

Percepção geográfica do turismo aliada ao planejamento: um estudo sobre a sazonalidade

Luciane Scheuer¹

Resumo: Este estudo é uma pequena reflexão sobre o fenômeno turístico, seu planejamento e questões ligadas à sazonalidade, focando algumas situações relacionadas a sazonalidade no município de Guaratuba – PR. O turismo está em constante expansão no Brasil, mas percebe-se que seu crescimento na maioria das vezes é desordenado e com objetivos a curto prazo. Para reverter os impactos negativos da sazonalidade, principalmente em balneários de veraneio, muita coisa ainda deve ser feita, começando por estudos que levantem dados e analisem as situações dos municípios que sofrem com tais problemas. O litoral paranaense sofre muito com problemas, principalmente econômicos e sociais, advindos da sazonalidade. É preciso conhecer o território e saber pensar o espaço para o desenvolvimento da atividade turística de forma a minimizar seus impactos negativos. E o papel do turismólogo é estudar esse contexto e procurar planejá-lo da maneira mais sustentável possível.

Palavras chave: turismo; sazonalidade, planejamento, Guaratuba.

Introdução

Este artigo procurou abordar as teorias do turismo e voltá-las para o estudo do turismo sazonal, para que se consiga analisar os impactos econômicos, sociais, ambientais, políticos e administrativos, dentro do município de Guaratuba, litoral do Paraná. Localidades de veraneio, como é o caso de Guaratuba, precisam urgentemente de planejamento, a fim de reverter à situação da sazonalidade, fazendo com que o turismo possa ser explorado satisfatoriamente o ano todo. Os prejuízos do turismo sazonal em muito balneários são muito maiores do que o retorno que ele provém em épocas de temporada. Basta uma temporada ruim, com mau tempo, ou problemas na economia nacional, que o local demorará anos para se recompor.

¹ Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: luscheuer@hotmail.com

A idéia principal desse estudo é mostrar algumas peculiaridades do turismo em Guaratuba, e como a sazonalidade torna-se impactante para a comunidade local. Balneários de veraneio, como Guaratuba, precisam urgentemente procurar outras formas de atrair o turista, melhorar a qualidade dos serviços prestados e da infra-estrutura turística fora da temporada de verão. O turismo guaratubano é essencialmente de verão e isso ocasiona uma dificuldade em manter as atividades e a receita da cidade fora dessa época.

Conceitos de Turismo

A sociedade humana, tão sedentária até recentemente, pôs-se em movimento. Hoje, a grande mobilidade tomou conta da maioria dos habitantes das nações industriais. Aproveita-se todas as oportunidades para viajar. Oportunidades de fugir do cotidiano, com a maior frequência possível, não há desejo maior que o de viajar, mudar de endereço e é por isso que é tão importante e complexo o estudo da atividade turística.

Por ser um tema complexo e em ampla expansão, há tantas definições, quanto autores, escrevendo sobre o tema. Para Barreto (1991), o turismo é essencialmente o movimento de pessoas e atendimento às suas necessidades, assim como às necessidades das outras pessoas que não viajam. O turismo é o fenômeno de interação entre o turista e o núcleo receptor e de todas as atividades decorrentes dessa interação.

Pode-se dizer que o turismo é uma atividade multidisciplinar que, em sua amplitude, não está formada só pelas pessoas que viajam e pelos bens e serviços oferecidos e utilizados, mas que entre uns e outros surgem uma série de relações e situações de caráter econômico, sociológico, geográfico e até mesmo político.

Definição econômica escrita por Robert McIntosh em 1977 e citada por Beni (1998), diz que o turismo envolve mais do que os componentes empresariais, apresentando uma faceta qualitativa, pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos.

Olhando pelo lado da localidade receptora, o turismo é capaz de produzir um impacto considerável na econômica local. Para Oliveira (2005), é um meio de redistribuir a renda, captar divisas, gerar novos empregos, incrementar outros setores econômicos, aumentar a arrecadação fiscal, promover o desenvolvimento regional e motivar novos investimentos com benefícios sociais.

Como o turismo é uma atividade realmente ampla, vale citar algumas características pertinentes ao seu estudo. Pode-se dizer que turismo é um eficiente meio para: 1. promover a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais; 2. abrir novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural da região; 3. integrar socialmente, incrementar (em determinados casos) a consciência nacional; 4. desenvolver a criatividade em vários campos; 5. promover o sentimento de liberdade mediante a abertura ao mundo, estabelecendo ou estendendo os contatos culturais, estimulando o interesse pelas viagens turísticas. (BENI, 1998)

Mas como atividade econômica, o turismo também pode provocar danos e prejuízos ao meio visitado, para Beni (1998), os prejuízos seriam os seguintes: 1. degradação e destruição dos recursos naturais; 2. perda da autenticidade da cultura local; 3. descrição estereotipada e falsa do turista e do país ou região de que procede, por falta de informação adequada; 4. ausência de perspectivas para aqueles grupos da população local das áreas de destinação turística, que não obtêm benefícios diretos das visitas dos turistas ou do próprio Sistema de Turismo da localidade; 5. aparecimento de fenômenos de disfunção social na família, patologia no processo de socialização, desintegração da comunidade; 6. dependência do capital estrangeiro ou de estereótipos existentes em face do turismo.

Por tudo isto que foi descrito anteriormente, a conceituação de turismo não pode ficar limitada a uma simples definição, pois este é um fenômeno que ocorre em distintos campos de estudo, em que é explicado conforme diferentes correntes de pensamento, e verificado em contextos vários da realidade social. Cada lugar possui sua identidade pelas características de sua geografia física, aliadas às suas características culturais, econômicas, sociais, políticas, entre outras.

Portanto, Oliveira (2005), define o turismo de forma a contemplar os diferentes aspectos em que ele está inserido. Seu conceito diz o seguinte: Dá-se o nome de turismo à atividade humana que é capaz de produzir resultados de caráter econômico financeiro, político, social e cultural produzidos numa localidade, decorrentes do relacionamento entre os visitantes com os locais visitados durante a presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea sem fins lucrativos.

Através do que diz Oliveira, consegue-se perceber a amplitude, a complexidade e multidisciplinaridade do fenômeno turístico.

A Percepção Geográfica do Fenômeno Turístico

Como outras linhas de pensamento, a geografia também está procurando formas de interpretar o fenômeno turístico, tão crescente na sociedade contemporânea. Além de envolver fatores da geografia física, o turismo interfere em questões econômicas e sociais, oferecendo a geografia grandes possibilidades de estudos sobre o lugar, seus valores e atitudes.

Para Xavier (2008), os estudos sobre a percepção geográfica do turismo, como uma das alternativas de abordagem em Geografia, desenvolveram-se devido à preocupação no sentido de conhecer e de explicar as atitudes e os valores da população frente ao meio ambiente.

Para uma compreensão interessante de espaço geográfico pode-se citar Santos (1978), que argumenta o seguinte: o espaço se define como um conjunto de formas representativas de relações sociais do passado e do presente e por uma estrutura representada por relações sociais que estão acontecendo diante dos nossos olhos e que se manifestam através de processos e funções. O espaço é, então, um verdadeiro campo de forças cuja aceleração é desigual. Daí porque, a evolução espacial não se faz de forma idêntica em todos os lugares.

Percebe-se através das palavras de Santos, que o conhecimento do espaço, de seus objetos e de sua movimentação permite sua compreensão e seu estudo, conseguindo conhecer o meio ambiente e apreender formas de ação para seu uso, sua valorização e, quando necessário, para assumir atitudes em relação a ele. É assim que se integra o homem em seu meio ambiente.

O espaço geográfico é o principal objeto de consumo do turismo e disso decorre uma das mais importantes especificidades da prática social do turismo: o turista tem de se deslocar até o produto a ser consumido, o lugar turístico. Em função dessa característica, o turismo acaba por causar transformações, diretamente à ao menos três porções do espaço geográfico, que segundo Cruz (2001) são: sobre os pólos emissores de fluxos, os espaços de deslocamento e os núcleos receptores.

A percepção geográfica do turismo torna-se bastante complexa, já que envolve vários segmentos da atividade humana atingindo diversificados grupos de pessoas, tais como políticos, planejadores, tipos diferentes de profissionais, turistas e o mais importante, a comunidade receptora. Segundo Xavier (2008), a preocupação da geografia, além de recair sobre a percepção de todas as pessoas envolvidas com o turismo se acentua sobre a percepção

dos moradores locais. Nota-se que a percepção dessas pessoas é influenciada por inúmeros fatores, tais como a possibilidade de trabalho, a renda, o conforto, a perda de privacidade, além do fato de ver seus bens de uso se transformando em verdadeiras mercadorias à disposição dos visitantes. Sendo a percepção individual e seletiva, as respostas dadas pela comunidade que serão alteradas na medida em que a implantação do turismo local vai adquirindo maiores proporções.

O conhecimento da percepção geográfica do turismo em bases locais poderá exercer, também, grande contribuição no desenvolvimento de uma conduta do homem, no sentido de que a atividade turística possa se estabelecer visando uma melhor qualidade de vida da população. É necessário pensar o espaço para serem desenvolvidas atividades turísticas planejadas.

Planejamento Turístico

O turismo é um fenômeno em expansão no mundo. A receita gerada pelo turismo internacional tem equiparado-se a setores tradicionais como o petróleo, automóveis e equipamentos eletrônicos. Segundo Portuguez (2002), a atividade representa enorme fonte de geração de renda, empregos, e divisas para vários países. Por isso, o turismo tem sido freqüentemente apontado como uma “saída estratégica” para o desenvolvimento, sendo incentivado pelos governos, desejados pelos empresários, procurado pelos consumidores e transformado em idéia de transformação e crescimento para os núcleos receptores, sobretudo os economicamente deprimidos.

Diante da grande potencialidade do turismo em gerar riquezas contrapõe-se vários impactos negativos que podem surgir com o seu crescimento. O turismo não deve ser visto como uma alternativa milagrosa com resultados econômicos a curto prazo, mas sim como uma atividade planejada com o objetivo de trazer satisfação ao turista e dignidade à população autóctone. Às vezes, o desenvolvimento da atividade pode ter resultados catastróficos nas localidades receptoras, decorrentes da ausência ou de um mau planejamento turístico.

Para Ackoff, citado por Barreto (1991), planejamento é um processo que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados e que não deverão ocorrer a menos que alguma coisa seja feita. Para o desenvolvimento do turismo em qualquer localidade, o planejamento adequado e ordenado torna-se essencial, sendo um processo dinâmico e lícito à permanente

revisão, a correção do rumo, portanto, pode exigir um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos.

Um planejador não pode trabalhar na base do empírico, “vamos fazer e ver no que vai dar”, antes é preciso um estudo aprofundado de todo o contexto presente, da conjuntura sócio-econômica em que o planejamento está inserido, assim como do próprio planejador. Então, resumidamente, um planejamento consiste na definição dos objetivos, na ordenação dos recursos, na determinação dos métodos e formas de organização, no estabelecimento das medidas de tempo, na localização espacial, etc. Para Barreto (1991), o planejamento requer compreensão dos problemas e distribuição harmônica das especialidades; requer conhecimento.

Planejar turismo é planejar o território, segundo Sun Tzu (2002), a conformação do território é de grande importância nas batalhas. Assim sendo, apreciar a situação do inimigo, calcular as distâncias e o grau de dificuldades do terreno, quanto à forma de se poder controlar a vitória, são virtudes do general de categoria. Quem combate com inteiro conhecimento destes fatores vence, de certeza; quem o não faz é, certamente derrotado.

Analisando metaforicamente o pensamento acima citado, percebe-se que para planejar um local, é necessário conhecê-lo, e conhecê-lo muito bem. As estratégias de planejamento turístico estão intimamente ligadas às informações que o planejador tem em mãos. Sem conhecer a localidade e sua realidade o planejamento perde seu foco e conseqüentemente não atinge os seus objetivos. Diante disso nota-se que o território não é simplesmente um espaço onde o grupo se reúne, mas também um instrumento de ordem social.

Levando-se em consideração o que foi dito anteriormente, surge a seguinte argumentação de Luchiari (1999), citado por Moraes (2004), devem-se deixar claro que a organização territorial dos lugares turísticos e sua exploração mercantil não responde somente à lógica do lugar, do meio, e da população local: ela é a reprodução de atributos valorizados nos centros urbanos emissores, sintetizando a materialidade das cidades que se expandem, as novas representações sociais impressas ao uso do território.

A partir dessa consideração, percebe-se a importância do planejamento atrelado ao estudo da oferta em comum acordo com os objetivos da demanda. Nenhum bom trabalho relativo à oferta terá valor ou retorno se não trabalhar intimamente com a realização dos desejos e ansiedades da demanda. Torna-se impossível prever qualquer situação futura sem

conhecer o que a localidade tem a oferecer e quais são as reais necessidades do público que ela pretende atender.

Mas não existe planejamento e/ ou crescimento do turismo sem o consentimento governamental. As políticas de turismo primam pela parceria entre o poder público e o privado e os profissionais capacitados para exercerem o papel de planejadores. O bom plano de desenvolvimento do turismo somente será viável com a consolidação de algumas vertentes, sendo elas: o governo, a comunidade local, os investidores e o espaço onde o turismo estará inserido. A elaboração de diagnósticos aprofundados, a procura por novas parcerias e a postura de compromisso com o desenvolvimento local são exigências para uma atuação eficaz do poder público local (DOWBOR, 1996).

Turismo ordenado, sustentável e capaz de atrair turistas e renda à comunidade local é o turismo planejado em comum acordo com políticas governamentais visando a qualidade de vida da população local e a qualidade nos serviços prestados aos visitantes.

Sazonalidade do Turismo no Município de Guaratuba – PR

Como objeto de estudo desta pesquisa surge o município de Guaratuba, que sofre anualmente os impactos da sazonalidade. Para localizar geograficamente o objeto de estudo alguns dados (cedidos pela prefeitura municipal) serão levados em consideração. O município foi criado em 29 de abril de 1771, possuindo atualmente 33.000 habitantes (IBGE 2007), sendo 86% na área urbana e 14% na área rural. Sua área territorial é de 1.327,3 Km², estando a uma distância de 116 km da capital paranaense, Curitiba.

Seu clima é tropical super-úmido, sem estação seca definida. A média de temperatura dos meses mais quentes é superior a 30°C, e a dos mais frios, é inferior a 15°C. Sua latitude é 25° 52' 58" Sul e sua longitude é 48° 34' 29" Oeste. Guaratuba possui 22 km de praias e seus municípios limítrofes são: Morretes e Paranaguá ao Norte, Itapoá (Santa Catarina) ao Sul, Matinhos e Oceano Atlântico ao Leste e São José dos Pinhais e Tijucas do Sul ao Oeste. O acesso à Guaratuba se dá pela Avenida Parque Atlântico e PR 412. Para situar o município de forma clara faz-se necessário a foto de satélite, onde pode ser visualizada toda a área de Guaratuba.

O município é essencialmente turístico e seus principais atrativos são: a Praia de Caieiras, a Praia Prosdócimo, a Praia Central, A Praia de Brejatuba, o Morro do Cristo, o

Salto Parati, a Baía de Guaratuba (local de esportes náuticos e pesca esportiva), o Largo de Nossa Senhora de Lurdes, a Praça dos Namorados, a Praça Central, juntamente com a Igreja Matriz, etc. Possuindo também, uma boa infra-estrutura de apoio, como é o caso de hotéis, pousadas, restaurantes, etc. Segundo dados fornecidos pela prefeitura, o município chegou a receber na temporada de 2008, 500.000 (quinhentos mil) turistas.

Com os atrativos acima enunciados pode-se perceber parte potencial turístico do município que se bem planejado, poderá tornar-se um pólo do turismo paranaense durante todos os meses do ano, através de outras modalidades de turismo, não apenas o turismo de balneário.

O ambiente litorâneo é na sua proporção terra, considerado humanamente seguro e privilegiadamente agradável, quando oferta a conjunção da terra, mar e do sol, tornando inegável a vocação dessas áreas para o turismo, especialmente aquelas urbanizadas. Mas há um pesar em tudo isso, o turismo litorâneo, como o de montanha, por exemplo, é sazonal, ou seja, explorado até exaustão em poucos meses do ano.

O turismo força o traço dos lugares, das regiões, das paisagens criando atrativos para o fluxo da sociedade. Para Luchiari (2000), estrutura-se na sociedade que, ao revalorizar as paisagens naturais, as culturas regionais, transformam-se em sua voraz consumidora, colocando em movimento a construção real e simbólica dos territórios turísticos. O problema da sazonalidade está na valorização estética das paisagens naturais e dos atrativos turísticos de uma forma geral, apenas um período do ano.

O ideal antes de procurar analisar a sazonalidade e o que pode ser feito para reverter esta situação, é analisar a vocação turística do núcleo receptor e a caracterização e a classificação dos fluxos turísticos. Dentro da classificação de Beni (1998) sobre os fluxos turísticos, Guaratuba se enquadraria no fluxo turístico de estada fêrio-menso-estacional, ou seja, refere-se aos turistas que permanecem numa dada área receptora superior a uma semana, geralmente em suas férias de verão ou inverno. É relevante salientar que este tipo de fluxo mobiliza toda a oferta de bens e serviços apenas pelo período de tempo de suas férias, dificultando a possibilidade de alguns empreendimentos permanecerem abertos durante o ano todo, gerando um grande decréscimo na renda da população.

A sazonalidade é um problema constante no litoral do Paraná, cidades como Guaratuba, Matinhos, Ponta do Paraná, etc, com belezas cênicas e clima agradável o ano todo, capazes de atrair pessoas das mais diversas localidades, têm grande dificuldade para planejar

o turismo e procurar reverter o problema, principalmente econômico, da sazonalidade. Talvez isso aconteça por questões políticas, ou até mesmo falta de vontade da comunidade local em lutar pelo fomento do turismo fora da temporada. Mas analisando o que o município de Guaratuba tem a oferecer, fica claro a falta de incentivo e motivação das pessoas em transformar o município em um local atrativo.

Para Moraes (2004), deve haver uma tecnologia de urbanização coerente que possibilite o desenvolvimento econômico e também vise o uso sustentável dos recursos naturais, compatibilize o desfrute turístico do território e a preservação da paisagem natural e da cultura local. Os planejadores turísticos, de uma forma geral, deveriam lutar para que o governo forneça embasamento e diretrizes que guiem o desenvolvimento do turismo de maneira a minimizar os impactos oriundos da sazonalidade.

Impactos da Sazonalidade

Pesquisas recentes tentam estudar os impactos do turismo sobre a economia, o meio ambiente e a população em áreas de grande sazonalidade. O turismo sazonal é algo complexo, amplo e difícil de ser explicado. Por que existe a sazonalidade? Os núcleos receptores estão preparados para três meses de trabalho, e o resto do ano, o que fazer? Esses impactos são muito danosos, pois os nativos trabalham em excesso para receber o turista por três meses e durante o resto do ano ficam praticamente sedentários.

A sazonalidade traz com ela os problemas sociais, culturais, ambientais, administrativos e principalmente econômicos. Segundo Moraes (2004), os territórios onde se desenvolve o turismo sazonal sofrem alterações significativas durante a temporada e têm suas paisagens em mutação permanente, como consequência de uma procura em atender às supostas necessidades do turista. Esses locais dificilmente possuem uma paisagem estática, as mudanças são constantes, sejam elas por motivos ambientais, econômicos, sociais ou culturais.

Os principais impactos da sazonalidade do turismo no município de Guaratuba, seriam, principalmente, os econômicos, sociais e culturais. O município, durante três meses no ano respira turismo, a sua renda é altamente influenciada pela quantidade de turistas que permanecem durante dias de verão. Mas em contrapartida, no inverno, a população, em poucos meses acaba com a renda que lhe foi auferida na temporada, tendo dificuldades em ter

uma renda fixa durante o resto do ano. A partir desse problema econômico, surgem os problemas sociais, tais como, a criminalidade, fome, desemprego, etc. O maior impacto na sazonalidade não está no investidor ou empresário que aproveita o verão para fazer seu caixa para o ano todo, mas, no caçara, que gasta tudo que ganhou na temporada em poucos meses, e sem dinheiro para prover sua família procura outros meios para sobreviver.

Outros possíveis prejuízos para os receptivos turísticos com o turismo sazonal é a superação da capacidade de suporte da localidade, perda da biodiversidade, agravamento das deficiências de saneamento básico e até algumas mazelas sociais contundentes (...) (Rodrigues, 1996 citado por PORTUGUEZ, 2002).

O quadro 1 procura sintetizar os principais aspectos benéficos e maléficos decorrentes do desenvolvimento do turismo sazonal, considerando as suas diferentes esferas.

Quadro 1

Área	Impactos potenciais positivos	Impactos potenciais negativos
Econômica	Receitas, empregos, nível de vida da população local, atração de investimentos.	Inflação local, especulação imobiliária, concentração dos investimentos e perda de investimentos alternativos, custos em termos de infra-estruturas necessárias.
Turismo e Comércio	Reconhecimento da região, novas infra-estruturas, maior acessibilidade.	Preços mais elevados, Desenvolvimento descontrolado do comércio local.
Sociedade e Cultura	Maior empenho dos residentes na promoção dos eventos locais, reforço dos valores e tradições locais.	Comercialização sazonal de atividades privadas, alteração dos costumes em função do turismo, custos sociais (prostituição, abuso de drogas e álcool)
Psicologia	Orgulho quanto aos costumes locais, reconhecimento da riqueza da troca com o outro.	Atitudes defensivas face a outras culturas, hostilidades por dificuldade de comunicação.
Política e Administração	Desenvolvimento local integrado.	Mau planejamento, segregação sócio-espacial.

Meio Ambiente	Novas infra-estruturas, conservação de algumas áreas, estratégias de gestão sustentável.	Degradação ambiental, poluição, alteração de hábitos alimentares, produção excessiva e sazonal resíduos sólidos.

Fonte: DROULERS E MILANI, 2002.

O turismo também precisa de mão-de-obra especializada para garantir a qualidade dos seus serviços e, caso a localidade turística não possua pessoal com a qualificação necessária, essas vagas são preenchidas por um mercado de trabalho externo. Uma localidade que pretende incentivar o desenvolvimento do turismo deve investir em qualificação profissional para a população local. Isso se torna complicado, pois em balneários sazonais, além da falta de qualificação das pessoas, falta o interesse dos nativos em melhorar sua capacitação, já que se tem trabalho apenas durante uma época do ano.

Percebe-se a partir daí a importância do planejamento turístico que consiste em criar mecanismos efetivos para garantir a reversão dos benefícios advindos do desenvolvimento da atividade para as populações dos núcleos receptores. A não existência de políticas em relação ao desenvolvimento do turismo contribui para que as comunidades das localidades aonde ele ocorre sejam alheias ao seu processo de desenvolvimento, embora sejam submetidas a todas as conseqüências, boas e ruins, provocadas pela atividade.

Quando a atividade turística é organizada de modo sistêmico e integrado, os benefícios são tanto para as empresas quanto para os turistas e a economia local. Para incentivar o turismo, fora da temporada de verão é necessário primeiramente identificar a cadeia produtiva do turismo, que permite traçar um panorama da situação atual. Esse levantamento possibilita dimensionar os impactos diretos e indiretos do setor do turismo na econômica local e verificar se há ocorrência de efeitos multiplicadores que contribuam para a expansão de outras atividades econômicas internas.

A sazonalidade não possui apenas pontos negativos, como citado anteriormente. Alguns aspectos também podem ser considerados positivos, como por exemplo: como o turismo é massivo em apenas uma época do ano, o meio ambiente, muitas vezes, consegue se reestruturar naturalmente, ou seja, há um tempo para que a paisagem se reconstrua. Outro aspecto positivo seria o cultural, pois durante a temporada os nativos são praticamente excluídos socialmente e materialmente dos espaços mais “nobres” dentro da cultura. A praia,

que é o local de encontros sociais e manifestações culturais dos autóctones, é ocupada indiscriminadamente por pessoas de todas as localidades, trazendo sua cultura e seu modo de vida e depois vão embora, deixando sua herança e seus modos.

Na verdade, a sazonalidade, aqui, abordada de forma superficial é um tema que deve ser trabalhado a exaustão, como forma de levantar dados para propor medidas que melhorem a qualidade de vidas das pessoas que residem em locais como Guaratuba. Talvez, o problema econômico da sazonalidade poderia ser sanado através de políticas públicas que pudessem viabilizar a inserção de outros meios de produção no município. Outra forma de minimizar a sazonalidade seria a capacitação do município para receber vários tipos de eventos e conseqüentemente mobilizar a população e os equipamentos de apoio durante vários períodos do ano.

Por ser um município de clima agradável, deveria haver um estímulo em atrair pessoas aposentadas para residirem no município, ou até mesmo freqüentá-lo em outras épocas do ano, mas para isso há a necessidade de uma melhoria drástica no que diz respeito ao sistema médico-hospitalar e de segurança.

Como se vê, Guaratuba possui algumas alternativas para reverter alguns problemas criados pela sazonalidade, mas isso somente acontecerá a partir de um planejamento adequado em consonância com o poder público, privado e comunidade local.

Considerações Finais

Através do que foi exposto anteriormente percebe-se a importância do turismo para a comunidade de Guaratuba e a necessidade de planejamento para que os impactos negativos da sazonalidade sejam revertidos de forma a melhorar a qualidade de vida das pessoas residentes no município.

Sabe-se que planejar o turismo é uma atividade complexa e requer profissionais realmente qualificados e que traduzam sustentavelmente a sua ideologia frente à necessidade de estruturar o turismo para que seu retorno seja válido para todos os envolvidos.

Estudar a sazonalidade requer estudo aprofundado em dados econômicos, culturais e principalmente sociais. Este artigo foi um primeiro ensaio frente ao estudo da sazonalidade do município em questão. O turismo é um processo intenso, onde todos os elementos encontram-se em constante movimento e mostram mudanças e particularidades. Estudar este fenômeno

requer interdisciplinaridade e valorização da comunidade onde ele está inserido. O saber turístico requer conhecimento de todo o território, pedindo um questionamento de todos os elementos que o envolve. Essa característica metodológica da realidade turística está muito ligada à geografia, pois possibilita uma profunda investigação epistemológica dos seus fenômenos.

O turismo nacional está em alta, municípios costeiros, como é o caso de Guaratuba merecem um tratamento mais qualificado para crescerem e poderem oferecer o que tem de melhor ao turista, e ao mesmo tempo dignificar a vida de suas comunidades locais. Tem-se, portanto, a excepcional oportunidade para se desenvolver, valorizar e incrementar a atividade nos municípios litorâneos, buscando garantir uma melhor qualidade de vida às pessoas diretamente envolvidas ao turismo.

Referências Bibliográficas

- BARRETO, Margarida. **Planejamento e Organização do Turismo**. Campinas: Papirus, 4ª ed., 1991.
- BENI, Mário. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 1998.
- CRUZ, Rita de C. A. da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- DIAS, Reinaldo. **Turismo Sustentável e Meio Ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.
- DOWBOR, Ladislau. A intervenção dos governos locais no processo de desenvolvimento. In: DROULERS, Martine e MILANI, Carlos R. S. **Desenvolvimento local e turismo em Tarrafal - Cabo Verde**. Paris: UNESCO, 2002.
- GUARATUBA - Prefeitura Municipal de Guaratuba – Secretária de Turismo e Secretária de Urbanismo.
- LUCHIARI, Maria Tereza D. P. **Turismo em Análise**. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da USP, volume 11, nº 1, 2000.
- MORAES, Sérgio Torres. **Considerações sobre a produção do espaço turístico na contemporaneidade**. Turismo – Visão e Ação – vol. 6-n.3 - set/dez. 2004, p.277-293.
- OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento**. São Paulo: Atlas, 5ª ed., 2005.
- PIN Sun; TZU Sun. **A arte da Guerra**. São Paulo: Martins Fontes: 2002.
- PORTUGUEZ, Anderson P. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 2002.

SANTOS, Milton. **Por um a geografia nova.** São Paulo: Hucitec-Edusp, 1978.

XAVIER, Herbe. **Turismo e desenvolvimento local: a percepção geográfica dos lugares.**

Disponível em < <http://herbe.br.tripod.com/index2.htm> > Acesso em: 11/05/2008.