

Divulgação garante consolidação do turismo em Santos durante o ano todo

Da Editoria Local

A divulgação de Santos no Interior, em outros estados e no exterior, está garantindo à Cidade a consolidação do turismo como atividade rentável em todas as estações do ano. Quem afirma é o chefe do Departamento de Turismo da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo (Sictur), Eduardo Sanovicz, que rejeita o conceito de que Santos é uma cidade com vocação turística.

Ele defende que o turismo voltou a ser, após quase meio século de estagnação, uma atividade economicamente consolidada na Cidade. E cita, como prova, o fato de que já estão preenchidas, até junho, as vagas para os passeios incluídos no Roteiro de Ecoturismo, organizado pela Sictur e comercializados por agências.

O agendamento foi efetuado nos primeiros cinco dias úteis de abril, período considerado como de baixa temporada. "Baixa temporada não existe. O que há é o período de outono e primavera".

Novo perfil — Sanovicz lembra que Santos perdeu os cassinos, no final da década de 40, a balneabilidade das praias, nos anos 70, e tornou-se conhecida pelo elevado índice de casos de Aids, a partir dos anos 80. Segundo ele, ainda na década passada, cresceu a presença do turista de um dia — sem que houvesse infra-estrutura para a sua recepção — e faltavam lazer, serviços e produtos com qualidade e variedade.

Esse perfil começou a mudar, a seu ver, com o programa de recuperação das praias, a partir de 89. "A imagem de Santos lá fora hoje é fantástica".

Na sua opinião, isso é resultado do trabalho de recepção ao turista de um dia, implantado no ano passado. O projeto inclui cadastramento de excursão na Sictur, paga-



A Casa de Frontaria Azulejada faz parte do roteiro turístico urbano

mento de taxa de R\$ 130,00 por ônibus, fiscalização, estacionamento para 50 veículos e linha de ônibus urbano para transportar os excursionistas.

No início das divulgações em outras cidades, em 92, também eram levados folhetos sobre os programas de prevenção e combate à Aids, considerados modelos pela Organização Mundial de Saúde.

Estrutura — A maior preocupação, no entanto, conforme o chefe de Turismo, sempre foi mostrar os eventos existentes e a estrutura criada pelo Município, que pode ser usufruída tanto pelo santista como pelo turista. "O resultado é que atingimos o número de 3,2 milhões de turistas", destaca, acrescentando que houve um crescimento de 25,3% em relação ao verão de 94, contra um aumento de 3,14% em turismo de um dia.

A divulgação da Cidade é realizada pela Sictur e representantes de agências e hotéis. Os principais mercados, segundo pesquisa feita no verão, são: cidades do Interior paulista (total de 13), Maringá, Londrina e Curitiba (PR), Belo Horizonte, Uberaba e Uberlândia (MG), Campo Grande (MS),

Goiânia (GO) e Brasília (DF), além de Argentina e Chile.

"Visitamos cerca de 600 agências operadoras", revela. Diversas entidades e eventos fazem parte da agenda de divulgação da Sictur. "Nós não disputamos mercado. Criamos ambiente de negócios".

Entre os produtos apresentados está o Projeto Verão, que inclui megashows na praia. A Cidade Junina, que em 94 recebeu 1 milhão de pessoas, superando a Oktoberfest (SC), que teve 825 mil, encabeça as atrações de inverno.

Para os outros períodos, é divulgado o Roteiro de Ecoturismo, operado por agências de turismo e empresas de navegação. O roteiro inclui os passeios: Baía de Santos; Trilhas de Itatinga; Roteiro Náutico; Vale do Rio Diana; e Fazenda Cabuçu.

O roteiro urbano oferece visitas aos morros, Orquidário, Aquário e às trilhas da memória santista (principais monumentos históricos, como a Casa de Frontaria Azulejada, na Rua do Comércio). Até agosto, será lançado o Roteiro da Zona Noroeste, tendo como eixo o Jardim Botânico Chico Mendes. A Sictur pode dar informações pelo telefone 235-5206.

Divulgação