

A PERCEPÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO URBANO PELA COMUNIDADE DE ILHÉUS – BAHIA

Adelina Prado Caldas Neres

Mestra em Cultura e Turismo - UESC

adelina_caldas@yahoo.com.br

Natanael Reis Bomfim

Doutor em Educação - UESC

natanaelreis@uol.com.br; natan@uesc.br

RESUMO

Compreender o fenômeno do turismo no espaço perpassa pelo entendimento de que o conhecimento científico se processa a partir das relações entre os sujeitos e o objeto e dos níveis de experiências que esses travam entre si. Nesse sentido destaca-se a cidade de Ilhéus, que se apresenta como um dos destinos turísticos mais procurados do Estado da Bahia. Assim, este trabalho busca compreender os efeitos da atividade turística e as influências no processo de produção e consumo do espaço urbano ilheense. Justifica-se este estudo através do diálogo dialético do pensamento teórico com a realidade da prática da atividade turística neste, baseados em Bomfim (2005), Yazig (2003), Carlos (2002) e Milton Santos (1997). Para tal, utiliza-se da pesquisa qualitativa, adotando-se a teoria e o método numa concepção fenomenológica e dialógica (HUSSERL, 1986; TUAN, 1980), com o objetivo de apreender a percepção do espaço urbano transformado em espaço turístico pela comunidade local de Ilhéus. Os resultados apontam que a atividade turística desenvolvida até agora em Ilhéus tem seu foco apenas no turista, e os benefícios atingem a uma pequena parcela da sociedade, de maneira que a comunidade local não valida essa atividade como tal.

Palavras-chave: Cultura. Espaço urbano. Ilhéus. Percepção. Turismo.

PERCEPTIONS OF URBAN TOURIST SPACE BY COMMUNITY ILHÉUS - BAHIA

ABSTRACT

Understanding the phenomenon of tourism in space pervades the understanding that scientific knowledge proceeds from the relations between subject and object and the levels of these experiences that lock together. In this sense there is the city of Ilhéus, which presents itself as one of the most popular holiday destinations of the state of Bahia. This study aims to understand the effects of tourism and the influences on the process of production and consumption of urban space Ilheus. Justified this study through dialogue dialectic of theoretical thinking with the reality of this practice of tourism, based Bomfim (2005), Yazig (2003), Carlos (2002) and Milton Santos (1997). For this, we use qualitative research, adopting the theory and method in design and dialogical phenomenological (Husserl, 1986; TUAN, 1980), with the goal of understanding the perception of urban space transformed into a space tourist to the local community islanders. The results show that tourism developed so far in Ilhéus focuses only on the tourist, and the benefits reach a small portion of society, so that the local community does not validate this activity as such.

Keywords: Culture. Urban space. Ilhéus. Perception. Tourism.

INTRODUÇÃO

No Brasil, paralelo ao contexto educacional e das Ciências Humanas, os debates sociais e científicos colocam em jogo os termos representações, territorialidade, lugar etc. Estes debates discorrem sobre a necessidade de investigar os princípios fundadores de nossa relação com o mundo. Trata-se de interagir os fundamentos de uma inteligibilidade do espaço das sociedades com as significações atribuídas ao espaço vivido pelo ator “sociogeográfico”, construídas através de sua participação na sociedade e da sua construção identitária com o espaço².

Segundo Gastal e Gomes (2005) compreender o objeto de estudo ou fenômeno, turismo, exige, antes de tudo, entender que o conhecimento científico se processa a partir da relação entre os sujeitos e o objeto, e dos níveis de experiências que esses travam com o mesmo. Isso significa dizer que o conhecimento empírico desenvolvido, a partir de suas experiências com o fenômeno no espaço vivido, tem uma importância fundamental para a construção da ciência. Essa, por sua vez, apresenta um arcabouço teórico e metodológico que permite a sua evolução epistemológica, contribuindo não só com seu avanço, mas, também, na intervenção social. Nessa perspectiva o turismo se insere como uma atividade econômica e como um fenômeno social. Como atividade econômica ele se apresenta, em sua forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um mercado de origem até um núcleo receptor, possibilitando a obtenção do pleno desenvolvimento das suas potencialidades, tanto nos lugares de emissão como nos de recepção dos fluxos físicos e monetários da atividade turística. Como fenômeno social é importante salientar que o mesmo envolve deslocamento e relações de pessoas num determinado espaço geográfico. Esse, numa visão kantiana, é dinâmico na medida em que sua objetividade permite que as coisas existam. Por outro lado, numa visão aristotélica, ele é subjetivo, ou seja, percebido, vivido e concebido de diversas formas, logo transformado e ressignificado como espaços e lugares turístico e de memória de identidade.

O turismo se apropria do espaço e isso revela a necessidade de um disciplinamento no contexto global onde opera essa atividade, visando dotá-lo de uma racionalidade econômica que permita o controle das variáveis de bens e serviços que tornam possíveis os benefícios esperados pelos turistas em viagem. Os principais objetivos econômicos gerais do turismo são a maximização da quantidade de experiência psicológica para os turistas (da utilidade dos bens e serviços), dos lucros das firmas que produzem bens para os turistas e dos impactos primário e secundário dos gastos turísticos sobre uma determinada comunidade, região ou país. Logo a conjugação de diversos fatores permite sustentar que há, pelo menos teoricamente, uma tendência à descentralização econômica, impondo novos papéis às regiões e cidades, “espaços fragmentados” pelas políticas públicas que delinearão planos nacionais e setoriais centrados nas realidades do território (SANTOS, 1997). Essas regionalizações, decorrentes da dinâmica de produção, são produzidas em processos de inclusão/exclusão e de continuidade/descontinuidade, dando origem a economias desiguais e combinadas, produzindo desenvolvimento e subdesenvolvimento, como movimentos mutuamente determinantes do movimento desigual e conjunto do capital.

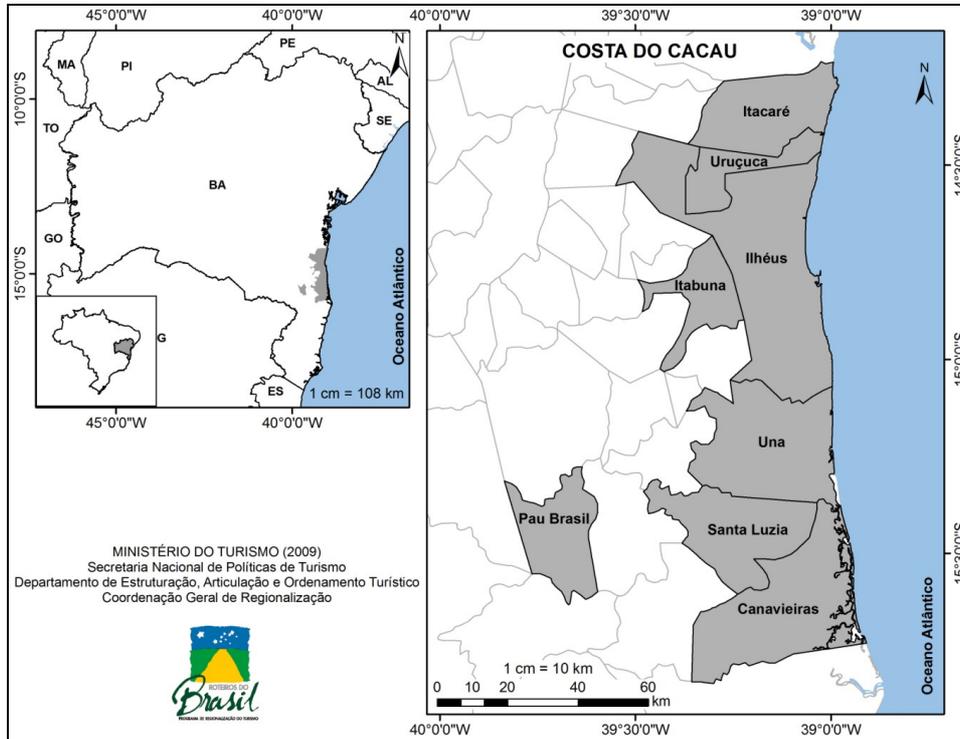
Característico de uma sociedade de consumo, o turismo como um todo estruturado é um produto composto por bens e serviços, tangíveis e intangíveis. Assim, o produto turístico inclui recursos e atrativos naturais e artificiais, equipamentos e infraestruturas, serviços, atitudes recreativas, imagens e valores simbólicos, constituindo-se num conjunto de determinados benefícios capazes de atrair certos grupos de consumidores em busca de uma satisfação das suas motivações e expectativas (DROULERS; MILANI, 2002). Logo, o tratamento econômico do turismo requer investimentos e, no entanto, também pede uma abordagem que contemple ao lado da análise científica, a consideração do elemento humano que é fundamental em sua manifestação.

É notório que o Brasil apresenta elevados índices de pobreza, de violência urbana e analfabetismo. Então, como priorizar os investimentos turísticos diante desse quadro? É possível falar em turismo, a princípio como uma atividade ligada ao terceiro setor da economia, associando-a a sustentabilidade? Mesmo com dificuldade e ameaças, muitas ações contempladas pelo Plano Nacional do Turismo (PNT) e o Programa Regional do Turismo (PRT), já vêm sendo executadas pelo governo do Estado da Bahia, através de incentivos a empresas transnacionais do ramo do turismo.

² Aquele que pensa, reflete e age no espaço geográfico.

Em Ilhéus (FIGURA 1), município do Pólo Litoral Sul da Costa do Cacau, a atividade turística surgiu como alternativa econômica a partir de 1989, quando a prática do cultivo do cacau sofreu drástica redução em função do ataque da doença denominada “vassoura de bruxa”, que trouxe como principal consequência a crise econômica regional em função da queda dos preços de comercialização desse produto.

Figura 1 – Mapa de Localização do Município de Ilhéus, Bahia.



Fonte: Ministério do Turismo, 2009.

A despeito da ideia vendida por muitos países de que esta atividade seria capaz de transformar tudo o que tocava em ouro, o seu desenvolvimento em Ilhéus causou mutações drásticas num espaço despreparado para receber populações flutuantes. Descartou significativa área de vegetação natural para a construção de equipamentos turísticos, o que acarretou problemas de ordem socioeconômica, tais como: pobreza, degradação do território, o uso de tecnologias equivocadas ou o mau uso da memória. Os problemas ambientais também surgiram: poluição das águas, mudança no visual da cidade, entre outros. Nesse sentido, o estudo sobre a percepção do espaço urbano feito pela comunidade ilheense merece atenção especial, haja vista que a mesma é a primeira a sofrer o impacto econômico, social e cultural, positivo ou negativo, da atividade turística quando esta é concebida focando apenas o turista e os lucros que estes podem trazer.

O TURISMO E A RELAÇÃO COM O ESPAÇO URBANO DE ILHÉUS

Ilhéus ficou conhecido internacionalmente como um dos maiores produtores de cacau, chegando, em 1920, a ostentar o primeiro lugar, graças aos 85% da produção mundial de cacau. Após a consolidação da lavoura de cacau, a sociedade local passou a ter o seu ritmo ditado pelas necessidades do mercado externo. Contudo, o surgimento da praga popularmente conhecida como “vassoura de bruxa”, devastou significativamente as plantações de cacau o que fez cair drasticamente a sua produção, dessa forma, outras atividades econômicas tiveram que ser inseridas como saídas da pior crise econômica da história local (LEAL, 2005).

Este município da zona turística da Costa do Cacau, de aproximadamente 1.841 km², localizado na região sul da Bahia, tem 221.883 habitantes. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2010), apresenta-se como um dos mais antigos e mais

conhecidos em nível nacional, evidenciado pelas potencialidades naturais e culturais. Na busca de outros caminhos para o desenvolvimento, a região aposta na diversidade econômica. Uma das possibilidades é o turismo, pois, diante das riquezas naturais e do patrimônio histórico-cultural preservado, a cidade se consagra pela rica memória historiográfica e, principalmente, pela paradisíaca imagem literária e cinematográfica (VIEIRA JÚNIOR; ANDRADE, 2007). Assim, segundo Argolo (2010), a atividade turística surge, na década de 1980, como alternativa econômica para driblar a crise na lavoura cacaueteira decorrente da doença denominada “vassoura de bruxa”. A inserção desta atividade sua inserção parte das iniciativas da Empresa de Turismo da Bahia (BAHIATURSA) para atender aos objetivos do Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia (PRODETUR - BA, 1998) nominando Ilhéus como um dos destinos turísticos dentro do turismo cultural e das belezas naturais capitaneadas pelo Sol e pela praia.

A atividade turística em Ilhéus trouxe nova configuração socioespacial, seja pelos arranjos imobiliários, seja pelas novas relações sociais. Aliados a esta configuração, percebe-se alguns entraves que dificultam no desenvolvimento da atividade de forma sustentável. Segundo Silva (2010), face às rápidas transformações territoriais e socioculturais, em Ilhéus, não se compreende a relação entre a capacitação profissional e o desempenho dos colaboradores que atuam nos diversos serviços turísticos, principalmente no setor hoteleiro, chamando a atenção para a necessidade da adequação das empresas turísticas sob o risco de não se manterem competitivas no mercado. Os impactos sociais e ambientais negativos têm sido revelados pelos elevados índices de pobreza, degradação do patrimônio histórico cultural e a poluição das águas, pois os recursos gerados por esta atividade não têm sido revertido a favor da população e manutenção do ambiente, uma vez que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) para o município é de 0,703, deixando a desejar. Neste quesito, entre os 415 municípios da Bahia, Ilhéus ocupa o 22º lugar.

Nesse sentido, o estudo sobre a percepção do espaço urbano pela comunidade local merece atenção especial, tendo em vista que as perspectivas de inspiração interdisciplinar consideram as significações e práticas que os atores sociais atribuem ao seu espaço de vivência como uma forma de reconstrução de sua realidade socioespacial. Acredita-se que estas significações permitem a compreensão de qual mundo e como eles vivem, e a afirmação de que as suas percepções são pertinentes para a compreensão do fenômeno turístico e apresentação de estratégias que permitam a sua sustentabilidade em diversas dimensões (BOMFIM, 2010).

Torna-se imprescindível que, além das informações de caráter social e econômico, os valores e as atitudes da comunidade local sejam conhecidos a partir de suas percepções contribuindo para o planejamento urbano e turístico.

Historicamente, o turismo, enquanto atividade propulsora de desenvolvimento econômico, ganha cada vez mais espaço e notoriedade, destacando-se como fenômeno social e cultural capaz de integrar povos, destacar culturas, sendo o responsável pelo desenvolvimento das comunidades locais (CASTELLI, 2001). Altamente dinâmica, a atividade turística não se limita a hospedar o turista e gerar novos empregos, mas, se configura como uma atividade capaz de colocar em movimento novos processos de inter-relações que podem exigir, dentre outras coisas, um esforço de adaptação, por parte de populações locais, que frequentemente excedem as capacidades psíquicas das pessoas envolvidas (BOMFIM, 2007).

Segundo Nóia (2008), as mudanças decorrentes do processo de urbanização, em que se insere a atividade turística, são desejadas pela comunidade. Entretanto, novas demandas sociais e ambientais surgem, exigindo maior responsabilidade do poder público em assegurar benefícios, não apenas para os turistas, mas, também, para a comunidade local, através de ações continuadas. Nesse sentido Yazigi (2003) discute sobre os efeitos do turismo no processo de transformação do espaço, afirmando que uma das formas de minimizar esses efeitos seria criar estratégias para que os espaços destinados a essa atividade não sejam reduzidos a um cenário mercantilizado, exclusivamente para turista, uma vez que, para o morador, esse espaço é uma referência cotidiana.

Ainda sobre as alterações no espaço, Cruz (2000) trata sobre a possibilidade concreta de minimização das disparidades regionais, através de melhoria nas condições de vida da comunidade local. Um exemplo está no turismo desenvolvido em regiões mais pobres onde é montada uma estrutura para receber turistas, com maior renda, fazendo, assim, circular um

volume maior de capital dentro deste destino e contribuindo, de forma significativa, para a geração de renda para o receptor. Logo, conciliar as diversas dimensões da atividade turística, seja econômica, geográfica e antropológica, exige uma gestão capaz de compreender os processos de reestruturação e valorização do espaço urbano, com os desafios de uma economia globalizada e competitiva.

Mesmo com todo o histórico e vocação para o turismo, Ilhéus vem, aos poucos, perdendo espaço para novos destinos, tais como: Itacaré e Porto Seguro. Infere-se que este fenômeno é, possivelmente, resultado da ineficácia de algumas políticas públicas, principalmente da esfera municipal, que sejam capazes de colocar o turismo como indutor não apenas do desenvolvimento econômico, mas, também, social, levando em consideração o olhar da comunidade receptora.

Nesse contexto, verifica-se que bons hotéis, aeroportos, restaurantes e tudo o que compõe o complexo turístico é extremamente importante, mas não pode ser dissociada da compreensão dos processos de reestruturação e valorização do espaço urbano. Por isso, faz-se necessário buscar uma compreensão dos valores e atitudes dos atores sociais que residem na cidade de Ilhéus, face aos movimentos de conduta, a materialização das relações sociais, culturais e econômicas que ocorrem dentro deste espaço.

Nessa perspectiva, além de ser cenário e objeto de lutas sociais que buscam, entre outras coisas, o direito à cidade e à cidadania plena e igual para todos, o espaço urbano também corresponde ao espaço vivido pelos sujeitos, a um conjunto de lugares que apresentam diversas funções e a territórios de apropriação e de simbologias, vividas, construídas e compartilhadas pelos atores sociogeográficos³ que aí vivem (BOMFIM, 2009).

Não se pode abster do fato de que algumas transformações ocorridas neste espaço, resultante do desenvolvimento da atividade turística podem ser previstas, outras, porém, acontece inesperadamente, o que consolida a necessidade da participação de diversos segmentos da sociedade na busca por um planejamento que tenha seu foco não apenas nas teorias econômico-administrativas, mas, que, leve em consideração os lugares turísticos da cidade. Isso a partir das potencialidades culturais e naturais que ela apresenta; sem negligenciar sua capacidade de transformação social nem tampouco dar as costas às demandas das comunidades locais (ÁVILA, 2009). Dessa forma verifica-se que os aspectos históricos, culturais e naturais da cidade de Ilhéus, estão enraizados em cada construção e em cada elemento concreto, sejam tão somente os equipamentos urbanos, sejam os objetos que foram construídos ao longo do tempo nos espaços citadinos (o banco da praça, a Igreja, o monumento) e que apresentam um legado. Dessa forma, as pessoas que vivem no espaço urbano atribuem significados, representações, desejos e sonhos que dão um sentido ao espaço vivido.

Esses significados urbanos podem ser positivos ou negativos, e vão delineando o espaço social e concreto no qual vive, hoje, grande parte da sociedade. Assim, o urbano, compreendido em várias imagens, é uma produção social do espaço, representada não somente pela produção de bens e mercadorias no plano estritamente econômico, a produção de vida, de ideias, de percepções, de anseios dos atores sociais dão sua significativa contribuição. Cuidar desse espaço é, antes de tudo, cuidar de um patrimônio não apenas material, mas, também, do imaterial, que faz parte da história das pessoas que aí vivem (BOMFIM, 2005).

ASPECTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Para operacionalizar o objetivo e analisar a percepção da comunidade, baseado nos seus valores e atitudes acerca do turismo e suas implicações para a cidade de Ilhéus, utilizou-se os dados empíricos que foram coletados, por meio de entrevistas semi-dirigidas aplicadas a uma amostra não probabilística intencional. Em seguida esses dados foram interpretados e dialogados com os conceitos balizadores da ciência geográfica, através das categorias de espaço, território, lugar e ambiente, com a finalidade de compreender o espaço urbano como palco de vivência e práticas cotidianas (BOMFIM, 2007; HEIDRICH, 1998; SOUZA, 1995; YU-FU TUAN, 1980; RELPH, 1979; MILTON SANTOS, 1997; GONÇALVES, 1989, CARLOS,

³ São os sujeitos que pensam, refletem e agem no espaço geográfico.

2002). Aqui, destaca-se ainda o conceito de percepção, na fenomenologia da experiência, a fim de entender que o turismo enquanto fenômeno social é um transformador do espaço urbano em espaço turístico urbano, evidenciando a necessidade de seu planejamento (YÁZIGI, 2003; CRUZ, 2003). O objetivo final é compreender como a comunidade local percebe o espaço turístico urbano em que está inserido verificando se o desenvolvimento da atividade turística também é compartilhado e desejado pela comunidade.

Lembrando que o turismo se afirma como atividade econômica; observe-se, antes de tudo, que ele é uma experiência social que envolve a mobilização de pessoas no tempo e no espaço com vários objetivos e finalidades. Logo, atender às suas necessidades reais e imaginárias remete o turismo a um movimento que vai da objetividade à subjetividade e isso compõe os processos socioculturais, políticos, econômicos e geográficos (GASTAL, 2000).

No campo da geografia, o turismo é uma atividade econômica que se exerce no espaço geográfico, através das práticas dos atores sociais – turistas e anfitriões. Nesse sentido, esta atividade se torna complexa, face o envolvimento das diferentes relações e práticas ocorridas durante o processo de produção e consumo desse espaço concebido como espaço ontológico, na medida em que espaço físico/concreto é a base dos elementos naturais e antrópicos e como espaço epistemológico, conforme o discurso teórico que lhe confere diversas categorias de análise (BOMFIM, 2007).

Antes da análise de suas categorias, que envolvem dimensões objetivas e subjetivas do espaço geográfico, alguns conceitos serão apresentados com a finalidade de entender essas dimensões, nas suas diversas categorias. Para Moreira (1998), ele é o palco das realizações humanas, no entanto, abriga todas as partes do planeta passíveis de serem analisadas, catalogadas e classificadas pelas inúmeras especialidades da ciência geográfica. Percebe-se, aqui que nas ações de “realizar” “analisar”, “catalogar” e “classificar” pode-se inserir o turismo e seus atores, desde que envolvam realidades sociais do espaço como uma forma de representação destas realidades.

Sob outros aspectos, as práticas que se exercem nesse espaço apontam para a maior parte dos sujeitos, empreendimentos envolvidos no fenômeno turístico que atuam de maneira assistemática, nas diversas escalas espaciais (local, global, rural, urbano etc.) e esferas das políticas públicas. É nessa relação dinâmica e integradora de elementos antrópicos que Milton Santos (1997) afirma que o espaço geográfico constitui um sistema de objetos e um sistema de ações, logo é o espaço construído através da transformação do mesmo pelo homem (relação sociedade-espaço), tendo como finalidade a intencionalidade humana. Pode-se encontrar, no espaço geográfico, formas “naturais” como potencialidades para o ecoturismo, turismo rural (alpinismo, *raffiting*, trilhas), turismo de Sol e praia etc. E artificiais para o turismo cultural (monumentos, marcos, praças, avenidas, prédios históricos). Logo, o espaço geográfico, segundo esse autor, é conjunto de múltiplas naturezas em constante mudança.

Bomfim (2007) acrescenta que o espaço geográfico se produz e reproduz através das práticas humanas, traduzidas em sociais, culturais e econômicas permitindo que elas materializem esses fenômenos no espaço, numa relação dialética entre homem e natureza. Carlos (1996) amplia o conceito afirmando que o espaço é produto, condição e meio de toda atividade humana. Isto remete ao fato de que cada lugar está sempre mudando sua significação em função do movimento social, econômico e político, concretizando o movimento dialético entre forma e conteúdo do espaço.

Antes da discussão sobre o espaço urbano como palco de vivência e práticas cotidianas, bem como sua relação com o turismo e planejamento, buscar-se-á conceituar **território, lugar e ambiente** como categorias de análise do espaço geográfico.

Sob o conceito de Território, esse espaço geográfico será tratado a partir de uma concepção que privilegia o político ou a dominação-apropriação. Ratzel (1899) vincula-o ao solo enquanto espaço ocupado por uma determinada sociedade. Álvaro Heidrich (1998) corrobora com Hatzel quando se refere à constituição do território, pela apropriação, mas determinada pela necessidade e posse de recursos naturais para a conquista das condições de sobrevivência, por outra parte, por sua ocupação física como *habitat*. Isto significa, na origem, que a defesa territorial é exercida diretamente pelos membros da coletividade.

Para Coriolano (2005), o turismo é uma das recentes atividades que vêm produzindo novas configurações geográficas e materializando o espaço, de forma contraditória, pela ação ou omissão do Estado, das empresas, dos residentes e dos turistas. Nestes casos, o processo de transformação do espaço, como já citado, muitas vezes conflitiva, perpassa pelas relações produtivas do espaço e do exercício de poder do Estado sobre os atores envolvidos.

Ainda nessa perspectiva, Molina (2007) afirma que o turismo é capaz de transformar consideravelmente o espaço do qual se apropria, mesmo que, nas suas formas alternativas, a exemplo do turismo em áreas naturais e que se opõe ao turismo massificado. Para o autor, trata-se de um fenômeno que demanda infraestrutura como: as de transporte (hidroviário, ferroviário, aéreo e rodoviário), a rede hoteleira, agências de viagens, transportadoras, infraestruturas de alimentação, comércio e serviços. Apóia-se também em infraestruturas pré-existentes nos lugares e que não têm relação direta com a atividade, como as de saneamento básico, energia, comunicações, os serviços bancários, de saúde, de iluminação pública, de segurança, entre outros. Ou seja, ele é, muitas vezes, o (re)orientador de uma realidade local, transformando espaços à sua conveniência, uma vez que a atividade proporciona a circulação, e **apropriação do território**, tanto de pessoas, como de bens e serviços. Nessa situação, o turismo torna-se, muitas vezes, a causa principal do consumo e valorização do espaço, não raras vezes transformando objetos naturais em objetos de consumo.

No turismo, Alves, Castro e Bomfim (2010) afirmam que o espaço urbano ganha destaque por ser um ambiente de descobertas e, portanto, áreas a serem fluídas e compreendidas pelos turistas, considerando as construções simbólicas geradas pelo lugar, incluindo a história, as potencialidades naturais, os valores sociais e a identidade cultural do local.

PERCEPÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO URBANO DE ILHÉUS PELA COMUNIDADE LOCAL

Para a compreensão da percepção dos moradores da comunidade local, a pesquisa foi analisada a partir das dimensões do espaço urbano (cidade e bairro). A partir daí, elegeram-se suas categorias de análise, tais como: identidade, significado, utilidade, proteção, responsabilidade, conservação pelas atitudes e valores dos sujeitos no seu espaço de vivência. Para tal, utilizou-se a teoria e o método fenomenológico da percepção que se preocupa com a descrição direta da experiência tal como ela é. Este método pressupõe que a realidade construída socialmente é entendida como o compreendido, o interpretado, o comunicado. Ela não é única: existem tantas quantas forem suas interpretações e comunicações, e o sujeito/ator é reconhecidamente importante no processo de construção do conhecimento. Neste tipo de abordagem, também conceituada como perceptiva, as categorias de análise estão divididas em análise da identidade, significado, fisionomia, delimitação espacial, utilidade, proteção, responsabilidade, preservação, consequência da ação, conservação e valores afetivos, econômicos, históricos, turísticos e de lazer (SANTOS, 1997; TUAN, 1980; BOULLON, 2002).

Sendo uma pesquisa de caráter exploratório que, segundo Gil (1999), proporciona maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, utilizou-se, como instrumentos para a exploração do objetivo em questão, o levantamento bibliográfico e documental para obtenção dos dados secundários e a aplicação de questionários para pessoas que possuíam experiência prática com o problema da pesquisa como fonte de dados primários.

Na escolha da delimitação da área de estudo, levou-se em conta o estudo do espaço urbano onde estão localizados os pontos considerados turísticos de Ilhéus, haja vista que estes passaram por significativas mudanças no processo de produção em lugar turístico, a exemplo dos bairros Pontal, São Miguel, São Domingos e as avenidas Soares Lopes e Dois de Julho. A fim de ampliar o universo da amostra, consideraram-se também outros bairros onde não são desenvolvidas atividades turísticas, mas, que, são impactados indiretamente pela atividade, como o Teotônio Vilela, Conquista, Nossa Senhora da Vitória, Barra, Aritaguá, Princesa Isabel, Banco da Vitória. Para seleção dos sujeitos que aí habitam, elegeu-se o Centro Educacional Álvaro Melo Vieira (CEAMEV), pois abriga alunos do terceiro ano do Ensino Médio de diversos bairros, principalmente daqueles que não fazem parte do roteiro turístico de Ilhéus, Bahia.

A seleção desses bairros parte de algumas características físico-geográficas que respondem ao fenômeno do turismo, a saber: 1) São Miguel está localizado na zona norte da cidade. É

banhado pelo oceano os moradores enfrentam problemas naturais da transgressão marinha. A população é basicamente composta por cabaneiros e pescadores; 2) São Domingos apresenta um perfil de moradores bastante diversificado, com população flutuante, devido ao turismo de segunda residência e moradores de baixa renda; 3) Bairro do Pontal, apresenta uma população de classe média alta, majoritariamente. O comércio local é diversificado, com casas de *shows* e restaurantes que são referências na “vida noturna” da cidade; 4) Avenida Soares Lopes insere o centro tradicional da cidade, uma das áreas mais nobres. Aí se concentram os moradores mais antigos, remanescentes da época áurea do cacau e também novos moradores da cidade. Existe, no local, uma “explosão” no ramo imobiliário, vários prédios residenciais foram e estão sendo construídos; 5) Avenida Dois de Julho também uma área nobre da cidade, concentra uma grande parte da população da terceira idade. A maior parte dos imóveis é residencial e a outra parte concentra alguns restaurantes e pizzarias. Essas duas avenidas, localizadas no centro da cidade, concentram pontualmente os atrativos culturais, caracterizados pelos marcos, monumentos, praças e prédios que fazem parte do conjunto histórico e arquitetônico da cidade.

Nessa perspectiva, fixou-se um total de 200 moradores, número considerado suficiente para que os objetivos propostos fossem alcançados sem prejuízos para o resultado da pesquisa. A fim de obter uma visão mais abrangente sobre a percepção que os entrevistados têm do espaço em que moram, a seleção dos sujeitos para a pesquisa seguiu alguns critérios, tais como: pessoas que residem em Ilhéus há pelo menos 10 anos, ambos os sexos, com mais de 18 anos de idade, o que, segundo Piaget (1973), concretiza a formação e a interpretação simbólica. Para tal, utilizou-se do questionário semiaberto como instrumento de coleta de dados, composto de 20 perguntas. Nele, inseriu-se também um questionário demográfico que serviu para elaboração do perfil dos participantes. Sobre a identificação, questionou-se o que era o bairro e a cidade.

Na análise do conteúdo das questões abertas do questionário aplicado, buscou-se compreender o pensamento do sujeito através das falas expressas no texto, numa concepção transparente da linguagem. Utilizou-se ainda a análise do discurso recolhendo dados de interação entre os sujeitos e o objeto da pesquisa. Para Bardin (2000), a análise de conteúdo afigura-se como um dos métodos que oferece condição objetiva de utilização, pois relaciona os textos com suas respectivas condições de produção, trabalhando com o sentido e não com o conteúdo propriamente dito. Geralmente, a análise do discurso preocupa-se em compreender os sentidos que o sujeito manifesta através do seu discurso.

Referente à identificação do bairro, a pesquisa revelou que a maioria dos moradores, representada por 85% dos pesquisados, identifica o bairro como um lugar de convívio e de moradia. Isto nos remete ao fato de que cada lugar apresenta a sua significação em função da sua frequência e relações sociais. Essa percepção é corroborada com o pensamento de Milton Santos (1997), quando define lugar como a dimensão da existência dos sujeitos, manifestada pelo compartilhamento do seu cotidiano. Resume-se, a partir da percepção dos moradores ilheenses, que o seu bairro é um lugar de vivência, pois é o mesmo que lugar mediador para a vida e onde as coisas acontecem. No que tange à identificação com a cidade, 70% dos entrevistados respondeu que é um lugar de convívio. Tuan (1980) explica que a cidade é percebida num conceito abstraido como imagem e símbolo, enquanto o bairro é mais experienciado, ou seja, ele é carregado de lembranças afetivas e permanências de vivência pelos homens.

Na categoria significado, foi perguntado ao morador o que mais chama a atenção no bairro e na cidade. Coadunando com a percepção anterior de que o bairro e a cidade são lugares de convívio a maioria dos entrevistados (50%), afirmou que, no bairro, são as pessoas que mais lhe chamam a atenção. Assim, as relações sociais no espaço urbano assumem um papel importante na percepção dos moradores de Ilhéus. Verifica-se, ainda, que 35% dos respondentes elegem construções, praças e ruas como elementos perceptíveis no bairro. Para esses moradores, segundo Boullon (2002), esses elementos são marcos e destacam-se como pontos de referência. Na dimensão cidade, o que mais chama a atenção dos entrevistados são as construções, as praças e as ruas, em detrimento às pessoas. Comparando a atenção dos moradores entre o bairro e a cidade, atesta-se pelos resultados que, em função das relações de convivência e experiências com as pessoas, essas são mais perceptíveis no bairro, ao passo que os elementos considerados como marcos são mais perceptíveis e conceptíveis na cidade.

No que tange à importância do bairro, mais uma vez, os moradores atribuem importância à sua moradia, sem citar nenhum aspecto turístico ou comercial como elementos de grande importância, ainda que, grande parte dos respondentes reside em bairros que estão inseridos no roteiro turístico de Ilhéus. Entretanto, quando se refere à cidade, a percepção dos moradores de Ilhéus concebe o turismo como atividade importante destacando, em seguida, o comércio. Esta inversão, nas percepções e concepções entre cidade e bairro, pode ser inferida, face a distância do morador com esta atividade, quando as respostas remetem a uma importância maior do turismo para a cidade do que para o seu bairro. Para Boullon (2002), os logradouros e roteiro são espaços e vias livres na cidade onde os residentes e turistas transitam livremente. Assim, o espaço turístico urbano é a apropriação de alguns espaços urbanos, isto implica numa relação de poder e apropriação de território pelos sujeitos. Logo, é possível inferir que os moradores que não se apropriam desses lugares não se sentem pertencentes aos mesmos.

Na categoria proteção, as perguntas tanto para o bairro, quanto para a cidade tiveram a finalidade de comparar o grau de proteção que o morador tem com essas escalas espaciais, bem como a relação com o seu sentimento de pertencimento. Com relação ao bairro, a maioria dos moradores respondeu que protege o seu bairro através de práticas como limpeza das ruas, viabilizando a coleta de lixo municipal, além de prevenir e orientar outros moradores quanto ao acúmulo de objetos na “boca de lobo”. Quanto à cidade, os respondentes não se sentem responsabilizados justificando que a proteção da cidade essa é uma responsabilidade das autoridades competentes. Infere-se que o morador de Ilhéus tem demonstrado que o seu bairro é mais importante que a cidade, ou seja, o bairro é de sua responsabilidade, a cidade é responsabilidade dos órgãos públicos. Considerando o legado de proteção, partindo-se do princípio de permanência no espaço, a maioria dos moradores disse que gostaria que seus filhos e netos permanecessem no bairro e na cidade em função do bom relacionamento com a vizinhança, pela beleza e tranquilidade do local em que moram, bem como pela necessidade de “verem seus filhos crescerem nesse lugar de origem”. Ressalta-se, no entanto, que, dos respondentes que moram em bairros de exclusão socioterritorial, a maioria respondeu que não gostaria de ver seus filhos e netos morando no bairro em função da violência, da falta de infraestrutura básica e também por falta de oportunidades de trabalho. Isso reforça o descontentamento e desencanto não com relação ao espaço, mas com a percepção das experiências vividas e concepção de uma ausência do estado, através das relações de poder que este tece no processo de organização espacial. Assim, qualquer alteração, seja no território, no lugar, no ambiente, sem o consentimento dos atores envolvidos, pode desestabilizá-los, pois sua simbologia e dinâmica natural dão sentido à existência individual e grupal (ROSENDAHL; CORRÊA,1999).

Quanto a responsabilidade, a maioria dos respondentes atribui a responsabilidade dos cuidados com o bairro aos moradores, ao passo que, para a cidade atribui a responsabilidade às autoridades.

No que tange a afetividade, buscou-se compreender a relação topofílica e topofóbica dos moradores com o seu espaço de vida, seja o bairro ou a cidade. Para tal, buscou-se questionar o que ele mais gosta e menos gosta no bairro e na cidade. A maioria das respostas para o bairro aponta para as “pessoas”, o “comércio, que está em expansão”, as “praias”, a “beleza natural”, a “tranquilidade do bairro”, a “convivência como outros moradores”, o “baixo índice de violência se comparado com outros centros”, os “locais destinados à prática de esportes”. Tudo isto desperta o sentimento de topofilia que, segundo Tuan (1980), se traduz em amor pelo lugar. O que menos eles menos gostam são: “tráfico de drogas e violência urbana”, “falta de manutenção das vias públicas”, “falta de higiene (cuidado) dos moradores”, “falta de opções de lazer”, falta de “infraestrutura básica”, “transporte público precário” e “falta de conservação dos monumentos”. Todas estas questões suscitam no morador um sentimento de “topofobia” que, segundo Tuan (1980), é o medo do lugar, aqui representado não apenas pelo medo de forma literal, mas também pela rejeição a lugares esteticamente feios ou sem manutenção, a exemplos das praças e dos monumentos históricos mal conservados, bem como a falta de segurança da cidade. Foi perguntado, também, o que eles mais gostam e menos gostam na cidade. A maioria respondeu que o que mais gosta são as “praias”, “os pontos considerados turísticos”, “os monumentos arquitetônicos históricos”, “o clima”, “a tranquilidade e a qualidade de vida”. Quanto ao que menos gostam na cidade, os moradores responderam que não gostam da “poluição da cidade”, “da falta de manutenção das obras locais”, “das enxurradas que alagam a cidade”, “da violência

generalizada”, “da falta de limpeza das ruas”, “da exploração sexual”, “do grande número de mendigos”, “do transporte público”, “da falta de investimento em turismo”, “da falta de empregos”, “da falta de infraestrutura básica”, “do descaso das autoridades”.

Para sintetizar, a figura abaixo demonstra os sentimentos de tofília e tofobia nas dimensões do bairro da cidade. É possível verificar que todas as questões relativas à atividade turística foram relacionadas à cidade, enquanto que as questões relativas ao bem-estar e qualidade de vida foram relacionadas ao bairro. Assim, para o morador de Ilhéus, o turismo que está na cidade não necessariamente deve estar em seu bairro, em seu lugar de vivência.

Figura 3 – Percepção do espaço turístico urbano de Ilhéus pela comunidade local – afetividade.



Fonte: Adelina Prado Caldas Neres. Baseada em dados de pesquisa para o Mestrado em Cultura e Turismo da UESC, 2010.

Esses resultados confirmam e validam as categorias que incluem a proteção e responsabilidade em relação ao bairro e à cidade, considerando principalmente o legado cultural em relação ao patrimônio cultural e ambiental.

Ainda na categoria Afetividade, os moradores puderam citar dois lugares do bairro que eles indicariam para um turista visitar. As respostas convergiram para as praias e monumentos históricos presentes em cada bairro, assim como os locais de lazer como quadras de esportes:

“Só há praias, única opção de lazer” (Morador do bairro São Miguel);

“O mirante e a capela, pois proporciona uma vista bonita da cidade (morador da Avenida Soares Lopes).

Quando perguntados sobre quais lugares da cidade eles indicariam para um turista visitar, a maioria indicou a Catedral de São Sebastião, o Bar Vesúvio e o Teatro. Também foram muito lembradas as praias do Cristo e do Sul, assim como Olivença:

“O centro histórico porque eles iriam conhecer mais sobre a cidade” (aluno do CEAMEV);

“Igreja de São Jorge e Olivença pelas belezas” (morador da Avenida Dois de Julho).

Perguntados também quais lugares do bairro os moradores não indicariam para o turista visitar. Todas as respostas apontaram lugares onde existe mais violência específica para cada bairro. Também foram lembrados locais onde existe muita sujeira e mau cheiro, a exemplo da Praia do Cristo e Soares Lopes:

“Não indico nenhum lugar no meu bairro porque não está preparado para receber turistas” (aluno do CEAMEV);

“Até o momento não se tem um lugar turístico no bairro” (aluno do CEAMEV).

Quanto aos lugares da cidade que os moradores não indicariam para o turista visitar, as respostas convergiram, em sua maioria, para bairros violentos da cidade, a exemplo do Teotônio Vilela. Também foram lembrados os morros e as favelas, devido à alta periculosidade presente:

“Não indicaria a Praia do Cristo e da Avenida porque estão mais parecendo um matagal do que uma praia (morador do bairro Pontal).”

“Ruas sujas porque ninguém merece visitar ruas sujas (aluno do CEAMEV).”

“Não indicaria o bairro Teotônio Vilela e o Fundão, devido a marginalização (morador do bairro São Miguel).”

Diante desses resultados associados à luz dos teóricos, pode-se dizer que o espaço urbano é especificamente o espaço urbano turístico carregado de significados, tanto para os moradores quanto para os turistas. Contudo, conforme ressalta Siviero (2006), essa relação é dinâmica e diferenciada para moradores e turistas, na medida em que um equipamento do espaço urbano pode parecer atrativo para o turista e não significar coisa alguma, ou quase nada, para os residentes e vice-versa. Observa-se, assim, que, para este, tais percepções são construídas no passado e no presente, evidenciando sinais da organização espacial, gerando crenças, valores e mitos, muitas vezes expressos na produção de formas espaciais como, por exemplo, monumentos, marcos, lugares sagrados, bem como nos sentimentos de afetividade e aversão, pelos sujeitos, aos objetos.

No que tange a utilização do bairro e da cidade como área de lazer e turismo, os moradores que acreditam que seu bairro não deve ser utilizado como área de lazer e turismo o fazem justificando que os territórios de exclusão social não possuem “atrativos naturais”, “falta infraestrutura básica” e “investimento dos governantes”.

Teoricamente, para um espaço tornar-se turístico, faz-se necessário compreender a dinâmica do espaço urbano onde, ao mesmo tempo em que impõe mudanças, é capaz de conservar estruturas duradouras (MARICATO, 1997). A percepção da comunidade local concebe, dessa forma, e entende que existe distinção entre o espaço em que eles convivem e aquele em que eles vivem, esse agora turístico. Ou seja, viver com o turista não significa conviver com o mesmo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Toda esta discussão acerca da percepção da comunidade residente em relação ao espaço turístico urbano de Ilhéus transforma-se em relevante ferramenta para o desenvolvimento do planejamento turístico, que do ponto de vista geográfico é responsável por mudanças no espaço em favor do desenvolvimento da atividade turística.

Os turistas e a comunidade se encontram em situações completamente diferentes e mesmo opostas. A liberdade e o prazer de um são o fardo e o trabalho do outro, o dinheiro de um é o pão do outro. O ambiente de férias se choca com o ambiente de trabalho, a necessidade de repouso com as necessidades de existência. Aí, faz-se necessário que turista tente se integrar e interagir com a população receptora, inclusive aprendendo seu idioma. Sentir-se incluído nesta atividade a despeito das desigualdades sociais reais é de fato um desafio para a comunidade local, mais, além disso, é um dever de quem planeja turismo para estas comunidades, sob pena de evocar a tendência de que o residente se considere fundamentalmente igual ao turista e, portanto, reivindique ações para redução das desigualdades reais.

A atividade turística desenvolvida em Ilhéus, desde a década de 1980, tem levado a cidade a experimentar a modernização, a criação de infraestruturas para atendimento à demanda turística, o que tem, ao longo dos anos, resultado em significativas mudanças no seu espaço urbano. Essas mudanças resultam na (re)significação desse espaço, uma vez que não são restritas aos equipamentos urbanos, mas perpassam pela forma de se relacionar, pelos interesses pessoais e coletivos da comunidade local.

Foi possível verificar, nesta pesquisa, que, em Ilhéus, o bairro e a cidade são fortemente experienciados como lugar, evidenciando que, seja qual for a dimensão espacial abordada, para o morador de Ilhéus, tanto a cidade quanto o bairro é sua referência cotidiana, seja geográfica, seja afetiva, repleta de símbolos e significados de acordo com a realidade de cada um. Foi possível perceber, ainda, expresso na fala dos moradores, que há uma satisfação ou mesmo um contentamento com o seu lugar de vivência no que tange aos aspectos afetivos, culturais e econômicos. No entanto, a despeito desta satisfação, a comunidade local tem exigido cada vez mais a melhoria da qualidade de vida, não apenas sob o aspecto econômico, mas cada vez com maior intensidade, a melhoria da infraestrutura básica, saúde, espaços de lazer, conservação do espaço natural e cultural e educação de qualidade.

Nas situações em que o morador diz que em Ilhéus não tem coisa alguma além de praias para visitar, percebe-se a necessidade de inserção da comunidade local e o poder público já o tem feito através de projetos culturais, a exemplo do Projeto Caravana Cultural, que tem como objetivo democratizar o acesso à cultura, percorrendo, em um ônibus, bairros de Ilhéus e também municípios vizinhos. Durante as visitas, o ônibus da Caravana apresenta diversas manifestações artísticas, entre elas teatro, dança e música.

Outra questão bastante relevante identificada nesta pesquisa é a visão dissociada que o morador de Ilhéus tem do bairro e da cidade. Se por um lado a cidade tem sido percebida como um aglomerado de equipamentos turísticos urbanos e que a sua conservação é responsabilidade do poder público, por outro lado, o bairro é percebido como o seu lugar de vivência, onde são desenvolvidas as relações sociais, e estão impressas a história de cada morador e a cultura perpetuada ao longo das gerações. Essa percepção evoca a necessidade de o poder público, através da participação da comunidade local no processo de planejamento turístico, ampliar o sentimento de pertencimento do bairro para a cidade, o que poderá contribuir para que o turista sinta-se melhor recepcionado pela comunidade local.

Os resultados demonstraram também que, a despeito de os moradores reconhecerem o potencial turístico de Ilhéus e de demonstrarem que gostam de viver na cidade e desejam que seus filhos e netos nela permaneçam, eles sofrem com questões de ordem social, como a falta de preservação das construções e dos monumentos históricos de saneamento básico, de educação de qualidade, de saúde pública, de segurança nos bairros e em locais considerados turísticos, alegando que algumas melhorias acontecem apenas em períodos de alta estação, quando há um aumento significativo de turistas. Nesta situação, verifica-se a falta de uma política continuada para atendimento das necessidades da comunidade local, o que pode resultar em um sentimento topofóbico em relação à atividade turística. Ainda sobre esta questão, na percepção dos moradores, as praias, o clima, a tranquilidade e a qualidade de vida, muitas vezes são (re)significadas em função das mazelas sociais (poluição da cidade, falta de manutenção das obras locais, enxurradas que alagam a cidade, violência generalizada, falta de limpeza das ruas, exploração sexual, mendicância e a deficiência no transporte público) tão reincidentemente citadas durante a pesquisa. Verifica-se aqui a necessidade de investimento na qualidade de vida dos moradores, sob pena de os valores positivos atribuídos à atividade turística pelo morador venham sofrer alterações ao longo do tempo e ganhem novos significados. Nessa situação, significados negativos do seu espaço de vivência. Por exemplo, uma parte da comunidade não indicaria a praia do Cristo ou mesmo a praia da Avenida, dois espaços turísticos importantes no roteiro de Ilhéus, em função da sujeira e do mau cheiro. Assim, com o passar do tempo, se algo não for feito para a melhoria desses espaços, certamente eles serão (re)significados pela comunidade local e poderão até deixar de ser reconhecidos como ponto turístico.

Nesse contexto, enquanto as políticas públicas não orientarem a atividade turística para ser uma atividade de inclusão onde tanto residentes como turistas possam compartilhar dos benefícios de forma equilibrada, estaremos evocando com maior ênfase as desigualdades.

Assim posto, em dois movimentos, a atividade turística precisa ser invariavelmente utilizado como instrumento de inclusão social, através da participação de todos os “atores”, cada um assumindo seus papéis, considerando que cada um tem, e deve ter benefícios e responsabilidades. Sem essas premissas, o desenvolvimento da atividade turística tende a aumentar a distância entre o visitante e a comunidade residente, deixando de lado suas perspectivas e necessidades, bem como a preservação das características particulares da área explorada.

REFERÊNCIAS

ARGOLO, D. **Pescadores, cabaneiros e feirantes**: novas percepções sobre atividade turística na baía de Camamu. 2010. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo)– Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2010.

AVILA, M. A. Política e planejamento em cultura e turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade. In: _____ (org.). **Política e planejamento em cultura e turismo**. Ilhéus: Editus, 2009.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Ed. 70, 2000.

BOMFIM, N. R. **A busca do espaço perdido**: percepção, representação e conceito de Espaço Geográfico no ensino da Geografia. Ilhéus: UFBA: UESC, 1997.

_____. **Identidade e atratividade do patrimônio cultural**: uma contribuição para formatação de produtos turísticos preservados e valorizados pela comunidade local da costa do cacau. (Inédito).

BRASIL. IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. www.ibge.gov.br/catálogos/indicadores. Acesso em setembro 2010.

CARLOS, A. F. A. (org.). **Novos caminhos da geografia**. São Paulo: Contexto, 2002.

CASTELLI, G. **Turismo**: atividade marcante. 4. ed. Ver. e ampl. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

CORIOLO, L. N. e S. **Turismo e Geografia**– abordagens críticas. Fortaleza: Ed. UECE, 2005.

CORREA, R. L. Geografia cultural: passado e futuro – uma introdução. In: ROSENDAHL, Z; CORRÊA, R. L. (org.) **Manifestação da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1999.

CRUZ, R de C A da. **Introdução a geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

_____. **Política do turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DROULERS, M; MILANI, C R S. **Desenvolvimento local e turismo em Tarrafal** – Cabo Verde. Paris: UNESCO, 2002.

GASTAL, S. A.; GOMES, M. S. O Jornal da Globo e as representações sociais do Turismo. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 28, 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, C. W. P. **Os (des)caminhos do meio ambiente**. São Paulo: Contexto, 1989.

HEIDRICH, Á. L. Fundamentos da formação do território moderno In: **Boletim Gaúcho de Geografia**. Porto Alegre: Associação dos Geógrafos Brasileiros; Santa Cruz do Sul: Editora da Unisc, no. 23, 1998, pp. 9-22.

LEAL, F P. **O multiplicador turístico de Itacaré – BA**: o caso dos meios de hospedagem. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2005.

PIAGET, J. **Seis estudos em Psicologia**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1973.

RELPH, E. **As bases fenomenológicas da Geografia**. Revista Geografia, v. 4, n. 7, p. 1-25, abr., 1979.

SANTOS, M. **Pensando o espaço do homem**. São Paulo: Hucitec, 1980.

_____. **A natureza do espaço.** Técnica e tempo. Razão e emoção. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. A aceleração contemporânea: tempo mundo e espaço mundo. In: _____ et al. (org.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização.** São Paulo: Hucitec, 1997.

SIVIERO, A. **Os elementos do espaço turístico urbano no processo de planejamento:** uma análise da área central de Curitiba / PR. 2005. Dissertação (Mestrado em Geografia)– Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná, [Curitiba?] 2005. [Curitiba: s.n.], 2005. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1884/2354>>; Acesso em: 2 ago. 2006.

SOUZA, M. J. L. de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I E de; GOMES, P C da C.; CORRÊA, R. L. (org.). **Geografia conceitos e temas.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

TUAN, Y-F. **Topofilia:** um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Tradução Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1980.

VIEIRA JÚNIOR, A.; ANDRADE, P. S. **Da capitania de São Jorge de Ilhéus à Costa do Cacau:** a memória como subsídio na construção de um produto turístico GLS. Disponível em: <<http://snh2007.anpuh.org/resources/content/anais/astor%20vieira%20junior.pdf>> Acesso em: 10 ago. 2010.

YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F.; CRUZ, R. C. (Org.). **Turismo, espaço, paisagem e cultura.** São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **Turismo:** uma esperança condicional. 3. ed. São Paulo: Global, 2003.

_____. **A alma do lugar:** o turismo, planejamento cotidiano. São Paulo: Contexto, 2003.