pretende permanecer no Conde? _____ dias.

12 – Quais são suas companhias nesta viagem?

- () amigos () parentes () excursão () sozinho

13 – Por quais produtos e serviços está disposto a pagar, com exceção de hospedagem e transporte que o trouxeram até aqui?

- () visita a outros atrativos
 () guia turístico
 () apresentação de festivais culturais
 () artesanato
 () participar de esportes radicais

14 – Quanto você gasta por dia, como turista?

- () até R\$ 50,00
 () de R\$ 51,00 a R\$ 100,00
 () de R\$ 101,00 a R\$ 200,00
 () de R\$ 201,00 a R\$ 300,00
 () de R\$ 301,00 a R\$ 400,00
 () de R\$ 401,00 a R\$ 500,00
 () acima de R\$ 500,00

15 – Marque com um X nos conceitos abaixo, que variam de ótimo a péssimo, em relação aos elementos utilizados por você, em sua viagem. Se não teve utilizado o serviço, marque a opção “não usou o serviço”

VARIÁVEIS	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	Não usou o serviço
Atrativos turísticos						
Hospedagem hoteleira						
Hospedagem extra hoteleira						
Alimentação						
Outras atividades de lazer/entretenimento						
Serviços urbanos						
Acesso externo rodoviário à localidade						
Circulação interna						
Transporte						
Serviços de comunicação						
Segurança						
Serviços de saúde						
Sinalização						
Serviços de informação						
Qualidade de atendimento						
Limpeza						

ANEXO

ANEXO A – NOTÍCIAS SOBRE TURISMO NO CONDE-PB

15 de maio de 2012

Prodetur: Paraíba avança para firmar contrato de R\$ 60 milhões com o BID



Tambaba, no Litoral Sul (Foto: Secom-PB)

Acesso às praias do Litoral Sul, duplicação do acesso ao Aeroporto Castro Pinto, construção de um espaço de vivência no Litoral Sul, infraestrutura do Parque do Jacaré, em Cabedelo, e a construção de um aterro sanitário no Município de Pitimbu. Esses são alguns dos projetos técnicos que estão sendo elaborados pelo Governo do Estado, por meio do Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) na Paraíba, para receber recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), no valor de R\$ 60 milhões, o equivalente a US\$ 38,3 milhões.

A elaboração dos projetos técnicos faz parte das ações de preparação do Estado para firmar contrato com o BID. A carta consulta foi renovada em junho de 2011, quando a Comissão de Financiamento Externo, do Ministério do Planejamento, reconheceu que a Paraíba estava seguindo as diretrizes do BID.

Com esta autorização, concedida no ano passado, o Governo do Estado iniciou a elaboração dos projetos técnicos e diversas ações. Foi definida a matriz de investimentos, ou seja, os projetos que

serão custeados com os referidos recursos. De acordo com o gestor do Prodetur na Paraíba, Arnaldo Júnior, os projetos devem atender os componentes de infraestrutura, ambiental, componentes do fortalecimento do produto turístico Paraíba, da comercialização e marketing e do fortalecimento institucional.

“Nós estamos falando de um programa que tem uma regulamentação própria, específica. Não se pode fugir das diretrizes estabelecidas pelo BID”, revela Arnaldo Júnior.

Os projetos em elaboração são algumas das ações definidas pelo Prodetur no atual governo para se alocar recursos. “O trabalho, em 2011, foi e continua sendo desenvolvido nessa direção, respaldado de acordo com os princípios, com a regulamentação do programa e as orientações do BID”, explica o gestor do Prodetur.

Por meio de licitação, uma empresa especializada em projetos técnicos na área turística foi contratada pela Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico. “A nossa meta é de, até junho, concluirmos a etapa de preparação de projetos que o BID exigiu para que eles possam vir à Paraíba e realizar a visita técnica final para a celebração do contrato de aquisição dos R\$ 60 milhões”, adianta.

De acordo com Arnaldo Júnior, o Prodetur é um programa oportuno e estratégico e o Governo do Estado tem tratado de forma muito especial para que ele possa surtir os efeitos que se propõe. Ele avalia que a Paraíba perdeu tempo em relação ao estágio de preparação do Prodetur e sua execução. Segundo contou, se discutiu muito para onde iriam os recursos e sem pactuação com o BID, sem considerar as diretrizes do programa nem as exigências do próprio financiador. “Eu considero que realmente, entre 2009 e 2010, a Paraíba perdeu muito tempo”, observa o gestor do Prodetur Paraíba.

O objetivo da visita da missão do BID, em abril de 2011, foi avaliar a capacidade institucional do Estado para receber o recurso de R\$ 60 milhões, previsto na carta consulta aprovada. Na ocasião, esteve reunida com o secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico (Setde), Renato Feliciano, a consultora do Banco, Vera Bazzanella, que avaliou a estrutura estatal como satisfatória. Entre os participantes do encontro estavam a representante do BID em Washington (USA), Maria Claudia Perazza; o representante do BID no Brasil, Vicente Moles, e os consultores do Banco, Diomira Faria e Joseph Milewski.

O BID avaliou a capacidade técnica da Setde, do Prodetur e da Empresa Paraibana de Turismo (PBTur) para realização, aquisição e execução das ações previstas na carta consulta. Na visita, em junho do ano passado, a consultora do BID, Vera Bazzanella, se reuniu com o secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico, Renato Feliciano, e o gestor do Prodetur, Arnaldo Júnior.

O programa – O Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo busca organizar as intervenções públicas para o desenvolvimento da atividade turística, por meio de planejamento prévio das regiões. A partir do planejamento das áreas turísticas prioritárias, são propostas intervenções públicas a serem implantadas. Os investimentos do Programa são operacionalizados pelo Ministério do Turismo (MTur), que orienta tecnicamente as propostas estaduais e municipais; em parceria com o BID e com a Corporação Andina de Fomento, que atuam como financiadores internacionais. O programa inclui ações nos âmbitos regional, estadual e municipal.

ESTADO DA PARAÍBA

Secretaria de Comunicação Institucional

Av. João da Mata, s/n – Bloco II – 6º Andar, Jaguaribe – João Pessoa/PB CEP 58015-0
(83) 3218-4545 / e-mail: sic@secom.pb.gov.br

Disponível em: <<http://www.paraiba.pb.gov.br/46910/prodetur-paraiba-avanca-para-firmar-contrato-de-r-60-milhoes-com-o-bid.html>>. Acesso em: 2 ago. 2014.

Duas praias da PB estão entre as 14 indicadas pela Folha de São Paulo para se conhecer em 2014

Barra de Camaratuba e Coqueirinho são considerados ambientes paradisíacos que, segundo a publicação, precisam ser visitados durante o ano

[Economia](#) | Em 06/02/14 às 16h27, atualizado em 06/02/14 às 16h46 | Por Alisson Correia

Divulgação



Coqueirinho

A [página online de turismo do jornal Folha de São Paulo](#) elencou nesta quinta-feira (6) as praias mais paradisíacas do Brasil e que não podem passar despercebidas durante 2014. Entre as 14 listadas como essenciais para se conhecer ao longo do ano, aparecem Barra de Camaratuba e Coqueirinho, nos litorais norte e sul da Paraíba, respectivamente.

A publicação assinada por Roberto de Oliveira mostrou que os locais estão como opção de beleza e tranquilidade para aqueles que preferem praias mais calmas, longe do que ele mesmo descreveu como 'muçuca' das áreas litorâneas badaladas e movimentadas.

As praias paraibanas dividem a publicação da Folha de São Paulo com outros ambientes turísticos muito bonitos, como Ilha do Santo Aleixo, em Pernambuco, Brava da Almada, em São Paulo, e Ilha do Mel, no Paraná.

Sobre Barra de Camaratuba, distrito da cidade de Mataraca, a 85 km de João Pessoa, Roberto descreveu o local como um "bucólico vilarejo".

Ao mencionar Coqueirinho, que fica na cidade do Conde, na região metropolitana de João Pessoa, o autor da publicação falou que se trata de uma das praias mais belas da Paraíba e ainda lembra que fica bem próximo de outros locais muito indicados para o turismo no estado, como Tabatinga e Tambaba.

A presidente da PBTur, Ruth Avelino, falou que esse tipo de reportagem é muito importante para promover a divulgação de pontos turísticos do estado. "A Folha é o jornal mais lido do país, principalmente no interior, e os paulistas são os turistas que mais visitam a Paraíba. Uma matéria positiva como a da edição desta quinta-feira incentiva a divulgação do 'Destino Paraíba', ressaltou Ruth.

Recentemente, o repórter Eduardo Vessoni, do portal UOL e que também atua como freelancer de outros veículos de comunicação, visitou o litoral sul, Brejo e Sertão para produzir reportagens exclusivas. Recentemente, o site Catraca Livre divulgou reportagem sobre as [cachaças produzidas no brejo paraibano](#).

Paraibanos podem aproveitar festas de carnaval até o domingo

Três blocos prometem animar foliões no município do Conde; cidade recebeu 350 mil turistas durante o Carnaval

[Eventos](#) | Em 05/03/14 às 13h24, atualizado em 05/03/14 às 13h28 | Por Redação, com assessoria

Divulgação



Toni Garrido foi uma das atrações do carnaval do Conde

O final do carnaval geralmente é marcado pela chegada da quarta-feira de cinzas, mas, na Paraíba, os foliões poderão aproveitar os festejos até o domingo (9). No município do Conde, Região Metropolitana de João Pessoa, mais três blocos prometem animar a semana dos apaixonados pelo carnaval.

Nesta quarta-feira (5), o 'Descabaçada de Conde' sai às ruas, ao som da Orquestra Tropicaliente e da Banda Swing Estourado. No sábado (8), a orquestra volta a fazer festa, desta vez com o bloco 'Banho de Cuia'. Já no domingo (9), é a vez do 'Tatu Folia' animar a cidade. Todos os blocos tem concentração marcada para as 16h.

A última noite oficial do carnaval do Conde foi comandada pelo baiano Toni Garrido. O repertório uniu canções da banda Cidade Negra, da qual o músico fez parte, e grandes clássicos da MPB. A banda paraibana "Pimenta de Cheiro", "Kitara" e o cantor Tonho Matéria também foram atrações da festa.

Neste ano, o carnaval do Conde atraiu mais de 300 mil turistas, de acordo com dados divulgados pela Secretaria Municipal de Segurança Pública.

"No ano passado, a média diária de pessoas foi de 50 mil, já este ano, o número saltou para 70 mil a cada dia, o que dá uma média de 350 mil pessoas se considerarmos os cinco dias", afirmou o secretário Vandregi Rocha.

"A alta estação contou com um evento de qualidade que movimentou toda nossa cidade e atraiu turistas de todo país. O momento é de comemoração, pois já é possível considerar nosso carnaval um grande sucesso para a Paraíba.", completou.

Artesãs do Conde participam da III Feira de Mulheres Artesãs da Paraíba

[Administrador](#) 10:48 14/03/2014



O Município de Conde está sendo representado por três artesãs do grupo “Mães de Barro”, na III Feira de Mulheres Artesãs da Paraíba aberta nesta quarta-feira, 12, no pátio da PBTur, na orla de Tambaú, em João Pessoa, e que ocorrerá até esta sexta, 14, durante todo o dia até as 22h. A secretária adjunta de Turismo, Juliana Gondim, lembrou que esta é a primeira vez que o município está levando seu artesanato para ser exposto e comercializado nesse evento que tem uma expressiva visibilidade, o que contribui para apresentar o potencial da nossa cidade.

“Mulheres da comunidade Quilombola de Gurugi que fazem diversos produtos utilizando o barro como matéria prima e que muito nos orgulha estarão mostrando parte do que há de melhor no nosso artesanato”, disse.

Os produtos de barro produzidos pelas artesãs são vendidos para turistas que visitam o Conde e no Salão de Artesanato da Paraíba, que faz parte do Programa de Artesanato da Paraíba, localizado em frente à Praça da Independência, em João Pessoa.

O evento promovido pelo Cendac – Centro de Apoio à Criança e ao Adolescente, com apoio do Governo do Estado, conta com 160 artesãs de 35 cidades do Estado que estão apresentando e comercializando os mais diferentes tipos de artesanato.

Isabel Fonsêca – Assessoria de Imprensa