

ANA PAULA ANDRADE SOUZA

**O TURISMO COMO TRANSFORMADOR DO ESPAÇO EM ILHÉUS E ITACARÉ,
BAHIA**

ILHÉUS - BAHIA
2005

ANA PAULA ANDRADE SOUZA

**O TURISMO COMO TRANSFORMADOR DO ESPAÇO EM ILHÉUS E ITACARÉ,
BAHIA**

Dissertação apresentada, para obtenção do título de Mestre em Cultura e Turismo, à Universidade Estadual de Santa Cruz e à Universidade Federal da Bahia.

Área de Concentração: Turismo

Orientadora: Profa. Dra. Odaléia T. M. M. Queiróz.

Co-orientador: Prof. Dr. Odilon Pinto de Mesquita Filho.

ILHÉUS - BAHIA
2005

ANA PAULA ANDRADE SOUZA

**O TURISMO COMO TRANSFORMADOR DO ESPAÇO EM ILHÉUS E ITACARÉ,
BAHIA**

Dissertação apresentada, para obtenção do título
de Mestre em Cultura e Turismo, à Universidade
Estadual de Santa Cruz e à Universidade Federal
da Bahia.

Ilhéus-BA, 26/09/2005

Profª. Dra. Odaléia T. M. M. Queiroz – DS
ISCA
(Orientadora)

Prof. Dr. Odilon Pinto de Mesquita Filho – DS
UESC
(Co-orientador)

Prof. Dr. Alexandre Schiavetti – DS
UESC

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Paulo Caroso Souza e Maria Virgínia Andrade Souza, que sempre estão do meu lado e que sempre acreditaram em meu potencial.

AGRADECIMENTOS

Á Deus, por conceber nossa existência e nos guiar no sentido da concretização da nossa missão no mundo;

Aos professores, Odaléia Teles M. M. Queiroz e Odilon Pinto de M. Filho, pela contribuição e paciência ao longo da elaboração e finalização deste trabalho;

Aos professores do Mestrado, em especial Henrique Tomé, pelos ensinamentos e o exemplo de profissionalismo, amor e compromisso com o ensino;

Aos professores e funcionários do Mestrado em Cultura e Turismo, pela disponibilidade em orientar e auxiliar sempre que solicitamos;

Ao meu companheiro Lúcio que acreditou no êxito deste trabalho e me deu forças para concluí-lo;

Aos meus familiares, amigos e colegas de trabalho pelo importante incentivo no meu crescimento e aprendizado.

O TURISMO COMO TRANSFORMADOR DO ESPAÇO EM ILHÉUS E ITACARÉ, BAHIA

Autor: Ana Paula Andrade Souza

Orientador: Odaléia Teles M. M. Queiroz

Co-orientador: Odilon Pinto de M. Filho

RESUMO

Nos últimos anos a atividade turística desenvolveu-se de maneira significativa em Itacaré, litoral baiano. Pode-se apontar como principais razões deste incremento à pavimentação da estrada Ilhéus/Itacaré, bem como a atração exercida pela beleza natural da localidade. Essa melhoria de acesso provocou alterações na dinâmica da atividade turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré. Dessa forma, a pesquisa objetivou analisar o turismo em Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda da BA-001, e a produção de uma nova territorialidade regional, no período de 1999 a 2001, 2004 e 2005, analisando comparativamente o perfil demográfico e psicográfico dos turistas, comerciantes e moradores, além da percepção da imagem do lugar. Além disso, foi realizado um levantamento dos recursos e atrativos turísticos e de Ilhéus e Itacaré. As informações necessárias ao estudo foram obtidas através de dados primários resultantes de pesquisa de campo onde foram feitas entrevistas nos dias 22 a 24 de julho de 2005 com os proprietários e/ou administradores de empreendimentos turístico, comerciantes e comunidade local e secundários de natureza qualitativa e quantitativa, adquiridos por meio de relatórios fornecidos periodicamente pela Bahia Turismo (BAHIATURSA) e Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), no período de 1999 a 2001 e 2004. As informações e análises obtidas nesta pesquisa indicam que o turismo dos municípios necessita de algumas mudanças e maiores investimentos. Quanto ao desenvolvimento da prática do turismo, aponta fragilidade decorrente da ausência de um planejamento que ajuste suas deficiências e alavanque suas potencialidades. Essa micro-região, em vista de suas peculiaridades geográficas, desponta como um dos destinos mais procurados do sul da Bahia, embora ainda não tenha encontrado um equilíbrio na minimização dos impactos gerados no ambiente, como um todo. Observa-se uma descaracterização da cultura em virtude do turismo de massa que vem sendo desenvolvido nas localidades, sem planejamento e infra-estrutura adequada, provocando na comunidade local o sentimento de exclusão.

Palavras-chave: turismo; percepção; população local; territorialidade.

THE TOURIST AS TRANSFORMER OF THE SPACE IN ILHÉUS AND ITACARÉ, BAHIA

Author: Ana Paula Andrade Souza

Adviser: Odaléia Teles M. M. Queiroz

ABSTRACT

In the last years the tourist activity grew in a significant way in Itacaré, coast from Bahia. It can be pointed as main reasons of this increment to the paving of the highway Ilhéus/Itacaré, as well as the attraction exercised by the natural beauty of the place. That access improvement provoked alterations in the dynamics of the tourist activity in the municipal districts of Ilhéus and Itacaré. In that way, the research aimed at to analyze the tourism in Itacaré's city margins right and left of the BA-001, and the production of a new regional territory, in the period of 1999 at 2001, 2004 and 2005, analyzing the demographic profile and the tourists, merchants and inhabitants psychological graph, comparatively, besides the perception of the image of the place. Besides, it was accomplished a rising of the resources and tourist attractions and of Ilhéus and Itacaré. The necessary information to the study were obtained through data primary resultants of field research where they were made interviews on the 22 to July 24, 2005 with the proprietors administrating and/or of enterprises tourist, merchants and community local and near community of qualitative and quantitative analysis, acquired through reports supplied periodically by Bahia Turismo (BAHIATURSA) and Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), in the period from 1999 to 2001 and 2004. The information and analyses obtained in this research they indicate that the tourism of the municipal districts needs some changes and larger investments. With relationship to the development of the practice of the tourism, it points fragility due to the absence of a planning that adjusts your deficiencies and your alavanque potentialities. That micro area, analysing geographical peculiarities, it is one of the most searched destinies of the south of Bahia, although it has not still found a balance to minimize impacts generated in the atmosphere in general. A no characterization of the culture is observed due of the mass tourism that has been developed at the places, without planning and appropriate infrastructure, provoking in the local community the exclusion feeling.

Word-key: tourism; perception; local population; territory

SUMÁRIO

RESUMO	IV
ABSTRACT	V
LISTA DE TABELAS	VIII
LISTA DE FIGURAS	XI
LISTA DE QUADROS	XII
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Turismo e sua importância	1
1.2. Objetivos	4
1.3. Hipótese	6
1.4. Justificativa	6
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	8
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
3.1. Definição de Turismo e Turista	14
3.2. Breve histórico do turismo como fenômeno sócio-econômico e cultural	17
3.3. Turismo e segmentação	25
3.4. Importância e Impactos sócio-econômicos, culturais e ambientais do Turismo	27
3.5. Turismo sustentável, Patrimônio, Cultura e Identidade	32
3.6. Oferta e demanda turística	36
3.7. Perspectivas para o turismo	39
3.8. Conceito de Espaço Turístico e Arranjo Produtivo do Turismo	40
3.8.1. O conceito de Espaço Turístico	42

3.8.2. Os conceitos de Centro Turístico, Centros Turísticos de Distribuição e Complexos Turísticos	44
3.8.3. Arranjo Produtivo do Turismo	46
3.9. Características sócio-econômicas, culturais e ambientais do Turismo nos limites dos municípios de Ilhéus e Itacaré.....	50
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	56
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
APÊNDICE	102
ANEXO	107

LISTA DE FIGURAS

Figura 01- Ilustração da BA-001.....	49
Figura 02 – Sexo dos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro a julho de 2004.....	56
Figura 03 – Nível de Instrução dos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro a junho 2004.....	57
Figura 04 – Meios de Transportes utilizados pelos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro a julho de 2004.....	58
Figura 05 – Fatores que influenciaram a vinda dos turistas aos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro a julho de 2004.....	59
Figura 06 – Fatores motivadores dos turistas aos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de julho de 2004.....	60
Figura 07 – Forma de viagem dos turistas aos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de julho de 2004.....	60
Figura 08 – Meio de Hospedagem utilizado pelos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de julho de 2004.....	61
Figura 09 – Notas dos turistas sobre os atrativos nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e Janeiro a julho de 2004.....	62
Figura 10 - Notas dos turistas sobre os atrativos naturais nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	63
Figura 11 - Notas dos turistas sobre o patrimônio histórico cultural nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	64
Figura 12 - Notas dos turistas sobre as manifestações populares nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	64

Figura 13 - Notas dos turistas sobre os equipamentos e serviços nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	66
Figura 14 - Notas dos turistas sobre os equipamentos de lazer nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	66
Figura 15 - Notas dos turistas sobre os passeios oferecidos nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	67
Figura 16 - Notas dos turistas sobre as empresas de serviços receptivos nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	68
Figura 17 - Notas dos turistas sobre a hospitalidade/comunidade local nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	68
Figura 18 - Notas dos turistas sobre a informação turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	69
Figura 19 - Notas dos turistas sobre a sinalização turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	70
Figura 20 - Notas dos turistas sobre os guias de turismo nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	70
Figura 21 - Notas dos turistas sobre os meios de hospedagem nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	71
Figura 22 - Notas dos turistas sobre os bares/restaurantes nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	72
Figura 23 – Notas dos turistas sobre comércio/compras nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001.....	72
Figura 24 - Notas dos turistas sobre as diversões noturnas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	73
Figura 25 - Notas dos turistas sobre táxi nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de	

1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	73
Figura 26 - Notas dos turistas sobre a infra-estrutura nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001.....	75
Figura 27 - Notas dos turistas sobre a comunicação nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a Janeiro de 2001.....	75
Figura 28 - Notas dos turistas sobre a sinalização urbana nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a Janeiro de 2001.....	76
Figura 29 - Notas dos turistas sobre a segurança pública nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	77
Figura 30 - Notas dos turistas sobre a limpeza pública nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001.....	77
Figura 31 – Notas dos turistas sobre ônibus urbano nos municípios de Ilhéus – janeiro de 1999 a janeiro de 2001.....	78
Figura 32 – Notas dos turistas sobre o terminal marítimo nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004.....	78
Figura 33 - Notas dos turistas sobre terminal rodoviário nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001.....	79
Figura 34 – Notas dos turistas sobre aeroporto nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001.....	80
Figura 35 – Tempo de residência nos municípios de Ilhéus e Itacaré.....	81

LISTA DE TABELAS

Tabela 01. Modelo Padrão da Escala de Likert	10
Tabela 02. Faixa de renda média mensal familiar dos moradores de Ilhéus e Itacaré, margens da BA-001, julho de 2005	82
Tabela 03. Percepção dos moradores de Ilhéus e Itacaré, margens da BA-001, julho de 2005 quanto as mudanças ocorridas nas localidades nos últimos anos	83

LISTA DE QUADROS

Quadro I - Identificação dos atrativos de Itacaré	52
Quadro II - Identificação dos atrativos de Ilhéus	53

1. INTRODUÇÃO

Turismo e sua importância

A vida agitada da sociedade moderna tem levado as pessoas a buscar conhecimentos, direcionando suas vidas em função da competitividade estabelecida na era da informação. Nessas buscas, têm aumentado suas jornadas de trabalho, além de absorver seu tempo disponível de descanso e lazer em aperfeiçoamento para a sobrevivência no mundo global. Dessa sobrecarga e do desejo de livrar-se de limitações e pressões, surge o turismo como alternativa de distanciamento do cotidiano estressante, como concretização de um desejo ou necessidade de evasão e de deslocamento para novas paisagens. De acordo com Lage e Milone (2000, p.26):

O turismo é uma atividade socioeconômica, pois gera a produção de bens e serviços para o homem visando à satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias. Em se tratando de uma manifestação voluntária decorrente da mudança ou do deslocamento humano temporário, envolve a indispensabilidade de componentes fundamentais como o transporte, o alojamento, a alimentação e, dependendo da motivação o entretenimento (lazer, atrações). [...] A riqueza gerada pelas múltiplas atividades não mais existem, nem o tempo importa mais. O que se observa do turismo atual é a existência de uma rica e grandiosa indústria que se relaciona com todos os setores da economia mundial e que deverá continuar atendendo aos interesses da humanidade nos próximos milênios.

Atualmente no Brasil, o turismo vem despontando como uma alternativa econômica viável para vários municípios, acarretando assim, redefinições espaciais e sócio-culturais. Entretanto, é importante dizer que a evolução do fenômeno turístico em nosso país foi lenta e descontínua. Segundo Cruz (2001), a atividade turística passou a fazer parte da agenda governamental federal a partir da criação em 1966, do Conselho Nacional de Turismo (CNTur), com a função de formular as diretrizes da política nacional de turismo e da

EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo. A autora afirma que a “política de turismo é um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território” (CRUZ,2001,p.40).

Na década de 70 houve a criação do Fundo Geral do Turismo - FUNGETUR, além dos Fundos de Investimentos do Nordeste - FINOR, o da Amazônia - FINAM e o Setorial - Fiset. Neste período de governo militar foram desenvolvidos grandes projetos turísticos no nordeste brasileiro, numa versão preliminar do atual Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste - Prodetur.

Nos anos 80, a Embratur continuou tendo iniciativas na implementação da atividade turística, embora ainda tímidas. Enfim, podemos afirmar que entre a década de 60 até o começo dos anos 1990, a política nacional de turismo limitou-se a incentivos fiscais para ampliação e melhoria de infra-estrutura hoteleira, destacando-se o Plano de prioridade de Localização de Hotéis de Turismo (1968), que estabeleceu prioridade para as áreas: cidade de Brasília, as capitais estaduais, estâncias hidrominerais, climáticas e balneárias, e cidades históricas; adjacências dos aeroportos internacionais e eixos viários de interesse turístico; Parques Nacionais e áreas onde houvesse atrativos naturais de interesse turístico.

No início dos anos 90, aconteceu uma reestruturação da Embratur, com a implementação de diretrizes para a formulação do que viria ser a política nacional de turismo do período de 1996/1999. Dessa forma, ocorreu um redirecionamento das políticas que eram tipicamente desenvolvimentistas para a preservação dos patrimônios natural e cultural.

Até 1999, foram aplicados cerca de 10 bilhões de dólares em obras de infra-estrutura básica, destinadas a atender às regiões turísticas, e ainda devem ser aplicados mais 1,6 bilhões de dólares em infra-estrutura na Amazônia, Pantanal, Nordeste e na Região Sul do país, com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e contrapartidas do governo federal e dos governos estaduais (LAGE E MILONE, 2000)

O turismo encontrou no Nordeste do Brasil grande potencialidade em belezas naturais, riqueza arquitetônica e a vasta diversidade cultural. Com essas características, a Bahia, considerada a *alma do Brasil*, destaca-se por sua música, danças, literatura, culinária, festas populares, religiosas e profanas, belezas naturais, bem como pelas raízes históricas que confundem-se com as raízes da própria história do país.

Em 1994, o governo estadual da Bahia lançou um Plano Turístico, que visava a promoção e o desenvolvimento da infra-estrutura turística, motivado pelo reconhecimento de seu potencial de geração de receita e emprego. De acordo com Guthery e Philips (2000, p. 189), “sete regiões foram selecionadas para receber projetos especiais de infra-estrutura, com a meta de fomentar o turismo”. Entre as regiões designadas para investimentos custeados pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), encontra-se a *Costa do Cacau*, na qual se destacam Ilhéus e Itacaré, municípios que são objetos de estudo desta pesquisa.

Dessa forma, o governo baiano tem incrementado o turismo, através de inúmeras ações fomentadoras, apoiando estudos que procurem caracterizar o perfil da demanda turística dos municípios costeiros para serem estudados pela Bahia Turismo (BAHIATURSA). Assim, a Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) vem contribuindo com este trabalho, através do estudo do Perfil do Turismo Receptivo dos municípios de Canavieiras, Itacaré e Belmonte, a partir de 1999.

Porém, ainda são escassas e pouco profundas as pesquisas de acompanhamento dos resultados concretos desta política, divulgando a contribuição para o setor turístico e também na consolidação da participação em termos financeiros deste setor na economia dos municípios estudados.

A partir do ano de 1998, com a pavimentação da estrada Ilhéus/Itacaré, ocorreu um significativo aumento do fluxo de turistas para Itacaré, atraídos, principalmente, pela beleza

natural da localidade. Essa melhoria de acesso provocou alterações na dinâmica da atividade turística dos dois municípios, Itacaré e Ilhéus.

Na verdade, a estrada configurou-se como um vetor que valorizou toda a área às suas margens direita e esquerda, possibilitando a dinamização do mercado imobiliário litorâneo local, acarretando uma dinamização demográfica sem precedentes, atraindo empresários de outras regiões brasileiras, bem como internacionais, prestadores de serviços e trabalhadores ligados à construção civil. Entretanto, vale a pena ressaltar que com todas essas mudanças e chegada de pessoas de outras áreas, vem acontecendo a imposição de um modelo exógeno de desenvolvimento que resulta numa total reestruturação espacial, cultural e social deste trecho costeiro.

1.2 Objetivos

Em termos gerais, a pesquisa objetivou analisar o turismo em Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda direita e esquerda da BA-001, litoral da Bahia, Costa do Cacau e a produção de uma nova territorialidade regional.

Mais especificamente pretendeu-se avaliar a implantação do Centro Turístico Integrado proposto pelo PRODETUR, verificando, ao mesmo tempo, a adequação de um modelo de desenvolvimento turístico baseado no Arranjo Produtivo Turístico.

Para tanto, levantou-se os principais recursos e atrativos de Ilhéus e Itacaré, a motivação dos visitantes, identificando as suas perspectivas, visando contribuir com informações necessárias à estruturação destes destinos turísticos. Além disso, observou-se as transformações econômicas, ambientais e socioculturais ocorridas nos municípios de Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda direita e esquerda da BA-001, verificando-se que a territorialidade original vem passando por mutações significativas, surgindo outras territorialidades que podem ou não ser benéficas para a comunidade local.

1.3 Hipótese

Supomos que as atividades turísticas nos municípios de Ilhéus e Itacaré estão criando uma nova territorialidade regional e se forem concebidas de forma complementar, contribuirão para o estabelecimento de um Arranjo Produtivo Turístico que poderá resultar num maior ganho de eficiência no desenvolvimento dos dois municípios.

1.4 Justificativa

A presente pesquisa, através da verificação dos fluxos de visitantes de Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda direita e esquerda da BA-001, no período de 1999 a 2001 e 2004 e 2005, analisou a atividade turística dos dois municípios, identificando diferenças e semelhanças.

A expansão do movimento turístico atual evidencia-se como uma tendência mundial, reproduzida, de forma contundente no Brasil, principalmente no espaço litorâneo, dando-lhe novas formas e exigindo análises profundas.

O estudo dos fluxos turísticos dos municípios de Ilhéus e Itacaré, localizados na *Costa do Cacau Baiano*, é de extrema relevância, pois poderá contribuir para uma verdadeira compreensão da situação atual, bem como para um redimensionamento da dinâmica econômica da área, potencializando o desenvolvimento local, assim como, compreendendo que público visita cada município, a partir da identificação das manifestações culturais peculiares de cada um.

As informações geradas pela pesquisa, certamente, vão contribuir, como base, para uma reflexão sobre a reestruturação destes destinos turísticos, identificando as necessidades de investimentos para obtenção de melhores resultados, além de servir de ponto de partida para estudos semelhantes em outras localidades. Futuros planejamentos das políticas de municipalização do setor e fortalecimento da *Costa do Cacau*, através da interação entre os

destinos turísticos, também poderão ser beneficiados pelos resultados da presente investigação científica.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após a definição de tema a ser pesquisado, entre as etapas iniciais de um trabalho científico, está a determinação de uma metodologia científica. A partir da necessidade de obtenção de conhecimentos mais seguros que os fornecidos por outros meios, a atividade da pesquisa é a investigação detalhada, sistemática, empírica e crítica dos dados, com o objetivo de descobrir ou descrever fatos e ou verificar a existência de relações entre eles (DENCKER, 1998). Diante disso, a presente pesquisa foi desenvolvida com o objetivo fundamental de chegar à veracidade dos fatos, através do processo de investigação, mediante coleta, organização e análise de dados com a finalidade de obter informações sobre comportamentos, relações e tendências que permitam verificar a caracterização da atividade turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda da BA-001, e a existência dos componentes essenciais de produtos turísticos.

Inicialmente, foi feita uma análise descritiva dos municípios de Ilhéus e Itacaré.

Em seguida, foi realizada uma descrição dos principais recursos e atrativos identificando as diferentes características de Itacaré e Ilhéus, *Costa do Cacau* como destinos turísticos.

Há de se lembrar que **RECURSO** é todo elemento natural ou cultural que ainda não foi explorado formalmente e que, portanto, não possui estrutura de serviço definitiva. Isso, obviamente não impede para que possa estar sendo utilizado pela comunidade local ou de

outros municípios, esporadicamente. Já o **ATRATIVO** se caracteriza pela presença sistemática de alguns serviços dirigidos ao visitante ou turista. (WWF BRASIL, 2004, pg. 119).

Os dados desta pesquisa foram obtidos através de fontes secundárias e primárias. De acordo com Malhorta apud Reinaldo(2000), as fontes secundárias são dados já disponíveis porque já foram coletados para algum outro propósito diferentemente do estudo em questão. Nesta pesquisa o levantamento de dados secundários deu-se através dos relatórios fornecidos periodicamente pela BAHIATURSA e UESC, no período de 1999 a 2001 e janeiro de 2004.

Quanto ao levantamento de dados primários, foram obtidos através do resultado de uma pesquisa de campo coletando-se as evidências diretamente no local em que ocorreram os fenômenos, através de entrevistas estruturadas, como forma de a buscar as informações necessárias ao estudo.

Para Gil (2000) a entrevista estruturada desenvolve-se a partir de uma relação fixa de perguntas com alternativas de respostas previamente estabelecidas. Entre as vantagens desse tipo de entrevista estão a sua rapidez o que implica custos relativamente baixos e por possibilitar a análise estatística dos dados quantitativos e qualitativos (desde que transformados por processo adequado), já que as respostas são padronizadas.

Para análise das atividades turísticas dos municípios de Ilhéus e Itacaré foi considerado o período de janeiro de 1999 a janeiro de 2001 (BAHIATURSA e UESC) e janeiro e julho de 2004 (BAHIATURSA e Pesquisa). Inicialmente, procedeu-se uma análise descritiva do perfil do turista que visitou os municípios de Ilhéus e Itacaré no período de janeiro e julho de 2004. O método descritivo estatístico, que busca responder às questões quantitativas da pesquisa, utilizando-se da estatística para apresentação dos resultados analisados e interpretados a partir de médias e percentuais das respostas obtidas (Samara & Barros, 1997). Em seguida, foi descrita a percepção do turista nos dois municípios utilizando informações obtidas nos relatórios da demanda turística, da BAHIATURSA, UESC no período de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004. Os dados foram tabulados e analisados através de tabelas e gráficos de séries e por meio destas informações buscou-se distinguir o perfil e a percepção dos turistas.

O turismo nos municípios de Ilhéus e Itacaré foi avaliado no período de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 segundo diversas variáveis, de forma qualitativa através de

ponderação de respostas de acordo com critérios estabelecidos para ótimo, bom, regular, ruim e péssimo, conforme descrito no capítulo anterior deste trabalho.

Neste sentido, para avaliar os municípios as variáveis em estudo foram divididas em três grupos: os atrativos, os equipamentos e serviços e a infra-estrutura.

Os dados primários foram obtidos com aplicações de questionários aos turistas, por meio de pesquisa de campo, no período de julho de 2004, seguindo o modelo dos relatórios fornecidos periodicamente pela BAHIATURSA e UESC. Para estes, foi utilizado o processo probabilístico aleatório simples através do critério de exaustão, durante três dias, com aplicações de questionários. A abordagem foi feita de forma direta através de questionários com perguntas semi-abertas, aplicada a estes, analisando o perfil demográfico e psicográfico dos entrevistados, além da percepção da imagem do lugar.

As características do perfil dos turistas e demais informações adicionais sobre a viagem são de fundamental importância para o desenvolvimento do turismo. Caracterização do turista (a idade, o grau de instrução, o nível de renda, o meio de transporte, a influência e o motivo da viagem), além de justificar, pode contribuir para a adequação da oferta do “produto” ao perfil e expectativas de sua demanda.

Os dados de natureza avaliativa, que se referem à perspectiva dos turistas quanto à localidade, foram analisados por meio de tabelas e gráficos de séries. A Escala de Likert possibilitou que valores qualitativos fossem transformados em valores quantitativos através de uma avaliação pelo método de “consistência interna”, onde cada indivíduo foi visto relativamente ao grupo de entrevistados de que faz parte. Os dados foram tabulados através da ponderação das respostas segundo critérios estabelecidos para ótimo, bom, regular, ruim e péssimo, evitando a subjetividade, sendo possível sua análise, conforme a Tabela 01.

Tabela 01. Modelo Padrão da Escala de Likert

Alternativa	Frequência (f)	Peso	f x p
ÓTIMO	-	5	-
BOM	-	4	-

REGULAR	-	3	-
RUIM	-	2	-
PÉSSIMO	-	1	-
TOTAL	-		
MÉDIA*	-		

Fonte: SAMARA & BARROS (1997, p. 86)

(*) As médias são obtidas pelo quociente entre a somatória do peso x freqüência pelo total da amostra obtida.

Com forma de adequar a base de dados de ordem qualitativa à quantitativa foi utilizada a Escala de Likert onde se multiplicou por 2 os pesos para obter uma nota de 0 a 10. Foi atribuído peso zero para a alternativa “Não Sabe” visando anulá-la de forma que o modelo torna-se pertinente à transformação através da escala escolhida.

Os dados foram tabulados com o auxílio do programa matemático Excel para análise e comparação dos dados encontrados para os dois municípios por meio de procedimentos estatísticos descritivos, especificamente, através de tabelas e gráficos.

Para avaliação da satisfação dos turistas segundo os resultados obtidos, consideraram-se como “satisfatório” notas médias igual ou acima de 7 (sete), os demais valores abaixo desta foram considerados “insatisfatórios”.

Para análise do perfil e percepção dos comerciantes e moradores acerca do espaço turístico nas margens direita e esquerda da BA-001, Ilhéus/Itacaré foi utilizado levantamento e análise de informações obtidas por meio de coleta de dados primários, resultantes de pesquisa de campo onde foram feitas entrevistas nos dias 22 a 24 de julho de 2005, com os proprietários e/ou administradores de empreendimentos turísticos (hoteleiro, comerciantes...) em Ilhéus - São Domingos, Jóia do Atlântico, Vila Juerama, Ponta do Ramo e Itacaré e com a comunidade local em Ilhéus - São Domingos, Vila Juerama; Uruçuca - Serra Grande e Itacaré através de pesquisa exploratória do tipo estudo de caso, com a amostragem não-probabilística por cotas. Segundo Dencker (1998, p.179), “o entrevistador é quem faz uma seleção dos representantes para cobrir suas cotas, dentro de uma área especificada”.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Objetivando possibilitar uma maior clareza quanto ao objeto da pesquisa, foi realizada uma revisão de literatura sobre o conceito de turismo, breve histórico, sua classificação, sua importância e impactos do turismo nas comunidades em que se manifesta, o turismo sustentável, a oferta e a demanda turística, bem como as suas perspectivas. Através da pesquisa bibliográfica, foi feita também uma análise da importância da atividade turística e seus reflexos sobre aspectos sócio-econômicos do espaço estudado.

Santos (1992) afirma que o espaço não é apenas formado pelas coisas e objetos geográficos naturais e artificiais da paisagem, mas também pela sociedade. Esta seria o principal componente para traçar o perfil dos lugares. Para o autor, os elementos do espaço são: os *homens* – distribuídos em grupos ou classes; as *firmas* – cuja função essencial é a produção de bens, serviços e idéias; as *instituições* – que produzem normas, ordens e legitimações; as *infra-estruturas* e o *meio ecológico* que, cada vez mais, vêm sendo transformado em meio técnico, sofrendo modificações e impactos das ações antrópicas. Junto aos municípios de Ilhéus e Itacaré, o que tem determinado a configuração, o arranjo e os rearranjos territoriais observados é a ação do conjunto de turistas, proprietários de imóveis nos loteamentos de veraneio, empresários do ramo

hoteleiro, agentes de viagem, comerciantes e os excursionistas eventuais, que vêm sendo os agentes modificadores do espaço local.

O exercício da apreensão da totalidade - aqui entendida como o contexto macrosocial envolvente - é um trabalho fundamental para que aconteça uma verdadeira compreensão do local, suas diferentes partes e aspectos (Pontes, 1983), mas é extremamente importante o estudo das individualidades dos lugares e suas singularidades. O conhecimento das partes, do seu funcionamento, de sua estrutura interna, das suas leis e inter-relações, da sua relativa autonomia, de sua evolução constituem um instrumento essencial para se apreender o sistema. A apreensão de um todo orgânico e seus fenômenos, com coerências e contradições internas deve observar suas condicionantes interdependentes, sempre dentro de um processo de transformação, renovação e desenvolvimento as quais devem ser julgadas do ponto de vista das condições que lhes deram origem e suas ligações com os diferentes sistemas existentes.

A atividade turística tem demonstrado, ao longo do tempo, que pode influenciar, de maneira significativa, o processo de ordenamento do território. Na verdade, o turismo é um fenômeno ambivalente, tanto pode favorecer o desenvolvimento socioeconômico de um núcleo receptor, imprimindo-lhe uma nova dinâmica através da produção de lugares de consumo, como, por outro lado, pode ser um “desarticulador voraz de antigas formas e funções sociais que, em um processo linear, destrói o velho, substituindo-o pelo novo”(Luchiani, 1999,p.10).

Antes de mais nada, é preciso compreender o que é turismo, principalmente como atividade contemporânea que cresceu muito após a Segunda Guerra Mundial.

3.1. Conceito de turismo

O turismo é um fenômeno social complexo e muitos estudiosos vêm procurando defini-lo de maneira adequada. Para Wahab (1977), o turismo é uma atividade humana intencional, que serve como meio de comunicação e como elo da interação entre povos, tanto dentro de um mesmo país como fora dos limites geográficos dos países. Envolve o deslocamento temporário de pessoas para outra região, país ou continente, visando à

satisfação de necessidades outras que não o exercício de uma função remunerada. Para o país receptor, o turismo é uma “indústria” cujos produtos são consumidos no local formando exportações invisíveis. Os benefícios originários deste fenômeno podem ser verificados na vida econômica, política, cultural e psicossociológica da comunidade.

Embora de origem francesa, a palavra *tour* obteve utilização vinculada às viagens dos jovens aristocratas da Grã-Bretanha, que a empregavam para designar *The tour* ou *The grand tour* que fazia na Europa no século XIX, acompanhados de seus preceptores, como complemento necessário à sua formação (ARRILLAGA, 1976; ANDRADE, 1992).

Segundo Andrade (1992, p.38), pela própria estrutura do fenômeno turístico, a conceituação mais próxima da ideal seria a que define o turismo como “o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento”.

Para Santana (1996, p.10)

O turismo representa uma forma especial de aproveitamento do tempo livre e de recreação. Uma definição do turismo que seja suficientemente abrangente não pode centrar sua atenção unicamente em seu aspecto funcional ou em seu agente ativo, o turista. Afinal o turismo é um fenômeno social que envolve o surgimento e desenvolvimento de instituições, relações interpessoais e situações peculiares.

Embora incompleta por não citar as manifestações que se refiram aos negócios, Arrillaga (1976) define o turismo como “o conjunto de deslocamentos voluntários e temporais determinados por causas alheias ao lucro; o conjunto de bens, serviços e organização que determinam e tornam possíveis estes deslocamentos, e as relações e fatos que entre aqueles e os viajantes têm lugar”, transmitindo as idéias fundamentais relacionadas às atividades turísticas.

Segundo Barreto (1997), o turismo organizado de nossos dias implica: estrutura de atendimento no local de origem do turista, compostas pelas agências ou operadoras, guias ou *softwares* que preparam a viagem; as transportadoras que viabilizarão o deslocamento, a

viagem propriamente dita e o equipamento receptor no local de destino, os serviços prestados ao turista e toda a trama de relações entre visitantes e residentes do local visitado.

O que se pode concluir, frente às definições do turismo citadas, é que, para existir a atividade turística, é necessário que haja toda uma equipe que faça o planejamento do receptivo; que organize a divulgação dos atrativos turísticos; que estruture os equipamentos e serviços e que viabilize a infra-estrutura do local. Mas, também, é necessário considerar-se as variações sócio-econômicas e especificidades culturais de cada local. Enfim, também podemos afirmar que muitos dos pesquisadores da área de turismo, o encaram como vetor impulsionador de desenvolvimento, podendo acarretar crescimento na economia, gerador de divisas.

Fazer turismo significa consumir tempo e dinheiro fora da residência habitual, significa também deslocamento e estadia em outros locais. Dessa forma, o “turismo” é encarado dentro do sistema econômico como um “bem” a ser consumido, chamado a atenção dos empresários e dos governantes que investem na sua organização.

Neste sentido, para este trabalho foi adotada a definição de Moesch (2002, p. 09), que considera o turismo:

Uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dimensão sociocultural gera fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico.

Quanto ao conceito de turista, este estudo considera o conjunto da população adulta de turistas nos municípios que se enquadram no conceito da OMT (Organização Mundial de Turismo, 1994), segundo o qual

“Turista é todo cidadão que se desloca para fora do seu local de residência permanente por mais de 24 horas, realizando, pelo menos, um pernoite por motivo que não o de fixar residência ou exercer qualquer atividade remunerada, realizando gastos de qualquer espécie com renda auferida fora do local visitado e que não ultrapasse 1 (um) ano no local visitado sem exercer qualquer atividade remuneratória”.

Ainda segundo a OMT (1994) a viagem turística pode ser avaliada sob vários aspectos:

- quanto à sua motivação: lazer , descanso, negócios, saúde, estudos etc;
- quanto aos meios de transportes: aéreo, marítimo, fluvial, ferroviário ou rodoviário;
- quanto ao tempo de duração: curta, médio ou longa permanência;
- quanto aos meios de hospedagem: hotéis, motéis, pousadas, hospedarias, camping, imóveis (casas ou apartamentos) alugados ou cedidos, residências familiares, segundas residências, alojamentos e colônias de férias;
- quanto ao tamanho do grupo: individual, família ou coletivo (excursão);
- quanto ao modo de organização: sem ou com intermediário (agente de viagens ou intervenção governamental).

3.2 Breve histórico do turismo como fenômeno sócio-econômico e cultural

O turismo é uma atividade marcante em nossa sociedade industrial de hoje e para termos uma melhor compreensão do fenômeno atual devemos necessariamente passar por uma análise breve do seu significado no decorrer da história.

Temos que reportar à Antiguidade Clássica para encontrarmos as “primeiras formas de deslocamentos com finalidade recreacional ou terapêutica, as quais originaram o fenômeno que, lato senso, foi denominado turismo”. (Rodrigues, 1985. p. 5).

Na Grécia antiga encontramos também várias formas de lazer, tais como: festivais públicos, teatro ao ar livre, cerimoniais antigos e os famosos jogos Olímpicos aos quais acorriam grande numero de pessoas, vindas das mais

diferentes regiões. "... surge o termalismo com meios de hospedagem e casas de veraneio para abrigar o grande número de pessoas...". (Ambrizi, 1986. p. 2).

Nessa época, os representantes das classes mais abastadas e privilegiadas do Império Romano tinham o hábito de possuir duas residências: uma no centro urbano e outra na zona rural, onde podiam unir o útil (administrar o trabalho de seus súditos) ao agradável, isto é, desfrutar da tranquilidade da vida campestre.

Com o passar do tempo multiplicam-se as segundas residências ao redor das cidades. Ao mesmo tempo, aparecem na Europa muitas estações termais com finalidades terapêuticas usadas pela classe dominante de então.

Durante toda a Antiguidade, o "trabalho" era associado à punição, à dor; era muito desprezado pelas elites que dedicavam largo tempo ao lazer, às viagens de recreio e descanso. O trabalho era realizado por classes mais baixas e escravos.

Já na Idade Média, o trabalho passa a ser mais valorizado e se reveste de dignidade havendo uma condenação do tempo livre. Nesse longo período, o termalismo cai em descrédito e só o trabalho tem valor, "ascendendo da mais humilde e desprezada posição ao nível mais elevado e a mais valorizada das atividades humanas". (Decca, 1987. p. 8)

"...Adam Smith afirmou que o trabalho era fonte de toda riqueza e alcançou seu ponto culminante no Sistema de trabalho de Marx onde o trabalho passou a ser a fonte de toda a produtividade e expressão da própria humanidade do homem". (Arendt, p. 139).

Desta forma, podemos afirmar que houve uma glorificação do trabalho o qual encontrou suporte definitivo no surgimento da fábrica mecanizada alimentando. A partir dessa época, os homens passaram a ouvir uma pregação moral do tempo útil e do trabalho edificante, sentindo em sua vida cotidiana o poder destrutivo desse

novo princípio normativo da sociedade, que não tinha mais lugar para descanso e para o lazer. Era uma transição que se operava na economia até então vigente: de uma condição estática e não lucrativa, medieval, passava-se para uma forma de economia mais dinâmica, e para um regime capitalista com fins lucrativos. Ao mesmo tempo que acontecia toda essa mudança no modo de produção da sociedade, houve também uma renovação religiosa protestante que continha ideais reformistas que concordava, plenamente, com a valorização extrema do trabalho, condenando o lazer como sendo algo pernicioso.

Os trabalhadores de então foram, seriamente, prejudicados. "... no começo da era industrial, o proletariado urbano da Europa trabalhava, em média, oitenta e cinco horas por semana (Requixa, 1980. p. 24).

Somente muito tempo depois é que o lazer e o turismo passaram a ter suas dimensões ampliadas e sua importância apareceu novamente.

"O termalismo ressurgiu,... nos séculos XVII e XVIII sob os reinados de Luís XII e Luís XIV, na França. Os nobres dirigiam-se para as 'águas' fazendo-se acompanhar de verdadeira corte..." (Requixa, 1980. p. 25).

É em Bath, cidade britânica nas proximidades de Bristol, que nasceu, no final do século XVII, a estação termal, lugar de permanência da classe aristocrática. Até então, a vida social na Inglaterra se restringia à capital, talvez mais que na França. No verão, a classe aristocrática deixava Londres e se retirava para o campo." (Rodrigues, 1985. p. 6).

"O turismo, enquanto fenômeno social significativo, só aparece nitidamente no século XVII, afirmando-se no século XIX. Uma série complexa de fenômenos inter-relacionados contribuíram para seu desenvolvimento. As transformações agrícolas e industriais que se manifestaram precocemente na Grã-Bretanha elevam significativamente as rendas de uma fração da população, aquela que destina a posse da terra. A partir daí a alta classe podia desfrutar de uma vida luxuosa, graças à renda fundiária. E as viagens são incorporadas aos seus hábitos como uma forma de fugir do cotidiano..." (Rodrigues, 1985. p. 7).

Pelo exposto acima, podemos dizer que foi, principalmente, do desenvolvimento tecnológico e industrial que veio o estímulo à ascensão do lazer e do turismo, transformando-os em valores e o homem passou a buscar seu bem-estar social e lograr êxito.

Com o passar do tempo, todas as classes foram sendo beneficiadas e adquirindo direitos á mais horas livres.

“De uma situação de trabalho em que a semana parecia crescer em dias úteis, passa-se para o reconhecimento da importância das horas livres, entre uma e outra jornada de trabalho; da importância do repouso semanal simples, do repouso semanal remunerado, das férias anuais; da importância da cessação legal da vida de trabalho pela aposentadoria”. (Requixa, 1980. p. 26).

Logicamente essas transformações esboçadas se impuseram aos poucos, com muito esforço. Um fato importante a ser ressaltado é que ocorreu, nos países mais desenvolvidos e industrializados, um crescimento do poder aquisitivo dos assalariados, assegurando uma expansão do consumo.

Acontece também uma melhoria da rede de transportes, principalmente da rede ferroviária, que facilitou muito os deslocamentos.

A partir de então, o desenvolvimento do turismo passa a causar impactos especiais de grande significado. As pessoas deixam de só visitarem os arredores das cidades e vão passear em locais bem mais distantes. Na Europa toda surgem estações de montanhas e os centros balneários no litoral atlântico, bem como, na fachada mediterrânea, havendo um crescimento extraordinário dos meios de hospedagem.

As conquistas sociais como a diminuição de jornada de trabalho, o aumento do número de dias de férias em descanso remunerado, vão provocar o surgimento do chamado “turismo de massa”. Com esse turismo são construídos outros tipos de meios de hospedagem e alojamento como as colônias de férias, as segundas residências mais simples, as pousadas e os campings.

A rede rodoviária melhorou muito possibilitando maior disponibilidade para os deslocamentos turísticos, as pessoas começaram a adquirir seus próprios veículos, podendo assim, viajar com maior facilidade e autonomia.

“A sociedade industrial democratizou o lazer em especial as viagens turísticas em função de uma gama de elementos que se justapuseram...” (Castelli, 1986. p. 16)

Nos países, onde já se conseguiu um alto nível de vida, aliado a um menor número de horas semanais de trabalho, o lazer é aceito sem conflitos. Nos países subdesenvolvidos, há, entretanto, outros problemas que se apresentam como urgentes, tais como: alimentação, saúde, habitação, educação etc... Muitas vezes, o lazer, nesses países, é encarado como secundário, exigindo muito esforço para ser ressaltado sua importância na vida das pessoas. Os trabalhadores reivindicam, em primeiro lugar, a garantia temporária de emprego, e em segundo plano, melhor remuneração com menos horas de trabalho.

É fundamental o estabelecimento de uma política de democratização cultural num país subdesenvolvido que dê um verdadeiro encaminhamento à distribuição e ocupação do tempo de lazer, dando-lhe o devido valor como tempo para a expressão humana e crescimento individual.

Com toda a exposição até aqui apresentada parece ser possível concluir que os deslocamentos sempre fizeram parte da vida do ser humano (por diferentes motivos) e que no decorrer do tempo houve uma evolução dos meios de transportes, de conhecimentos adquiridos e dos objetivos dessas viagens. “O século XX abriu as portas para a prática do turismo em grande escala graças às grandes transformações proporcionadas pela revolução industrial. O turismo passa a integrar a vida das nações” (Castelli, 1986. p. 26).

Cada vez mais percebe-se a importância do turismo e este vai se estruturando em âmbito regional, nacional e internacional. A sua organização e estrutura diferem muito de país para país. Nas regiões mais desenvolvidas e industrializadas do mundo, geralmente o turismo já tomou uma forma bem regulamentada e organizada. Já em outros países, menos desenvolvidos como o nosso, o setor do turismo ainda está se estruturando.

A partir da criação da Embratur na década de 60, o Estado Brasileiro começa a acordar para o valor da atividade turística, descobrindo que o nosso elevado potencial natural pode ser explorado e trazer muitas divisas. O Poder Público, então, adotou uma atitude face ao turismo tentando incluí-lo dentro de sua política econômica global, enfim dentro de um planejamento geral. A Política Nacional de Turismo teve sua origem em 1966, ano em que foram criados o Conselho Nacional (CNTur) e a Embratur – Empresa Brasileira de Turismo. O CNTur tinha a função era formular as diretrizes a serem obedecidas na política nacional de turismo. A Embratur deveria estudar e propor ao CNTur os atos normativos necessários à promoção da política nacional de turismo.

A Política Nacional de turismo foi formulada e executada, então, pelo chamado Sistema Nacional de Turismo criado em 1967 e constituído pelo CNTur, Embratur e ministério das Relações Exteriores. Esses órgãos orientavam-se segundo certos objetivos:

- coordenação da ação de todos os organismos que tratam de turismo visando à conscientização do turismo brasileiro e estímulo da formação das correntes turísticas internas e externas;
- fornecimento de informações sobre as condições turísticas nacionais;

- diligenciar para que os serviços turísticos se revistam de qualidades de bom atendimento e proporcionar a formação profissional adequada para o pessoal ligado às atividades turísticas.

O Conselho Nacional de Turismo – CNTR, tem como atribuição formular, coordenar e dirigir a política nacional de turismo.

“A política nacional de turismo no Brasil insere-se tardiamente dentro da história do planejamento no país e ainda não tem contornos muito delineados. O que foi planejado e realizado abordou o turismo apenas como um fenômeno econômico gerador de divisas. Porém, o turismo é mais do que uma mercadoria para equilibrar a balança de pagamentos; uma política nacional de turismo deve abranger o aspecto social e psicológico do mesmo, a fim de que seja visto como uma atividade humana que deve, como o lazer, ser parte essencial da vida.”.(Barreto, 1991. p. 99).

De acordo com Cruz (2001, p. 40) “política de turismo é um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território”.

Nos anos iniciais a atuação da Embratur deu-se muita ênfase ao turismo externo, isto é, incentivou-se muito a vinda de turistas estrangeiros para o Brasil. Para colocar em ação esse “turismo receptivo” internacional, a Embratur abriu muitos financiamentos para hotéis de luxo (a maioria de 5 estrelas) voltados para recebimento de estrangeiros. As principais cidades de nossa costa atlântica foram beneficiadas com essa “Política” que as tornou verdadeiros pólos receptivos de turismos americanos, europeus e orientais.

“Em 1971, criou-se o FUNGETUR (Fundo Geral do Turismo) que tem como objetivo prover recursos para financiamento de empreendimentos, obras e serviços de finalidade ou interesses turísticos” (Baretto, 1991. p. 93).

Além disso, criaram-se os Fundos de Investimentos do Nordeste - FINOR, o da Amazônia - FINAM e o Setorial - Fiset. Neste momento, o Brasil passava por uma séria crise econômica, ocorrendo uma redução de 50% nos investimentos turísticos, entretanto,

mesmo assim, foram desenvolvidos poderosos projetos do setor no nordeste, como um preâmbulo do que, mais recentemente, seria o Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste – Prodetur (Cruz,2001).

Em resumo, durante toda a década de 70 e 80, o governo federal, através da Embratur, trabalhou para regulamentar e organizar o Turismo dentro do território brasileiro, com acertos e desacertos. Além de incentivar o turismo externo, mesmo que timidamente, a Embratur encabeçou Planos Regionais de Desenvolvimento Turístico, promovendo financiamento e estímulos fiscais para desenvolver o turismo interno. O Plano de prioridade de Localização de Hotéis de Turismo, de 1968, estabelecia como prioritárias as áreas: Capital Federal e as capitais dos Estados e territórios; Estâncias hidrominerais, estações climáticas e balneárias, e cidades históricas; Adjacências dos aeroportos internacionais e eixos viários de interesse turístico; Parques Nacionais e áreas onde houvesse atrações naturais com caráter de excepcionalidade e interesse turístico.

Um outro exemplo que podemos citar: Projeto Turis (com auxílio estrangeiro) que evidenciou as possibilidades e as vocações turísticas do litoral entre Rio-Santos através da construção da rodovia BR 101. O Projeto Turis, teoricamente, procurava preservar a área de uma ocupação predatória e alienante. Entretanto, o que se observou foi “a crescente especulação imobiliária, a transformação da dinâmica demográfica, e a urbanização intensa e desordenada desse trecho do litoral paulista...” (Luchiari, 1999, p.11).

Outra importante ação da Embratur foi à introdução no país de um sistema uniforme de cadastramento, classificação e fiscalização dos diferentes meios de

hospedagem, agências de viagens e empresas de transporte, possibilitando um maior controle e oferecendo dados para planejamentos oportunos. Enfim, a criação da Embratur foi um marco dentro da história do desenvolvimento da atividade turística no Brasil. Ela teve a tarefa de estimular e coordenar as atividades relacionadas ao turismo em âmbito nacional.

Por outro lado, é importante ressaltar que nem todas essas iniciativas foram muito eficazes, muitas mostraram-se pouco satisfatórias. Acreditamos que um dos maiores problemas é o da falta de profissionalização que permeia o turismo, tanto nas empresas aéreas, agências de viagens, transportadoras turísticas como na hotelaria.

No começo da década de 1990, a Embratur sofreu uma modificação muito importante em termos de política turística, deixando seu caráter desenvolvimentista, voltando-se mais a preservação dos patrimônios natural e cultural. O artigo 2º do decreto 448 de 14 de fevereiro de 1992, traça as diretrizes dessa política, a saber: a) A prática do Turismo como forma de promover a valorização e preservação do patrimônio natural e cultural do País; b) A valorização do homem como destinatário final do desenvolvimento turístico.

Os objetivos desta política federal seriam: a) Democratizar o acesso ao turismo nacional, pela incorporação de diferentes segmentos populacionais, de forma a contribuir para a elevação do bem estar das classes de menor poder aquisitivo; b) Reduzir as disparidades sociais e econômicas de ordem regional, através do crescimento da oferta de emprego e melhor distribuição de renda; c) Aumentar os fluxos turísticos, a taxa de permanência e o gasto médio de turistas estrangeiros no país, mediante maior divulgação do produto Brasileiro em mercados com potencial emissivo em nível internacional; d) Difundir novos pontos turísticos, com vistas a diversificar o fluxo entre as Unidades da Federação e beneficiar especialmente as regiões de melhor nível de desenvolvimento; e) Ampliar e diversificar os

equipamentos e serviços turísticos, adequando-os às características socioeconômicas regionais e municipais; f) Estimular o aproveitamento turístico dos recursos naturais e culturais que integram o patrimônio turístico, com vistas à sua valorização e conservação; g) Estimular a criação e implantação de equipamentos destinados à atividade de expressão cultural, serviços de animação turística e outras atrações com capacidade de retenção e prolongamento da permanência dos turistas (Embratur, 1992)

3.3 Turismo e segmentação

Diante da diversidade das muitas manifestações do fenômeno turístico torna-se necessária à classificação desses segmentos visando sua verdadeira compreensão.

Um dos critérios de classificação do turismo é a delimitação geográfica que, pelo âmbito do deslocamento, considera o lugar de residência do turista e a dimensão de seu deslocamento. Pode-se distinguir, assim, turismo interno ou nacional e o turismo externo ou internacional.

Por turismo interno ou nacional entende-se “o deslocamento de habitantes de um determinado país, sem transpor suas fronteiras” (ARRILLAGA, 1976). Tem como característica econômica básica à produção e a circulação do capital nacional no próprio país onde existe uma troca das riquezas dos núcleos emissores para os receptivos (ANDRADE, 1992).

Para Acerenza¹ (apud Santana, 1996) também se destaca por permitir maior adaptação do turista aos costumes das comunidades visitadas, e por proporcionar o mesmo idioma ou moeda.

O turismo externo ou internacional corresponde ao deslocamento de habitantes de um país em direção a um ou mais territórios onde não residem. Corresponde a uma atividade de importação por despertar a evasão de capital nacional dos países originários dos viajantes gerando queda na balança de pagamentos (ANDRADE, 1992).

¹ ACERENZA, M. A. **Administración del Turismo Conceptualización y Organización**. México: Editora Trilhas, 1991. v.1.

Outras classificações a serem consideradas dizem respeito aos motivos de viagem, a forma de viagem, o tipo de viajante, o tipo de operação, o tempo de permanência no lugar de destino etc.

Para Arrillaga (1976) existem dois aspectos de motivação ou necessidades do turista: os de ordem corporal que o autor identificou como o de descanso, o terapêutico, o desportivo e o gastronômico; e os de ordem espiritual que seria composto pelo turismo religioso, cultural e profissional.

Por outro lado, Andrade (1992) afirma que os fatores que motivariam o turismo seriam o desejo e a necessidade de evasão, o espírito de aventura, o desejo de aquisição de status social, a necessidade de tranquilidade e os interesses culturais e comerciais.

A necessidade ou o desejo de maior contato com a natureza também é considerada uma motivação significativa para se fazer turismo, citada pela EMBRATUR (1994) como ecoturismo, segmento em grande ascensão, correspondendo a 8% do mercado global, atualmente².

No que se refere à forma de viagem, pode-se classificar as viagens turísticas como individual ou coletiva (ARRILLAGA, 1976).

Pelo tipo de viagem é possível identificar o turismo individual ou independente ou o turismo organizado (ANDRADE, 1992).

Quanto ao tipo de operação, pode ser classificado como turismo receptivo ou passivo e turismo emissivo ou ativo, onde se considera a prestação de serviços por parte de empresas chamadas operadoras (ARRILLAGA, 1976; ANDRADE, 1992).

Em relação à permanência no lugar de destino, pode-se identificar as manifestações do turismo itinerante, no qual caracteriza a breve permanência do turista no local de destino ou o turismo residencial, onde se caracteriza a maior permanência do turista no local de destino e, corresponde a uma forte relação com a rede extra-hoteleira (ARRILLAGA, 1976).

Quanto ao número de pessoas envolvidas, os estudiosos do turismo classificam o fenômeno em: *turismo de massas*, que caracteriza um grande número de pessoas que o realizam; o *turismo seletivo*, onde se identificam apenas determinados segmentos sociais, o *turismo popular* identificado pela grande aceitação por parte da população (ARRILLAGA, 1976; EMBRATUR, 1994).

3.4 Importância e Impactos sócio-econômicos, culturais e ambientais do Turismo

Milhares de pessoas no mundo tem aderido ao turismo, pois este fenômeno mostra-se de grande importância social, cultural, política e econômica. Com o avanço das comunicações que reduziram as distâncias de maneira significativa, o crescimento dos meios de transportes e o acelerado progresso tecnológico permitiram que um número maior de indivíduos pudesse deslocar-se para diferentes regiões do mundo em questão de horas, o que resultou em um incremento no número de pessoas que viajam. Logo, o que pode ser notado é que o setor do turismo é aquele que mais tem crescido economicamente no mundo. Segundo a World Travel Tourism Council - WTTC, o turismo movimentou direta e indiretamente US\$ 3,8 trilhões, o que representou aproximadamente 11% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial no ano de 1999 (MILONE e MILONE, 2000, p. 353).

A adoção do turismo como fator de desenvolvimento econômico justifica-se por apresentar baixo custo de investimento e excelente retorno em curto período de tempo (EMBRATUR, 1992). O constante movimento de pessoas aumenta o consumo, incrementa a produção de bens e serviços e gera empregos e maiores lucros, pela utilização dos equipamentos de hospedagem e transportes, pelo consumo ou aquisição de objetos diversos e pela prestação dos mais variados serviços (ANDRADE, 1992).

Embora constatado que a atividade turística gera benefícios à comunidade dos locais onde se desenvolve, vale ressaltar que a diversificação de modo a não estabelecer uma

² Veja, 5 de julho de 1995.

dependência exclusiva para com o turismo torna-se necessária. “A dependência excessiva do turismo numa determinada área pode provocar o declínio de outras atividades econômicas e dar origem a uma economia desequilibrada” (OMT, 1994).

O turismo internacional produz receitas que envolvem verdadeiras atividades de importação e exportação (ARRILLAGA, 1976). E no âmbito nacional, o turismo proporciona a distribuição da renda no espaço e promove o desenvolvimento dos centros urbanos menos desenvolvidos, as riquezas das populações dos núcleos emissores do turismo são distribuídas às pessoas dos núcleos receptivos (ANDRADE, 1992; ARRILLAGA, 1976).

Os efeitos econômicos do turismo não se limitam às atividades que lhe são diretamente relacionadas. O turismo também produz efeitos indiretos na economia. O gasto realizado pelo turista resulta em efeitos multiplicadores que afetam de maneira altamente positiva a formação do produto interno (LAGE e MILONE, 2001, p. 127). Estes efeitos podem ser verificados na produção de bens e serviços, na receita das pessoas e empresas ligadas ao setor e também no aumento dos níveis de empregos (ARRILLAGA, 1976). Assim, a transferência de recursos financeiros que se verifica na atividade turística propaga-se por toda a economia local, gerando prosperidade econômica e social (EMBRATUR, 1992; SILVEIRA, s.d.).

O turismo contribui para o aumento da receita governamental, em todos os níveis, com o pagamento de tributos, o que se reflete na medida que emprega várias pessoas em diferentes atividades, bem como adquire variados bens e serviços para o desenvolvimento de sua atividade (ARRILLAGA, 1976).

O turismo não produz apenas efeitos econômicos ou quantitativos, mas também efeitos sociais ou qualitativos. Para que o turismo constitua um fator de desenvolvimento para uma comunidade é preciso que ele venha de encontro às características naturais e culturais típicas da região (OMT, 1994).

No âmbito nacional, o turismo interno proporciona a preservação dos valores da cultura, ressaltando os aspectos atrativos dos bens que compõe o patrimônio histórico e cultural. Os bens históricos e culturais, na realidade, são de interesse mundial. Na reunião de Quito, em 1967, os presidentes dos países americanos consideraram o turismo um importante fator de preservação dos valores culturais. No Brasil, problemas como a falta de escolaridade, o desemprego, a má distribuição de renda e os altos preços das passagens contribuem para os baixos índices de turismo interno. O desenvolvimento da atividade turística no País tem exigido a elaboração de projetos específicos e a definição de uma política governamental para o setor (PELLEGRINI FILHO, 1993).

O incremento de projetos turísticos pode produzir tanto benefícios como alguns problemas para a região na qual se desenvolve a atividade, problemas estes relacionados a fatores socioculturais e com a ecologia. Entretanto, os aspectos positivos são mais frequentes que os negativos, sendo estes relacionados ao mau planejamento ou execução do projeto turístico (RUSCHMANN, 1999). Muitos estudiosos do assunto advertem quanto aos perigos do turismo de massas, no qual se pode verificar uma forte influência na normalidade das condições de vida do núcleo receptor, podendo causar degradação do meio ambiente por ultrapassarem a capacidade de carga, alienação da cultura tradicional e conseqüentemente acarretar danos á comunidade local, principalmente através de sua marginalização (PELLEGRINI FILHO, 1993; SILVEIRA, 1997). A dependência excessiva do turismo numa determinada área pode dar origem a uma economia desequilibrada provocando o declínio de outras atividades econômicas (OSM, s.d.).

Segundo Cooper et al (2001) e Lage e Milone (2001), os impactos resultantes da atividade turística podem ser distinguidos em três níveis. O nível direto seria o valor das despesas com o turismo *menos* o valor das importações necessárias para abastecer esses serviços e mercadorias da “linha de frente” (hotéis, restaurantes e táxis). O nível indireto é a

geração de receita para os setores que não pertencem à “linha de frente”, mas que lucram indiretamente com a atividade turística (empresas de construção, bancos e fornecedores de alimentos e bebidas). E o nível induzido, resultante das despesas diretas e indiretas, correspondendo à renda dos residentes locais, na forma de ganhos, salários, distribuição de lucros, aluguéis e juros. Esta quantia será gasta em parte, na mesma região, gerará nova rodada de atividade econômica.

Destaca, ainda, Cooper et al (2001), o “efeito deslocamento” que ocorre quando há substituição de uma forma de despesa e atividade econômica por outra no desenvolvimento turístico, que geralmente é considerado como sendo o custo de oportunidade do empreendimento, devendo este ser levado em conta quando o impacto do turismo é avaliado.

Para Lage e Milone (2000), o turismo também provoca impacto negativo sobre a economia e a população de um país, sendo estes a pressão inflacionária que elevam os preços dos bens e serviços de primeira necessidade; a dependência com relação ao turismo que sofre flutuações sazonais da demanda; os custos sociais e ambientais que o crescimento do turismo pode provocar através de devastações de recursos naturais e culturais; e as prioridades de investimento que muitas vezes não priorizam o bem-estar social para investir no setor turístico.

Embora o turismo apresente efeitos econômicos positivos e negativos, é necessário, também, enfatizar seu elevado valor de uso, como preponderante sobre seu valor comercial. Nesse sentido, o turismo, acima de tudo, proporciona prazer e utilidade para o turista, melhorando sua qualidade de vida (PELLEGRINI FILHO, 1993).

O turismo não deve somente proporcionar melhoria na qualidade de vida das pessoas que viajam para conhecer novos lugares, mas principalmente da população residente dos pólos receptivos. O incremento da economia, com o aumento do número de empregos e da circulação de divisas, bem como a transformação urbanística, que se verifica com o

desenvolvimento da infra-estrutura e do aprimoramento cultural, constituem fatores de melhoria da qualidade de vida dos habitantes dos centros turísticos (SILVEIRA, s.d.).

Destaca Cooper et al (2001), que o desenvolvimento da atividade turística sempre pode causar impactos sócio-ambientais e culturais, porém, com um planejamento correto é possível gerenciar as ações humanas, minimizando os impactos negativos e ampliando os impactos positivos, a fim de gerar valor e bem estar para toda comunidade e para o próprio turista.

Queiroz (2000) afirma não haver ação humana que não tenha conseqüências e que descrever e analisar os impactos sócio-ambientais ocasionados pelo uso turístico da paisagem é fundamental para contribuir para o planejamento da utilização do espaço. O uso de um lugar turístico, evidentemente, engendra uma série de problemas ambientais relevantes na medida em que o desencadear de um progressivo processo de degradação poderá tornar-se um fator inibidor da continuidade do desenvolvimento sócio-econômico da região.

O litoral brasileiro, notadamente a Costa do Cacau, sul da Bahia, nossa área de estudo, vem passando por profundas transformações nas últimas décadas, deixando de ser considerado apenas como uma região de vocação agropecuária. Muitas atividades tipicamente urbanas passaram a desenvolver-se em espaços rurais, principalmente naquelas antigas fazendas de cacau a beira do mar (Silva et al., 1997). As atividades não-agrícolas têm sido formas alternativas de geração de renda, destacando-se aquelas ligadas ao lazer e ao turismo. Mas para que isso ocorra, é preciso partir de critérios de sustentabilidade, de sorte que a comunidade tenha acesso aos benefícios gerados. Assim, o desenvolvimento do turismo em espaços litorâneos pode tornar-se vetor de valorização do território, sem que ocorra o ônus social que as formas tradicionais de investimentos costumam provocar.

3.5 Turismo sustentável, Patrimônio, Cultura e Identidade

O turismo tem representado, como já dissemos, uma alternativa de desenvolvimento para muitas regiões. A sua importância como fenômeno econômico e social tem gerado reflexos nas condições de vida das comunidades locais. Porém o turismo também ocasiona impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais nas destinações quando estas são 'invadidas' sem considerar-se a capacidade de carga da infra-estrutura local, quando ocorre ocupação das áreas litorâneas e marginalização da comunidade autóctone, quando há alienação da cultura tradicional e quando acontece a degradação ambiental (SILVEIRA, s.d.).

Para que o turismo possa representar uma opção de desenvolvimento para uma localidade é necessário que se adote uma política de desenvolvimento sustentável onde a comunidade local seja o principal agente transformador.

De acordo com Ruschmann (1997), atualmente, uma das maiores motivações das viagens de lazer seria o contato com a natureza justificada pela “fuga das cidades” e “busca do verde” como consequência da deterioração dos ambientes urbanos pela poluição sonora, visual e atmosférica, a violência, os congestionamentos e as doenças causadas pelo desgaste psicofísico das pessoas. Frisa Ruschmann (1997, p.19) “O homem urbano, agredido em seu próprio meio, passa a agredir o ambiente alheio”, desencadeando um círculo vicioso que só poderá ser resolvido através da conscientização e do planejamento.

Para Sachs (1994), o turismo precisa integrar ações de planejamento onde haja equilíbrio do desenvolvimento e sustentabilidade social, econômica, ecológica, espacial e cultural.

Até meados da década de 70, o modelo de desenvolvimento, confundindo-se com o crescimento econômico puro e simples, baseava-se na exploração de mão-de-obra desqualificada e barata, bem como numa forte depleção dos recursos naturais. Estes eram considerados infinitos e alimentavam sistemas industriais muito

poluentes. No entanto, com a crise do petróleo ocorrida naquela década, despertou a consciência pública do Primeiro Mundo e a brasileira, sobre a devastação ambiental provocada por um padrão energético intensivo.

Houve momentos importantes para o desenrolar da questão ambiental no Brasil: a criação da Secretaria Especial de Meio Ambiente, em 1974; o lançamento do II Plano Nacional de Desenvolvimento, em 1975, que enfocou o problema ambiental; a elaboração da lei 6983, que estabeleceu a Política Nacional de Meio Ambiente, em 1981; a instituição, em 1986, da obrigatoriedade da elaboração do EIA (Estudos de Impacto Ambiental) e do RIMA (Relatório de Impacto Ambiental) para empreendimentos; a promulgação da Constituição de 1988, a primeira do planeta a prever a avaliação de impacto ambiental; a ocorrência, em 1992, no Rio de Janeiro, da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento - CNUMAD ou Eco92, onde países do mundo discutiram problemas ambientais e firmaram acordos visando a um melhor equacionamento da questão; a ocorrência, em 1997, do evento Rio + 5, que teve como propósito principal a avaliação dos resultados da Eco92; a promulgação da lei 9605, em 1998, que prevê responsabilidades administrativas e penais para infrações ambientais e, finalmente, a Rio + 10, que ocorreu na África do Sul em 2002.

Esse conjunto de eventos e determinações legais incentivaram estudos sobre o chamado *turismo sustentável*, que objetiva o atendimento das necessidades de lazer dos turistas e de desenvolvimento dos núcleos receptores, preservando o meio ambiente local (Pires, 1999).

O turismo sustentável visa a gestão do ambiente, recursos e comunidades dos núcleos receptores, atendendo às suas necessidades, mantendo sua integridade cultural e preservando o meio ambiente. As atividades turísticas são encaradas como atividades que usufruem da natureza e dela dependem para se reproduzirem.

Segundo o Tourism Concern (1992 in: Pires,1999), o turismo sustentável opera de acordo com a capacidade de suporte dos pólos receptores, possibilitando a regeneração e reprodução dos recursos naturais, reconhecendo e incentivando a contribuição das comunidades locais, através de suas manifestações culturais, para o desenvolvimento turístico.

Segundo Banducci e Barreto (2001), o paradigma da sustentabilidade turística consiste na tríade, aspectos econômico (a atividade deve ser rentável para a

comunidade), social (convivência entre visitante e visitado deve ser na base do respeito à alteridade) e o ambiental (há uma quantidade máxima de turistas que não pode ser ultrapassada sob pena de ocasionar vários níveis de desconforto).

Irving (1998), destaca que a adoção de valores éticos como uma nova maneira de pensar a democratização de oportunidades e de atenuar ou eliminar as carências da sociedade, centradas em parceria, co-responsabilidade e participação, preceitos estes, que estão incorporados no conceito de desenvolvimento sustentável do turismo.

Para Mamede (2003, p.37), [...] “um projeto de turismo sustentável em base local deve levar em consideração os aspectos históricos, culturais e tradicionais, além de conflitos de usos e interesses, devendo considerar a participação da população durante todo o processo, garantindo, assim, que as decisões tomadas estejam de acordo com as aspirações da comunidade e que sua implantação em tais bases seja efetivada”.

Quanto ao conceito de patrimônio, adota-se neste trabalho a definição de Barreto (2002, p.9) que o classifica em natural e cultural. O patrimônio natural corresponde às riquezas “que estão no solo e no subsolo, tanto as florestas quanto às jazidas”. O patrimônio cultural “vem sendo ampliado o seu conceito à medida que se revisa o conceito de cultura”. Atualmente, segundo a autora, há uma tendência de incluir não apenas os bens tangíveis como também os intangíveis, não só “as manifestações artísticas, mas todo o fazer humano, e não só aquilo que representa a cultura das classes mais abastadas, mas também o que representa a cultura dos menos favorecidos” (BARRETO,2002, p.9).

Neves (2003), ressalta que o patrimônio cultural abarca ainda o meio ambiente natural onde o homem habita e transforma para sobreviver e realizar suas necessidades materiais e simbólicas, o conhecimento, as habilidades, o saber fazer humano e os bens culturais propriamente ditos.

Foi considerado neste estudo a definição de cultura de Santos (1994, p.44-45), segundo a qual

A cultura é um produto da história de cada sociedade, é uma dimensão do processo social, da vida em sociedade. Não diz respeito apenas a um conjunto de práticas e concepções ou apenas uma parte da vida social, independente da mesma. Ou seja, cultura diz respeito a todos os aspectos da vida social.

Para Warnier (2000, p. 16), [...] “Toda a cultura é fator de identificação pelos grupos e pelos indivíduos e de diferenciação em relação aos outros, sendo as orientações dos atores uns em relação aos outros e em relação aos lugares vizinhos”.

Esta identificação e a diferenciação são ressaltadas por Martins (2003, p. 42), como identidade, que seria “o sentido de pertencer que as pessoas trazem enquanto seres simbólicos que são. Esse ser de algum lugar pertence a algum grupo, sente afinidade com algo que lhe resgata algo seu”.

Hall (1997) ressalta que o processo de globalização na pós-modernidade tem levado o sujeito a vivenciar uma crise de identidade, devido à fragmentação de seu lugar no mundo social e cultural e de si mesmo, gerando impactos sobre a identidade cultural dos indivíduos, cujas mudanças refletem em todos os aspectos da sua vida social alterando, desta forma, os modos de vida através do estabelecimento de uma interconexão social em dimensões globais.

Perante as colocações, observa-se que a atividade turística, em razão da presença dos turistas, contribui para a aceleração das transformações culturais, mas se deve também destacar que pelo seu caráter dinâmico. Portanto, para se conduzir uma interação responsável entre turistas e comunidade autóctone, faz-se necessário um planejamento participativo entre todos os “atores” envolvidos no fenômeno turístico, buscando o resgate e sustentabilidade dos valores sócio-culturais da comunidade.

3.6 Oferta e demanda turística

A oferta turística é representada pela gama de atrações naturais e artificiais, assim como bens e serviços que provavelmente induzirão as pessoas a visitarem um local específico (WAHAB, 1977).

A oferta ou produto turístico pode também ser definida como

“o conjunto de bens e serviços turísticos, atrações, acessos e facilidades colocadas no mercado, à disposição dos turistas, em conjunto ou individualmente, visando atender suas necessidades, solicitações e desejos” (EMBRATUR, 1992; OLIVEIRA; SECUNDINO, s.d.).

Cada um dos elementos naturais ou artificiais distingue a oferta turística de uma localidade. Tendo como elementos naturais: o clima, a configuração física ou geográfica, a flora, a fauna etc, e elementos artificiais como: os fatores históricos, culturais e religiosos, as vias de acesso, os meios de hospedagem, a superestrutura etc (LAGE e MILONE, 1991).

As qualidades principais da oferta turística seriam: a sua *imobilidade*, pois é basicamente *uma oferta de serviços*, o consumidor é que deve movimentar a procura desta

oferta; a sua *impossibilidade de estocagem*, ou seja, a maioria dos produtos turísticos oferecidos não podem ser guardados para posterior utilização; a sua *rigidez* é grande devido a sua falta de flexibilidade que justifica a difícil transformação para posterior utilização; é *intangível*, pois a maioria dos produtos turísticos não podem ser tocados, o consumidor compra um produto “imaginário” e a *competitividade* que se mostra presente através da *lei de substituição* que é forte neste setor por estar sujeita a concorrência da oferta de outros bens e serviços (WAHAB, 1977; LAGE e MILONE, 1991; ANDRADE, 1999).

Segundo Lage e Milone (1991), quanto à classificação, a oferta turística possui três categorias:

a) Atrativos turísticos – todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. Dentre os principais atrativos turísticos, destacam-se: os recursos naturais – montanhas, planaltos e planícies, costa ou litoral, terras insulares, hidrografia, quedas de água, fontes hidromineral e/ou termal, parques e reservas de flora e fauna etc; os recursos histórico-culturais – monumentos, sítios, instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer (museus, bibliotecas), festas, comemorações, gastronomia, artesanato, folclore, música, dança, feiras, compras, etc; as realizações técnicas e científico-contemporâneas – exploração de minérios, exploração industrial, obras de arte e técnica (usinas, barragens), centros científicos e tecnológicos (zoológicos, jardins botânicos) etc; e os acontecimentos programados – congresso e convenções, feiras e exposições, realizações diversas (desportivas, artísticas, culturais, sociais, gastronômicas, científicas) etc.

b) Equipamentos e serviços turísticos – também denominada de “superestrutura” pois inclui as principais instalações de superfície, o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. São constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços. Dentre os principais equipamentos e serviços turísticos, destaca-se: os meios de hospedagem -

estabelecimentos hoteleiros (hotéis, motéis, pousadas, pensões, acampamentos) etc; os serviços de alimentação – restaurantes, bares, lanchonetes, casas de chá, confeitaria, cervejarias etc; os entretenimentos – áreas de recreação e instalações desportivas, estabelecimentos noturnos, cinemas, teatros etc. e outros equipamentos e serviços turísticos – operadoras e agências de viagens, transportadoras turísticas, postos de informação, locadoras de imóveis, locadoras de veículos, comércio turístico, casas de câmbio e bancos, locais de convenções e exposições, cultos, representações diplomáticas etc.

c) Infra-estrutura de apoio turístico – composta de todas as construções subterrâneas e de superfície, é formada pelo conjunto de edificações, instalações de estrutura física e de base que proporciona o desenvolvimento da atividade turística, tais como: comunicações, transportes, serviços urbanos (água, luz, saneamento etc). Dentre os principais equipamentos e serviços turísticos, destaca-se: as informações básicas do município; os sistemas de transportes – terrestres (rodovias, terminais, estações rodoviárias e ferroviárias), aéreos (aeroportos e serviços aéreos), hidroviários (portos, estações e serviços fluviais) e marítimos. Inclui os equipamentos de transportes, sejam: carro, ônibus, táxi, trem, navio, avião e outros veículos; os sistemas de comunicações – agências postais e telegráficas, postos telefônicos etc; outros sistemas – saneamento, água, gás, eletricidade etc. os sistemas de segurança – delegacias de polícia, postos de polícia rodoviária, corpo de bombeiro etc. e o equipamento médico hospitalar – prontos-socorros, hospitais, clínicas, maternidades etc.

Entretanto, os bens e serviços para serem consumidos pelos turistas, necessitam ser produzidos e a demanda turística corresponderá ao comportamento dos compradores (LAGE e MILONE, 1991).

“Demanda turística é a quantidade de bens e serviços turísticos consumidos por empresas e, ou, famílias, dado o nível de renda, os preços e as necessidades dos consumidores

em um determinado período de tempo” (EMBRATUR, 1992; LAGE e MILONE, 1991; OLIVEIRA; SECUNDINO, s.d.).

A demanda turística expressa um grupo heterogêneo de pessoas que são levadas a viajar por vários motivos (ANDRADE, 1999). Ela é diversificada e, às vezes, conflitante em desejos, necessidades, gostos, atrações e aversões, não podendo ser estereotipada em grupos bem definidos (WAHAB, 1977).

A demanda turística pode ser classificada entre real e potencial, sendo a primeira constituída por visitantes que estão na localidade receptora pela primeira vez ou como seqüência de viagens anteriores, enquanto a segunda é constituída de pessoas que possuem todas as condições para viajar para a destinação (tempo, dinheiro e vontade), mas não o fazem, geralmente por desconhecimento do local e dos seus atrativos. (RUSCHMANN, 1999; WAHAB, 1977).

As qualidades principais da demanda turística seriam: a sua *elasticidade*, que é o grau de sensibilidade às mudanças na estrutura de preço ou nas diversas condições econômicas do mercado e a *sensibilidade*, pois a demanda é muito sensível às condições sociopolíticas e às mudanças de moda em viagens. Deve ser considerada também a *sazonalidade* que se relaciona às épocas das temporadas ou as estações altas ou mais aprazíveis do ano constituindo fatores importantes de influência no volume ou na qualidade da demanda (ANDRADE, 1999; WAHAB, 1977).

O estudo da demanda turística tem grande significância para a mensuração, tanto em seu aspectos qualitativo quanto quantitativo (EMBRATUR, 1992). Os aspectos qualitativos são aqueles que possibilitam um conhecimento das formas de influência, como os locais de procedência, as características socioeconômicas e culturais, os gastos relacionados ao turismo, o tempo médio de viagem e da permanência no núcleo receptor, meios de transporte e alojamento utilizado, motivação etc. Quantitativamente, esses estudos podem levar a conhecer

o número de turistas que afluem à área analisada e a participação relativa de cada um dos mercados emissores (OLIVEIRA; SECUNDINO, s.d.).

É também, através do estudo da demanda turística que se torna possível identificar as necessidades de investimentos em infra-estrutura de uma determinada região para atender os anseios dos seus freqüentadores.

3.7 Perspectivas para o turismo

O turismo vem se destacando como a atividade que mais cresce no mundo, revelando-se como um negócio de proporções gigantescas, que movimenta 3,4 trilhões de dólares por ano e que deverá se expandir 55% na próxima década. Segundo a estimativa do *World Travel & Tourism Council*, o turismo registrará, no ano 2005, um faturamento de 7,2 trilhões de dólares³.

Durante uma palestra em Buenos Aires, no *Fórum de Economia*, o presidente do BID fez uma análise colocando o turismo na América Latina como a “bela adormecida” cheia de dotes, linda de morrer, só que está dormindo! Considerou o “príncipe” como sendo o governo que tem esta potencialidade e que não está sabendo como se porta no despertar da “bela” para trabalhar para a sociedade (BARROS, 2000, p. 88).

O Conselho Mundial de Viagens e Turismo – WTTC, através de uma análise global considerou o Brasil como um importante país no contexto mercadológico mundial, não só como receptivo em potencial, mas também pelo importante fluxo emissor de turistas, tanto em quantidade como em qualidade (BARROS, 2000, p. 87).

Ainda, segundo análises de tendência, o presidente do WTTC, Geoffrey Lipman⁴, citado por Barros (2000, p.87) declara que “continuam otimistas em relação ao Brasil,

³ Pequenas Empresas, Grandes Negócios, ano VII.

⁴ LIPMAN, 1999.

imaginando que o crescimento deverá estar entre 2 a 5% na primeira década do novo milênio”. Calcula, também, que:

“aproximadamente 1,5 milhão de novos postos de trabalho que deverão surgir como resultado da implementação da indústria de viagens e turismo no Brasil até o ano 2010, considerando a inclusão de todos os setores diretamente relacionados com o segmento e, também, seus fornecedores de produtos e serviços”.

Dentro deste contexto, a WTTC criou o Capítulo Regional na América Latina, envolvendo também o México e o Chile, com sede no Brasil, em Brasília. O trabalho desta instituição tem sido direcionado para quatro áreas básicas: fazer do turismo uma entidade estrategicamente importante; melhorar a competitividade da estrutura política da América Latina; promover o desenvolvimento sustentável; eliminar as barreiras alfandegárias, aduaneiras, de imigração, impostos e tributação. São estas as áreas que em que eles pretendem atuar e sensibilizar os governos para uma mudança de comportamento e entendimento do mercado turístico global (LAGE e MILONE, 2000).

A descentralização das ações ligadas à atividade turística é uma das necessidades da modernidade que hoje se reconhece que “quanto mais desconcentrado for o turismo menor é o risco de sua exploração provocar danos ao meio ambiente e maior será o seu impacto em termos de geração de rendas e empregos” (OMT, 1994).

O governo federal, através do então Ministério de Estado da Indústria, do Comércio e do Turismo percebendo a importância das descentralizações das ações promocionais para o desenvolvimento do turismo instituiu um comitê executivo com a finalidade de implantar um Programa Nacional de Municipalização do Turismo, por intermédio da Portaria n.º 130, 30 de março de 1994. O programa de municipalização teve como objetivo conscientizar a sociedade para a importância do turismo como instrumento de crescimento econômico, melhoria de qualidade de vida da população, geração de empregos e preservação do seu patrimônio natural e cultural (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, DO COMÉRCIO E DO TURISMO, 1994).

Na Bahia, o governo estadual através do Plano Turístico investiu 1,1 bilhão de dólares em infra-estrutura voltada para o turismo, nos últimos sete anos e projeta-se que até o ano de 2005, o governo invista mais 900 milhões de dólares. Já o setor privado investiu 1,7 bilhões de dólares nas áreas de meios de hospedagens e equipamentos de lazer, nos últimos seis anos (SETTI, 1998).

A confiança no potencial turístico da Bahia é resultado do incremento da demanda turística. Segundo a BAHIATURSA – Órgão Oficial de Turismo da Bahia, os investimentos já começaram a mostrar resultados. O estado recebeu aproximadamente 4,04 milhões de turistas no ano de 1999, sendo responsável pela geração de 392 mil empregos diretos e indiretos, arrecadando em média US\$ 850 milhões de dólares e gerando um impacto no PIB em torno de US\$ 1,7 bilhões de dólares (SILVA, 2000).

3.8 Conceito de Arranjo Produtivo do Turismo

3.8.1 O conceito de Espaço Turístico

Segundo Santos (1997, pg 71), **espaço** “é o conjunto de objetos e relações que se realizariam sobre estes objetos; não entre estes especificamente, mas para as quais eles servem de intermediários.”

O espaço turístico seria a consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos (matéria-prima do turismo). Este elemento, mais o empreendimento e as infra-estruturas turísticas são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país (BOULLÓN, 2002).

Logo, “a melhor forma de determinarmos um espaço turístico é (...) observar a distribuição territorial dos atrativos turísticos e do empreendimento, a fim de detectarmos os agrupamentos e as concentrações que saltam a vista. (BOULLÓN, 2002, pg 80)”.

Boullón (2002, pg 79) afirma, ainda, que

“sendo o espaço turístico entrecortado, não se pode recorrer a técnicas de regionalização para proceder a sua delimitação porque, de acordo com elas, seria preciso abranger toda a superfície do país ou da região em estudo, e caso isso fosse feito, grandes superfícies que não são turísticas figurariam como turísticas, cometendo-se um erro. Isso significa que não existem Regiões Turísticas, e sim, espaço turístico”.

Contrapondo Boullón, em 2004, o Governo Federal, através do Ministério do Turismo, lançou o Programa de Regionalização do Turismo. Segundo este,

Região Turística seria o Espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território, delimitado para fins de planejamento e gestão. Sendo assim, entende-se que a região turística transpassa os limites geopolíticos pré-estabelecidos no País, isto é, pode ser constituída por municípios de mais de um estado ou mais de um país. Ressalta-se, também, que uma região turística pode contemplar uma ou várias rotas e vários roteiros, e que as rotas podem se constituir um ou mais roteiros turísticos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004).

Regionalizar seria então, transformar a ação centrada na unidade municipal em uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar o processo de desenvolvimento local e regional, estadual e nacional de forma articulada e compartilhada (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004).

De acordo com o Programa de Regionalização do Turismo, território, deve ser entendido como espaço e lugar de interação do homem com o ambiente, dando origem a diversas formas de se organizar e se relacionar com a natureza, com a cultura e com os recursos de que dispõe. Essa noção de território supõe formas de coordenação entre organizações sociais, agentes econômicos e representantes políticos, superando a visão estritamente setorial do desenvolvimento. Incorpora, também, o ordenamento dos arranjos produtivos locais e regionais como estratégico, dado que os vínculos de parceria, integração e cooperação dos setores geram produtos e serviços capazes de inserir as unidades produtivas de base familiar, formais e informais, micro e pequenas empresas, que se reflete no estado de bem-estar das populações. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004).

A Territorialidade seria então a valorização do território como base para a preservação da identidade cultural, respeitando especificidades políticas, econômicas, sociais e ambientais. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004).

Em outras palavras, para regionalizar é necessário transformar o “modelo mental” de pensar o território a partir do município e aceitar que as características históricas, culturais, ambientais, humanas, sociais, econômicas e políticas se constituem em um conjunto de relações de interdependência além das fronteiras geográficas. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004).

3.8.2 Os Centros Turísticos, os Centros Turísticos de Distribuição e os Complexos Turísticos

Entende-se por Centro Turístico, todo conglomerado urbano que conta em seu próprio território ou dentro de seu raio de influência com atrativos turísticos de tipo e hierarquia suficientes para motivar uma viagem turística. (BOULLÓN, 2002, pg 84)

Os centros turísticos só são capazes de gerar desenvolvimento dentro do espaço abrangido pelos atrativos dispersos em seu entorno, com a condição de que seu empreendimento turístico conte com os seguintes serviços: Hospedagem; Alimentação; Entretenimento; Agências de viagens de ação local; Informações turísticas sobre as instalações e os atrativos locais; Comércio turísticas; Postos telefônicos, Correios, telégrafos e telex; Sistema de transporte interno organizado, que conecte o centro aos atrativos turísticos compreendidos em sua área de influência; Conexões com os sistemas de transporte externo em âmbito internacional, nacional, regional ou local, de acordo com a hierarquia do centro. (BOULLÓN, 2002, pg 88)

Para o CONDER, deve-se adotar o conceito de Centro Turístico Integrado, o qual tem duas diretrizes básicas: o meio natural como atração principal e a concentração de turistas sem massificação. Este modelo tem como vantagem, em relação aos concorrentes internacionais, a disponibilidade de grandes espaços que permitem baixa densidade de ocupação.

O Centro Turístico Itacaré-Ilhéus, localizado na Costa do Cacau, Bahia, compreende 15 quilômetros de extensão litorânea, entre o mar e a rodovia BA-001. Segundo o PRODETUR 2003-2007, este centro vai dividir-se em duas Vilas Turísticas: Vila Turística Tijuípe, que vai explorar o potencial do estuário do rio de mesmo nome e a Vila Itacarezinho, na Ponta de Itacarezinho, que será o elo de ligação entre dos trechos das praias longas e contínuas e das pequenas enseadas na costa rochosa. Nestes trechos ficarão as zonas de resorts, separados pela Vila. O Centro Turístico Itacaré-Ilhéus vai beneficiar-se de todas as vantagens da proximidade ao município de Ilhéus.

Os Centros Turísticos de Distribuição (...) têm esse nome porque, do conglomerado turístico que lhes serve de base, os turistas visitam os atrativos incluídos em seu raio de influência e retornam para dormir. Embora a hospedagem se localize na cidade, parte dos equipamentos de alimentação, comércios turísticos, serviço de guias, bem como certas instalações específicas, como estacionamentos, trilhas, mirantes e serviços sanitários, situam-se nos atrativos turísticos (BOULLÓN, 2002).

Nos centros turísticos de distribuição, os turistas permanecem de um a três dias no máximo, porque a finalidade da viagem é conhecer a maior parte dos atrativos que são gerenciados desde aqueles centros. (BOULLÓN, 2002, pg 90)

Quanto aos Complexos Turísticos, chegam a ser uma derivação dos Centros Turísticos de Distribuição que alcançam uma ordem superior. (BOULLÓN, 2002, pg 92 e 93)

O Zoneamento do solo nos complexos turísticos constituísse de: Zona de *Resorts*, Zonas de *Residencial Service*, Zonas de Lazer e Esporte, Cinturão Verde e Vila Turísticas.

3.8.3. Arranjo Produtivo do Turismo

A proximidade de dois assentamentos humanos especializados nas mesmas atividades, pode resultar em um problema de competição. A solução está em planejar ambos como uma unidade, que deve basear seu progresso na complementaridade dos serviços, mediante o assessoramento e controle da iniciativa privada, desestimulando, assim, investimentos que provoquem o superdimensionamento de alguns aspectos do equipamento, enquanto, ao mesmo tempo, o sistema talvez sofra a falta do outro. (BOULLÓN, 2002, pg 93)

A interação e a complementariedade que se dá na base territorial deve resultar em benefícios para a localidade e para a região pela oferta de produtos e serviços particulares e diferenciados.

O termo "cluster", ou "aglomerado", ou ainda "arranjo produtivo local" têm sido usado para indicar uma concentração setorial e geográfica de firmas e outros agentes econômicos. Ele caracteriza-se pela existência de interdependências entre os agentes e freqüentemente conta com o apoio de serviços técnicos e financeiros especializados, além de instituições públicas e privadas para promover o desenvolvimento econômico local e regional. (QUANDT, 2004)

Este processo é essencialmente territorial, através do qual pessoas que compartilham o mesmo espaço descobrem as vantagens de aprender pela interação. O aglomerado beneficia-se de sua rede complexa de interações porque a inovação raramente acontece em isolamento.

Portanto, o território de um aglomerado não é simplesmente uma área geográfica, mas um recurso ativo para o aprendizado através de intensa interação entre um amplo conjunto de atores. A capacidade de criação de conhecimento de cada firma está fortemente relacionada com a sua interação com outras firmas, num processo de aprendizagem coletiva que envolve trocas de conhecimento parcialmente tácito e parcialmente codificado. (QUANDT, 2004)

Segundo Villaschi Filho e Pinto (2000), o arranjo produtivo local busca caracterizar atores, não necessária e exclusivamente empresariais e delimitados espacialmente. Estes interagem de forma cooperativa, em esferas distintas (público/privada; empresarial/de pesquisa), com autonomia na busca de

complementariedades voltadas ao aprendizado que levam à inovação, fator determinante para sustentar a competitividade da firma no longo prazo.

De acordo com o Programa de Desenvolvimento Regional Sustentável do Banco do Brasil (2005), os Arranjos Produtivos Locais são agrupamentos de agentes econômicos, políticos e sociais, localizados em um mesmo território, que atuam em diferentes fases do processo produtivo, operando em atividades produtivas correlacionadas, e que apresentam vínculos expressivos de interação, cooperação e aprendizagem.

Um Arranjo Produtivo Local é caracterizado pela existência da aglomeração de um número significativo de empresas que atuam em torno de uma atividade produtiva principal. Para isso, é preciso considerar a dinâmica do território em que essas empresas estão inseridas, tendo em vista o número de postos de trabalho, faturamento, mercado, potencial de crescimento, diversificação, entre outros aspectos. Portanto, o Arranjo Produtivo Local compreende um recorte do espaço geográfico (parte de um município, conjunto de municípios, bacias hidrográficas, vales, serras, etc.) que possua sinais de identidade coletiva (sociais, culturais, econômicos, políticos, ambientais ou históricos). (SEBRAE, 2004)

Além disso, ele deve manter ou ter a capacidade de promover uma convergência em termos de expectativas de desenvolvimento, estabelecer parcerias e compromissos para manter e especializar os investimentos de cada um dos atores no próprio território, e promover ou ser passível de uma integração econômica e social no âmbito local.

(SEBRAE, 2004)

O **Arranjo Produtivo do Turismo** (SEBRAE, 2004) tem como objetivo principal melhorar a produtividade e a sustentabilidade do Trade Turístico Local, Comércio e Comunidade, incentivando o empreendedorismo e promovendo uma transformação estrutural envolvendo agentes financeiros, centros de pesquisa, entidades empresariais, universidades e institutos de tecnologia, através da prática constante de mudanças de hábitos e comportamentos individuais e coletivos, para harmonizar o conjunto: ser humano, cidade, e cenários de forma equilibrada e inovadora; visando à melhoria da qualidade de vida, proteção da história e cultura locais, do meio ambiente e da utilização racional dos recursos naturais, com planos de ação englobando capacitação a nível empresarial, gerencial e formação profissional, organização de políticas de compra e crédito, apoio tecnológico e o mais importante, geração de emprego e renda.

Os objetivos dos arranjos produtivos do turismo seriam:

-Promover o crescimento equilibrado dos produtos turísticos e gerar ofertas compatíveis com a infra-estrutura a

ser implantada.

-Fomentar o desenvolvimento turístico sustentável, orientado por normas e regulamentos previamente estabelecidos.

-Promover o desenvolvimento social e cultural.

-Desenvolvimento Turístico de Qualidade;

-Desenvolvimento Sustentável para a Região;

-Consolidação do Emprego e Renda da População, e

- Melhoria da Qualidade de Vida.

O Arranjo Produtivo Local do Turismo abrange todo o Trade turístico da região, Receptivos, Hotéis e Pousadas, Transportes Terrestres e Fluviais, Restaurantes e Afins, Artesanato, e o comércio local como um todo. Pode gerar fluxo de pessoas e serviços, empregos em atividades como hotelaria, agências de viagem, transportadoras turísticas, restaurantes, guias, organizações de eventos.

Observando as necessidades e visões dos diferentes atores sociais, o Governo local almeja:

- Gerar desenvolvimento econômico e social
- Projetar o município como destino turístico
- Incrementar a arrecadação e a circulação de renda

O Setor Privado procura:

- Oportunidade econômica
- Recursos humanos capacitados
- Infra-estrutura, facilidades e acessos
- Atrativos em quantidade e qualidade

O Patrimônio Natural e Cultural necessita

- Proteção e recuperação
- Conscientização e valorização

A Comunidade busca

- Saúde, trabalho, educação e saneamento
- Respeito aos seus direitos e suas tradições
- Participar das tomadas de decisões

O Turista deseja

- Preço, conforto e segurança

- Qualidade nos serviços e na experiência da visitação

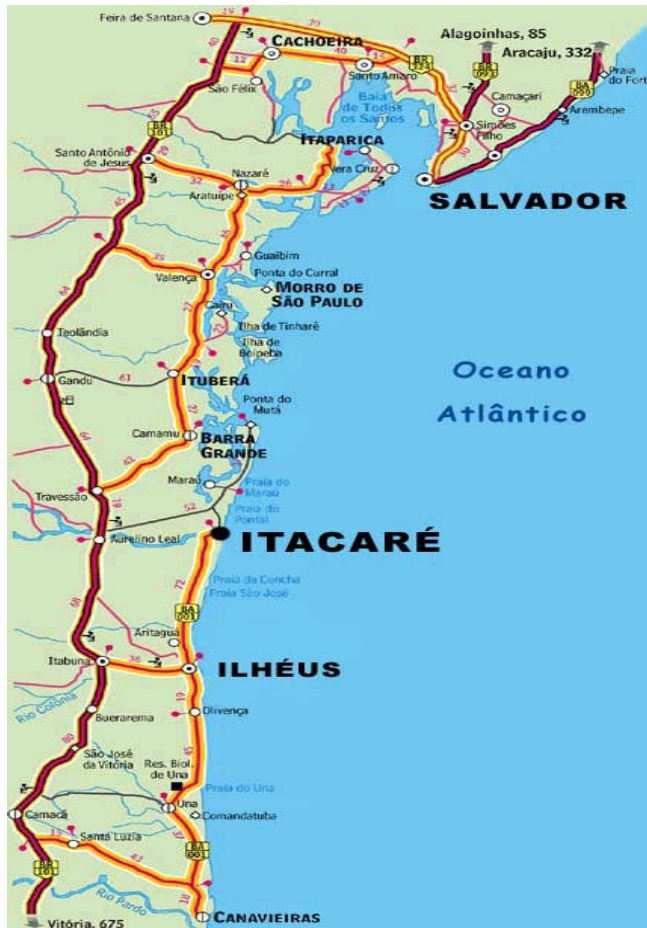
Quando se fala em turismo de qualidade sempre se pensa no Visitante, mas não haverá turismo de qualidade se a população local não auferir benefícios, sociais e culturais, além de emprego e da renda (WWF BRASIL, 2004).

A mudança de consciência posicionará o homem de frente à natureza, no compromisso de cada um (Moradores, Visitantes), como se todos fossem integradores de uma grande ação, a da sustentabilidade da região, em que o objetivo é a conservação da vida e dos recursos naturais (WWF BRASIL, 2004).

3.9 Características sócio-econômicas, culturais e ambientais do Turismo nos limites dos municípios de Ilhéus e Itacaré

A área estudada é composta pelos municípios de Ilhéus e Itacaré, os quais estão inseridos no Plano Turístico do governo da Bahia, localizados na Costa do Cacau, caracterizado-se como principais pólos turísticos desta, sobre a competência da BAHIATURSA e UESC, apresentando cada um diferentes características.

Figura 01- Ilustração da BA-001.



Fonte: Site oficial do município de Itacaré. Disponível em:
<<http://www.itacare.com/itacare/bahia.php?page=ecotrip&group=ecotrip&frame=/itacare/contatos/megabusca.php>>. Acesso em 04 nov. 2003.

Área Estudada

3.9.1. Ilhéus

O município de Ilhéus está situado na Microrregião Cacaueira, distante 465 km da capital do Estado. Limita-se ao Norte com os municípios de Aurelino Leal (79 Km), Itacaré (65 Km), Uruçuca (48 Km) e Ubaitaba (87 Km); ao Sul, com Una (56 Km); a Oeste, com Itapitanga (182 Km), Coaraci (75 Km), Itajuípe (40 Km), Itabuna (26 Km) e Buerarema (39 Km); e a Leste, com o Oceano Atlântico.

As vias de acesso rodoviário para o município são a BA-261, na altura de Uruçuca, a BA-415, na altura de Itabuna utilizando-se a BR-101 como acesso e a Rodovia Ilhéus/Canavieiras, passando por Una.

A área total do município é de 1.841 km² e a localização geográfica do município é 14° 47' de latitude Sul e 39° 03' de longitude Oeste do Meridiano de Greenwich.

A altitude da sede do município é de 45 metros.

Segundo censo do IBGE (2000) Ilhéus possui 222.127 habitantes, apresentando uma densidade demográfica de 120,66 habitantes/km².

O clima do município é tropical úmido, fortemente influenciado pelo contato de massas de ar oceânicas e continentais, com nível pluviométrico médio em torno de 2.179 mm anuais, com maior concentração de chuvas entre os meses de maio a julho.

A vegetação predominante é a Mata Atlântica (Floresta Perenifólia), que se encontra restrita a reduzidas áreas, em consequência dos desmatamentos e da extração da madeira praticados desde a época da colonização portuguesa. Na atualidade, a crise da cultura do cacau - que contribuiu para a preservação de porções de mata através da necessidade de sombreamento dos cacauzeiros - representa nova ameaça para o remanescente de Mata Atlântica existente no município, seja pela possibilidade de substituição do cultivo por outros com características diversas, pela intensificação da exploração da madeira como alternativa econômica, ou pela expansão da atividade pecuária.

3.9.2. Itacaré

Itacaré teve sua origem numa aldeia de índios Pataxós, onde o Padre Jesuíta Luis de Grã mandou construir, no início do século XVIII, uma capela, que ainda está em pé, sob a invocação de São Miguel. Tal povoado foi batizado como São Miguel da Barra do Rio de

Contas, tornando-se município em 1732, inicialmente com o nome de Itapira e posteriormente Itacaré.

Foi um porto importante durante toda a época em que o transporte marítimo predominava. Serviu também para escoamento de minerais preciosos trazidos da Chapada Diamantina, em Minas Gerais, através do rio de Contas (que deságua no mar em Itacaré). Seu tráfego diminuiu juntamente ao desenvolvimento das estradas, se limitando ao comércio do cacau, cultura principal do município. Longe da BR-101 e das estradas importantes, Itacaré entrou numa lenta decadência, agravada pela crise do cacau dos últimos anos.

Durante muitos anos, o acesso difícil - 54 km de estrada de barro e cascalho - manteve Itacaré fora do tempo. Em 1998 foi terminada a estrada de asfalto que liga Ilhéus a Itacaré, trecho da BA-001 que percorre o litoral baiano. Desde então o número de turistas que vão a Itacaré está sempre crescendo. Muitos hotéis, pousadas e restaurantes foram construídos fazendo com que a antiga cidade se voltasse para o turismo.⁵

O município de Itacaré situa-se na Costa do Cacau, distante 428 km da capital do Estado. As vias de acesso rodoviário para o município são a BR 330, na altura de Ubaitaba utilizando-se a BR-101 como acesso e a Rodovia Ilhéus / Itacaré (BA-001), via BR 324.

A área territorial é de 730 km² e a localização geográfica do município é 14° 17' de latitude Sul e 39° 00' de longitude Oeste do Meridiano de Greenwich.

A altitude da sede do município é de 29 metros.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referentes ao censo 2000, o município de Itacaré ocupa uma área de 730 Km² com 18.120 mil habitantes, sendo que aproximadamente 60% da população concentra-se na zona rural. A sua densidade demográfica é de 24,82 habitantes/km².

⁵ Site oficial do município de Itacaré. Disponível em: <<http://www.itacare.com/itacare/bahia.php?page=ecotrip&group=ecotrip&frame=/itacare/contatos/megabusca.php>>. Acesso em 04 nov. 2003.

O clima do município é tropical quente e úmido, com nível pluviométrico médio em torno de 2.471 mm anuais com maior concentração de chuvas entre os meses de abril a junho.

O município de Itacaré abriga a APA Itacaré – Serra Grande que segundo o Instituto de Estudos Sócio-Ambientais do Sul da Bahia – IESB (1999) apud Torres (2001) destaca-se pela presença de costões recobertos pela Floresta Atlântica na linha preamar, manguezais, cascatas e cachoeiras de águas cristalinas, rios, riachos, mar e praias (Quadro I) que torna-o privilegiado para a atividade turística.

Quadro I - Identificação dos atrativos de Itacaré

Naturais	<p>Praias: Praia de Itacarezinho, Praia São José, Praia Jeribucaçu, Praia Hawaizinho/Burundanga, Praia de Camboinha, Praia do Patizeiro, Praia da Costa de Itacaré, Praia do Rezende, Praia da Tiririca, Praia da Ribeira, Praia Engenhoca, Praia da Coroa, Praia da Concha de Itacaré, Praia da Coroinha, Praia do Pontal, Praia de Ipiraganga.</p> <p>Trilhas: Trilha Interpretativa Alto da Esperança / Vila Camboinha, Trilha Janela Gindiba, Trilha Refúgio dos Anjos, Trilha do Costão, Prainha, Trilha das Gameleiras.</p> <p>Rio: Rio de Contas</p> <p>Cachoeiras: Cachoeira da Usina / Taboquinhas, Cachoeira do Cleandro, Cachoeira do Carioca, Cachoeira Pancada Grande ou Vêu de Noiva, Cachoeira do Tijuípe. Manguezais de Itacaré.</p>
Culturais	<p>Monumentos: Matriz de São Miguel, Farol da Concha</p> <p>Festas Religiosas: Festa de São João, Festa de São Miguel (marujada), Festa de São Francisco de Assis.</p> <p>Manifestações Culturais: Grupos Estruturados de Capoeira, Candomblé, Terno de Reis de Itacaré, Bumba Meu Boi, Burrinha, Camboclinhos, Samba de Roda.</p> <p>Contos: Conto do Humaitá, Conto da Praça Canhão.</p> <p>Gastronomia Típica</p> <p>Artesanato Típico</p>
Eventos	Desfile da Independência Baiana, Festa de 2 de Julho, Reveillon e Carnaval.
Atividades de Esporte e Lazer	Surf nas praias de Itacaré, Circuito Ecosurf, Raft, Rapel, Mountain bike, Barco, Escuna, Mergulho de Apnéia, Trekking, Off Road, Canoa pelo Mangue, Cavalgada, Canyoning, Flexboat. Duck.
Infraestruturas	<p>Comunicação: Rádio FM, 1 Provedor de Internet, Recepção de Canais de TV.</p> <p>Transportes: Acesso rodoviário pela BR/101 e BA/001, ônibus diariamente de Ilhéus para Itacaré pela Companhia Rota a partir das 7:00 às 19:40h, em intervalo de uma hora e com duração de uma 1:40, traslados através de agências de Ilhéus e da agência de Itacaré, vôos diários em Ilhéus (IOS) pela TAM, VASP e Nordeste/ Rio Sul, 1 Locadora de Veículo em Itacaré,</p> <p>Alojamento: 77 meios de hospedagem, 732 Unidades habitacionais e 2044 Leitos</p> <p>Recepção: 1 operadora e 8 agências de turismo em Ilhéus e 1 agência de turismo em Itacaré.</p> <p>Restaurantes: 5 Italianos, 5 Típicos, 5 Pescados, 2 Comidas típicas e internacionais, 2 massa/sushi, 1 Churrascaria, , 1 Variada, 1 Quilo</p>
Residentes	Amabilidade e boa integração com os turistas

Fonte: IBGE e PRODETUR II/PDITS (Programa de Desenvolvimento do Turismo/Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável)

Quadro II - Identificação dos atrativos de Ilhéus

Naturais	<p>Praias: Praia do Sul de Ilhéus, Praia do Norte de Ilhéus, Praia da Concha de Ilhéus, Praia dos Milionários, Praia do Cristo, Praia Cururupe, Praia da Avenida, Praia de Canabrava, Praia de Batuba, Praia Barramares, Praia de Águas de Olivença, Praia de São Miguel, Praia do Back Door, Praia de Acuípe, Praia Boca da Barra, Praia do Jóia, Praia Mar e Sol, Praia Jairi, Praia Cai n'Água, Praia Mamoã, Praia dos Coqueiros, Praia Ponta da Tulha, Praia Ponta do Ramo, Praia do Desejo, Praia do Malhado, Praia Siriba.</p> <p>Rio: Rio Almada, As Bacias do Santana e do Almada,</p> <p>Cachoeiras: Lagoa Encantada, Cachoeiras das Caldeiras, Olivença (Estância Hidromineral)</p>
Culturais	<p>Monumentos: Mirantes Urbanos, Casa de Cultura Jorge Amado, Quarteirão Jorge Amado, Bataclan, Teatro Municipal de Ilhéus, Centro Histórico de Ilhéus, Igreja Matriz de São Jorge, Catedral de São Sebastião, Bar Vesúvio, Igreja de Santana do Rio de Engenho, Palácio Paranaguá, Convento de Piedade, Circo Folia de Gabriela</p> <p>Festas Religiosas: Festa de São João, Festa de São Miguel (marujada), Festa de São Francisco de Assis.</p> <p>Manifestações Culturais: Terreiro de Candomblé de Ilhéus, Puxada do Mastro e Festa de São Sebastião, Festa de São João em Ilhéus.</p> <p>Gastronomia Típica</p> <p>Artesanato Típico: cerâmica; fibras vegetais (trançados, cestaria e reaproveitamento do coco); tecidos, onde são feitos bordados à mão, ponto de cruz, richelieu, produzindo toalhas e objetos decorativos.</p>
Eventos	Travessia do Pontal, Carnaval Cultural, Feira de Moda e Turismo, Festival do Camarão de Ilhéus, Ilhéus Fest.
Atividades de Esporte e Lazer	Passeio pela Lagoa Encantada; Navegação pelo Rio do Engenho em chalana; Fazenda da Esperança; Fazenda Renascer – cenário da Novela Renascer; Fábrica de chocolate caseiro; Estância Hidromineral de Olivença; Ecoparque de Una; Passeio às praias e ao centro de Canavieiras; Itacaré; Barra Grande; Morro de São Paulo; City tour histórico Ilhéus.
Infraestruturas	<p>Comunicação: 1 Rádio FM, 1 Provedor de Internet, 4 Recepção de Canais de TV.</p> <p>Transportes: Acesso rodoviário pela BA-260; BA-001; BA-415 e BR/101, Linhas de Transporte Rodoviário Intermunicipal, Ilhéus Salvador Br-101 Companhia Viação Sul Bahiano As, Salvador Uruçuca Companhia Viação Sul Bahiano As, Salvador Itabuna Viação Águia Branca As, Feira De Santana Itabuna Viação Águia Branca As, Jequié Uruçuca Viação Jequié Cidade Do Sol Ltda, Itabuna Rota Transporte Rodoviario Ltda. Porto do Malhado tem sido utilizada nos últimos anos também como parada para algumas rotas de cruzeiros marítimos. Operam no Aeroporto de Ilhéus as seguintes companhias aéreas: VASP, Nordeste/Rio Sul, TAM e TABA. Essas empresas operam com vôos para Brasília, Rio de Janeiro, Salvador, Recife, São Paulo e Belo Horizonte. Diariamente são oito vôos regulares. Atuam 12 Locadoras de Veículo em Ilhéus.</p> <p>Alojamento: 2.611 Unidades habitacionais e 2.044 Leitos.</p> <p>Recepção: 1 operadora e 14 agências de turismo.</p> <p>Restaurantes: 9 Italianos, 3 Típicos, 2 Pescados, 5 Comidas típicas e internacionais, 1 massa/sushi, 4 Churrascaria, 4 Variada, 5 Quilo, 1 Árabe e 1 Portuguesa.</p>
Residentes	Amabilidade e boa integração com os turistas

Fonte: IBGE e PRODETUR II/DPDITS (Programa de Desenvolvimento do Turismo/Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável)

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo foram apresentadas as atividades turísticas dos municípios de Ilhéus e Itacaré no período de janeiro de 1999 a janeiro de 2001, janeiro a julho de 2004 e julho de 2005. Inicialmente, procedeu-se uma análise descritiva do perfil do turista que visitou os municípios de Ilhéus e Itacaré no período de janeiro a julho de 2004. Em seguida, foi descrita a percepção do turista nos dois municípios utilizando informações obtidas nos relatórios da demanda turística, da BAHIATURSA, UESC no período de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004. Os dados foram tabulados e analisados através de tabelas e gráficos de séries e, por meio destas informações, buscou-se distinguir o perfil e a percepção dos turistas.

4.1. Perfil dos Turistas que visitaram os municípios de Ilhéus e Itacaré

As características do turista e demais informações adicionais sobre a viagem são de fundamental importância para o desenvolvimento do turismo. Avaliações sobre a estrutura turística (a idade, o grau de instrução, o nível de renda, o meio de transporte, a influência e o motivo da viagem) além de justificar podem contribuir para a adequação da oferta do “produto” ao perfil e expectativas de sua demanda.

A renda média mensal é uma importante variável, pois seu levantamento pode proporcionar medidas estratégicas para a adequação dos produtos e serviços turísticos. A renda mensal declarada dos entrevistados (Tabela 3A e 4A, Anexo) é de US\$ 629 em Ilhéus e US\$ 856 em Itacaré. Os gastos médios individuais diários de US\$ 21 em Ilhéus e US\$ 22 em Itacaré, através dos quais é possível verificar os gastos realizados pelos turistas, sendo um dos indicativos de quanto os visitantes desembolsam em dinheiro no pólo receptor. De um modo

geral, os turistas, segundo a sua característica sócio-econômica, apresentam diferentes aspirações e preferências, bem como, gastam diferentes quantias de dinheiro em busca da satisfação dos seus desejos, logo, a identificação da composição das camadas sociais que visitam os municípios é importante para a segmentação de sua demanda.

A Figura 02 refere-se à variável sexo - ao se formatar um produto turístico, faz-se necessário levar em consideração o caráter das motivações, tanto femininas quanto masculinas. O contingente de turistas do sexo feminino apresentou o percentual de 33% em Ilhéus e 42% em Itacaré, enquanto que o contingente de turistas do sexo masculino apresentou o percentual de 67% em Ilhéus e 58% em Itacaré. Os percentuais de Itacaré demonstram que é um destino turístico que não apresenta grandes disparidades de produtos e serviços oferecidos que tendam a servir turistas de um determinado sexo.

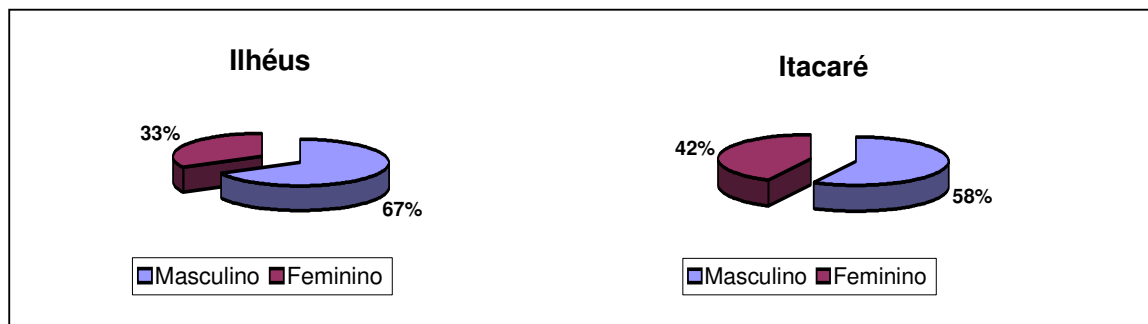


Figura 02 – Sexo dos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro a julho de 2004
Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

As exigências e as expectativas das pessoas diferem conforme a idade, por isso o conhecimento da idade é um importante elemento para a análise da demanda turística. Observando a idade dos visitantes dos municípios (Tabela 3A e 4A, Anexo) verifica-se que os turistas em Ilhéus tinham, em média, 37 anos e em Itacaré, 33 anos. Isto é, os turistas de Itacaré, são, geralmente, um pouco mais jovens.

Quanto ao nível de instrução do turista presente nos municípios, a Figura 03, apresenta que 39% e 60% dos entrevistados em Ilhéus e Itacaré, respectivamente, disseram possuir o nível superior. Do total abordado, 49% dos entrevistados em Ilhéus disseram ter o ensino

médio completo, enquanto em Itacaré correspondeu a 27%. Quanto aos demais, 7% e 3% dos entrevistados em Ilhéus e Itacaré, respectivamente, disseram ter apenas o ensino fundamental, enquanto que 4% e 9% destes afirmaram ter pós-graduação. Em Ilhéus, 2% dos entrevistados disseram não possuir instrução formal. Estes resultados podem indicar que os visitantes destes destinos possuem, em sua maioria, um elevado grau de instrução e que buscam serviços e produtos específicos que correspondam as suas expectativas e necessidades.

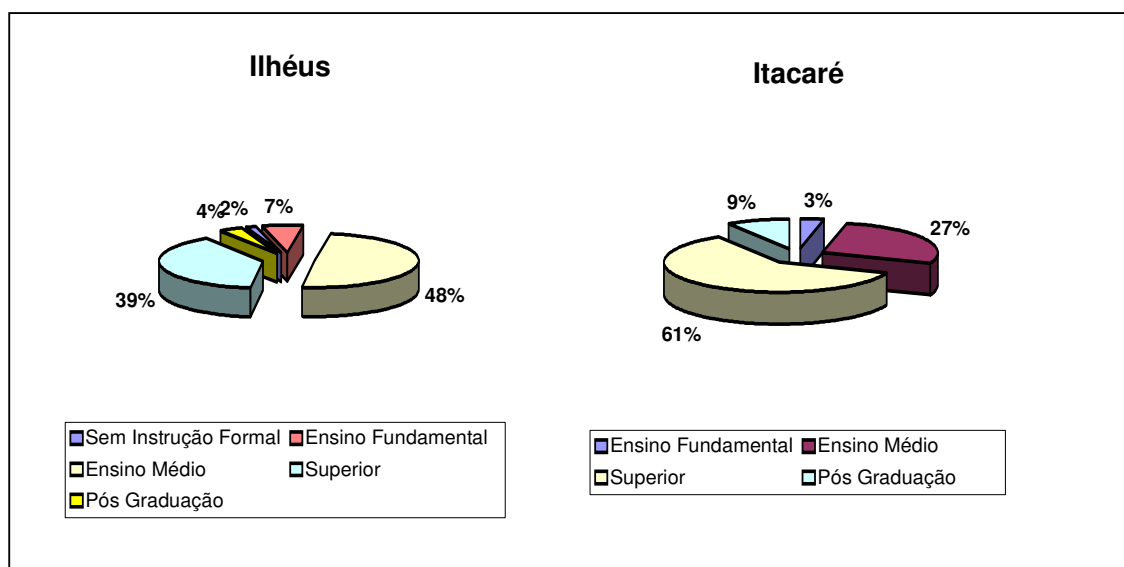


Figura 03 – Nível de Instrução dos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro a junho 2004
 Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 04, caracteriza o meio de transporte utilizado para se chegar aos municípios de Ilhéus e Itacaré. Os meios de acesso de que o turista dispõe para chegar ao centro turístico constitui um elemento importante para a caracterização do produto turístico. Para que o turista possa desfrutar o atrativo turístico é necessário que seja conduzido de maneira adequada até o lugar de destino (ACEREZA, 1991b; RUSCHMANN, 1991; EMBRATUR, 1992). Dos visitantes de Ilhéus, 34% utilizaram o automóvel como meio de transporte, em Itacaré este correspondeu a 35%. O avião, apresentou-se em Ilhéus com uma parcela de 23% e em Itacaré 40%. Esta grande representatividade de transporte aéreo em Itacaré, justifica-se

principalmente pelos vôos *charter* (fretado), contratados pelas agências de viagens que atuam na localidade. O ônibus teve uma participação de 43% e 25%, respectivamente.

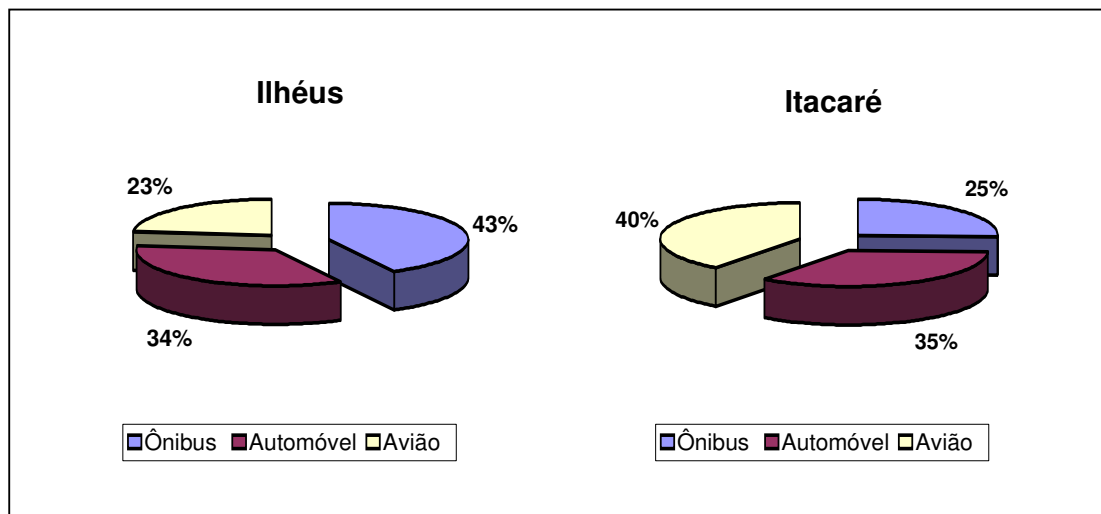


Figura 04 – Meios de Transportes utilizados pelos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Na Figura 05, observa-se um certo amadorismo do setor turístico quando se identifica a importância relativa dos fatores que influenciaram a ida do visitante a Ilhéus e Itacaré. Chama a atenção à pequena participação e a influência que exercem as agências de viagens: 7% e 6%, propagandas/publicidade 4% e 15%, a Internet 4% e 8%, outros motivos 3% e 2% na tomada de decisão do visitante na escolha do destino Ilhéus e Itacaré. A maioria dos entrevistados vieram a Ilhéus e Itacaré influenciados pelos comentários de parentes e amigos 40% e 56%, e, do total de abordados, 43% e 14% responderam que como já conheciam os locais, retornaram. Esses números ressaltam os seguintes aspectos: a falta de profissionalismo na venda do “produto Ilhéus e Itacaré”; a “força/poder” da imagem sobre o turismo, que é transmitida através da chamada propaganda “boca-a-boca”, e a importância da satisfação do turista na escolha de retorno ao local.

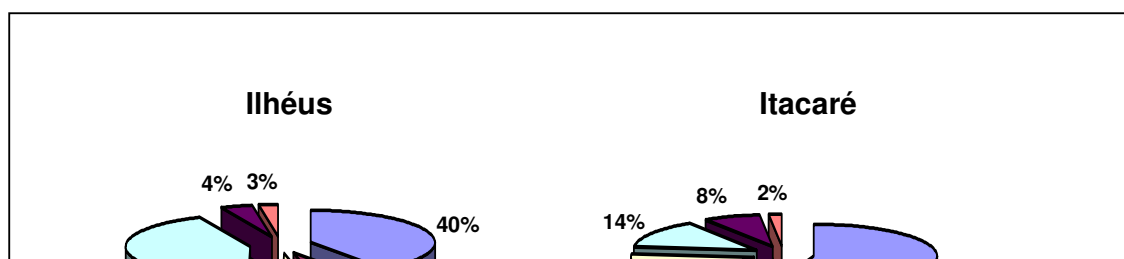


Figura 05 – Fatores que influenciaram a vinda dos turistas aos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

As motivações são as causas subjetivas que fazem com que o turista decida por um determinado lugar. Na Figura 06 identificam-se os motivos pelos quais o turista vai a Ilhéus e Itacaré. Reduzida proporção das pessoas que escolhem esses destinos tem como objetivo visitar parentes/amigos 21% e 3%, o turismo de negócios 19% e 0% e outros 6% e 1%. O fator passeio foi responsável por 54% e 96%, respectivamente, da presença do turista nos municípios. Portanto, a grande maioria dos visitantes de Ilhéus e Itacaré espera encontrar uma boa estrutura de passeio/lazer, e sua satisfação turistas esta relacionada à qualidade dos serviços e equipamentos de entretenimentos/diversões, manifestações populares (folclore), serviços de guias, passeios oferecidos e patrimônio histórico/cultural, principalmente.

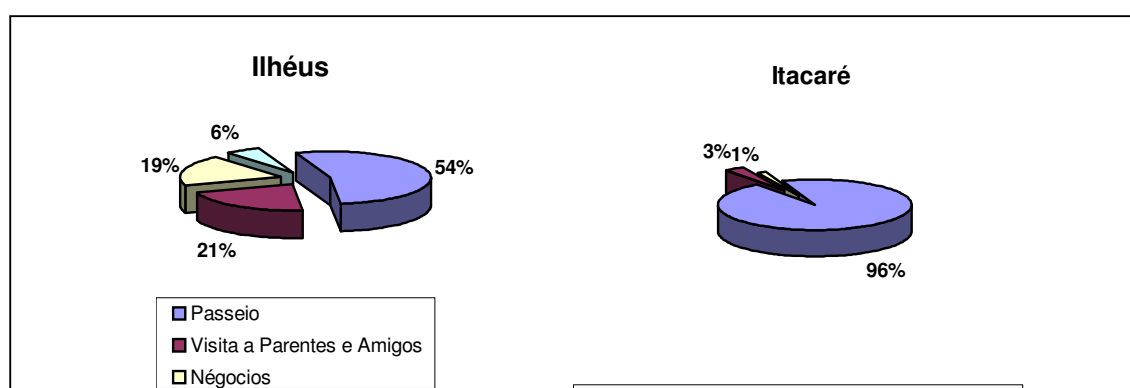


Figura 06 – Fatores motivadores dos turistas aos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de julho de 2004
 Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A média de dias de permanência nos municípios de Ilhéus e Itacaré foram, respectivamente, 8 e 7 dias. Sendo que 36% dos turistas entrevistados em Ilhéus e 52% dos turistas em Itacaré já conheciam a cidade. Os 64% e 48%, respectivamente, estavam lá pela primeira vez. Pretendem retornar: 96% dos entrevistados em Ilhéus e 90% em Itacaré, indicativo de um nível significativo de satisfação.

A maioria viajou sem os serviços específicos de agência, 87% para Ilhéus e 66% em Itacaré. Os excursionistas correspondem a 11% em Itacaré, 47% e 38% com família, 14% e 36% com amigos, e 39% e 15% viajaram sozinhos, para Ilhéus e Itacaré, respectivamente (Figura 07).

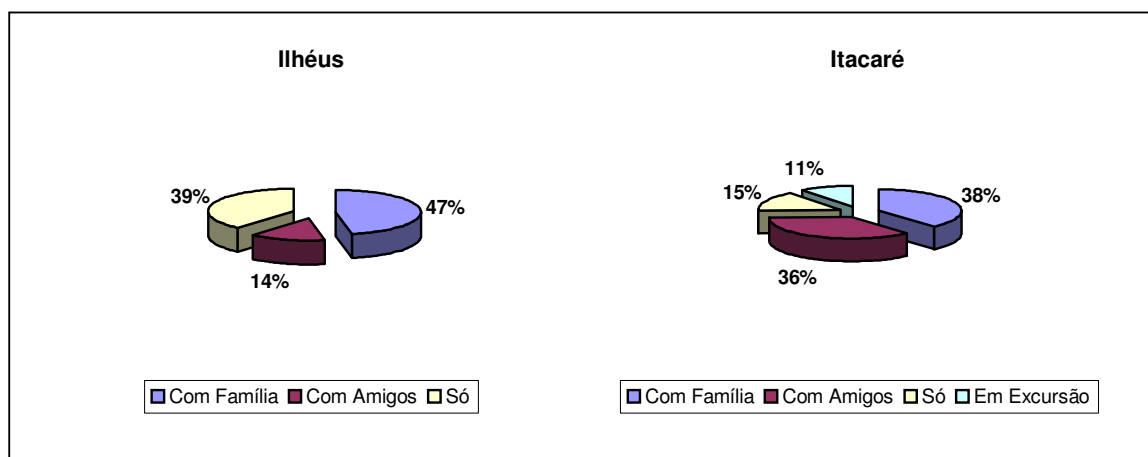


Figura 07 – Forma de viagem dos turistas aos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de julho de 2004
 Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

De acordo com a Figura 08, os meios de hospedagem mais utilizados pelos turistas em Ilhéus foram às pousadas e casas de parentes e amigos com 38% e 36%, respectivamente, hotéis com 16%, casa própria com 5% e casa/apartamento de aluguel com 3%. Enquanto que em Itacaré as pousadas corresponderam a 83% do meio de hospedagem utilizados e o hotel e casa/apartamento de aluguel com apenas 4%.

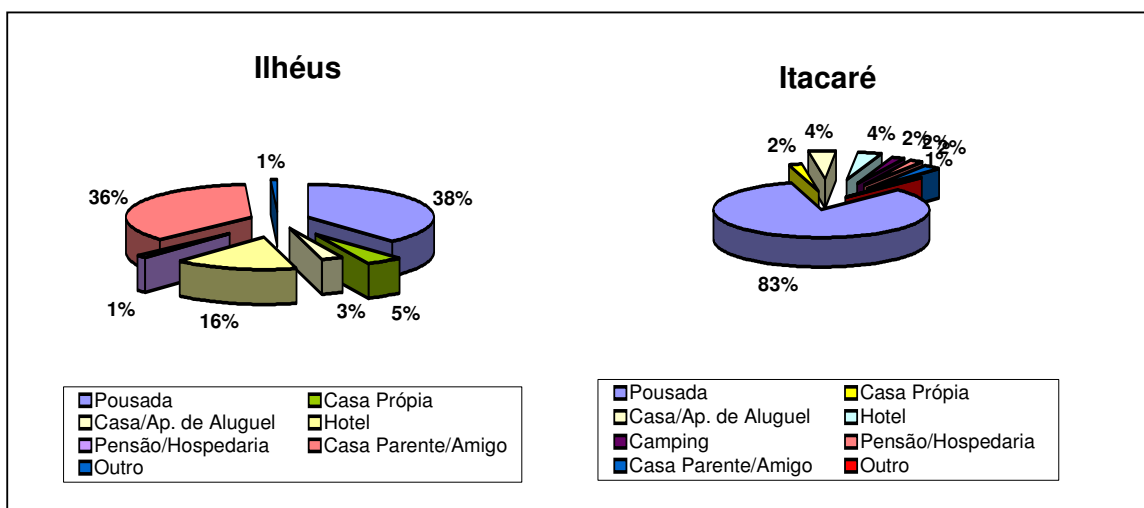


Figura 08 – Meio de Hospedagem utilizado pelos turistas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de julho de 2004

Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Segundo Barroco (1998), é fundamental que o turista encontre, além dos atrativos naturais, os serviços de qualidade, como limpeza pública, saneamento básico, qualidade ambiental, segurança, acessos, sinalização, diversão e cortesia. Também faz parte das atividades de fomento, a conscientização da comunidade sobre a importância da atividade como instrumento de crescimento econômico, ou seja, a ideia deve ser explorar o turismo e não explorar o turista.

4.2. Avaliação dos municípios de Ilhéus e Itacaré segundo a percepção dos turistas

O turismo nos municípios de Ilhéus e Itacaré foi avaliado no período de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 segundo diversas variáveis, de forma qualitativa através de ponderação de respostas de acordo com critérios estabelecidos para ótimo, bom, regular, ruim e péssimo, conforme descrito no capítulo anterior deste trabalho.

Neste sentido, para avaliar os municípios as variáveis em estudo foram divididas em três grupos: os atrativos, os equipamentos e serviços e a infra-estrutura.

Para avaliação da satisfação dos turistas segundo os resultados obtidos, considerou-se como “satisfatório” notas médias igual ou acima de 7 (sete), os demais valores abaixo desta foram considerados “insatisfatórios”.

4.2.1. Atrativos

O desenvolvimento da atividade turística pressupõe que o visitante seja atraído à viagem por algum fator especial, ou seja, ele precisa ter uma motivação. Segundo Oliveira (2000), como atrativos turísticos são entendidos todos lugares, objetos ou acontecimentos de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los.

A Figura 09 apresenta as notas dos turistas sobre os atrativos (as manifestações populares, os atrativos naturais e o patrimônio histórico/cultural) nos municípios de Ilhéus e Itacaré – no período de Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 e janeiro a julho de 2004, onde é possível observar que os municípios de Ilhéus e Itacaré, obtiveram médias de 6,3 e 6,5 pontos em relação as variáveis em questão.

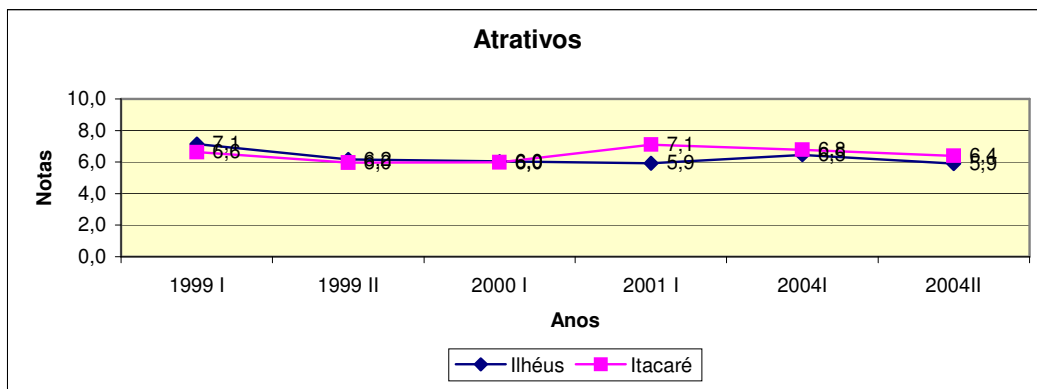


Figura 09 – Notas dos turistas sobre os atrativos nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e Janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre os atrativos naturais nos dois municípios – Janeiro de 1999 a 2001 e Janeiro de 2004 (Figura 10), verifica-se que Itacaré mostrou-se mais atraente, mais motivadora do que Ilhéus em todo o período analisado. Os municípios de Ilhéus e Itacaré apresentaram médias de 9,1 e 9,5 pontos, considerando todo o período. Isto

demonstra que os turistas que visitam as cidades estão satisfeitos em relação a variável atrativos naturais e mostram-se encantados com as belezas naturais dessa região. Além disso, observa-se que o patrimônio natural de Itacaré é o mais promovido, o mais divulgado pela mídia em geral e pelas agências de viagem que formatam e comercializam pacotes e roteiros locais.

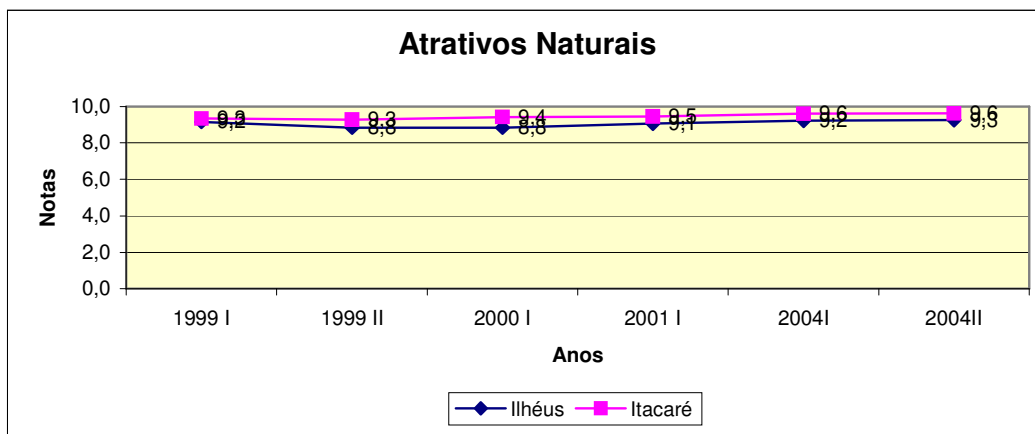


Figura 10 - Notas dos turistas sobre os atrativos naturais nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 11 apresenta a percepção dos turistas sobre patrimônio histórico cultural nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, onde a partir do ano de 2001 os resultados apresentam diferenças, com Itacaré obtendo um pequeno destaque em relação a Ilhéus o que pode ser resultado de maiores incentivos em Itacaré. As médias para o período são 4,5 para Itacaré, e Ilhéus 3,3. A insatisfação do turista pode estar associada ao descaso tanto dos órgãos públicos, quanto da iniciativa privada em manter viva a história dos municípios através da conservação do patrimônio histórico cultural. Diante disto, tornam-se necessários investimentos para implantar uma estrutura que atenda a todos as expectativas dos consumidores.

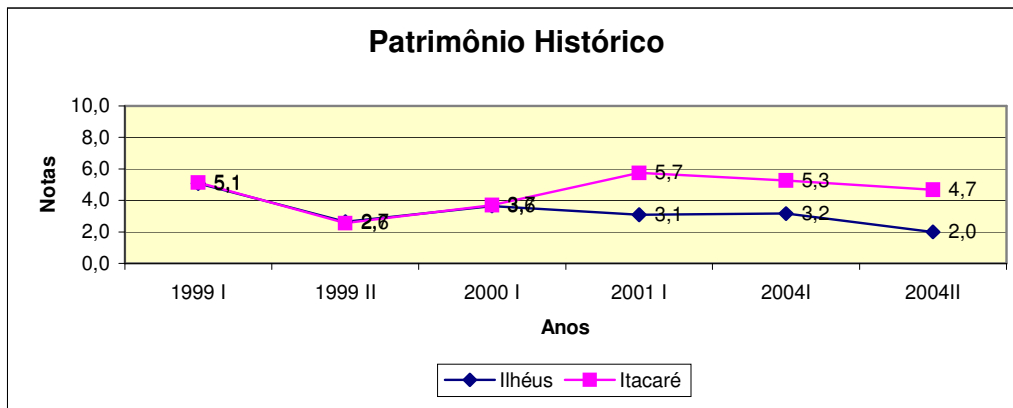


Figura 11 - Notas dos turistas sobre o patrimônio histórico cultural nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre as manifestações populares – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 12) observa-se uma pequena diferença do município Ilhéus, com nota média de 6,5, enquanto Itacaré apresenta 5,5. A importância de se cultivar e divulgar as manifestações populares da região está intimamente ligada à preservação da cultura, fator de grande importância na estruturação do turismo.

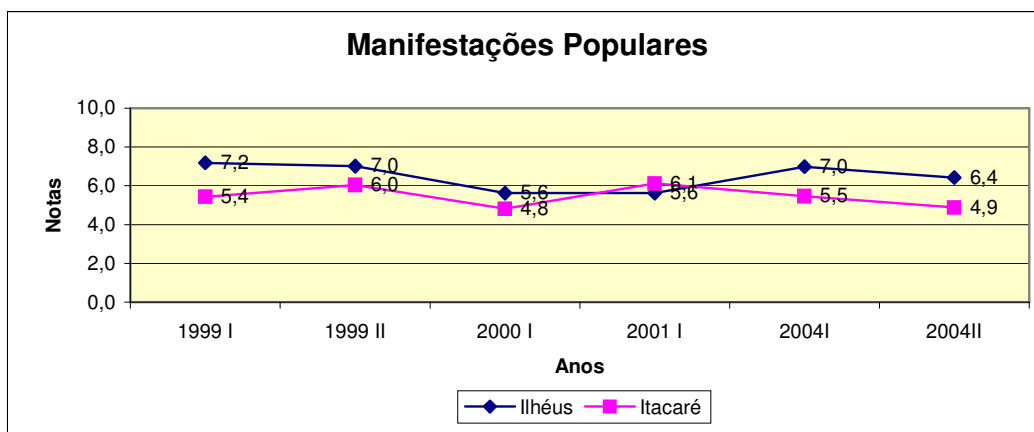


Figura 12 - Notas dos turistas sobre as manifestações populares nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Em relação às variáveis analisadas (atrativos naturais, patrimônio histórico/cultural e manifestações populares), verifica-se que o município de Itacaré mantém-se em destaque em todo o período estudado, com exceção das manifestações populares, na qual Ilhéus se sobressai. Os municípios de Ilhéus e Itacaré aproximam-se nos resultados das variáveis

atrativos e atrativos naturais. Os turistas que visitaram os municípios podem ser considerados insatisfeitos em relação ao grupo de variáveis atrativos, o que pode ser justificado pela falta de investimentos e preservação da cultura local.

4.2.2. Equipamentos e Serviços

Segundo Oliveira (2000), por “equipamentos e serviços turísticos” é entendido o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística; são constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas.

A Figura 13 apresenta a percepção dos turistas sobre os equipamentos e serviços (bares/restaurantes, comércio/compras, meios de hospedagem, guias de turismo, serviços de táxi, diversões noturnas, equipamentos de lazer, passeios oferecidos, empresas/serviços receptivo, sinalização turística, informação turística e hospitalidade/povo) nos municípios de Ilhéus e Itacaré – no período de Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004. É possível observar o destaque do município de Itacaré em relação a Ilhéus para as variáveis em questão para no período de 2001 a 2004, mantendo uma média de 5,3 pontos, enquanto Ilhéus apresentou apenas 4,2 pontos. O que fica claro através desta observação é a necessidade de maiores investimentos nos municípios frente à insatisfação dos visitantes. Enquanto Ilhéus precisa promover melhorias nos seus produtos turísticos e também adotar um roteiro de atrações locais, Itacaré precisa oferecer uma boa estrutura para atender os turistas.

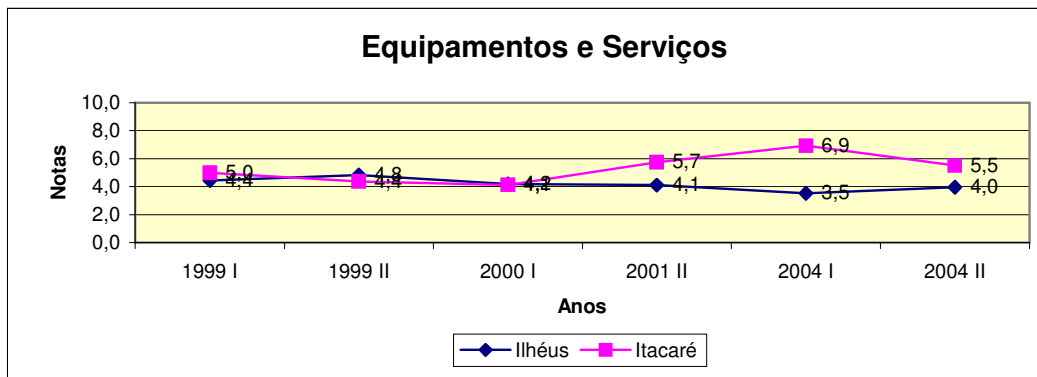


Figura 13 - Notas dos turistas sobre os equipamentos e serviços nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre equipamentos de lazer – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 14), observa-se que o município de Itacaré apresenta-se em grande destaque em relação a Ilhéus para a variável em questão, em todo o período, mantendo uma média de 5,2 pontos, enquanto Ilhéus obteve apenas 2,8 pontos, o que corresponde a quase a metade do valor. A estruturação de equipamentos de lazer e a correta divulgação destes são fatores importantes na organização do turismo.

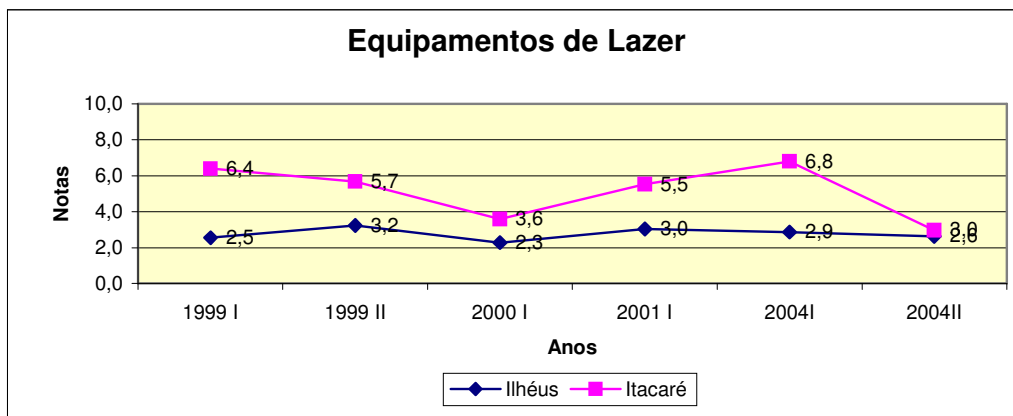


Figura 14 - Notas dos turistas sobre os equipamentos de lazer nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 14, apresenta turistas segundo a percepção sobre passeios – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 e, sugere a insatisfação dos turistas nos município de Ilhéus e Itacaré, com médias, respectivamente, de 6,0 e 3,1. Tal resultado pode ser resultado da má

estruturação do turismo nestes municípios. O planejamento do turismo contribui para a consolidação dos destinos e a elaboração de roteiros de visitas nos municípios incentivam a atividade turística garantindo uma oferta de qualidade, onde os turistas mostrem-se satisfeitos e desejosos de retornarem.

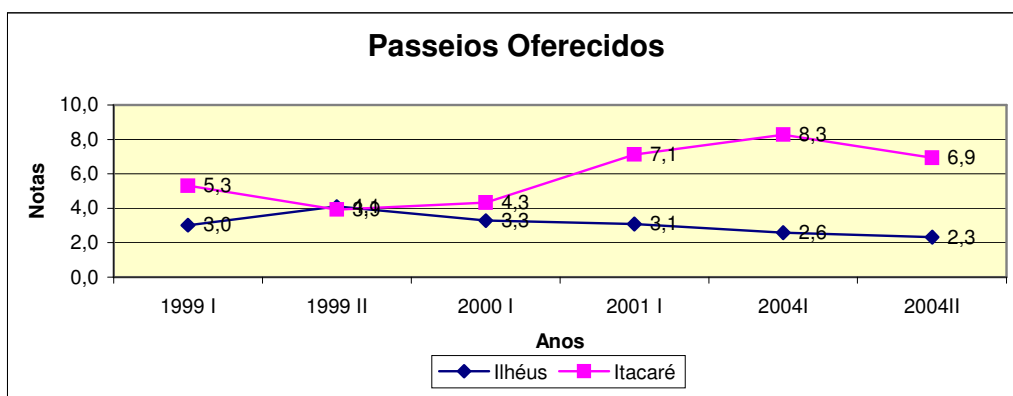


Figura 15 - Notas dos turistas sobre os passeios oferecidos nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIAUTURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Na Figura 16, observa-se a percepção dos turistas sobre empresas de serviços receptivos nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, este último município destacando-se com média de 4,5, enquanto Ilhéus apresenta 1,2. Embora não indique satisfação por parte do visitante, esta diferença é resultado da estruturação do turismo e da atuação de empresas de serviços receptivos (em Itacaré) que possuem sede em grande centros urbanos e que promovem campanhas publicitárias sobre os seus “pacotes” de viagens com preços atraentes em relação aos outros destinos e que oferecem um roteiro de visitação adequado ao seu público alvo.

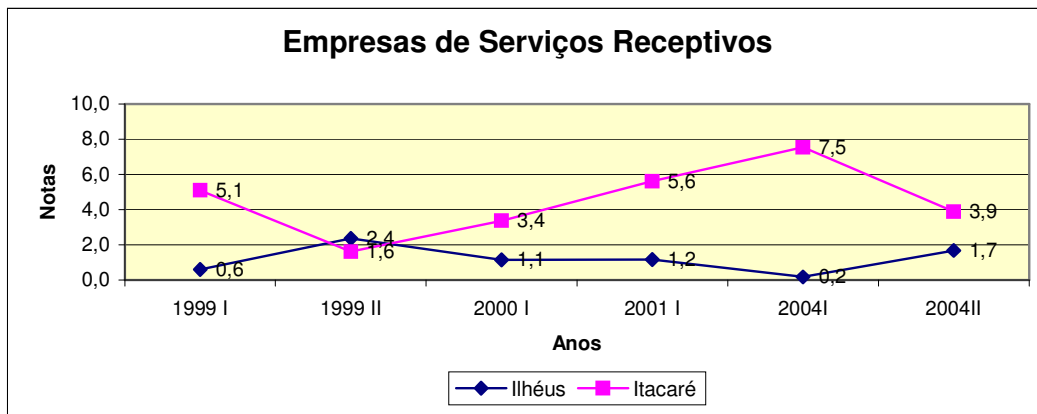


Figura 16 - Notas dos turistas sobre as empresas de serviços receptivos nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre hospitalidade da comunidade local – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 17), verifica-se no município de Ilhéus uma média de 8,8 e Itacaré apresentou uma média de 8,6 pontos. Assim, considerando todo o período, observa-se que os turistas que visitaram os dois municípios, de maneira geral, estão satisfeitos em relação ao modo como da população local os recebem. Provavelmente, a hospitalidade da população local seja uma característica cultural, mas também pode indicar certa consciência a respeito da importância do turismo para o desenvolvimento.

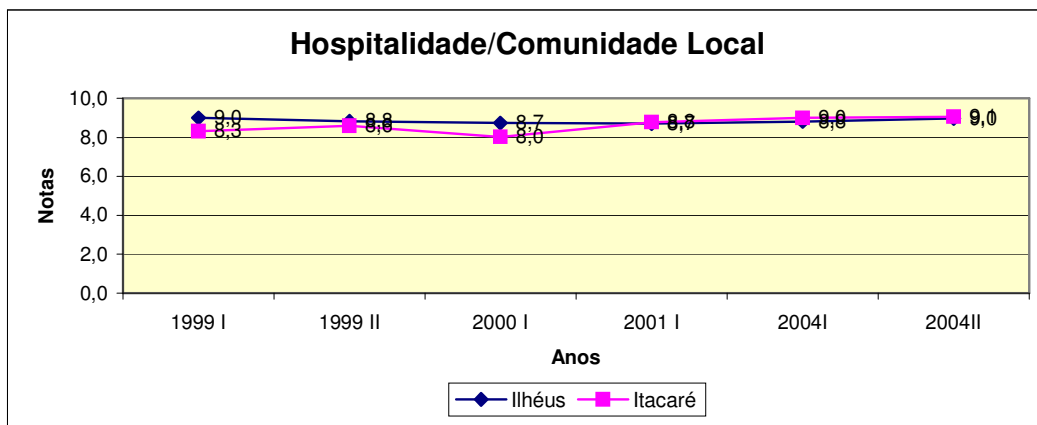


Figura 17 - Notas dos turistas sobre a hospitalidade/comunidade local nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 18 apresenta a avaliação dos turistas sobre informação turística – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, onde podem ser observadas diferenças do município Itacaré, com média de 5,9, em comparação a Ilhéus que apresenta 4,6 pontos. O destino Ilhéus vem sofrendo uma queda constante ao longo do período estudado em relação a esta variável.

E, embora apresentando notas diferentes, sabe-se que esses índices apontam para uma necessidade de oferta de um posto de informações turísticas nas cidades e maior divulgação sobre os eventos e atrativos. Por sua importância, o serviço de informações turísticas deve receber redobradas atenções, caso se pretenda fortalecer os destinos e desenvolver projetos turísticos para as localidades.

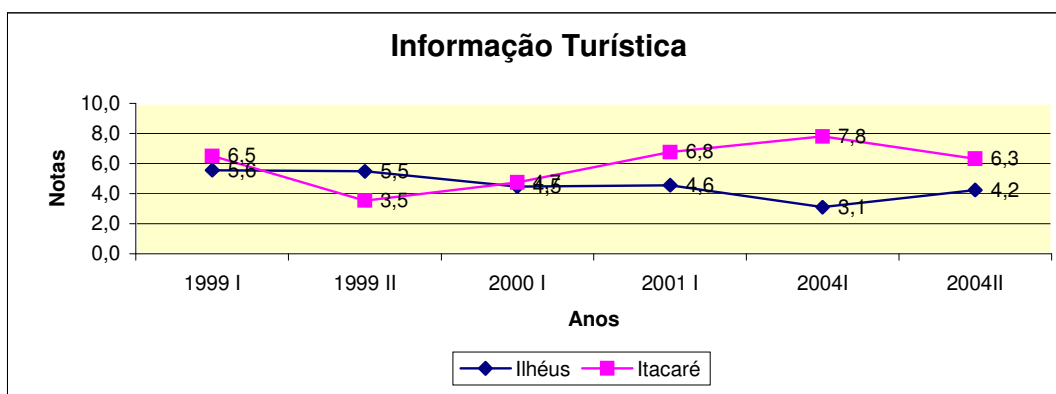


Figura 18 - Notas dos turistas sobre a informação turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
Fonte: BAHIAUTURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Segundo a percepção dos turistas sobre a sinalização turística – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 19), o município de Ilhéus mostra-se com uma pequena diferença positiva em relação a Itacaré, que apresentou uma média de 4,2, enquanto Itacaré 2,8. Porém, analisando o período, é possível observar queda nos valores de Ilhéus, o que indica grande insatisfação por parte dos turistas. Estes resultados demonstram a dificuldade existente para os turistas que pretendem conhecer, sem orientações específicas, os municípios. A sinalização turística é uma grande necessidade para o desenvolvimento do turismo, pois possibilita que o viajante explore, por iniciativa própria, os locais de seu interesse. Uma melhor sinalização turística nos locais facilita o deslocamento do viajante e indica atrativos que o turista desconhece. Uma boa sinalização é capaz de estimular o surgimento de novas demandas turísticas.

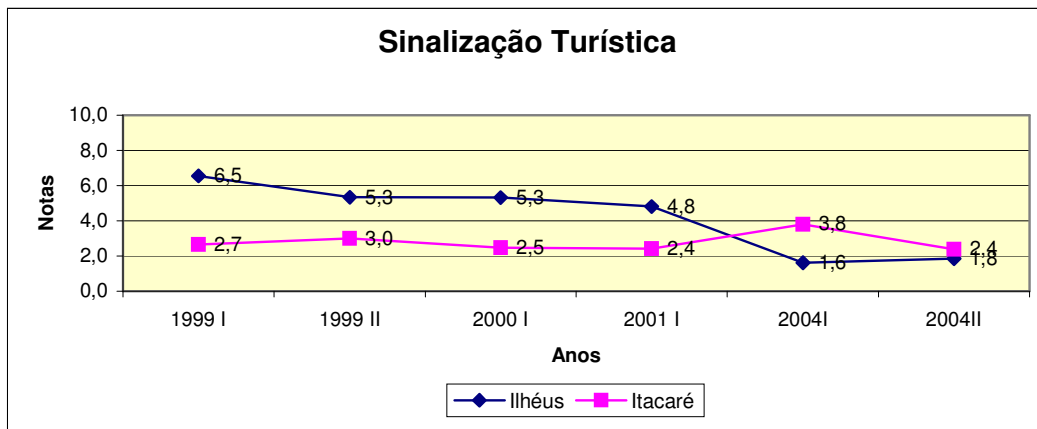


Figura 19 - Notas dos turistas sobre a sinalização turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 20 apresenta a percepção dos turistas sobre os guias de turismo – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 e, sugere inicialmente, que o município Itacaré, com média de 3,5 tem maior oferta deste serviço, enquanto Ilhéus apresenta 1,0. Entretanto, considerando o resultado como um todo, observa-se uma grande insatisfação que pode ser justificada pela falta de qualificação e orientação dada às pessoas que atuam como guias, que na maioria das vezes são nativos que assumem este papel com o intuito de adquirir recursos para o sustento da família.

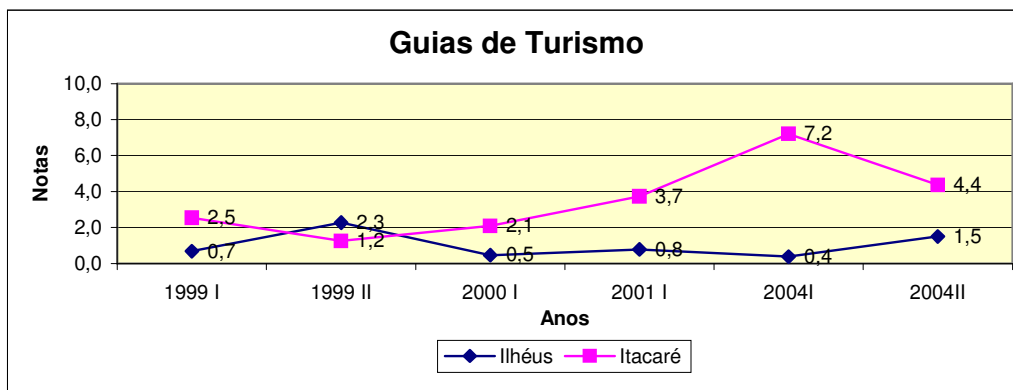


Figura 20 - Notas dos turistas sobre os guias de turismo nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre os meios de hospedagem – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 21), observou-se uma pequena diferença positiva do município Itacaré, com média de 6,9, enquanto Ilhéus apresentou 5,5 pontos. Enquanto Itacaré

vem apresentando um crescimento ao longo do período, em Ilhéus, ocorre o contrário. Com esses resultados, pode-se perceber que embora as cidades não enfrentem problemas para alocação dos visitantes, os entrevistados ainda não demonstraram satisfação em relação à hospedagem. Logo, são necessários maiores investimentos para atender as expectativas dos hóspedes.

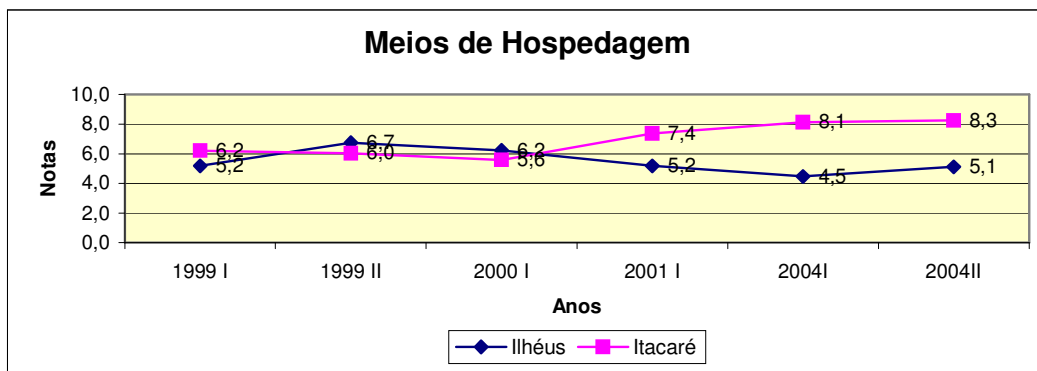


Figura 21 - Notas dos turistas sobre os meios de hospedagem nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIAUTURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 22 apresenta a percepção dos turistas sobre bares/restaurantes – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 e, sugere inicialmente uma pequena diferença positiva do município Itacaré, com nota média de 7,6, enquanto Ilhéus apresentou 6,8 pontos. Este resultado demonstra a importância dada pelos turistas a este setor que é bastante explorado neste segmento e que muito contribui para o incremento da potencialidade turística dos municípios estudados.

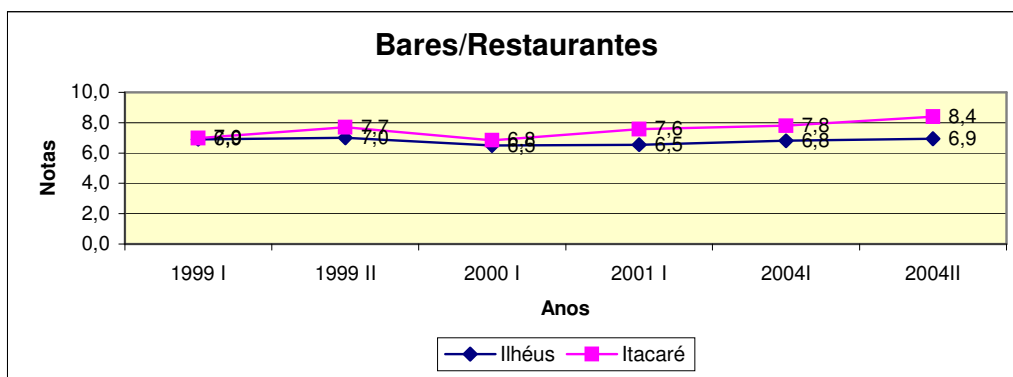


Figura 22 - Notas dos turistas sobre os bares/restaurantes nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A percepção dos turistas sobre comércio/compras – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 23), apresenta média de 5,6 pontos tanto para Ilhéus, quanto para Itacaré. Estas informações incrementam as condições mínimas de infra-estrutura para o turismo nos municípios.

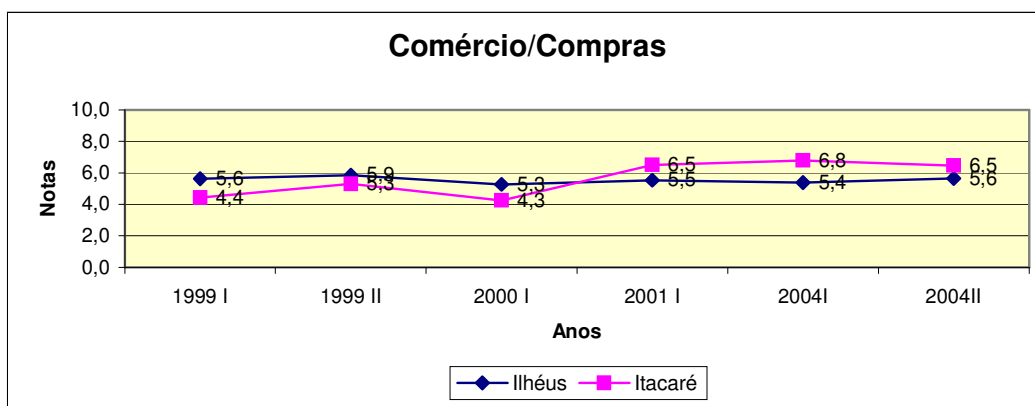


Figura 23 – Notas dos turistas sobre comércio/compras nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001
 Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Na Figura 24, apresenta-se a percepção dos turistas quanto às diversões noturnas – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, onde é possível observar diferença na nota média do município Itacaré com 5,3, em relação à Ilhéus que apresentou 3,9 pontos. Este resultado pode ser justificado pelo maior número de opções noturnas em Itacaré, embora ainda insuficientes para satisfazer a demanda. Quanto a Ilhéus, observa-se a deficiência de atividades dessa natureza e a necessidade de divulgação quanto às atividades realizadas. Assim, é necessário estimular iniciativas de desenvolvimento das diversões noturnas dos municípios, tanto por parte do setor público quanto do privado visando satisfazer os turistas que visitam as cidades e que buscam esta atividade, já que o turismo de diversão é capaz de motivar grande número de pessoas e também gerar receitas para os municípios.

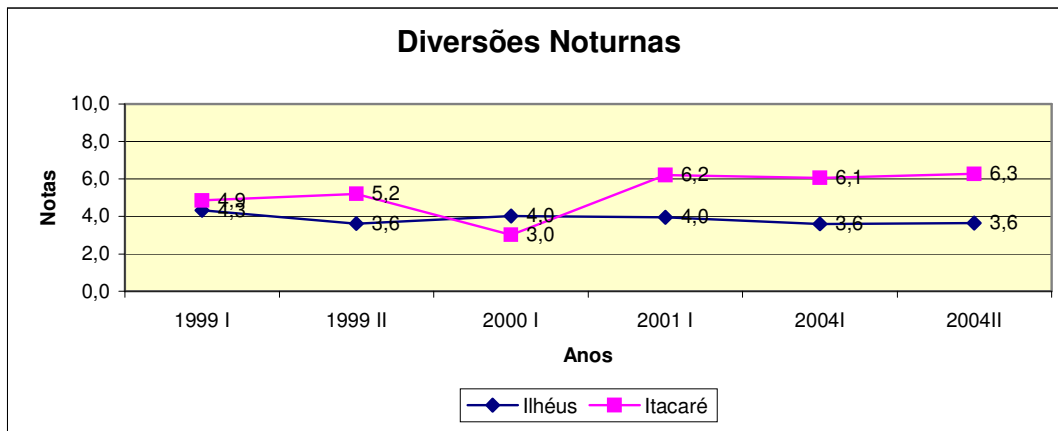


Figura 24 - Notas dos turistas sobre as diversões noturnas nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 25 apresenta a percepção dos turistas sobre o serviço de táxi – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, onde é possível notar uma grande insatisfação dos turistas diante dos resultados expostos, visto que o município de Itacaré apresentou uma nota média de 1,4, e Ilhéus 2,8 pontos. Apesar de grande parte dos turistas utilizarem automóveis particulares ou ônibus de excursão, torna-se necessário que as localidades disponibilizem maior número de táxi para satisfação dos visitantes.

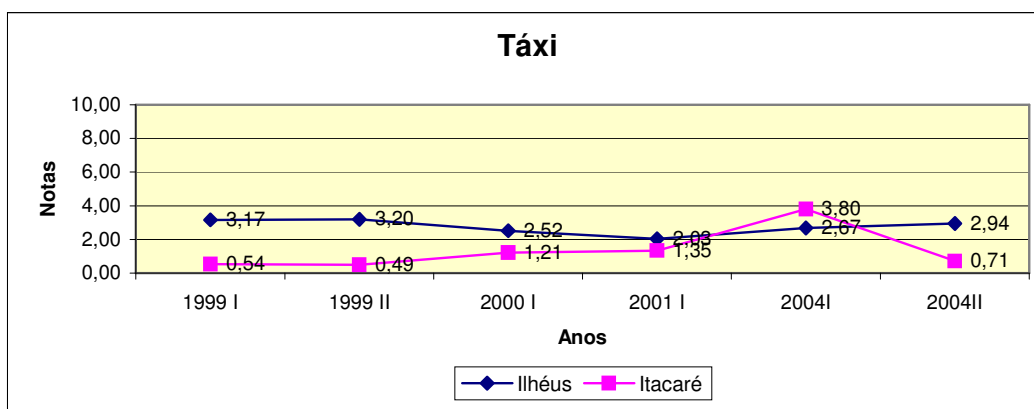


Figura 25 - Notas dos turistas sobre táxi nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Considerando todas as variáveis que compõem os equipamentos e serviços (bares/restaurantes, comércio/compras, meios de hospedagem, guias de turismo, serviços de táxis, diversões noturnas, equipamentos de lazer, passeios oferecidos, empresas/serviços

receptivo, sinalização turística, informação turística e hospitalidade/comunidade local) observou-se que apenas a hospitalidade/comunidade local foi considerada satisfatória no período analisado, obtendo também destaque em relação ao município de Itacaré os bares/restaurantes e os meios de hospedagem. A afirmação do destino Itacaré através da análise dos dados no período estudado pode ser observada em todos os gráficos podendo ser resultado de maiores investimento dos segmentos públicos e privados na atividade turística no município, como também, de uma possível aptidão natural deste em relação à atividade turística.

4.2.3. Infra-estrutura

Segundo Oliveira (2000), a infra-estrutura de apoio turístico é formada pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que proporciona o deslocamento da atividade turística, tais como o sistema de comunicações, transportes, serviços urbanos.

A Figura 26 apresenta a percepção dos turistas sobre a infra-estrutura (terminal marítimo, terminal rodoviário, comunicações, sinalização urbana, limpeza pública e segurança pública) – no período de Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, onde é possível observar uma pequena diferença positiva do município de Ilhéus em relação a Itacaré para as variáveis em questão em todo o período, mantendo uma média de 4,4 pontos, enquanto Itacaré 4,1.

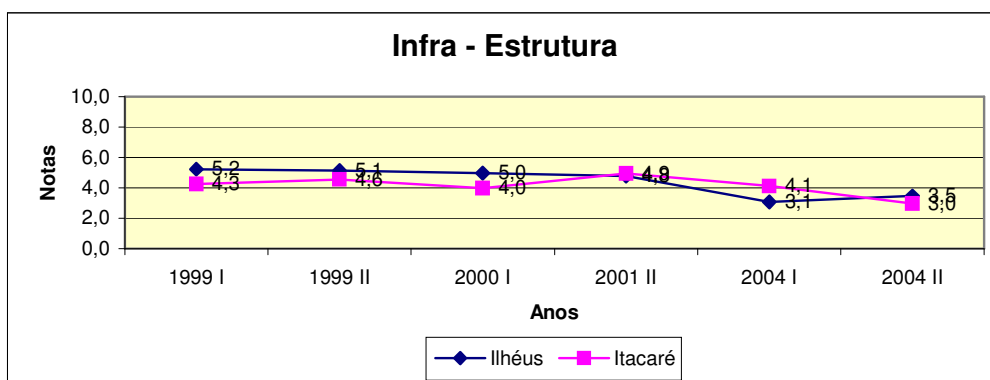


Figura 26 - Notas dos turistas sobre a infra-estrutura nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001

Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 27 apresenta a percepção dos turistas sobre a comunicação – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, onde é possível notar que o município de Itacaré apresentou uma média de 5,5, e Ilhéus 6,7 pontos, correspondendo a uma pequena diferença de notas entre os dois municípios. Através desta observação é possível constatar a insatisfação dos turistas em relação a variável comunicação, ressaltando a necessidade de investimentos na área da comunicação nos municípios e também destacar a liderança de Ilhéus em relação a variável ao longo do período.

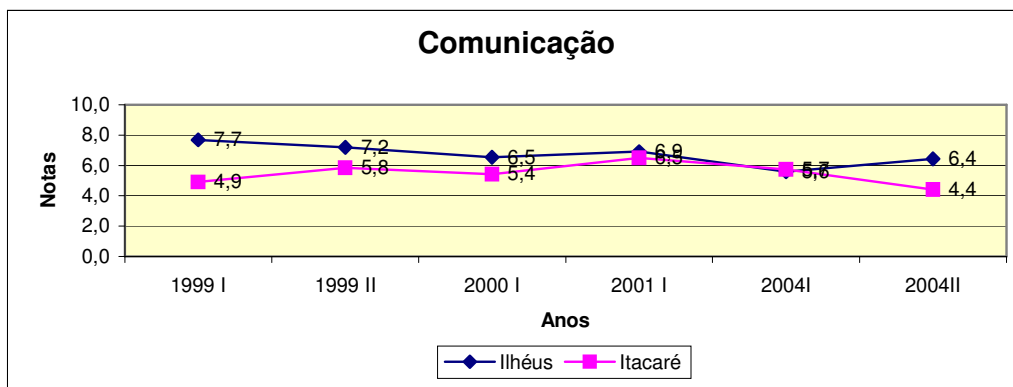


Figura 27 - Notas dos turistas sobre a comunicação nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a Janeiro de 2001

Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre sinalização urbana – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 28), é possível notar que o município de Itacaré apresentou uma média de 4,9, e Ilhéus 7,1 pontos. Embora apresentando níveis de satisfação no município de Ilhéus, torna-se válido ressaltar a necessidade de investimentos em melhorias na sinalização urbana para oferecer ao turista comodidade e facilidade de locomoção no intuito de obter a consolidação dos destinos turísticos.

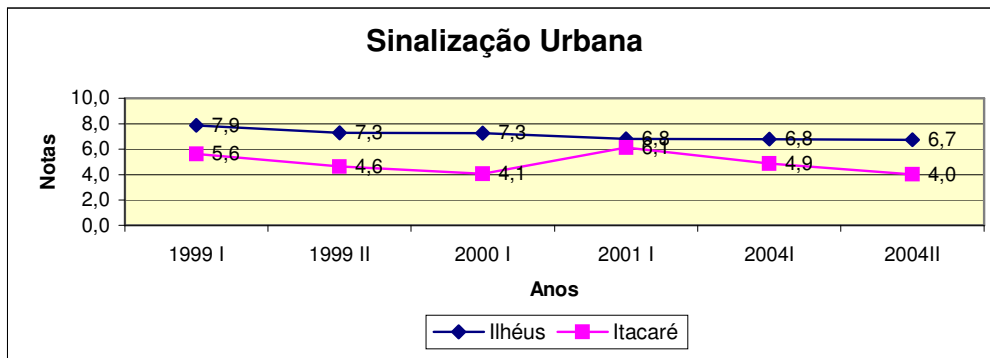


Figura 28 - Notas dos turistas sobre a sinalização urbana nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a Janeiro de 2001
 Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Na Figura 29 apresenta-se a percepção dos turistas sobre segurança pública – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 e, sugere que o município de Itacaré com uma média de 6,0 pontos, e Ilhéus 5,7 pontos, não são satisfatórios aos turistas. A segurança pessoal e à patrimonial são fatores de estímulo ao turismo e devem ser consideradas uma das principais preocupações dos destinos turísticos.

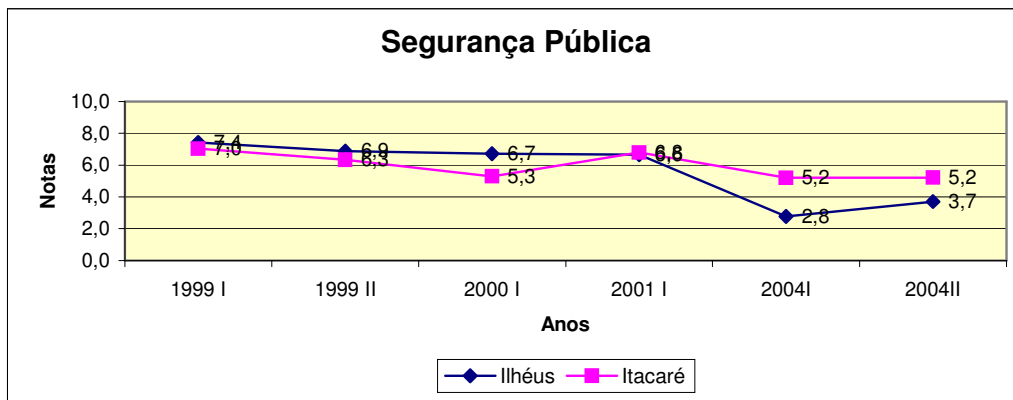


Figura 29 - Notas dos turistas sobre a segurança pública nos municípios de Ilhéus e Itacaré – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004
 Fonte: BAHIAATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre limpeza pública – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro 2004 (Figura 30), observa-se que o município de Itacaré obteve uma média de 4,9 pontos, enquanto Ilhéus 3,8 pontos. Os dados foram colhidos até o ano de 2001 em Ilhéus e também em janeiro de 2004 para Itacaré. Estes dados demonstram que o aspecto limpeza

pública desagradou o visitante e, necessita de maiores atenções por tratar-se de um fator importante para o desenvolvimento do turismo.

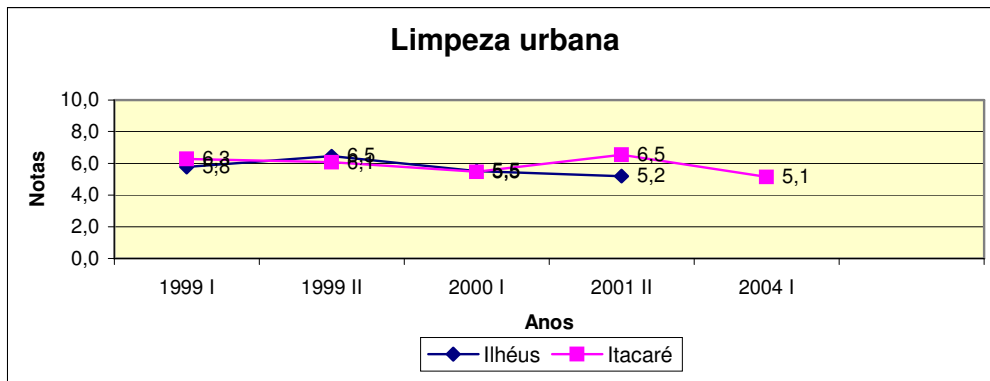


Figura 30 - Notas dos turistas sobre a limpeza pública nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001

Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 31 apresenta a percepção dos turistas sobre ônibus urbano em Ilhéus – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, mostrando que o município obteve 3,2 pontos, o que representa insatisfação do turista no que se refere à variável em questão, podendo ser justificada pela pequena quantidade e má conservação do transporte coletivo do município. Em Itacaré o transporte coletivo urbano ainda está em fase de implantação.

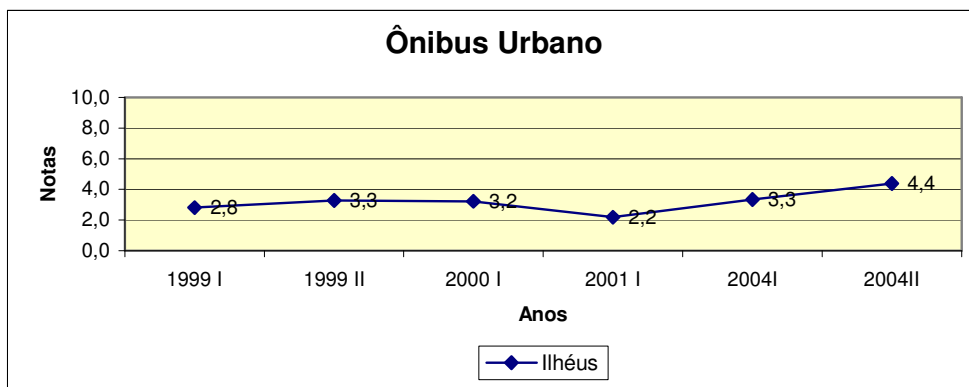


Figura 31 – Notas dos turistas sobre ônibus urbano nos municípios de Ilhéus – janeiro de 1999 a janeiro de 2001

Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Quanto à percepção dos turistas sobre o terminal marítimo – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004 (Figura 32), observa-se que Itacaré obteve uma média de 1,4 pontos,

enquanto Ilhéus 0,1 pontos. Estes valores correspondem à insatisfação dos turistas quanto a variável em estudo e deve ser considerado que para o município de Ilhéus não houve manifestação quanto a esta na maioria dos anos, podendo ser justificado principalmente por ter o terminal marítimo de Ilhéus finalidades muito mais comerciais que turísticas.

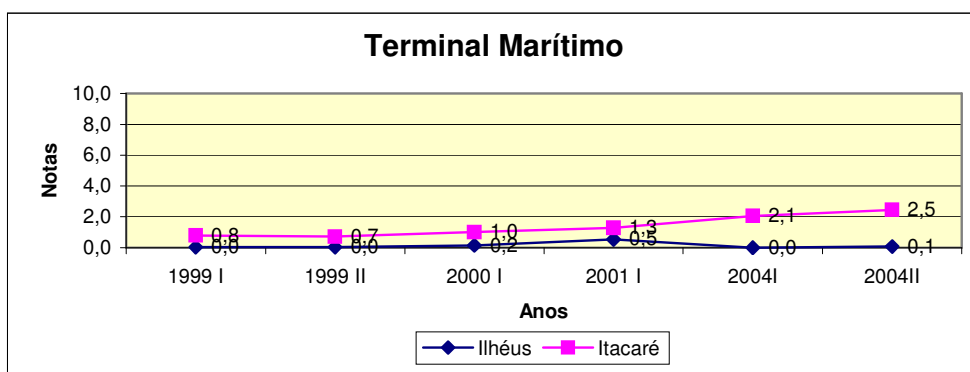


Figura 32 – Notas dos turistas sobre o terminal marítimo nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004

Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 33 apresenta a percepção dos turistas sobre terminal rodoviário – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, onde pode ser observado que o município de Itacaré, obteve uma média de 2,2, enquanto Ilhéus apresenta 3,1. Considerando o resultado como um todo, observa-se uma grande insatisfação em relação a esta variável, e as notas obtidas podem ser justificadas pela má impressão causada pelos terminais rodoviários dos municípios. O terminal rodoviário é o cartão de visita de uma cidade, pois, para quem viaja de ônibus, é o local do primeiro contato físico com a cidade e constitui um verdadeiro atrativo para que as pessoas visitem a cidade. Quando o ônibus faz uma parada em um terminal rodoviário sujo ou mal conservado os passageiros transportam esta impressão para o resto da cidade.

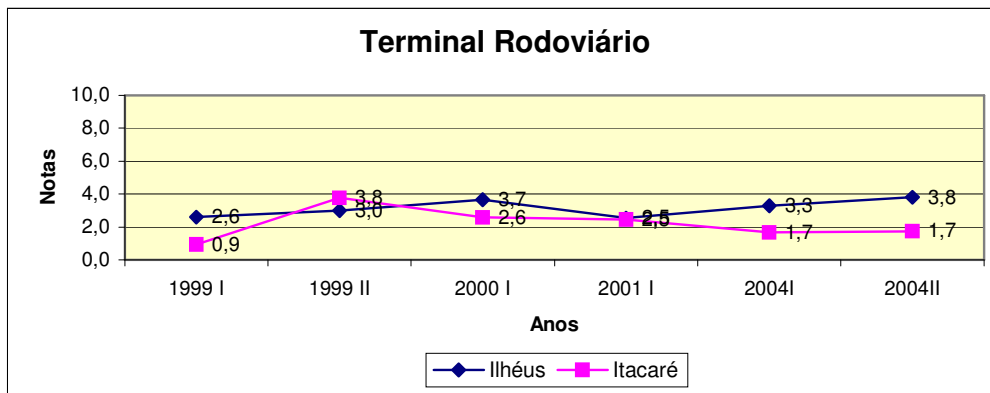


Figura 33 - Notas dos turistas sobre terminal rodoviário nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001

Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

A Figura 34 apresenta a percepção dos turistas sobre o aeroporto no município de Ilhéus – Janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004, com uma média de 2,7 pontos na avaliação dos turistas. Observa-se uma grande insatisfação justificada pela baixa nota obtida na pesquisa que retratam as necessidades de investimentos na melhoria do aeroporto que atende a estes destinos, para que as necessidades dos visitantes sejam atendidas, já que Itacaré não possui aeroporto.

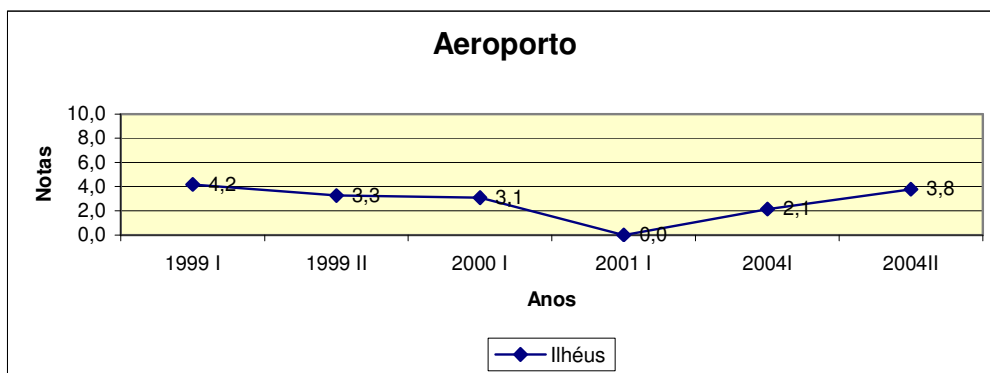


Figura 34 – Notas dos turistas sobre aeroporto nos municípios de Ilhéus e Itacaré – janeiro de 1999 a Janeiro de 2001

Fonte: BAHIA TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Através da observação geral de todas as variáveis relacionadas à infra-estrutura (terminal marítimo, terminal rodoviário, ônibus urbano, aeroporto, comunicações, sinalização urbana, limpeza pública e segurança pública e aeroporto) nota-se que o município de Ilhéus destacou-se nas variáveis: comunicação, sinalização urbana e terminal rodoviário. Nas

demais, o município de Itacaré mantém a diferença observada em todas as variáveis, com exceção das variáveis ônibus urbano e aeroporto que só foram consultadas apenas em Ilhéus. Porém o que se observa é uma avaliação baixa quanto à infra-estrutura dos destinos analisados. Torna-se de fundamental importância investimentos nos municípios para atender a demanda e consolidar a vocação turística destes. Ações por parte das instituições públicas e da comunidade local devem procurar identificar e minimizar problemas de infra-estrutura nos destinos.

4.3. Avaliação dos municípios de Ilhéus e Itacaré, as margens direita e esquerda direita e esquerda da BA-001, segundo o perfil e a percepção dos moradores locais e comerciantes

Os resultados obtidos resultam da pesquisa realizada nos dias 22 a 24 de julho de 2005 e retratam as diferentes percepções dos proprietários e/ou administradores de empreendimentos turístico, comerciantes e população local acerca do espaço turístico nas margens direita e esquerda direita e esquerda da BA-001, Itacaré/Ilhéus. As mudanças ocorridas após a inserção do turismo, provocaram rearranjos espaciais expressados na construção das novas paisagens atendendo ao mercado de lazer e entretenimento, além de alterações na população local, que agora atende as mais diversas nacionalidades numa reflexão da sociedade mundial.

4.3.1 – Perfil dos moradores locais e sua percepção quanto à atividade turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré

Nas entrevistas com os moradores, as margens direita e esquerda da BA-001, constatou-se que 77,8% dos entrevistados moram em Itacaré, enquanto que 16,7 % em Ilhéus e 5,6% em Uruçuca. Dos moradores de Itacaré, 55,6% residem no centro, 11,1% na Passagem, 5,6% no Loteamento Conchas do Mar e 5,6% no Porto de Trás. Os de

Ilhéus correspondem a 5,6% em São Domingos e 11,1% em Vila Juerama e para Uruçuca, 5,6% em Serra Grande.

A naturalidade dos moradores é em sua grande maioria das cidades circunvizinhas, sendo 50% natural de Itacaré, 27,8% de Ilhéus, 5,6% de Ubatã, 5,6% de Valença, 5,6% de Ubaitaba e 5,6% de Arco Verde, na Paraíba. E as residências são em grande parte próprias (77,8%), sendo 16,7% de aluguel e 5,6% cedidas.

A metade da população residente as margens direita e esquerda da BA-001 é nativa (55%), os demais compõem-se de 12% com menos de cinco anos, e 33% com mais de 10 anos (Figura 34).

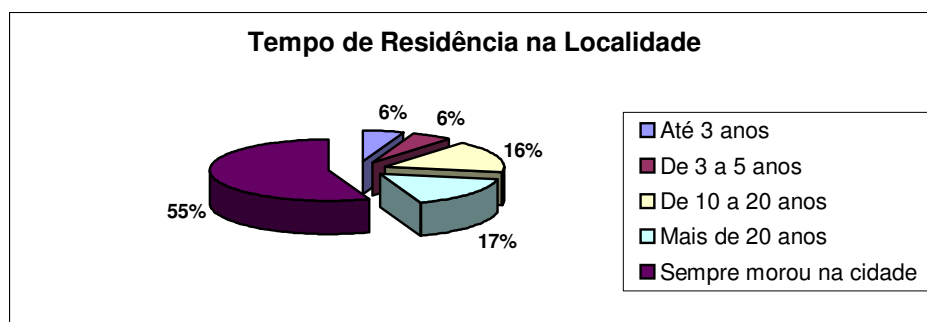


Figura 35 – Tempo de residência nos municípios de Ilhéus e Itacaré
Fonte: Dados da Pesquisa

A faixa de renda média mensal familiar declarada dos entrevistados varia entre 1 a 20 Salários Mínimos (S.M.). A maior parte dos entrevistados estão nas faixas de 1 a 2 S.M. (33,3%) mensais, até 1 S.M., 22,2% e de 3 a 5 S.M., 16,7%. Os demais estão nas faixas de 2 a 3 S.M., 11,1% e de 5 a 10 S.M., 11,1% e de 10 a 20 S.M., 11,1%, como mostra a Tabela 02, abaixo.

Tabela 02. Faixa de renda média mensal familiar dos moradores de Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda da BA-001, julho de 2005.

Faixa de Salário Mínimo	Freqüências (%)
Até 1 S.M.	22,2

De 1 a 2 S.M.	33,3
De 2 a 3 S.M.	11,1
De 3 a 5 S.M.	16,7
De 5 a 10 S.M.	11,1
De 10 a 20 S.M.	11,1

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto ao nível de escolaridade, 50% da população entrevistada possuem ensino fundamental (completo e incompleto), 44,6% o ensino médio completo e 5,6% superior completo.

Com relação à ocupação, 50% dos entrevistados são formalmente registrados, dos quais 38,9% são assalariados com carteira assinada e 11,1% são aposentados. Os autônomos correspondem a 22,2% e os assalariados sem carteira assinada são 5,6%. Os empregadores 11,1% e os desempregados 11,1%.

De acordo com a percepção dos moradores em relação às mudanças ocorridas nas localidades nos últimos anos (tabela 03, abaixo), ocorreram mudanças positivas nos itens emprego, renda, convivência comunitária, lazer e educação. Quanto aos aspectos saúde e segurança, não houve alterações significativas. Destaca-se negativamente o item habitação. Segundo o IESB (2004), as invasões na periferia da cidade é uma das conseqüências da atratividade da explosão do turismo na região.

Tabela 03. Percepção dos moradores de Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda da BA-001, julho de 2005 quanto as mudanças ocorridas nas localidades nos últimos anos.

Itens	Melhorou muito	Melhorou pouco	Nada mudou	Piorou pouco	Piorou muito
Emprego	72,2	22,2	5,6	0	0
Renda	55,6	33,3	5,6	0	5,6
Convivência Comunitária	38,9	27,8	27,8	0	5,6
Segurança	11,1	27,8	16,7	0	27,8
Lazer	33,3	27,8	16,7	0	16,7
Educação	33,3	22,2	22,2	5,6	5,6
Saúde	5,6	27,8	27,8	5,6	16,7
Habitação	5,6	11,1	22,2	0	38,9

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto aos reflexos da atividade turística na condição de vida da população local destaca-se a pavimentação da estrada e a melhoria nos transportes como um dos grandes benefícios. Porém é também perceptível o aumento dos preços, da violência, da prostituição, do consumo de drogas e do número de pessoas que passaram a residir na cidade exercendo atividades ligadas à exploração da atividade turística e da mão-de-obra local. A apropriação de espaços litorâneos por parte de alguns empresários também é destacada como consequência da abertura da estrada.

Os moradores da cidade e do entorno da BA-001, Ilhéus/Itacaré, têm criado associações para desenvolver atividades que beneficiem a sua comunidade e que reduzam a carência dos serviços básicos que não são atendidos pelo poder público.

4.3.2 – Perfil dos comerciantes e sua percepção quanto à atividade turística nos municípios de Ilhéus e Itacaré

Dentre os estabelecimentos comerciais entrevistados, 22,2% dos empreendedores são de outras Regiões do Estado, 33,3% são de outros Estados, sendo que a maior parcela (38,9%) tem sua origem na região cacauceira da Bahia e 5,6% não respondeu. A maior parte deles (44,4%) se insere na faixa, entre 2 meses à 4 anos, de funcionamento, sendo que apenas 16,7% estão na faixa entre 5 a 10 anos e os demais (38,9%) estão na faixa de mais de 10 anos. Quanto ao tipo de negócio, 72,2% tem relação direta com a atividade turística e os demais (27,8%) possuem relação indireta (Tabela 14A, Anexos).

Os comerciantes se mudaram para a Região por oportunidade de investimento (38,9%), 16,7% pelo turismo, 16,7% pela qualidade de vida, 11,1% pela natureza, 5,6% por casualidade e 5,6% não respondeu. O número de empregados variou muito, entretanto verificou-se uma faixa de 1 a 4 empregados, em 44,2% dos estabelecimentos

entrevistados. Uma parcela de 50% dos empregados tem sua origem na região (Tabela 14A, Anexos). Todos os comerciantes reclamaram da infra-estrutura pública, principalmente no que se refere à coleta de lixo e abastecimento de água.

Quando perguntados sobre os planos para seu negócio para os próximos 3 anos, 50% dos empresários informaram que pretendem expandir/diversificá-los, que, se somados aos 27,2% que pretendem manter o mesmo nível de atividade, atinge-se um percentual de 77,2%, podendo-se considerar como uma atitude de satisfação a decisão empresarial de investir no turismo nesta Região. Em contraponto, identificou-se que apenas 22,2% querem sair da atividade.

Com relação à escolaridade do empreendedor, apenas 5,6% dos entrevistados não possuem instrução formal, 33,3% possuem ensino fundamental (completo e incompleto), 33,3% possuem o Ensino médio (completo e incompleto) e 11,1% possuem curso superior completo e 16,7% incompleto (Tabela 14A, Anexos).

Quanto ao asfaltamento da estrada Ilhéus/Itacaré, os empresários ligados à atividade turística demonstraram grande satisfação, principalmente em relação ao incremento da economia local através do aumento do fluxo turístico. Muitos comerciantes ampliaram suas instalações comerciais em função do incremento das vendas após o asfaltamento da estrada. Porém, estes observaram que a facilidade do acesso resultou também em diminuição do número de dias de permanência do turista nos destinos. O que pode ser justificado por estes desejarem conhecer a maior parte dos atrativos destes centros.

Nota-se também que estes empresários demonstram grande insatisfação com o poder público devido à pequena intervenção nas novas instalações comerciais, justificando que esta atitude seria necessária para regularizar a queda de preços em virtude do aumento da concorrência. E apontam como um dos motivos da redução do número de visitas no último semestre o alto preço, a falta de investimento em eventos para atrair a demanda e a falta de qualificação do “trade”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em termos gerais, a pesquisa objetivou analisar o turismo em Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda da BA-001, litoral da Bahia, Costa do Cacau e a produção de uma nova territorialidade regional. Mais especificamente, evidenciou-se a relação e uma certa competitividade existentes entre os municípios estudados, verificando, ao mesmo tempo, a adequação de um modelo de desenvolvimento turístico baseado no Arranjo Produtivo Turístico Regional.

Dessa forma, levantou-se os principais recursos e atrativos de Ilhéus e Itacaré, a motivação dos visitantes, identificando as suas perspectivas, visando contribuir com informações necessárias à estruturação destes destinos turísticos. Além disso, observou-se as transformações econômicas, ambientais e socioculturais ocorridas nos municípios de Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda da BA-001, verificando-se que a territorialidade original vem passando por mutações significativas.

Supomos que as atividades turísticas nos municípios de Ilhéus e Itacaré estão criando uma nova territorialidade regional e se forem concebidas de forma complementar, contribuirão para o estabelecimento de um Arranjo Produtivo Turístico Integrado que poderá resultar num maior ganho de eficiência no desenvolvimento dos dois municípios.

A presente pesquisa, através da verificação dos fluxos de visitantes de Ilhéus e Itacaré, margens direita e esquerda da BA-001, analisou a atividade turística dos dois municípios, identificando diferenças e semelhanças.

A expansão do movimento turístico atual evidencia-se como uma tendência mundial, reproduzida no espaço litorâneo brasileiro, surgindo outras territorialidades que podem ou não ser benéficas para a comunidade local, requerendo análises cuidadosa.

Estudos como este que se apresenta são de extrema relevância, pois podem contribuir para uma verdadeira compreensão da situação atual, bem como para um redimensionamento da dinâmica econômica da área de Ilhéus e Itacaré, potencializando o desenvolvimento local. As informações geradas pela pesquisa contribuirão para uma reflexão sobre a reestruturação destes destinos turísticos, identificando as necessidades de investimentos, servindo também como ponto de partida para estudos semelhantes em outras localidades. Futuros planejamentos das políticas de municipalização do setor e fortalecimento da Costa do Cacau, através da interação entre os destinos turísticos, também poderão ser beneficiados pelos resultados da presente proposta de investigação científica.

Análises descritivas das variáveis relacionadas aos produtos e serviços turísticos, trazem informações importantes sobre o turismo nos municípios de Ilhéus e Itacaré. Através da análise dos dados foi possível traçar um perfil da demanda estabelecendo e comparando as características predominantes do turista que vem aos municípios. Tem-se, então, que o turista no município de Ilhéus é predominante do sexo masculino; a idade média é de 37 anos; sua formação é ensino médio completo; sua renda média mensal é de US\$ 629; o seu gasto médio individual diário é de US\$ 21; o principal meio de transporte utilizado foi o automóvel; a principal influência da visita foi que já conhecia o local e o principal fator de motivação da visita foi o fator passeio.

Quanto ao município de Itacaré, o turista é predominante também o sexo masculino; a idade média é de 33 anos; sua formação é nível superior; sua renda média mensal é de US\$

856; o seu gasto médio individual diário é de US\$ 22⁶; o principal meio de transporte utilizado foi o avião; a principal influência da visita foi o comentário de parentes e amigos e o principal fator de motivação da visita foi o fator passeio.

Na avaliação do turista sobre os municípios usou-se notas de 0 a 10 com o objetivo de obter uma classificação para os atrativos, os equipamentos e serviços e a infra-estrutura, ressaltando-se que notas iguais ou maiores que sete foram consideradas como satisfatórias. Tanto para o município de Ilhéus, quanto para Itacaré os resultados obtidos para os atrativos apresentaram-se insatisfatórios, sendo os atrativos naturais o único fator a produzir impressões positivas. O patrimônio histórico cultural e as manifestações populares não foram consideradas como satisfatórias, tendo uma baixa pontuação de acordo com a percepção dos visitantes.

Quanto às variáveis que compõem os equipamentos e serviços, no município de Ilhéus apresentaram-se insatisfatórias, sendo a hospitalidade/povo o único fator a produzir impressões positivas e satisfatórias. Os demais não foram considerados como satisfatórios segundo os visitantes. Em Itacaré, os resultados obtidos para os equipamentos e serviços mostraram-se insatisfatórios, porém os a hospitalidade/povo, os meios de hospedagem e os bares/restaurantes apresentaram-se satisfatórios no período. As demais não foram consideradas satisfatórias tendo os serviços de táxis e a sinalização turística uma baixa pontuação de acordo com os visitantes.

As impressões dos turistas quanto à infra-estrutura foram consideradas insatisfatórias. No município de Ilhéus apresentou como satisfatória apenas à variável sinalização urbana, produzindo impressões positivas. Os demais não foram considerados satisfatórios tendo o ônibus urbano, o terminal marítimo, o terminal rodoviário e o aeroporto uma baixa pontuação de acordo com os visitantes. Em Itacaré, os resultados obtidos para a infra-estrutura

⁶ Foi usada a cotação de US\$ 1,00 = 2,67, do dia 22/07/2005.

apresentaram-se também insatisfatórios. Não houve nenhum fator de destaque no município, de acordo com os visitantes.

Em suma, as informações e análises obtidas nesta pesquisa indicam que o turismo dos municípios necessita de algumas mudanças e maiores investimentos.

Sugere-se que sejam realizados planos turísticos no município envolvendo a participação do poder público, o “trade” e a comunidade visando atender às suas carências para que as cidades continuem inseridas nos destino de viagem dos turistas e a que população local possa realizar seus anseios e melhorar sua qualidade de vida.

Vale ressaltar que em Ilhéus é possível observar que as “estórias de Jorge Amado” representam o cenário que pode divulgar o município, afirmando-o como destino de turismo cultural-histórico também, além do sol-praia. Enquanto que, em Itacaré, o ecoturismo representa uma boa estratégia de atratividade.

Em relação à população às margens direita e esquerda da BA-001, constatou-se que a mesma reside nas vilas e nos povoados pertencentes aos municípios Ilhéus, Uruçuca e Itacaré.

Quanto ao desenvolvimento da prática do turismo, aponta fragilidade decorrente da ausência de um planejamento que ajuste suas deficiências e alavanque suas potencialidades. Essa micro-região, em vista de suas peculiaridades geográficas, desponta como um dos destinos mais procurados do sul da Bahia, embora ainda não tenha encontrado um equilíbrio na minimização dos impactos gerados no ambiente, como um todo.

Observa-se uma descaracterização da cultura em virtude do turismo de massa que vem sendo desenvolvido nas localidades, sem planejamento e infra-estrutura adequada provocando na comunidade local o sentimento de exclusão.

Evidentemente, sem nenhuma pretensão de esgotar o assunto e pensando em contribuir com informações fundamentais para o planejamento integrado da região geográfica estudada e da utilização do potencial turístico de Ilhéus e Itacaré, dentro de uma abordagem sistêmica,

chegamos ao final deste trabalho científico. Elaboramos propostas para manutenção desta micro-região dentro de uma perspectiva de desenvolvimento de turismo sustentável.

Para prevenir e/ou minimizar os impactos sócio- ambientais decorrentes da atividade turística, a degradação dos recursos naturais existentes e a restrição do ciclo de vida dos municípios de Ilhéus e Itacaré enquanto Arranjo Produtivo Turístico, é recomendada a adoção de estratégias que promovam a sustentabilidade local. Assim, sugerimos a elaboração de um plano de gestão turística destes pólos receptores estudados que parta das seguintes premissas:

- desenvolvimento das atividades turísticas mantendo a qualidade dos recursos do meio ambiente, não colocando em risco a sua “matéria-prima”, ou seja, a natureza, respeitando a capacidade de carga da mesma;
- desenvolvimento de atividades turísticas propostas, organizadas e administradas pelo poder e população locais;
- incentivo à participação das comunidades locais nas atividades turísticas, não só como mão-de-obra mas, também, como participantes ativos do processo de desenvolvimento, procurando harmonizar a cultura local e aquela advinda dos visitantes, tornando o turismo um processo incluyente;
- distribuição equitativa dos benefícios econômicos advindos das atividades recreacionais, enfatizando-se a participação em relação à tomada de decisões, da população local;
- promoção de atividades turísticas que desestimulem a segregação sócio-espacial, incentivando a oferta equitativa de equipamentos receptivos;
- promoção de um programa de educação ambiental que tenha duplo objetivo: atingir a população local conscientizando-a da importância de receber bem os visitantes e sensibilizar os turistas para que tenham atitudes respeitadoras em relação ao local, adquirindo hábitos cotidianos ambientalmente corretos.

5.1 Sugestões e Recomendações

Tomando-se como base as principais conclusões deste trabalho e levando-se em consideração as premissas necessárias ao desenvolvimento turístico dos municípios, recomenda-se:

- Elaborar programas de ações para incentivar a expansão da atividade turística;
- Treinar a população para desenvolver funções nas atividades turísticas;
- Aumentar a oferta de produtos turísticos, ou seja, ampliar a infra-estrutura básica;
- Criar uma nova legislação para incentivar a abertura de casas comerciais, pousadas, hotéis, restaurantes, bares e outros;
- Equilibrar a oferta e a demanda da atividade turística, pois foi constatado que os municípios são deficientes em infra-estrutura, não satisfazendo a demanda;
- Financiar e apoiar iniciativas privadas que visem melhorias na estrutura turística dos municípios;
- Definir o perfil do turista desejado, bem como criar uma marca e um diferencial para a seleção e o desenvolvimento do turismo nos municípios;
- Desenvolver um plano de marketing direcionado para vender os municípios como roteiro turístico;
- Desenvolver projetos que visem à revitalização e a exploração do turismo cultural nas cidades;
- Criar postos de informações para os turistas em pontos estratégicos, com profissionais bilíngües, treinados e capacitados para atendê-los. Os postos devem ter material de apoio como: mapas, folhetos, tabelas de preços, relação de hospedagem, etc;
- Promover ações com vista à conscientização das comunidades locais sobre a importância do turismo no processo de desenvolvimento das cidades;
- Capacitar os “trade” para o turismo, através de treinamentos de qualidade no atendimento, gerenciamento e qualificação profissional;
- Realizar parcerias entre as esferas públicas e privadas nas ações turísticas, visando desenvolver um intenso trabalho de limitação de capacidade de carga dos municípios;

- Finalmente, recomendamos a criação de um consórcio intermunicipal turístico entre Ilhéus, Uruçuca e Itacaré (e talvez outras localidades próximas), consórcio este que pode ser o principal instrumento de articulação entre os municípios pertencentes à micro-região estudada.

Os dois municípios, Ilhéus e Itacaré, Costa do Cacau, sul da Bahia, configuram-se como destinos turísticos estabelecidos e independentes, mas com a adoção de uma política de planejamento sob o prisma da organização regional, isto é, agrupando-os, serão capazes de oferecer ao turista maior satisfação e, conseqüentemente, conseguirão que o visitante permaneça mais tempo na micro-região, gerando assim, maior possibilidade de desenvolvimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, J. V. de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Editora Ática, 1992. 215 p.

ARENDDT, H. “**La Condición Humana**”.

ARRILLAGA, J. I. de. **Introdução ao Estudo do Turismo**. Rio de Janeiro: Rio, 1976. 309 p.

BAHIA TURISMO - BAHIATURSA. **Relatório de pesquisa de demanda turística**. Ilhéus. 27/01 a 02/02/1999.

BAHIA TURISMO - BAHIATURSA. **Relatório de pesquisa de demanda turística**. Ilhéus. 28/07 a 03/08/1999.

BAHIA TURISMO - BAHIATURSA. **Relatório de pesquisa de demanda turística**. Ilhéus. Fevereiro de 2000.

BAHIA TURISMO - BAHIATURSA. **Relatório de pesquisa de demanda turística**. Ilhéus. Fevereiro de 2001.

BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, A. Margarita. **Turismo e Identidade local: uma visão antropológica**. Campinas, SP: Ed. Papyrus, 2001 (Coleção Turismo). 163 p.

BARRETO, A. Margarita.(1991). **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo, Papyrus.

BARRETTO, A. Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 2.^a ed, Campinas, SP: Editora Papyrus, 1997 (Coleção Turismo). 163 p.

BARRETTO, A. Margarita. **Turismo e legado cultural**. 3.^a ed. Campinas-SP: Papyrus, 2002. (Coleção Turismo).

BARROCO, H. E., L.E. **Turismo precisa ser prioridade**. Revista Vitrine. Ilhéus, 1998, v. 01, n.º 12, p. 3-5.

BARROS, Sílvio Magalhães. Turismo, sociedade, meio ambiente e ecoturismo. *In*: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (org.). **Turismo: Teoria e Prática**. Campinas, SP: Papyrus, 2000. p 85 - 93.

BITTENCOURT, Maria A. Leão...[et al.]. **Manual de normatização para trabalhos técnicos-científicos**. Ilhéus, BA: Editus, 2002. 60 p.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Tradução Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC, 2002. 275 p.

CASSIOLATO et al. (1998). As Condições para a formação de um Arranjo Produtivo. Bahia em Análise, Bahia, ago. 2004, Disponível em: http://www.sei.ba.gov.br/publicacoes/bahia_analise/sep/pdf/sep_65/cap_01.pdf. Acesso em: 22 ago. 2004.

CASTELLI, G. “**Turismo – Atividade marcante do séc. XX.**” Caxias do Sul. RS. 1986.

CMMAD – Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum**. 2.^a ed. Nosso Futuro Comum. 2 ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

CONDER - Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia. Relatório

COOPER, C; FLETCHER, S; WANHILL, S; GILBERT, D; SHEPHERD, R. **Turismo, Princípios e Práticas**. Trad. Roberto Cataldo Costa. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CRUZ, Rita de Cássia A. da. **Introdução à geografia do turismo**. S.Paulo: Rocca, 2001.

CURITIBA. Secretaria Especial do Esporte e Turismo e Fundação de Esporte e Turismo do Paraná. **Estudo da Demanda Turística**. Curitiba, 1990. n. p.

DECCA, E. “**O nascimento das fábricas**”. Ed. Brasiliense. 1987.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998. 286 p.

EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO – EMBRATUR. **Anuário estatístico/turístico**. Brasília, DF: Instituto Brasileiro de Turismo, 1992.

EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO – EMBRATUR. **Município: Potencial Turístico – Orientação às Prefeituras**. Brasília, DF: Instituto Brasileiro de Turismo, 1992. 81 p.

EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO – EMBRATUR. **Programa Nacional de Municipalização do Turismo**. Brasília, DF: MICT ETS, 1994. 20 p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicos de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas.

GUTHERY, Denis; PHILIPS, Robert. O desenvolvimento de Sauípe – Um novo destino turístico para o século XXI. *In*: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (org.). **Turismo: Teoria e Prática**. Campinas, SP: Papyrus, 2000. p 185 - 195.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3.^a ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

IESB. As invasões e a problemática habitacional em Itacaré. IESB, nov. 2004. Disponível em: <<http://www.iesb.org.br/publicacoes/jornal%2026/invasoes.htm>>. Acesso em: 25 nov. 2004.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001. 226 p.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. Fundamentos econômicos do turismo. *In*: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (org.). **Turismo: Teoria e Prática**. Campinas, SP: Papyrus, 2000. p. 25 - 37.

LIPMAN, Geoffrey. **WTTC acredita no turismo da América Latina**. *In*: *Brasilturis Jornal*. São Paulo, ano 18, n.º 409, p. 7, Primeira quinzena/maio 1999.

LUCHIARI, M. Teresa Duarte Paes. **O lugar no mundo contemporâneo: turismo e urbanização em Ubatuba**. SP. Tese doutoramento. Unicamp, Campinas. 1999.

MAMEDE, V. S. de M. Dourado. Participação e desenvolvimento do turismo local. *In*: MARTINS, J. C. de Oliveira. (org.). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003. p. 31 – 38.

MARTINS, J. C. de Oliveira. Identidade: percepção e contexto. *In*: MARTINS, J. C. de Oliveira. (org.). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003. p. 37 – 48.

MILONE, M. C. M.; MILONE, P. C. Perspectiva do turismo no terceiro milênio. *In*: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (org.). **Turismo: Teoria e Prática**. Campinas, SP: Papyrus, 2000. p 353 - 372.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004. 31 p.

MOESH, M. **A Produção do Saber Turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

NEVES, B. A. de Castro. Patrimônio cultural e identidades. *In*: MARTINS, J. C. de Oliveira. (org.). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003. p. 49 – 61.

QUEIROZ, O. T. M. M. (2000). **Impactos das atividades turísticas em área de reservatório. Uma avaliação sócio-ambiental do uso e da ocupação na área da Represa do Lobo, município de Itirapina, SP**. São Carlos, 2000. p. Tese (Doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 2 ed. (ver e amp). São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, A. U., SECUNDINO, I. **Turismo: a Grande Indústria**. Rio de Janeiro: Kosmos, s.d. 221 p

OLIVEIRA, Sílvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 1997, 230 p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT. **Desenvolvimento de Turismo Sustentável: manual para organizadores locais**. Brasília, DF: MICT – SETS, Embratur, [s.d.]. 217p.

PADILHA, P. M. **O Turismo**. Rio de Janeiro: Bloch, 1972. 64 p.

PELLEGRINI FILHO, A. **Ecologia, Cultura e Turismo**. Campinas: Papyrus, 1993. 191 p.

PENÃ, D. H. **Caderno de Iniciação Turística**. Rio de Janeiro: CEPTUR. 1974. 31 p.

PEQUENAS EMPRESAS, GRANDES NÉGOCIOS. São Paulo: Globo, ano VII, n.º 75, p. 22.

PIRES, B.C.C. **Gestão de agências de ecoturismo e sua inserção no contexto da sustentabilidade**. *In*: Turismo – Visão e ação. V. Florianópolis, 1999.

PONTES, B.M.S. **Brasil: o Estado planejador e as políticas nacionais de urbanização**. Tese de doutoramento. São Paulo, Universidade de São Paulo, 1983.

PRODETUR NE II. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável** – Pólo Litoral Sul, Bahia, Brasil. FGV – SP. HVS International. *São Paulo Office*. São Paulo: Secretaria de Turismo do Governo do Estado da Bahia, 2003.

PROGRAMA NACIONAL DE MUNICIPALIZAÇÃO DO TURISMO, Brasília: Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, 1994, p. 9.

QUANDT, Carlos O. **Inovação em clusters emergentes**. Revista Comciência, ago. 2004. Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/2004/08/13.shtml>> Acesso em: 22 ago. 2004.

REQUIXA, R. “**Sugestão de Diretrizes para uma política nacional de Lazer**”. São Paulo:SESC, 1980.

RODRIGUES, A.B. **Le tourisme et les problemes de protection del’environnement sur le littoral de l’Etat de São Paulo**. Les Cahiers d’Outre-Mer, n.164, v.41. Lion. 1985.

RUSCHMANN, D. V. DE M. **Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente**. 4. ed. Campinas, São Paulo. Papyrus. 1999, 199p. (Coleção Turismo).

SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI**. São Paulo: Nobel, 1994.

SANTANA, E. M. V. **Turismo: Importância e Características de seus Consumidores no Município de Viçosa**. 1996. 116 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, 1996.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 14. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 89p. (Coleção primeiros passos).

SANTOS, Milton. (1988). **Espaço e método**. 3 ed. São Paulo: Nobel, 1992.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnicas e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. (Coleção Milton Santos; 1). 384 p.

SANTOS, Milton. **Metamorfose do Espaço Habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia**. São Paulo, SP: Editora Hucitec, Quinta edição, 1997.124 p.

SEBRAE, **Subsídios para a identificação de clusters no Brasil**: atividades da indústria. S.Paulo, 2004.

SEBRAE. Arranjos Turísticos. SEBRAE, ago. 2004. Disponível em: <<http://www.sebraema.com.br/arranjos/turismo.htm>>. Acesso em: 08 ago. 2004.

SEBRAE. Atuação em arranjos produtivos locais. SEBRAE, ago. 2004. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/br/cooperecrescer/arranjosprodutivoslocais.asp>>. Acesso em: 08 ago. 2004.

SETTI, Adriana. O que a Bahia tem. **Revista Veja**. São Paulo: Ed. Abril, dez/98, p. 108. Semanal.

SILVA, F. P. S. **Qualidade no Ensino Superior em Turismo**. Gazeta Mercantil, Salvador: Ano II, N.º 350, Março 2000. p. 2.

SILVA, J. GRAZIANO et al. **O emprego rural e a mercantilização do espaço agrário**. São Paulo em Perspectiva, v.11, n.2, 1997, p.50-64.

SILVEIRA, J. X. **Turismo: Prioridade Nacional**. Rio de Janeiro: Record, s.d. 146 p.

SILVEIRA, M. A. T. Planejamento Territorial e Dinâmica Local: Bases para o Turismo Sustentável. In: RODRIGUES, A. B, org. **Turismo e Desenvolvimento Local**. São Paulo: Hucitec, 1997.

Site oficial do município de Itacaré. Disponível em: <<http://www.itacare.com/itacare/bahia.php?page=ecotrip&group=ecotrip&frame=/itacare/contatos/megabusca.php>>. Acesso em 04 nov. 2003.

SOUZA, Ana Paula A. Turismo em Ilhéus e Porto Seguro: **uma análise comparativa**. Ilhéus, 2003. Monografia de Graduação em Ciências Econômicas – Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC. **Perfil do Turismo receptivo janeiro 99**: Itacaré. Ilhéus: Editus, 2002. 126p.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC. **Perfil do Turismo receptivo julho 99**: Itacaré. Ilhéus: Editus, 2002. 76p.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC. **Perfil do Turismo receptivo janeiro 2000:** Itacaré. Ilhéus: Editus, 2002. 76p.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC. **Perfil do Turismo receptivo janeiro 2001:** Itacaré. Ilhéus: Editus, 2002. 103p.

VEJA. São Paulo: Abril, 5 de julho de 1995, Semanal.

WAHAB, S. A. **Introdução à Administração do Turismo.** São Paulo: Pioneira, 1977. 242 p.

WARNIER, Jean-Pierre. A art Zen contra Titanic. In: **A Mundialização da Cultura.** Trad. Luís Felife Sarmento. Lisboa: Notícias, 2000. p. 9 – 21.

WWF Brasil. **Turismo Responsável - Manual para Políticas locais.** Org. Sérgio Salvador Salvati – Brasília, DF, WWF Brasil 2004, 220 p.

APÊNDICE

APÊNDICE 1: QUESTIONÁRIO COMERCIANTES

Atenção: As informações registradas abaixo serão mantidas em sigilo e constituem uma das etapas de pesquisa acadêmica da UESC.

Características do Empreendedor/Negócio

1. Tipo de empreendimento: Hotel () Pousada () Restaurante () Barraca de Praia ()
Locadora () Agência de Turismo () Outros _____
2. Origem do empreendedor _____
3. Escolaridade do empreendedor: Sem instrução formal () Ensino fundamental incompleto (1º Grau/Básico) () Ensino fundamental completo () Nível médio incompleto (2º Grau/Técnico) () Nível médio completo () Superior incompleto () Superior completo ()
Qual? _____ Outros _____
4. Natureza do negócio: Independente () Participa de cadeia ou franquia ()
5. Ano de implantação _____
6. Número de empregados: _____
7. Origem da Mão de Obra: % da região ____ % de outras regiões ____ % de outros estados ____
% de outros países _____
8. Quais são seus planos em relação ao negócio, nos próximos 3 anos? Expandir no mesmo ramo de negócios () Diversificar em outros ramos de negócios () Manter o mesmo nível de atividade () Sair do negócio () Outro _____

Avaliação da Localização do Empreendimento

9. Motivo da escolha da Cidade para realizar este investimento

10. Sugestões para melhoria do turismo na Região

(Outras informações)

Entrevistado: _____

Data _____ Hora _____ Nº Questionário _____

Entrevistador _____ Local _____

Outras observações _____

APÊNDICE 2: QUESTIONÁRIO COM OS MORADORES LOCAIS

Atenção: As informações registradas abaixo serão mantidas em sigilo e constituem uma das etapas de pesquisa acadêmica da UESC.

Características Sócio-econômicas

1. Local de residência: Município _____ e Bairro _____
2. Naturalidade: _____
3. Há quanto tempo mora na localidade _____
4. Número de pessoas que residem na casa _____
5. condição de uso da residência: Própria () Aluguel () Cedida () Outro _____
6. Qual a sua faixa de renda média mensal familiar? Até 1 S.M. () De 1 a 2 S.M. () De 2 a 3 S.M. () De 3 a 5 S.M. () De 5 a 10 S.M. () De 10 a 20 S.M. () Mais de 20 S.M. () Sem rendimento () Não declarado ()
7. Qual o seu grau de escolaridade? Analfabeto () Ensino fundamental incompleto () Ensino fundamental completo () Ensino médio incompleto () Ensino médio completo () Superior incompleto () Superior completo () Outros _____
8. Qual a sua ocupação atual? Empregador () Empregado assalariado em empresa privada com carteira assinada () Empregado assalariado em empresa privada sem carteira assinada () Servidor público () Trabalhador autônomo () Desempregado () Aposentado () Outros _____
9. Se empregado ou empregador, indicar o setor ao qual pertence: Agricultura () Indústria () Comércio () Turismo () Serviços, exclusive as atividades ligadas ao turismo () Outros _____

Nível de Satisfação

10. Em que sentido o turismo afetou as condições de vida da população local?

11. Como você avalia as mudanças ocorridas na sua vida nos últimos anos?

Itens	Melhorou muito	Melhorou pouco	Nada mudou	Piorou pouco	Piorou muito	Não sabe
Emprego						
Renda						
Convivência comunitária						
Segurança						
Lazer						
Educação						
Saúde						
Habitação						

(Outras informações)

Entrevistado: _____

Data _____ Hora _____ Nº Questionário _____

Entrevistador _____ Local _____

Outras observações _____

APÊNDICE 3: QUESTIONÁRIO TURISTA

Atenção: As informações registradas abaixo serão mantidas em sigilo e constituem uma das etapas de pesquisa acadêmica da UESC.

Identificação do Turista

1. Qual o seu país de origem? _____
 2. Qual o seu estado de origem? _____
 3. Qual a sua cidade de residência permanente? _____
 4. Sexo: M () F ()
 5. Sua idade se insere em qual faixa etária? Abaixo de 18 anos () De 18 a 25 anos ()
De 26 a 35 anos () De 36 a 50 anos () De 51 a 65 anos () Acima de 65 anos ()
 6. Qual a sua profissão? (Ocupação principal) _____
 7. Já visitou a cidade outra vez? Sim () Não ()
 8. Qual a última cidade visitada durante a viagem? E quantos dias permaneceu nesta?

 9. Qual a próxima cidade a visitar na viagem? _____
 10. Qual a forma de viagem? Com família () Com amigos () Só () Em excursão ()
 11. Qual o número de pessoas que estão viajando juntas?
Adultos () Crianças () Homens () Mulheres ()
 12. Qual a forma de organização da viagem?
Organizada por agência () Não organizada por agência ()
 13. O que motivou sua viagem a esta cidade? Passeio/Lazer () Visita a parentes e amigos ()
Negócios () Outros _____
 14. Qual o motivo do passeio/lazer a esta cidade? Atrativos naturais ()
Manifestações populares () Patrimônio Histórico Cultural () Outros _____
 15. Qual a influência da viagem? Comentários de parentes () Já conhecia o local ()
Propaganda/Publicidade () Internet () Agências de viagem () Outros _____
 16. Qual o meio de transporte utilizado para chegar a esta cidade?
Automóvel () Ônibus () Avião () Outros _____
 17. Qual o meio de hospedagem utilizado? Pousada () Casa Própria () Casa/Apartamento de
aluguel () Hotel () Camping () Pensão/Hospedaria () Casa de parentes/Amigo ()
Outros _____
 18. Quantos dias permaneceu na cidade? _____
 19. Qual a sua faixa de renda mensal individual? Até 4 S.M. () De 5 a 9 S.M. ()
De 10 a 14 S.M. () De 15 a 19 S.M. () De 20 a 24 S.M. () De 25 a 29 S.M. ()
De 30 a 34 S.M. () A partir de 35 S.M. ()
 20. Qual a sua faixa de renda mensal familiar? Até 4 S.M. () De 5 a 9 S.M. ()
De 10 a 14 S.M. () De 15 a 19 S.M. () De 20 a 24 S.M. () De 25 a 29 S.M. ()
De 30 a 34 S.M. () A partir de 35 S.M. ()
 21. Qual o seu gasto aproximado na cidade (Valor em Reais)? _____
 22. Qual o seu gasto aproximado com meio de hospedagem? _____
 23. Qual a quantidade de pessoas incluídas nos gastos? _____
 24. Estado civil? Solteiro(a) () Desquitado(a) () Viúvo(a) () Casado(a) ()
Outros _____
 25. Qual o seu grau de instrução? Sem instrução formal () Ensino fundamental incompleto (1º
Grau/Básico) () Ensino fundamental completo () Nível médio incompleto (2º
Grau/Técnico) () Nível médio completo () Superior () Outros _____
- Avaliação da Atividade Turística
26. Atrativos naturais: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
 27. Patrimônio histórico/cultural: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
 28. Manifestações populares: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
 29. Equipamentos de lazer: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()

- Não se aplica / Não sabe ()
30. Passeios oferecidos: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
31. Empresas/serviços receptivos: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
32. Hospitalidade/povo: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
33. Informações turísticas: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
34. Sinalização turística: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
35. Guias de turismo: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
36. Estrutura dos meios de hospedagem: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
37. Bares, restaurantes e barracas: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
38. Comércio/compras: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
39. Diversões noturnas: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
40. Serviços de táxi: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
41. Meios de comunicação: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
42. Sinalização urbana: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
43. Segurança pública: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
44. Limpeza pública: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
45. Terminal marítimo: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
46. Terminal rodoviário: Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Péssimo ()
Não se aplica / Não sabe ()
47. Qual a sua opinião sobre os principais aspectos positivos da cidade?

48. Qual a sua opinião sobre os principais aspectos negativos da cidade?

49. Qual a sua pretensão de retorno à cidade?
Sim () Não ()

(Outras informações)

Data _____ Hora _____ Nº Questionário _____

Entrevistador _____ Local _____

Outras observações _____

ANEXO

Tabela 1A - Percepção do Turista sobre o município de Ilhéus no período de janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004							
		1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004 I	2004 II
Atrativos Naturais	Ótimo	66,44	50,76	50,00	64,20	68,10	65,60
	Bom	29,48	44,25	42,00	30,10	24,70	32,00
	Regular	2,31	3,69	8,00	3,90	7,20	2,40
	Ruim	0,27	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00
	Péssimo	0,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Não Sabe	1,36	1,08	0,00	1,70	0,00	0,00
Patrimônio H. Cutural	Ótimo	27,45	20,39	14,00	13,10	23,20	20,00
	Bom	47,83	51,63	39,00	36,70	50,60	48,40
	Regular	9,92	13,67	16,00	21,80	9,50	9,20
	Ruim	0,00	0,43	3,00	1,30	0,80	0,00
	Péssimo	0,54	0,00	1,00	0,90	0,40	0,00
	Não Sabe	14,27	13,88	28,00	26,20	15,60	22,00
Manifestações Populares	Ótimo	21,20	6,29	11,00	8,70	6,80	2,40
	Bom	25,68	18,87	22,00	19,20	24,00	16,00
	Regular	13,04	8,24	12,00	8,70	8,00	7,60
	Ruim	2,45	0,43	1,00	3,10	2,03	0,40
	Péssimo	1,09	0,22	1,00	1,70	0,00	0,80
	Não Sabe	36,55	65,94	53,00	58,50	58,90	72,80
Equipamentos de Lazer	Ótimo	4,76	3,04	5,00	3,10	4,60	4,80
	Bom	16,58	25,16	14,00	15,30	24,30	15,60
	Regular	10,60	13,67	8,00	20,50	6,10	13,20
	Ruim	2,45	1,95	4,00	5,70	1,10	1,60
	Péssimo	0,54	0,65	1,00	2,20	2,30	2,40
	Não Sabe	65,08	55,53	68,00	53,30	61,60	62,40
Passeios Oferecidos	Ótimo	5,43	9,33	9,00	5,70	4,20	7,20
	Bom	21,06	29,93	23,00	19,30	23,20	12,00
	Regular	12,50	12,36	9,00	14,00	4,20	10,00
	Ruim	0,82	0,65	0,00	2,60	1,10	0,80
	Péssimo	0,41	0,43	0,00	1,70	0,40	0,40
	Não Sabe	59,78	47,29	58,00	57,60	66,90	69,60
Empresas de S. Receptivos	Ótimo	1,90	7,38	3,00	6,10	0,80	5,20
	Bom	4,62	19,09	8,00	1,80	1,10	8,40
	Regular	0,41	1,08	2,00	4,80	0,00	6,80
	Ruim	0,14	0,65	2,00	1,70	0,00	2,00
	Péssimo	0,14	0,43	0,00	2,20	0,00	0,00
	Não Sabe	92,80	71,37	85,00	73,40	98,10	77,60
Hospitalidade/Povo	Ótimo	62,09	53,36	49,00	49,30	51,70	53,60
	Bom	31,52	40,13	43,00	44,10	41,10	42,00

	Regular	4,21	4,12	6,00	3,50	4,90	4,00
	Ruim	0,00	0,65	1,00	0,40	1,50	0,00
	Péssimo	0,82	0,22	0,00	0,90	0,00	0,40
	Não Sabe	1,36	1,52	1,00	1,70	0,80	0,00
							Continua...
Continua...		1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004 I	2004 II
Informação Turística	Ótimo	13,04	10,41	8,00	7,90	4,20	6,00
	Bom	34,78	42,95	34,00	44,10	19,00	30,00
	Regular	22,15	14,53	13,00	3,50	17,10	18,80
	Ruim	2,72	2,60	3,00	0,40	1,90	1,20
	Péssimo	1,90	1,08	2,00	0,90	2,70	3,60
	Não Sabe	25,41	28,42	41,00	1,70	55,10	40,40
Sinalização Turística	Ótimo	12,50	7,16	6,00	5,70	3,00	4,00
	Bom	49,73	41,65	44,00	25,80	32,70	30,40
	Regular	17,66	18,00	17,00	28,80	24,00	25,60
	Ruim	4,89	3,90	4,00	8,30	3,80	6,40
	Péssimo	2,85	2,17	1,00	5,70	1,10	2,40
	Não Sabe	12,36	27,11	28,00	25,80	35,40	31,20
Guias de Turismo	Ótimo	3,13	6,72	1,00	2,60	1,50	7,60
	Bom	3,67	18,22	3,00	3,10	2,70	5,20
	Regular	1,22	2,39	2,00	3,50	0,40	4,00
	Ruim	0,00	0,22	0,00	0,40	0,00	2,00
	Péssimo	0,27	0,00	0,00	2,20	0,00	0,40
	Não Sabe	91,71	72,45	94,00	88,20	95,40	80,00
Meios de Hospedagem	Ótimo	19,84	27,77	30,00	17,50	13,70	9,60
	Bom	35,19	44,25	34,00	38,00	34,60	46,40
	Regular	5,16	6,72	8,00	6,10	4,90	6,80
	Ruim	1,22	0,43	1,00	0,40	0,40	0,80
	Péssimo	0,95	0,43	0,00	0,90	0,80	0,80
	Não Sabe	37,64	20,39	27,00	37,10	45,60	35,60
Bares/Restaurantes	Ótimo	13,86	7,81	11,00	7,40	14,40	8,80
	Bom	51,90	60,74	48,00	48,50	49,00	57,60
	Regular	20,52	21,26	24,00	27,50	22,80	22,00
	Ruim	2,17	1,52	2,00	6,10	0,80	3,20
	Péssimo	2,04	1,08	1,00	1,70	1,90	0,40
	Não Sabe	9,51	7,59	15,00	8,70	11,00	8,00
Comércio/Compras	Ótimo	5,84	4,99	3,00	7,00	4,20	4,40
	Bom	32,34	34,49	36,00	28,80	33,50	32,40
	Regular	36,14	39,70	31,00	38,40	35,70	39,20
	Ruim	6,52	5,21	5,00	4,40	2,70	6,00
	Péssimo	1,90	0,43	1,00	2,20	1,50	0,80
	Não Sabe	17,26	15,18	24,00	19,20	22,40	17,20
Diversões Noturnas	Ótimo	10,33	3,47	8,00	4,80	3,00	3,20

	Bom	18,75	15,40	20,00	20,10	13,30	14,40	
	Regular	22,42	27,11	20,00	19,20	25,10	24,40	
	Ruim	8,02	7,38	9,00	14,40	13,70	15,60	
	Péssimo	6,66	5,64	3,00	7,00	9,50	4,40	
	Não Sabe	33,83	41,00	41,00	34,50	35,40	38,00	
Táxis	Ótimo	10,33	5,86	5,00	4,40	6,50	4,80	
	Bom	21,66	28,42	17,00	17,00	22,10	24,40	
	Regular	5,84	4,56	10,00	3,10	3,40	6,80	
							Continua...	
	Continua...		1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004 I	2004 II
Táxis	Ruim	0,95	1,52	1,00	0,40	1,10	2,40	
	Péssimo	0,54	0,43	1,00	1,30	0,40	0,40	
	Não Sabe	61,28	59,22	66,00	73,80	66,50	61,20	
Comunicação	Ótimo	30,16	19,52	9,00	17,00	6,50	11,60	
	Bom	48,78	57,92	59,00	52,80	43,30	49,20	
	Regular	11,01	7,59	11,00	11,80	19,80	19,20	
	Ruim	1,63	2,17	3,00	6,10	4,60	3,20	
	Péssimo	1,49	2,39	6,00	1,70	4,60	2,40	
	Não Sabe	6,93	10,41	11,00	10,50	21,30	14,40	
Sinalização Urbana	Ótimo	26,22	16,27	11,00	6,10	3,00	2,80	
	Bom	54,48	56,83	64,00	51,50	64,60	58,80	
	Regular	12,36	16,70	15,00	28,80	17,90	25,20	
	Ruim	3,13	2,17	2,00	6,60	4,90	4,80	
	Péssimo	1,22	1,08	3,00	4,40	1,90	2,00	
	Não Sabe	2,58	6,94	6,00	2,60	7,60	6,40	
Segurança Pública	Ótimo	16,03	16,05	7,00	4,80	1,90	0,80	
	Bom	59,65	52,49	59,00	59,40	17,50	23,20	
	Regular	14,40	15,62	19,00	19,20	18,60	25,20	
	Ruim	3,53	2,82	3,00	3,50	1,50	4,80	
	Péssimo	2,17	0,87	2,00	6,10	0,40	3,20	
	Não Sabe	4,21	12,15	10,00	7,00	60,10	42,80	
Limpeza Pública	Ótimo	4,08	5,42	3,00	2,60	0,00	0,00	
	Bom	30,57	39,70	27,00	25,30	0,00	0,00	
	Regular	35,33	38,61	34,00	30,60	0,00	0,00	
	Ruim	12,09	7,81	18,00	17,50	0,00	0,00	
	Péssimo	15,90	5,64	15,00	19,20	0,00	0,00	
	Não Sabe	2,04	2,82	3,00	4,80	0,00	0,00	
Ônibus Urbano	Ótimo	8,97	8,03	6,00	2,60	5,30	4,80	
	Bom	17,53	25,81	23,00	21,00	30,40	36,80	
	Regular	6,39	5,21	11,00	3,10	5,30	13,60	
	Ruim	1,90	1,74	2,00	0,90	1,10	2,80	
	Péssimo	2,72	1,08	2,00	0,90	0,80	1,60	
	Não Sabe	62,50	58,13	56,00	71,60	57,00	40,40	

Terminal Marítimo	Ótimo	0,00	0,00	0,00	0,40	0,00	0,00
	Bom	0,41	0,22	2,00	4,40	0,00	0,40
	Regular	0,14	0,43	0,00	2,60	0,00	0,80
	Ruim	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Péssimo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Não Sabe	99,46	99,35	98,00	92,60	100,00	98,80
Terminal Rodoviário	Ótimo	6,25	3,25	1,00	2,40	2,70	1,20
	Bom	16,85	20,39	29,00	22,50	32,30	30,40
	Regular	8,15	15,18	18,00	7,60	5,70	18,00
	Ruim	1,63	2,82	3,00	0,90	1,50	4,00
	Péssimo	3,67	1,08	2,00	0,40	1,50	0,80
	Não Sabe	63,45	57,27	47,00	66,20	56,30	45,60
							Continua...
	Continua...	1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004 I	2004 II
Aeroporto	Ótimo	12,64	6,72	6,00	0,00	7,60	4,80
	Bom	28,94	28,63	26,00	0,00	15,60	32,80
	Regular	9,10	4,77	6,00	0,00	1,50	10,00
	Ruim	1,22	0,22	1,00	0,00	0,80	1,60
	Péssimo	0,68	0,43	0,00	0,00	0,00	0,40
	Não Sabe	47,42	59,22	61,00	0,00	74,50	50,40
Fonte: BAHIA TURSA							

Tabela 3A - Perfil do Turista no município de Ilhéus no período de janeiro de 1999 a 2001 e janeiro a julho de 2004

		1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004I	2004 II
Sexo	Masculino	69,70	65,29	60,17	64,20	70,70	63,60
	Feminino	30,30	34,71	39,83	35,80	29,30	36,40
Escolaridade	Sem Instrução Formal				0,00	2,30	0,80
	Primário (1.º Grau/Básico)				10,00	8,70	4,40
	Médio (2.º Grau)				35,40	52,90	46,00
	Superior				44,50	33,80	44,00
	Pós Graduação				0,00	2,30	4,80
	Outros				9,60	0,00	0,00
Motivo de Viagem	Passeio	72,42	57,70	74,15	66,40	55,50	52,40
	Visita a Parentes e Amigos	13,86	15,40	9,75	14,40	22,40	20,40
	Négocios	10,33	19,96	13,14	10,50	17,90	20,40
	Trabalho	0,00	0,00	0,00	7,00	0,00	0,00
	Outros	1,13	2,31	0,99	0,72	4,20	6,80
Influenciou a Decisão da Visita	Comentário de Parentes e Amigos	41,65	69,17	30,86	47,97	39,70	40,50
	Agência de Viagens	2,06	1,50	0,00	1,63	2,70	10,70
	Propaganda/Publicidade	10,99	25,84	15,14	26,83	3,40	3,80
	Televisão	74,36	0,00	30,00	33,30	0,00	0,00
	Já Conhecia o Local	48,41	25,94	60,00	40,65	51,40	34,40
	Internet	0,00	0,00	3,43	0,00	1,40	6,90
	Outros	74,92	0,00	30,00	2,44	1,40	3,80
Meio de Transporte Utilizado	Ônibus	25,68	31,45	39,41	32,60	39,50	44,80
	Automóvel	47,96	39,26	33,47	41,76	40,70	27,60
	Avião	25,82	28,63	27,12	25,64	19,00	27,60
	Outros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,80	0,00
Idade Média	Anos	37	36	35	40	36	37
Renda Média	(US\$)	2104	2130	1535	1527	672	585
		continua...					
continua...		1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004I	2004 II
Gasto Médio Diário Individual	(US\$)	21,58	24,37	13,21	19,80	15,2	27,70
Pretende retornar a cidade	Sim	98,91	97,83	96,61	92,10	97,40	94,80
	Não	1,09	2,17	3,39	3,50	2,70	5,20
Visitou a cidade outra vez	Sim	36,41	42,95	31,36	44,69	32,30	39,20
	Não	63,59	57,05	68,64	55,31	67,70	60,80
Forma de Viagem	Com Família				59,4	51,70	42,00
	Com Amigos				14,4	14,80	14,00
	Só				26,2	33,50	43,60
	Em Excursão				0,00	0,00	0,00

Forma de Organização da Viagem	Organizada por Agência	4,48	9,11	6,36	4,76	5,70	19,60
	Não Organizada por Agência	95,52	90,89	93,64	95,24	94,30	80,40
Meio de Hospedagem Utilizado	Pousada	25,54	31,45	29,66	30,40	36,50	40,00
	Casa Própria	6,93	3,04	6,78	2,20	8,00	1,60
	Casa/Ap. de Aluguel	7,47	5,21	10,17	2,56	3,40	2,00
	Hotel	13,32	20,17	13,14	16,12	12,90	18,80
	Camping	0,27	1,08	0,85	0,37	0,40	0,00
	Pensão/Hospedaria	5,98	3,69	0,00	0,00	0,80	1,60
	Casa Parente/Amigo	39,40	32,75	37,71	43,22	38,00	34,40
	Outro	1,09	2,61	1,69	5,13	0,00	1,60
Motivo do passeio/lazer a esta cidade	Atrativos Naturais	90,62	97,37	97,71	91,06	100,00	91,60
	Manifestações Populares	6,19	0,00	0,57	0,00	0,00	0,00
	Patrimônio Histórico/Cultural	2,63	1,88	0,57	6,50	0,00	0,00
	Surf	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Esportes Radicais	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,80
	Outros	0,56	0,75	1,14	2,44	0,00	7,60
Número de dias que permaneceu na cidade		9,74	9,68	14,6	9,5	9,10	6,30

Fonte: BAHIATURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Tabela 4A - Perfil do Turista no município de Itacaré no período de janeiro de 1999 a janeiro de 2001, janeiro a junho de 2004

		1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004I	2004II
Sexo	Masculino	77,67	62,30	63,00	51,33	50,00	65,10
	Feminino	22,33	37,70	36,60	48,67	50,00	34,90
Escolaridade	Sem Instrução Formal					0,00	0,00
	Primário (1.º Grau/Básico)					6,67	0,00
	Médio (2.º Grau)					20,00	34,90
	Superior					73,33	47,20
	Pós Graduação					0,00	17,90
	Outros					0,00	0,00
Motivo de Viagem	Passeio	87,67	81,67	91,40	90,6	93,33	96,20
	Visita a Parentes e Amigos	2,00	3,33	5,40	4,70	6,67	0,00
	Négocios	3,67	10,00	2,20	3,36	0,00	0,90
	Trabalho	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Outros	6,67	5,00	1,10	1,34	0,00	2,80
Influenciou a Decisão da Visita	Comentário de Parentes e Amigos	47,71	50,82	69,90	62,50	36,67	74,50
	Agência de Viagens	0,76	0,00	4,30	0,00	10,00	2,90
	Propaganda/Publicidade	9,16	4,92	4,30	5,15	23,33	5,90
	Televisão	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Já Conhecia	37,40	34,43	12,90	23,53	23,33	4,90
	Internet	1,91	0,00	5,40	6,62	3,33	11,80
	Outros	3,05	9,84	3,20	2,21	3,33	0,00
Meio de Transporte Utilizado	Ônibus	13,58	50,82	55,90	42,00	23,33	27,40
	Automóvel	83,44	39,34	30,10	52,67	20,00	49,10
	Avião	2,32	6,56	8,60	5,33	56,67	22,60
	Outros	0,66	3,28	5,50	0,00	0,00	0,00
Faixa etária	Abaixo de 18 anos	0,00	0,00	0,00	0,00	3,33	0,00
	De 18 a 25 anos	25,5	65,57	38,00	35,33	20,00	26,40
	De 26 a 35 anos	33,77	19,67	38,00	20,67	26,67	37,70
Continua...							
Continua...		1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004I	2004II
Faixa etária	De 36 a 50 anos	35,43	14,75	21,70	36,00	40,00	28,30
	De 51 a 65 anos	4,97	0,00	1,10	7,33	6,67	7,50
	Acima de 65 anos	0,33	0,00	1,10	0,67	3,33	0,00
Idade Média	Anos						33
Faixa de renda mensal individual	Até 4 S.M.	23,67	64,81	25,30	24,65	30,00	
	De 5 a 9 S.M.	18,67	5,56	15,20	16,20	16,67	
	De 10 a 14 S.M.	19,00	12,96	16,50	21,13	13,33	
	De 15 a 19 S.M.	9,67	3,70	12,70	5,63	16,67	
	De 20 a 24 S.M.	7,33	5,56	13,90	10,56	6,67	
	De 25 a 29 S.M.	4,33	1,85	7,60	4,93	0,00	
	De 30 a 34 S.M.	3,33	3,70	1,30	6,34	3,33	

	A partir de 35 S.M.	14,00	1,85	7,60	10,56	13,33	
Renda Média	(US\$)						856
Gasto Médio Diário Individual	(US\$)						22,40
Pretende retornar a cidade	Sim						89,60
	Não						10,30
Visitou a cidade outra vez	Sim	54,49	49,18	28,00	52,67	30,00	73,60
	Não	45,51	50,82	72,00	47,33	70,00	26,40
Forma de Viagem	Com Família	57,95	19,67	28,00	48,67	40,00	36,80
	Com Amigos	34,11	60,66	50,50	34,00	40,00	32,10
	Só	6,62	19,67	21,50	17,33	10,00	19,80
	Em Excursão	1,32	0,00	0,00	0,00	10,00	11,30
Forma de Organização da Viagem	Organizada por Agência	0,68	95,08	95,70	99,33	53,33	14,20
	Não Organizada por Agência	99,32	4,92	4,30	0,67	46,67	85,80

Continua...

Continua...	1999 I	1999 II	2000 I	2001 I	2004I	2004II	
Meio de Hospedagem Utilizado							
	Pousada	54,52	65,57	61,00	46,67	86,67	79,20
	Casa Própria	13,04	0,00	3,70	12,00	3,33	0,90
	Casa/Ap. de Aluguel	12,37	13,11	6,10	12,00	3,33	4,70
	Hotel	1,34	1,64	11,00	0,00	3,33	3,80
	Camping	6,02	4,92	8,50	6,00	3,33	0,90
	Pensão/Hospedaria	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	3,80
	Casa Parente/Amigo	0,33	9,84	0,00	0,00	0,00	4,70
	Outro	12,04	4,92	8,60	23,33	0,00	1,90
Motivo do passeio/lazer a esta cidade							
	Atrativos Naturais	78,97	92,00	82,80	86,13	90,00	84,30
	Manifestações Populares	5,68	2,00	2,20	3,65	3,33	0,00
	Patrimônio Histórico/Cultural	2,27	0,00	4,30	5,11	0,00	1,00
	Surf	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Esportes Radicais	0,00	0,00	0,00	0,00	3,33	3,90
	Outros	13,26	6,00	10,80	5,11	3,33	10,80
Número de dias que permaneceu na cidade							
					6,27	7,10	

Fonte: BAHIA-TURSA, UESC e Dados da Pesquisa

Tabela 13A - Dados sobre os Moradores nas margens da BA-001 no período de junho de 2005

		2005II
Local de Residência	Ilhéus	16,7
	Itacaré	77,8
	Uruçuca	5,6
Bairro onde reside	Centro	55,6
	Passagem	11,1
	Lot. Conchas do Mar	5,6
	Porto de Trás	5,6
	São Domingos	5,6
	Vila Juerama	11,1
	Serra Grande	5,6
Naturalidade	Ilhéus - BA	27,8
	Itacaré - BA	50,0
	Ubatã - BA	5,6
	Valença - BA	5,6
	Ubaitaba - BA	5,6
	Arco Verde - PB	5,6
Tempo que mora na cidade (se não nasceu nela)	Até 3 anos	5,6
	De 3 a 5 anos	5,6
	De 5 a 10 anos	0,0
	De 10 a 20 anos	16,7
	Mais de 20 anos	16,7
	Sempre morou na cidade	55,6
Número de pessoas que residem na casa	1	5,6
	2	16,7
	3	16,7
	4	27,8
	5	16,7
	6	11,1
		Continua...
Continua...		2005II
Número de pessoas que residem na casa	16	5,6
Condição de uso da residência	Própria	77,8
	Aluguel	16,7
	Cedida	5,6
Faixa de renda mensal individual	Até 1 S.M.	22,2
	De 1 a 2 S.M.	33,3
	De 2 a 3 S.M.	11,1
	De 3 a 5 S.M.	16,7
	De 5 a 10 S.M.	11,1
	De 10 a 20 S.M.	11,1

Escolaridade	Ensino Fundamental incompleto	5,6
	Ensino Fundamental completo	44,4
	Ensino Médio incompleto	0,0
	Ensino Médio completo	44,4
	Superior incompleto	0,0
	Superior completo	5,6
Ocupação Atual	Empregador	11,1
	Empregado assalariado em empresa privada com carteira assinada	38,9
	Empregado assalariado em empresa privada sem carteira assinada	5,6
	Servidor público	0,0
	Trabalhor autônomo	22,2
	Desempregado	11,1
	Aposentado	11,1
Setor de emprego ao qual pertence	Agricultura	0,0
	Indústria	5,6
	Comércio	16,7
	Turismo	16,7
	Serviços (exclusive atividades ligadas ao turismo)	38,9
	Outros	22,2
		Continua...
Continua...		2005II
Influência do turismo nas condições de vida da cidade	Melhorou muito	50,0
	Melhorou pouco	38,9
	Nada mudou	11,1
	Piorou pouco	0,0
	Piorou muito	0,0
	Não sabe	0,0
Mudanças na sua vida nos últimos anos - Emprego	Melhorou muito	72,2
	Melhorou pouco	22,2
	Nada mudou	5,6
	Piorou pouco	0,0
	Piorou muito	0,0
	Não sabe	0,0
Mudanças na sua vida nos últimos anos - Renda	Melhorou muito	55,6
	Melhorou pouco	33,3
	Nada mudou	5,6
	Piorou pouco	0,0
	Piorou muito	5,6
	Não sabe	0,0
Mudanças na sua vida nos últimos anos - Convivência Comunitária	Melhorou muito	38,9
	Melhorou pouco	27,8
	Nada mudou	27,8
	Piorou pouco	0,0
	Piorou muito	5,6
	Não sabe	0,0

Mudanças na sua vida nos últimos anos - Segurança	Melhorou muito	11,1
	Melhorou pouco	27,8
	Nada mudou	16,7
	Piorou pouco	0,0
	Piorou muito	27,8
	Não sabe	0,0
		Continua...
Continua...		2005II
Mudanças na sua vida nos últimos anos - Lazer	Melhorou muito	33,3
	Melhorou pouco	27,8
	Nada mudou	16,7
	Piorou pouco	0,0
	Piorou muito	16,7
	Não sabe	0,0
Mudanças na sua vida nos últimos anos - Educação	Melhorou muito	33,3
	Melhorou pouco	22,2
	Nada mudou	22,2
	Piorou pouco	5,6
	Piorou muito	5,6
	Não sabe	0,0
Mudanças na sua vida nos últimos anos - Saúde	Melhorou muito	5,6
	Melhorou pouco	27,8
	Nada mudou	27,8
	Piorou pouco	5,6
	Piorou muito	16,7
	Não sabe	0,0
Mudanças na sua vida nos últimos anos - Habitação	Melhorou muito	5,6
	Melhorou pouco	11,1
	Nada mudou	22,2
	Piorou pouco	0,0
	Piorou muito	38,9
	Não sabe	0,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 14A - Dados sobre os Comerciantes nas margens da BA-001 no período de julho de 2005

		2005II	
Tipo de Empreendimento	Pousada	16,7	
	Restaurante/Bar	27,8	
	Barraca de Praia	22,2	
	Bar	5,6	
	Loja de Confeções	5,6	
	Loja de CDS	5,6	
	Loja de Eletrodomésticos	5,6	
	Material de Construção	5,6	
	Bomboniere	5,6	
Origem do empreendedor	São Paulo - SP	5,6	
	Itabuna - BA	11,1	
Naturalidade	Itacaré - BA	5,6	
	Valença - BA	5,6	
	Ubaitaba - BA	5,6	
	Ilhéus - BA	5,6	
	Jequié - BA	5,6	
	Arataca - BA	5,6	
	Guaranava - PR	5,6	
	Salvador - BA	11,1	
	Belo Horizonte - MG	11,1	
	Camacã - BA	5,6	
	Caruaru - PE	5,6	
	Brasília - DF	5,6	
	Não respondeu	5,6	
	Sem Instrução Formal	5,6	
Escolaridade	Ensino Fundamental incompleto	16,7	
	Ensino Fundamental completo	16,7	
	Ensino Médio incompleto	16,7	
	Ensino Médio completo	16,7	
	Superior incompleto	11,1	
	Superior completo	16,7	
Ano de Implantação	1985	11,1	
	1987	5,6	
	1991	5,6	
	1992	16,7	
	1999	11,1	
	2000	5,6	
	2001	11,1	
	2002	11,1	
	2003	11,1	
	2004	5,6	
	2005	5,6	
Número de Empregados	1	22,2	

2	22,2
4	16,7
5	5,6

Continua...

Continua...		2005II
	8	5,6
	9	5,6
Número de Empregados	26	5,6
	Não respondeu	16,7
Origem da Mão-de-obra	100% da Região	50,0
	100% de outra Região	22,2
	75% de outra Região e 25% de outro Estado	5,6
	50% de outra Região e 50% de outro Estado	5,6
	Não respondeu	16,7
Planos em relação aos negócios (próximos 3 anos)	Expandir no mesmo ramo de negócios	44,4
	Diversificar em outros ramos de negócios	5,6
	Manter o mesmo nível de atividade	27,8
	Sair do negócio	22,2
Motivo da escolha da cidade para realizar investimento	Oportunidade	38,9
	Casualidade	5,6
	Turismo	16,7
	Qualidade de vida	16,7
	Natureza	16,7
	Não respondeu	5,6

Fonte: Dados da Pesquisa