

Lazer e a expansão dos serviços no litoral sul Potiguar

Leisure and expansion of the services on the Potiguar south coast

Elizângela Justino Oliveira

Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN, Brasil

E-mail: elizangelaoliveira82@hotmail.com

Maria Aparecida Pontes da Fonseca

Professora Doutora do Departamento de Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN, Brasil

E-mail: mariapontes@ufrnet.br

Artigo recebido em: 21-05-2014

Artigo aprovado em: 27-06-2014

RESUMO

O lazer imprime no espaço uma dinâmica econômica com especificidades, que se encontram diretamente relacionadas à sazonalidade característica das áreas que são destinadas para esse fim. O presente trabalho será desenvolvido com o objetivo de analisar a dinâmica do Setor de Serviços implantado no litoral de Parnamirim-RN e Nísia Floresta- RN para atender às necessidades de turistas e usuários de segunda residência, a partir da caracterização tanto desse Setor, quanto da flexibilidade do funcionamento dos serviços oferecidos e do fluxo destes - flexibilidade esta decorrente da sazonalidade própria das áreas de desenvolvimento do Turismo. A realização da pesquisa contou com os seguintes procedimentos metodológicos: levantamento de dados em órgãos e instituições governamentais (IBGE, SETUR/RN, Prefeitura Municipal); levantamento, georreferenciamento e mapeamento dos estabelecimentos comerciais e de serviços; registros fotográficos; e realização de entrevistas com 98 empresários dos segmentos comercial e de serviço. Os resultados indicaram que houve crescimento no número dos tipos de comércio e no dos serviços, à medida que foi se dando a expansão do lazer no litoral analisado, e que sua dinâmica de funcionamento e de fluxos que convergem para essa área é regida pela sazonalidade. O estudo concluiu que, apesar de ter ocorrido tal crescimento, a economia local continua bastante fragilizada, devido à sazonalidade e à centralidade de Natal. Este último fator, embora impulse os fluxos dos municípios analisados, paradoxalmente também inibe o crescimento do número de tipos de comércio e de serviços na área.

Palavras-chave: Lazer. Setor de Serviços. Sazonalidade. Litoral Sul Potiguar.

ABSTRACT

Leisure, on an open space, lives a mark of economic dynamics with specificities that are directly related to the seasonality characteristics of areas that are destined for its purpose. This academic work has the objective of analyzing the dynamics in the services sector, established on the coast of Parnamirim-RN and Nísia Floresta-RN, to attend to the necessities of tourists and summer home users, beginning from its characterization, its operation flexibility and fluxes, due to the tourism development areas' inherent seasonality. The research accomplishment involves the following methodological procedures: organs and governmental institutions data collection (IBGE, SETUR/RN, City Hall); survey, georeferencing and mapping of the commercials and services establishments; photographic records; and interviews with 98 entrepreneurs of the commercial and service segments. The results indicated that there was a growth in commerce and services while there was expansion of leisure on the analyzed coast, and that the operation dynamics and fluxes that converge to this area are controlled by seasonality. The study concluded that in spite of the occurrence of growth in commerce and services due to the expansion of leisure, the local economy is quite fragile as a result of the seasonality and centrality of Natal, that although impel the fluxes of the analyzed city, also inhibit the growth of commerce and services in the area.

Keywords: Leisure. Service Sector. Seasonality. Potiguar South Coast.

1. INTRODUÇÃO

As áreas refuncionalizadas para o (e pelo) lazer demandam a implementação de infraestrutura e de vários tipos de comércio e serviços privados e públicos. Esses espaços caracterizam-se por apresentar internamente uma divisão territorial do trabalho em que o polo turístico central concentra os equipamentos e a infraestrutura turística básica (meios de hospedagens, restaurantes, agências de receptivos, etc), enquanto outros, situados no seu entorno, apresentam diversos atrativos (locais de visitação), que, em seu conjunto, contribuem para a existência do principal espaço produtivo da atividade turística localizado no polo central (Fonseca 2011; Sanchez, 1991). Nesta perspectiva, cada parcela do espaço exerce funções diferenciadas e complementares. No entanto, é importante ressaltar que o fortalecimento e a expansão da atividade turística terminam por desencadear a expansão de serviços públicos e privados e de tipos de comércio, inclusive nas localidades de visitação.

No litoral dos municípios de Parnamirim e Nísia Floresta, por exemplo, que são locais de visitação turística e de expansão de segundas residências, onde se encontram alguns dos principais atrativos turísticos do Estado, entre eles, o “Maior Cajueiro do Mundo”¹ e o passeio de barco do complexo turístico “Marina Badauê”, tem-se verificado essa realidade, para atender à população flutuante de turistas e usuários de segundas residências.

O objetivo principal deste artigo - que se constitui parte dos estudos desenvolvidos numa Dissertação de Mestrado, na qual a autora analisou o processo de urbanização e dinâmica do Setor de Serviços decorrente da expansão do lazer no mesmo litoral – é analisar a dinâmica dos serviços públicos e privados implantados no litoral de Parnamirim e Nísia Floresta-RN para atender às necessidades de turistas e usuários de segunda residência, a partir da sua caracterização, da flexibilidade do funcionamento desses serviços e dos seus fluxos, decorrente da sazonalidade inerente às áreas de desenvolvimento do Turismo, buscando-se responder aos seguintes questionamentos: Qual a tipologia dos serviços encontrados no litoral de Parnamirim e Nísia Floresta? E qual sua dinâmica de funcionamento, considerando-se a sazonalidade dos fluxos nessa área?

¹ O “Maior Cajueiro do Mundo”, um dos principais atrativos turísticos de Parnamirim, está localizado na Praia de Pirangi do Norte. É assim chamado porque atualmente ele possui uma área de 8.500m², decorrente de uma anomalia chamada de “fitoteratológica”, a qual faz com que os galhos do cajueiro que tocam o solo criem raízes secundárias, embora todos sejam dependentes do tronco principal. Toda a sua área atualmente corresponde a um agregado de 70 cajueiros de porte normal, sendo a profundidade das raízes de um a dois metros e a do tronco principal de 20 a 25 metros. Estima-se que se houvesse espaço para seu crescimento, a árvore poderia alcançar 30 a 40.000 m². Recuperado em fevereiro, 2013, de <http://www.omaiorcajueirodomundo.com/ocajueiro.html>.

Para tanto, buscar-se-á analisar os dados coletados na pesquisa de campo, que contou com os seguintes procedimentos metodológicos: levantamento, georreferenciamento e mapeamento dos estabelecimentos comerciais e de serviços; registros fotográficos; e realização de 98 entrevistas, incluindo os segmentos comerciais e de serviços privados e públicos, entre outros.

O artigo divide-se em: *referencial teórico*, em que foi realizada uma discussão sobre a categoria Lazer e o conceito do Setor de Serviços e sua função imprescindível na consolidação dos lugares turísticos, tendo em vista que somente o espaço físico – mar, praia, sol – não é suficiente para tornar um lugar gerador de fluxos, fazendo-se necessária uma infraestrutura básica, vias de acesso e serviços de restauração, hospedagem e entretenimento; *metodologia*; e *as técnicas de pesquisa* – que foram utilizadas no estudo serão expostas de forma detalhada; *a análise*; e a *discussão dos resultados* – nesta parte será apresentada a caracterização dos tipos de comércio e serviços levantados na área e seu funcionamento, considerando-se a sazonalidade dos fluxos gerados por turistas e usuários de segunda residência.

Desta forma, o estudo busca contribuir com as pesquisas na área do Turismo, no que se refere à dinâmica e ao desenvolvimento da atividade em diferentes locais e escalas, além de contribuir ineditamente com relação ao levantamento de dados coletados dos segmentos comerciais e de serviços públicos e privados no litoral de Parnamirim e Nísia Floresta, até então inexistente.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O lazer

O tempo livre é primordial para o lazer. Este é caracterizado por uma escolha própria e pela satisfação que o indivíduo tem de realizar uma atividade no tempo que lhe está disponível, embora tal tempo seja frequentemente cerceado pelo sistema capitalista, que visa a torná-lo lucrativo.

Marcellino (2002) destaca como fundamentais dois aspectos para se definir se é lazer ou não a atividade realizada pelo indivíduo. São eles: tempo e atitude. No aspecto *atitude*, seria levada em consideração a relação do indivíduo e da experiência vivida, ou seja, a satisfação que ele tem ao realizar tal atividade. Com relação ao aspecto *tempo*, são consideradas “as atividades realizadas no tempo liberado do trabalho, ou seja, no tempo livre

das obrigações profissionais, mas também das familiares, sociais e religiosas” (Marcellino, 2002, p. 8).

O sociólogo francês Joffre Dumazedier deu importantes contribuições para a construção desse conceito numa ótica sociológica, afirmando que o Lazer:

[...] é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar -se das obrigações profissionais, familiares e sociais (Dumazedier, 2004, p. 34).

Alguns autores observam que a ideia de lazer fica comprometida quando está associada somente a alguns de seus valores, constituindo-se assim uma visão parcial de seu amplo conteúdo, conforme aponta Marcellino:

[...]. Descansar, ‘recuperar as energias’, distrair-se, entreter-se, recrear-se, enfim, o descanso e o divertimento são os valores comumente mais associados ao lazer. [...] No entanto, além do descanso e do divertimento outra possibilidade ocorre no lazer e, normalmente, não é tão perceptível. Trata-se do desenvolvimento pessoal e social que o lazer enseja. No teatro, no turismo, na festa etc., estão presentes oportunidades privilegiadas, porque espontâneas, de tomada de contato, percepção e reflexão sobre as pessoas e as realidades nas quais estão inseridas (Marcellino, 2002, pp. 13-14).

É importante ressaltar que o tempo disponível para o lazer, bem como o tipo de lazer, dependendo da classe social a que o indivíduo pertença, são diferentes. A este respeito, Bruhns (1997, p. 35) diz:

O acesso ao lazer é favorecido nas camadas mais privilegiadas da população, impedindo por vários fatores (necessidade de realização de horas extras, preços de ingressos em espetáculos, grandes distâncias entre a moradia e o local de trabalho, dependência de transporte coletivo, dentre outros) que as camadas econômicas de baixa renda usufruam das muitas possibilidades.

Ainda com relação ao tempo livre da classe trabalhadora, Marcellino (2002) diz que grande parte dos trabalhadores consome seu “tempo livre” com atividades necessárias à sua sobrevivência, como as horas extras, os *bicos* para complementação da renda doméstica, a venda parcial ou total de suas férias, ou até mesmo a ocupação em serviços temporários no período de férias.

Conclui-se, assim, que alguns elementos são fundamentais para a prática do lazer, dentre os quais se destacam: o tempo livre, a renda disponível para tal fim - este último é importante na definição do tipo de lazer praticado -, ou mesmo uma maior disponibilidade ou não do tempo de tempo livre, mas não exclui a prática do lazer.

2.2. O Setor Terciário

O Setor Terciário ou de Serviços possui características complexas e definições bastante abrangentes, devido à ausência de um conceito que seja amplamente aceito pelos estudiosos do tema. Enquanto os Setores Primário (atividades agrícolas, pecuárias e extrativas) e Secundário (atividades industriais) são bem caracterizados, tendo-se deles bem clareza com relação ao que produzem e às atividades neles envolvidas, o mesmo não ocorre com o Setor Terciário.

Tal dificuldade gerou definições simplistas e reducionistas sobre esse setor de atividade. De acordo com Offe (1991, pp. 11-14): “o setor de serviços abrange tudo o que não está incluído na produção extrativa e de transformação”; ou “são aquelas atividades econômicas que não podem ser atribuídas nem ao setor primário (agricultura, mineração) nem ao setor secundário (indústria)”; ou ainda definições meramente enumerativas, que afirmam que as profissões ou as organizações de serviços “abrangeriam o comércio, bancos, seguros, a administração pública e empresarial, sistemas de saúde, de ensino e judicial”. Segundo este autor:

As tentativas de definições das atividades de serviços a partir de características como: ‘alta exigência de formação à força de trabalho’, ‘possui um grau especial de interação no trabalho’, ‘uso intensivo de informações e tecnologias’, ‘elevada participação da força de trabalho feminino’, sempre fracassaram, pelo fato de captarem apenas as especificidades de uma parte das atividades classificadas como serviços (Offe, 1991, p. 13).

Kon (1999, p. 65) também problematiza sobre este tema, observando que “no passado o setor de serviços era considerado como residual em relação ao global da economia, após a consideração das atividades primárias e secundárias, os serviços eram vistos como intangíveis e de inerente menor produtividade”.

Se, no passado, esse Setor era pouco relevante nas economias dos países, a partir da década de 1980, esse quadro modificou-se de modo significativo, com a emergência de uma nova etapa de expansão da Sociedade Capitalista (*globalização*), quando se verifica a

expansão dos serviços motivada basicamente pelos seguintes fatores: a reestruturação produtiva (enxugamento das empresas e contratação de serviços, ou seja, a terceirização) e a necessidade de produção de novos produtos imateriais, ou seja, na prestação de serviços (onde se encaixam as atividades turísticas e de lazer).

Para Lipietz (1988), o Terciário engloba a produção de serviços e não a produção material, e as atividades terciárias podem ser encontradas em qualquer outro Setor, seja ele Primário ou Secundário. Para este autor:

[...] o terciário se define apenas pela diferença: o que não é produção de mercadorias em um processo de valorização do capital. [...]. É terciário o que não valoriza capitais por um processo de trabalho material. [...]. Assim pode-se chamar setor terciário esses ramos cuja função não é a valorização do capital na produção material (Lipietz, 1988, pp. 178-179).

Assim, para o autor referido, o Setor Terciário caracteriza-se por não produzir um objeto material a partir do trabalho. É um serviço que não pode ser materializado. Outra característica apontada pelo autor é que as atividades pertencentes ao Terciário podem estar presentes tanto no Setor Primário quanto no Secundário. Segundo Lipietz (1988), nos ramos industriais podem existir atividades que não estão ligadas à produção material, como, por exemplo, empregados, engenheiros, direção. É o que o autor chama de “*atividades terciárias do secundário (ou do primário)*” (Lipietz, 1988, p. 179). O autor ainda faz distinções entre o Setor Terciário e as atividades terciárias, definindo-as da seguinte maneira:

- *O Setor Terciário* (ou ainda “Terciário Externo”) engloba o comércio, os serviços financeiros e de seguros, os serviços não mercantis (administração, ensino, etc.) e os serviços mercantis prestados às empresas e aos particulares;
- *As Atividades Terciárias* – encontradas no interior do Setor Terciário, mas também nos Setores Primário e Secundário (Terciário Interno). Grosseiramente, tais atividades abrangem as categorias socioprofissionais dos profissionais liberais e empregados. Nesse grupo, estão os trabalhadores independentes e seus ajudantes familiares.

Em se tratando das localidades onde se desenvolvem atividades turísticas e de lazer, verifica-se a implantação de uma série de serviços englobados no Setor Terciário (restauração, hospedagem, entretenimento, entre outros), oferecidos a particulares, originando o espaço produtivo de uma área turística. A este respeito, Sanchez ressalta que:

O espaço turístico assume uma função produtiva, pelo fato de tratar-se do uso de fatores físicos que precisam de toda uma série de serviços para que seu uso possa tornar-se efetivo. [...] Em si mesmo, ao espaço físico – mar,

praia, sol – não se atribui uma função mercantilizada [...]. O que se converte em espaço produtivo é aquele território em que se localizam os serviços necessários para que o espaço de ócio possa ser usado como tal (Sanchez 1991, p. 223).

Outra questão também relevante apontada por Cruz (2001) é que, nos espaços de uso turístico, pode ocorrer tanto a apropriação de objetos preexistentes quanto a criação de novos objetos que podem possibilitar o desenvolvimento do turismo, modificando ou atribuindo-lhes novas funções:

O turismo [...] introduz no espaço objetos definidos pela possibilidade de permitir o desenvolvimento da atividade. Além disso, objetos preexistentes em dado espaço podem ser igualmente absorvidos pelo e para o turismo, tendo seu significado alterado para atender a uma nova demanda de uso, a demanda de uso turístico.

Isto é o que acontece, por exemplo, com farmácias, supermercados, bancas de jornal, igrejas (entre outros objetos) preexistentes ao aparecimento do turismo em determinado lugar. A prática social do turismo apropria-se desses objetos, conferindo-lhe novos significados (Cruz, 2001, p. 12)

Logo, esses objetos fixos, que podem ser naturais ou artificiais, passam a atrair os fluxos de turistas e usuários de segunda residência que convergem para tais localidades. A relação dialética existente entre os fixos e fluxos é bem apropriada para a nossa análise e claramente descrita por Santos (2008, p. 86), ao mencionar que “cada tipo de fixo corresponde uma tipologia de fluxos. Um objeto geográfico, um fixo, é um objeto técnico, mas também um objeto social, graças aos fluxos. Fixos e fluxos interagem e alteram-se mutuamente”. Assim, entre outros fatores, são os objetos fixos com suas especificidades que vão “eleger” um lugar turístico ou não, pois são estes que vão atrair os turistas e estes, por sua vez, serão atraídos pelas especificidades (objetos fixos naturais e artificiais) do lugar.

Uma das especificidades dos serviços oferecidos pela atividade turística é que, em grande parte, estes são caracterizados por sua intangibilidade e fortemente marcados por aspectos emocionais. Discutindo a natureza dos serviços turísticos, Urry (1999, p. 103) observa que “o produto do serviço é predominantemente intangível. Assim, embora existam certos elementos tangíveis, tais como alimentação, a viagem ou as bebidas, os elementos fundamentais são intangíveis”.

O turista espera ser bem atendido desde o primeiro instante em que ele decide viajar, quando procura uma agência de viagem, até à arrumação de suas malas no hotel em que está hospedado. Ele espera ser bem atendido pelos agentes de viagem, pelos comissários de bordo nas companhias aéreas, pelo garçom nos restaurantes que frequenta e no hotel onde está

hospedado. O hóspede bem atendido em um hotel voltará a este não somente por sua estrutura física, mas pelo atendimento recebido, pela presteza e eficiência com que teve os seus pedidos atendidos, entre outros fatores.

Neste sentido, os empregados desse ramo são frequentemente estimulados a sorrir e a decorar o nome dos clientes. Para Urry (1999, p. 100), isso é a “comercialização do sentimento humano”, em que esses empregados “vendem” simpatia sem obterem maior remuneração para tal. Ainda segundo Urry (1999, p. 100), “Pode-se alegar, no entanto, que esse trabalho emocional é muito difícil, solicita demais, não obtém reconhecimento e é relativamente mal recompensado”.

Em resumo, a intangibilidade dos serviços turísticos está diretamente ligada à forma como se oferece determinado produto, ou seja, à atitude de quem está oferecendo-o e, não necessariamente, ao produto em si. A qualidade do serviço é a alma do negócio dos serviços turísticos e é difícil de ser medida.

A Sociedade Capitalista transforma quase tudo em mercadoria, atribuindo valor de troca não só aos objetos, mas até mesmo às relações humanas, tornando-as dissimuladas. Em relação ao valor de troca atribuído até mesmo a essas relações, como consequência da Sociedade de Consumo Contemporânea, Baudrillard afirma:

[...]. Trata-se de toda rede de comunicação personalizada que invade a cotidianeidade do consumo. Trata-se, de facto, do consumo – consumo da relação humana, de solidariedade, de reciprocidade, de calor e participação sociais estandardizadas sob forma de serviços –, consumo permanente de solicitude de sinceridade e de zelo, mas também, claro está, simples consumo dos signos desta solicitude – ainda mais vital para o indivíduo que a alimentação biológica num sistema em que a distância social e a atrocidade das relações sociais constituem a regra objectiva.

A perda da relação humana (espontânea, recíproca e simbólica) é o facto fundamental das nossas sociedades (Baudrillard, 2010, p. 215).

Assim, as relações humanas passaram a ser mediadas pelo que Baudrillard (2010) chama de “sorriso institucional”, embora as empresas não recompensem seus funcionários por esse desempenho. Este é um dos ingredientes da “eficiência” deles. É visando a atender a isto que a aeromoça distribui simpatia e a recepcionista do hotel e o garçom do restaurante são solícitos, simulando uma aproximação que nunca será real quando se trata da relação empresa-cliente.

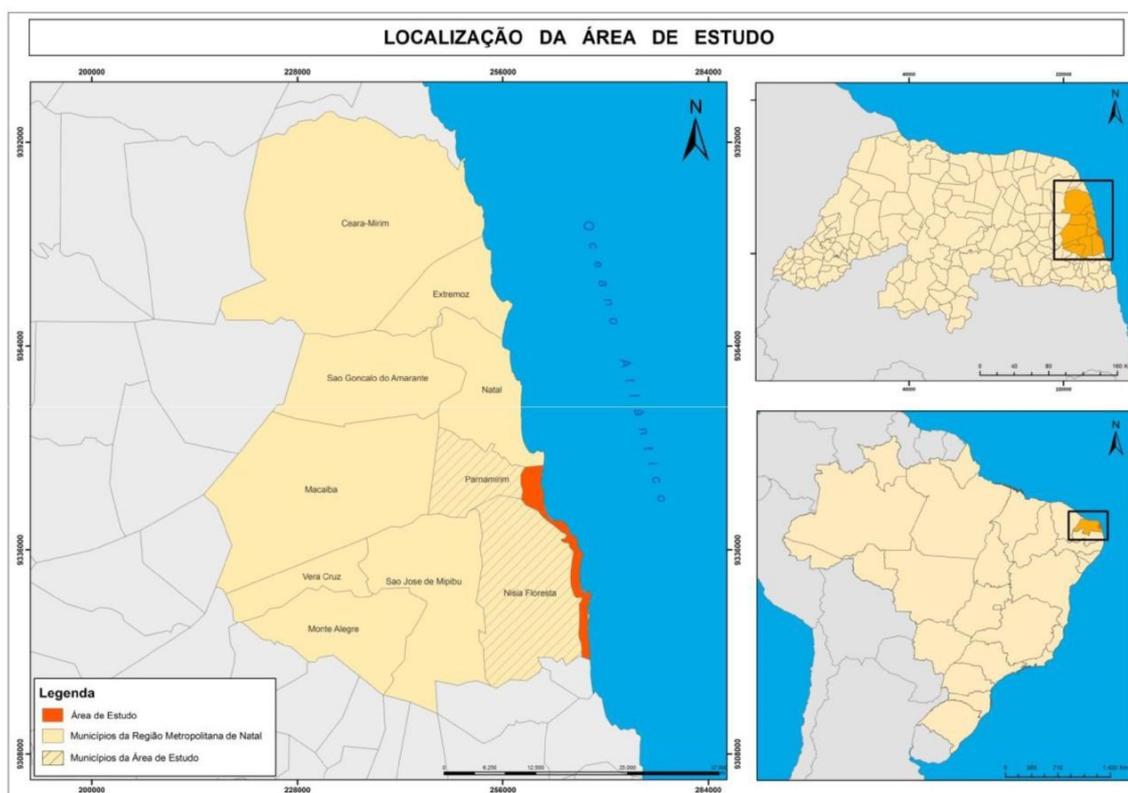
Pode-se concluir que, no geral, as áreas de lazer e de turismo demandam uma grande variedade de tipos de infraestrutura e de serviços públicos e privados, tais como: estradas, coleta de lixo, limpeza e manutenção das ruas, iluminação pública, segurança, transporte

público, serviços de saúde, redes de abastecimento de água e energia e saneamento, bares, restaurantes, hotéis, pousadas, dentre outros. A ausência de tais fixos compromete ou inviabiliza os fluxos da população flutuante, representada tanto pelos turistas propriamente ditos quanto pelos usuários das casas de veraneio ou de férias. Os serviços, quer sejam tangíveis, quer intangíveis, são essenciais para o desenvolvimento dessas áreas enquanto espaços de lazer.

3. METODOLOGIA

A área de estudo compreende o litoral dos municípios de Parnamirim e Nísia Floresta, delimitado pelos Setores Censitários² do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, conforme mostra a Figura 1. Pode-se observar na mesma Figura que Parnamirim e Nísia Floresta encontram-se entre os dez municípios que compõem a Região Metropolitana de Natal, estando situados ao sul da capital Natal.

FIGURA 1- Localização da área de estudo.



Fonte: Base digital IBGE
Org. Mariana Torres

² Segundo o IBGE, o Setor Censitário é a menor unidade territorial, formada por área contínua, integralmente contida em área urbana ou rural, com dimensão adequada à operação de pesquisas.

A pesquisa possui uma abordagem qualitativa. A metodologia consistiu em visita *in loco*, para a realização do georreferenciamento e a caracterização dos tipos de comércio e serviços públicos e privados, incluindo as praias de Nísia Floresta (Barreta, Camurupim, Barra de Tabatinga, Búzios, e Pirangi do Sul), e as de Parnamirim (Pirangi do Norte, Cotovelo e Pium). Esse levantamento deu suporte à análise da distribuição espacial dos diversos tipos de comércio e serviços públicos e privados e de suas características gerais e especificidades.

A contagem dos estabelecimentos comerciais e de serviços foi realizada considerando-se como recorte espacial os Setores Censitários do IBGE referentes ao litoral dos mencionados municípios, quando foram contabilizados 364 tipos de comércio e serviços públicos e privados.

Foi realizada uma segunda visita de campo para a coleta de dados primários, através do formulário estruturado, constituído de perguntas abertas, fechadas e de múltipla escolha, junto ao segmento comercial e de prestação de serviços. Para tanto, fez-se o cálculo da amostragem, considerando-se como população-alvo os tipos de comércio e serviços (público e privado) contabilizados na área-objeto do estudo. Foi feita uma divisão da população em oito estratos – correspondentes às praias que compõem o litoral analisado, ou seja, as praias de Barreta, Camurupim, Barra de Tabatinga, Búzios e Pirangi do Sul (Nísia Floresta), e Pirangi do Norte, Cotovelo, e Pium (Parnamirim) -, considerando-se os tipos variados de comércio e serviços contabilizados em cada uma das praias acima citadas dos municípios de Parnamirim e Nísia Floresta, conforme mostra em resumo a Tabela 1:

TABELA 1 - Amostra da Pesquisa.

Municípios pesquisados	Total de Estabelecimentos Comerciais e de Serviços	Amostra
Parnamirim	208	61
Nísia Floresta	156	37
Total	364	98

Fonte: Plano Amostral, 2012.

Calculada a amostragem, segue-se um sorteio referente ao estabelecimento em que seria aplicado o questionário. No caso do estabelecimento sorteado encontrar-se fechado na ocasião da entrevista, seguir-se-ia um novo sorteio.

O Plano Amostral utilizado foi o da Amostragem Aleatória Estratificada com Alocação Proporcional, que se caracteriza por dividir a população em partes mais homogêneas do que o é a população em geral, das quais foi retirada uma amostra aleatória

simples dos serviços (públicos e privados), buscando-se alocar o tamanho da amostra de maneira proporcional ao tamanho de cada estrato.

Sendo assim, o tamanho da amostra foi calculado através do seguinte procedimento: foi atribuído um $\alpha=10\%$ e margem de erro de 0,10. Como a proporção era desconhecida, atribui-se um $p=0,5$ (variância máxima). (Ver distribuição da amostra na Tabela 2 acima)

A amostra foi de 98 estabelecimentos, alocados em 8 (oito) estratos. Para o cálculo do tamanho e da seleção da Amostra, utilizou-se o *software* estatístico R³.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O levantamento e georreferenciamento dos estabelecimentos comerciais e de serviços no litoral dos municípios analisados contabilizaram 364 estabelecimentos de comércio e serviços públicos e privados ao longo do litoral, dos quais 156 foram registrados em Nísia Floresta e 208 em Parnamirim, conforme mostra a Tabela 2.

TABELA 2- Comércios e Serviços Públicos e Privados no litoral de Parnamirim e Nísia Floresta.

Serviços	Parnamirim	Nísia floresta
Privados	181	139
Públicos	27	17
Total	208	156

Fonte: Pesquisa de campo, 2012.

Esses comércios e serviços (ver tipologia na Tabela 3) atendem não só à demanda turística e de usuário de segunda residência, mas também à população local. O foco deste artigo serão os serviços utilizados pelos dois primeiros grupos.

³ R é uma linguagem e ambiente para computação estatística e para gráficos. Trata-se de um conjunto integrado de facilidades de *software* para manipulação de dados, cálculo e visualização gráfica. É um projeto disponível como *Software Livre* sob os termos da Licença Pública Geral GNU da *Free Software Foundation* na forma de código-fonte, ou seja, um projeto com o objetivo de criar um sistema computacional totalmente livre, que qualquer pessoa teria direito de usar, modificar e redistribuir o programa, seu código-fonte, desde que garantindo para todos os mesmos direitos. Recuperado em novembro, 2012, de <http://www.ime.uerj.br/>.

TABELA 3- Distribuição de Estabelecimentos Comerciais e de Serviços Públicos e Privados nos Municípios de Nísia Floresta e Parnamirim.

Categorias	Nísia Floresta	Parnamirim	Total
1.Hotel, pousada, resort	11	11	22
2.Bar, barracas, restaurante, pizzaria, creperia lanchonetes, sorveterias, sanduicheria e tapiocaria	70	68	138
2.Parque aquático, museu	2	0	2
4.Feira e lojas de artesanato,feira de frutas de Pium, passeio de barco do Marina Badauê	1	5	6
5.Supermercado, empórios, distribuidora de gás e bebidas, padaria, quitanda e conveniência	30	27	57
6.Estabelecimentos de material de construção, loja de móveis, madeireira, distribuidor de pedras, loja de pré-moldado, loja de confecção, floricultura	7	28	35
7.Serralheria, borracharia, oficina, serviços e manutenção de bombas, geladeiras, antenas, piscinas	9	13	22
8.Salão de beleza, academia, lan house, locação andaimes, locação de motos, loja de pet shop, lavanderia, estabelecimento de segurança particular, empresa de transporte coletivo, posto de combustível	7	23	30
9.Farmácias e laboratório de análises clínicas, consultório odontológico	1	6	7
10. Unidades de saúde ou hospital	4	2	6
11.Posto policial, posto rodoviário e delegacias	1	3	4
12. Escolas	5	8	13
13. Igrejas	5	4	9
14. Posto dos Correios	1	2	3
15.SubPrefeitura; serviços de água e esgoto	1	1	2
16. Clube de dança, associações, colônia dos pescadores, ginásio de esportes	1	7	8
Total do litoral	156	208	364

Fonte: dados da pesquisa de campo, 2012.

Conforme pode-se observar na Tabela 3, a tipologia dos comércios e serviços públicos e privados, mesmo sendo objeto preexistente nessas localidades, foram absorvidos para o uso turístico, tendo em vista que a farmácia, o supermercado, a padaria, a loja de conveniência atendem não só à demanda local, mas à turística e de lazer, ao seja, a turistas ou usuários de segunda residência.

Os dados apontam que o litoral de Parnamirim possui uma maior variedade e quantidade de comércio e serviços públicos e privados superior à de Nísia Floresta, apesar de este último ter um litoral mais extenso (20,9 km)⁴ que o do primeiro, que possui 6,4 km. Isto

⁴ Cálculo realizado a partir da ferramenta “caminho” do *Google Earth*

ocorre não somente pelo fato de Parnamirim já possuir uma maior infraestrutura urbanística e de equipamentos turísticos superior a Nísia Floresta, devido à sua pujança econômica e populacional, mas também por conter em seu território a presença de atrativos importantes para o Estado potiguar: “O Maior Cajueiro do Mundo”, local de visitação obrigatória, e o passeio de barco do complexo turístico “Marina Badauê”, o que gera um fluxo maior de turistas para essa localidade.

Sendo assim, em Parnamirim o turismo é mais desenvolvido - fato que corrobora com a ideia de que não basta o espaço físico favorável para o desenvolvimento do Turismo, é necessário uma série de serviços para que seu uso seja efetivado.

No que se refere à distribuição dos tipos de estabelecimentos comerciais e serviços, por praia, é evidente a sua concentração em algumas praias, como, por exemplo, em Pirangi do Norte-Parnamirim e em Barra de Tabatinga -Nísia Floresta, conforme mostra a Tabela 4.

TABELA 4- Distribuição de Tipos de Comércio e Serviços Públicos e Privados, por praia, nos municípios de Parnamirim e Nísia Floresta.

Praias	Total de Comércios e Serviços
Parnamirim	
Pirangi do Norte	108
Cotovelo	8
Pium	92
Nísia Floresta	
Barreta	25
Camurupim	24
Barra de Tabatinga	43
Búzios	39
Pirangi do Sul	25
Total	364

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2012.

Embora o número de estabelecimentos localizados na praia de Búzios não seja muito superior ao encontrado em Barra de Tabatinga, esta última assume uma maior importância pelo fato de alguns serviços como correios, farmácia e posto policial somente serem encontrados nessa praia, ao longo de todo o litoral de Nísia Floresta. Pode-se melhor visualizar a concentração desses estabelecimentos nas Figuras 2 e 3.

FIGURA 2- Localização e distribuição de tipos de comércio e serviços públicos e privados no litoral de Parnamirim.



Fonte: imagens Google, 2010
Org. Mariana Torres

FIGURA 3- Localização e distribuição de tipos de comércio e serviços públicos e privados no litoral de Nísia Floresta.



Fonte: Imagens Google, 2010
Org. Mariana Torres

Verifica-se na área analisada que, a partir da década de 1990, ocorreu uma significativa expansão dos serviços e do comércio para atender à crescente demanda de usuários, conforme apontam os estudos realizados por Oliveira (2013). Dados da pesquisa de campo mostram que a maioria dos estabelecimentos entrevistados iniciou suas atividades nas duas últimas décadas, entre o período de 1993 e 2012, conforme apresenta a Tabela 5 abaixo – justamente quando se verifica a expansão do Turismo e a intensificação do uso de casas de veraneio.

TABELA 5 -Período de abertura dos estabelecimentos comerciais e de serviços.

Período	Parnamirim e Nísia Floresta	
	N	%
1972 – 1982	06	6,12
1983 – 1992	10	10,20
1993 – 2002	30	30,61
2003 – 2012	51	52,04
Não informado	01	1,02
Total	98	100

Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

Assim, no período entre 1993 e 2012, foram abertos 82,65% dos estabelecimentos em funcionamento no litoral de Parnamirim e Nísia Floresta.

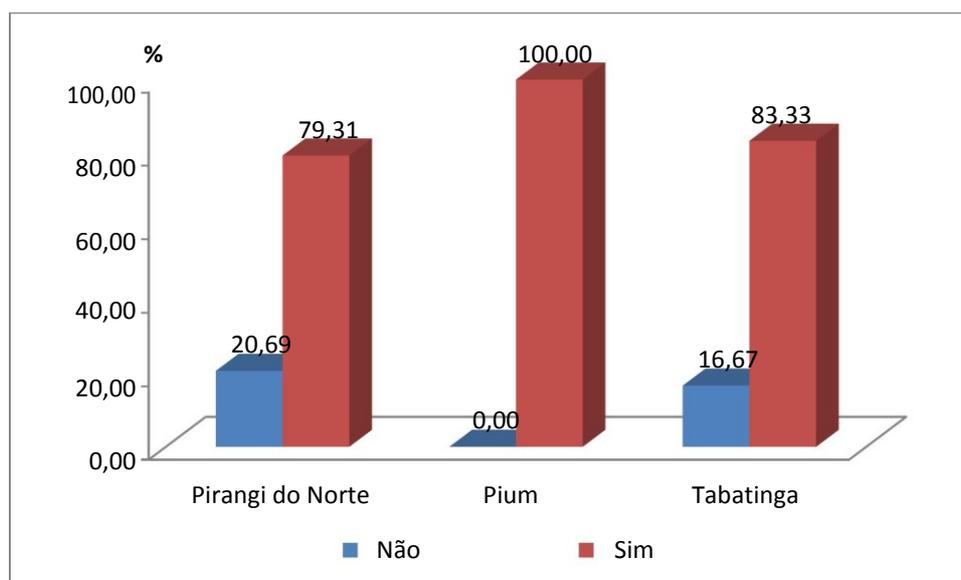
O funcionamento desses estabelecimentos é regido pela sazonalidade, característica inerente às áreas litorâneas de desenvolvimento da atividade turística. No período de alta estação - nos meses de dezembro a fevereiro, como também no mês de julho -, hotéis e pousadas recebem expressivo número de hóspedes; restaurantes, bares e casas de shows abrem diariamente suas portas; e a procura por produtos nos estabelecimentos comerciais se intensifica, evidenciando uma centralidade significativa, dada a atração que exerce tanto em investidores, quanto em consumidores e usuários dos serviços oferecidos.

Na baixa estação, a realidade se passa diferentemente: os estabelecimentos comerciais tendem a eleger dias específicos para funcionar - geralmente nos fins de semana, quando as praias ganham uma dinâmica maior em comparação com os dias úteis da semana. Nessa época do ano, restaurantes e bares costumam funcionar para atender, especialmente, clientes de Natal que se deslocam até o litoral para apenas consumirem serviços de restauração, retornando em seguida para essa capital. Esta se constitui uma das estratégias de “sobrevivência” de alguns bares e restaurantes do litoral. Muitos estabelecimentos, inclusive, encerram suas atividades nesse período, na medida que a fraca demanda não justifica seu funcionamento, sobretudo no caso das franquias de lanchonetes e pizzarias, que permanecem no litoral apenas no período da alta estação.

Alguns tipos de comércio e de serviços privados que servem aos usuários de segunda residência, tais como padaria, lojas de conveniência e empórios, mesmo com a queda significativa nas vendas, continuam funcionando, pois passam esse período atendendo à pouca demanda local.

A dinâmica de funcionamento dos estabelecimentos também está intrinsecamente ligada ao tipo de cliente atendido nessas localidades. Tal premissa pode ser comprovada observando-se a dinâmica dos estabelecimentos comerciais e dos serviços em Pirangi do Norte e Pium. A primeira, por ser a praia onde os estabelecimentos atendem a um maior número de turistas (13,79%), é a que apresenta o maior número de estabelecimentos que não funcionam durante todo o ano (20,69%), conforme mostra o Gráfico 1. Já os estabelecimentos de Pium, por atenderem, em sua maioria, à população local (53,85%), mantêm-se funcionando durante todo o ano.

GRÁFICO 1- Funcionamento dos Estabelecimentos durante todo o ano.



Fonte: pesquisa de campo, 2012.

Neste sentido, a sazonalidade dos fluxos gera uma flexibilidade nos usos dos fixos (estabelecimentos comerciais e de serviços). No período de baixa temporada, alguns estabelecimentos comerciais e de serviços encerram suas atividades, enquanto outros veem seu uso e finalidade ficarem na dependência da ocorrência e da intensidade dos fluxos. Pode-se visualizar essa dinâmica nas Figuras 4 e 5 abaixo, representadas por uma das franquias da sanduicheira *Pits Burg*, que mantém suas atividades na praia de Pirangi do Norte – Parnamirim, apenas na alta estação, desmontando sua estrutura de funcionamento na baixa estação.

FIGURAS 4 E 5 – A sanduicheria “Pitts Burg” na alta e na baixa estação, respectivamente em Pirangi do Norte- Parnamirim

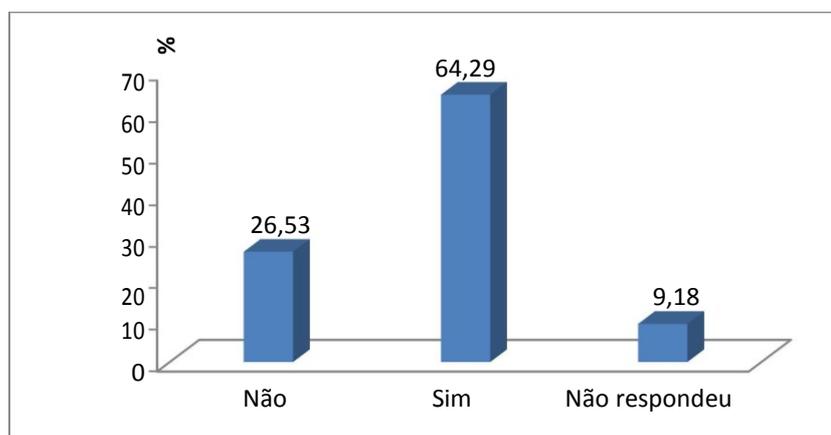


Fotos: Elizângela Oliveira – Trabalho de campo, 2012.

A flexibilidade é uma característica marcante da Sociedade Contemporânea, especialmente quando se trata de atividades voltadas para o lazer e o turismo, uma vez que são atividades de grande mobilidade, marcadas fortemente por sazonalidades distintas (a alta e a baixa estação).

A análise da sazonalidade, enquanto uma das especificidades da racionalidade econômica e espacial das áreas que vêm se especializando no (e para o) lazer e turismo, revela a existência de uma economia local fragilizada baseada no oferecimento de serviços voltados para o lazer, que fica na dependência da sazonalidade, sendo esta um fator limitante para o desenvolvimento das áreas litorâneas aqui enfocadas. Inclusive é na alta estação que se contrata uma quantidade maior de mão de obra para os estabelecimentos, conforme apontam 64,29% dos entrevistados (ver Gráfico 2). Na baixa estação, essas pessoas são demitidas voltando a ser desempregadas.

GRÁFICO 2- Contratação temporária na alta estação



Fonte: pesquisa de campo, 2012.

Assim, a sazonalidade presente na área é um dos fatores que contribuem para a fragilidade da economia local. Outro fator que interfere de forma paradoxal é em relação a Natal, que, devido à sua forte centralidade, impulsiona e ao mesmo tempo inibe o desenvolvimento da economia local, pois, além de se constituir importante área emissora de população flutuante, sua proximidade, diversidade de produtos e serviços, bem como a facilidade de créditos, dificultam a expansão dos serviços e do comércio dessas localidades.

5. CONCLUSÕES

Na Sociedade Contemporânea, a busca pelo prazer torna-se algo cada vez mais apreciado. Atividades relacionadas ao lazer vêm sendo, cada vez mais, comercializadas e o lazer passa a ser uma forma um tanto inédita de se venderem novos produtos.

No caso enfocado neste estudo – a faixa litorânea ao sul de Natal, correspondente aos municípios de Parnamirim e Nísia Floresta -, a segunda residência e a atividade turística se constituem em expressão máxima do lazer, a ponto de desencadear uma nova dinâmica na área e de propiciarem a implantação de infraestrutura, além de promoverem o crescimento de uma variedade de comércio e de serviços, que surge para atender às demandas de consumo do usuário dessa modalidade de residência e do turista.

No entanto, apesar de o estudo ter constatado um maior crescimento no número dos tipos de comércio e de serviços no período caracterizado pela refuncionalização daquela área para o (e pelo) lazer, verificou-se que a economia local é bastante fragilizada devido a dois principais fatores: a sazonalidade e a centralidade de Natal, que, ao mesmo tempo que impulsiona, inibe o crescimento do comércio e dos serviços na área.

Constatou-se que, devido à função de complementaridade da economia do litoral de Nísia Floresta e de Parnamirim à economia de Natal, sua dinâmica de funcionamento é regida pela dinâmica desse centro urbano, sobretudo no que se refere aos fluxos de turistas e de usuários de segunda residência, tendo em vista que a maioria destes é oriunda de Natal. A mesma dependência ocorre no que se refere ao fluxo de turistas, haja vista os municípios de Parnamirim e Nísia Floresta serem lugares de visita turística e os turistas que chegam nessas localidades geralmente estarem hospedados no principal polo receptor do Estado: Natal. Mas, se, por um lado, a proximidade com Natal inibe um maior desenvolvimento do comércio e serviços na área - tendo em vista que Natal dispõe de maior quantidade e melhor

qualidade dos serviços ofertados do que os do litoral analisado-, por outro, a economia local termina por se justificar a partir do transbordamento das demandas por lazer existentes em Natal (usuários de segunda residência e turistas). Ressalte-se que o aumento no número de tipos de comércio e de serviços ocorreu em função dessa demanda.

No que se refere à sazonalidade, esta impõe-se enquanto fator limitante para a manutenção e o crescimento da economia nas localidades estudadas, tendo em vista a oscilação do fluxo de turistas e veranistas ao longo do ano. Tal fator exige dos empresários a criação de alternativas para lidar com as especificidades de cada temporalidade. Na baixa estação, algumas medidas como: a diminuição de seus estoques e de mão de obra, e a utilização do lucro obtido na alta estação como fundo de reserva para enfrentar as dificuldades da baixa estação, constituem-se algumas das medidas comuns entre os empresários do Setor de Comércio e Serviços, enquanto na alta estação verifica-se um aumento nas vendas do Setor de Comércio e Serviços; geração de emprego; reabertura de tipos de comércio e de serviços - entre eles as franquias que encerram suas atividades na baixa estação, voltando a se estabelecer no litoral-; inserção de novos empreendimentos provenientes de outros municípios e estados.

Conclui-se, assim, que a flexibilidade do fluxo de turistas e de usuários de segunda residência, decorrente da sazonalidade, gera uma flexibilidade dos fixos, ou seja, do funcionamento dos tipos variados de comércio e de serviços naquela área.

REFERÊNCIAS

- Baudrillard, J. (2010). *A sociedade do consumo*. Biblioteca Nacional de Portugal: Arte e comunicação, pp.121-252.
- Bruhns, H. T. (1997). Relações entre a educação física e o lazer. In: H. T. Brunhs (org.). *Introdução aos estudos do lazer*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP. (pp.33-37)
- Cruz, R. C. A. da. (2001). *Introdução à Geografia do Turismo*. São Paulo: Rocca.
- Dumazedier, J. (2004). *Lazer e Cultura Popular*. (3a ed). São Paulo: Editora perspectiva S.A.
- Fonseca, M. A. P. da. (2011). Turismo e divisão territorial do trabalho no Polo Costa do Sol/RJ. *Mercator*, 10(21), p. 103-120.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). *Censo demográfico de 2010*. Recuperado em outubro, 2010, de http://www.ibge.gov.br/servidor_arquivos_est/.

Kon, A. (1999). Sobre as atividades de Serviços: revendo conceitos e tipologias. *Revista de Economia Política*, 19(2), 64-83.

Lipietz, A. (1988). *O capital e seu espaço*. São Paulo: Nobel. (coleção espaços).

Marcellino, N. C. (2002). *Estudos sobre o lazer: Uma introdução*. (3a ed.). (Coleção educação física e esportes). Campinas, SP: Autores associados.

Offe, C. (1991). *Trabalho e sociedade: problemas estruturais e perspectivas para o futuro da sociedade do trabalho*. (vol. II, 180p.). (G. Bayer & M. Martincic, Trad.). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. (Obra original publicada em 1984).

Oliveira, E. J. de. (2013). *Lazer e urbanização: a dinâmica do setor de serviços no litoral de Parnamirim e Nísia Floresta*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil.

Sanchez, J. E. (1991). *Espacio, economia y sociedad*. Madrid: Siglo XXI.

Santos, M. (2008). *Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia*. (6a ed.). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

Urry, J. (1999). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. (2a ed.). (C. E. M. de Moura, Trad.) São Paulo: Studio Nobre – SESC. (Obra original publicada em 1990)