

**PERSPECTIVA E ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DE
AVENTURA NO LITORAL DE AREIA BRANCA (RN) NA ÓTICA DE
DOIS EMPREENDEDORES**

**PERSPECTIVE AND ANALYSIS OF THE TOURISTIC POTENTIAL OF
ADVENTURE IN THE COAST OF SAND WHITE (RN) FROM THE
VIEWPOINT OF TWO ENTREPRENEURS**

Ivânia Melo Souza¹

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Departamento de Administração,
Natal, RN, Brasil

¹ Bacharelada em Turismo – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. E-mail:
ivaniamel090@hotmail.com

RESUMO

Areia Branca/RN é um município brasileiro localizado no litoral norte do estado do Rio Grande do Norte, situado na região da Costa Branca. A terra do sal como também é conhecida, é privilegiada pelo Porto Ilha, praias, dunas e falésias, além de uma porção territorial dominada pelo sertão, apresentando uma das mais ricas e variáveis formações geográficas do estado. A diversidade de atividades de turismo de aventura no município de Areia Branca vem buscando se solidificar nesse segmento, variando de acordo com diferentes aspectos e funções dos territórios em que são manuseados, dos equipamentos, habilidades, técnicas exigidas em relação aos riscos que podem envolver e da contínua inovação tecnológica. Assim, o presente trabalho tem como objetivo saber de que forma a prática do turismo de aventura no litoral de Areia Branca/RN pode ser utilizada com vistas a efetivar o incremento e a expansão do turismo, na ótica de dois empreendedores que praticam e ensinam esses esportes. O estudo caracteriza-se como descritivo-exploratório através de pesquisa qualitativa, onde foi elaborada uma entrevista. A análise dos resultados obtidos através do roteiro de entrevista com esses atores possibilitou entender o atual contexto do turismo de aventura em Areia Branca e suas perspectivas, assim pôde-se visualizar os recursos reais e potenciais deste segmento. Desse modo o turismo de aventura em Areia Branca/RN, configura-se como um agente potencial promotor de desenvolvimento no município, podendo contribuir para que haja a preservação do patrimônio natural e prática de esportes de aventura, descentralizando a oferta de turismo de sol e mar e diversificando a oferta turística. Percebe-se, no entanto, que apesar das dificuldades encontradas pelos empreendedores do segmento, o litoral tem potencial para se desenvolver, mas para isso tem que haver o envolvimento das comunidades junto com o poder público e privado.

Palavras-Chave: Turismo de Aventura. Desenvolvimento Regional. Gestão Municipal.

ABSTRACT

The city of Areia Branca/RN is located in the northern coast of Rio Grande do Norte, in a region called White Coast (Costa Branca). It is geographically characterized as an island. The Land of Salt is privileged for it has the Island Port (Porto Ilha), beaches, dunes, cliffs, as well as part of its territory covered with the rich varieties of geographical formations of the state. The diversity of adventure tourism activities has been consolidating. It varies according the social aspects and functions of the territories and equipment, abilities, the risks involved and the continuous technological innovations. This study investigates how adventure tourism in the coast of Areia Branca/RN can be used to implement the expansion of tourism based on the perception of some social actors that practice and teach this type of sports. This is a descriptive-exploratory study using the qualitative research. It elaborated a semi-structure interview. The analysis of the results provided the understanding of the current adventure tourism context in the city of Areia Branca and its perspectives. We can visualize their real and potential resources. Thus, this activity is a potential agent that can develop the city. It can contribute for the preservation of the natural resources and the practicing of the sports providing a different perspective other than only sun and sea tourism. We perceive that, despite the difficulties faced by entrepreneurs, the coast can develop with the help and support of the communities along with public and private policies.

Keywords: Adventure Tourism. Regional Development. Tourism Potential.

1. INTRODUÇÃO

O fluxo de pessoas interessadas em desfrutar de áreas naturais vem crescendo em todo o mundo. O perfil de pessoas ávidas por uma maior interação com a natureza, com povos tradicionais, em busca da sensação de alívio e descanso que esses locais podem proporcionar aumenta a cada período. Além disso, o mercado turístico atento às novas exigências e preferências dos consumidores, tem formatado e lançado inúmeros produtos e serviços turísticos com base no uso de recursos naturais, o que contribuiu para o incremento do segmento ecoturístico no mundo. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), enquanto o turismo cresce 7,5% ao ano, o ecoturismo cresce mais de 20% (OMT, 2011 *apud* NÓBREGA E DANTAS 2014, p. 02).

No Brasil, com uma política de turismo intencionada a promover o setor ecoturístico, o Estado passou a considerar a atividade um elemento essencial para o desenvolvimento socioeconômico do país, então, mais que incrementar o turismo, buscou-se diversificar a oferta turística vigente, bem como descentralizar o planejamento turístico (BENI, 2006). Para tanto, foram lançados diversos programas e planos. Na região amazônica, por exemplo, foi trabalhado o Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal (PROECOTUR); na Região Nordeste, o Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR). No território nacional brasileiro também ocorreram algumas ações que desenharam um constructo da política atual brasileira, isto é, princípios de descentralização e gestão participativa através do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) (NÓBREGA E DANTAS 2014, p. 02).

Entretanto, Areia Branca também vem modificando esse cenário, com empreendedores de visão nesse mercado autêntico, que é a prática do turismo com o grande diferencial do contato com a natureza. Acredita-se que as ofertas existentes desse turismo são capazes de gerar desenvolvimento turístico e incentivo para novos investidores.

Visto que visitantes ao se interessarem por algumas das práticas, provavelmente irão gastar seu dinheiro na comunidade com hospedagem, alimentação e transporte. A expectativa da comunidade e dos condutores desses esportes é a exploração de novos atrativos sendo que o investimento no local é necessário para atender a demanda de todos os atores envolvidos. A estratégia de marketing é indispensável para divulgação do local no mundo, podendo ser um portal na *web* com dicas de passeios, guias, locais de

hospedagem, transporte e alimentação, badalações, cultura local entre outros, principalmente para atrair turistas com esses gostos.

É possível identificar que existem turistas de vários perfis, assim como, o tipo de aventura que estes desejam envolver-se com a natureza. Pode-se afirmar que não é o perfil do turista de massa. Nascimento e Silva (2009, p. 106) caracteriza o turismo de massa pelo grande volume de pessoas que viajam em grupos ou individualmente para os mesmos lugares, geralmente nas mesmas épocas do ano.

Esse tipo de turismo acaba sendo considerado o grande responsável pelas agressões dos espaços naturais, uma vez que o excesso de turistas leva ao superdimensionamento dos equipamentos relacionados à superestrutura dos meios turísticos, que ocupam grandes espaços, contribuindo assim, para a agressão de paisagens, conseqüentemente para a destruição dos ecossistemas. E observa-se que a cultura turística destes visitantes geralmente mostra pouca ou nenhuma preocupação com a preservação da natureza ou da cultura local (BOYER, 2003).

Percebe-se que, mesmo dotado dos elementos necessários com vista na expansão desse segmento de turismo de aventura, o município de Areia Branca/RN, ainda caminha a passos iniciais no que se refere à expansão da prática de turismo de aventura.

Diante de todos os pontos abordados, esta pesquisa busca saber: De que forma a prática do turismo de aventura no litoral de Areia Branca pode ser vista como um potencial turístico da região?

O diferencial na cidade para quem deseja visitar e se envolver com o turismo de aventura são as paisagens naturais e seus atributos específicos. A região está situada no Polo Costa Branca, onde possui grande potencial turístico ainda não explorado devidamente. Por isso, é urgente pensar na necessidade de ações voltadas para o desenvolvimento do turismo de aventura. Nota-se ainda, que o incentivo dos setores público e privado é incipiente, obrigando a iniciativa privada e pública a priorizar o crescimento local e a geração de emprego e renda através dos incentivos em seu próprio setor (MARINHO E UVINHA, 2009).

Dentro dessa perspectiva de exploração do turismo de aventura na região, o esporte pode ser um dinamizador e contribuir com a movimentação das ações que possam gerar novas formas de diversão nessa área. Dessa forma, colocando em foco a exploração do turismo de aventura da região, poder-se-á contribuir diretamente com o crescimento deste setor.

Partindo-se desse aspecto, a cidade de Areia Branca-RN já tem empreendedores com visão de curto, médio e longo prazo para o desenvolvimento aventureiro, porém, observa-se que o fluxo de turistas interessados nessas atividades, ainda é insignificante por conta da falta de infraestrutura e divulgação da localidade. Neste sentido, o presente estudo visa proporcionar uma visão acerca do turismo de aventura, como forma de progredir a região, contribuindo assim para a desmistificação do nicho “Sol e Mar”.

A pesquisa tem como objetivo geral analisar os impactos do turismo de aventura das praias de Areia Branca (RN), a partir da visão de dois empreendedores envolvidos no cenário do turismo aventura areia-branquense. E os objetivos específicos são a) caracterizar as principais atividades do turismo de aventura da cidade de Areia Branca (RN); b) analisar o atual contexto do turismo de aventura e lazer na Cidade de Areia Branca (RN); c) identificar os principais recursos, reais e potenciais, relacionados à atividade do turismo de aventura.

A pesquisa tem uma abordagem qualitativa com o objetivo exploratório e descritivo tendo como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e de campo. A pesquisa qualitativa dar-se-á por meio de entrevista, pois para esse tipo de método utiliza-se de qualificação nas coletas e no tratamento das informações (MICHEL, 2005).

Para esta pesquisa enquadram-se como entrevistados, dois empreendedores que trabalham com o turismo de aventura no litoral de Areia Branca, os quais ofereceram informações que possibilitaram uma análise do objeto escolhido pela pesquisa.

A escolha pelas praias de Areia Branca/RN se deu por acreditar no desenvolvimento do turismo de aventura na região, na qual há várias áreas de conservação ambiental como dunas e falésias, com o intuito de oportunizar estudos relacionados à temática do turismo, como também o progresso de outros setores do município.

Assim, a partir dos dados coletados, foi feita a análise para responder o interesse da pesquisa. Podendo por meio disso, analisar e confrontar a realidade do lugar, com relação ao turismo de aventura no litoral de Areia Branca partindo dos segmentos que o município oferece na atualidade.

Por fim, o segundo método empregado foi o da análise narrativa por meio da interpretação. Dencker (2007, p. 172) descreve a interpretação como sendo o real material em termos do propósito de pesquisa. O pesquisador fará as ligações lógicas e as comparações para enunciar princípios para generalizações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITOS DE TURISMO DE AVENTURA E SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

Fuster (1997, p. 3 *apud* CORIOLANO e VASCONCELOS, 2014 p. 10) diz que o turismo é “uma viagem ou conjunto de viagens cujo objetivo é o prazer, por motivos comerciais, profissionais ou outros análogos, durante os quais a ausência da residência habitual é temporária”.

De acordo com Brizola et al (2010), na década de 1980 ocorreram algumas reflexões sobre o turismo de aventura. Diante de questionamentos, estudiosos da época abordaram a discussão onde transmitia o fator do setor econômico como uma ação primordial para o lucro.

No fim dos anos 90, esse pensamento foi se diversificando e os primeiros equipamentos para a realização de atividades na natureza começaram a ser produzidos no Brasil (BUCKLEY E UVINHA, 2001). Em 1999, foi organizada a primeira feira do setor de Turismo de Aventura, a *Adventure Sports Fair*, que proporcionou a promoção e conhecimento sobre as atividades do segmento. A feira teve um importante papel para o associativismo do segmento, onde algumas associações foram criadas (BRIZOLA et al. 2010 p.13).

Em 2001, a primeira definição de Turismo de Aventura foi elaborada no Brasil, na Oficina para a Elaboração do Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Aventura, realizada em Caeté, Minas Gerais. Já em 2003, o Ministério do Turismo, iniciou o debate sobre a criação de um marco regulatório para o segmento. No mesmo ano, foi elaborado um diagnóstico nacional e internacional que visava identificar experiências de normalização, certificação e regulamentação da área, sendo posteriormente definido um novo conceito (BRIZOLA et al. 2010 p.13).

Segundo Coriolano et al (2011 p. 04), “O esporte por atividades empreendedoras visa desenvolver o lugar por meios de fins lucrativos, trazendo desenvolvimento econômico, turístico e social para a comunidade”.

Entende-se que esse turismo se diferencia e vem ganhando espaço no mercado a cada dia. Quem compra pacotes em agências de turismo e faz viagens programadas, se enquadra no denominado turismo de massa.

Ao contrário do turismo massificado, predominante nas décadas de 50 a 70, a nova tendência da atividade turística é o turismo alternativo, de acordo com Krippendorf (2000, *apud* NASCIMENTO e SILVA, 2009, p. 108) personalizando o produto turístico, atendendo às expectativas do turista, que cada vez mais valoriza experiências pessoais significantes.

Dessa forma, segundo os autores Nascimento e Silva (2009, p.108) em que se aborda que “o pós-turismo compartilha com essa tendência de expressão por experiências gratificantes que possibilitam o sentir da cultura que está se visitando e o sentir das peculiaridades características do local”.

Comunidades em que o turismo se adequa as realidades locais, pode se destacar se existir o associativismo. Que segundo (CORIOLANO e VASCONCELOS, 2014, p.14), pode se caracterizar por:

“[...] Roteiros que prezam a valorização da cultura e sustentabilidade da natureza e a cultura local. Renda repartida e ampliação da moeda circulando em pequenos lugares visitados pelos turistas levam à satisfação de residentes anfitriões, assim como de turistas bem recebidos, indicadores do turismo comunitário. Nele, o turista é levado a interagir com o lugar e com as famílias residentes, de pescadores, ribeirinhos, pantaneiros ou indígenas”.

Como visto, as atividades de turismo de aventura são diversificadas e buscam atender deste modo aos diversos perfis de turista, que procuram esta atividade em busca de emoção entre outros fatores. É importante considerar ainda, que tais atividades contribuem agregando valores à oferta turística, tornando-a mais diversificada, conseqüentemente aumentando a permanência do turista na localidade visitada (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

O turismo de aventura traz riscos que nem sempre podem ser controlados, por isto, faz-se necessária a qualificação constante de instrutores, guias e condutores, estes precisam se atualizarem para poder assim, melhor conhecer o perfil dos clientes, de modo que a partir deste conhecimento possam determinar quais atividades se adequam a cada perfil, podendo desta forma reduzir o risco de acidentes entre outros fatores. O planejamento da implantação e a manutenção de materiais confiáveis são indispensáveis e não podem ter problemas. A empresa deve se responsabilizar por qualquer eventual problema que seu empreendimento possa vir a causar aos usuários, devendo isto passar a tornar-se regra (OLIVEIRA e COVOLAN, 2008; ARAÚJO, 2009; MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, *apud* ALMEIDA, 2013, p. 25-26).

Entende-se que o processo produtivo no turismo integra vários setores econômicos, mais do que isso, integra setores complementares. Assim considera que no turismo, o turista necessita se deslocar ao local escolhido para consumir o produto turístico, pois este, não pode ser entregue ao seu comprador, diferente de muitos produtos disponíveis no mercado. Uma destinação turística necessita ter uma “matéria-prima” deste produto, sejam monumentos, paisagem, tradições, infraestrutura criada, dentre outros, denominado oferta primária ou original (CUNHA E BAZOTTI, 2015 p.07).

Segundo Zeni (2003, p.106, *apud* CUNHA E BAZOTTI, 2015, p. 07), “o desenvolvimento, não ocorre por si só, ele depende de ações bem definidas e claras por parte da sociedade organizada, governos e a própria iniciativa privada”. E salienta que a forma mais simples de apoiar o desenvolvimento é desenvolvendo condições de crescimento para os empreendedores locais já existentes, bem como, para o surgimento de novos empreendedores.

Partindo desse entendimento, Barquero (2001, p.39 *apud* CUNHA E BAZOTTI, 2015 p.06) afirma que o desenvolvimento local se propõe a atender às necessidades da população residente através da participação ativa da comunidade envolvida, buscando o bem-estar econômico, social e cultural da comunidade e conseqüentemente a melhoria do nível de vida dessas pessoas, pois "as comunidades locais têm uma identidade própria, que as leva a tomarem iniciativas visando assegurar o seu desenvolvimento"

Com base nos princípios de desenvolvimento, o turismo é um dos instrumentos de grande importância para o crescimento econômico e social de diversas regiões, possibilitando a expansão de mercado de trabalho, gerando empregos e conseqüentemente, renda (FIRMINO, 2007).

Segundo Oliveira (2002, p. 01) “no Brasil, o turismo impacta cinquenta e dois (52) segmentos diferentes da economia, empregando em sua cadeia, desde a mão de obra mais qualificada até aquelas que não exigem maior qualificação”.

Estas são algumas das razões pelas quais o turismo cultural, ecológico e naturalista tem crescido na preferência das pessoas, logo novas identidades pós-modernas irão se desenvolver, especialmente, em novas demandas criadas e materializadas em diferentes estilos de vida e viagem (KRIPPENDORF, 2000, *apud* NASCIMENTO e SILVA, 2009, p. 108).

Entretanto, os objetivos desta pesquisa perpassam em assegurar que o turismo de aventura pode e deve contribuir com uma gestão mais organizada para a atividade. E deste

modo, para alcançar esse fim, pode-se mencionar Beni (1991, p.7), que traz três elementos importantes para a gestão futura do turismo que são: 01) inovação (criatividade, imaginação, questionamentos); 02) desempenho (produtividade) e 03) qualidade (profissionalismo e busca permanente da satisfação do cliente).

Ao abordar esses elementos, Beni (1991) acredita que a gestão para desenvolvimento racional da atividade turística deve ser pautada por esses elementos citados e em princípios e práticas que auxiliem a consecução do cenário de desenvolvimento desejado, otimizando os serviços prestados (NASCIMENTO e SILVA, 2009, p. 111).

Os desejos e anseios de cada ser humano são únicos, o que dificulta na hora de classificar os diferentes tipos de turista, sem contar é claro, das mudanças comportamentais de todos. Para isto são criadas inúmeras divisões para se facilitar o trabalho na hora de classificar o perfil de cada cliente. Segundo Palhares e Panosso Netto (2008, *apud* PERLIN, 2010, p. 18) trazem os quatros critérios que a OMT definiu em 2001 para classificar os turistas, são eles:

1. Demográficos – idade dos consumidores, sexo, estilo de vida das famílias e renda.
2. Geográficas – nação, estados, regiões e cidades.
3. Psicológicas – segundo o comportamento do consumidor- motivos para viajar, características do turista, necessidades e preferências.
4. Econômicas – grande consumidor, pequeno consumidor, baixa renda e alta renda (OMT *apud* PALHARES; PANOSSO NETTO, 2008, p. 167).

Além destas, ainda existem outros tipos de classificação que auxiliam na segmentação dos turistas, entre elas, uma que foca o tipo de turista. Panosso Netto e Ansarah (2009, p. 5 *apud* PERLIN, 2010, p. 18) citam a divisão de turistas criada por Smith, em 1989, onde define os turistas em:

- Exploradores: aqueles que procuram novos conhecimentos e saberes. Geralmente adaptam-se aos costumes locais, mas sem esquecer os elementos da tecnologia.
- Elite: escolhem programas exclusivos, muito caros, mas que aceitam viver uma semana numa comunidade indígena, nas mesmas condições.
- Inusuais: aqueles que visitam a América do Sul em *tours* organizados, para passarem um dia com um grupo indígena, porém, preferem a refeição oferecida pela companhia de turismo.

- Massa: propriamente ditos são aqueles que lotam os lugares em grandes grupos com guias que falam seu idioma; ficam somente em hotéis adaptados aos seus costumes; são pessoas para as quais o destino não importa, já que muitas vezes ganharam essa viagem.
- Fogem do familiar: são aqueles que não querem se misturar com os turistas de massas, e que querem fazer alguma coisa totalmente diferente na sua viagem.

A segmentação do mercado turístico, não se limita apenas a definir o seu público-alvo, mas também em analisar e classificar quais os tipos de turismo já existentes. Sendo que a cada dia, surge um novo nicho dentro do turismo, fazendo com que cada vez mais o turismo se torne mais personalizado (PERLIN, 2010, p. 19 *apud* PALHARES E PANOSSO NETTO, 2008).

Segundo Perlin (2010, p. 19 *apud* PALHARES E PANOSSO NETTO, 2008) não adianta mais o turismo oferecer somente serviços de boa qualidade, ele tem que estar sempre se reinventando para sempre superar as expectativas dos seus clientes. E como não poderia ser diferente, possuindo uma gama enorme de personalidades e anseios, cada vez mais o turismo vai se desmembrando e criando novos braços. Antigamente o turismo era visto unicamente como lazer, sendo uma atividade única e independente, hoje já se tem uma visão diferenciada devido a esta personalização. Isso resultou na criação de inúmeros segmentos, abaixo seguem as definições de alguns tipos de turismo:

- Turismo de negócios: o Ministério do Turismo (BRASIL, 2008a) o define como o conjunto de atividades motivado por encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.
- Turismo gastronômico: Panosso Netto e Ansarah (2009) consideram este segmento uma vertente do turismo cultural, onde os deslocamentos são vinculados às práticas gastronômicas específica de um destino. Podem ser operacionalizados em eventos gastronômicos, circuitos gastronômicos, entre outros.
- Turismo de aventura: o Ministério do Turismo (BRASIL, 2008b) afirma que são os movimentos turísticos motivados pela prática de aventura, sem caráter competitivo, onde existe exclusividade na recreação. Normalmente são atividades que envolvem desafio e riscos avaliados, proporcionando desta maneira sensações diversas e novidade.
- Turismo de estudo: Dias e Aguiar (2002) trazem o conceito de que essas viagens são realizadas por motivações educacionais. Pode ser uma especialização em algum curso, ou viagens temporárias para o aperfeiçoamento de uma determinada língua estrangeira, ou alguma especialização específica.

- Turismo religioso: Dias e Aguiar (2002) relacionam este segmento com as romarias e peregrinações a lugares sagrados. Devido às diversas manifestações religiosas existentes, existem inúmeros destinos que podem ser visitados, como Jerusalém, em Israel e Meca, na Arábia Saudita.
- Turismo cultural: o Ministério do Turismo (BRASIL, 2008c) define como sendo atividades turísticas que estão relacionadas com a visita aos patrimônios históricos e culturais, incluindo também os eventos culturais, destacando assim os bens materiais e imateriais da cultura nacional.
- Ecoturismo: segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2008d) o ecoturismo consiste na realização de atividades turísticas em ambientes naturais, de forma sustentável, incentivando a conservação e tentando criar uma conscientização ambientalista.
- Turismo esportivo: para Dias e Aguiar (2002) este segmento teve surgimento devido aos inúmeros grandes eventos relacionados ao esporte, como as Olimpíadas, Copa do Mundo, corridas (Fórmula-1 e Nascar), maratonas (ex. Corrida de São Silvestre em São Paulo), torneios entre outros.
- Turismo rural: o Ministério do Turismo (BRASIL, 2008e), determina o turismo rural como sendo um conjunto de atividades realizadas no meio rural. Empenhado com produção agropecuária, reconhecendo e promovendo o patrimônio cultural da comunidade.

De acordo com Perlin (2010, p. 21) esses são apenas alguns dos exemplos que podem ser citados. Para Panosso Netto e Ansarah (2009) a lista continuaria com inúmeros segmentos como turismo de lazer, arqueológico, comunitário, cultural, LGBT, rural, ecoturismo, industrial, científico, de eventos, ecoturismo, automobilístico, temáticos, mórbidos, náuticos, esotéricos, de intercâmbio, religioso, ferroviário, futebolístico, virtual, e até mesmo espacial. Sem esquecer que muitas vezes estes mesmos segmentos já podem estar subdivididos, no caso do exemplo citado de turismo de negócios, onde o mesmo pode ser subdividido em viagens corporativas, eventos empresariais e viagens de incentivo.

3. ASPECTOS E CARACTERÍSTICAS SOBRE AREIA BRANCA

3.1 GEOGRAFIA, HISTÓRIA E ECONOMIA

Segundo o Ministério do Turismo, os destinos e equipamentos turísticos de cinco municípios do Rio Grande do Norte, localizados na Costa das Dunas, passaram a integrar a Rota das Falésias, roteiro turístico que envolve oito municípios do litoral leste cearense.

A inclusão dos novos destinos foi decidida durante reunião do Comitê Gestor do roteiro realizado em 15 de dezembro de 2016 em Fortaleza (CE).

A proposta foi aprovada pelos representantes de associações e entidades de empreendedores turísticos dos municípios que compõem a rota. Os municípios potiguares que passam a integrar a Rota das Falésias são: Tibau, Grossos, Areia Branca, Porto do Mangue e Mossoró. Todos integram o polo turístico Costa Branca, no Rio Grande do Norte. A nova configuração do roteiro é fruto de um processo de discussões e estudos envolvendo os empresários dos municípios e do Sebrae do Ceará e do Rio Grande do Norte.

As duas regiões têm potenciais turísticos complementares que contribuirão para atrair mais turistas aos estados. A integração do roteiro permitirá também a divulgação conjunta do turismo regional. Aos tradicionais atrativos cearenses como as dunas e falésias de Morro Branco e Canoa Quebrada, juntam-se, do lado do Rio Grande do Norte, além das praias também emolduradas por dunas e falésias, as águas termais de Mossoró, entre muitos outros atrativos que fazem da Costa das Dunas um polo do turismo potiguar pouco explorado.

A Rota das Falésias reúne os atrativos e equipamentos turísticos dos municípios cearenses de Aquiraz, Eusébio, Pindoretama, Cascavel, Beberibe, Fortim, Aracati e Icapuí. Entre os principais cartões postais estão as praias do Porto das Dunas, Prainha, Águas Belas, Morro Branco, Praia das Fontes, Pontal de Maceió, Canoa Quebrada, Redonda e Peroba. Com a mudança, o roteiro passará a ser formado por 13 municípios, sendo oito no Estado do Ceará e cinco no Rio Grande do Norte (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

O município de Areia Branca está inserido no polo turístico Costa Branca. E localizada na região da Costa Branca. A terra do sal, como também é conhecida, é privilegiada pelo porto ilha, praias, dunas e falésias, além de uma porção territorial dominada pelo sertão, apresentando uma das mais ricas e variáveis formações geográficas do estado. As belezas das praias de Areia Branca/RN apresentam um grande potencial para o turismo, e suas características ambientais são propícias para expansão dessas atividades. O Rio Grande do Norte (RN) é visto como um Estado rico em paisagens naturais, com clima agradável o ano todo, que são pontos positivos para prática do turismo de aventura.

Areia Branca, localizada no litoral Norte do RN, a 327 km da capital Natal, possui condições favoráveis ao desenvolvimento da região, pois além das salinas, existe a pesca, prospecção do petróleo, o Porto Ilha que, através do transporte marítimo exporta o sal para vários países, e somando-se a essas características peculiares do território areia-branquense encontram-se os parques eólico e solar de produção de energia e dão um novo visual às paisagens ali presentes.

Como ressalta Gurgel (2002 p. 19), o município de Areia Branca está localizado na Região do Oeste do Rio Grande do Norte, à margem direita do rio Mossoró, nas proximidades de sua foz, olhando o morro do Pontal, divisor de águas, entre rio e o oceano atlântico.

Antes de 1953, quando ainda não haviam sido desmembrados do seu território os municípios de Grossos, (11.12.1953) e Tibau, (21.12.1995), o domínio territorial de Areia Branca, na direção Oeste, ia até o Estado do Ceará; ao Norte era a vastidão do Oceano Atlântico; ao Leste o município do Açú e ao Sul, terras de Mossoró.

Hoje, o território de Areia Branca não vai além do rio Mossoró, na direção Oeste; para o Leste, encontra-se o município de Serra do Mel, (13.05.1988), dando uma nova versão as suas faixas territoriais. Agora, com tantas alterações políticas e geográficas, surgem, além de Serra do Mel e Grossos, um novo vizinho, Porto do Mangue. Antes dessas mudanças, Areia Branca tinha um território de 600 km²; e atualmente, esse território foi reduzido há pouco mais da metade, 374 km².

Segundo Gurgel (2002 p. 19 e 20), o município litorâneo, tem a sua sede plantada à beira de um rio e um território que corre paralelo ao Oceano Atlântico, sem maiores penetrações para o interior do Estado, e todos os seus acidentes geográficos estão ligados ao ciclo das águas.

Sua conexão com o Oceano Atlântico, não tão grande quanto o Pacífico, porém, por apresentar importante valor comercial através de suas rotas entre seus vizinhos na América do Norte e Europa.

Para Areia Branca, o Atlântico não é apenas, desde os dias mais remotos da colonização, o celeiro inesgotável do alimento que abastece as mesas de seu povo e esquentava a sua economia, onde o trabalho dos pescadores enfrentam o rigor dos ventos e das ondas, em frágeis embarcações à vela, nem tão pouco, a líquida estrada, por onde os seus jovens, desde as épocas mais longínquas, se aventuravam em busca de melhores dias

e, os empresários exportavam os mais variados produtos da região como o sal, gesso, algodão, couro e peles.

As águas do Atlântico é uma engrenagem fundamental para a economia do município de Areia Branca. Pode-se afirmar que ele é a matéria-prima primordial na produção do sal. No meio do Atlântico, há o Porto Ilha, visualizado por toda a costa areia-branquense, e em suas margens, brilha o sol que aquece seu povo e dá sustentação a produção salineira, como também, serve de paisagem e emite seus raios a algumas das mais belas praias do Nordeste, Praia do Meio, Upanema, Redonda, Cristóvão e Mel.

Gurgel (2010 p. 20) salienta outro aspecto importante do município, o rio Mossoró, depois do rio Açú, é o rio mais extenso do Rio Grande do Norte, porém, ao contrário do rio Açú, que nasce na Paraíba, o Apodi-Mossoró é genuinamente potiguar. Ele nasce na serra de Luís Gomes, no alto Oeste e, depois de atravessar toda a região, vai desaguar no Oceano Atlântico, pouco além de Areia Branca.

Como o Oceano, o rio Mossoró desempenha, igualmente, uma função social importantíssima. Nos manguezais que se estendem às suas margens, até muito além do município de Grossos, a população mais humilde vai encontrar na pesca do peixe e de crustáceos um valioso meio de sobrevivência. Também como o mar, o rio Mossoró concorre para a produção salineira. Suas águas se espraiam pelas várzeas que o margeiam, até as proximidades da cidade de Mossoró, entre gamboas e salinas.

Uma terceira categoria de acidentes topográficos são as praias já citadas. Há todo um colar de belas praias, enfeitando a Costa Branca areia-branquense, a essas paragens, os visitantes irão se deslumbrar com a sua beleza. Na Praia de Ponta do Mel, a visão luminosa do oceano, do alto da colina, brilha ao sol, com a vila lá embaixo, à beira-mar; na Praia de São Cristóvão, percebe-se a imensidão de areia branca que não acaba mais, como um convite à fantasia dos viajantes. Já em relação a população, de acordo com os dados coletados pelo Censo 2017, o município de Areia Branca tinha, nesse período do referido recenseamento, 27.401 habitantes.

No aspecto histórico, segundo Gurgel (2002 p. 20), o município de Areia Branca foi criado pelo decreto nº. 10, da Junta Governativa do Estado, datado de 16.02.1892 e instalado no dia 31 de março do mesmo ano, dois anos e três meses após a proclamação da República do Brasil. Antes, o território areia-branquense pertenceu ao município do Açú, até 1835; ao Apodi, até 1852 e, finalmente, a Mossoró, até 1892.

Segundo Gurgel (2002 p. 21), a cidade de Areia Branca é uma ilha, cercada de salinas e gamboas, por todos os lados, situada à margem direita do rio Mossoró. O único acesso por terra, até a cidade, é a BR-110, rodovia asfaltada, que liga Areia Branca a Mossoró. Passando nas Pedrinhas e, ao largo da praia do Upanema, a estrada penetra na cidade pela antiga Ilha, onde se localizavam, outrora, pequenas granjas que recebiam o nome genérico de "cercados".

Em relação a cidade Antiga, Gurgel (2002 p. 21) expõe que, nas décadas de 1920 e 1930, (a vila foi elevada à condição de cidade em 1927), Areia Branca formava um quadrilátero, com os seguintes limites: a Oeste, a Rua da Frente, olhando o rio; ao Norte, a Travessa dos Calafates; a Leste, o Alto do Urubu, onde hoje se localiza o Hospital-Maternidade, único na cidade; e ao Sul, a Rua das Almas, começando na Rua da Frente, daí prosseguindo pela Av. Manoel Avelino, até fechar o périplo, no Alto do Urubu.

O coronel Francisco Fausto de Souza, que foi presidente da Intendência Municipal durante catorze anos e Prefeito, durante mais um, no período de 1914 a 1930, procurou dotá-la de uma infraestrutura que oferecesse à população melhores condições de vida e, aos visitantes, uma impressão mais agradável do lugar.

A nova Areia Branca surgiu e segundo Gurgel (2002 p. 22), há algumas décadas, a ocupação daquele quadrilátero urbano, cercado de salinas e gamboas, atingiu a saturação. Areia Branca era uma cidade de quintais. Em seu lugar, foram construídas novas casas. A invasão demográfica abriu novas ruas e foi até os limites da ilha.

Agora, nasce uma cidade nova, na praia de Upanema. Enquanto a Cidade Antiga olhava para o rio, está Cidade Nova se volta para o mar. Belas mansões foram construídas. Hotel, restaurantes e bares, estão à espera dos turistas, nestes novos tempos do século XXI.

Logo, a cidade nova tende a ultrapassar a cidade antiga em suas dimensões, pois, para isto, não lhe falta espaço, tanto na comunidade da praia de Upanema como na Redonda, e em todas essas belas praias, à beira-mar plantadas, estão as novas oportunidades de expansão. Para a iniciativa deste crescimento, seria interessante que a atual administração da cidade, a exemplo do que fez o inesquecível Francisco Fausto de Souza, buscasse, através de um Plano Diretor, soluções sadias para que a cidade nova tenha um crescimento ordenado.

A história prelúdio de Areia Branca data de um período anterior a 1870 e segundo Gurgel (2002 p. 41), no começo era aquele mundo de várzeas, cortadas pelo rio Mossoró

e seus afluentes, suas gamboas, seus manguesais. Um dia, vieram os holandeses e descobriram que havia sal, muito sal, cristalizando nos "baldes" naturais, às margens do rio, onde a água das marés se espreguiçava, nas manhãs de sol. E Cascudo informa que "o holandês conheceu e utilizou as salinas de Areia Branca".

Isto foi no começo do século dezessete aí por volta de 1633, quando os holandeses mandavam e desmandavam no nordeste brasileiro (1630 a 1654). Depois, os holandeses foram embora, expulsados para sempre do Brasil, mas, a vida continuou naquelas planícies de sol e sal e, já em 1708, era concedida uma data de terra a Gonçalo da Costa Falheiro, em Grossos. Certamente, não foi a única.

A história registra que um dos primeiros habitantes de Grossos, em 1750, foi o sargento-mor Souza Machado, fundador de Mossoró. Ele possuía fazendas de criar gado, na região, além de uma indústria de carne salgada na ilha das oficinas, (Porto Franco), carne que era exportada para Pernambuco e Bahia.

Não era apenas no município de Grossos, no entanto, que a ocupação do solo começara. Havia ainda outros núcleos habitacionais, no nordeste do município, como Upanema, Redonda e Mel, à direita do rio Mossoró; e barra, Tibau e outros, à esquerda de sua foz. Menos, na ilha de Maritacaca, território da futura Areia Branca, coberta de uma luxuriante vegetação de árvores nativas (quixabeiras, imburanas, espinheiros), que, a todas as outras povoações absorveria em seu território, quando é levada à condição de Vila – município em 1892.

Na ilha, o que havia realmente, eram apenas poucas palhoças improvisadas por pescadores, à margem direita do rio, perto de sua foz, para se abrigarem do rigor do sal, enquanto cuidavam de suas atividades pesqueiras. Ainda em 1867, quando o Governo Provincial transferiu da jurema para Ilha da Maritacaca ou Ilha das Areias Brancas, por conveniências administrativas, o barracão construído para armazenamento das mercadorias em trânsito para Mossoró e outras áreas, a ilha continuava praticamente deserta. Só em 1870, quando Joca Soares resolveu transferir-se de Mossoró para Areia Branca, começou realmente a ocupação do solo.

Já em relação a economia, segundo Gurgel (2002 p. 71), a história moderna de Areia Branca confunde-se com a história de sua economia. Não obstante alguns episódios desta última situarem-se, ainda, na primeira metade do século passado, com o assassinato de Chico Bianor, ocorrido em 1934, fruto do eterno antagonismo Capital x Trabalho, é realmente a partir das décadas de 60, 70, que as coisas começam a mudar, na economia

areia-branquense, primeiro, com a mecanização do parque salineiro, a fim de atender à demanda do sal, elemento básico da indústria química nacional, cuja expansão era uma das metas do governo juscelinista e, em segundo lugar, com a descoberta do petróleo no solo areia-branquense, no ano de 1984.

Segundo Gurgel (2002 p. 71), a economia do município sempre girou ao redor desse produto básico, o sal. O sal existe em Areia Branca, desde os tempos mais remotos, em sua forma natural, às margens do rio Mossoró, e suas gamboas, cristalizando ao sol, com a invasão das grandes marés, pelas várzeas a dentro. Mais tarde, com a construção dos cristalizadores industriais, enormes tanques, também chamados baldes, começa a exploração racional do sal.

Resumidamente, pode-se dizer que o sal é fruto de três fatores naturais: a água do mar, o solo impermeável do baixo oeste potiguar e o sol do Nordeste Brasileiro.

Segundo Gurgel (2002 p. 75), a princípio, nem mesmo a Petrobrás acreditava na existência de petróleo, no subsolo de Areia Branca. Em 1984, descobria o primeiro campo de petróleo, localizado na Redonda, seguindo-se os de “Serra Vermelha”, em 1986, Ponta do Mel, em 1987 (com extração de petróleo e gás) e, por último, o Noroeste de Morro do Rosado, em agosto de 1987.

Diante do sucesso da concessionária, a Petrobrás decidiu retornar à pesquisa e exploração de petróleo na região, obtendo sucesso, em suas novas prospecções. Com essas prospecções realizadas pela Companhia, outros poços de petróleo foram surgindo, ou se ampliando, como os de “Morrinho”, “Serra do Mel” e “Canto do Amaro”, este, o maior campo terrestre de petróleo do Brasil.

Atualmente, o território de Areia Branca, até os limites com os municípios vizinhos de Mossoró e Serra do Mel, é povoado por uma estranha fauna de “cavalos-mecânicos” trabalhando diuturnamente, na extração do óleo negro, do subsolo areia-branquense.

Na condição de um dos grandes produtores de petróleo e gás, do Estado, o município de Areia Branca, é beneficiado mensalmente, com o recebimento de *royalties*, disputando com Guamaré, em alguns meses, o primeiro lugar, no valor desses *royalties*.

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa foi realizada no município de Areia Branca-RN e teve por paradigma de pesquisa, no seu norteamento, o fenomenológico, que prioriza o aprofundamento de dados em amostras pequenas mas que favorece o aprofundamento do problema de pesquisa na medida que o pesquisador se aproxima dos dados.

Segundo Hussey e Coolis, (2005, p.54) “a palavra paradigma refere-se ao progresso da prática científica com base nas filosofias e nas suposições de pessoas sobre o mundo e a natureza do conhecimento, neste contexto sobre como a pesquisa deveria ser feita”.

Ainda na caracterização desta pesquisa, quantos aos objetivos, pode-se definir que ela é uma pesquisa analítica-descritiva, porque descreve-se as informações originadas dos dados, a partir do momento que se faz a análise. Quanto aos meios ela é qualitativa e quantos aos fins aplicada porque seus resultados vão servir de base de apoio ao trabalho de turismo aos gestores responsáveis pelas localidades estudadas.

A amostra desta pesquisa, está representada por dois empreendedores selecionados por terem autorização oficial para trabalhar com atividade de turismo de aventura no município de Areia Branca, precisamente no seu litoral praiano.

A técnica de coleta de dados foi do tipo observação participante e entrevistas com os dois empreendedores selecionados para compor a amostra. Nas entrevistas, utilizou-se um roteiro de entrevistas, com questões abertas, deixando o entrevistado mais livre para as respostas. Assim, utilizou-se também a técnica de análise de conteúdo para compreender as questões e viabilizar os objetivos pretendidos desta pesquisa.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

5.1 ANÁLISE DOS RECURSOS REAIS E POTENCIAIS RELACIONADOS À ATIVIDADE DO TURISMO DE AVENTURA NO LITORAL DE AREIA BRANCA RN

Areia Branca é uma cidade balneária e suas praias são admiradas pela sua beleza. Recentemente, o município foi cenário de um filme que foi renomado no Brasil e no exterior, onde este contribuiu para a divulgação de suas belezas naturais, como também, a do Estado do Rio Grande do Norte, o que atenderá ainda a sua meta de interiorizar o

turismo. O município de Areia Branca é formado por vários bairros e conjuntos residenciais.

A zona rural é constituída por 15 povoados, onde os três maiores são: Ponta do Mel, Cristóvão e Redonda. Ao longo de todo o litoral areia-branquense têm-se as comunidades praieiras de Upanema de Baixo e Upanema de Cima, Baixa Grande, Entrada, Morro Pintado, Redonda, Cristóvão, Serra da Ponta do Mel e Ponta do Mel. A extensão paralela a BR 110 tem-se o Arraial, Pedrinhas, Casqueira, Freire, Serra Vermelha e Canto do Amaro.

Sabe-se que o turismo é uma atividade que exige planejamento e qualificação dos serviços oferecidos aos turistas, sendo assim, dois pontos indispensáveis para os visitantes são os locais de hospedagem e gastronomia. A cidade de Areia Branca ainda proporciona com fragilidade estes serviços, tanto no quesito de atendimento e serviços em hotéis e pousadas quanto a falta de atenção com o cliente em bares e restaurantes.

Então percebe-se que a pequena cidade do litoral potiguar, precisa evoluir bastante nesse setor, pois as maiores dificuldades que a cidade enfrenta com relação ao turismo concentra-se na precária infraestrutura de hospedagens, passeios, como também, na gastronomia e na qualidade do atendimento.

A cidade tem como se destacar mais e mais no cenário mundial nas opções de lazer, pois o potencial turístico e de aventura são diferenciais que se destacam neste pequeno interior do Rio Grande do Norte, com paisagens paradisíacas, praias com sol o ano inteiro e vegetação da caatinga e do sertão indo de encontro ao mar. Mas, ainda faltam investimentos por parte do poder público e privado que apresentem boas ideias em projetos para melhorar o turismo nessa região. Apesar de já existirem várias pousadas, bares, restaurantes e um hotel, isso não é o suficiente para os visitantes se sentirem satisfeito e com desejo de voltar.

A culinária popular é bem diversificada, com frutos do mar que também é um grande atrativo que pode se desenvolver juntamente com os grandes artesãos que fazem trabalhos artísticos belíssimos.

No rio Ivipanim, a travessia de balsa que transporta veículos e passageiros até a cidade vizinha de Grossos e um pequeno atrativo, onde pode-se contemplar o visual do mangue as margens deste rio. A segurança dos passageiros durante a travessia poderia ser um bom ponto a ser questionado, no que diz respeito à estrutura das balsas, assim como, próximo a igreja de Nossa Senhora da Conceição e o Cais, que poderiam, neste local ter

uma agência turística para informar e vender pacotes a turistas além de artigos artesanais de lembrança da cidade.

O turismo religioso também é um diferencial no calendário de eventos de Areia Branca. De 5 a 15 de agosto, a cidade se transforma num símbolo de devoção e fé. Uma multidão participa da festa de Nossa Senhora dos Navegantes, a padroeira dos marítimos, onde atrai muitos devotos e romeiros nas procissões terrestre e marítima. São 10 dias de festejos paralelo à programação religiosa.

O governo federal, manda sua contribuição para investirem e desenvolverem o turismo econômico e social de Areia Branca, mas infelizmente isso não acontece, portanto, a população não pode agir sozinha e tomar decisões precipitadas, é um conjunto, onde só se realiza com a participação de todos e uma boa administração.

Acredita-se que para um destino ser reconhecido como um destino de turismo de aventura, ele deve além de ter um potencial natural favorável, contar com o apoio das iniciativas públicas e privadas, pois se entende que é dever do poder público incentivar a prática de atividades de turismo e conservação ambiental. As esferas pública e privada devem trabalhar juntas de forma a dinamizar a economia, minimizando os impactos ambientais e sociais negativos causados pelo turismo.

Seguindo este pensamento, com a expansão do mercado turístico de Areia Branca, entende-se que deve haver uma maior participação do poder público, dando incentivos de modo a potencializar a economia local, dando oportunidade para o surgimento de diversas modalidades de turismo de aventura, aproveitando as qualidades naturais do destino.

Dando prosseguimento as análises, a ausência de sinalização turística adequada acaba influenciando negativamente ou passando uma imagem de negligência ao patrimônio do destino. Outro fator importante que contribui negativamente com o lugar é a deficiência em segurança pública, entre as causas desta estão o aumento do crime, do sentimento de insegurança por parte da comunidade e dos turistas, percebendo-se que é dever estatal suprir às mínimas necessidades de segurança exigida pelo mercado do turismo e da comunidade.

E referindo-se à comunicação através de telefonia celular, é outro ponto muito negativo do lugar, pois em 80% das praias não existe sinal de nenhuma das operadoras (Tim, Vivo, Oi e Claro). Partindo para cadeia produtiva e comercialização, falta um arranjo produtivo local para comercialização e uma empresa que organize roteiros turísticos que incluam transporte, comida e passeios nos atrativos.

Entende-se que a existência de uma política de incentivos ao turismo direcionado ao ramo de aventura viria a contribuir para efetivação das praias de Areia Branca/RN como um destino turístico de aventura, fato que não ocorre no destino, por esta razão atenta-se para uma política de planejamento, para que sejam discutidos, os benefícios que este segmento pode gerar, para o destino.

Nota-se que o turismo de aventura em Areia Branca já é constituído como real devido à grande oferta de modalidades de prática da atividade, muito embora estes recursos venham sendo pouco explorado. As atividades *trekking*, passeio de *buggy*, 4x4 (turismo fora de estrada), quadriciclo, mergulho, visita ao Porto Ilha através de lanchas (a entrada tem que ser permitida pela CODERN), caiaque e travessias, são amplamente praticadas. Foi observado que estas atividades podem ser melhoradas, ou melhor, aproveitadas pelo segmento de aventura, como forma de fomentar este mercado, dando maior reconhecimento a estas práticas.

O Quadro 01 abaixo mostra uma tentativa preliminar e didática de exposição de alguns espaços e atividades correspondentes de turismo de aventura presentes no litoral de Areia Branca.

QUADRO 01. Esportes de Aventura por Atividades Empreendedoras Praticados no Litoral de Areia Branca

ATIVIDADES	PRAIAS	DESCRIÇÃO
Voo de Parapente	Ponta do Mel	O Voo Livre de Parapente que é realizado pela empresa ALOHA, que tem como estratégia de marketing: “Voe de parapente e saiba por que os pássaros cantam”. Assim, os visitantes encantam-se com a vista privilegiada do encontro do sertão com o mar na praia de Ponta do mel.
Kite Surf	Upanema e Paraíso	O <i>kite Surf</i> é praticado através da ação dos ventos favoráveis e poucas pedras na costa litorânea, já que é praticado sobre a água e geralmente quando a maré está cheia.
Passeio de Quadriciclo	Todo Litoral e Dunas do Rosado	O passeio de Quadriciclo que é ofertado nas dunas do Rosado é guiado por um morador que conhece o percurso, levando até duas pessoas e o preço é variado entre R\$ 100,00 e R\$ 150,00 a hora. Se caso o cliente optar pelo passeio sem o guia, no restaurante <i>Oasis Mel Beach</i> aluga-se com a mesma média de preço, sendo que os riscos são maiores, pois as dunas são móveis e as trilhas nunca são iguais.
Surf	São Cristovão	Esse esporte além de ser um grande atrativo para os nativos e turistas, é uma boa opção para quem deseja apreciar a paisagem do lugar. Se diferenciando assim dos lugares que só tem como alternativa o turismo de massa. Tem escolinha para iniciante, e é ofertada pela empresa Atlântico

		Escola de <i>Surf</i> , que segundo o instrutor a escolha pela praia de São Cristovão foi por ter ondas bastante favoráveis e potencial para o esporte.
<i>Stand Up</i>	Upanema e São Cristovão	Na praia de Upanema é praticado esse esporte por <i>hobby</i> através de um organizador local, reunindo assim nativos e visitantes que desejam aprender. Já em São Cristovão a Atlântico Escola de <i>Surf</i> cobra as aulas. E quando é ensinado aos iniciantes, a atividade é praticada a beira mar sem tendência de ondas onde tem como principal objetivo o equilíbrio e o remo é opcional como é conhecido como: <i>Stand Up Paddle</i> .

Fonte: Elaboração da Autora (2017).

Dessa forma, esse estudo busca identificar quais as possibilidades de efetivação do turismo de aventura e lazer no litoral da cidade de Areia Branca-RN, a partir das perspectivas de desenvolvimento e práticas de diversão através de empreendedores locais. Cabe mencionar, que os turistas atuais viajam em busca de lazer onde lhes proporcionem contatos com regiões naturais, logo, este tipo de turismo vem se transformando em uma atividade de grande relevância no mundo, se destacando pelo fenômeno que relaciona pessoas de diferentes identidades culturais.

Partindo desse pressuposto, pôde-se identificar que com base no pouco número de empreendedores que realizam esses serviços de aventura em ambientes naturais, pôde-se perceber que é muito difícil para quem vive só desse ganho, associando-se aos pontos negativos do lugar, impossibilita outros empreendedores de investirem nessa área de negócio em Areia Branca.

Sabe-se que Areia Branca tem potencial para se desenvolver turisticamente, sendo que os investimentos por parte do poder público, privado e a colaboração da população local, será o passo inicial para o crescimento da atividade. Paralelo a isso, observa-se que o turista de massa não está preocupado com o desenvolvimento turístico do lugar, pois não faz parte do perfil dele praticar uma atividade de aventura.

5.2 PERSPECTIVAS A PARTIR DA PRÁTICA DE TURISMO DE AVENTURA NO LITORAL DE AREIA BRANCA/RN SOB A PERCEPÇÃO DOS EMPREENDEDORES DA ÁREA.

A partir do estudo realizado e das observações e entrevistas feitas, foi constatado que o turismo de aventura no litoral de Areia Branca tem potencial para se desenvolver, mas as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores são várias. Primeiro foi analisado

que os dois empreendedores não residem na cidade, ou seja, pessoas de cidades vizinhas acreditam nas possibilidades e realizam projetos e os colocam em prática, mesmo com as dificuldades, acreditando no crescimento turístico da região como na progressão do trabalho deles. Isso não quer dizer que Areia Branca não tem pessoas com visão de fomentar o turismo local, mas até agora só tem dois empreendedores de Mossoró que tomaram a iniciativa, o voo livre já com dois anos de atividades e o *surf* e *stand up* com seis anos.

Afirma o proprietário da Atlântico Escola de Surf: *“Sou residente de Mossoró-RN, e 6 anos trabalhando com o surf no litoral da Costa Branca”*.

Quanto aos horários e os serviços oferecido pela sua empresa, “Farofa” fala que: *“Os horários dependem do serviço que será contratado, porém em grande maioria são por agendamento. Nós trabalhamos com aulas de Surf, Stand Up e Stand Up Paddle, aluguel de pranchas de Surf e de Stand Up Paddle, Surf Trips Nacionais e Internacionais (viagens de surf, esse serviço já realizamos a 10 anos). Também trabalhamos com fotos e vídeos de práticas esportivas, Surf Transfer, Guarderia de pranchas de Surf e Stand Up Paddle”*.

Quando o assunto é dificuldades enfrentadas no seu negócio, observou-se que os dois entrevistados falam praticamente as mesmas dificuldades, segundo Farofa: *“Enfrentamos várias dificuldades, mas as principais é o descaso com o turismo no estado, no município e em toda região da Costa Branca, onde não temos o básico de infraestrutura para fomentar o turismo na região, o serviço ficar completo e o turista sentir vontade de voltar. Por exemplo, não temos placas de sinalização, não temos estradas de acesso, não temos segurança, não temos serviço de limpeza, um dos itens básicos para sobrevivência, não temos água potável onde trabalhamos. Se o poder público não nos garante o básico para o turismo, é de se esperar que não exista nenhum tipo de divulgação do mesmo. Sem falar da falta de incentivo e comprometimento por parte deles”*.

Já Segundo Vicente, proprietário da empresa Aloha, disse que: *“As principais dificuldades encontradas no meu negócio é a infraestrutura do local, no caso das praias não tem limpeza urbana, iluminação e falta de segurança. Infraestrutura básica não tem, até um posto de saúde que tanto a comunidade precisa, e é muito importante para o esporte radical em caso de acidente. Existe o posto, mas não funciona. Então, existem todas essas dificuldades, não tem investimento para o turismo por parte do poder público,*

visto que esse setor leva renda para todas as classes e para todos os tipos de negócio e não vai pra frente”.

Os dois senhores citados acima trabalham por agendamento, pois para o *surf* dar certo é viável que a maré esteja cheia já que São Cristóvão tem ondas bastante favoráveis para a prática desta atividade. Já o voo livre é imprevisível por conta do vento, e caso não dê certo no dia marcado será revisto uma nova data, pois tem que respeitar o espaço da natureza.

Os instrutores entrevistados são capacitados com cursos de qualificação na área para prática do esporte, e a estimativa de público mensal para a empresa de *surf* é de seis alunos por mês. Na empresa voo livre, o público é sazonal, em baixa estação a estimativa é de 10 clientes por mês e nos meses de alta estação é de 20 clientes ou mais.

O proprietário da Atlântico Escola de *Surf*, fala sobre seus clientes afirmando que: *“Nossos clientes são em sua grande maioria estudantes e empresários com idade entre 20 e 30 anos, geralmente admiradores do esporte que nunca tiveram acesso ao mesmo”.*

O proprietário da *Aloha Adventure* explica que a maioria de seus clientes são jovens que se sentem atraídos pelo esporte de aventura. Buscam a superação do medo, assim como, a curiosidade por nunca terem passado pela experiência de voar ao ar livre.

Referindo-se as dificuldades encontradas nas comunidades, pode-se citar o descaso do turismo no estado, no município e em toda região da Costa Branca. Em segundo caso, estão os empresários que investem em lugares precários sem nenhuma condição para receber turistas pela falta de infraestrutura.

Em Areia Branca, por exemplo, as placas de sinalização não são suficientes para orientar quem não conhece as comunidades, as estradas de acesso são precárias, quase não existe segurança na zona rural, o serviço de limpeza ainda precisa melhorar muito e um dos itens básicos para sobrevivência, que é água potável, não tem poço de abastecimento em nenhuma das comunidades rurais, o posto de saúde que tanto a comunidade precisa, e é muito importante para o esporte radical em caso de acidente, existe o posto, mas não funciona. Se o poder público não garante o básico para o turismo, é de se esperar que não exista nenhum tipo de divulgação do lugar. Sem falar da falta de incentivo e comprometimento por parte do poder público. Sendo que, além do turismo, essa área é grande fonte de renda para todas as classes e para todos os tipos de negócio, e não se desenvolve.

Rocha (2009), define por Infraestrutura Básica todo o conjunto dos equipamentos urbanos de escoamento das águas pluviais, de iluminação pública, de rede de esgoto sanitário e de abastecimento de água potável. Ele (2009) ainda inclui a energia elétrica pública e domiciliar e as vias de circulação, sejam elas pavimentadas ou não.

Sabe-se que tem outras empresas investindo no turismo de aventura em Areia Branca, porém só existem a Atlântico e a Aloha que são registradas como empresas, as outras não tem CNPJ. Que são: Escolinha de *Kite Surf* (Junior Saturno), *Stand Up* e Caiaque (Chico Paiva) ambos na Praia de Upanema, Mergulho nos Arrecifes João da Cunha e Trilha na região das dunas e falésias de Ponta do Mel a Porto do Mangue.

Segundo os entrevistados, o envolvimento da comunidade com a empresa é de extrema importância. Pois a partir de um projeto social que foi mantido por 4 anos, a Atlântico Escola de *Surf* conseguiu atrair uma demanda de jovens da comunidade que descobriram através desse projeto a prática do *surf* e a partir daí os alunos trabalham e sempre que necessário prestam serviço a escola. Já o proprietário da Aloha Adventure disse que a interação da comunidade tem que existir para caminhar junto com o turismo.

E finaliza Vicente dizendo que: *“juntos somos mais forte”, se eu tenho uma empresa que trabalha com o turismo naquele local e eu levo um turista pra lá, ele tem que ser bem recebido pela população, tipo eu faço meu serviço mas a comunidade tem que abraçar esse turista, ele tem que se sentir acolhido, se sentir em casa pois só o esporte de aventura não tem como alavancar o turismo no local e sim um conjunto de fatores.*

A última pergunta analisa a visão dos empreendedores sobre o que pode ser feito para o crescimento do turismo de aventura em Areia Branca. Farofa relata que: *“o incentivo e o investimento é o comprometimento por parte do poder público para com as empresas que estão fomentando o turismo”.*

Já na visão de Vicente, *“para o crescimento do turismo de aventura na região é só investir em infraestrutura e publicidade. Porque o praticante de esporte não quer muita coisa, quer somente o básico de infraestrutura. No caso do parapente é importante uma rampa sinalizada, com estacionamento, com energia elétrica para que os pilotos fiquem voando até o pôr do sol. E quando termina, fica inviável tudo no escuro, e a questão da retirada da fiação de frente a falésia de Ponta do Mel que vários pilotos têm medo de voar, e claro que tem os limites de segurança, áreas que não podemos chegar para evitar um incidente. Pois ali é um dos melhores lugares do Brasil e do mundo para se voar em praia, pois lá se tem a condição de voar de parapente, asa delta e para motor. Então se*

o município desse o mínimo de segurança, unidade básica de saúde que tenha atendimento com uma ambulância para poder levar para um hospital mais próximo, ter atendimento de primeiros socorros que consiga atender essas pessoas em caso de incidente e em caso de afogamento, um telefone para contato do posto e que tudo isso funcione para todo litoral que possa atender todas as praias que envolvem turismo de aventura no céu e no mar. Finalizando quero dizer que se o turista tem o básico de infraestrutura para se deslocar 500, 600 quilômetros de sua residência para praticar um esporte em outro lugar então eles têm grana para gastar e eles ficam em um hotel, pousada, hostel e compra no mercadinho, almoça no restaurante e isso gera a economia local”.

Ao analisar os dados da pesquisa, é possível identificar um grande potencial natural em Areia Branca, principalmente no que se referem as suas praias. Observa-se que Areia Branca reúne características físicas do meio ambiente que proporcionam a prática de atividades associadas ao Turismo de Aventura, principalmente aquelas atividades que se utilizam do meio aquático e dos ventos. Os ventos associados às características naturais da geologia marítima é um dos atrativos para esportes de vela bem como o parapente, na qual é oferecido o serviço de aulas e passeios sobrevoando a falésia da Praia de Ponta do Mel nos meses de janeiro a junho por conta dos ventos favoráveis.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi desenvolvido com a proposta de investigar de que forma a prática do turismo de aventura no litoral de Areia Branca pode ser vista como um dos potenciais turísticos da região. Foram objetivos desta pesquisa: mostrar a atual situação do turismo de aventura em Areia Branca, assim como, as potencialidades que é o ponto chave para o desenvolvimento do ecoturismo no litoral e as dificuldades que os profissionais enfrentam nas atividades de aventura no âmbito de lazer onde existem os que praticam por *hobby* e as duas empresas que trabalham orientando e ensinando outras pessoas para que atuem em suas atividades, de início como estagiários ou aprendizes e, em seguida, como instrutores ou condutores.

O turismo de aventura tem se mostrado uma área em expansão devido às características ambientais ao longo do território brasileiro que favorecem o seu desenvolvimento, assim como a crescente busca por ambientes naturais e a procura por experiências com emoção como forma de fugir do cotidiano. Aliando-se a esta condição

ambiental, a importante participação do poder público que detém um papel importante para efetivação e preparo da atividade.

Desta forma, buscou-se saber de que forma a prática do turismo de aventura nas praias de Areia Branca/RN, pode ser vista como um dos potenciais turísticos da região, sob a percepção de dois empreendedores da área atuantes no litoral.

O turismo de aventura em Areia Branca pode ser utilizado, visando a descentralização do nicho de sol e mar, possui duas ofertas de atividades que é o *Surf* em São Cristovão e o Voo Livre em Ponta do Mel.

O Lazer na natureza é uma área que cresce a cada dia, e de acordo com a pesquisa de campo pôde-se perceber que existe a procura por outros atrativos como: Passeio de Quadriciclo, *Buggy* e Tirolesa nas Dunas do Rosado, Passeio de Lancha até o Porto Ilha, Pesca Artesanal, Mergulho, Passeio de moto aquática, Passeio de Jangada na Orla das Praias e Ponto de informações turísticas, culturais e venda de artesanatos.

Mas, ainda não existem empresas que ofertem esses tipos de serviços. Há cidades bem menores que oferece uma diversidade de atividades de aventura, sendo que tem participação do poder público e privado. Em Areia Branca os investimentos ainda são diminutos nessa área, mesmo que ela tenha grande possibilidade de expansão e possua uma vocação natural para esta prática.

Este estudo mostrou que a prática do turismo de aventura tem como base a realização de esportes de aventura por meio do uso direto de elementos e potenciais naturais, onde o mesmo surge como forma de diversificar a oferta turística nas Praias de Areia Branca/RN, proporcionando o fomento da economia local. Porém, os resultados apontam para uma tímida participação do poder público em relação a esta atividade.

Para que o desenvolvimento deste segmento de turismo seja uma realidade no local, torna-se necessário um planejamento rigoroso que prepare a comunidade para esta atividade. Ressalta-se ainda a importância de ações que promovam a sustentabilidade e a exploração consciente do patrimônio ambiental.

Prosseguindo com os objetivos específicos propostos e com base nos resultados da pesquisa, observou-se que o contexto atual de Areia Branca/RN, é marcado pela falta de infraestrutura como placas de sinalização, estradas de acesso, segurança, serviço de limpeza urbana, água potável, pois na zona rural não tem poço, só os artesanais, onde a qualidade da água não é muito boa, assim como, postos de saúde que munidos com profissionais de plantão e ambulância.

No entanto, as atividades turísticas não contam com um serviço que a complementem. Percebe-se também que os serviços de alimentação e hospedagem são insuficientes e sem estruturas para os casos surpresas, como atender grupos de pessoas mais que o esperado. Há somente um hotel na praia de Upanema que tem estrutura para receber quantidades maiores de visitantes.

Esses tipos de serviços básicos são de fundamental importância para dar mobilidade ao turista e aos residentes, com isso fica difícil empresários quererem investir em locais assim, pois somente as belezas naturais não é o suficiente.

Ao analisar os dados da pesquisa foi observado que os entrevistados têm um interesse enorme que as comunidades rurais se desenvolvam, mas para isso é importante parcerias e a união do poder público com o privado, pois se entende que é dever estatal melhorar a infraestrutura de estradas, transporte e sinalização, bem como, incentivar a visibilidade deste mercado.

A iniciativa privada entra com a mão de obra e recursos, oferecendo serviços turísticos de hospedagem e alimentação, desenvolvendo as modalidades de turismo de aventura, já que é considerada uma cidade com forte potencial, pois não foi à toa que o município de Areia Branca foi cenário de filme escolhido pelo diretor Moacir Góes, que é potiguar. O filme foi divulgado no Brasil e no exterior, proporcionou às belezas naturais do Rio Grande do Norte, o que atenderá ainda a sua meta de interiorizar o turismo.

Mesmo com as dificuldades encontradas no setor turístico, há empresários investindo em condomínios na praia de São Cristóvão e isso sinaliza uma falta de incentivo, por parte do poder público, assumindo características apenas comerciais, deixando de lado características sociais e enfraquecendo a potencialidade local quando a mesma não é incentivada.

O turismo de aventura em Areia Branca, ao longo do tempo se tornará mais que uma alternativa econômica, constituirá um elemento fundamental no orçamento público, compondo um forte eixo de sustentação. Para que isso ocorra será necessário estabelecer políticas públicas e diretrizes embasadas em pilares de sustentabilidade e conservação do patrimônio local.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L. C. D. **Perspectivas de Inclusão e Acessibilidade Para o Turismo de Aventuras**. Monografia (graduação) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2009.

ALMEIDA, Deyse Oliveira. **Turismo de Aventura: enclaves, benesses e oportunidades para a praia de Pipa, Tibau do Sul/RN, sob o olhar do secretário de turismo do município, Natal-RN**, 2013.

BARQUERO, A. V. Tradução de Ricardo Brinco. **Desenvolvimento Endógeno em Tempos de Globalização**. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, Editora da UFRGS, 2001.

BRIZOLLA, Tania et al. **Turismo de Aventura: orientações básicas**, 3ª edição, Brasília: Instituto Brasileiro de Administração Municipal, 2010.

BENI, Mário Carlos. **Qualidade do Produto e dos Serviços**. In: Turismo em Análise. São Paulo. ECA/USP, 2, nov.1991.

_____. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BOYER, Marc. **História do Turismo de Massa**. Bauru- SP: Editora Edusc, 2003.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO DO,. **Turismo de Aventura: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BUCKLEY, Ralf e UVINHA, Ricardo Ricci. **Turismo de Aventura: gestão e atuação profissional**. Rio de Janeiro – RJ: Editora Campus, 2011.

COLLIS, Jill e HUSSEY, Roger. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2ª Ed. Porto Alegre: *Bookman*, 2005.

CORIOLOANO, Luzia Neide e VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **Lazer e Turismo: novas centralidades da sociedade contemporânea**. Belo Horizonte - MG: Revista Brasileira de Estudos do Lazer. v. 1, n. 2, 2014.

CORIOLOANO, Luzia Neide et al. **Desvendando Caminhos do Turismo de Aventura no Brasil**. Penedo – Alagoas: RITUR - Revista Ibero Americana de Turismo. v. 1, n. 2, 2011.

CUNHA, Aline Moraes e BAZOTTI, Leandro dos Santos. **Ecoturismo e Turismo de Aventura como Fomentadores de Desenvolvimento Regional - o caso das minas do Camaquã em Caçapava do Sul – RS**. Fólio - Revista Científica Digital - Jornalismo, Publicidade e Turismo, 2015. Disponível em: < <https://www.metodista.br/revistas/revistasipa/index> > Acesso em: 13 de maio de 2017.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em Turismo:** planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 2007.

DIAS, Reinaldo e AGUIAR, Marina R. Fundamentos do Turismo. Campinas, SP: Alínea, 2002.

FUSTER, Luis Fernández. *Teoria y técnica del turismo*. Madrid: Nacional, 1997.

FIRMINO, Manuel Brazinha. **Turismo:** Organização e Gestão. Campo Limpo Paulista – SP: Escolar Editora, 2007.

GURGEL, Deífilo. **Areia Branca:** a terra e a gente. Natal-RN, 2002.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**. São Paulo-SP: Editora Aleph, 2000.

MARINHO, Alcyane e UVINHA, Ricardo Ricci (Orgs.). **Lazer, Esporte, Turismo e Aventura:** a natureza em foco. 1ª Ed. Campinas – SP: Editora Alínea, 2009.

MICHEL, M. H. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

NÓBREGA, W.R.M.; DANTAS, I.V.S. Proposição de roteiros ecoturísticos e de turismo de aventura como alternativa de desenvolvimento no município de Acari (RN). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.7, n.3, ago/out 2014, p.576-601.

NASCIMENTO e SILVA. **Turismo Pós-Moderno:** dilemas e perspectivas para uma gestão sustentável. *Holos*, Ano 25, Vol. 3, 2009.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Turismo Internacional:** uma proposta global. Porto Alegre Bookmann / OMT-WTO-BTO, 2003. Disponível em: < [php/foлио/article/view/2011/0](http://www.wto.org/pt/foлио/article/view/2011/0) > Acesso em: 13 de maio de 2017.

OLIVEIRA, S. D.; COVOLAN, A. C. **A Certificação do Turismo de Aventura no Brasil e o Papel das Universidades no Contexto da Operação Segura e Responsável**. In: V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 2008, Caxias do Sul, RS. Anais do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MER4COSUL. Caxias do Sul: UCS, 2008. v. 1.

OLIVEIRA, C. R. **O Cluster de Turismo**. FACEF Pesquisa v.5, n.3, 2002.

PALHARES, Guilherme Lohmann; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2008.

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do Mercado Turístico**. São Paulo: Manole, 2009.

PERLIN, Alan Kuneck. **Turismo Cinematográfico:** potencialidades das produções cinematográficas como fator de atração turística, Canoas:RS, 2010.

ROCHA, M. A. **O Que se Considera Infraestrutura Básica.** escritório de assessoria. Serviços de Certidões Online, 2009. Disponível em: <<https://cartoriosbr.com.br/5324/oqueseconsiderainfraestruturabasica/>> Acesso em: 13 de maio de 2017.