ORDENAMENTO TERRITORIAL NO CENTRO HISTÓRICO ARACAJU-SE: O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NOS MERCADOS CENTRAIS.

Danilo Fontes[1]

RESUMO

O centro histórico de Aracaju durante a década de vinte desenvolveu arquitetura com influência modernista nas construções de residências, edifícios e monumentos. A construção dos mercados centrais com influência de arquitetura moderna, acompanhando o movimento modernista das capitais com progresso dos ideais republicanos. A industrialização do Brasil provocou um êxodo rural em todas as regiões do país, o processo migratório das zonas rurais relacionadas os centros urbanos trouxeram mudanças na organização espacial das capitais. Os mercados centrais eram o principal lugar onde aconteciam os encontros sociais daquele período com gastronomia, costumes, manifestações culturais e identidade local. Devido as questões socioeconômicas houve o crescimento das cidades provocando o desemprego, a busca pelo trabalho informal aumentou no entorno dos mercados centrais de forma desorganizada. A falta de planejamento espacial provocou a favelização dos mercados centrais, com ambiente sujo, com esgoto a céu aberto e insalubre. Ordenamento territorial foi uma estratégia de mercado como solução na reorganização do centro histórico de Aracaju na sua totalidade. A revitalização dos mercados centrais tinha como justificativa a motivação turística, todavia a população local e os vendedores foram beneficiados com as reformas. O objetivo foi analisar a governança territorial como estratégia política em benefício do capital para as reformas e remanejamento dos vendedores; avaliar o resultado do desenvolvimento territorial com restauração do patrimônio edificado; identificar o resultado na qualidade do serviço turístico relacionado a identidade cultural e preservação da memória local. A metodologia da pesquisa foi de base etnográfica, além de pesquisa bibliográfica com análise de conteúdo dos conceitos de ordenamento territorial e turismo. Procedimento metodológico com aplicação de questionários semiestrurado com vendedores e guias de turismo. No resultado alcançado observou-se que o ordenamento dos mercados centrais atingiu mudanças em todo o centro histórico de Aracaju, a revitalização beneficiou o ambiente de trabalho salubre relacionados aos vendedores, conforto e paisagem de ordem estética para turistas e visitantes. Além de preservação da memória e identidade local dos mercados centrais de Aracaju.

Palavras-chave: Ordenamento Territorial; Memória; Mercados; Turismo cultural.

[1] Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe-UFS; Mestre em Turismo pela Universidade federal Fluminense -PPGTUR UFF; Professor pelo Instituto Federal de São Paulo, Campus Avaré. E-mail. danilo.fontes@ifsp.edu.br.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo científico aborda o desenvolvimento territorial dos mercados centrais no centro histórico de Aracaju. Os mercados foram construídos com influência de arquitetura modernista com o Antônio Franco no ano de 1926, todavia em decorrência da demanda foi construído o segundo mercado Thales Ferraz em 1949, onde ficava a antiga estação ferroviária. O terceiro mercado com arquitetura contemporânea foi o Virgínia Leite Franco no ano de 1998, esse último foi entregue junto da revitalização dos mercados centrais. Todos os dias os sergipanos e turistas frequentam a região atrás de artesanato, souvenirs e produtos típicos da gastronomia local. Atualmente a região dos mercados estão no roteiro como um dos principais atrativos turísticos da capital sergipana. Na praça Hilton Lopes que fica localizada entre os mercados centrais é preparado um imenso arraial durante os festejos juninos, o local é palco da edição do tradicional festival Forró Caju, o evento acontece todos os anos no mês de junho, com artistas de forró locais e nacionais.

O estudo trata do ordenamento territorial realizado como importante para o desenvolvimento socioeconômico do lugar, todavia o turismo não seja atividade econômica principal do território. Segundo Castanho, “assim estudos que analisem os processos de ordenamento e planeamento territorial e a sua relação com esta atividade são vistos como fundamentais para o desenvolvimento sustentável destes territórios” (CASTANHO, 2018, p.43). A revitalização dos mercados beneficiou principalmente aos vendedores e consumidores locais, apesar de que a motivação turística foi fator decisivo nas transformações. Conforme Dallabrida, “há concordância entre os autores, que território é uma das categorias conceituais que precisam estar associadas à concepção de desenvolvimento (DALLABRIDA, 2014, p.19). O desenvolvimento territorial ocorreu por conta da convergência de interesses dos diferentes setores públicos, todavia o principal interesse era o capital.

A justificativa do trabalho é compreender o planejamento estratégico na preservação da memória dos mercados centrais de Aracaju, o desenvolvimento territorial da região foi relevante para aumentar a relação social da população com o lugar nas manifestações culturais, comércio e turismo. O objetivo do artigo é realizar uma análise da influência da revitalização dos mercados e centro histórico de Aracaju na sua totalidade; avaliar as mudanças adquiridas com melhorias relacionada a salubridade local, ordem estética, garantia da qualidade dos produtos vendidos e o turismo desenvolvido de no centro histórico. Orçamento participativo dos agentes sociais públicos, privados e locais em benefício do ordenamento territorial urbanístico nos mercados centrais. A metodologia da pesquisa de base etnográfica e pesquisa bibliográfica de conteúdo sobre os conceitos de desenvolvimento territorial. O procedimento metodológico fez pesquisa de campo, com aplicação de questionários semiestruturado com comerciantes e guias de turismo. Além do que o presente autor tinha um parente com comércio local, reproduzindo vivências e experiências, acompanhando os impactos da sociedade com ordenamento territorial local.

2. REVISÃO DE LITERATURA

A atividade econômica do turismo desenvolve mudanças locais, todavia a cadeia produtiva que abastece o turismo é privilegiada com ações de desenvolvimento territorial. Segundo Marujo e Carvalho, “o turismo, atualmente, é um dos fenômenos mais importantes do ponto de vista político, econômico, ambiental e sociocultural (MARUJO; CARVALHO, 2010, p.148). O turismo contribui com a modificação do espaço urbano, todavia as vezes exclui o agente social local, esse processo é conhecido como gentrificação do território. Conforme Fuini, “com o componente de descentralização estatal, reforçou-se a necessidade de articularem estruturas e projetos de desenvolvimento local que estivessem baseado em atores, capacidade e conhecimentos endógenos” (FUINI, 2012, p.94). O agente social público não deve privilegiar somente o capital privado, em detrimento ao agente social local. De acordo com Brandão:

> No caso específico dos países continentais, desiguais e com marcantes heterogeneidades estruturais (produtivas, sociais, regionais), como o Brasil, essa situação se revela ainda mais dramática, ensejando um processo de agudização das marcas das marcas do subdesenvolvimento desigual excludente e segregador (BRANDÃO, 2012, p.35).

O planejamento político estratégico do turismo envolve fatores ambientais, econômicos e sociais no desenvolvimento sustentável do turismo. Segundo Fuini, “as mudanças estruturais ocorridas com os Estados nacionais e as atividades econômicas impuseram novos desafios quanto as formas de regulação e de planejamento nacionais e regionais” (FUINI, 2012, p.94). O Brasil é um país continental dividido por regiões heterogêneas, cada região possui influências culturais no território de cada destino. Conforme Castanho et al, “assim, estudos que analisem os processos de ordenamento e planeamento territorial e a sua relação com esta atividade são vistos como fundamentais para o desenvolvimento sustentável destes territórios” (CASTANHO et al, 2018, p.1). Os aspectos culturais locais são relevantes no desenvolvimento territorial sustentável. De acordo com Fuini, “por exemplo, o planejamento e o desenvolvimento passaram de regional para territorial” (FUINI, 2012, p.94). O planejamento e desenvolvimento territorial devem incluir as necessidades das comunidades locais nas atividades econômicas dos destinos turísticos.

O desenvolvimento globalizado no país continental como o Brasil deixou de ser hegemônico e tornou-se descentralizado. O planejamento descentralizado desenvolveu-se com políticas públicas territoriais sustentáveis, Segundo Fuini, “no cenário atual, tornam-se cada vez mais nítidos os contornos e desafios advindos com a descentralização político-administrativa do Estado, a privatização de antigos serviços e setores públicos e a flexibilização de regulamentos e contratos” (FUINI, 2012, p.94). As políticas públicas de planejamento estratégico difundiram uma agenda nacional sem compromisso com aspectos locais, todavia as regiões do país possuem questões culturais heterogêneas. Conforme Brandão, negligenciando cabalmente as questões estruturais do país e marcantes especificidades de suas regiões, essa agenda se impôs de forma avassaladora na academia e nos governos estaduais e municipais (e nas diversas modalidades de políticas federais: sociais, industriais, agrícolas etc.)” (BRANDÃO, 2012, p.94). A organização territorial deve respeitar aspectos culturais, políticos e sociais de cada lugar de forma homogênea. De acordo

com Fuini, “nesse sentido, faz necessária a coordenação e instituições ancorados em suas regiões e localidades para definirem novas formas de administrar os fluxos econômicos, políticos e sociais que lhes foram transferidos para os seus territórios” (FUINI. 2012, p.94). O orçamento participativo de políticas públicas regionais é relevante na valorização da essência de cada lugar, por isso o desenvolvimento territorial regional deve ser definido com política-administrativa de cada local.

O planejamento territorial busca alternativas de desenvolvimento adequado a cada região do país. Segundo Brandão, “entendo que o enfrentamento dessa visão, hoje hegemônica, passaria pela reflexão crítica e pela discussão de propostas alternativas e pelo tratamento adequado da articulação de todas as escalas geográficas” (BRANDÃO, 2012, p.36). Não há uma alternativa senão mudança de comportamento de poderes hegemônicos sobre questões socioculturais de cada local. Conforme Fuini, “trata-se de um momento de mudança das economias capitalistas, colocando-se a ação local como alternativa para enfrentar os males relativos à capacidade declinante do Estado-nação em controlar os fluxos financeiros das empresas multinacionais” (FUINI, 2012, p.95). O planejamento territorial deve levar em consideração questão questões socioespaciais e socioculturais como objetivo fundamental. De acordo com Brandão, “nos últimos anos, ocorreu o retorno do território aos debates das ciências sociais. A concepção de que a escala local tem poder ilimitado invadiu o debate sobre o desenvolvimento urbano regional, no Brasil e no mundo” (BRANDÃO, 2012, p.37). As políticas públicas devem agregar valores socioculturais locais no objetivo de atingir um desenvolvimento territorial sustentável.

Como alternativas de planejamento deve ter atenção com valores internos e reguladores do âmbito nacional, o desenvolvimento local envolve consonância com aparato regulador e cultura local. Segundo Brandão, “o poder nacional deve defender a criação de oportunidades internalizadas de acesso a bens e serviços e coordenar a abertura de horizontes de enriquecimento nas fronteiras internas” (BRANDÃO, 2012, p.187). O planejamento deve envolver a sociedade local por questões culturais na busca de um denominador comum em relação ao desenvolvimento territorial. Conforme Lefebvre, “portanto, ela muda quando a sociedade no seu conjunto. Entretanto, as transformações da cidade não são os resultados passivos da globalidade social, de suas modificações” (LEFEBVRE, 2001, p.51). As políticas devem congregar fatores sociais na reprodução do território de forma heterogênea. De acordo com Brandão, “deve aglutinar forças, articular a complementaridade produtiva e a solidariedade de interesses cruciais e desenvolver capacidade mínima modular sua inserção externa, acumulando potência para enfrentar as pressões do centro hegemônico” (BRANDÃO, 2012, p.187). A inclusão de políticas públicas locais é necessária no interesse de preservar a produtividade local do mundo globalizado.

As políticas de planejamento desenvolvem estratégias de competitividade baseadas em investimento de capacitação de mão de obra e qualidade dos recursos. Segundo Fuini, “nas estratégias competitivas da globalização, o desenvolvimento é dinamizado por expectativas dos agentes econômicos nas vantagens locacionais” (FUINI, 2012, p.97). A competitividade pode atingir o desenvolvimento incluindo aspectos sociais sustentáveis. Conforme Dallabrida, “mas, nem por isso, se deva ignorar o que entendemos por desenvolvimento territorial é um avanço do ponto de vista do enfoque teórico” (DALLABRIDA, 2014, p.97). O planejamento estratégico desenvolvendo valores heterogêneos do território avança no sentido de atingir os seus

objetivos. De acordo com Marujo e Carvalho, “só desta forma é que o planejamento minimizará os potenciais impactos negativos, maximizará os retornos econômicos do destino e encorajará um maior envolvimento da comunidade receptora no turismo” (MARUJO; CARVALHO, 2010, p.159). O desenvolvimento do território turístico adota políticas estratégicas nacionais, todavia os fatores socioculturais das regiões são relevantes no desenvolvimento do turismo de forma homogênea, os fatores heterogêneos da cultura local são interessantes no desenvolvimento ordenado.

3. METODOLOGIA

O trabalho de pesquisa é um estudo exploratório de caráter qualitativo, com base documental de publicações, debruçada na pesquisa de campo de base etnográfica. Com análise de publicações sobre o tema em relação ao planejamento e ordenamento territorial do turismo. O trabalho de pesquisa de base etnográfica com pesquisa de campo desenvolvida com feirantes, guias de turismo e visitantes. O presente autor era frequentador dos mercados centrais, além disso, o autor possuía um parente lojista que foi indenizado antes da revitalização dos mercados centrais. Após a ordenamento territorial dos mercados, o autor fez estágio obrigatório durante o final da graduação no posto de informação dos mercados centrais pela prefeitura de Aracaju. A experiência de estágio nos mercados centrais foi interessante para entender a importância como atrativo turístico com lojas de souvenirs, gastronomia local, música, manifestações culturais e preservação da memória local.

O recorte de base documental foi publicações de 2010 a 2023, realizada por pesquisadores nas seguintes bases de dados: Scielo, Google Acadêmico e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações. Na base de dados foram utilizadas as seguintes palavras chaves: Ordenamento Territorial, Mercados, Governança, Políticas Públicas, Modernismo e Turismo Cultural. A partir das palavras chaves foram encontradas trinta publicações nacionais, dessas publicações foram escolhidas doze publicações com relação ao ordenamento territorial, planejamento turístico, políticas públicas, modernismo e mercados centrais.

O trabalho de pesquisa de base etnográfica de observação ocorreu a partir da participação como frequentador antes da ordenação territorial dos mercados, mas principalmente como estagiário do posto de informações turística no local após a revitalização. Como frequentador observou as condições precárias do mercado, com aglomeração de barracas de vendedores, insalubridade e favelização do espaço; na condição de estagiário acompanhou a vivência dos lojistas na rotina diária com organização, limpeza, ordem estética e atração de turistas e visitantes no patrimônio cultural da cidade. Na condição de pesquisador foi feita uma aplicação de questionários semiestruturado para entender o simbolismo que os mercados centrais de Aracaju representam para quinze lojistas, dez guias de turismo e vinte turistas.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A cidade de Aracaju é a segunda capital do Estado de Sergipe, a mudança da capital de São Cristóvão para Aracaju foi defendida pela oligarquia da região do Vale do Contiguiba. A capital deveria possuir saída para o litoral, a posição geográfica poderia garantir o escoamento dos produtos para o mar. Segundo Filgueiras, "todo o processo de transferência da capital é oficializado pela Resolução Provincial n°413 de 17 de março de 1855, que elevava essa região inóspita à condição de capital da Província de Sergipe del Rey" (FILGUEIRAS, 2019, p.25). A nova capital Aracaju foi planejada, com relevo plano observou-se um bioma rico de manguezais, todavia o bioma fora aterrados para o desenvolvimento territorial.

A cidade desenvolveu-se às margens da foz do Rio Sergipe, a saída para oceano atlântico garantiu o desenvolvimento econômico através do porto. A cidade de Aracaju foi influenciada pelo período moderno refletido na arquitetura urbanística. De acordo com Santos e Oliva:

> [...] nas primeiras décadas do século XX, Aracaju começou a ser dotada de água encanada, luz elétrica, esgotos, ruas calçadas e construções luxuosas, os chamados "palacetes". As primeiras casas de cinema, o bonde puxado por animais, a circulação de automóveis em suas ruas, o aparecimento dos primeiros bairros, revelam o desenvolvimento alcançado pela cidade, sua modernização. (SANTOS; OLIVA, 1998, p. 82).

O mercado foi inaugurado depois de uma longa batalha. Segundo Filgueiras, o grande dia da inauguração do Mercado Municipal de Aracaju-Sergipe ocorreu em 8 de fevereiro de 1926. A obra teve o apoio do governo, todavia o mercado foi uma obra da prefeitura de Aracaju. O mercado com influência arquitetônica moderna foi relevante para urbanização do centro histórico de Aracaju.

Figura 1: Mercado na década de 1940, utilização da parte externa



Fonte: Acervo Pedro Souza. Década de 1940.

A construção foi um avanço no desenvolvimento como capital moderna. Segundo Pintaudi, "a partir do século XIX, momento em que as comunicações a maiores distâncias se tornam mais corriqueiras, através de ferrovias, os locais de vendas sofrem alterações significativas através da concentração e centralização do

capital privado, principalmente" (PINTAUDI, 2006, p.84). As vivências socioculturais da cidade passam pelo mercado. Conforme Filgueiras:

> Como podemos perceber nas palavras acima proferidas, a capital sergipana desejava ter um estilo moderno e a construção do Mercado de Aracaju demonstrava a superação em beleza arquitetônica. O edifício era monumental, aspirando à grandiosidade e perpetuidade que teria ao longo dos anos. Destacava-se a segurança e higiene em comparação aos mercados de cidades maiores e economicamente mais promissoras. Era um desejo de parte da sociedade sergipana de eleger seu Mercado Municipal como um dos símbolos da pretendida modernidade aracajuana (FILGUEIRAS, 2019, p. 40).

Na década de 40 foi construído um novo mercado auxiliar devido o aumento do serviço na capital sergipana. O centro histórico da capital sergipana vai ganhando espaços de reprodução de cultura e memória local. Conforme Filgueiras:

> O Novo Mercado estava em sua etapa final. Desta vez, de forma correta. Em 30 de julho de 1949, o prefeito Marcos Ferreira de Jesus decretou e sancionou a Lei Municipal nº 15, autorizando a mandar fazer, pelo regime de concorrência pública, a pavimentação, a paralelepípedo, da área interna do Mercado Auxiliar, construir um depósito para água com uma caixa elevada, instalar motor elétrico com a respectiva bomba, para complemento do serviço de redistribuição de água no referido mercado. Desta forma, estaria pronto para a inauguração (FILGUEIRAS, 2019, p.84).

Com orçamento reduzido foi inaugurado o mercado auxiliar Thales Ferraz pela prefeitura de Aracaju. Segundo Filgueiras, "em 26 de agosto de 1949 é inaugurado o Mercado Auxiliar" (FILGUEIRAS, 2019, p.54). Os dois mercados Antônio Franco e Thales Ferraz foram importantes para o ordenamento territorial no centro de Aracaju.

O mercado central fazia parte do cotidiano da Aracaju durante a década de 50. As redes sociais acontecem nas regiões do mercado de forma contínua, a rotina de trabalhadores se confunde com o trânsito de pessoas no mercado. Segundo Mellins, "Era esse o cotidiano do Mercado Municipal dos anos de então, com feirantes, cantadores, cordelistas, violeiros carregadores de cestos, malandros e bambas e outros tipos populares que escreveram sua história". (MELINS, 2007, p. 356). Todavia o crescimento populacional de Aracaju acarretou consequências na qualidade do serviço do mercado municipal. A falta de emprego aumenta o número de trabalhadores informais de forma vertiginosa nas proximidades dos mercados.

A prefeitura de Aracaju começou o processo de intervenção dos mercados municipais. Os mercados centrais sofriam com insalubridade, desorganização e aglomeração do espaço. O ordenamento territorial era uma necessidade visível aos olhos da sociedade. De acordo com Filgueiras:

> "A década de 90 é marcada por uma intervenção nesta área urbana denominada de "projeto de restauro" do complexo comercial dos mercados de Aracaju, atribuindo-lhe um valor histórico e cultural, mudando a realidade e o olhar que a sociedade aracajuana e visitantes tinham do lugar" (FILGUEIRAS, 2019, p.101).

Figura 2: Mercado Municipal – labirinto de barracas



FONTE: Acervo Lineu Lins, 1992.

O projeto de restauro foi da arquiteta Ana Luiza Prata Libório, o projeto de especialização percorreu um longo processo para ser aceito pelas autoridades. Conforme Filgueiras:

> "O projeto intitulado "Resgate da Paisagem Urbana do Mercado Municipal de Aracaju" iniciou-se como um trabalho realizado pela arquiteta Ana Luiza Prata Libório, que fez um estudo sobre a região, enquanto participante do Curso de Especialização em Conservação e Restauração de Monumentos e Conjuntos Históricos, na Universidade Federal da Bahia - UFBA, "[...] onde cada pessoa levava um tema de sua cidade para estudar e ela levou o mercado municipal de Aracaju" (FILGUEIRAS, 2019, p.102).

O projeto inicial sofreu alteração com uma nova central de abastecimento próximo do mercado central objeto de restauro, todavia os feirantes não poderiam perder um espaço de vender os produtos de hortifrutigranjeiros no centro da cidade. Os gestores preocupam-se em novas políticas pública na vontade de organização territorial do centro de Aracaju. Conforme Filgueiras:

> Que o novo mercado estaria em uma localização de melhor acessibilidade e que a intenção da administração municipal era transformar o antigo mercado em um centro de tradições sergipanas, seria um espaço para que Sergipe mostrasse suas potencialidades aos turistas que visitassem o Estado (FILGUEIRAS, 2019, p.105).

O projeto tinha o propósito de transformar o centro histórico de Aracaju num atrativo turístico. Segundo Silva Pedro, O turismo opera num sentido de modernização que tem como fim a globalização e massificação de um determinado espaço ou de uma determinada cidade (SILVA PEDRO, 2015, p.111). A revitalização deve acontecer respeitando o agente social local. Conforme a feirante Elisabeth, "Acompanhou as obras. Mudou da água para o vinho, mais limpo, arejado, organizado. Não era cuidado, sem qualidade de vida para o trabalhador". Os maiores beneficiado foram os feirantes que viviam a rotina cotidiana.

O processo de organização é demorado para o trabalhador, todavia a qualidade de vida a longo prazo é válida. Conforme a guia de turismo entrevistada Adenildes, “com as formas os serviços nos mercados centrais ficaram setorizados com artesanato, souvenirs e hortifrutigranjeiros”. Ou seja, a organização territorial vai melhorar o acesso aos produtos. De acordo com Filgueiras:

> “Era necessário dinamizar a prática turística na cidade de Aracaju. Algumas proposições para a área de turismo e lazer deveriam acontecer: preservação da memória arquitetônica; higienização do espaço; construção de restaurantes panorâmicos; construção de uma praça de eventos e de uma área específica para comercialização de artesanatos” (FILGUEIRAS, 2019, p.112).

Em 1998 o mercado Abano Franco ficou pronto, os feirantes foram remanejados e começou o processo de limpeza da área de ocupação irregularmente. Segundo Filgueiras, “devemos destacar que a construção do Mercado Albano Franco é apenas o início da organização de um espaço caótico e que, para sua utilização, seria necessário todo um processo de mudanças de hábitos de uma população” (FILGUEIRAS, 2019, p.114). O processo de divisão de setores dos mercados reproduz uma luz sobre as revitalizações. Conforme Filgueiras, “A transferência dos feirantes e comerciantes não foi realizada de imediato, tarefa que deveria ser muito bem planejada” (FILGUEIRAS, 2019, p.115). Os feirantes ficam ansiosos na volta dos mercados centrais, todavia o processo de organização do agente local foi gradativo.

Figura 3: Mercados Municipais de Aracaju



FONTE: Foto reproduzida pelo site destaquesaracaju.com.br

O mercado central depois de uma longa jornada foi inaugurado. Segundo Filgueiras, no dia 15 de setembro de 2000 foram entregues à população os mercados Antônio Franco e Thales Ferraz totalmente restaurados. Uma obra, realizada em parceria com a Prefeitura de Aracaju, financiada com recursos do PRODETUR. Segundo Filgueiras, “nesse local passariam a comercializar vários artigos regionais, culinária típica local e com restaurantes na parte superior, com visão privilegiada para o estuário do rio Sergipe” (FILGUEIRAS, 2019, p.150). Os turistas e visitantes podem encontrar produtos da gastronomia local com maior facilidade.

Figura 4: Mercados Municipais de Aracaju



FONTE: Foto reproduzida pelo site destaquesaracaju.com.br

Figura 5: Praça Hilton Lopes, tradicional Forró Caju.



FONTE: Foto reproduzida pelo site www.aracaju.se.gov.br

O patrimônio foi restaurado em meio ao caos urbano de Aracaju, a cidade passou se apropriar do local com orgulho, e a revitalização tornou-se num dos principais atrativos turísticos da capital sergipana como lugar de memória e manifestações culturais. Segundo Filgueiras, “o cotidiano do mercado e tudo que acontecia ao seu redor compõem a sua história, as transformações ocorridas em cada década e os seus respectivos usos. Para os mercados se tornarem um patrimônio da cidade é preciso ter importância para a sociedade” (FILGUEIRAS, 2019, p.154). A valorização do espaço pela população local é relevante no sentido de conservação. Conforme o Guia de turismo entrevistado Ivo, “Representam a afetividade de várias gerações que foram frequentadores dos mercados, nele enxergavam sem sua dinâmica o saber fazer, a produção cotidiana de sua cultura”. O ordenamento só foi possível por completo com apropriação espaço por moradores, visitantes e turistas.

5. CONCLUSÃO

Os mercados centrais de Aracaju eram um inconveniente para visitantes e autoridades locais, por questões de insalubridade e de ordem estética no centro histórico de Aracaju. O ordenamento territorial dos mercados teve motivação turística com interesse dos poderes hegemônicos, o capital foi o maior interessado na organização dos mercados, na consequência do desenvolvimento desordenado. O planejamento estratégico territorial era desenvolver um ambiente saudável com a construção de um novo Mercado Virgínia Leite Franco para abastecimento de hortifrutigranjeiros; conservação da arquitetura dos mercados Thales Ferraz e Antônio Franco para artesanato, souvenirs, bares e restaurantes; além da praça Hilton Lopes para sediar eventos como o tradicional Forró Caju.

O ordenamento territorial na região teve influência do agente social público por questões ambientais, econômicas e socioculturais. O desenvolvimento globalizado no país continental como o Brasil deixou de ser hegemônico e tornou-se descentralizado. O planejamento descentralizado desenvolveu-se em políticas públicas territoriais sustentáveis. Como alternativas de planejamento deve ter atenção com valores internos e reguladores do âmbito nacional, o desenvolvimento local envolve consonância com aparato regulador e a cultura local. As políticas de planejamento desenvolvem estratégias de competitividade baseadas em investimento em capacitação de mão de obra e qualidade dos recursos.

A política de governança desenvolve estratégias de competitividade. Segundo Fuini, “a síntese da reflexão aponta, então, para diversas manifestações de governança territorial existentes atualmente na análise territorial, e que devem ser consideradas na análise dos processos atuais de organização social e de desenvolvimento socioeconômico” (FUINI, 2012, p.103). O planejamento turístico estratégico foi fundamental na competitividade do centro histórico como um atrativo. Conforme Castanho, portanto, o presente estudo visa definir e analisar as relações destas políticas e avaliar os seus impactos sobre a atividade turística desde um ponto de vista científico, analisando as percepções públicas” (CASTANHO et al, 2018, p.44). O destino turístico de Aracaju dispõe de diversos atrativos turísticos frequentados como a Orla de Atalaia, Orla Pôr do Sol, Orla do Bairro Industrial, Largo da Gente Sergipana, Igreja de Santo Antônio, Centro Histórico e Mercados Centrais de Aracaju.

O objetivo do artigo foi analisar o processo de ordenamento territorial como desenvolvimento do turismo na capital sergipana. No artigo avaliado identificou que as metas foram atingidas como salubridade, estética urbana paisagística e preservação do patrimônio cultural edificado. A motivação do desenvolvimento territorial foi o turismo, todavia a população local ganhou um novo equipamento de compras e manifestação cultural com a praça Hilton Lopes. O Mercado Virgínia Leite Franco abastece a população de Aracaju com produtos hortifrutigranjeiros de qualidade. Contudo o desenvolvimento territorial nos anos seguintes atingiu o restante do centro histórico na sua totalidade. As mudanças melhoraram a qualidade de vida da população, mas principalmente no desenvolvimento do turismo sustentável.

REFERÊNCIAS

Brandão, C.A. (2012). Território e desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global. Campinas, SP:Editora Unicamp.

Castanho, R.A. (2018). Ordenamento Territorial e a Sua Relação com o Turismo Regional. O caso de Estudo da Região Autônoma da Madeira (RAM). Cidades, Comunidades e Territórios, 36, pp. 42-55.

Dallabrida, V.R. (2014). Do debate teórico sobre desenvolvimento territorial aos desafios de sua prática: a indicação geográfica como alternativa in. DALLABRIDA, Valdir Roque (org). Desenvolvimento territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a indicação geográfica como referência – São Paulo: LiberArs.

Filgueiras, (2019). O Mercado Municipal de Aracaju e seus tempos: princípio, perda e reinvenção (1926/2000). Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Sergipe.

Fuini, L.L (2012). Compreendendo a governança territorial e suas possibilidades: Arranjos Produtivos Locais (APL) e circuitos turísticos. INTERAÇÕES, Campo Grande, v.13, n. 1, p.93-104.

Lefebvre, Henri. (2001). O direito à cidade. São Paulo: Centauro.

Marujo, M.N., Carvalho, P. (2010). “Turismo, Planejamento e Desenvolvimento Sustentável”, Turismo & Sociedade, 3, n. 2, 147-161.

Mellins, Murilo. (2007). Aracaju romântica que vi e vivi. 3. Ed, Aracaju: Unit.

Pintaudi, Silvana Maria. (2006). Os Mercados Públicos: Metamorfoses De um Espaço na História Urbana. Revista Cidades, v. 3, n. 5, p.81-100.

Santos, Lenalda Andrade. Oliva, Terezinha Alves (1998). Para conhecer a História de Sergipe. Aracaju, Opção Gráfica.

Servilha, Mateus de Moaraes; Doula, Sheila Maria. (2009). O mercado como um lugar social: as contribuições de Braudel e Geertz para o estudo socioespacial de mercados municipais e feiras. Revista Faz Ciência, v. 11, n.13, p.123-142.

Silva, Pedro. Lúcia Isabel. (2015). Arquitetura e Espaço Público do Turismo e do Lazer Discursos turísticos da cidade de Paris. Dissertação do Programa da Faculdade de Arquitetura. Universidade do Porto.