

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E NATURAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA - PPGG**

**ARNULFO TADEO LOPEZ DELGADO**

**O TURISMO LITORÂNEO NAS CIDADES DE VITÓRIA, ESPÍRITO  
SANTO, BRASIL E BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT, MÉXICO**

**VITÓRIA  
2018**

ARNULFO TADEO LOPEZ DELGADO

**O TURISMO LITORÂNEO NAS CIDADES DE VITÓRIA, ESPÍRITO  
SANTO, BRASIL E BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT, MÉXICO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia (PPGG) do Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Geografia.  
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Lucy Oliveira Freire.

**VITÓRIA  
2018**

**ARNULFO TADEO LÓPEZ DELGADO**

**O TURISMO LITORÂNEO NAS CIDADES DE VITÓRIA, ESPÍRITO  
SANTO, BRASIL E BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT, MÉXICO**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Espírito Santo como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Geografia.

Aprovada em: 02, de Maio de 2018.

**COMISSÃO AVALIADORA**

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Ana Lucy Oliveira Freire-  
Orientadora/UFES

---

Prof.<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Telma Mara B. Bassetti  
Membro Externo - UNIRIO

---

Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Ednelson Mariano Dota  
Membro do PPGG/UFES

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho, primeiramente, à minha família, que esteve sempre me apoiando de muito longe, para que eu chegasse nesta etapa de minha vida.

Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFES - PPGG, e a todas as pessoas com quem convivi em todos os seus espaços ao longo destes anos de minha estadia. A experiência de uma produção compartilhada na comunhão com amigos nesses espaços foi a melhor na minha formação acadêmica no Brasil.

A todos os professores que passaram por minha vida acadêmica deixando maior o acúmulo de conhecimentos para chegar a essa última etapa do mestrado.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora, Prof. Dr<sup>a</sup>. Ana Lucy Oliveira Freire, por todo o apoio e orientação para a realização deste trabalho e minha amizade sincera.

Aos meus colegas e professores e pessoal do PPGG, que sempre estiveram à disposição para me ajudar quando precisava de algo, mencionando especialmente meus colegas: Wesley, James e Marcus; além da secretária Izadora, pelo incentivo e grande ajuda com o fornecimento de material, ferramentas e conhecimentos para a realização deste trabalho.

Agradeço à Organização dos Estados Americanos – OEA, e ao programa de Pós-Graduação em Geografia - PPGG da UFES por esta grande oportunidade de viver esta experiência e formação de vida.

Um agradecimento especial ao SUTSEM e ao Governo do Estado de Nayarit por facilitar a realização do mestrado, permitindo minha estadia prolongada no Brasil, o que tornou possível a realização deste trabalho.

## RESUMO

Esta dissertação estuda o aproveitamento e o desenvolvimento dos espaços litorâneos no âmbito do turismo, assim como suas diferentes características na sociedade, na economia, no meio ambiente e no governo das cidades costeiras de Vitória, no estado do Espírito Santo, Brasil, e de Bahia de Banderas, no estado de Nayarit, México. O trabalho apresenta nos primeiros capítulos as abordagens geográficas sobre o turismo enquanto fenômeno, históricos e aproximações entre essas duas ciências, como partes da elaboração de um estudo descritivo e analítico. Estuda-se, particularmente, o conceito de espaço litorâneo a partir da visão geográfica com aportes de diferentes autores da Geografia e do Turismo. São apresentados na pesquisa o desenvolvimento e a obtenção dos dados de cada um dos espaços litorâneos de Bahia de Banderas e Vitória, mostrando sua localização e particularidades desde o âmbito Turístico-Geográfico. Este trabalho é complementado com dados das fontes governamentais e civis, locais, nacionais e internacionais que têm relação com a atividade turística de cada espaço litorâneo/praiano. Uma vez analisados, cada espaço apresenta o resultado da realização do estudo descritivo desses dois espaços litorâneos, sendo método principal o modelo dos Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos CVDT, de Richard Butler, o qual permitiu revelar as variantes positivas e negativas entre esses dois espaços costeiros urbanos como destino turístico, além de entender a situação atual em que se encontram, assim como a estrutura geral que permite sua variação.

Palavras-chave: Turismo Litorâneo- Geografia e Turismo - Destinos Turísticos Litorâneos - Brasil-México.

## **ABSTRACT**

This dissertation studies the development and exploitation of the coastal areas from the tourist area, as well as its different characteristics in the society, Economy, Environment and Government of the coastal cities of Vitória Espírito Santo in Brazil, and Bahia de Banderas, in the state of Nayarit, Mexico. The work is presented in the first chapters of the geographical approaches to tourism, the historical, and the approximations these two sciences, as part of the development of a comparative descriptive study. The concept of the coastal space is studied particularly from the geographic point of view with the contributions of the different authors of Geography and Tourism. Research, development and data collection of each of the coastal areas of Banderas and Vitória Bay is presented, showing its location and particularities from the Touristic-Geographic area. This work is complemented with data from the sources of Governmental and civil, local, national and international sources that are related to the tourist activities of each Coastal space, once analyzed each space is presented the result of the accomplishment of the descriptive comparative study between these two coastal spaces, the main model being the life cycle model of Richard Butler's CVDT life destinations, which allowed to reveal the positive and negative variants these two coastal spaces as a tourist destination and to understand the current situation is the which is found, as well as the general structure that allow its variation.

Keywords: Coastal Tourism- Geography and Tourism- Coastal Tourist Destinations- Brazil- Mexico.

## RESUMEN

Este trabajo de tesis estudia el aprovechamiento y desarrollo de los espacios litorales desde el ámbito Turístico, así como sus diferentes características en la sociedad, Economía, Medio Ambiente e Gubernamentales de las ciudades costeras de Vitória Espírito Santo en Brasil, y de Bahía de Banderas, en el estado de Nayarit, México. El trabajo presenta en los primeros capítulos los abordajes geográficos con el turismo, históricos, e aproximaciones entre estas dos ciencias, como parte de la elaboración de un estudio descriptivo. Se estudia particularmente el concepto del espacio litoral desde la óptica geográfica con aportaciones de diferentes autores de la Geografía y el Turismo. Es presentada la investigación, el desarrollo y la obtención de datos de cada uno de los espacios litorales de Bahía de Banderas y Vitória, mostrando su ubicación y particularidades desde el ámbito Turístico- Geográfico. Este trabajo es complementado con datos a partir de las aportaciones de fuentes Gubernamentales y civiles, locales, nacionales e internacionales que tienen relación con la actividades turística de cada espacio Costero, una vez analizado cada espacio se presenta el resultado de la realización del estudio comparativo descriptivo entre estos dos espacios litorales, siendo el método principal el modelo de los ciclos de vida de los destinos de vida CVDT de Richard Butler, que permitió revelar las variantes positivas y negativas de los dos espacios costeros como destino turístico, y entender la situación actual en la que se encuentran, así como la estructura general que permite su variación.

Palabras-Clave: Turismo Litoral- Geografía y Turismo- Destinos Turísticos Litorales- Brasil- México.



## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 CICLOS DE VIDA DOS DESTINOS TURÍSTICOS - CVDT .....	18
FIGURA 2 ESTUDO GEOGRÁFICO .....	28
FIGURA 3 O CARÁTER INTERDISCIPLINAR DO TURISMO.....	30
FIGURA 4 VITÓRIA AO ANOITECER .....	36
FIGURA 5 PRAIA DE BAHIA DE BANDERAS (MÉXICO).....	36
FIGURA 6 PRINCIPAIS ESPAÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS NO BRASIL .....	45
FIGURA 7 PRINCIPAIS ESPAÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS DO MÉXICO .....	48
FIGURA 8 MAPA DA REGIÃO METROPOLITANA DA GRANDE VITÓRIA– RMGV, 2017 ...	58
FIGURA 9 MAPA DAS VIAS DE ACESSO À VITÓRIA ES, 2017.....	62
FIGURA 10 PRINCIPAIS ESPAÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS DE VITÓRIA .....	69
FIGURA 11 PRAIA DE CAMBURI EM IMAGENS .....	72
FIGURA 12 PRAIA DE CAMBURI: INFRAESTRUTURA .....	73
FIGURA 13 PRAIA DO CANTO/IATE CLUBE FONTE: FOTOS DO AUTOR, 2017.....	74
FIGURA 14 PRAIA DAS CASTANHEIRAS, ILHA DO FRADE .....	75
FIGURA 15 PRAIA CURVA DE JUREMA .....	76
FIGURA 16 PRAIA DA ILHA DO BOI .....	78
FIGURA 17 ILHA AS CAIEIRAS .....	80
FIGURA 18 LOCALIZAÇÃO DOS PONTOS TURÍSTICOS HISTÓRICO-CULTURAIS DE VITÓRIA/ES.....	81
FIGURA 19 LOCALIZAÇÃO DE BAHIA DE BANDERAS (NAY).....	98
FIGURA 20 ESPAÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS BAHIA DE BANDERAS (NAY), MÉXICO .....	104
FIGURA 21 LOGOTIPO RIVIERA NAYARIT .....	106
FIGURA 22 ESPAÇO TURÍSTICO LITORÂNEO DE SÃO PANCHO .....	107
FIGURA 23 PRAIA DE SAYULITA .....	109
FIGURA 24 ESPAÇO TURÍSTICO LITORÂNEO DA CRUZ DE HUANACAXTLE.....	112
FIGURA 25 ESPAÇO TURÍSTICO LITORÂNEO DE BUCERIAS .....	113
FIGURA 26 ESPACIALIZAÇÃO DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA DE BADEBA .....	115
FIGURA 27 FAIXA ETÁRIA DOS VISITANTES DE BAHIA DE BANDERAS .....	117
FIGURA 28 COMPARATIVO EM PORCENTAGEM DA RESIDÊNCIA PERMANENTE DOS VISITANTES NO MUNICÍPIO DE BAHIA DE BANDERAS .....	118
FIGURA 29 MEIOS DE TRANSPORTE DE CHEGADA A BAHIA DE BANDERAS .....	119
FIGURA 30 APLICAÇÃO DO MODELO DE CVDT EM VITÓRIA (ES).....	134
FIGURA 31 APLICAÇÃO DO MODELO DE CVDT EM BAHIA DE BANDERAS (MÉXICO) .	138

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 : ÍNDICE DE BEM-ESTAR URBANO: CAPITAIS DAS UNIDADES DA FEDERAÇÃO BRASILEIRA .....	56
GRÁFICO 2 NÚMEROS DE TRABALHO POR SETOR.....	65
GRÁFICO 3 VISITANTES DE VITÓRIA E ESPAÇOS LITORÂNEOS, POR FAIXA ETÁRIA ...	85
GRÁFICO 4 VISITANTES DE VITÓRIA E ESPAÇOS LITORÂNEOS POR RESIDÊNCIA PERMANENTE.....	85
GRÁFICO 5 MEIOS DE TRANSPORTE PARA CHEGAR A VITÓRIA.....	86
GRÁFICO 6 MOTIVAÇÕES PRINCIPAIS DOS VISITANTES DE VITÓRIA .....	87
GRÁFICO 7 MEIOS DE HOSPEDAGEM MAIS UTILIZADOS PELOS VISITANTES DE VITÓRIA E DOS ESPAÇOS LITORÂNEOS .....	87
GRÁFICO 8 OS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM E SUA AVALIAÇÃO DO TURISTA.....	88
GRÁFICO 9 A AVALIAÇÃO DO TURISTA À INFRAESTRUTURA DA HOSPEDAGEM EM VITÓRIA.....	89
GRÁFICO 10 AVALIAÇÃO DOS TURISTAS DAS PRAIAS QUE VISITAM .....	89
GRÁFICO 11 AVALIAÇÃO DOS TURISTAS SOBRE A INFRAESTRUTURA DAS PRAIAS DE VITÓRIA.....	90
GRÁFICO 12 AVALIAÇÃO DOS TURISTAS DOS SERVIÇOS POR CADA PRAIA .....	90
GRÁFICO 13 AVALIAÇÃO DA LIMPEZA DAS PRAIAS DE VITÓRIA .....	91
GRÁFICO 14 TEMPERATURA ANUAL DE BAHIA DE BANDERAS, MÉXICO 2007-2014 .....	99
GRÁFICO 15 MOTIVAÇÃO DO TURISTA .....	119
GRÁFICO 16 ESCOLHA DE MEIOS DE HOSPEDAGEM DOS TURISTAS PARA BAHIA DE BANDERAS .....	120
GRÁFICO 17 AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM PARA BAHIA DE BANDERAS .....	121
GRÁFICO 18 AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA HOTELEIRA.....	122
GRÁFICO 19 AVALIAÇÃO DAS PRAIAS DE BADEBA .....	123
GRÁFICO 20 AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA LITORÂNEA DE BADEBA .....	123
GRÁFICO 21 AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS BADEBA .....	124
GRÁFICO 22 AVALIAÇÃO DE LIMPEZA DOS ESPAÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS DE BADEBA.....	124

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 RELAÇÃO ENTRE ESPAÇO GEOGRÁFICO E ESPAÇO TURÍSTICO .....	34
QUADRO 2 RECURSOS PARA O ACONDICIONAMENTO EM UM ESPAÇO TURÍSTICO LITORÂNEO .....	40
QUADRO 3 INDICADORES DOS CVDT DE BAHIA DE BANDERAS E VITÓRIA .....	51
QUADRO 4 INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS DE VITÓRIA (ES).....	83
QUADRO 5 OFERTAS DE TURISMO NÁUTICO DE VITÓRIA (ES).....	93
QUADRO 6 LEGISLAÇÃO TURÍSTICA MUNICIPAL.....	94
QUADRO 7 LEGISLAÇÃO TURÍSTICA ESTADUAL, REGIONAL E NACIONAL.....	94
QUADRO 8 ORIGEM DO GASTO DE TURISTA ESTRANGEIRO .....	102
QUADRO 9 LEGISLAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA .....	125
QUADRO 10 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES INICIAIS DE VARIÁVEIS E INDICADORES DO ESPAÇO LITORÂNEO DE VITÓRIA ES.....	128
QUADRO 11 VITÓRIA (ES): ALGUNS DADOS SISTEMATIZADOS.....	132

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 PRINCIPAIS FONTES FEDERAIS, ESTADUAIS, MUNICIPAIS E ORGANISMOS INTERNACIONAIS A CONSULTAR .....	21
TABELA 2 MOVIMENTAÇÃO ANUAL DE PASSAGEIROS NO AEROPORTO DE VITÓRIA* (EMBARCADOS E DESEMBARCADOS).....	60
TABELA 3 FLUXO DE CHEGADAS AO AEROPORTO DE VITÓRIA 2014-2017* .....	60
TABELA 4 HISTÓRICO DE ESCALAS DE CRUZEIROS NO PORTO DE VITÓRIA.....	61
TABELA 5 FLUXO DE EMBARQUE POR VIA FERROVIÁRIA 2015-2016 .....	63
TABELA 6 POSTOS DE TRABALHO GERADOS PELO TURISMO EM VITÓRIA (ES).....	66
TABELA 7 AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA DE VITÓRIA OUT/2012 .....	67
TABELA 8 CATÁLOGO DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA DE BADEBA .....	114

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	14
1 GEOGRAFIA E TURISMO: APROXIMAÇÕES .....	22
1.1 GEOGRAFIA E TURISMO – CONSIDERAÇÕES HISTÓRICAS .....	22
1.1.1 GEOGRAFIA DO TURISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.....	25
1.2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS – METODOLOGIAS DA GEOGRAFIA DO TURISMO	27
1.3 ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO TURISMO: ESPAÇO, PAISAGEM, TERRITÓRIO	31
1.3.1 TURISMO E ESPAÇO.....	31
1.3.2 TURISMO E PAISAGEM.....	34
1.3.3 TURISMO E TERRITÓRIO .....	37
2 O TURISMO LITORÂNEO.....	39
2.1 TURISMO LITORÂNEO: HISTÓRICO E CARACTERÍSTICAS .....	41
2.1.1 HISTÓRICO DO TURISMO EM ESPAÇOS LITORAIS NO BRASIL.....	42
2.1.2 HISTÓRICO DO TURISMO EM ESPAÇOS LITORÂNEOS DO MÉXICO .....	46
2.2 O MODELO DE BUTLER; CASOS E APLICAÇÕES EM ESPAÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS .....	49
2.3.1 APLICAÇÕES DO MODELO CVDT EM ESPAÇOS TURÍSTICOS LITORÂNEOS ..	52
3 CONSIDERAÇÕES E ANÁLISES COMPARATIVAS ENTRE OS ESPAÇOS LITORÂNEOS DE VITÓRIA (ES), BRASIL E BAHIA DE BANDERAS (NAY), MÉXICO. ....	126
3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE O TURISMO LITORÂNEO DE VITÓRIA (ES)	126
3.1.2 CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE O TURISMO LITORÂNEO DE BAHIA DE BANDERAS (NAY).....	129
3.2 OS CVDT DOS ESPAÇOS LITORÂNEOS DE VITÓRIA (ES) E BAHIA DE BANDERAS (NAY).....	131
3.2.1 APLICAÇÕES DO MODELO DOS CVDT EM VITÓRIA (ES).....	131
3.2.2 APLICAÇÕES DO MODELO DOS CVDT EM BAHIA DE BANDERAS (NAY).....	135
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	139
REFERÊNCIAS .....	142
ANEXOS.....	151

## INTRODUÇÃO

Na atualidade, é inegável a relação dos estudos do campo da Geografia com os do Turismo, e com isso todos os trabalhos e as atividades que dela derivam. Convertendo-se o turismo em uma atividade econômica, e sendo uma das mais rentáveis para muitos países, são esperadas muitas transformações e desenvolvimento de territórios, o que talvez, sem o turismo, não fosse possível. As mudanças em regiões, cidades e, muitas vezes, em nações inteiras, além das alterações nas paisagens resultantes do turismo, isso tudo, por si só, já demanda confluências entre essas duas áreas do conhecimento envolvidas em pesquisas acerca do tema.

Os estudos da relação entre essas duas áreas do saber remontam há pouco mais de cento e setenta anos, quando o geógrafo Kohl (1841) em sua obra *Der Verkehr und die Ansiedelungen der Menschen in ihrer Abhängigkeit von der Gestaltung der Erdoberfläche* (O tráfego e os assentamentos das pessoas em sua dependência do projeto da superfície terrestre), começava a estudar a força transformadora que tinham os deslocamentos de pessoas, assumindo a consideração espacial do ainda turismo incipiente (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 22).

Nos últimos anos, surgiram algumas abordagens geográficas sobre o turismo, principalmente, relativas às transformações do espaço geográfico. Antes de tudo, o turismo deve ser considerado também uma prática social que produz profundas repercussões sócio-espaciais, uma vez que essa prática resulta na produção e no consumo do espaço (CRUZ, 2003). Esse consumo de espaço conta com a presença de recursos naturais que condicionam a localização espacial do turismo, e constituem os elementos primários da oferta que só podem ser considerados turísticos quando são explorados para esse fim (TULIK, 1993).

Cada vez mais, os geógrafos desenvolvem trabalhos relacionando as duas áreas, a ponto de emergir uma Geografia do Turismo. A partir de algumas categorias geográficas, como espaço, por exemplo, é possível desenvolver pesquisas sobre o espaço litorâneo, denominado coloquialmente de turismo de “sol e praia”, o qual contém elementos da natureza transformados em recursos passíveis de valorização para o mercado imobiliário, exercendo um papel na produção sócio-espacial. (RODRIGUES, 1999 p. 57). Assim, a partir das abordagens no âmbito dos estudos geográficos, surge um tipo de relação entre a Geografia e o Turismo, que é o espaço litorâneo, notadamente de praias, explorado para o

desenvolvimento de novos destinos turísticos que, segundo dados da Organização mundial do turismo<sup>1</sup>, segue, atualmente, sendo a oferta mais demandada do setor turístico mundial.

A abordagem geográfica nesta dissertação de mestrado está baseada no estudo do turismo, que tem como foco a análise de dois espaços litorâneos na região da América Latina: o primeiro encontra-se no município de Vitória, no estado do Espírito Santo, Brasil; e o segundo, no município de Bahia de Banderas, no estado de Nayarit, México.

É importante assinalar que, desde que surgiu a oportunidade de desenvolver um trabalho de mestrado no Brasil, a ideia de projeto que mais nos pareceu interessante foi realizar uma análise desses dois municípios latino-americanos, de modo a contribuir para o conhecimento de duas realidades do turismo litorâneo. Optou-se por não determinar um período específico de estudo, mas analisar a atualidade, compreendendo os últimos anos.

O estudo desses dois municípios costeiros tem gerado uma análise sobre a realidade atual em seus espaços turísticos litorâneos, especialmente, no que tange às praias urbanas, uma vez que são dois países dotados de características sociais e culturais similares, com economias parecidas e ambos contam com um extenso litoral, onde muitas atividades turísticas desenvolvem-se. Os recortes espaciais estudados também guardam a característica de se localizarem em áreas urbanizadas.

No entanto, é importante dizer que as duas cidades apresentam marcadas diferenças quanto ao uso do litoral. No caso do estado de Bahia de Banderas, México, nas últimas três décadas houve um crescimento econômico e demográfico significativo devido ao impulso e à promoção de seus espaços turísticos, sobretudo, o denominado turismo litorâneo, derivado da execução contínua de políticas turísticas por parte do estado mexicano. Exemplo disso são os vários destinos turísticos litorâneos de renome internacional, como é o caso de Puerto Vallarta, (FREJOMIL; CRISPÍN, 2002), resultando, a partir dessas ações, que no setor do turismo, o México é um dos dez países mais visitados a nível mundial, (UNWTO, 2016), principalmente, suas áreas litorâneas, segundo informe da Organização Mundial do Turismo (UNWTO), do ano de 2016.

Já o estado de Vitória, Brasil, que possui características demográficas e litorâneas semelhantes com Bahia de Banderas (BADEBA)<sup>2</sup>, apresenta em seu litoral urbano uso mais industrial, uma vez que desde a década de 1960 teve início a construção de um complexo envolvendo uma siderúrgica (CST) e um porto (o Porto de Tubarão), localizados em parte da enseada de Camburi (ARAÚJO; ALBINO; OLIVEIRA, 2000). Tais complexos representam parte significativa da economia do estado.

---

<sup>1</sup>OMT (2011), Panorama del Turismo Internacional, Acesso: 25/03/2017

<sup>2</sup>BADEBA - Bahia de Banderas.

Esse complexo industrial tem originado um turismo de “negócios” que utiliza o litoral como uma complementação entre lazer e negócio, adicionando o crescimento do turismo náutico. Assim, nesta dissertação serão feitas algumas análises acerca das características atuais do turismo litorâneo em Vitória e como vem acontecendo o seu desenvolvimento. Nesse contexto regional, é preciso assinalar que para o Brasil o turismo é uma atividade econômica em crescimento, segundo dados da organização mundial do Turismo (UNWTO). O Brasil tem incrementado seu turismo gradualmente, especialmente no período compreendido entre os anos de 2010 e 2015, recebendo em média seis milhões de turistas por ano, posicionando-se em quarto lugar como destino preferido do continente, depois de Estados Unidos, Canadá e México (UNWTO, 2016).

A abordagem geográfica desta pesquisa, acerca do turismo litorâneo, é focalizada nos dois municípios litorâneos já mencionados, por suas características litorâneas similares, e considerando fatores como a localização espacial de cada um deles, bem como as condições sócio-econômicas em geral.

Várias questões incentivaram esta pesquisa, uma delas é: por que no México os espaços litorâneos estão mais avançados do que no Brasil em termos de turismo? Isso não quer dizer que o Brasil não tenha desenvolvido o turismo em seus (longos) espaços costeiros, pelo contrário. E justamente por esse motivo questiona-se o porquê de não chegar a se colocar em um mercado global, apesar de ter espaços litorâneos desenvolvidos.

Outra questão, e até mesmo o princípio inspirador para a realização deste trabalho já focalizado em um dos objetos de estudo é: por que, embora tenha boa infraestrutura, indicadores positivos de desenvolvimento e todas as outras condições necessárias, a cidade de Vitória não consegue “decolar” em termos de economia proveniente do turismo? Quais seriam as barreiras ou pontos negativos para tal situação?

Tratando-se do turismo litorâneo, foi no início do século XX que começou o desenvolvimento nesse tipo de espaço, com uma série de mudanças geomorfológicas, sociais e ambientais, gerando uma valorização enquanto espaço para veraneio, de segunda residência, de lazer e de turismo (MORAES, 2007). À medida que emerge o denominado turismo de massa, esse se converte num desafio para as populações locais residentes, já que são impostas várias adaptações e mudanças derivadas das atividades turísticas, criando uma dependência das mesmas na geração de renda.

O espaço litorâneo sobressai entre as melhores opções para o desenvolvimento turístico, já que neles encontra-se uma maior motivação de deslocamentos dos visitantes, principalmente, para o lazer nas praias. Assim, esses espaços desenvolvem mais serviços para a satisfação do turista, segundo estimativas da Organização Mundial do Turismo, (OMT, 2011). As atividades turísticas em espaços litorâneos representam um terço dos ingressos totais de capitais, considerando que em países como México e



Brasil, dependem em boa parte das divisas econômicas geradas por atividades em espaços litorâneos (turismo, lazer, pesca esportes, transporte, indústria).

O desenvolvimento turístico nos espaços litorâneos sempre se apresenta em meio a muitas controvérsias e críticas, devido a geração de variáveis negativas, tais como: a competição no espaço litorâneo, degradação do ar, do solo e do ambiente (VERA REBOLLO, 1997), degradação dos ecossistemas naturais como consequência da intervenção antrópica, transformação do meio natural pela construção de novos complexos turísticos, estradas, marinas e portos (PEARCE, 1988), impactos econômicos como o encarecimento da vida para a população local (ACERENZA, 1984), conflitos socioculturais em relação ao visitante e os receptores (LICKORISH, 1997), entre outros.

A partir das considerações anteriormente expostas, cria-se o objetivo principal de construir uma pesquisa que possibilite uma análise atual, para entender e encontrar os fatores que tornam possíveis ou impedem o desenvolvimento turístico de cada um desses espaços litorâneos, com base na investigação de fontes estatísticas e históricas de cada um dos objetos estudados, necessárias para a realização deste trabalho. Com suas próprias características, são espaços litorâneos desenvolvidos, mas orientados para diferentes atividades econômicas principais, cada um com as suas especificidades.

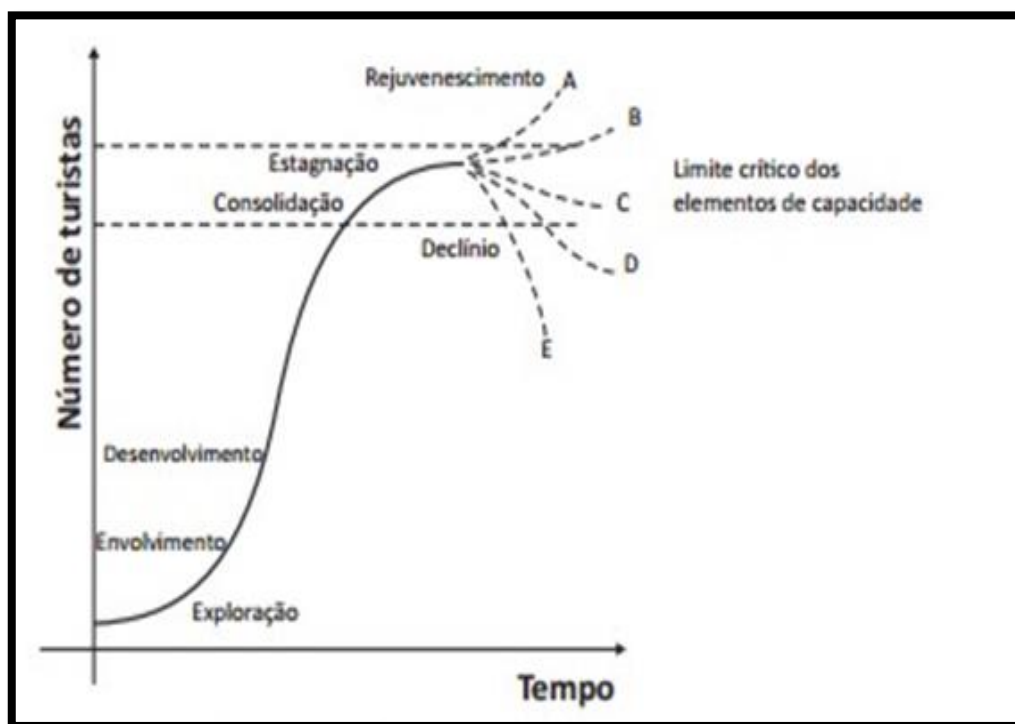
Trata-se de um estudo descritivo, explicativo, qualitativo e quantitativo, que busca entender a dinâmica turística litorânea nos dois municípios latino-americanos, de modo a contribuir com novos aportes para esses espaços, com a experiência particular de cada um deles. A partir da obtenção de dados das diferentes fontes (locais, nacionais e globais) consultadas, tentamos alcançar um diagnóstico sobre esses municípios. Além disso, são feitas também análises baseadas na perspectiva do visitante (turista) em torno do espaço turístico litorâneo que está visitando.

A importância do desenvolvimento desta pesquisa se pauta no auxílio à obtenção de uma ótica recente, e de como o desenvolvimento do turismo ocorre em outras partes do mundo, detidamente sobre a América Latina; apontando possíveis pontos fortes, mas também as debilidades, e assim entender o que poderia ser aplicado ou que práticas são possíveis, prevendo melhorar ou consolidar alguma economia gerada pelo turismo.

Em termos metodológicos, a elaboração desta pesquisa se ampara em muitos estudos de Geografia Humana, sobretudo, aqueles que tratam do turismo fundamentado em abordagens geográficas, utilizando categorias analíticas. Não menos importante e, até certo ponto inovador, é a utilização do modelo dos Ciclos de Vida dos destinos Turísticos de BUTLER (1980), o qual propõe uma evolução temporal em seis estágios, apresentando a curva S Básica e aplicando às etapas de vida do ciclo de um produto por meio das fases de exploração, implicação, desenvolvimento, consolidação, estancamento e pós-estancamento, cujos extremos são o declive e o rejuvenecimento. Apresentamos a seguir a figura 1,

com o modelo que apresenta essas fases e que mostra a relação entre o número de turistas no tempo e atração:

**Figura1: Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos - CVDT**



Fonte: BUTLER, R.W. The concept a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, University of Western Ontario Canadian Geographer, V. 24, n.1, 1980, p 5-12.

A partir do entendimento espacial e de dados disponíveis dos dois municípios escolhidos para a pesquisa, percebemos que há muito em comum enquanto espaços litorâneos por desenvolverem atividades econômicas originadas pelo turismo, gerando algum tipo de desenvolvimento econômico para a população local. Todavia, é importante frisar que os dois espaços exploram de modo diferente suas áreas litorâneas, mas gozam de determinado nível de turismo.

Foram criadas etapas, no que tange à metodologia/operacionalização, a fim de desenvolver esta pesquisa. A primeira, diz respeito à captação das fontes bibliográficas dos pesquisadores da Geografia e do Turismo mundiais e brasileiros, para obter uma abordagem geográfico-turística.

Para esta pesquisa precisou-se de uma recopilção de distintas fontes bibliográficas que permitam ter uma visão maior do objeto de estudo, sendo que uma das bibliografias principais é o modelo CVDT<sup>3</sup>. Em seguida, passamos por uma recopilção dos dados dos diferentes organismos públicos (municipal, estadual e federal) dos dois municípios/países, focadas no turismo de cada uma das regiões, a fim de

<sup>3</sup> Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos

alcançar uma visão e dados mais confiáveis, como a obtenção dos dados de órgãos públicos, os quais representam informações oficiais obtidas de documentos governamentais dos dois países. Com dados oficiais é possível compreender melhor o papel em que atua o estado, e os caminhos e implicações com base na análise.

Outra etapa foi a realização de entrevistas a uma parcela de visitantes (turistas), em cada espaço litorâneo de cada município, com a finalidade de desenvolver o objetivo específico de conhecer a realidade de cada destino a partir da perspectiva do visitante, de modo a criar recomendações para cada destino. Na última etapa, desenvolve-se uma análise objetiva dos dados, considerando que todo o material levantado e tratado permita, antes de tudo, um diagnóstico.

Para a obtenção dos dados referentes à Bahia Banderas, México, as fontes principais foram as secretarias e direções dos três níveis do turismo (municipal, estadual e federal). No caso federal é a Secretaria de Turismo (SECTUR), que tem como função desenvolver e promover as atividades do turismo, e reunir os dados gerados por essa atividade; no Brasil, corresponde ao Ministério de Turismo, (MTUR), o qual proporciona informação geral dos dados da atividade turística do país; e em Vitória, corresponde à Secretaria de turismo, Trabalho e Renda de Vitória (SEMITTRE). Além das já citadas, foram consultadas as principais fontes internacionais, como a Organização Mundial do Turismo (UWNT0). (ver tabela 1)

É importante mencionar que a obtenção de dados foi variada em cada país, já que eles contam com mecanismos próprios para proporcionar informação. Os dados podem variar segundo as datas de solicitação de informação, facilidade de obtenção, etc. A pesquisa teve início no ano de 2016 e seguiu até os primeiros dois meses de 2018, sendo que nesse intervalo de tempo os dados podem ter sofrido mudanças, de acordo com os organismos de cada país.

A metodologia para a obtenção de dados nos dois países, entretanto, é similar, já que atualmente contam com acesso à informação pública, podendo ter algumas diferenças em alguns casos. O autor fará menção às deficiências de cada portal, caso apresentem, assim como a complexidade para a obtenção dos dados, indicando a facilidade de obtenção e seu desempenho na proporção da informação.

No trabalho de campo serão realizados estudos de maneira pessoal, em cada espaço turístico litorâneo abordado nesta dissertação, para maior observação e descrição das características de cada lugar. Foi relevante a realização de um acervo fotográfico como fonte visual de seus espaços e atributos. Apresenta-se a elaboração de mapas em cada espaço litorâneo, mostrando sua localização, polos turísticos e pontos de entrada que possibilitam maior visão na distribuição espacial turística. Os mapas foram elaborados em ambiente dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG), por meio do Software ArcGIS 10.1<sup>TM</sup>.

No que tange ao trabalho de campo, com a finalidade de cumprir um de nossos objetivos, procurou-se obter dados dos visitantes, por meio de entrevista qualitativa estruturada. Com a sistematização dos dados, há uma facilidade de classificação e análises, ainda assim apresenta objetividade e confiabilidade na obtenção dos dados para alcançar o objetivo da pesquisa.

Para que a discussão da pesquisa se dê da melhor forma, a dissertação foi estruturada em quatro capítulos. Abordam-se, no primeiro capítulo, as aproximações entre a geografia e o turismo, apresentando o histórico na relação entre essas duas ciências, junto com seus aportes teóricos e metodológicos, e suas categorias geográficas em relação à Geografia do Turismo.

No segundo capítulo, o trabalho apresenta um debate sobre o estudo do turismo na época contemporânea. Conta com uma discussão sobre estudos do turismo litorâneo, considerações históricas norteadoras para o objeto de estudo principal, e define as bases teóricas para o desenvolvimento desta dissertação de mestrado.

No terceiro capítulo é apresentada toda a pesquisa empírica e quantitativa feita para cada espaço turístico litorâneo (Vitória/ES-Brasil e Bahia de Banderas/NAY-México) pertencente ao título desta dissertação, que junto à obtenção das fontes e o trabalho de campo possibilitou entender a situação atual em que se encontra o turismo como um setor econômico, e que nos permitiu elaborar o último capítulo.

No último capítulo desta dissertação, desenvolve-se um estudo que analisa a realidade do turismo litorâneo a partir de considerações obtidas de cada espaço, criando assim uma avaliação atual do estado em termos turísticos, e pensando na geração de novas recomendações que pudessem ser implementadas nos espaços turísticos litorâneos dos dois municípios.

Tecemos algumas considerações finais, porém, em função de transformações que podem ocorrer a qualquer momento, as quais impliquem numa maior ou menor dinâmica do turismo nessas cidades, a pesquisa certamente demandará continuidade, ou seja, ela não se encerra aqui.

Tabela 1 Principais fontes Federais, Estaduais, Municipais e Organismos Internacionais a Consultar

Brasil		ORGANISMOS INTERNACIONAIS		México	
FONTE	DESCRIÇÃO GERAL	FONTE	DESCRIÇÃO GERAL	FONTE	DESCRIÇÃO GERAL
<b>MTUR</b>	Estúdios da demanda internacional, principais destinos de turismo no Brasil, número de turistas, turismo local, nacional e internacional, chegadas internacionais.	<b>Organização Mundial do Turismo (OMT)</b>	Estadísticas, Estudos, Rankings, sob o Turismo na escala mundial, além de tendências	<b>Secretaría de Turismo (SECTUR)</b>	Estadísticas, estudos do turismo em México, informações sobre os destinos, tendências sob o desenvolvimento de México em matéria turística
<b>IBGE</b>	Estadísticas populacionais, demografia do Brasil, migração, economia do turismo.	<b>International Air Transport Association (IATA)</b>	Estadísticas de voo, Internacionais, locais, Aeroportos, e viagens	<b>Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)</b>	Estadísticas demográficas e econômicas do México
<b>SETUR-ES</b>	Estudos de Gerenciamentos, gestão, estudos, marketing, e administração do turismo Espírito Santo, dados de parcerias institucionais e privados, programas de fomento ao turismo, viabilização de recursos para investimentos	<b>Confederación de Organizaciones Turísticas de America Latina (COTAL)</b>	Promoção das ofertas turísticas da América Latina e dados correspondentes de cada uma delas	<b>Secretaría de Turismo de Nayarit (SECTUR)</b>	Políticas públicas, e programas turísticos que oferta o estado de Nayarit
<b>Secretaria de Turismo, Trabalho e renda de Vitória (SEMOTRE)</b>	Planos de Turismo Municipais, conhecimentos das políticas e diretrizes Municipais, programas de desenvolvimentos do plano de Turismo 2008/2016, ofertas locais	<b>Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA)</b>	Informação sobre eventos e uma rede a nível global de eventos das agências de viagens	<b>Dirección de Turismo de Bahia de Banderas</b>	Estadísticas, promoção e ofertas do Turismo no município de Bahia de Banderas,
<b>ABIH – ES – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Espírito Santo</b>	Estudos da demanda de quartos /hotel, número de quartos que conta o município, afiliações de hotéis dentro de Vitória			<b>Fondo Nacional del fomento al Turismo (FONATUR)</b>	Projetos turísticos, promoção dos destinos turísticos em México

Fonte: Elaboração própria do autor

# 1 GEOGRAFIA E TURISMO: APROXIMAÇÕES

## 1.1 GEOGRAFIA E TURISMO – CONSIDERAÇÕES HISTÓRICAS

Esta dissertação, com fundamento geográfico, tem como pilar principal a análise do turismo em espaços litorâneos, mas também, é importante apresentar aportes correlativos entre a geografia e o turismo, para obter maior noção dessa relação. Neste item são apresentadas considerações históricas do contato entre as duas áreas.

A geografia e o turismo constituem-se em realidades intrinsecamente relacionadas, de acordo com estudiosos de ambas as áreas. As abordagens da geografia são variadas, enquanto o turismo é uma vertente relativamente recente no âmbito da ciência geográfica, constituindo-se em um fenômeno sócio espacial, que transforma o espaço e a paisagem (VIEIRA, 2012). Ainda não há uma data precisa de quando se iniciou a abordagem geográfica do turismo, mas existem algumas referências que dão uma ideia de quando começou o interesse de alguns geógrafos pelo turismo.

As primeiras contribuições dos geógrafos europeus, particularmente da escola alemã, datam do século XIX. Com foco, principalmente, na compreensão espacial, a partir do deslocamento de pessoas a um determinado lugar, o turismo formava parte da prática social estrita à elite inglesa e indispensável como parte da educação aristocrática e burguesa (CASTRO, 2006). Na década de 1870, Jovicic (apud, REJOWSKI, 1996) registra os primeiros trabalhos sobre o turismo, em grande parte, tratando de geografia e economia.

Posteriormente, no início do século XX, foram desenvolvidos trabalhos como *“Die Bedeutungdes Fremdenverkehrfür Bayern”* (A Importância do Turismo) de BROUGIER (1902) – considerada uma obra clássica desde o enfoque geográfico até o campo do turismo – e *“Der Fremdenverkehr”* (O Turismo) de STRADNER (1905), onde aparece a terminologia científica da geografia e o turismo pela primeira vez.

A partir da primeira metade do século XX, quando a escola Alemã cunhou o termo “Geografia do Turismo”, houve destaque para trabalhos do turismo com o deslocamento espacial, baseado nas incidências espaciais do turismo daquela época, impactos na natureza; mas pouco percebidos pela população (CASTRO, 2006; RODRIGUES, 1997).

Nessa mesma época, surgem trabalhos que integram o estudo geográfico à pesquisa do Turismo, com obras clássicas que são citadas por REJOWSKI, (1996), como o *“Die Geographischen Bedingungenund Wirkungen des Fremdenverkehrs”* (Condicionantes Geográficos e Efeitos do Turismo) de SPUTZ (1919) – uma das primeiras obras a relacionar as viagens turísticas ao deslocamento espacial, cujo autor refere-se à

[...] “onda de estrangeiros que todos os anos se deslocam em um país”. Por outro lado, entende o turista como parte integrante da paisagem, provocando modificações nos relacionamentos culturais, sociais e econômicos dos países visitados que se refletem sobre paisagem na qual ele (o turista) se integra (REJOWSKI, 1996, p.15).

Nessa mesma tendência, surge a integração do Turismo na Geografia Humana, com o pioneiro e famoso trabalho de Walter Christaller sobre os lugares centrais, publicado em Jena, Alemanha, em 1933. Contudo, foi na década de 1960 que o autor tornou-se renomado, ao consolidar a “Nova Geografia”, obra também chamada “Geografia Teórica e Quantitativa” (ORTEGA VALCÁRCEL, 2000). Nas contribuições históricas sobre os estudos da Geografia e o Turismo, a Escola Alemã contou com diferentes suportes, como a Escola Estoniana, que ajudou a difundir a teoria alemã por meio do geógrafo Edgar Kant, por volta de 1945, estendendo esse conhecimento ao mundo anglo-saxão (HOTTES, 1983).

Na década de 1940, a Geografia do Turismo é considerada parte da Geografia do Transporte e das Comunicações (VERA, 1997). Nesse mesmo período, surgem trabalhos das escolas francesas e inglesas, abordando, principalmente, as interações e os impactos socioculturais entre turistas e anfitriões, como o estudo realizado pela escola francesa, com o geógrafo Frances Capot Rey (1947), que introduz conceitos sobre a geografia da circulação. Surgiram, ainda, as primeiras teses envolvendo a Geografia Francesa e o Turismo, como, por exemplo, o trabalho de Raoul Blanchard (1948) sobre o fenômeno nos Alpes Franceses (VIOLIER, 2001). Nessa mesma década, aparecem algumas contribuições inglesas para a Geografia e o Turismo, destacando-se o trabalho realizado por Gilbert (1949) sobre o estudo das estações balneárias de Brighton (LINDÓN; HIERNAUX; BERTRAND, 2006).

No continente americano, nessa primeira metade do século XX, é quase nula a aparição de estudos sobre a geografia e o turismo. Apesar disso, no resgate de algumas obras encontram-se estudos realizados nos Estados Unidos e no Canadá, como o trabalho de Brown (1935), que incitava a Geografia a contemplar o estudo do Turismo - ideia postergada até os anos de 1960 pela comunidade geográfica americana. O Canadá, por sua vez, aportou um significativo desenvolvimento nesses estudos, como o trabalho de Wolfe (1951), que introduz um grande interesse Geográfico – Turístico, a partir de sua obra intitulada “*Cottaging*” (As Segundas Residências) (HALL; PAGE, 2002).

A região latino-americana, nessa época, apresentava um caráter nulo da Geografia, além disso, o Turismo não representava um tema significativo que pudesse associar-se ao pouco desenvolvimento turístico da região (VERA REBOLLO, 1997).

O enfoque do Turismo na Geografia evoluiu a partir da década de 1960, período em que o estudo do turismo, no âmbito da geografia, respondeu ao acelerado desenvolvimento dos fenômenos ligados à prosperidade econômica, que marcou o período pós-guerra nos países centrais do capitalismo, gerando um grande dinamismo na produção do espaço social mundial (COSTA, 2004).

Um dos trabalhos de maior destaque foi o do norte-americano Lowenth (1962) intitulado “*Tourists and Thermalists*”, o qual analisa um viés pouco conhecido do turismo: as águas termais e sua influência nas

atividades de deslocamento da aristocracia e da burguesia dessa época. Além disso, introduz um importante estudo sobre a necessidade de trabalhar por segmentos, reconhecendo os comportamentos espaciais particulares dos turistas em cada caso específico (LINDÓN; HIERNAUX; BERTRAND, 2006).

Nessa mesma década de 1960, Defert (1966) apresenta um estudo sobre “*um espace distance*” (distância), que separa a residência permanente da residência sazonal, e sobre o “*espace milieu*” (espaço do meio), onde os turistas passam suas férias. Defert é considerado por Pearce (2003) um dos primeiros geógrafos franceses a prestar uma contribuição de destaque à Geografia do Turismo.

No caso do Brasil, as primeiras reflexões e teorizações acadêmicas sob a ótica da Geografia e o Turismo datam a partir de 1970, tendo como marco inicial a tese de doutorado do Prof. Dr. Armando Corrêa da Silva, intitulada “O litoral norte do estado de São Paulo: formação de região periférica” (1975), da Universidade de São Paulo (USP). Centros acadêmicos europeus viviam o auge dessas tematizações geográficas em teses e trabalhos empíricos, assim como nos Estados Unidos, no Canadá, na Nova Zelândia e na Austrália (RIBEIRO DE CASTRO, 2006).

Ainda nesse período, a abordagem geográfica do Turismo foi referenciada pela chamada geografia pragmática e começaram a aparecer as contribuições das geografias crítica, humanista e cultural, com um novo enfoque para o estudo espacial do turismo, contribuindo em sua geração tal como é apresentada na classificação de Vera (1997):

- a) **Geografia Clássica** – desde o naturalismo ou determinismo até o historicismo francês e a tradição corológica alemã, o objeto de estudo concentra-se nas influências que os fatores físicos e antropogeográficos têm sobre o aparecimento e o desenvolvimento do turismo.
- b) **Geografia Neopositivista** – busca as regularidades existentes e a distribuição de fenômenos espaciais, sendo que o turismo e a recreação foram campo de provas para o neopositivismo. Um exemplo foi CHRISTALLER (1955) apud VERA (1997), com a teoria dos espaços centrais, em que a Geografia Neopositivista começa a teorização do ócio e do turismo e sua produção econômica na organização do espaço.
- c) **Nova Geografia – Geografia Radical (Crítica), Geografia Humanista, Geografia Regional** – renega o pensamento positivista que considera os comportamentos espaciais como a expressão concreta das necessidades reais de determinados grupos humanos no campo do ócio. Entretanto, a Geografia Humanista não se destacou na sistematização teórica do espaço turístico. A nova dinâmica da sociedade pós-industrial afeta os novos comportamentos turísticos.
- d) **Geografia Pós-modernista** – influi no pensamento de planejamento e apreensão e estudo do fenômeno turístico, acabando por influenciar os fundamentos da Geografia do Turismo e sua Perspectiva Evolutiva.



O ano de 1972 é considerado histórico para o estudo da Geografia e Turismo, já que foi criado o “*Grupo de trabalho de Geografia e Turismo, Ócio e Recreação*” dentro da União Geográfica Internacional (UGI). Em 1980, como resultado de mudanças ao longo dos anos, o grupo passou a ser “*Comissão de Geografia do Turismo, Ócio e Recreação*”, até chegar à atualidade conhecida com o nome de “*Comissão de Geografia do Turismo, Recreação e Mudança Global*” (ALBACH; GÂNDARA, 2011).

Uma das características nessa época foi que: a partir da observação na linha de investigação da Geografia do Turismo, centrada em novos empreendimentos, planejamento e ordenamentos turísticos, a participação do Estado foi um fator urbanizador e promotor do desenvolvimento turístico - como é o caso do México - onde o Estado começou a ser o produtor direto de novos espaços turísticos (HIERNAUX, 1999).

Na década de 1980, a geografia do turismo já era tratada como um dos aspectos da geografia do lazer, na qual o deslocamento das multidões para o aproveitamento desse tempo representava a mais ativa e moderna forma de locomoção. Além disso, os tipos de turismo diferiam, simultaneamente, pela forma de atividade turística, afetados pela nova dinâmica pós-industrial, tal como é mencionado na Geografia Humanista (COSTA, 2004).

Dando continuidade a esse marco histórico, em 1995, no Brasil, teve início um marco da pesquisa na área de Geografia do Turismo, quando houve a realização de um Seminário Internacional “*Sol e Território*”, que reuniu pesquisadores latino-americanos e europeus. A partir desse evento foram gerados três livros: “*Turismo e Geografia. Reflexões teóricas e enfoques regionais*”; “*Turismo: impactos socioambientais*”; e “*Turismo: espaço, paisagem e cultura*”, organizados por Eduardo Abdo Yásigi, Ana Fani Alessandro, Carlos, e Rita de Cássia Ariza da Cruz. Tal evento deu origem ao I Encontro Nacional de Turismo com Base Local - ENTB, em 1997 (RIBEIRO DE CASTRO, 2006).

### 1.1.1 Geografia do Turismo na sociedade contemporânea

Sem dúvida, o turismo tornou-se uma atividade econômica que mudou o mercado dos serviços, e junto à sociedade passou por uma série de mudanças nos últimos anos. No final do século XX e início do século XXI aconteceram mudanças geográficas, políticas, econômicas, sociais e culturais, começando com a chamada revolução digital que se iniciou na década de 1950, com base na microeletrônica (SROUR, 2012).

A revolução digital surge a partir da criação da rádio, da televisão, do telefone e do computador, sendo este último um símbolo de mudança na sociedade contemporânea, considerado o motor da sociedade da informação, extinguindo a distinção entre processamentos e difusão de conhecimentos (KUMAR, 1997). A partir das novas tecnologias, o turismo é colocado como atividade chave na economia, com a

difusão de destinos e a fácil obtenção e o intercâmbio de informações sobre lugares, que até então eram destinos poucos conhecidos.

O turismo, em conjunto com essas tecnologias, como as telecomunicações, deixou de ser apenas um complexo socioeconômico para se tornar uma das forças transformadoras do mundo pós-industrial, ajudando a redesenhar as estruturas mundiais e a criar novos blocos econômicos a partir de suas atividades (TRIGO, 1998).

Em sentido amplo, o objetivo dos turistas contemporâneos é experimentar algo diferente de sua experiência doméstica cotidiana (GRABURN, 1978). Com base nisso, cria-se controvérsia com um paradigma na sociologia do turismo, o qual afirma que o turismo está criando, basicamente, um mecanismo compensatório, em contrapeso às insatisfações que se encontram na base da vida moderna. Assim, o homem moderno, através do turismo, é dirigido pela procura da “autenticidade”, desaparecida da sociedade original, e assim, procura encontrá-la em outros lugares (MACCANNELL, 1973). Para complementação a respeito da relação na sociedade atual, vemos que:

A sociedade atual é desorganizada e inseparável de um processo de relançamento subjetivo permanente por meio da multidão de propostas que renovam as esperanças de felicidade. Quanto mais decepcionante é a sociedade, mais meios colocam para re-oxigenar a vida. (LIPOVETSKY; RICHARD; MOYA, 2008).

Assim, para entender o turismo do século XXI e suas características, como a oferta, a demanda e o comportamento, é necessário compreender o sistema formador do turismo, onde são produzidos e reproduzidos os sistemas econômicos, político-ideológicos, sociocultural, tecnológico e cronológico, parte do sistema social dominado pelos conceitos de globalização, risco e pós-modernidade (ÁLVAREZ SOUSA, 2004). Além disso, vale considerar uma série de mudanças que está afetando aos distintos sistemas da vida social, como o consumismo, tendo, conseqüentemente, influência no Turismo (ALVARIÑO, 2010).

A segmentação e a individualização do consumo traduzem-se na oferta que se dirige de maneira praticamente individualizada aos membros de cada mercado turístico, associando o consumo de determinados bens ao grupo de referência (FRANÇOISE, 1996). Em um consumo mais específico e perfilado, criam-se nichos de consumos mais significativos do que as comunidades de produção próprias da era contemporânea. Desse modo, as empresas turísticas e suas políticas de publicidade têm assumido essa realidade de um mercado cada vez mais segmentado e especializado, já que agora os núcleos de mercado se definem por essas diferenciações (ALVARIÑO, 2010).

Para a sociedade contemporânea, são as marcas, os sinais e o valor simbólico associado que criam as etiquetas de “classe”. Desse modo, o que realmente passa a classificar não é o consumir ou não, mas sim a diferenciação em base nas distintas formas de acesso ao consumo de viagem. O acesso ao consumo, em suas diferentes formas, constitui um elemento determinante do grau de inclusão social (PAQUOT, 2005).

Desde o início do século XXI, o turismo está experimentando um conjunto de potentes e complexos processos relacionados aos radicais avanços tecnológicos, econômicos e sociais (POON, 1993). Dentre essas mudanças estão o desenvolvimento de novas tecnologias, a globalização, mudanças nas referências culturais, no sistema produtivo etc. A influência na vida cotidiana tem levado a mudanças nos padrões de consumo, em que o consumo turístico não tem feito mais do que refletir a uma mudança na vida comum, onde se produz no turismo um processo de diferenciação, sobretudo no cultural, caracterizado no consumo de sinal e no significado (BOURDIEU, 1998).

## 1.2 Contribuições teóricas – Metodologias da geografia do turismo

Para a abordagem da Geografia do Turismo é importante relacionar elementos geográficos turísticos, já que a pesquisa das duas áreas evidencia uma constituição de caráter multidisciplinar.

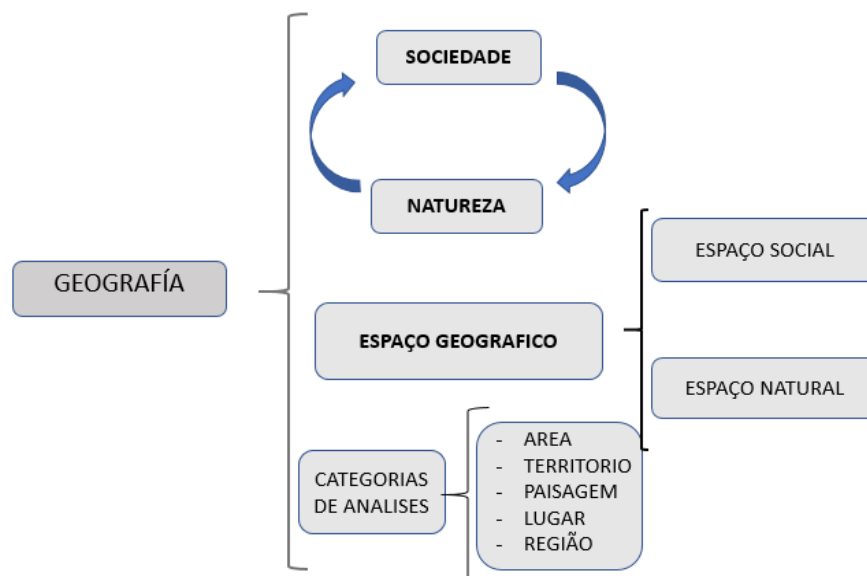
A Geografia, a partir da perspectiva humana, apresenta diferentes abordagens, como a “*Geografia da Saúde*”, a “*Geografia das Religiões*”, a “*Geografia da Percepção*”, catalogadas como ramos da Geografia Cultural, que engloba a Geografia do Turismo – abordada desde o século XIX por obras, principalmente, da Geografia Alemã (ALBACH; GÂNDARA, 2011).

No princípio do século XIX, na Grã-Bretanha, praticava-se uma atividade chamada “Grand Tour”, que consistia em viagem continental realizada por jovens *lords* ingleses, como complementação de sua educação. Com essa atividade começou-se a utilização do vocábulo “*Tourist*” para aqueles que a praticavam. A partir de 1811, a palavra “*Tourism*” passou a ser a teoria e a prática da viagem, tendo como motivação principal o prazer (LANQUAR, 1986), até converter-se ao sentido contemporâneo: um fenômeno socioeconômico, de caráter complexo, multifacetado, que apresenta um caráter multidisciplinar e interdisciplinar que lhes são característicos, ligados ao lazer e às viagens (VIEIRA, 2013).

A dualidade entre a Geografia e o Turismo leva a uma relação de complementaridade com suas definições interdisciplinares. Estudiosos dessas áreas, assim como Morin, (2000), afirmam que “A Geografia é uma ciência multidimensional, e complexa por princípio uma vez que abrange a física terrestre, a biosfera e as implantações humanas”. Na ótica de Pearce, (2003), a Geografia é “uma ciência de abordagem plural, à vista de seus ramos críticos, humanistas, pragmáticos e clássicos”.

Na seguinte figura 2 mostra-se a interpretação do estudo geográfico, desde a perspectiva própria do autor desta pesquisa, com características e o objeto de estudo principal.

**Figura 2: Estudo Geográfico**



Fonte: Elaboração própria.

O desenvolvimento de propostas metodológicas para o estudo geográfico do ócio, como o turismo, foi acontecendo ao mesmo tempo em que o crescimento de paradigmas de algumas disciplinas, como o Geográfico - paisagístico e social – distância, gerando aproximação mais profunda entre essas ciências (VERA REBOLLO, 1997).

A crescente relação gerada da dualidade entre essas ciências originou o estudo de diferentes autores a partir da abordagem geográfica, como o que assinala Rodrigues (2001) na formulação da pergunta: “A Geografia serve para entender o turismo ou o turismo serve para entender a geografia?”, apresentando a seguinte resposta:

A Geografia do Turismo serve para alimentar e irrigar a reflexão na geografia. O contrário também é válido – é necessário aprofundar-se na reflexão geográfica para entender o fenômeno no turismo, contemplando sua natureza complexa e multifacetada, percorrendo os campos ecológico, sociológico, antropológico, psicológico, cultural, político, jurídico, ideológico com significativas incidências espaciais (RODRIGUES, 2001, pag. 95).

Para Rejowski (2001), a Geografia e o Turismo envolvem uma relação direta, e destaca que:

A Geografia é uma das poucas disciplinas em que o Turismo tem sido reconhecido como área de interesse e, como tal, vem sendo estudado sob a denominação Geógrafa do Turismo, Geografia Turística e Geografia da recreação ou Geografia Recreacional (REJOWSKI, 2001 pag. 19).

A relação entre essas disciplinas tem gerado enfoques para o entendimento do turismo desde a ótica do geógrafo, como faz menção Silveira (2002):

Uma atividade que consiste no deslocamento de pessoas provisório e limitado no tempo e no espaço, de tal modo que não implica na transferência do local habitual de

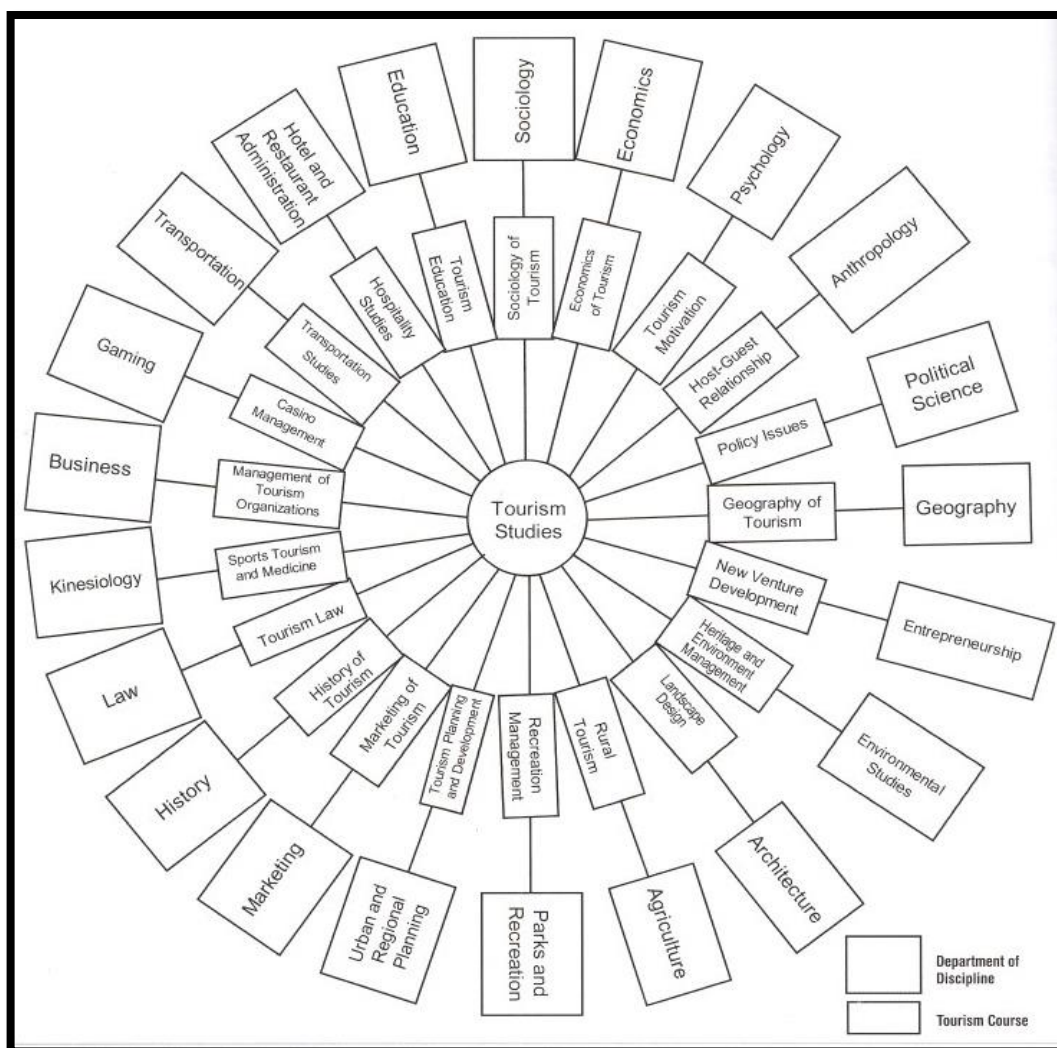
residência, e que possui motivações diversas (que podem ir do simples lazer, passando pela curiosidade, educação, saúde, cultura, aventura, indo até aspectos de ordem profissional e religiosa), e que tem, por um lado como subjacente ao aproveitamento desse tempo de deslocamento, um desejo de evasão por parte do ser humano do seu território cotidiano e, por outro lado, a busca por novos espaços e culturas de forma mais ou menos vinculada, e que não deixará de produzir efeitos de ordem econômica, social, cultural e ambiental. Por tanto, entende-se o turismo como uma atividade que também produz e consome espaços sendo responsável por novas territorialidades (SILVEIRA, 2002, p. 21).

Uma das características do turismo é sua história epistemológica conflitante, por estar entre as ciências naturais, humanas e sociais. Esse conflito epistemológico é pertinente, pois possibilita discussão profunda na construção de seu referencial, categorias de análises, objeto de estudo e conceitos-chave (ALVES; SALES, 2010). O turismo apresenta vários enfoques e disciplinas relacionados a ele, tal como é apresentado na figura 2, idealizada por Jafari; Ritchie (1981), em que destaca a Geografia do Turismo como abordagem para o estudo desse fenômeno.

As disciplinas que incorporam diferentes áreas possibilitam que a Geografia e o Turismo tenham perspectivas teóricas semelhantes em marcos conceituais, mas com objetivos distintos. Uma das fórmulas mais aceitas é idealizada por Lew (2001), editor da revista *Tourism Geographies*, que diz: “A Geografia do turismo é o que fazem os geógrafos do Turismo”, afirmação que pode ser entendida como a “Prova” do que tem sido produzido pelos geógrafos (LINDÓN; HIERNAUX; BERTRAND, 2006).

No cenário global, Santos (1998) destaca que as possibilidades e as necessidades da interdisciplinaridade se tornam mais eficazes, e o estudo do espaço assume um importante papel: “*ele cristaliza os momentos anteriores e é o lugar de encontro entre esse passado e o futuro, mediante as relações sociais do presente que nele se realizam*” (SANTOS, 1998 p. 22).

**Figura 3: O caráter interdisciplinar do turismo**



Fonte: compilada de Jafari, Jafar e Ritchie (1981).

Dentro da importância do espaço e o fato da interdisciplinaridade na abordagem da Geografia e do Turismo, estudos inovadores e articulados às contribuições oferecidas por outras ciências sociais como a Economia, Sociologia e a Ecologia, com vistas ao entendimento da dinâmica turística no espaço geográfico, são propostos pelo geógrafo Vera, (1997) que analisa os seguintes pontos:

- Os efeitos espaciais da atividade turística, principalmente aqueles relacionados ao impacto ambiental como efeitos desfavoráveis ou a valorização social do meio ambiente.
- Melhor adequação nas análises do estudo do fenômeno, nas quais a escala regional se refere à distribuição das áreas turísticas, como a localização de recursos, infraestrutura e recursos turísticos; o potencial e o diagnóstico; os impactos e as implicações do modelo territorial; a prática dos agentes sociais e os protagonistas responsáveis pela produção do espaço turístico; os aspectos paisagísticos e morfológicos em transformação; à avaliação dos impactos ambientais; à comunidade local, entre outros.

- A competência territorial que pode ser vista de vários ângulos, um deles é que qualquer lugar é passível de desenvolvimento turístico. Desse modo, o turismo pode ser um instrumento de produção de novos espaços e de desenvolvimento territorial. Outro ângulo se refere à inserção do turismo em meio produtivo e natural onde ele se desenvolva.

### 1.3 Abordagem Geográfica do turismo: Espaço, Paisagem, Território

Por esta dissertação fundamentar-se teoricamente em uma linha de pesquisa geográfica, são consideradas importantes as análises de algumas abordagens geográficas que têm relação e proximidade com o turismo. Categorias que geram aporte para o desenvolvimento de fontes teóricas. Tendo origem de concepção de ambos os termos, onde aparecem diferentes conceitos geográficos que são estudados e analisados na procura da gênese geográfica do turismo.

Os tópicos a seguir apresentam o desenvolvimento de uma abordagem teórica fundamentada em diferentes conceitos geográficos relacionados ao estudo da geografia e do turismo.

#### 1.3.1 Turismo e Espaço

O conceito do espaço geográfico, a partir da intervenção das ações do ser no mundo, é percebido quando a sociedade se transforma e se dinamiza com uma mesma velocidade e proporção, resultando em simultâneas trajetórias em construção. A especialização entre o turismo e o espaço representa a capacidade de renovação e inovação de ideias, produtos e serviços associados ao deslocamento geral e transmissão de informações, que extrapolam as capacidades humanas. Essas práticas sociais, assim como o turismo, emergem de uma atuação pragmática de caráter econômico (DE PAULA GARCIA, 2013).

O espaço é o principal objeto da geografia, onde as relações do homem são expostas em seu modo de vida, seus anseios e suas necessidades. O espaço geográfico é definido como a superfície da terra enquanto morada, potencial ou fato do homem, sem o qual tal espaço não poderia ser pensado (ALBACH; GONÇALVEZ, 2011). O espaço e o turismo geram uma relação na esfera global que é amplamente discutida sob o rótulo da globalização, que vai ao encontro da homogeneização da produção e universalização do mercado, com os lugares e suas singularidades específicas como cultura, costumes e identidade, de acordo com o dito por Menezes e Guedes (2011):

O discurso midiático transmite as informações e conteúdos simbólicos e termina por influenciar as relações dos indivíduos e das sociedades. É justamente pelas peças das comunicações mediadas que os objetos recebem significação que se tornam essenciais. Assim, a mídia pode determinar nossa percepção sobre os fatos, normas e valores da sociedade (Menezes; Guedes, 2011 p. 101).

Para Santos (1998), o espaço apresenta-se sob quatro aspectos interligados: forma, função, estrutura processo, sendo que o espaço turístico reflete às relações do homem com as viagens e as estruturas

necessárias. Nesse sentido, Rodrigues (1999) e Albach (2010) desenvolvem explicações de cada um deles no campo do turismo:

- **Forma:** expressa a fisionomia do espaço, na abordagem da forma apreende-se o arranjo dos objetos, ou seja, o padrão espacial. No turismo, esse é representado nos ambientes urbanos (setores, bairros) e rural (áreas de proteção permanente, áreas agricultáveis, áreas de criação animal). No ambiente rural se desenvolve o turismo rural, o ecoturismo, turismo de aventura, cultural, sol e praia, lazer e náutico. A forma estabelece também a mobilidade nesse espaço: rotas, roteiros, fluxos locais, regionais, nacionais e internacionais.
- **Função:** propõe a decomposição do espaço turístico em seus elementos: oferta demanda transporte, serviços, infraestrutura básica. Mediante análise sincrônica, procura-se captar a participação de cada um na totalidade espacial em certo momento, ou seja, em um tempo determinado, a partir dos atrativos turísticos e de seus equipamentos, pode-se observar a função turística. No urbano, podem-se observar os segmentos do turismo que tendem a se desenvolver: Turismo de negócios, de eventos, de cultura, de lazer, religioso e de saúde, no ambiente rural, turismo de aventura, ecoturismo, náutico, sol e praia.
- **Estrutura:** expressa ações e interações recíprocas entre os elementos, enfocando a mútua dependência entre as partes e o todo, isto é, a funcionalidade espacial. É exemplificada nos elementos da oferta turística como a infraestrutura de apoio ao turismo, serviços e equipamentos turísticos.
- **Processo:** corresponde a uma categoria de análise diacrônica, objetivando investigar a evolução da estrutura. Capta o dinamismo do espaço que pode apresentar fases de estabilidade e reformulação. É mostrado por meio da história, da política, da sociedade e dos impactos, influenciando e sendo influenciado pela produção do turismo no espaço.

Massey (2008), em sua perspectiva, considera o espaço pelo conteúdo como questão principal e não a forma espacial das relações por meio das quais o espaço é construído; no turismo, a forma assume relevância à medida que a sociedade atribui significados compartilhados em grande proporção.

Na abordagem da Geografia do Turismo existem diferentes geógrafos que estudam o fenômeno espacial e sua relação com o turismo, tal como é mencionado por Cruz (2003) “*O principal objeto de consumo do turismo é o espaço geográfico*”.

Na ótica geográfica, a definição de um espaço turístico é extremamente valiosa, já que aprofunda o estudo nas relações que podem vir a ser de uso para o planejamento e a organização da atividade turística, oferecendo elementos para o estudo dos impactos do turismo em seus aspectos sociais, ambientais, políticos e econômicos (ALBACH; GONÇALVES, 2011). A ordenação turística é a busca conveniente dos meios existentes no espaço para a ótima realização de propostas referentes às atividades turísticas (CASTROGIOVANNI, 2000).



Algumas das discussões teóricas do espaço turístico nas pesquisas brasileiras aparecem com Boullón (2002), o qual define espaço turístico como:

A conseqüência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, é a matéria – prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de quaisquer países. (BOULLÓN, 2002 p. 79).

A definição do espaço turístico, com base no estudo do espaço geográfico, mostra-se complexa, já que devem ser observadas as áreas de dispersão (emissoras) e as áreas de atração (receptoras), uma vez que nelas se manifesta materialmente o espaço turístico, sendo os elementos que compõem o espaço os seres humanos/sociedade, as firmas, instituições, o meio ecológico e as infraestruturas (RODRIGUES, 2001).

No estudo do espaço turístico e sua relação com os grupos sociais das áreas de atração (receptoras) surge maior interesse da análise geográfica do espaço vivido de um grupo, onde, a partir da incorporação de práticas vivenciadas rotineiramente, as demandas e razões globais das redes turísticas se caracterizam como importante e complexo fenômeno social do turismo, originando encontros que conduzem experiências diversas, como a vivência espacial do visitante e do receptor (SOUZA, 1997). Um dos melhores exemplos dessa relação entre o espaço geográfico e o espaço turístico é encontrado nos estudos de ALBACH (2010), que junto aos elementos definidos por SANTOS,(1998), como componentes de espaço, são mostrados no quadro 2.

A intensa criação e recriação do espaço para atender a uma chamada específica do turismo, cria um significado à análise dessa atividade por parte da ciência geográfica, cujos parâmetros teóricos subscrevem em estudos sobre a construção social do espaço. Os estudos da geografia do turismo avançaram no tratamento dos fenômenos espaciais, principalmente, dos espaços receptores por ocorrer nesses a realização efetiva da produção e do consumo desse fenômeno (RODRIGUES, 1997).

Desde a perspectiva da construção social, os espaços turísticos encontraram-se representados na geografia por um conjunto de fixos e fluxos delineados em um sistema de objetos e em um sistema de ações que estão unidos de forma indissociável. (SANTOS, 2002).

A partir da tabela anterior é possível mostrar o conjunto de fixos, que são representados pelos hotéis, hospitais, lojas. Tal conjunto de fixos é estabelecido ao longo das estradas que levam a lugares turísticos – criando os trechos dos fluxos, representados, principalmente, pela demanda turística, já que são o resultado da informação do sistema de ações do turismo, justamente ações que precisam de fixos. Todos esses sistemas correspondem a categorias analíticas internas ao espaço do turismo, as quais se podem indicar quatro mais relevantes: a paisagem, a configuração territorial, as rugosidades e as formas-conteúdo, que juntas expressam as funcionalidades, as formas, as estruturações e os processos (SANTOS, 1985).

**Quadro 1: Relação entre Espaço Geográfico e Espaço Turístico**

<b>Espaço Geográfico</b>	<b>Espaço Turístico</b>
Seres Humanos/Sociedade	Demanda turística. População residente. Representantes de instituições públicas, privadas e do terceiro setor ligados ao turismo.
Firmas	Meios de Hospedagem Empreendimentos de alimentação Agências e operadoras de turismo Transportadoras turísticas Espaços para eventos Serviços de lazer e entretenimento Empresas de marketing e promoção
Instituições	Superestrutura turística – instituições reguladoras e normatizadoras da atividade (OMT – Organização Mundial do Turismo, OMC – Organização Mundial do Comércio, Ministério do Turismo, Embratur – Instituto Brasileiro do Turismo, Secretarias Estaduais e Municipais de Turismo, Entidades da Classe Turística, etc).
Infraestrutura	Serviços públicos Transporte e acessos Comunicação Segurança Educação Saúde
Meio Ecológico	Base física do trabalho humano Questões dos ecossistemas e do turismo sustentável

Fonte: adaptado e reorganizado pelo autor a partir de Albach (2010, p. 37).

### 1.3.2 Turismo e Paisagem

A paisagem, assim como o turismo, sofre constantemente alterações a partir da interferência antrópica, apresentando um dinamismo nas formas que se sobrepõem entre passado e presente. Consiste em um dos conceitos da ciência geográfica, sendo uma categoria da Geografia clássica, o conceito começou a ser utilizado pela escola alemã, pelo geógrafo Alexander Von Humboldt, para caracterizar os quadros naturais do espaço geográfico (ALVES; SALES, 2010).

No século XX, o conceito de paisagem fortaleceu-se com obras de La Blache, que relacionou os elementos culturais e humanos, já que o conceito ficou por muito tempo somente associado aos aspectos naturais e físicos (CASTRO, 2006). Essa definição foi apoiada pelo geógrafo americano Sauer (1998), que cria um significado conceitual da paisagem:

Uma forma da terra na qual o processo de modelagem não é de modo algum imaginado como simplesmente físico. Ela pode ser, portanto, definida como uma área composta por uma associação distinta de formas, ao mesmo tempo físicas e culturais (SAUER, 1998 p. 23).

Nos trabalhos sobre o estudo da paisagem na Geografia, existem muitas contribuições de diferentes autores, como SANTOS (1998), que esclarece a diferenciação entre o espaço e a paisagem, definindo a paisagem como a materialização expressa por meio de objetos materiais e não materiais de um instante da sociedade, enquanto o espaço contém movimento e resulta do casamento dessa sociedade como a paisagem, resultando em uma complementação e oposição dos dois conceitos.

Para compreender a paisagem é necessário compreender os fatores morfológicos, ambientais e fisiológicos, e também adicionar o corpo humano como tal, assim como as determinações culturais, sociais e históricas da percepção, enfim, tudo aquilo que constrói a subjetividade humana (YAZIGI, 2002).

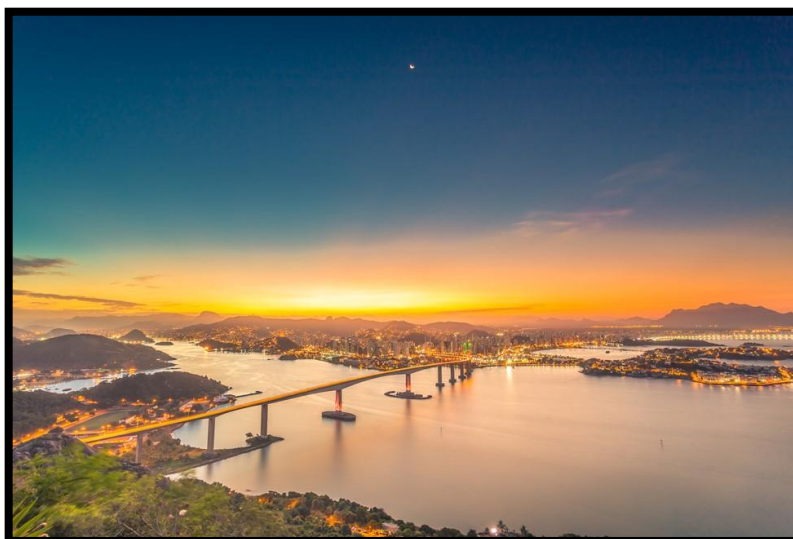
Com as rápidas mudanças no mundo, junto à globalização, o turismo destrói barreiras e ultrapassa obstáculos, influencia diretamente as mudanças e as transformações do espaço, como mercadoria de satisfazer desejos (CARLOS, 2004), sendo um fenômeno social que, fundamentalmente, consome espaço por meio de sua apropriação, em formas de consumo. O turismo como atividade humana é a única que aproveita o espaço por seu valor paisagístico e por suas condições ambientais que prevalecem (CRUZ, 2002).

Para o entendimento da relação do turismo com a paisagem é importante conhecer os aspectos que auxiliam na compreensão desse fenômeno a partir da perspectiva turística, sendo a paisagem reconhecida por seu valor estético e exótico para essa atividade. Baseado nessa perspectiva, Bullon (2002) define a paisagem como:

Uma qualidade estética que os diferentes elementos de um espaço físico adquirem apenas quando o homem surge como observador animado de uma atitude contemplativa dirigida a captar suas propriedades externas, seu aspecto, seu caráter e outras particularidades que permitam apreciar sua beleza ou feiúra (BOULLÓN, 2002 p. 120).

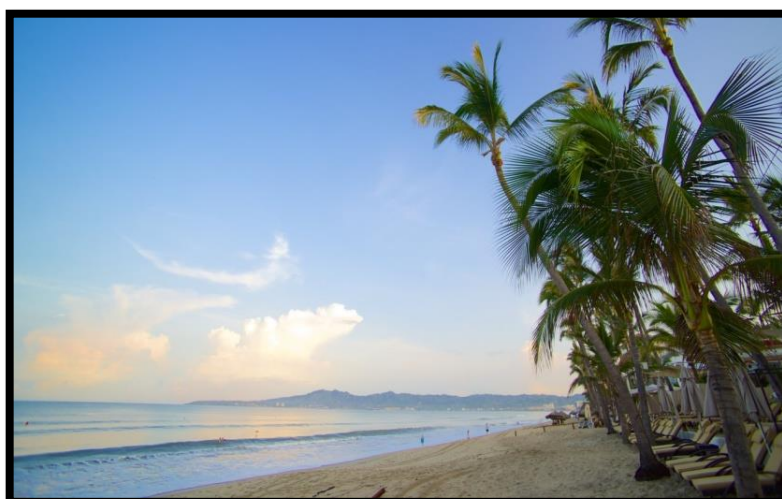
A paisagem atua como influência entre a relação do turista com o espaço, convertendo-se em um recurso primordial do destino, onde o maior canal de acesso e de promoção dessa oferta é a internet, que desenvolve um importante papel na configuração da paisagem como o elemento de principal motivação para o turismo (ver Figura 3), sempre quando a informação é bem utilizada pelos promotores turísticos (VIEIRA, 2013).

**Figura 4 : Vitória ao anoitecer**



Fonte: SETUR- ES, (2016) Foto: Yuri Barichivich, acesso 25/06/2017

**Figura 5 Praia de Bahia de Banderas (México)**



Fonte: acervo do autor. (2016)

Nas figuras anteriores é possível perceber a utilização da paisagem como promotora de um destino, na imagem de Vitória percebe-se a exploração da paisagem de um ângulo que gere uma sensação otimista do que oferece o destino, a imagem foi utilizada pela Secretaria de turismo do estado do Espírito Santo, como parte de uma campanha de marketing da cidade no ano 2016. Por outra parte, apresenta-se uma fotografia própria do acervo do autor de uma praia do município de Bahia de Banderas, pertencente à praia de San Francisco, onde é possível perceber outro modo de “incentivar” o olhar do visitante para a paisagem e, assim, gerar uma sensação agradável do lugar.

A partir de novo uso na exploração, a paisagem permitiu-se gerar valor a espaços menos valorizados, como os desertos, as praias e as montanhas, adicionando-lhes um valor agregado, pois nem sempre

foram considerados atrativos ou percebidos como tal. Assim é como a paisagem converte-se em um fator extremamente importante para o turismo.

A paisagem pode ser compreendida como a representação simbólica do espaço, resultante do olhar humano, possibilitando seu uso como recurso na atividade turística. Nela, o turista encontra o primeiro elemento visível do espaço que deseja visitar (ver Figura 4), sendo um fator determinante em sua escolha final (ALVES; SALES, 2010).

### 1.3.3 Turismo e Território

Outro conceito fundamental à abordagem da geografia do turismo é, sem dúvida, o território, já que resulta em fator importante na atividade turística. No contexto da globalização, por exemplo, o turismo cada vez vai ganhando mais espaço como agente econômico entre espaços nunca antes explorados, gerando uma nova ordem territorial dos espaços, a partir dos agentes turísticos envolvidos, para assim desenvolver essa atividade.

Na perspectiva da globalização, o território é definido por Santos (2002) como:

O conjunto de sistemas naturais mais os acréscimos históricos materiais impostos pelo homem. Ele seria formado pelo conjunto indissociável do substrato físico, natural ou artificial, e mais o seu uso, ou em outras palavras, a base técnica mais as práticas sociais, isto é, uma combinação de técnica e de política. Os acréscimos são destinados a permitir, em cada época, uma nova modernização, que é sempre seletiva (SANTOS, 2002 p. 87).

A partir dessa ótica, os novos territórios que são incorporados à globalização do turismo tendem a competir com os tradicionais e hegemônicos destinos de sol e praia, oferecendo experiências alternativas, sem ter uma espacialização pré-determinada, mas distribuindo-se de maneira difusa no território, tal o caso do turismo rural, do ecoturismo e do turismo de aventura (VERA, 1997).

O território está intrinsecamente relacionado com as palavras poder ou política, já que sua definição parte de diferentes questões espaciais que dão lugar ao poder, tal como faz menção Souza (1995, p. 77) “*o território é fundamentalmente um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder*”. Dessa forma, o território converte-se em espaço de caráter flexível, já que segundo a perspectiva do autor “*os territórios são construídos e desconstruídos socialmente, tendo um caráter permanente, mas também pode ter uma existência periódica ou cíclica*”.

Na abordagem política, a organização do território contribui para o funcionamento do sistema que define os lugares e os itinerários, destinos e produtos onde o território é articulado por imagens e representações, produzindo, induzindo, dissuadindo e provocando um deslocamento turístico a partir de políticas implícitas ou explícitas subjacentes (MANTERO, 2010).

Nesse contexto, os governos são influenciados pelo modelo neoliberal de produção, que junto aos agentes sociais do turismo são os responsáveis pelo ordenamento territorial, a partir dos interesses governo-empresariais, para a captação de capital, procurando maior lucratividade. Desse jeito, o

território converte-se em um dos principais pilares nos processos de ordenamento das formas de desenvolvimento dos destinos turísticos (FRATUCCI, 2014).

Nos estudos territoriais do turismo analisam-se as transformações que o turismo provoca nos destinos. Esses estudos têm duas vertentes principais: a abordagem da perspectiva positiva, defendendo sua potencialidade para o desenvolvimento; e a perspectiva negativa, onde reclama os impactos negativos para os espaços onde se pratica o turismo. A vertente positiva é fortemente influenciada pela potencialidade econômica, como a valorização territorial. O enfoque negativo está mais presente do lado social e envolve críticas, a partir dos problemas gerados por essa territorialização turística ( DE KADT, 1984; DOUGLAS, 1988).

O ordenamento territorial ou “territorialização”, como parte do enfoque positivo, permite a valorização do território, que gera e apropria rendas. Uma ferramenta de valorização territorial é o patrimônio, o qual consiste em elemento único e não reproduzível, que com a ajuda do marketing pode ser comercializado, gerando valorização do território onde ele se encontra. Ainda que seja de caráter público, sua condição de objeto fixo ao espaço permite o controle privado do acesso, por meio da propriedade privada do solo. Caso não seja possível, como os parques nacionais, o controle se volta ao equipamento e à infraestrutura necessários para o desfrute turístico do patrimônio (BERTONCELLO, 2000).

A partir de um enfoque negativo, pelo qual trata-se de reconhecer os problemas gerados no aspecto social, Idea Knafou (1996) propõe um conceito à atividade turística e à prática social, sendo proposto como: “*territórios inventados e produzidos pelos turistas, retomados pelos operadores turísticos e planejadores*”. Nesse conceito acontecem os conflitos territoriais gerados entre os turistas e os anfitriões, classificados abaixo:

Há diferentes tipos de territorialidades que se confrontam nos lugares turísticos: a territorialidade sedentária dos que moram frequentemente, e a territorialidade nômade dos que só passam, mas que não têm menos necessidade de se apropriar, mesmo fugidamente dos territórios que frequentam (KNAFOU, 1996 p. 64).

O território do turismo é, portanto, a soma dos territórios dos turistas, dos agentes do mercado, do poder público, dos trabalhadores da atividade (diretos e indiretos) e do território da população local dos destinos turísticos. O turismo gera novos territórios ao promover inovações relacionadas à infraestrutura energética, transportes e comunicações, valorização do solo urbano – ao impactar na cultura da comunidade local, resultando em uma série de impactos positivos e negativos. Nos processos de planejamento e de gestão desses territórios, é condicionante a contemplação das relações e interações que se estabelecem entre os territórios de cada agente social, pois é a partir delas que se estabelece o território do turismo, em sua concretude e em sua totalidade (CASTRO, 2006; FRATUCCI, 2014).

A partir dessas considerações Geográfico-Turísticas, aborda-se no seguinte capítulo um dos debates principais desta pesquisa, o Turismo Litorâneo, que se apresenta como base teórica para o

desenvolvimento prático de nosso objetivo principal, mostrando o histórico e algumas referências de casos de estudo sobre o turismo litorâneo que fortaleçam a teoria apresentada nesta dissertação.

## **2 O TURISMO LITORÂNEO**

Neste capítulo será abordado o estudo teórico do turismo litorâneo, fundamental para atingirmos os objetivos principais, e assim conhecer o desenvolvimento turístico dos municípios pesquisados nesta dissertação. O capítulo aborda partes teóricas, exhibe estudo detalhado do modelo aplicado nesta pesquisa, nos municípios de Vitória e Bahia de Banderas, e apresenta um marco histórico que respalda a execução do modelo em outros espaços litorâneos.

Quando um espaço conta com a presença de recursos naturais e elementos da natureza, tais como praias, lagoas ou mares, ele se converte em um espaço de alto valor para o desenvolvimento do turismo. O espaço litorâneo é uma área muito dinâmica, onde existe uma forte inter-relação entre os ecossistemas terrestres e marinhos. Esses provocam um deslocamento de viajantes e de turistas, determinados pelo grau potencial natural que tem esse litorâneo.

A abordagem do estudo do espaço litorâneo é realizada a partir de uma perspectiva Geográfica e Turística. Para a ótica geográfica, o espaço litorâneo é uma faixa variável, resultante do contato interativo entre a natureza e as atividades humanas, que por sua vez, são desenvolvidas em âmbitos que compartilham a existência e a influência do mar e resultam no contato dinâmico entre a hidrosfera e a litosfera (BARRAGÁN, 1994). Na visão do turismo, o espaço litorâneo representa um espaço de recreio para as práticas helio-balneotrópicas e esportivas, constituindo-se em uma área muito dinâmica, onde existe forte inter-relação entre os ecossistemas terrestres, marinhos, e os processos climatológicos (VERA REBOLLO, 1997).

A presença de recursos naturais define a localização espacial do turismo e permite a diferenciação do entorno pela função turística. No contexto mundial, os destinos litorâneos, focalizados na zona intertropical, constituem-se no principal cenário do turismo de sol e praia, concentrando grande parte da oferta turística com a captação de 75% da demanda do turismo internacional, atraindo turistas pela possibilidade de nadar, de tomar sol, de praticar deportes náuticos, de contemplar e de fotografar paisagens, de curtir a natureza e de temperaturas moderadas (OMT, 2005).

A construção da definição “espaços litorâneos” parte dos conceitos da abordagem geográfica com a delimitação do espaço feita por Santos (1978), que define:

O espaço por suas características e por seu funcionamento, pelo que ele oferece a alguns recusa a outros, pela seleção de localização feita entre as atividades entre os homens, é o resultado de uma práxis coletiva que reproduz as relações sociais, evoluindo pelo movimento da sociedade (SANTOS, 1978 p.73).

Por sua vez, o termo litoral vem do latim *litus-oris*, que significa contato entre a terra e o mar. As noções do litorâneo fazem referência a uma faixa estreita, limitada ao espaço inter-mar, conforme destaca Suarez de Vivero, (1999):

Na atualidade tanto se utiliza o termo litorâneo, que entende como espaço grande “uma zona de interpenetração dos elementos da terra, mar alto mar e regiões das terras (SUAREZ DE VIVERO, 1999 p.15)

Para um espaço do turismo litorâneo, o sol, o mar e as praias são componentes que conformam os recursos a serem explorados economicamente. Ainda assim, somente a presença desses recursos não é suficiente, já que esses devem ter as condições necessárias para uso ou consumo (ARRILLAGA, 1973).

O desenvolvimento de um espaço turístico litorâneo implica a geração de diversos modelos de implantação e uma transformação territorial, social e econômica, como também elevado consumo de solo. Assim, as atividades tradicionais cedem lugar ao modelo de implantação que impõe o turismo. A crescente aceleração do processo de urbanização do espaço litorâneo modifica o solo e a atividade urbano-turística; converte-se em fator dinamizador da economia local, condicionado pela disponibilidade de solo, o desenvolvimento da infraestrutura e as oportunidades que oferecem o mercado (VERA REBOLLO, 1997).

Os efeitos mais frequentes da atividade turística no espaço litorâneo são associados à mudança drástica de uso do solo. A ação antrópica exercida sobre o meio ambiente colabora para a substituição dos ecossistemas naturais por outros artificiais. Regularmente, os recursos naturais mais afetados constituem a essência da atratividade turística e dão um passo para as construções de urbanização integradas pelo equipamento hoteleiro de grandes dimensões, assim como as marinhas, os portos, os campos de golfe, entre outros.

No quadro 3 apresentam-se os recursos necessários para o acondicionamento em um espaço turístico litorâneo. Todos eles representam condições básicas quando o litorâneo é transformado e asseguram acessibilidade para o turista no destino turístico.

**Quadro 2: Recursos para o acondicionamento em um Espaço Turístico litorâneo**

SERVIÇOS	RECURSOS
Alojamento	Hotéis, pousadas
Alimentação	Restaurantes, centros comerciais, padarias, lojas de conveniência
Transporte	Táxis, renda de autos, coletivos, ônibus, ferrovias, embarcações
Serviços complementares	Comércios, bancos, sanidade, seguridade, postos de saúde, hospitais,
Infraestrutura de transporte	Central de ônibus, central de táxis, aeroportos, portos marítimos, estradas,
Serviços urbanos	Luz, água, coleta de lixo, drenagem

Fonte: Elaboração própria, a partir do Ministério do Turismo (2017).



Sobre esse fenômeno, as atividades que constituem o turismo litorâneo precisam de base territorial onde possam se desenvolver. Nesse caso, o recurso geofísico principal é a praia, que se destaca porque seu aproveitamento não consome o recurso, ainda assim, com uma funcionalização ruim em seu entorno pode acabar com seu atrativo (SÁNCHEZ, 1985).

O acondicionamento turístico de um espaço litorâneo precisa da instalação de um conjunto de facilidades capazes de gerar e manter a demanda turística, e esse conjunto de equipamentos e infraestrutura ajudam no desenvolvimento do destino e atraem mercado turístico adequado.

## 2.1 Turismo Litorâneo: Histórico e Características

O turismo no espaço litorâneo responde à modalidade de sol e praia, principalmente, e possui difusão geográfica de escala mundial. Na realização do histórico do acondicionamento das costas, são apresentadas três fases de desenvolvimento turístico (MESPLIER; BLOC-DURAFFOUR, 2000).

A primeira fase, considerada pioneira, relata que desde meados do século XVIII até depois da Guerra Mundial, o turismo no espaço litorâneo se focalizou na Europa Ocidental, com a criação das primeiras instalações turísticas em Brighton, Inglaterra e Hyères e Niza, na França, freqüentadas, principalmente, pelos aristocratas britânicos. Nesse mesmo século, eles começaram seu desenvolvimento nas costas do canal da Mancha e do Mar do Norte, devido aos efeitos saudáveis do banho de mar que foram publicados por diversos tratados médicos (ARTIGUES, 2001).

O movimento cresce na segunda metade do século XIX, incorporando-se à oferta turística Costa Azul, na França e Riviera Italiana. Cresce durante a “*Belle Époque*”, com a burguesia das grandes cidades que veraneiam no mar, e surgem as primeiras instalações turísticas como iniciativa de investimentos privados. O fenômeno turístico se estende pela Europa e continente americano, nos Estados Unidos, México e Argentina. Os primeiros complexos turísticos respondem a um modelo de ocupação do solo similar, refletido em pequeno desenvolvimento urbano situado entre a estação do trem e o mar, tornando-se o início da urbanização das costas que ofereceram vistas panorâmicas do litorâneo.

Na segunda fase dá-se início ao turismo de massa. Nos anos 1930 foram incrementadas as férias de verão em espaço litorâneo, e cresceram as populações turísticas localizadas nas costas da Europa e América do Norte, estendendo-se à América Latina, Oceania, Ásia Meridional e África Austral. As autoridades dos primeiros centros turísticos receptores encontram no turismo litorâneo o jeito de fazer o progresso nas regiões que tinham ficado à margem da industrialização.

A terceira fase, denominada “Explosão contemporânea”, surgiu a partir dos anos 1950, quando o espaço litorâneo turístico recebeu uma afluência massiva de visitantes, criando uma tendência mundial de desenvolver novos destinos para o turismo de sol e de praia. As localidades turísticas pioneiras sofreram transformação urbana, criando aumento do valor dos terrenos; os novos núcleos turísticos ocuparam os

espaços vazios disponíveis. Temos, por exemplo, a praia de Miami, onde foram construídos grandes hotéis sobre a parte de areia que separa o oceano atlântico da laguna interior. No caribe, floresceram os novos complexos hoteleiros. Na América do Sul, há grandes cidades com populações anexas às costas, assim como na África e na Ásia, onde foram construídas novas zonas para a demanda internacional do turista (MESPLIER; BLOC-DURAFFOUR, 2000).

Após as abordagens históricas em contexto mundial sobre o turismo litorâneo, apresentaremos agora um histórico do Brasil e do México, com a justificativa de serem os países onde se situam Vitória e Bahia de Banderas. A razão de incluir informações históricas é para propiciar maior entendimento sobre o comportamento e o rumo turístico que cada um dos municípios discutidos nesta dissertação apresenta.

### 2.1.1 Histórico do Turismo em Espaços Litorais no Brasil

Com a criação da EMBRATUR<sup>4</sup>, em 1966, o turismo começa a ser preocupação dos órgãos governamentais, consolidando o turismo interno, primeiramente, para depois captar o turismo internacional, por meio de agressivas campanhas de marketing no exterior. No Brasil, o turismo em espaços litorâneos ou de sol e de praia surge como destaque no Rio de Janeiro, nos anos 70, com a construção de segundas residências no litorâneo (MORAES, 1995). O segmento que surgiu no Rio de Janeiro começou na faixa de Copacabana e se expandiu para as outras áreas das regiões Sudeste e Sul, e, posteriormente, para todo o litoral brasileiro.

Um exemplo da expansão dos espaços turísticos litorâneos deu-se na década de 1970, quando o Nordeste se destacou como um dos principais polos turísticos litorâneos do Brasil, devido às suas inúmeras praias distribuídas nos nove estados da região, como Jujoca, de Jericoacoara, a qual apresenta singular patrimônio natural e cultural possibilitando vida agradável para os seus moradores, sendo um fator para atração de milhares de turistas brasileiros e estrangeiros anualmente. Citam-se também Porto Seguro, cujo fluxo turístico na região ultrapassa 900 mil visitantes anuais. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Esses programas propostos contemplam em sua esmagadora maioria, regiões costeiras. Algumas iniciativas, como o programa do turismo interno, são voltadas para o turismo de massas (RODRIGUES, 1996).

No início da década de 1980, o turismo litorâneo passa a ser desenvolvido junto às margens de rios e entorno de lagos e de reservatórios interiores, sendo bastante comum o emprego do termo “orla” para

---

<sup>4</sup>Instituto Brasileiro do Turismo.

esses ambientes, até chegar à atualidade onde a região Nordeste<sup>5</sup> destaca-se como Turismo litorâneo de sol e praia, principalmente, por suas características climáticas de sol e de calor o ano todo.

No ano de 1986, a EMBRATUR introduziu algumas novidades para a dinamização do setor turístico, tais como: o passaporte do Brasil, o Passaportezinho, o programa de turismo para deficientes, entre outros. A política nacional de turismo foi reativada a partir do governo de Fernando Collor de Melo, com tendência visivelmente neoliberal e com intenção de trocar a divisa externa por investimentos turísticos no Brasil. Em julho de 1992, com a política nacional de turismo avançando, desenvolveu-se o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR), cujos objetivos são voltados para disciplinar o turismo, no setor privado e público, claramente, um modelo neoliberal.

Alguns dos programas propostos pelo PLANTUR foram:

- a) Polo turístico;
- b) Turismo interno;
- c) Formação de recursos humanos;
- d) Qualidade e produtividade do setor turístico;
- e) Ecoturismo;
- f) MERCOSUL;
- g) Marketing Internacional.

Analisando a evolução histórica e o comportamento do turismo no Nordeste, como exemplo de desenvolvimentos pioneiros do turismo litorâneo, é preciso começar com o estado da Bahia. Com base na avaliação geográfico-econômica e em ações institucionais, é possível falar de Quatro fases do crescimento desse espaço turístico litorâneo no Brasil. Na primeira fase, a implantação, quando o turismo começa a ser realmente reconhecido como importante para a Bahia, no ano de 1951, momento marcado pela ação da prefeitura Municipal de Salvador, que cria um setor de divulgação e de turismo na sua Diretoria de Arquivo, Divulgação e Estatística; transformada em 1953, em diretoria Municipal de Turismo, órgão municipal pioneiro no Brasil, (BONALD, 1978). Anos mais tarde (1959-1962), o turismo passa a fazer parte, pela primeira vez, do planejamento público, ao ser incluído no conhecido *PLANDEB*<sup>6</sup>.

Na segunda fase, período de 1963-1972, o turismo baiano tem uma expansão no cenário nacional, que com o asfaltamento completo da rodovia Rio - Bahia, em 1963, integrou mais facilmente a Bahia ao Sudeste, observando-se um crescimento do turismo. A partir dessas ações começaram a surgir excursões

---

<sup>5</sup>Segundo pesquisas de Hábitos de Consumo do Turismo do Brasileiro 2007 e 2009. Disponíveis em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 07/08/2017

<sup>6</sup> Plano de desenvolvimento do Estado da Bahia.

rodoviárias de caráter universitário, nos períodos de férias escolares, e inaugurações de rodoviárias, como a próxima a Sete Portas (1963).

Nessa mesma década, o transporte aéreo começa a ter um auge. O Governo Federal começa a estabelecer uma política nacional do turismo e cria o CNTUR<sup>7</sup> e a EMBRATUR. Nessa mesma década, em 1966, o estado cria o departamento de turismo, vinculado à Secretaria de Assuntos Municipais e Urbanos (PORTO FILHO, 1976).

Na terceira fase, que compreende o período de 1971 a 1990, começa uma ação institucional e uma política vigorosa do governo do Estado, criando o Cetur (Conselho Estadual de Turismo), e alterando a razão social de BAHIATURSA<sup>8</sup>, que passa a denominar-se Empresa de Turismo da Bahia S/A. Em 1984, o Aeroporto de Salvador é reinaugurado e ampliado com uma nova estação de passageiros, e passa a ser de nível internacional. Nesse período começa também o crescimento do turismo em Porto Seguro e em Ilhéus. Na quarta fase desse destino litorâneo, a partir de 1991, o governo dirige o turismo como estratégia de desenvolvimento do Estado. O XIX Congresso Nacional dos Agentes de Viagens realizado em Salvador, nesse mesmo ano, assinalou um marketing mais agressivo e pragmático na promoção do chamado “Produto Bahia” nos principais emissores nacionais e estrangeiros (SILVA, 1996).

O número de turistas estrangeiros em Salvador cresceu de 19.707, em 1981, para 107.955, em 1994; possibilitando a expansão do turismo em lugares e em regiões litorâneas como Ilhéus, Porto Seguro, Santa Cruz Cabralia, Alcobaça, entre outros (GOTTSCHALL, 1994). Em efeito, o Estado da Bahia como parte do nordeste brasileiro, constitui-se em unidade econômico-espacial tradicionalmente definida na macro-organização espacial a nível global (BECKER; EGLER, 1993), convertendo-se como um referente, tendo o turismo como relevância.

Outra referência no que diz respeito aos históricos do turismo litorâneo no Brasil é Balneário Camboriú, localizado no litoral norte de Santa Catarina, no sul do Brasil. Com suas praias e atrativos turísticos modernos e inovadores, a cidade possui comércios fortes e atuantes todos os dias do ano, e é um dos principais destinos turísticos do sul do Brasil. Na extensão de sua orla há bares e restaurantes com música ao vivo, que oferecem culinária e ambiente agradável, com características marcantes da cidade como segurança e atendimento qualificado (DALL’AGNOL, 2012).

Com base nessas aproximações históricas do Brasil, nota-se que é reconhecido o crescimento gradual do turismo nos espaços litorâneos brasileiros, onde alguns estados, como o da Bahia, já têm desenvolvido políticas públicas para o fomento do turismo. Para maior noção desses espaços turísticos litorâneos e outros que foram desenvolvidos posteriormente, apresenta-se na figura 6 um mapa com sua respectiva localização.

---

<sup>7</sup>Conselho Nacional de Turismo.

<sup>8</sup>Hotéis de Turismo do Estado da Bahia S/A.

**Figura 6: Principais Espaços Turísticos Litorâneos no Brasil**



Fonte: Elaboração própria.

### 2.1.2 Histórico do Turismo em Espaços Litorâneos do México

Em um breve contexto histórico, pode-se dizer que o turismo no espaço litorâneo do México teve início no ano de 1830, na cidade de Acapulco, onde os ricos burgueses do México e dos Estados Unidos fizeram da cidade um pequeno centro de lazer desde sua grande Bahia até o pé da Serra Madre Ocidental, onde o acesso era fácil e o baixo preço dos terrenos facilitou a compra do espaço litorâneo pela burguesia. O começo do turismo guarda relação com os centros costeiros tradicionais norte - ocidentais, onde a cidade cresceu em nível baixo, devido à ausência de planejamento urbano e ordenação turística, de modo que os hotéis, as cadeias internacionais do século XIX, ficaram mesclados à infraestrutura turística moderna dentro do mesmo espaço litorâneo, compreendido entre a ponta rochosa “de La Quebrada” e a praia “Del Guitarron” (LOZATO-GIOTART, 1990).

O turismo no México ocupa um importante lugar na economia nacional, desde sua evolução na segunda década do século XX, quando recebe grandes fluxos internacionais, provenientes, em sua maioria, dos Estados Unidos e Canadá. Caracterizado pelo impulso dos destinos turísticos litorâneos (praia), com base na perspectiva territorial, o turismo gerou um alto consumo de solo, transformações culturais e afetações naturais, particularmente, na zona costeira. Na década de 1960, o governo do México elaborou o primeiro plano nacional do desenvolvimento turístico, exercendo um papel central na evolução da atividade, e procurando uma resposta favorável para amenizar as deficiências na economia, como consequência da aplicação de uma política de substituição de importações (BENSENY, 2007).

Em 1974, promulga-se a Lei Federal de fomento ao turismo e cria-se o “*Fondo Nacional de Fomento al Turismo*” (F.O.N.A.T.U.R). Foi assim que, no México, a atividade turística foi desenvolvida, majoritariamente, nos estados litorâneos (BAÑOS, 2012). Além disso, baseados nessa política, os espaços turísticos litorâneo foram classificados em duas categorias: Espaços Turísticos Litorâneos “Tradicionais”; e Centros Integralmente Planejados (CIP); os quais serão desenvolvidos conforme suas características nos tópicos a seguir.

#### 2.1.2.1 Espaços Turísticos Litorâneos Tradicionais do México

A prática do turismo durante a história foi adaptando sua estrutura sócio-espacial para hospedar visitantes. Atualmente, mais da metade de turistas estrangeiros que chegam ao México ficam em cidades litorâneas (SECTUR, 2000).

Na figura 7 mostram-se as localizações das cidades turísticas litorâneas tradicionais, entre as quais se destacam: Acapulco, no Estado de Guerrero; Mazatlan, do Estado de Sinaloa; e Puerto Vallarta, no estado de Jalisco; e em menor medida Manzanillo, Colima e Cozumel; ambos no estado de Quintana Roo, onde o turismo representa a totalidade da atividade econômica.

Nesses destinos, os investimentos turísticos foram aportados, majoritariamente, pelo capital privado, ainda que se contasse com o apoio estatal, através da promoção de recursos públicos e doação de equipamentos (aeroportos, marinhas, estradas), infraestrutura urbana (vias) e serviços públicos (água potável, energia elétrica, etc.) (BRENNER, 2007).

#### 2.1.2.2 Centros Integralmente Planejados (CIP)

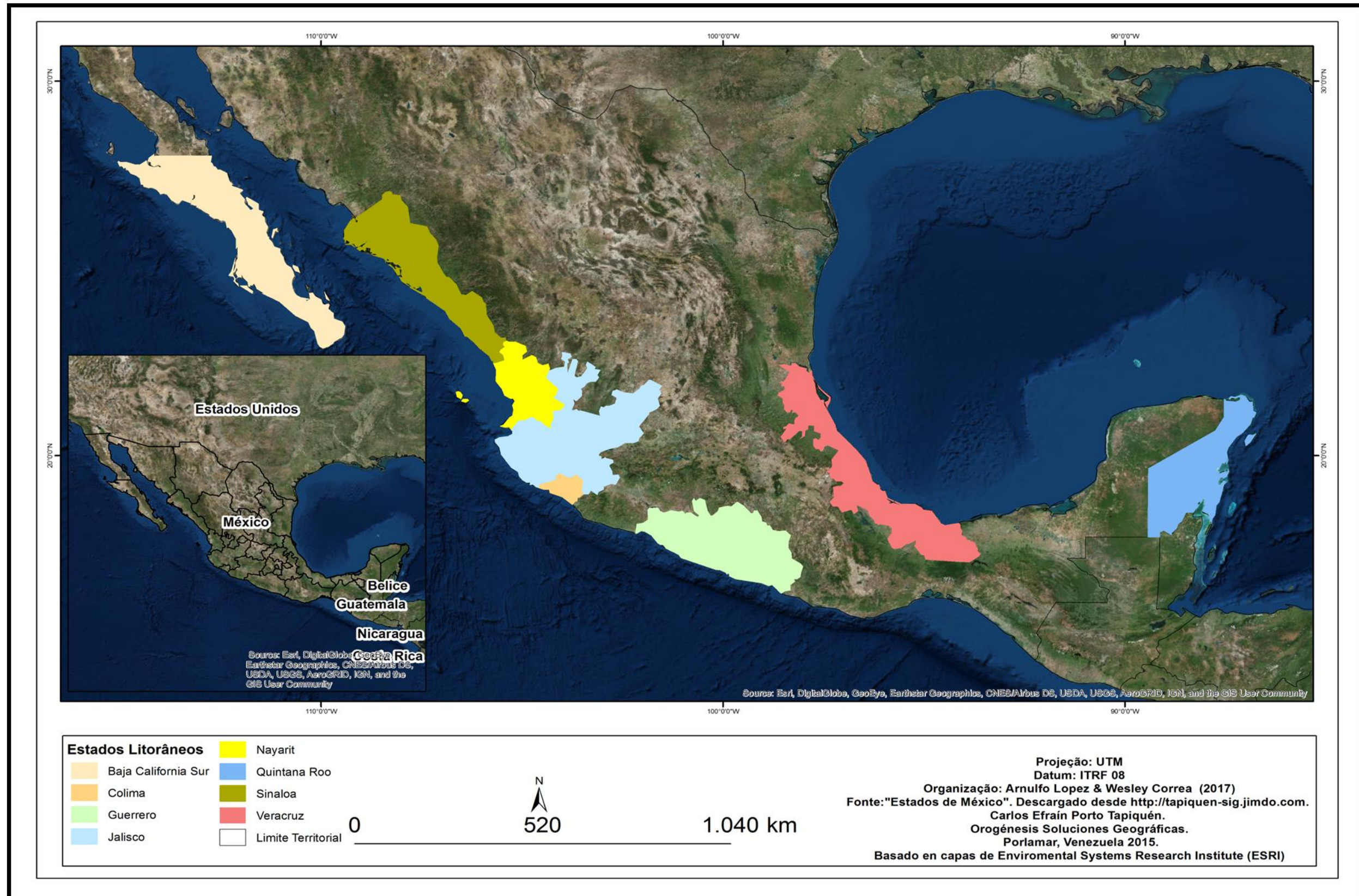
Nesta categoria veremos sobre os Centros Integralmente Planejados (CIP). O Estado desenvolveu esses centros através do Fundo Nacional do Fomento ao Turismo (FONATUR), com uma base de planificação e uma visão ao futuro dos objetivos, políticas, procedimentos e programas. Como produto desse planejamento, há diversos estudos cujos resultados permitem projetar o uso do solo, destinado a espaços litorais. O FONATUR é quem realiza o estudo prévio de cada um dos espaços litorais estabelecendo os investimentos turísticos e recreativos que tinham que se realizar (GARCÍA VILLA, 1992).

O impulso principal de urbanização e criação de infraestrutura, principalmente hoteleira, foi apoiado em um esforço institucional de promoção/publicidade (SECTUR, 2000). Os cinco CIP promovidos e concluídos estão localizados na Figura 1 (anteriormente mostrada), são eles: Cancun (1970), no estado de Quintana Roo; Ixtapa - Zihuatanejo (1972), Los Cabos (1975), em Baja Califórnia Sur; Loreto (1975), e Bahia de Huatulco, do estado de Guerrero (1984) (BRENNER, 2007).

Recentemente, sem novos desenvolvimentos de centros turísticos, aparece a “Riviera Nayarit”, localizada na costa sul do estado de Nayarit, conformando os municípios de Cosmopostela e Bahia de Banderas, sendo este último objeto deste estudo comparativo.

Os modelos de CIP têm sido valiosos para os destinos turísticos do México, particularmente, os de sol e de praia. De fato, os CIP para a indústria turística mexicana são relevantes: no ano de 2000, 37% dos visitantes estrangeiros se hospedaram nessa modalidade (SECTUR, 2000).

Figura 7 Principais Espaços Turísticos Litorâneos do México



Fonte: Elaboração própria.



## 2.2 O Modelo de Butler; casos e aplicações em espaços turísticos litorâneos

Uma das vias principais para o desenvolvimento desta pesquisa encontra-se no instrumento metodológico, sendo escolhido o modelo dos Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos, criado e apresentado pelo geógrafo Richard Butler, professor emérito da Strathclyde Business School, de Glasgow. Desenvolvida em princípios da década de 1980, representa uns dos paradigmas essenciais em torno da compreensão e análise do desenvolvimento dos destinos turísticos (LUNDTORP; WANHILL, 2001). Além disso, proporciona um marco de referência simplificada das variáveis dinâmicas no desenvolvimento turístico, facilitando as análises e projeção de seus elementos (RUSSO, 2006).

As diferentes aplicações e debates desse modelo permitem criar uma avaliação e análise das fases evolutivas do desenvolvimento de um destino turístico baseados em diferentes fatores, tais como: número de visitantes, desenvolvimento da infraestrutura, alojamento e transporte, planificação e gestão do mesmo destino etc. (CHOY, 1992); e com isso ajudaram no entendimento da dinâmica do turismo litorâneo de Vitória-ES e do município de Bahia de Banderas- NAY, tendo como resultado novos aportes e recomendações que deem um panorama mais amplo quanto ao turismo litorâneo. Devido à sua versatilidade, o modelo poderia ser aplicado com outras finalidades, inclusive em trabalhos comparativos, tal como feito na tese de doutorado de SOARES (2015); não sendo, porém, o caso desta pesquisa.

A obtenção dos indicadores utilizados no estudo dos espaços litorâneo desta dissertação propiciou uma análise mais objetiva e complementada para os municípios aqui estudados. Tais indicadores aparecem no quadro 1.

Para o entendimento teórico desse modelo e suas etapas, apresenta-se a descrição de cada estágio que permitirá maior noção do momento atual de cada destino litorâneo, segundo os dados coletados de diferentes fontes. O ciclo começa no estágio de **Exploração**, no qual se descobre o destino e são visitados por um número reduzido de pessoas, que escapam do turismo massivo. Para essa etapa, os destinos são poucos acessíveis e sem nada de instalações turísticas. Nessa fase, o turismo ainda não tem muita importância para a população receptora, uma vez que o entorno físico e social ainda não passou por modificações.

Para o estágio **Implicação/Envolvimento**, o número de turistas se acrescenta como resultado dos novos equipamentos criados por parte de iniciativas locais. O destino se torna mais popular, por meio marketing, e se vai desenvolvendo mercado e temporada turística. Essa fase demanda da administração pública maior implicação no projeto, principalmente, em nível de infraestrutura. Depois vem o estágio de **Desenvolvimento**, que ocorre quando a chegada de turista é muito maior e mais definida, o controle da atividade turística já não é local; chega à modernização, investimento nas instalações hoteleiras e

surtem as operadoras. Nessa fase ocorre o fenômeno da massificação, quando em temporadas altas o número de turistas chega a ser igual ou superior à população receptora. E, assim, a particularidade do destino começa a perder-se devido à massificação.

No estágio de **Consolidação**, o número de turistas cresce, obrigando grandes campanhas de marketing e publicidade de grande alcance, mas não de forma tão exponencial como a fase anterior. Aqui, o número total de visitantes supera o número de população local. Sendo assim, um setor da população receptora que não trabalha com o turismo sofrerá descontentamento devido algumas privações e restrições em suas atividades. O destino já forma parte da indústria organizada, os níveis de venda elevados proporcionam obter economias de escala e altos benefícios, os turistas que começaram a chegar inicialmente estão agora à procura de novos destinos.

Chegando à fase de **Estancamento/Estagnação**, os números de turistas não crescem e o destino começa a perder seu atrativo. Começa o fenômeno das compras de repetição e em muitos casos a capacidade de acolhida pode estar sobrecarregada. Os atrativos naturais e culturais foram substituídos por atrações artificiais, o tipo de turismo começa a ser de massas organizadas. A raiz disso na fase de **Declive** produz perda de visitantes que se transladam a novos destinos. O destino se converte em zona de fim de semana ou feriados, e começa a reduzir preços para captar clientes e manter a quota de mercado.

Dentro dessa etapa começa a fase de **Rejuvenescimento**, onde se procura a renovação do destino, novos usos, novos clientes e desenhando novos produtos com a colaboração conjunta entre o setor privado e o setor público, com a finalidade de reposicionar o destino. Ainda assim, segundo KNOWLES; CURTIS, (1999), alguns destinos que desenvolvem medidas de renovação somente conseguirão retardar o declive.

Quadro 3 Indicadores dos CVDT de Bahia de Banderas e Vitória

Variáveis	Indicadores
Atrativos	- Diversificação, desenvolvimentos de atrações, certificações ambientais
Infraestrutura de alojamento	- Competência entre os hotéis, oferta de hospedagem, preços, qualidade, quantidade da infraestrutura hoteleira/alojamento
Preços no destino	-Preços em cada destino, preço nas atividades, atrações, impostos.
Infraestrutura turística	- Quantidade de estabelecimentos para cobrir a demanda dos turistas, qualidade das infraestruturas turísticas (restaurantes, praças, balneários, estradas ect.)
Quantidade de turistas	- Cifra de turistas e variáveis de crescimentos ou decrescimento, procedência, duração da estancia
Imagem do destino	- Interesse nos atrativos do destino, massificação
Gasto turístico	- Evolução do gasto turístico, gasto meio por turista
Satisfação do turista	- Nível de satisfação do turista (infraestrutura turística, qualidade de serviços e atrativos)
Impactos econômicos do turismo	- O turismo como agente de desenvolvimento econômico local, empregos, contribuição ao PIB,
Aspectos demográficos e urbanos	- Câmbios na população, (crescimentos, perda de identidade, migração,), crescimento da urbanização
Impactos ambientais	- Poluição do agua, ar, terra, praias, deflorestação, exploração dos recursos naturais determinados
Qualidade de vida da população receptora	- Seguridade, serviços públicos, congestão e trafego de automotores, custos de vida
Localização	-Competência direta com outros destinos, mercados emissores

Fonte: compilada e reorganizada pelo autor a partir de SOARES; BAIDAL, (2012), VIRGEN, (2009), BUTLER, (1980).

### 2.3.1 Aplicações do modelo CVDT em espaços turísticos litorâneos

A fim de apresentar uma fundamentação histórica que respalde a utilização desse modelo, na sequência são mostrados exemplos em que o mesmo foi executado; assim como os resultados de sua aplicação. Além disso, apresenta também históricos de seu uso nos dois países, Brasil e México, envolvendo os espaços turísticos litorâneo desta dissertação.

Desde a década de 1980, o modelo de CVDT de Butler tem sido aplicado em destinos turísticos de diferentes magnitudes e aplicabilidades, em grande número de casos (ZIELINSKI; SALTAREN; MATEO, 2011). Toma como hipótese que o destino turístico, entendido com um conjunto de produtos turísticos, experimenta um ciclo vital similar ao ciclo de vida dos produtos de consumo (CANTALLOPS, 2002).

Sua primeira aplicação foi realizada em 1981, no condado de Lancaster, que teve como conclusão a coexistência entre crescimento, estancamento, declínio e rejuvenescimento. Nessa fase, denominada maduras, também se concluiu que o declínio é gerado por três fatores inter-relacionados: *localização relativa, a diversidade turística e a eficácia do planejamento* (LAGIEWSKI; ZEKAN, 2006).

Nessa década foram desenvolvidos diferentes estudos de caso, baseados no modelo de Butler, de 1980. Trabalhos como o realizado por OGLETHORPE (1984), em Malta; MEYER-ARENDT (1985), na Grand Isle Luisiana; RICHARDSON (1986), em Galveston; WILKINSON (1987); em muitas ilhas do caribe, como Aruba, Santa Lúcia, Antiga e as Ilhas Virgens Americanas; DEBBAGE (1990), nas Bahamas; além de Aplicações em estudos na África (Quênia) (AKAMA, 1999).

Na década de 2010, o modelo teve aplicações em uma escala maior, territorialmente falando, já que apareceram exemplos de trabalho feitos por LARA; ARMELINI, (2013) para países como Espanha e Chile, determinando o nível do estágio onde se encontraram a partir dos elementos do modelo à época dos estudos. No caso da Espanha, sobressai o estágio de estancamento devido a pouca renovação dos elementos como a oferta. Para o caso do Chile, foi apresentado um estágio inicial, por fatores como sua posição geográfica, e adicionando normativas, as quais limitam o desenvolvimento do turismo nesses países.

Em relação ao Brasil e ao México, aos quais pertencem os municípios estudados nesta dissertação, temos estudos recentes de aplicação do modelo em espaços litorâneos, que reforçam a parte teórica e prática de sua utilização, também importantes como antecedentes desses países neste tipo de pesquisa.

Um exemplo de aplicação do modelo dos Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos em alguns espaços litorâneos turísticos do Brasil é o caso do Balneário Camboriú (SC), desenvolvido e apresentado por SOARES (2015), onde determina que o destino encontra-se com uma dinâmica de crescimento, já que tem sido capaz de adaptar-se às demandas dos turistas, inovando em sua oferta, e, além disso, estudando

a percepção dos agentes locais, permitiu visualizar a realidade em que se encontra esse destino localizado no litorâneo sul do Brasil.

No caso do México, esse modelo foi aplicado e estudado no espaço turístico litorâneo chamado “Los Cabos”, em estudos de MONTAÑO; PEREZ; DE LA O (2014), da universidade de Murcia. Mesmo sendo questionada, a teoria desse Modelo gerou resultados de diagnóstico a partir de análises dos resultados qualitativos e quantitativos, os quais serviram para dar um panorama de novo reposicionamento do destino com desenhos de novas estratégias, como acordos e compromissos entre os atores locais da atividade turística da zona.

Apesar dos diferentes estudos e de suas aplicações históricas e contemporâneas, tais como as apresentadas anteriormente, surgiram, também, críticas ao modelo e à sua aplicabilidade. Uma delas apresenta-se nos estudos das primeiras aplicações desse modelo, no trabalho de HAYWOOD (1986), em que o autor critica, e cria o debate, na identificação de seis pontos para que o modelo seja útil no planejamento: 1.- Unidade de análises (espaço litorâneo, cidade, hotel); 2.- Mercado de referência (diferentes tipos de mercado); 3.- Padrão da curva e etapas; 4.- Determinação da fase assim como mudanças; 5.- Determinação da unidade de medida (número de turistas que determinam a capacidade carga); e 6.- Determinação de unidades de tempo pertinente.

Outra das críticas ao modelo foi feita por HERNÁNDEZ; LEÓN (2007); PAPTHEODOROU (2004), questionando a operabilidade; capaz de determinar a posição exata do destino turístico é descritivo e não preditivo, e que a evolução está sujeita a mudanças abruptas, longos períodos de calma, interrupções e longas recuperações, não são lineares.

A complexidade maior na aplicação do modelo é a quantidade de fatores internos e externos que podem alterar a evolução do destino turístico. Um exemplo de fator interno é a dinâmica do destino turístico, que diz respeito à maneira como os agentes (planejadores turísticos e gestores de empresa) exercem influência sobre a atividade (COOPER; JACKSON, 1989). Fatores externos incluem a influência das empresas estrangeiras, sua relação com instituições locais e dependência aos fatores de oferta e demanda (IOANNIDES, 1992).

Conforme mostrado neste capítulo, o turismo litorâneo surge como um dos tópicos principais na realização desta pesquisa. Apesar de suas implicações, é desenvolvido de alguma forma ou outra pela maioria dos espaços litorâneos como fontes de atração de visitantes. Como parte dos estudos desse fenômeno mundial surgem modelos como os CVDT, que ajudam nas análises e no planejamento. A partir das considerações sobre sua aplicação em diferentes espaços e, especialmente, nos países México e Brasil, passa-se a realizar, no próximo capítulo, o estudo empírico dos espaços turísticos Litorâneos de Vitória, Espírito Santo, Brasil; e Bahia de Banderas, Nayarit, México.

### **3 OS ESPAÇOS DO TURISMO LITORÂNEO EM VITÓRIA (ES), BRASIL; E EM BAHIA DE BANDERAS (NAY), MÉXICO**

No presente capítulo são expostas informações sobre os dois municípios objetos de estudo deste trabalho, a partir das análises dos dados obtidos de cada espaço litorâneo (as praias). Inicialmente, para a descrição dos espaços e a compreensão do panorama de cada um deles, apresentam-se as características principais, tais como: localização, aspectos geográficos, quadro ambiental, economia, infraestrutura e população.

Para a realização do estudo turístico de cada município, apontam-se e apresentam-se as ofertas de cada um, seus recursos e atrativos naturais, alguns dados da economia, históricos e sua infraestrutura (as condições de alojamento e de acessibilidade). As análises dos dados obtidos a partir de cada oferta, juntamente aos dados obtidos no trabalho de campo, são apresentadas por meio de tabelas, gráficos, imagens e mapas para compreensão mais prática. Com isso, será possível a realização de análises comparativas no último capítulo usando o modelo de CVDT, mostrando o panorama mais próximo à realidade e atual em que se encontram os espaços turísticos litorâneos de Vitória (ES), no Brasil; e Bahia de Banderas (NAY), no México.

O trabalho de campo foi realizado através do método de entrevista estruturada, obtendo dados, principalmente, qualitativos, a partir de amostra selecionada de turistas que visitam os espaços turísticos litorâneos em estudo. As entrevistas foram feitas com o objetivo de obter informações mediante percepção das pessoas para cada espaço litorâneo, e, também, para identificar o desenvolvimento dos espaços turísticos nas variáveis encontradas em cada entrevista<sup>9</sup>.

Os dados foram obtidos na pesquisa com uso das variáveis na entrevista, tais como: populacional, faixa etária, transporte, meios de hospedagem, avaliação dos serviços de hospedagem, avaliação da infraestrutura hoteleira, avaliação da infraestrutura, da limpeza e dos serviços das praias de cada cidade costeira. Além disso, conta-se com duas perguntas livres com o objetivo de conhecer a ótica de cada entrevistado quanto ao espaço litorâneo.

A entrevista aplicou-se exclusivamente às pessoas com residência fora de Vitória e de Bahia de Banderas, ou seja, não foi aplicada às pessoas que moram na região da Grande Vitória, nem aos que habitam no corredor turístico Riviera Nayarit. Neste trabalho de campo, o número de entrevistas aplicadas foi de 50 em cada município, dividindo-se em 10 para cada espaço litorâneo de Vitória; e para Bahia de Banderas, o mesmo quantitativo, mas divididas em quatro praias: San Francisco (12 entrevistas); Sayulita (13 entrevistas); Cruz de Huanacastle (dez entrevistas); Bucerias (15 entrevistas). É importante assinalar que a quantidade de entrevistas não reflete o universo total de visitantes,

---

<sup>9</sup> Modelo anexado à dissertação.

entretanto, considerou-se esse montante de entrevistados suficiente para gerar um parâmetro avaliativo da atualidade turística litorânea. Em Vitória (ES), as entrevistas foram realizadas no período de junho a setembro de 2017; e em Bahia de Banderas, no mês de novembro de 2017. A sazonalidade de aplicação desses questionários deu-se em virtude da estância do autor desta dissertação em cada município.

A identificação de cada entrevistado foi feita através da aproximação junto a cada um deles, apresentando-se e identificando-se como estudante/pesquisador de mestrado e realizando uma pergunta que determinava sua origem.

Também, como complementação na obtenção de dados para a elaboração do presente capítulo, utilizou-se informações obtidas em diferentes fontes oficiais de cada cidade e país, assim como algumas fontes internacionais, que são mostradas na tabela 1, apresentada na parte introdutória desta dissertação.

É importante mencionar que os dados obtidos a partir dessas fontes são referentes a vários anos devido a suas próprias atualizações. Contudo, ainda assim é possível fazer uma avaliação e análise da evolução de cada destino junto aos dados por meio do trabalho de campo.

São apresentadas as ofertas do turismo histórico-cultural de cada cidade, por sua importância e complemento para o turismo litorâneo. Analisam-se as políticas públicas voltadas para o turismo, tanto em nível estadual e municipal, quanto em nível federal, apresentando os programas e os planos nos diferentes níveis de cada destino, com a finalidade de entender as diretrizes que são aplicadas para cada espaço turístico litorâneo, para assim, realizar o estudo comparativo entre essas duas cidades litorâneas.

O objetivo final não se limita somente à análise dos dados referentes às duas cidades litorâneas, mas busca também entender a dinâmica turística desigual entre as realidades.

Para a primeira parte do capítulo 3, apresenta-se a pesquisa referente à cidade litorânea de Vitória (ES), mostrando o estudo dos dados analisados.

### 3.1. - Características gerais de Vitória (ES), Brasil

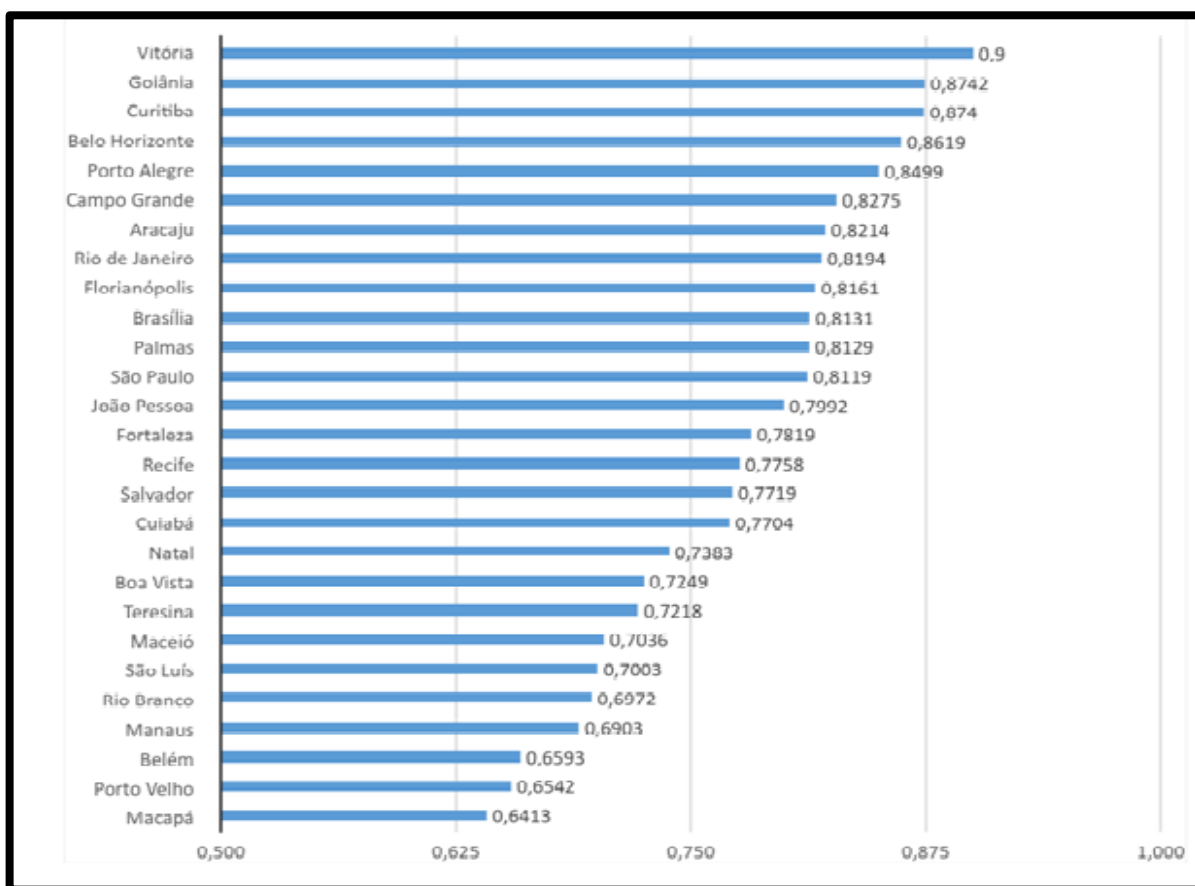
Vitória é a capital do estado do Espírito Santo, Brasil, e a terceira capital mais antiga do país. A cidade compõe a *Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV)*, junto dos municípios de Serra, Cariacica, Guarapari, Vila Velha, Viana e Fundão. Está localizada nas coordenadas Latitude Sul de “20° 19' 10” e Longitude Oeste de “40° 20' 16”. É parte da região Sudeste do Brasil, que é conformada pelos estados de Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo e Rio de Janeiro. O Estado do Espírito Santo limita-se ao norte com o estado da Bahia, a oeste com o estado de Minas Gerais, à leste com o Oceano Atlântico, e ao sul com o estado do Rio de Janeiro. Em 2016, a população estimada era de 359.555 habitantes (IBGE, 2016).

Vitória possui extensão territorial de 96.536 km<sup>2</sup> (IBGE, 2016). Limita-se ao norte com o município de Serra, ao sul com Vila Velha, à leste com o Oceano Atlântico e a oeste com Cariacica. O litoral é bem

recortado, além de larga costa, possui 40% do território coberto por morros, acarretando em dificuldade de expansão do município. Parte de seu território é conformada por uma ilha principal de 29,31km<sup>2</sup>, assim como sua parte continental ao norte do município com 39.66 km<sup>2</sup>, e 33 ilhas (IBGE, 2010). De acordo com a Lei orgânica do Município de Vitória Municipal nº 8.611<sup>10</sup>, o município é integrado por 80 Bairros, divididos em 9 regiões administrativas (VITÓRIA, 2003)

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), a cidade também foi classificada em 2016 como a melhor cidade com melhor bem-estar humano (INCT, 2016), como é mostrado na figura a seguir.

**Gráfico 1 : Índice de Bem-Estar Urbano: Capitais das Unidades da Federação Brasileira**



Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010. Elaboração: observatório das Metrôpoles. Disponível em: [http://observatoriodasmetrolopes.net/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=1745:%C3%ADndice-de-bem-estar-urbano-dos-munic%C3%ADpios-brasileiros-%E2%80%94-ibeu-municipal&Itemid=164#](http://observatoriodasmetrolopes.net/index.php?option=com_k2&view=item&id=1745:%C3%ADndice-de-bem-estar-urbano-dos-munic%C3%ADpios-brasileiros-%E2%80%94-ibeu-municipal&Itemid=164#)

O turismo litorâneo como foi descrito nos capítulos anteriores, é considerado uma atividade econômica. Nesse contexto, é necessário ter noção histórica e entender a cidade de Vitória como território, já que esse pode ser considerado como espaço delimitado, construído por relações de poder que envolvem uma gama muito grande de atores, os quais territorializam suas ações com o passar do tempo (SANTOS, 1978); por esse motivo, a importância de se explorar como se deu o processo de desenvolvimento de

<sup>10</sup> Disponível em: <http://sistemas.vitoria.es.gov.br/webleis/Arquivos/2013/L8611.PDF>



seu espaço. Conhecendo, é possível compreender o começo das primeiras atividades econômicas que datam do período colonial.

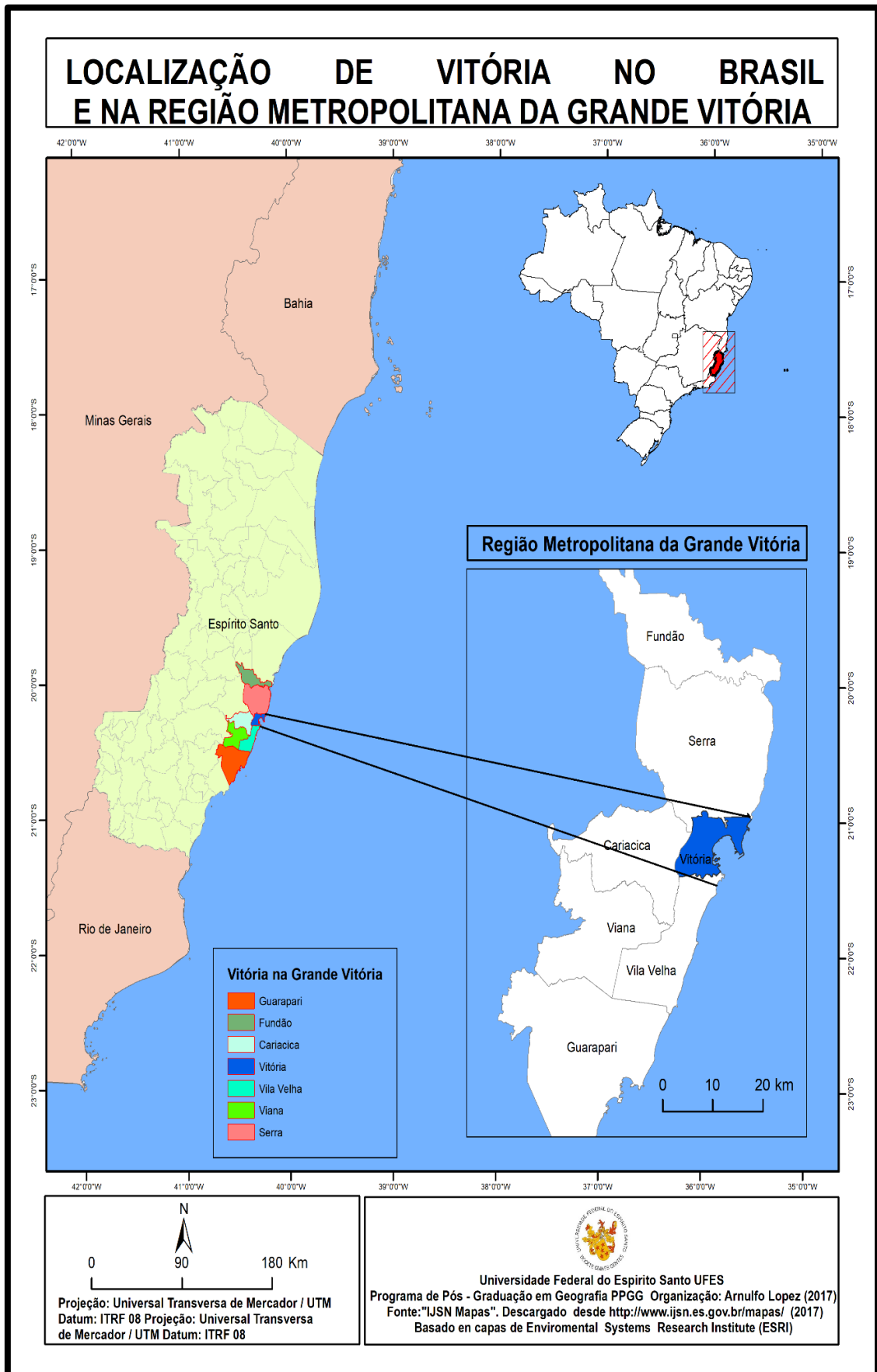
A história de Vitória como território tem início com o processo de colonização do Espírito Santo iniciado com o desembarque de Vasco Coutinho, em 23 de maio de 1535, na cidade de Vila Velha, onde foi fundado o primeiro povoamento. Ao ser prejudicado constantemente pelos ataques dos nativos índios e franceses, Vasco Coutinho mudou o povoamento para um novo núcleo com o nome de Vila Nova do Espírito Santo. Em 8 de setembro de 1551, os portugueses obtiveram uma vitória em suas batalhas contra os índios, em comemoração a tal fato mudou-se o nome da vila para “Vila da Vitória”, contribuindo na ampliação das conquistas portuguesas, dirigidas, principalmente, por jesuítas no processo de aculturação (SALETTTO, 1998).

A territorialização da economia capixaba se deu no século XIX, principalmente, pela produção de café e extração de minerais, adquirindo dinâmica comercial própria, caracterizada por sua população cafeeira crescente e pela formação dos núcleos populacionais mineiros. Conseqüentemente, com ajuda das ferrovias, Vitória gerou um bom complemento de desenvolvimento portuário, já que nessa época o porto de Vitória apresentava lenta movimentação comercial, devido ao peso de sua herança colonial. Vitória não era considerada um grande centro comercial, já que não oferecia atrativos para a realização de modernização portuária, devido à pouca produção e exportação em seu porto. Sempre foi polarizada pelas regiões comerciais de Rio de Janeiro e Cachoeiro de Itapemirim (QUINTÃO, 2010).

Nesse mesmo século XIX, a cidade de Vitória e o Estado do Espírito Santo sofriam diferentes embates econômicos por serem província de poucos recursos financeiros e aspectos geográficos pouco conhecidos e explorados. A região não figurava entre os interesses de novos investidores (ROSA, 1976), porém, a cidade soube enfrentar a situação a partir do chamado “pensamento político capixaba”, que ajudou a colocar as bases econômicas, gerando a comunicação ferroviária com os territórios mineiros (BITTENCOURT, 2006), forjando a territorialidade econômica “capixaba” a reboque de um projeto regional, e incrementando a centralidade de Vitória, tanto econômica quanto política. (QUINTÃO, 2014).

Para maior entendimento do espaço e do território de Vitória, na figura 10 mostra-se a localização da cidade e a constituição da Grande Vitória e seus limites.

Figura 8: Mapa da Região Metropolitana da Grande Vitória– RMGV, 2017



## **Acessibilidade**

A cidade de Vitória conta com diferentes formas de acesso, entre elas estão as vias rodoviárias, marítimas, aeroportuárias e ferroviárias. A via terrestre conta com a estrada BR-101, que é a principal e mais antiga rodovia brasileira, a qual conecta quase todo o litoral brasileiro começando do estado do Rio Grande do Norte até o estado do Rio Grande do Sul. Tal rodovia é uma das que corta a Região Metropolitana da Grande Vitória (IBGE, 2016), há também a BR-262, que conecta Vitória ao interior do país, passando pelos estados de Minas Gerais, de São Paulo e do Mato Grosso do Sul. A cidade também conta com rodovias estaduais, como a “ES-060” (Rodovia do Sol), que permite chegar até Vitória desde todo o litoral do Espírito Santo (a rodovia tem sua extensão desde a região sul, começando no município de Presidente Kennedy, passando por todo o litoral capixaba, até chegar à Vitória onde finaliza) (IBGE, 2016). Esses são apenas alguns exemplos principais de rodovias que atravessam a capital, existem outras.

Vitória conta com um terminal rodoviário, o Carlos Alberto Vivacqua Campos, mais conhecido como Rodoviária de Vitória, que é o principal terminal de ônibus na cidade, representando um importante fator no deslocamento de visitantes na cidade. Apenas no período de 2014 – 2015 houve uma movimentação de mais de 2 milhões de passageiros (SEMTUR, 2015).

Outro acesso importante é o novo Aeroporto Internacional de Vitória “Eurico de Aguiar Salles”<sup>11</sup> (VIX) inaugurado em 29 de Março de 2018, o qual apresenta maior infraestrutura e operabilidade. Encontra-se localizado a 10 km do centro da cidade e, atualmente, opera voos nacionais exclusivamente para passageiros e voos internacionais para carga. Atualmente, possui conexão com os aeroportos de Confins (Belo Horizonte); Guarulhos, Campinas e Congonhas (São Paulo); Santos Dumont e Galeão (Rio de Janeiro); Salvador (Bahia); Brasília (Distrito Federal); e para cargas com destino à Campinas e à Miami, oferecendo saídas diárias. A maioria dos voos é operada por três principais companhias aéreas: Azul Linhas Aéreas; Gol; e Latam (INFRAERO, 2017).

O aeroporto representa importante porta de entrada para visitantes. Ainda que a movimentação de passageiros seja, praticamente, doméstica, o fluxo de pessoas é considerável. Além disso, conserva estabilidade nessa movimentação, conforme pode ser visto na tabela 8.

---

<sup>11</sup>Possui esse nome em honra ao advogado e político capixaba, o qual foi Secretário de Educação e Cultura do Espírito Santo, designado conforme o artigo 1º da lei 11.296/06 (Brasil, 2006).

**Tabela 2 Movimentação Anual de Passageiros no Aeroporto de Vitória\* (Embarcados e Desembarcados)**

ANO	DOMESTICO	INTERNACIONAL	EXECUTIVA	TOTAL	Var.%Anual
2014	3.517.967	0	3857	3.522.674	2,08
2015	3.403.366	0	8123	3.583.875	1,74
2016	2.966.132	12	6661	3.120.166	-12,94

Fonte: organizada pelo autor a partir de dados disponíveis em: [https://www.infraero.gov.br/images/stories/Estatistica/anuario/anuario\\_2016.pdf](https://www.infraero.gov.br/images/stories/Estatistica/anuario/anuario_2016.pdf). Acesso em 02/08/2017. \* cifras do antigo aeroporto de Vitória

A tabela anterior mostra o balanço da movimentação total para o Aeroporto Internacional de Vitória (é importante conhecer a quantidade de passageiros que chegam para ter maior conhecimento da demanda). A continuação, presente na tabela 9, apresenta o número de passageiros nos desembarques (chegadas) ao aeroporto nos anos de 2014, 2015, 2016 e 2017.

**Tabela 3 Fluxo de Chegadas ao Aeroporto de Vitória 2014-2017\***

ANO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
2017	139,077	101,809	119,667	119,358	122,89								602,801
2016	156.142	124.929	122.466	107.531	121.955	117.921	141.925	127.099	116.294	124.926	125.331	145.245	1.531.764
2015	171.123	137.626	146.713	150.714	141.925	137.425	160.166	144.464	142.128	147.113	136.965	164.762	1.781.124
2014	165.308	137.868	141.610	147.294	147.128	130.852	144.867	150.313	146.019	144.648	141.822	165.870	1.763.599

Fonte: tabela feita pelo autor com base em <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/aeroporto-de-vitoria-2>, \*O ano de 2017 só foi sido contabilizado até o mês de Maio. Acesso em 02/08/2017. Nota \*: Dados até maio de 2017. Referente ao antigo Aeroporto de Vitória

De acordo com a Tabela 9, o ano de 2015 apresentou maior demanda de passageiros no desembarque no aeroporto de Vitória, com um total de 1.781.124 pessoas, sendo o verão o período que teve maior fluxo de passageiros. De igual forma, no ano 2016, a mesma estação apresentou grande demanda, contribuindo para que o ano mantivesse a mesma quantidade de 2015. Caso oposto e preocupante pode ser visto nos primeiros meses do ano de 2017, que apresenta cifras menores do que os anos anteriores.

Pela via marítima, a cidade de Vitória conta com dois portos de entrada: o Porto de Vitória e o Porto Tubarão. O primeiro é usado, principalmente, para transporte de cargas comerciais, predominantemente, de contêineres, de café, de granito/mármore etc. É utilizado, também, para reparação de navios

petroleiros e recebimento de cruzeiros. O segundo porto, Tubarão, é utilizado mais para a exportação de minério de ferro. O Porto de Vitória, desde o ano de 2001, vem recebendo cruzeiros marítimos que representam novas entradas de visitantes. Há informações de pouca afluência de passageiros desde então, com exceção do período de 2010/2011, com 31 escalas e 55.263 visitantes à cidade (TONONI; RODRIGUES, 2012).

Na tabela 10, a seguir, mostra-se o histórico entre os anos de 2000 e de 2015 de escalas de cruzeiros, assim como o número de visitantes. O objetivo é identificar o número de captação de turistas que são aportados pelo Porto de Vitória.

**Tabela 4 Histórico de Escalas de Cruzeiros no Porto de Vitória**

Período	Escalas	Passageiros
2000/2001	10	2.969
2001/2002	7	2.795
2002/2003	2	605
2003/2004	5	1.851
2004/2005	7	7.288
2005/2006	5	5.590
2006/2007	22	19.755
2007/2008	3	5.400
2008/2009	4	5.960
2009/2010	13	23.080
2010/2011	31	55.263
2011/2012	6	7.513
2012/2013	2	1.708
2013/2014	3	2.041
2014/2015	3	1.729
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>143.547</b>

Fonte: elaboração própria a partir de [http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/dados\\_area/Semttre/turismo\\_nautico/6.1.pdf](http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/dados_area/Semttre/turismo_nautico/6.1.pdf) e [http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/dados\\_area/Turismo/boletim\\_turismo\\_vitoria.pdf](http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/dados_area/Turismo/boletim_turismo_vitoria.pdf)

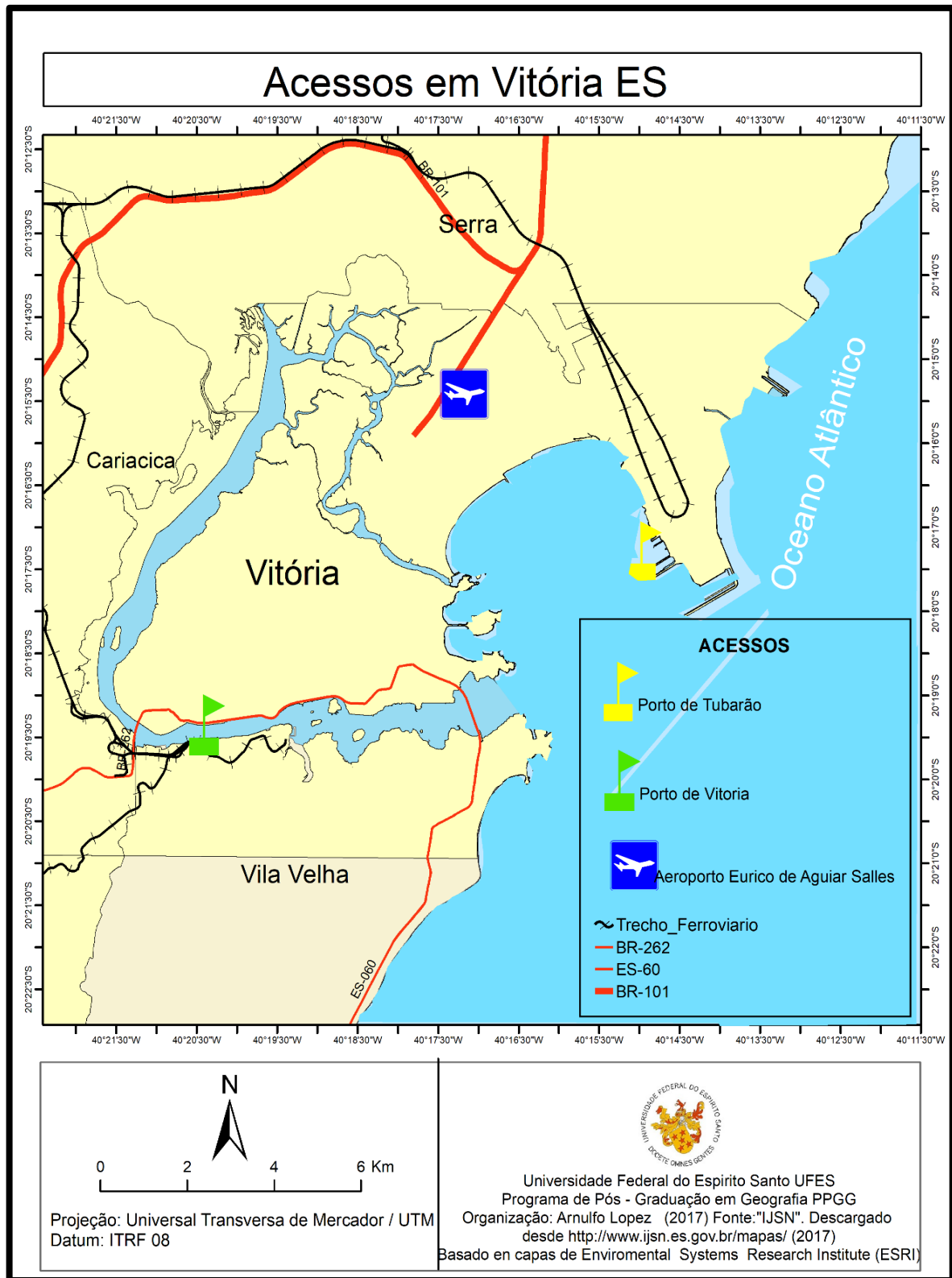
Como se apresenta nessa última tabela, o começo da primeira década dos anos 2000 apresentou maior atividade e demanda de visitantes em cruzeiros ao porto de Vitória. Contudo, o número de visitantes foi-se reduzindo com o passar dos anos, em função das obras no porto a partir da temporada 2012/2013<sup>12,13</sup>. Pela via ferroviária é preciso dizer que a estação de entrada não se encontra na cidade de Vitória, mas no município de Cariacica, componente da Região da Grande Vitória. A estação Pedro Nolasco, que conecta o Espírito Santo à Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, proporciona um considerável tráfego

<sup>12</sup> A obra de dragagem do Porto de Vitória. Disponível em: <http://credestiva.coop.br/dragagem-no-porto-deixa-vitoria-de-fora-da-temporada-de-cruzeiros/>

<sup>13</sup> O porto só recebia pequenos navios de passageiros. Disponível em: <http://g1.globo.com/espírito-santo/noticia/2014/11/cerca-de-730-turistas-desembarcam-de-navio-de-luxo-em-vitoria.html>

de visitantes à Vitória. Um exemplo disso pode ser olhado no ano de 2016, que alcançou o total de 244.258 visitantes, tal como é mostrado na Tabela 4 Abaixo, na Figura 9, apresentamos um mapa com todas as vias de acesso à Vitória.

**Figura 9 Mapa das vias de Acesso à Vitória ES, 2017**



**Tabela 5 Fluxo de Embarque por Via Ferroviária 2015-2016**

ANO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
2016	30472	21243	17176	16954	17233	13750	26235	17140	19354	21370	18423	24908	244258
2015	30967	21006	16251	18976	17024	16502	26798	17559	18778	22251	13427	24935	244474

Fonte: Elaboração própria a partir de: Vale S/A - Estrada de Ferro Vitória Minas (EFVM). Disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/transporte-ferroviario>. Acesso em: 06/06/2017.

### **Características dos espaços litorâneos de Vitória**

Neste item é abordado um dos pontos principais no estudo dos espaços litorâneos e de seu uso turístico, já que é importante analisar o estado em que se encontram todos os elementos que conformam o espaço litorâneo, a fim de conhecer os fatores que permitem ou bloqueiam o desenvolvimento turístico do litorâneo de Vitória.

As praias de Vitória, nos últimos tempos, têm sido observadas, sobretudo pelo aspecto ambiental, uma vez que o litoral de Vitória também é usado para fins industriais e comerciais, tal como é o caso do Porto Tubarão; da empresa Arcelor Mital; e da Companhia Vale do Rio Doce; todos ligados ao setor de minério de ferro proveniente de Minas Gerais. O porto é administrado pela Mineradora Vale do Rio Doce, que tem sido protagonista em diferentes cenários quanto às controvérsias sobre a poluição do mar de Vitória, principalmente, da Praia de Camburi, que fica ao norte, como pode ser visto em textos jornalísticos<sup>14</sup> e científicos<sup>15</sup>.

O fenômeno provocado pela empresa tem sido um dos fatores que contribui para a limitação do desenvolvimento de um turismo litorâneo elevado e permanente nas praias de Vitória; isto segundo opiniões e baseado na “fama” que se tem convertido a partir da má difusão entre a população, meios de comunicação etc. Reportagens como a do G1 (GLOBO, 2016), falam acerca de como os banhistas e turistas têm tido problemas para encontrar praia própria para banho.

---

<sup>14</sup> Vale é multada em R\$ 220 mil por poluição do mar de Camburi, no ES. Disponível em: <http://g1.globo.com/espírito-santo/noticia/2015/07/vale-e-multada-em-r-220-mil-por-poluicao-o-mar-de-camburi-no-es.html>. Acesso em: 10/01/2018.

<sup>15</sup> Resíduos sólidos em praias do Espírito Santo sob diferentes regimes de uso. Disponível em: <http://www.oceanografia.ufes.br/sites/oceanografia.ufes.br/files/field/anexo/LUCAS%20CALIMAN%20ORTIZ.pdf>. Acesso em: 10/01/2018.

No entanto, dados oficiais da prefeitura de Vitória indicam que para o início do ano de 2018, a maioria das praias se encontra em condições próprias para banho. Durante a pesquisa encontrou-se variação nos dados, nos artigos e nas demais publicações sobre a balneabilidade das praias de Vitória, pois são muito sensíveis as alterações nas avaliações e nas classificações das águas, quanto a serem próprias ou não para o banho dos turistas. As avaliações são realizadas semanalmente pela Secretaria de Meio Ambiente de Vitória, por meio de coleta de amostras das águas dos referidos pontos e de análises laboratoriais, baseadas em indicadores estabelecidos pelo CONAMA<sup>16</sup> (PMV, 2018).

Sobre esse tema, tem-se que o governo, sob pressão da sociedade local, preocupa-se em melhorar a imagem das praias de Vitória, e isso é visível devido ao melhoramento do tratamento e da regulação das empresas que contribuem com a poluição do mar. Objetivamente, o governo busca recuperar e obter boa reputação dos espaços litorâneos de Vitória.

### **Infraestrutura e Serviços básicos**

Sobre a infraestrutura básica, Vitória conta com bons dados. O fato de ser capital de um estado do Brasil confere-lhe maior aplicação em serviços, por meio de seus organismos públicos (municipais e estaduais). No item saúde, Vitória tinha, no ano de 2011, uma cobertura populacional em equipes básicas de saúde de 90,55% (IDSUS, 2011). Além disso, a cidade conta, atualmente, com 29 unidades de saúde focalizadas em diferentes bairros (VITÓRIA, 2014), e 3 hospitais públicos que atendem aos moradores da cidade (SESA, 2015); conta também com o total de 69 centros de atendimentos e equipamentos públicos de saúde que são distribuídos entre as 9 regiões administrativas, que vão desde centros de atendimentos, à vigilância sanitária, laboratórios e centros de especialidades (SEMUS/PMV, 2015).

No ano de 2012, Vitória foi indicada pelo IDSUS<sup>17</sup> como a melhor capital em saúde pública do Brasil, ao obter nota de 7,08 de 10 pontos possíveis, de acordo com estudo feito pelo Ministério de Saúde (IDSUS, 2012). A cidade, no ano de 2014, conforme os artigos 1 e 2 da Lei nº 8.601<sup>18</sup> instaurou o *Sistema Rede Bem Estar (RBE)*, que é um complexo de processamento de dados e de informações da rede de serviços de forma integrada e harmônica auxiliando a gestão e o controle da produção ambulatoria, por meio de certificação digital por unidade de serviço da Secretaria de Saúde (VITÓRIA, 2013).

No que concerne ao transporte urbano, Vitória conta com diferentes sistemas de transportes rodoviários, desde ônibus até frotas de táxis, e, mais recentemente, incorporou o aplicativo “Uber”, que permite incrementar a oferta enquanto opção de transporte. No sistema de ônibus, conta com dois tipos: o municipal e o metropolitano (Transcol), sendo que o sistema municipal conta com 54 linhas

---

<sup>16</sup> Conselho Nacional do Meio Ambiente.

<sup>17</sup> Índice de desempenho do Sistema Único de Saúde.

<sup>18</sup> Disponível em: <http://sistemas.vitoria.es.gov.br/webleis/Arquivos/2013/L8601.PDF>



convencionais e duas de seletivos, e uma frota total de 276 veículos, entre convencionais e micro-ônibus (SETRAN, 2015).

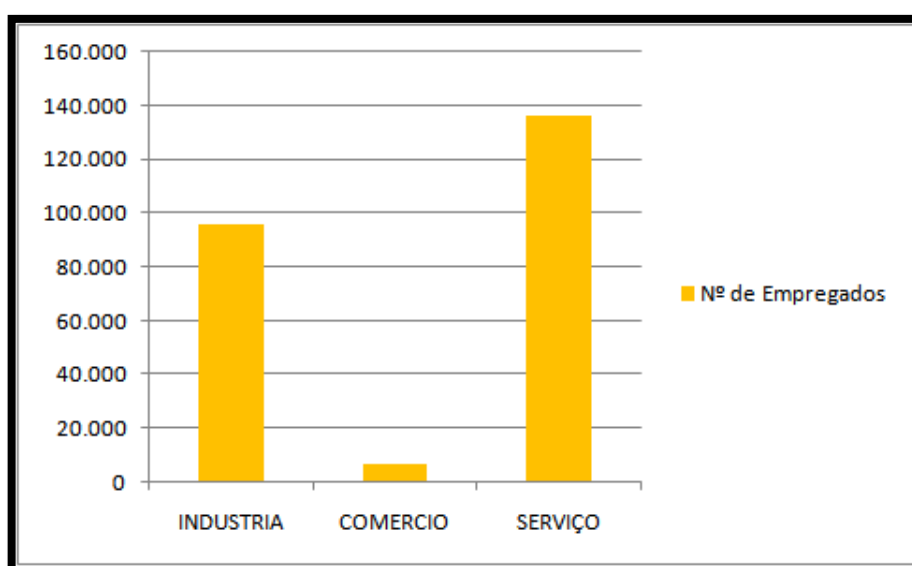
No serviço de táxis, Vitória possui uma frota de 560 veículos, sendo 108 “Acessíveis” /especiais para o serviço do usuário da capital capixaba (SETRAN/GPST, 2015). No sistema de água potável e esgoto, o estado é atendido pela Companhia Espírito Santense de Saneamentos (CESAN), que tem presença em 52 dos 78 municípios, com cobertura de 99% (CESAN, 2016). Em Vitória, 84% do consumo corresponde ao uso residencial (RODRIGUES, 2005).

Os principais abastecedores de água da cidade de Vitória são duas bacias hidrográficas que desempenham o papel de manutenção da vida e da economia do Município. A Bacia Hidrográfica de Rio Santa Maria da Vitória é limitada a leste pela Baía de Vitória. Já a Bacia do Rio Jucu possui área de drenagem de cerca 1.800 km<sup>2</sup>, nasce aos 1.100 m de altitude, em Santa Maria de Jetibá e deságua na Baía de Vitória, onde se concentram importantes fragmentos florestais responsáveis pela proteção das nascentes, das margens e do solo, da manutenção do clima e da biodiversidade (SEGES/SUB-COM, 2009).

## Dados Econômicos

A economia de Vitória encontra-se na posição número 1 no ranking estadual do Espírito Santo, com um PIB de R\$ 23.370.919,00 (IBGE, 2014), baseada, principalmente, em atividades secundárias (32%) e terciárias (52%). Em 2014, o PIB per capita chegou a R\$ 66.375,00 (IBGE, 2014), sendo o setor terciário o que gerou mais empregos, seguido pelo setor secundário, tal como é mostrado no gráfico seguinte, no qual se apresenta o número de postos de trabalho que proporciona cada setor, a partir do ano 2009.

**Gráfico 2 Números de trabalho por setor**



Fonte: elaboração própria a partir de [http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/economia\\_financas/ranking\\_setor.asp](http://legado.vitoria.es.gov.br/regionais/economia_financas/ranking_setor.asp). Acesso em: 09/08/2017

Segundo os dados anteriores, o setor terciário apresenta maior influência no PIB de Vitória. O turismo, sendo parte desse setor, possui impacto na economia, pois representa 4,3% da arrecadação do município, principalmente, pelos negócios de transporte, de hospedagem e de alimentação, que juntos representam 78,8% dos impostos sobre serviços (REZENDE et al., 2015). A atividade de turismo está presente no setor terciário, que segundo a gráfica anterior é o que mais gera fontes de trabalho. O número de empregos gerados pelo turismo em Vitória, correspondente aos anos de 2012 a 2015; com detalhamento das atividades de alojamento; de alimentação; de transporte terrestre, aquaviário e aéreo; de aluguel, de agências de viagem; e de cultura e lazer; pode ser visto na tabela a seguir.

**Tabela 6 Postos de Trabalho gerados pelo Turismo em Vitória (ES)**

ACT's (Atividades Características do Turismo)	ANO			
	2012	2013	2014	2015
Alojamento	8466	9421	9462	7967
Alimentação	86405	86331	91504	88785
Transporte Terrestre	1748	1576	1655	2142
Transporte Aquaviário	31	13	14	12
Transporte Aéreo	5545	5758	5863	5693
Aluguel de Transportes	7103	7085	6248	5183
Agência de Viagem	7459	6924	7218	8028
Cultura e Lazer	1059	1138	1334	1142

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Extrator de dado do Turismo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). Dados disponíveis em: <http://extrator.ipea.gov.br/>. Acesso em: 15/08/2017

Os dados permitem observar diminuição nos postos de trabalho para o turismo na cidade de Vitória, já que para o último ano apresentado houve baixa em empregos.

Após os dados econômicos mostrados anteriormente, a respeito dos empregos no setor do turismo em Vitória, é importante analisar quais são os fatores que poderiam afetar o turismo, que, conseqüentemente, resultam em diminuição dos postos de trabalho. Um exemplo é o estudo feito pela SEDETUR (2016), por meio do Observatório de Turismo (tabela 7), o qual aborda uma pesquisa de avaliação da infraestrutura Urbana de Vitória, salientando os resultados da perspectiva de uma amostra de 351 turistas que visitaram a cidade em outubro de 2012.

**Tabela 7 : Avaliação da infraestrutura de Vitória Out/2012**

<b>Infraestrutura Urbana de Vitória</b>	<b>Excelente/Bom (%)</b>	<b>Média (1 a 5)</b>
Serviços de comunicação : telefonia	75,7	3,86
Limpeza Urbana	73,9	3,87
Qualidade Ambiental	73,5	3,8
Serviços de Comunicação: Internet	72,6	3,83
Sinalização Urbana	69,9	3,78
Segurança Pública	56,5	3,44
Atendimento médico-hospitalar	55,1	3,49
Transporte público	48,7	3,3
Preservação de prédios históricos	47,4	3,28
Aeroporto	24	3,52

Fonte: elaboração própria a partir de:

<https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Estudos/Regiao%20Metropolitana/Diagn%C3%B3stico%20e%20Avalia%C3%A7%C3%A3o%20do%20Potencial%20Tur%C3%ADstico%20do%20Munic%C3%ADpio%20de%20Vit%C3%B3ria.pdf>. Acesso em: 18/08/2017

Com base na pesquisa da SEDETUR (2016), na perspectiva dos visitantes, Vitória é considerada uma cidade limpa e com boa sinalização urbana. No entanto, cabe sinalizar que aspectos, como segurança pública e o transporte público não foram avaliados positivamente por grande parte da amostra. Esses dados servem como referência para a melhoria da cidade, que em complemento às tabelas anteriores, dão um panorama acerca do desenvolvimento do turismo na cidade (SEDETUR, 2016).

Tais características colocam Vitória em uma avaliação de boa infraestrutura urbana, com diferentes formas de acesso e com boa média de base de serviços urbanos necessários para atender à demanda de visitantes e de residentes. Os dados apresentados refletem redução na quantidade de visitantes nas vias aeroportuária e marítima, originando diminuição na geração de postos de trabalho.

### 3.2. - Ofertas turísticas de Vitória (es)

Vitória, por suas características, goza de diferentes tipos de recursos naturais, sendo um deles o litorâneo ou praia. Por caracterizar-se como proposta de turismo litorâneo em desenvolvimento, a cidade dispõe de uma série de variáveis, como os recursos culturais e o turismo Náutico, que ajudam na complementação da oferta desse destino, que junto à inclusão do turismo de negócios, criam uma oferta turística completa. Conforme as características de infraestrutura, como o alojamento, Vitória possui bom inventário hoteleiro, apresentado e estudado nesta parte da dissertação. A seguir são abordadas as diferentes ofertas turísticas, segundo sua origem e suas particularidades.

## Recursos e atrativos naturais de Vitória

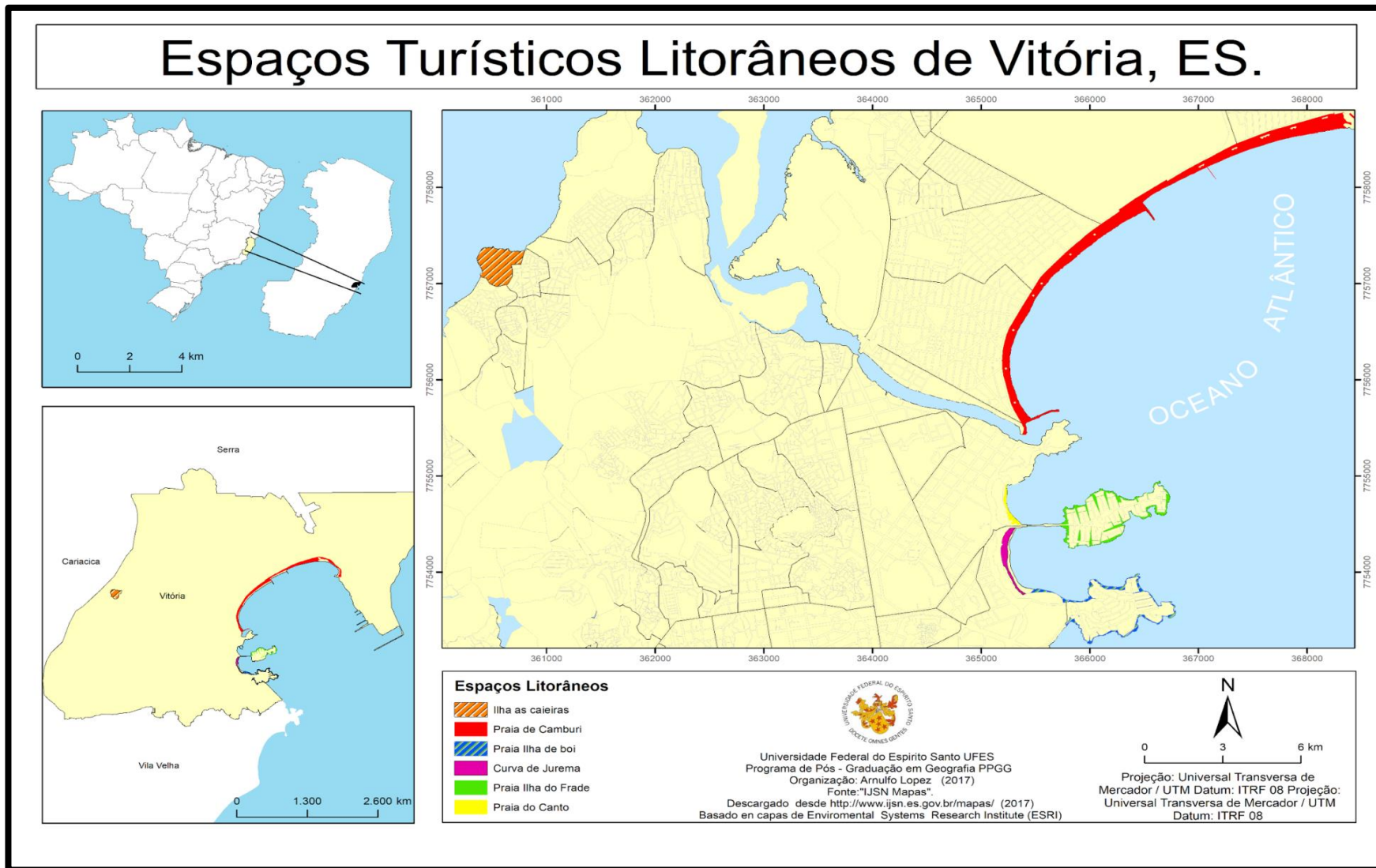
No desenvolvimento da oferta turística, tema principal desta dissertação, Vitória apresenta recursos naturais, como as praias, as quais são parte importante na atividade turística da cidade; sendo cinco o quantitativo de praias que apresentam volume maior de atividades turísticas. Algumas praias de Vitória, como a praia de Camburi, são consideradas “orlas”, isso devido à definição exposta no “Projeto Orla”, (FREIRE; ZAMBONI, 2004), que a define como a borda marítima imediata de uma unidade espacial maior. No planejamento brasileiro é definida como a zona costeira formada por territórios municipais litorâneos (MORAES, 2012).

A partir dessa definição será possível entender como estão o ordenamento e os fenômenos territoriais das praias em Vitória, e assim considerar seu fluxo turístico. Algumas das categorias, nas quais se encontram as praias de Vitória, segundo a classificação do Projeto Orla, são “Praias Urbanas Residenciais ou Turísticas, que, em resumo, tratam-se de espaços da beira-mar ocupados por construções verticalizadas, com alta densidade de construções e população, com algum grau de contaminação e são encontradas em centros de cidades meias, áreas portuárias etc. (FREIRE; ZAMBONI, 2004).

As áreas costeiras do município de Vitória têm regiões que envolvem, em um conjunto de recursos, praias, ilhas, unidades de conservação, canais de navegação, baías, bem como equipamentos turísticos, como o Iate Clube do Espírito Santo (ICES), marinhas particulares e o Porto de Vitória, que são prioritários para o desenvolvimento turístico dos municípios (SETUR, 2010). Esses espaços foram escolhidos a partir de sua afluência de visitantes, além disso, são espaços litorâneos que mais apresentam características e estudos sobre turismo em Vitória. A partir dessas definições, com vistas aos objetivos da pesquisa, na figura 14, apresenta-se um mapa com a localização dos espaços turísticos litorâneos de Vitória a serem analisados nesta dissertação. Na maioria dos casos, apresentam mancha urbana, conformada, principalmente, por prédios residenciais.

Como um dos pilares principais de estudo desta dissertação é o turismo litorâneo, a partir do mapeamento dos espaços litorâneos de Vitória, das regiões leste e oeste, apresentaram-se, conseqüentemente, as análises de suas características, assim como seus fatores tanto positivos e negativos.

Figura 10 Principais Espaços Turísticos Litorâneos de Vitória



## **Praia de Camburi**

Com aproximadamente 6 km de extensão, a Praia de Camburi é a única que fica localizada na área continental. Devido a suas areias finas e amareladas permite a realização de diferentes atividades de lazer, como tomar banho de sol ou de mar, caminhadas e atividades esportivas, por exemplo, o voleibol. Localizada ao norte da cidade, na Avenida Dante Michelini, é a praia mais urbanizada e a que conta com melhor infraestrutura do Município, sendo que seus acessos são totalmente pavimentados, com bom estado de conservação e de sinalização. Dentro de sua estrutura, conta com instalações sanitárias, locais para alimentação e lazer, serviços de limpeza, de saúde, de segurança e de salva vidas, telefones públicos e estacionamentos (SEBRAE/ES, 2005). E, recentemente, desde 2014, conta com áreas de WIFI gratuito (SEGES/SUB-COM, 2014).

Com visitas, principalmente, intermunicipais, da parte regional e de outros países, sendo o verão a época de maior fluxo, essa praia faz parte de alguns roteiros turísticos comercializados, como o denominado “sol e da moqueca, “Mar e das Montanhas e “Verdes e das Águas” - todos eles coordenados pela (SEBRAE/ES, 2005).

A Praia de Camburi é considerada um dos melhores lugares para velejar no estado, é excelente para praticar Wind surf, kitesurf e passear de veleiro. Há, ainda, um quiosque que serve como sede do Serviço de Orientação ao Exercício (SOE) e como Centro de Atendimento ao Turista (CAT) (VITÓRIA, 2017).

No calçadão, há ainda pistas específicas para corrida, caminhadas, passeios de bicicleta, skate e patins. Também possui uma Academia Popular da Pessoa Idosa, e aos domingos e feriados, das 7 às 13 horas, dois trechos da Avenida Dante Michelini ficam interditados para os carros, possibilitando aos moradores e aos turistas maiores espaços para convivência e lazer.

Como parte de algumas de suas particularidades, possui um píer com uma estátua em homenagem à Iemanjá, que segundo a tradição é para a proteção dos pescadores. A orla da praia conta com hotéis e restaurantes, os quais possibilitam maior experiência aos visitantes que procuram momentos de lazer e de descanso. (SEBRAE/ES, 2005).

Uma das características da Praia de Camburi são seus sete quiosques, construídos para comercialização de comida e de bebida, os quais contam com deck de madeira e mesinhas para os clientes que podem ser encontrados ao longo do calçadão. Para a construção desses sete quiosques foi assinado um contrato de obra em 2007, e desde então houve cinco orçamentos. O aluguel atual (até Agosto de 2017) de cada um deles é de R\$11 mil mensal (GAZETA, 2017).

Os quiosques na orla de Camburi entraram em concessão em Janeiro de 2010, pela prefeitura e pelo patrimônio da união (SPU), sendo esses novos, com reforma de R\$1,2 milhões por cada. Até agosto de 2017, somente quatro apresentam uso comercial, sendo dois com mais atividades; dois utilizados pela prefeitura de Vitória; e um em desuso. Com o objetivo de melhor desenvolvimento comercial desses

quiosques, a prefeitura começará a ter a gestão plena das praias da cidade, e deixará de ter que pedir autorização para (SPU), isso vai gerar menor peso na renda para os locatários que ganharam a licitação dos quiosques, com expectativa de custo de R\$ 2.500 cada um (GAZETA, 2017).

Contudo, para o verão de 2018, a prefeitura de Vitória em parceria com SINDIBARES<sup>19</sup> “liberou” os quiosques aos donos dos bares, no período de três meses, em ocasião do “festival gastronômico”, que finalizou em março de 2018, por R\$1750 por mês, gerando lucro para o empreendedor (G1, 2017). Nesse período há uma dinamização da economia e da oferta turística, já que em menos de uma semana os quiosques receberam 16 mil pessoas (PMV, 2017), demonstrando com isso que com boa colaboração do governo e sociedade é possível desenvolver ofertas turísticas atrativas para os visitantes.

Nas páginas seguintes disponibilizamos as Figuras 15 e 16 com algumas fotografias da Praia de Camburi, assim como suas descrições.

---

<sup>19</sup> Sindicato dos proprietários de bares e restaurantes da Grande Vitória.

**Figura 11 Praia de Camburi em Imagens**





Figura 12 Praia de Camburi: infraestrutura



O quiosque 7 , em estado de desuso, tem indícios de abandono



A praia de Camburi conta com posto de salva vidas, horário de funcionamento 9h 17h



Parte da paisagem de Camburi



Camburi conta com o sistema “O Bike Vitória” que permite o aluguel de bicicletas por toda a orla

Observa-se que o quiosque 7 está em completo desuso; a paisagem proporciona boa impressão ao visitante; e, também, conta com programas interessantes como “o Bike Vitória”<sup>20</sup>, que pode ser aproveitado pelos visitantes.

A Praia de Camburi, parte das ofertas Turísticas Litorâneas de Vitória, possui uma infraestrutura adequada, entretanto, é pouco explorada como oferta turística além do mercado local - algumas das principais causas são as políticas fiscais e urbanas.

Mais para o sul encontra-se a Praia do Canto, localizada na zona de mesmo nome. Também conhecida como Praia do Iate Clube, como no caso de Camburi, é uma praia urbanizada, já que se encontra entre o Iate Clube e a Ponte de acesso à Ilha do Frade, em moldura perfeita da Praça dos Namorados. A praia em questão é propícia para atividades como banhos de sol e mar, além de esportes náuticos; o acesso é livre; conta com instalações sanitárias; locais de alimentação e equipamentos esportivos e de lazer; serviços de segurança e de salva vidas; telefone público; e estacionamento.

**Figura 13 Praia do Canto/Iate Clube**



Fonte: fotos do Autor, 2017

<sup>20</sup> Baixando o aplicativo, disponível para plataforma Android e iOS. Disponível em: <http://www.bikevitoria.com/>.

Essa praia faz parte dos roteiros turísticos do “Sol e da Moqueca” e “Mar das Montanhas”, ambos coordenados pela SEDETUR. A mesma é bastante visitada pela população local, do entorno regional e intermunicipal, além de outros estados, em maior época de fluxo turístico no verão (SEBRAE/ES, 2005).

### **Praia das Castanheiras/Ilha do Frade**

Essa praia se localiza na Ilha do Frade, em Área Urbana. Encontra-se em área nobre residencial, com acesso livre, a partir da Avenida Desembargador Santo Neves ou pela ponte Desembargador Paes Barreto. Para acessar a praia é necessário passar entre as residências e por escadaria entre as rochas, condições que criam grande contraste entre o natural e o urbano. Devido a essas características, a praia não conta com equipamentos, instalações e serviços; contudo, possui pequenas piscinas naturais propícias para as crianças; é utilizada para atividades de Banho de Sol e mar, além de ser perfeita para a prática do mergulho.

**Figura 14 Praia das castanheiras, Ilha do Frade**



Fonte: Fotos do Autor, 2017

## Curva de Jurema

Figura 15 Praia Curva de Jurema



A Praia de Curva da Jurema está localizada na zona de Praia do canto, em área urbanizada, contando com calçadão e com ciclovia quilometrada. É uma praia “badalada”, situada perto do Shopping Vitória e da Ilha do Boi. Caracteriza-se por ser um local de aterro e areia fina, com uma bela paisagem da costa, freqüentada por pessoas locais e por turistas, devido a sua localização e

fácil acessibilidade com entradas rodoviárias, pavimentadas e devidamente sinalizadas. É uma das praias mais visitadas, já que conta com boa infraestrutura de instalações e serviços como sanitários; locais de alimentação, os quais oferecem a culinária capixaba; e equipamentos esportivos e de lazer; serviços de saúde; segurança e telefones públicos; e estacionamento.

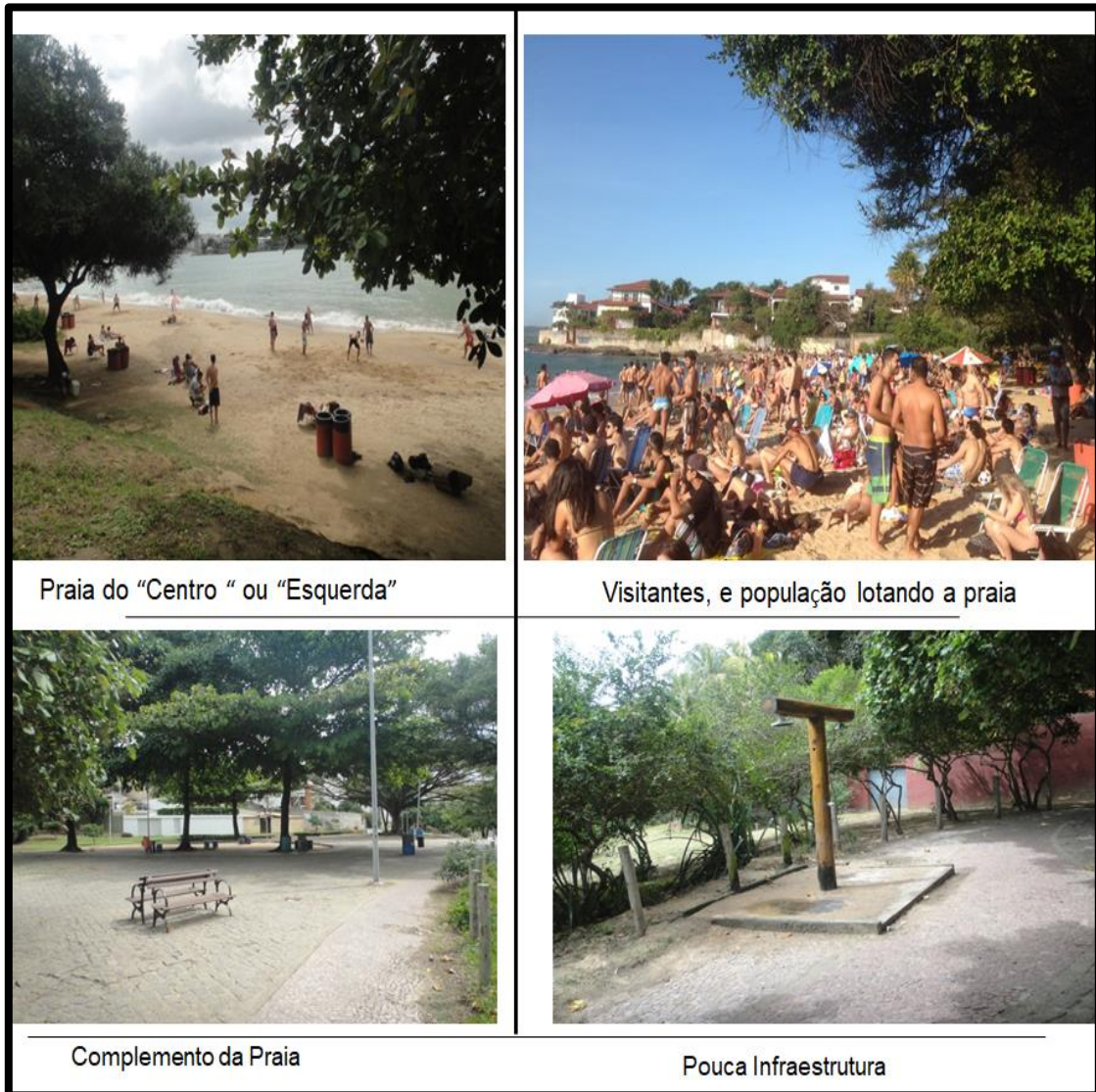
Há, também, muita procura pelos shows durante o dia e à noite, promovidos pelos proprietários dos quiosques. A praia em questão é bastante utilizada para banho de sol e de mar; prática do stand up paddle; e passeios de veleiro. O alcance de visitantes é intermunicipal, regional, chegando a ter turistas nacionais e estrangeiros. Essa Praia faz parte dos roteiros “sol de moqueca” e “Verdes e das Águas” coordenados pela SEDETUR (SEBRAE/ES, 2005).

### **Ilha de Boi**

Essa ilha, em sua particularidade, conta com duas praias: a “praia da direita” e a “praia da esquerda”, com características únicas. A praia da esquerda, por exemplo, é um recanto natural, com árvores que proporcionam sombra, freqüentada, principalmente, pela juventude local e por visitantes. Seu acesso é gratuito, e devidamente pavimentado e sinalizado. O principal acesso é pela Avenida Nossa Senhora dos Navegantes, circundando o Shopping Vitória. A ilha está em zona urbana, já que se encontra em um bairro que abriga classe de alto poder aquisitivo da capital capixaba. Apesar de sua influência, as praias não contam com infraestrutura nem serviços, contando apenas com uma ducha na praia e serviços de alimentação proporcionados por vendedores ambulantes. Conta ainda com um pequeno estacionamento, mas os espaços de parkings são utilizados por toda a ilha.

Essas praias da ilha formam parte do roteiro turístico “Sol e da Moqueca” e “Mar e das Montanhas”, tendo um fluxo contínuo de visitantes durante todo o ano, principalmente, no verão (SEBRAE/ES, 2005).

**Figura 16 Praia da ilha do Boi**



Fonte: Fotos do Autor, 2017.



Fonte: Fotos do Autor, 2017.

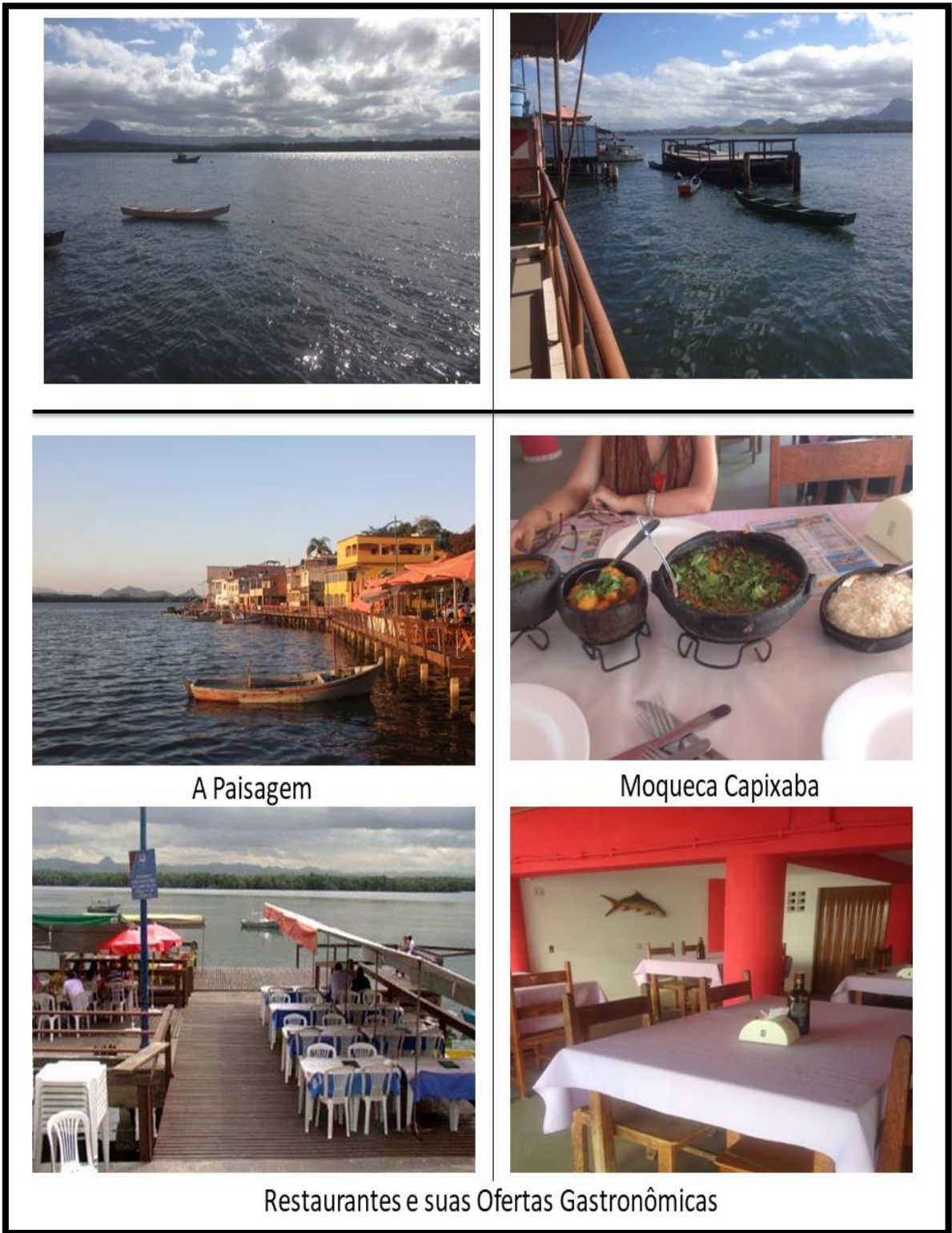
## **Ilha das Caieiras**

A Ilha das Caieiras é um bairro que faz parte da região Administrativa 7 de Vitória “Grande de São Pedro” ou “Orla de São Pedro”, está localizada ao oeste e ao noroeste da Baía de Vitória, e fica próxima aos canais do estuário do Rio Santa Maria da Vitória. Seu nome tem origem geográfica e histórica, sendo geográfico a partir de sua ocupação, onde a área estava cercada por mangues. Sua denominação “caieiras” historicamente deriva da fabricação de cal ou forno, onde se calcina a pedra calcária para fazer a cal (PMV, 2014).

O acesso a esse setor de Vitória pode ser feito pela rodovia Serafim Derenze, que circunda a costa oeste da capital. A infraestrutura do bairro para o turismo é limitada aos restaurantes de comida capixaba, lojas de artesanato e alguns botecos. Durante o ano acontece o famoso “Festival de torta Capixaba”, ocasionando maior movimentação de turistas e moradores (IVT, 2017). Alguns restaurantes têm mesas espalhadas no píer na beira do rio, nesse sentido turístico a Ilha das caieiras converteu-se no ano de 2014 em um dos pólos gastronômicos de Vitória, segundo o artigo 1º, do Decreto de lei Municipal nº16.532, 2014 (VITÓRIA, 2014).

Contudo, recentemente o manejo na oferta turística não tem sido realizado de maneira correta, já que as estratégias impostas pelos restaurantes para atrair comissões se converteram em um problema, chegando a afastar visitantes que têm vontade de degustar a gastronomia capixaba (CBN, 2017); refletindo assim a falta de capacitação e de organização na atenção aos clientes e, por consequência, aos turistas.

**Figura 17 Ilha as Caieiras**



**A Paisagem**

**Moqueca Capixaba**

**Restaurantes e suas Ofertas Gastronômicas**

Fonte: Fotos do Autor, 20



Figura 18 Localização dos Pontos Turísticos histórico-culturais de Vitória/ES



Por ser uma cidade com mais de 400 anos, Vitória oferece alguns pontos turísticos culturais de interesse. É apresentado na figura anterior um mapa mostrando a localização dos mesmos, ainda que o tema principal desta dissertação sejam os espaços litorâneos (praias) considera-se relevante mostrar a parte cultural, com a finalidade de ter noção que espaços turísticos litorâneos de Vitória contam como uma complementação em sua oferta para o visitante.

### 3.3. - As condições do turismo litorâneo em Vitória (es)

Cada destino turístico, por menor ou maior que seja, precisa sempre ter uma base de infraestrutura e de serviços adequados, os quais permitam o melhor desenvolvimento das atividades a serem realizadas. Como exposto na primeira parte deste capítulo, Vitória conta com infraestrutura urbana idônea para desenvolver um ótimo destino turístico.

Sobre infraestrutura e serviços, Vitória conta com rede ampla de ofertas de atendimento ao visitante, contando com hospedagem em diferentes lugares da cidade, porém, concentrados do lado do litorâneo. Nesse contexto, 35% do total (51) de infraestrutura hoteleira centram-se nessas zonas. Por parte dos serviços de alimentação e bebidas, Vitória também conta com boa infraestrutura turística com o total de 1157 lugares. (SEDETUR, 2016).

Como foi assinalado anteriormente, uma das bases do PIB de Vitória é o setor de serviços, reforçado pela tabela 6, na qual é evidenciada a quantidade de serviços para a população local e visitante. Apesar disso, em matéria de atendimento ao cliente, grande parte da população local e dos visitantes considera que falta profissionalização. A partir dos agentes entrevistados, o atendimento ao cliente foi considerado de regular a ruim (SEDETUR, 2016 p. 505).

No quadro 4 apresenta-se o catálogo total dos serviços e de sua infraestrutura para o ano de 2013, ano da última atualização de dados por partes das autoridades responsáveis.

**Quadro 4 Infraestrutura e Serviços Turísticos de Vitória (ES)**

<b>TIPO</b>	<b>QUANTIDADE</b>
<b>Infraestrutura e serviços de Hospedagem</b>	<b>51</b>
Hotel	35
Pousadas	9
Motel	4
Flat	3
<b>Infraestrutura e serviços de Alimentação</b>	<b>1157</b>
Restaurante e Lanchonete	684
Bar	231
Padaria	119
Sorveteria	74
Cafeteria	27
Quiosque	22
<b>Infraestrutura e serviços de Agências Turísticas</b>	<b>88</b>
Agência de viagem	74
Operadora de Turismo	6
Agência de receptivo	5
Agência Consolidadora	4
<b>Infraestrutura e serviços de Transporte Turístico</b>	<b>87</b>
Transportadora turística e similares	13
Locadoras de veículos	34
Outros (taxis, aeroportos de taxi)	40
<b>Infraestrutura e serviços de turismo de eventos</b>	<b>97</b>
Centro de convenções	1
Auditorio para eventos e reuniões	67
Organizadora	29
<b>Infraestrutura e serviços para o turismo de lazer</b>	<b>241</b>
Espaços livres e áreas verdes	89
Instalações esportivas	124
Instalações náuticas	9
Espaços Culturais	19
<b>Outros tipos Infraestrutura e serviços</b>	<b>69</b>
Entidades associativas e similares	4
Informações turísticas	5
Guias turísticas	60

Fonte: elaboração própria a partir da compilação do Diagnóstico e Avaliação do Potencial Turístico do Município de Vitória/ES: Relatório do projeto de pesquisa e desenvolvimento/. Disponível em: [HTTPS://observatoriooturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Estudos/Regiao%20Metropolitana/Diagn%C3%B3stico%20e%20Avalia%C3%A7%C3%A3o%20do%20Potencial%20Tur%C3%ADstico%20do%20Munic%C3%ADpio%20de%20Vit%C3%B3ria.pdf](https://observatoriooturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Estudos/Regiao%20Metropolitana/Diagn%C3%B3stico%20e%20Avalia%C3%A7%C3%A3o%20do%20Potencial%20Tur%C3%ADstico%20do%20Munic%C3%ADpio%20de%20Vit%C3%B3ria.pdf). Acesso em: 20/08/2017.

### 3.3.1. - A Realidade mostrada pelos dados empíricos sobre as condições do Turismo Litorâneo em Vitória

Para melhor entender a cidade de Vitória (ES) como atrativo turístico litorâneo, é importante analisar os dados correspondentes a esse segmento, tais como a sua infraestrutura litorânea, rede hoteleira e serviços, como pilares do turismo litorâneo em Vitória. Assim, nesta parte são apresentados os resultados do trabalho de campo, finalizado em agosto de 2017, acompanhado da elaboração de uma comparação com alguns pontos do *“Diagnóstico e avaliação do potencial turístico do município de Vitória”<sup>21</sup>*, feito pela Capes e pelo Governo do Estado do Espírito Santo, através da Secretaria de Turismo (SEDETUR, 2016), o qual apresenta dados de 2012 a 2015.

A opção pelas análises da pesquisa de campo e a comparação com o estudo mencionado se justifica por alcançar maior grau de confiabilidade em seu conteúdo sobre os dados turísticos de Vitória. Além disso, a partir do trabalho de campo, a pesquisa como um todo mostra análise mais completa da situação atual.

Segundo o estudo, Vitória continua sendo destino turístico de “negócios”, já que em outubro de 2012 apresentou 80,3% de visitantes para esse segmento. No entanto, cabe assinalar que o restante - 19,7% - é utilizado para lazer e recreação; sendo o litoral ou praias o destino ou desejo de 14,8% das pessoas entrevistadas, ou seja, 351 pessoas (SEDETUR, 2016).

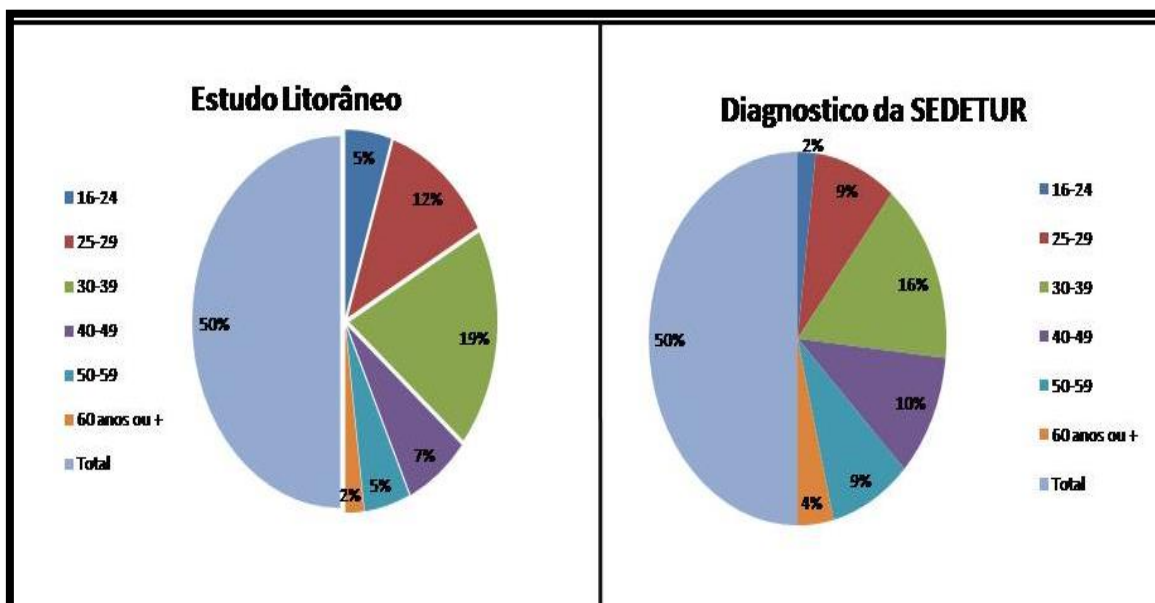
No objetivo de apresentar uma pesquisa mais completa, optou-se por fazer os gráficos com o comparativo entre o trabalho de campo e o estudo feito pela SEDETUR em 2012, sinalizado na cor vermelha, em alguns gráficos. É preciso dizer que, o trabalho feito pela SEDETUR apresenta maior universo da mostra, já que foi feito em diferentes setores do turismo, como por exemplo, praias, hotéis, centro histórico etc., e não somente nos espaços litorâneos, todavia, ainda assim é possível analisar os dados para se obter uma visão da tendência quanto ao turismo litorâneo. Nos gráficos seguintes apresenta-se como “Estudo Litorâneo” os dados coletados no trabalho de campo desta dissertação, e com a legenda “Diagnóstico SEDETUR” ao trabalho institucional consultado.

No gráfico seguinte mostram-se os grupos etários correspondentes aos Visitantes de Vitória, em 2012, e aos espaços litorâneos, em 2017, no qual se tem tendência maior de visitantes na faixa etária de 30-39 anos para os dois casos de estudo. Cabe dizer que, para o estudo feito em 2017, a faixa etária de 16-24 anos é maior em proporção ao estudo de 2012, já que essa não fica em último lugar.

---

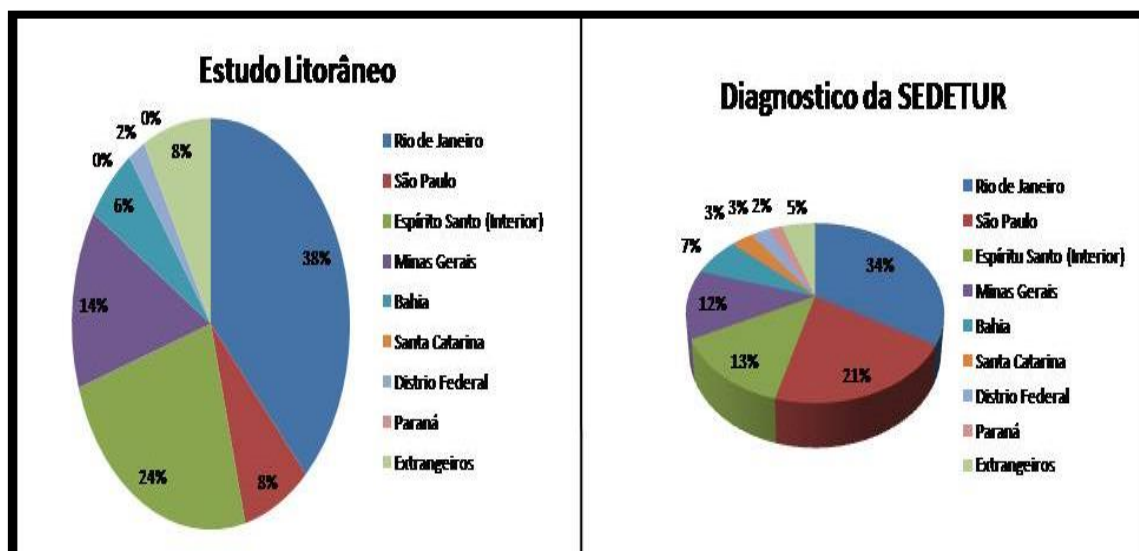
<sup>21</sup> Disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br>

Gráfico 3 Visitantes de Vitória e Espaços Litorâneos, por faixa etária



Fonte: dado de elaboração própria, e a partir de Diagnóstico e Avaliação do Potencial Turístico do Município de Vitória/ES: Relatório do projeto de pesquisa e desenvolvimento

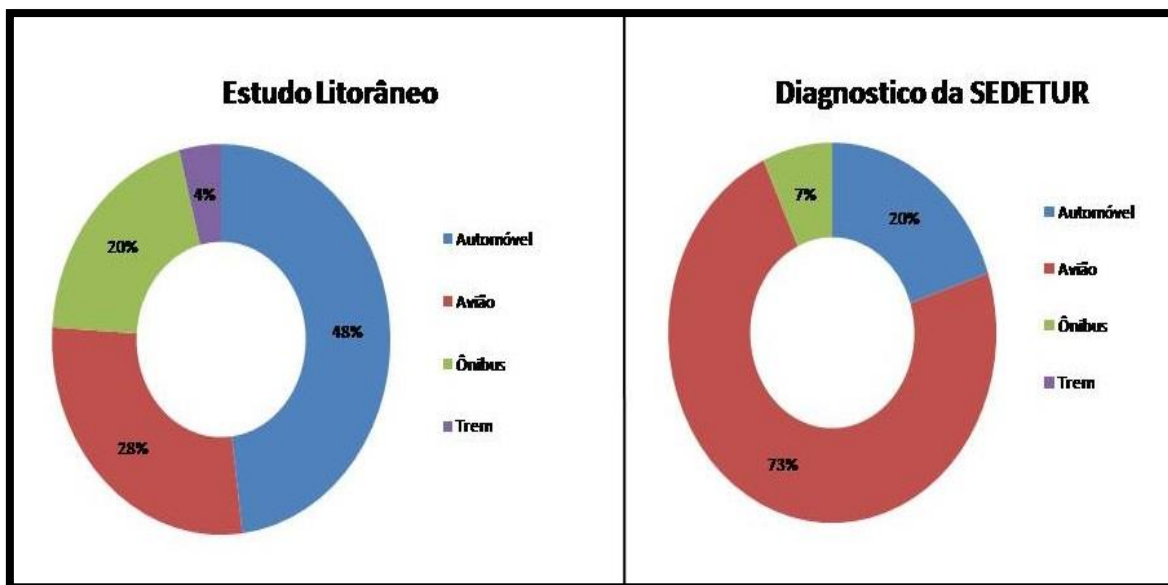
Gráfico 4 Visitantes de Vitória e espaços Litorâneos por Residência Permanente



Fonte: dado de elaboração própria e a partir de Diagnóstico e Avaliação do Potencial Turístico do Município de Vitória/ES: Relatório do projeto de pesquisa, e desenvolvimento e amostra do trabalho de campo de 50 pessoas entrevistadas.

Na interpretação do gráfico anterior analisa-se a tendência de visitantes, de acordo com cada estudo, onde novamente Rio de Janeiro, considerando sua posição geográfica, aporta mais visitante do que Vitória e seus espaços Litorâneos. Na pesquisa dos visitantes das praias, Minas Gerais alivia São Paulo em visitantes dos espaços Litorâneos, de igual forma, os moradores do interior do estado do Espírito Santo apresentam um volume importante no turismo desse lugar.

Gráfico 5 Meios de Transporte para chegar a Vitória



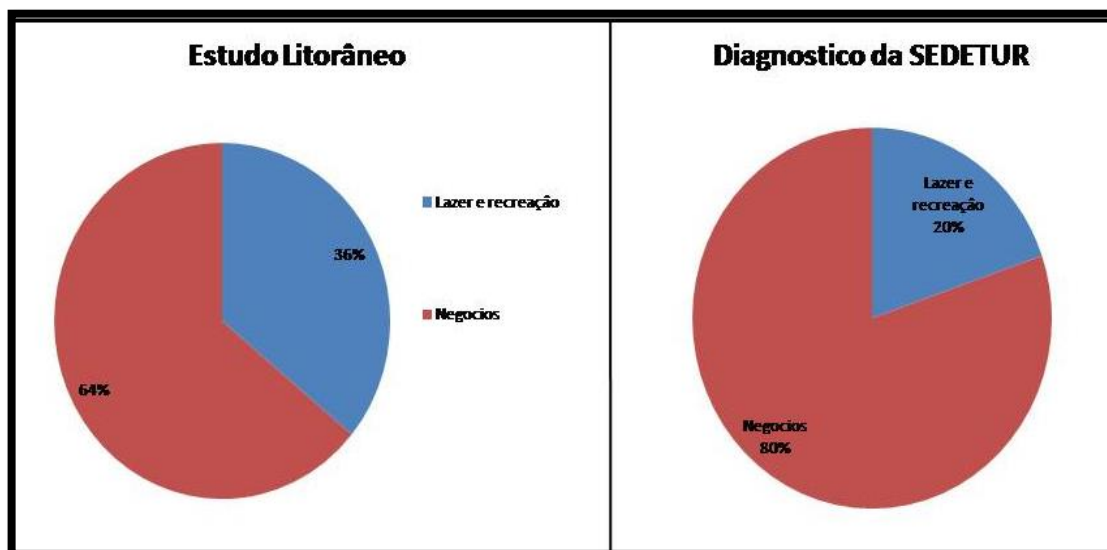
Fonte: dado de elaboração própria e a partir de Diagnóstico e Avaliação do Potencial Turístico do Município de Vitória/ES: Relatório do projeto de pesquisa e desenvolvimento, amostra do estudo litorâneo de 50 pessoas entrevistadas.

O último gráfico evidencia um fator importante para a prática do turismo, no qual, segundo o diagnóstico da SEDETUR, o avião é mais utilizado pelos visitantes entrevistados nas praias. Contudo, o estudo litorâneo revela que, no que se refere ao turismo litorâneo, há uma tendência de maior utilização do automóvel para os que visitam as praias da capital capixaba. Os ônibus, por sua vez, são utilizados, principalmente, por moradores do interior do estado do Espírito Santo. Em caso particular nos estudos sobre o espaço litoral, dois turistas utilizaram o trem para chegar à Grande Vitória, de onde depois se trasladaram a visitar a capital, provenientes do estado de Minas Gerais.

É importante assinalar que, a sazonalidade dos dois estudos é diferente, já que como foi mencionado anteriormente, o estudo de campo desta pesquisa ocorreu durante o período de junho a setembro, não sendo essa época de maior quantidade de turistas em Vitória, entretanto, é possível validar tais dados, já que foram similares aos estudos feitos pela SEDETUR.

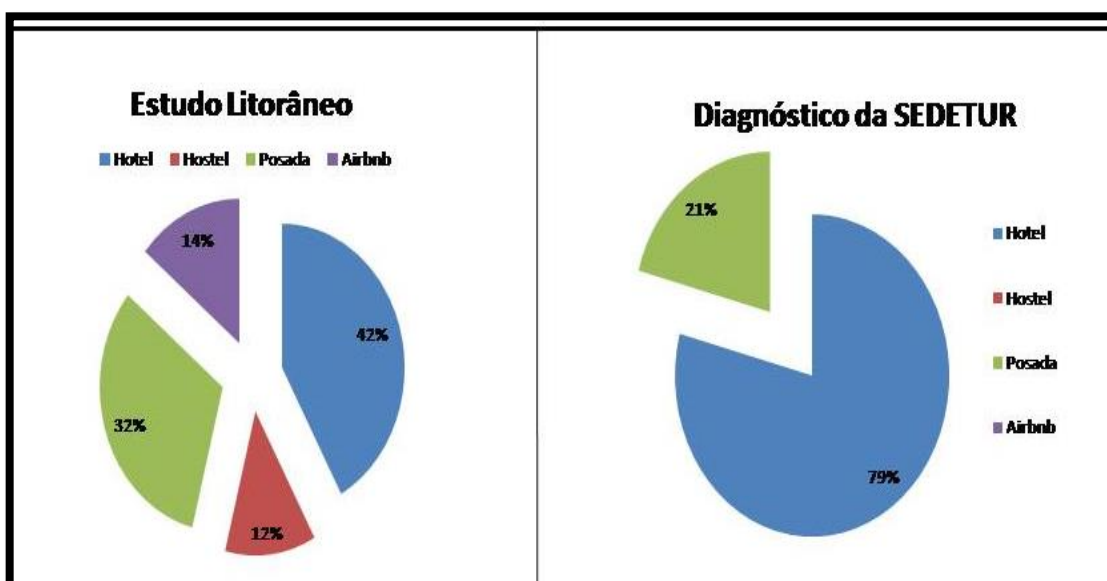
No gráfico a seguir mostra-se um dos principais pontos desta pesquisa, que se refere às motivações dos Visitantes que vão a Vitória e a seus Espaços Litorâneos, já que com as amostras dos dois universos é possível realizar análises dos principais turismos presentes em Vitória.

**Gráfico 6 Motivações principais dos visitantes de Vitória**



Fonte: dado de elaboração própria e a partir de Diagnóstico e Avaliação do Potencial Turístico do Município de Vitória/ES: Relatório do projeto de pesquisa e desenvolvimento, amostra do estudo litorâneo de 50 pessoas entrevistadas

**Gráfico 7 Meios de Hospedagem mais utilizados pelos Visitantes de Vitória e dos Espaços Litorâneos**



Fonte: dado de elaboração Própria e a partir de Diagnóstico e Avaliação do Potencial Turístico do Município de Vitória/ES: Relatório do projeto de pesquisa e desenvolvimento, amostra do estudo litorâneo de 50 pessoas entrevistadas

O gráfico 7 evidencia que o principal turismo em Vitória é o de Negócios. Dos entrevistados nas Praias de Vitória, a maioria estava na cidade por atividades comerciais, mas tinha tempo de curtir a praia. Apesar disso, boa porcentagem da amostra estava nas praias por recreação e lazer. Na interpretação

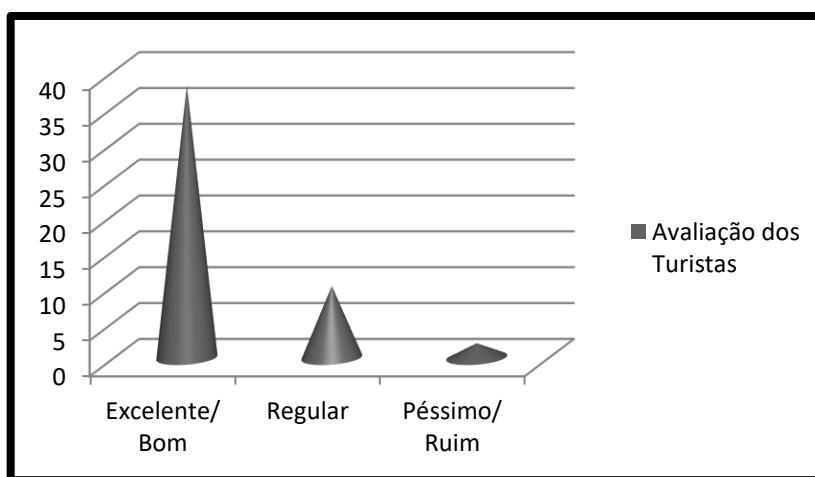
desses dados sobre o espaço litorâneo, entende-se que as praias funcionam como complemento de lazer para o turista de Negócios.

No gráfico 8 é mostrado que os hotéis são preferência, como o meio de hospedagem principal dos turistas nesses dois estudos. No estudo da SEDETUR, não aparecem dados de hostel. Nesta pesquisa, no entanto, aparecem duas variáveis adicionais, os hostels e uma nova forma de hospedagem o Airbnb – essa nova plataforma global de hospedagem é via aplicativo, servindo para fazer reservas diretamente com proprietários de residências e afins, sendo um custo menor ao de um hotel. Tal sistema é algo “novo”, mas o autor considerou que nesta pesquisa tinha de ser considerado como meio de hospedagem, já que alguns dos entrevistados da pesquisa, inclusive, utilizaram o sistema em sua visita à Vitória.

### 3.4. - Resultados Avaliativos dos Espaços Turísticos Litorâneos de Vitória

No âmbito do turismo é interessante conhecer a avaliação que cada visitante atribui aos destinos. Para iniciar as análises da situação atual em que se encontram os espaços litorâneos, a seguir apresentam-se os resultados da pesquisa sobre a qualidade dos serviços e infraestrutura turística de Vitória, principalmente, dos espaços litorâneos de Vitória. Por meio da ótica do turista pode-se avaliar a imagem e/o nível em que se encontra Vitória para oferecer o Turismo Litorâneo. A metodologia na obtenção de dados foi feita através de entrevista estruturada, no mesmo universo de 50 pessoas com residência fora<sup>22</sup> de Vitória. As perguntas feitas para a obtenção dos dados avaliativos estão integradas no modelo da entrevista que está na parte de anexos desta dissertação. Esta pesquisa, por meio da entrevista, torna-se importante, uma vez que com base na metodologia principal dos Ciclos de Vida de Butler dará maior panorama quanto ao estado e à sua avaliação, no que se refere a cada espaço turístico litorâneo.

**Gráfico 8 Os serviços de hospedagem e sua avaliação do turista**



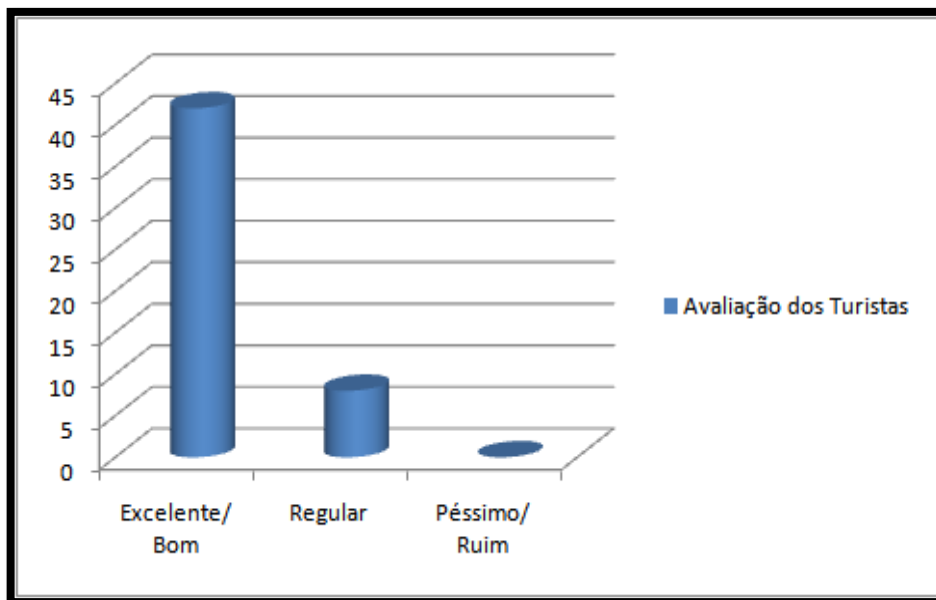
Fonte: elaboração própria, por meio do método de entrevista estruturada, dirigida unicamente a pessoas com residência fora de Vitória; com uma amostra de 50 entrevistados, divididos em 10 para cada espaço litorâneo de Vitória

<sup>22</sup> O reconhecimento de pessoas com residência fora de Vitória foi feito através de uma pergunta direta sobre sua residência habitual quando o entrevistado foi abordado.



De acordo com o gráfico anterior, a maioria dos turistas considera que os serviços de hospedagem em Vitória são bons, incluindo o atendimento, serviços de concierge, dentre outros. No seguinte gráfico é analisada a infraestrutura dos mesmos.

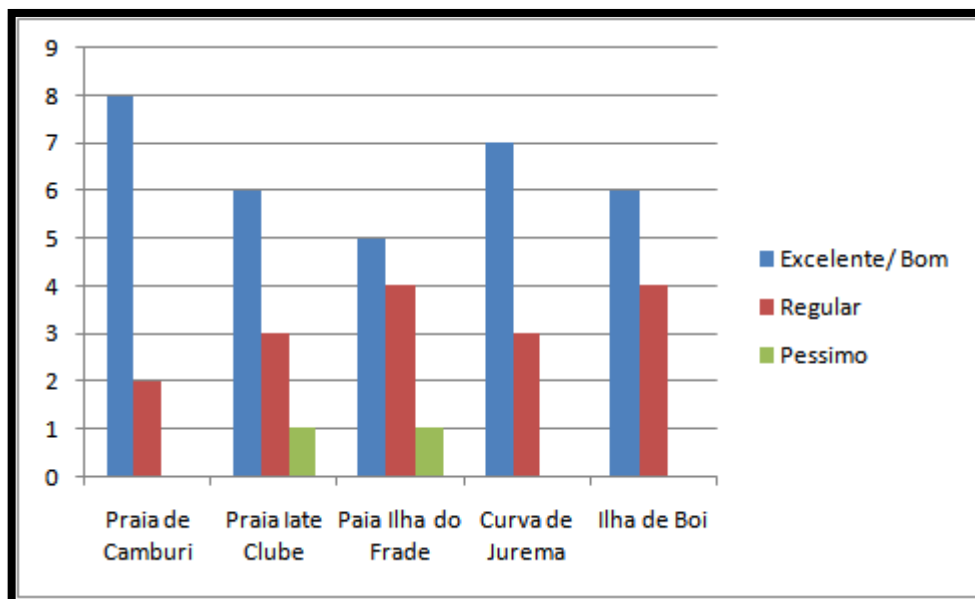
**Gráfico 9 A avaliação do turista à infraestrutura da Hospedagem em Vitória**



Fonte: elaboração própria, por meio do método de entrevista estruturada, dirigida unicamente a pessoas com residência fora de Vitória; com amostra de 50 entrevistados, divididos em 10 para cada espaço litorâneo de Vitória.

Para os entrevistados, Vitória conta com boa infraestrutura de hospedagem, incluindo àqueles que utilizam a plataforma virtual do AIRBNB. No universo de 50 entrevistados, esse aspecto não teve nenhuma avaliação negativa.

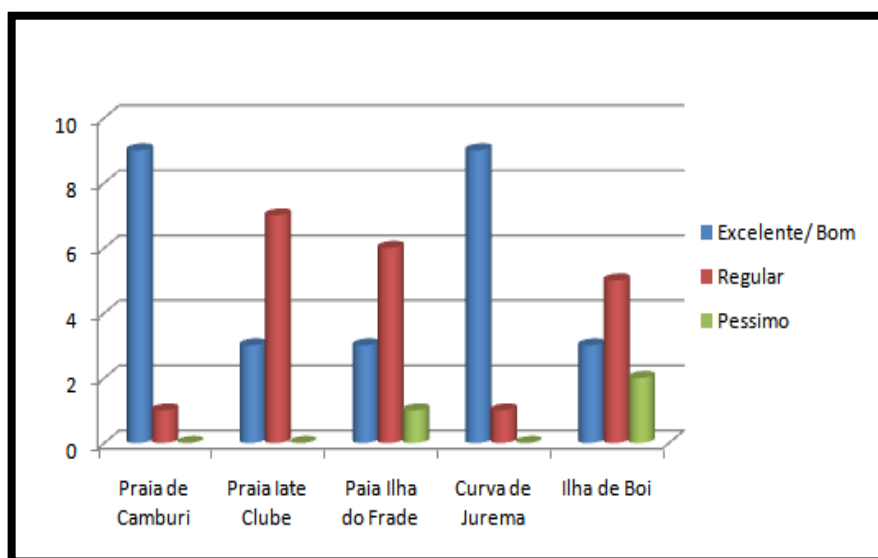
**Gráfico 10 Avaliação dos turistas das Praias que visitam**



Fonte: elaboração própria, por meio do método de entrevista estruturada, dirigida unicamente a pessoas com residência fora de Vitória; com amostra de 50 entrevistados, divididos em 10 para cada espaço litorâneo de Vitória.

Para as análises dos dados mostrados anteriormente, uma das mais importantes, cabe assinalar que os resultados são do total de 50 entrevistados - 10 para cada praia - todos com residência fora de Vitória. Cada entrevistado avaliou segundo sua própria ótica, de modo geral com boa avaliação, mas também vale ressaltar que boa parte da amostra respondeu que é regular, e em pequena proporção apareceram algumas opiniões com avaliação de péssimo.

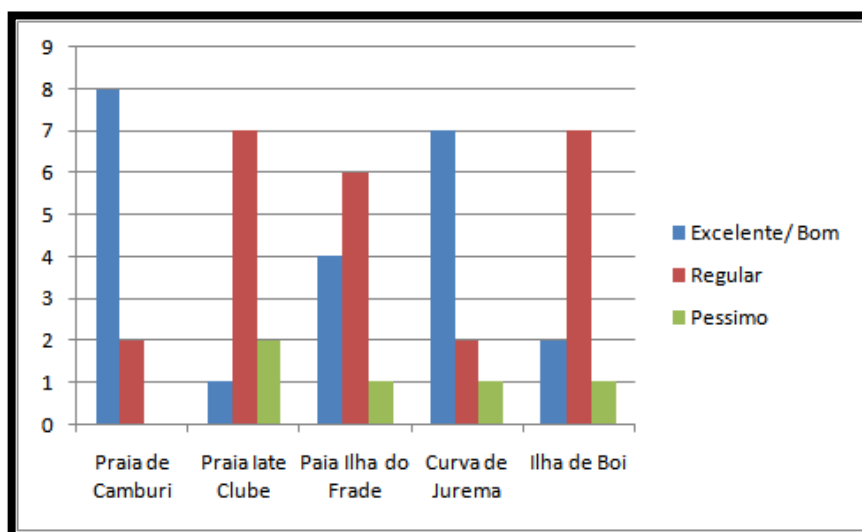
**Gráfico 11 Avaliação dos Turistas sobre a Infraestrutura das praias de Vitória**



Fonte: elaboração própria, por meio do método de entrevista estruturada, dirigida unicamente a pessoas com residência fora de Vitória; com amostra de 50 entrevistados, divididos em 10 para cada espaço litorâneo de Vitória.

Nas análises sobre essa avaliação, da ótica dos entrevistados, considera-se pouca a infraestrutura nas praias de Vitória, sendo a Praia de Camburi a que conseguiu melhor pontuação em sua infraestrutura.

**Gráfico 12 Avaliação dos Turistas dos serviços por cada Praia**

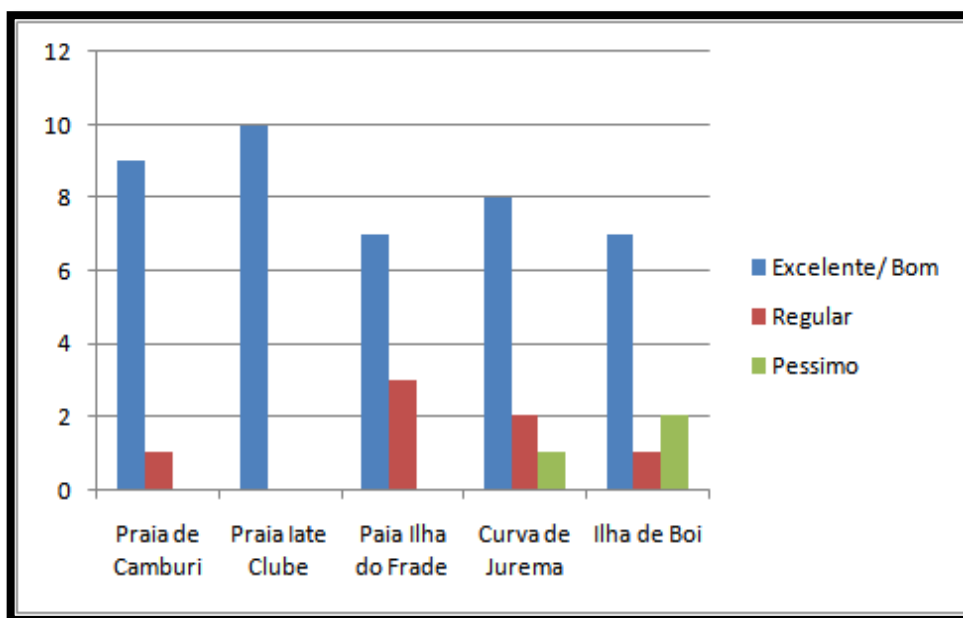


Fonte: elaboração própria, por meio do método de entrevista estruturada, dirigida unicamente a pessoas com residência fora de Vitória; com amostra de 50 entrevistados, divididos em 10 para cada espaço litorâneo de Vitória.

No gráfico 12, sobre os serviços nos espaços litorâneos de Vitória, verificou-se que a maioria das praias deste estudo foi bem avaliada, sendo que as praias do Iate Clube, Ilha do Boi e Das Castanheiras apresentaram avaliação regular. Entende-se que, na ótica do visitante, esses espaços não apresentam muita oferta quanto a serviços para o turista. As praias de Camburi e Curva da Jurema foram as que apresentaram melhor avaliação.

A avaliação mostrada no gráfico a seguir mostra-se positiva e demonstra que, na ótica do visitante, as praias de Vitória têm um bom grau de limpeza. Adicionalmente, muitas pessoas afirmaram que dispor de mais lixeiras em locais visíveis ajuda na preservação do ambiente.

**Gráfico 13 Avaliação da Limpeza das Praias de Vitória**



Fonte: elaboração própria, por meio do método de entrevista estruturada, dirigida unicamente a pessoas com residência fora de Vitória; com amostra de 50 entrevistados, divididos em 10 para cada espaço litorâneo de Vitória.

## **Turismo Náutico**

Sem dúvida, o turismo náutico é um grande complemento ao turismo litorâneo, e em Vitória não é diferente. Ainda que o turismo de atividade náutica em Vitória seja subdesenvolvido, esse tem algum nível de oferta para Vitória como destino turístico. Para o governo do Espírito Santo, esse segmento é uma ferramenta no desenvolvimento econômico, que possui papel importante para a geração e a distribuição de renda no Plano Estadual de Turismo Sustentável 2025 PETS-2025 (SETUR, 2010).

No caso particular de Vitória, a promoção do turismo náutico ocorre através de diferentes eventos, tal como aconteceu no ano 2015 (de 22 a 29 de novembro), com o XXIII Campeonato Mundial de Pesca

Oceânica, com participação de 12 países, propiciando ocupação hoteleira de 66,9% nesses dias (ANUARIO DO TURISMO, 2015). A partir da realização desse tipo de competição, Vitória aproveitou sua condição, já que é considerada a capital do Marlim azul e Marlim Branco (CDV; PMV 2008).

Nesses últimos anos, o turismo náutico surge como um dos objetivos do Projeto Espírito Santo nas Rotas Marítimas, no marco do macro programa PET-2025, que visa à execução da marinha pública em Vitória, no píer de Iemanjá, localizada na Praia de Camburi. Esse projeto causou grande expectativa, já que se espera uma reativação do turismo náutico em Vitória. Essa marinha deverá contar 100 vagas aproximadamente para embarcações com um calado de até 3 metros e hangares para 160 embarcações de até 40 pés, com uma área social turística e de serviços - recentemente a prefeitura de Vitória publicou o edital para a participação dos interessados nessa obra (PVM, 2017).

Apesar de contar com a infraestrutura necessária para desenvolver uma boa oferta náutica, em Vitória ainda não se considera o turismo náutico como um dos importantes geradores econômicos para a cidade, já que, segundo estudos feitos por SEBRAE/ES (2005), tal segmento turístico apenas é percebido como pouco importante, com 6%, em comparação ao turismo de negócios, 37%, e o de lazer, com 25%.

Outra oferta complementar ao turismo náutico, e, conseqüentemente, litorâneo em Vitória, é o que se pratica ultimamente com o nome de “Whale Watching”, ou observação de Baleias. Essa atividade está sendo praticada na Baía de Vitória com o Projeto “Amigos de Jubarte”<sup>23</sup>, que em parceria com a Vale e o Instituto O Canal, envolve uma série de opções voltadas à conservação dos cetáceos, que passam a cada ano pelo litoral capixaba. Essa atividade, ainda que pouco explorada, gera expectativa de renda e de desenvolvimento econômico sustentável (FOLHA VITÓRIA, 2017). Vitória ainda conta com diferentes ofertas de turismo náutico, em diferentes estágios de desenvolvimento, conforme será apresentado no quadro XX.

---

<sup>23</sup> Informação disponível em: <https://www.queroverbaleia.com/>

### Quadro 5 : Ofertas de Turismo Náutico de Vitória (ES)

OFERTA	POTENCIALIDADE	LIMITAÇÕES
PASSEIOS EMBARCADOS (Catraieiros, escunas, Barcos de Pesca, late, Jets Ski)	Diversificação da oferta turística, formações de associações do ramo, desenvolvimento de novos roteiros e projetos que impliquem atividades históricas culturais, órgão públicos com fomento e promoção, ampliação de empregos, investimentos públicos e privados em novos projetos turísticos	Precariedades em locais de embarque, poluição da Baía de Vitória, pouca divulgação, falta de Mão de profissional e qualificada na comercialização e atendimentos turísticos, dificuldades de Acesso de embarcações, pouca compreensão sob assuntos legais (licenças) para o turismo
CRUZEIROS	Geração de empregos, investimentos na criação de nova infraestrutura para a recepção do turismo, capacitação da mão de obra, uma fonte alternativa de renda.	Insuficiente espaço para embarque e desembarque, falta de Mão de obra Profissional para cruzeiros, traslado terrestre de passageiros inadequada exigências da Secretaria do Patrimônio da União - SPU para Licença de construção do novo terminal de Cruzeiros.
MERGULHO	Diversificação na oferta turística, conscientização na população dos recursos naturais marinhos, geração de empregos	Poluição e pouca visibilidade da água pelos sedimentos na Baía do Espírito Santo, Fluxo de Embarcações continua.
CANOAGEM	Oferta ao alcance para a maioria das massas, embarcações não poluentes, diversificação da oferta turística, geração de empregos	Pouca ou nula divulgação desta atividade náutica, pouco investimento, pouco incentivo publico, apenas alguns hotéis contam oferta para seus hóspedes
EMBARCAÇÕES A VELA	Promoção do destino de Vitória a traves de diferentes eventos de vela, diversificação de oferta, desenvolvimentos de infraestrutura para embarques.	Pouca infraestrutura encarecendo seu uso, pouca divulgação, mercado especifica conflitos com diferentes embarcações náuticas de uso turístico, pouca divulgação

Fonte: adaptado para elaboração própria a partir do Diagnóstico do Potencial do Turismo Náutico, no Município de Vitória ES/ 2013 - Instituto Ecomar

#### 3.3.2. - Política Turística para Vitória

Nesta seção do capítulo mostra-se a legislação correspondente ao turismo em Vitória, no contexto municipal, regional e estadual, assim como os programas aplicados a partir desses decretos e leis. No âmbito municipal, Vitória dispõe de leis que regulam as atividades turísticas e dão passo aos diferentes produtos turísticos, como os que atualmente funcionam (VITÓRIA, 2017). São exemplos:

- Loja de Artesanato Capixaba;
- Visitar Centro Histórico;
- Trilhas na Gruta da Onça;
- Pólo Gastronômico da Ilha das Caieiras;
- Panela de Barro;
- Centro de Visitas TAMAR.

Na continuação, temos a tabela 13, em que se mostram as leis e os decretos no âmbito municipal:

**Quadro 6 Legislação Turística Municipal**

<b>Âmbito</b>	<b>Leis, Decretos,</b>
<b>MUNICIPAL</b>	*FUNDETUR – Lei de nº 4751 de 14/09/1998 (FUNDETUR / PMV – Fundo Municipal de Turismo).
	* COMTUR - Lei de nº 8844 de 29/07/2015 (COMTUR / PMV – Conselho Municipal de Turismo).
	* Taxa de Turismo - lei de nº 329 de 06/08/1953 (Diretoria de Fazenda Municipal
	* Lei de Proteção do Patrimônio Cultural – no PDU de Lei nº4167.
	*Lei de Consessão de serviços por Marina Pública para serviços Náuticos e Turísticos - Lei nº 9047 de 02/12/2016 (DOMV)

Fonte: elaboração própria a partir de: <http://sistemas.vitoria.es.gov.br/webleis/resultado.cfm>, (SEBRAE/ES, 2005). Acesso em: 17/07/2017.

Nos âmbitos estadual, regional e nacional, Vitória aparece em diferentes programas e leis que fomentam a atividade turística no município. Os quadros 6 e 7 mostram como a cidade está posicionada, amparada e legislada por diferentes normatizações em nível macro- regional, e também em programas federais do Ministério do Turismo. Percebe-se, assim, que isso resulta em pontos positivos no que tange a maior desenvolvimento turístico local.

**Quadro 7 Legislação Turística Estadual, Regional e Nacional**

<b>Âmbito</b>	<b>Leis, Decretos, Programas</b>
<b>Estadual , Regional e Nacional</b>	FUNTUR - Lei nº 192 de 22/11/2000 (Fundo de Fomento do Turismo)
	CONTURES - Decretos nº 2.026-S, de 22/10/2003 e nº 319-S de 31/03/2004 (Conselho Estadual de Turismo)
	Lei Geral do Turismo nº11.771 de 17/10/2008
	Cadastramento de prestadores de serviços turísticos - Lei nº7.302 de 20/08/2002 .
	Região Turística Metropolitana
	CADASTUR -Lei nº 11.771 de 17/10/2008 artigos 21 e 22
	Observatorio De Turismo
	Qualifica ES
	Programa de Regionalização do Turismo- Portaria nº 105 de 16/05/2013, Ministerio de Turismo
Categorização dos Municípios pertencentes as regiões turísticas- Portaria nº144 de 27/08/2015 , Mtur	

Fonte: elaboração própria a partir de dados disponíveis em: [http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=80&Itemid=110](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=110),

### 3.5. - Características gerais de Bahia de Banderas, Nayarit, México

Bahia de Banderas é um município litorâneo, localizado ao sul do estado de Nayarit, pertencente aos Estados Unidos Mexicanos. Faz fronteira com o município de Compostela ao norte, à oeste com o Oceano Pacífico e ao sul com o Município de Puerto Vallarta, este último pertencente ao estado de Jalisco. O município encontra-se nas coordenadas geográficas de “21° 03” ao “20° 54”, de latitude norte, e 104° 58” a 105° 32”, de longitude oeste. O estado de Nayarit de que faz parte, faz fronteira ao norte com o estado de Sinaloa, ao nordeste com Zacatecas, à leste e ao sul com o estado de Jalisco e ao oeste com o Oceano Pacífico (INAFED, 2010).

Segundo o Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), em sua pesquisa de intercenso do ano de 2015<sup>24</sup>, Bahia de Banderas alcançou população de 150.250 habitantes. Um pouco mais ao alcançado no último Censo Nacional de população e vivenda feito no ano de 2010, onde chegou a 124.205 habitantes. Sendo esse aumento compreensível a partir das atividades econômicas que se efetuam na região (INEGI, 2010).

Bahia de Banderas (BADEBA) tem extensão de 768 Km<sup>2</sup>, que representa 2,8% da superfície total do estado, somando, ainda, 2,5 Km<sup>2</sup> de superfície do arquipélago das “Marietas”. O território do município apresenta mais de 70% de característica sub-montanhoso, originando a “Sierra Madre Occidental”. O restante do município é conformado por território plano costeiro e pequenos vales (INAFED, 2010).

No contexto histórico do município de BADEBA, destaca-se, no período colonial, o uso e a apropriação do território por parte das populações, gerando conflitos com os habitantes da região. Considerada a região de mais arraigo na história da Geografia, vinculada ao mundo das noções espaciais (GASCA, 2009). Essas primeiras interações territoriais remontam ao ano de 1525, quando o povo “Tintoque” foi conquistado pelos espanhóis Francisco Cortés de San Buenaventura e o Frade Martin de Jesus. Esses encontros são resultantes da conquista e do domínio do território espanhol, que experimenta diferentes enfrentamentos para submeter aos locais (GARCÍA MARTÍNEZ, 2000).

Posteriormente, o conquistador Nuño de Beltrán de Guzmán procedeu com colonização violenta e destrutiva, deixando em notável despovoamento a região. Foi até o século XVI, quando a região adquiriu o nome próprio de Valle de Banderas, que apareceu nos informes de Lázaro Blanco, tenente do Alcaide Maior de Relações Geográficas do Reino da Nueva Galícia<sup>25</sup> (ACUÑA, 1988). Uma vez território com renome, tiveram início as atividades econômicas e comerciais, como aconteceu nos séculos XVII e

---

<sup>24</sup> Disponível em:

[http://buscador.inegi.org.mx/search?tx=encuesta+intercensal&q=encuesta+intercensal&site=sitioINEGI\\_collection&client=INEGI\\_Default&proxystylesheet=INEGI\\_Default&getfields=\\*&entsp=a\\_\\_inegi\\_politica&lr=lang\\_es%257Clang\\_en&lr=lang\\_es%257Clang\\_en&filter=1](http://buscador.inegi.org.mx/search?tx=encuesta+intercensal&q=encuesta+intercensal&site=sitioINEGI_collection&client=INEGI_Default&proxystylesheet=INEGI_Default&getfields=*&entsp=a__inegi_politica&lr=lang_es%257Clang_en&lr=lang_es%257Clang_en&filter=1). Acesso em 07/11/2017.

<sup>25</sup> Reino Autônomo do “Virreynato” da Nova Espanha, informação disponível em: Divisão antiga da NovaEspanha/<https://revistascolaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/gacetamexicana/article/view/7567/6823>, Acesso em: 07/11/2017.

XVIII com a intensificação do cultivo do tabaco e atividades de embarcações marítimas (INAFED, 2010).

No século XIX eclodiram mais atividades comerciais, como a Fundação da Companhia Mineira de “La Union”, em 1854, que compreendia os territórios das minas do “Cuale” até as “Peñas”, território que atualmente é o município de Bahia de Banderas. Nesse período de tempo, as terras cultiváveis da região foram propriedade da família Maisterrena de ascendência espanhola, até que em 1899, o norte-americano Alfred W. Geist adquiriu 90% das ações da companhia, ficando em suas mãos o controle das minas e dos terrenos de produção do território. Esse período é caracterizado como apropriação simbólica, através da cultura e do poder de um grupo social que se apropria do território pelo poder econômico (LÓPEZ; MURIÁ, 1998), deixando isso como uma consideração histórica aos fenômenos socioeconômicos que sofreria o município no futuro.

Uma das características históricas importantes de Bahia de Banderas como município é o fato de ser muito novo em relação à Vitória (ES), já que conta apenas com 28 anos de existência, a partir do Artigo 1 do decreto n. 7261 da constituição Política do Estado de Nayarit apresentada no Periódico Oficial que promulga “*A criação de um novo Município na zona Sul do território da atual Compostela que se denominara Bahia de Banderas*” (NAYARIT, 1989), sendo segregado do território do Município de Compostela. Para melhor entendimento territorial, é importante fazer a separação entre o município de Bahia de Banderas, que pertence ao Estado de Nayarit, e a zona da Bahia de Banderas, que compreende administrativamente municípios de Puerto Vallarta, Jalisco e Nuevo Vallarta, este último no Município de Bahia de Banderas. Ao longo do desenvolvimento do estudo desta dissertação será focalizado unicamente o município de Bahia de Banderas em Nayarit, México.

Com essas considerações históricas desse espaço litorâneo é interessante passar à exposição da complexidade do território para o entendimento de seu desenvolvimento. Com o objetivo de se obter maior compreensão da localização do município de Bahia de Banderas, a figura 36 aponta sua posição geográfica.

### **Acessibilidade**

Bahia de Banderas tem diferentes, porém, limitadas formas de acesso ao município e seus espaços turísticos litorâneos, sendo principal a via terrestre, que conta com rede de estradas de 103,3 km, das quais 79.6 km são pavimentadas e apenas 24 km são de caminhos rurais sem pavimento (SCT, 2011). Possui múltiplas estradas que permitem a chegada dos visitantes e o trânsito da população local. A via mais importante e com mais fluxo de visitantes é a estrada federal 200 Tepic – Puerto Vallarta, que passa por todo o litoral do município de Bahia de Banderas, e conecta à Puerto Vallarta, polo turístico importante da região; e com Tepic, a capital do estado de Nayarit de onde faz parte (INEGI, 2009).



Além disso, conta com outras pequenas estradas internas, como “La Costera”, a qual conecta a diferentes espaços litorâneos. São exemplos, San Francisco e Sayulita; a estrada de Mezcales, que faz a interseção para a cabeceira Municipal Valle de Banderas; e por último, a estrada mais nova que leva a Novo Vallarta – Flamingos, que corta a estrada Federal 200 (SECTUR, 2014). Bahia de Banderas possui duas principais centrais rodoviárias, localizadas em Mezcales e em Novo Vallarta, as quais representam grande fator no tráfego de passageiros que chegam ao município, principalmente, visitantes nacionais provenientes das cidades vizinhas de Bahia de Banderas, como Puerto Vallarta, Compostela, Tepic e Guadalajara. (SCT, 2011).

Ainda que sua atividade principal seja o turismo, motivo pelo qual recebe visitantes de distintos lugares, Bahia de Banderas não conta com aeroporto próprio, somente com um aeródromo e três heliportos, enquanto infraestrutura aérea (PMD, 2011). Seus visitantes chegam, principalmente, no aeroporto da cidade próxima de Puerto de Vallarta, o Aeroporto Internacional Licenciado Gustavo Diaz Ordaz<sup>26</sup>. Este último faz a captação do turismo internacional que chega, principalmente, dos Estados Unidos e Canadá. O aeroporto registrou, em 2012, o total de 12.534 chegadas, sendo 69% de passageiros estrangeiros e 31% de visitantes nacionais (SECTUR, 2012).

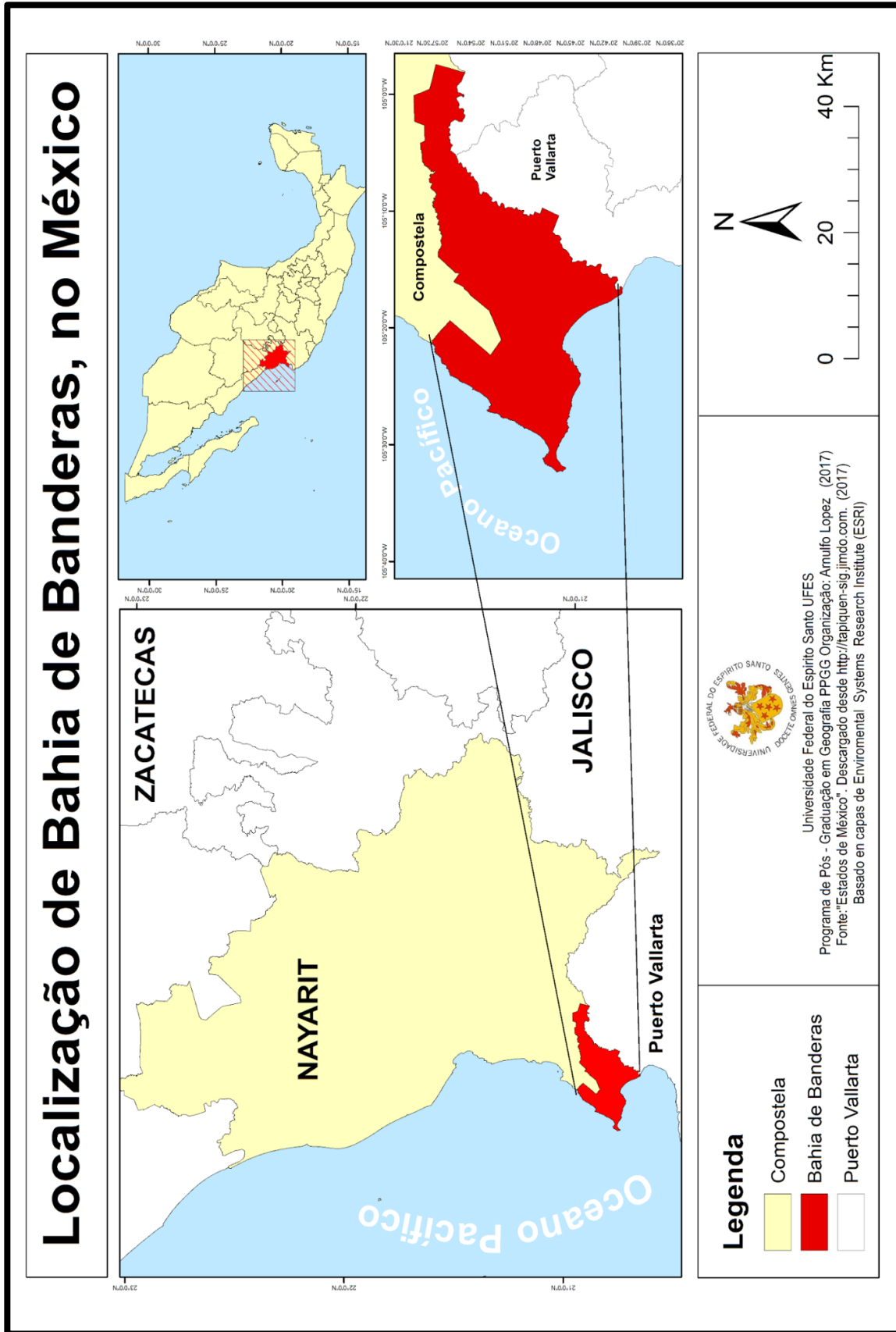
Em relação aos acessos marítimos, Bahia de Banderas apresenta infraestrutura marítima limitada, já que conta com 6 (seis) pequenos portos de ancoradouro, utilizados, principalmente, para a pesca; sendo somente três orientados para o turismo, como as marianas, localizadas em Nuevo Vallarta e La Cruz de Huanacastle. No caso das marinas de Novo Vallarta, está composta por duas marinas: a Marina “Paradise Village” e a “Marina Nuevo Vallarta”, que fazem parte das entradas para o espaço turístico litorâneo em menção, e juntas contêm capacidade para 324 embarcações, com sete berços de pente flutuante, formados por passarelas em cais fixo de serviços, com comprimento de 152 metros (SECTUR, 2014). Enquanto a marina da Cruz de Huanacastle está localizada no território litorâneo de homônimo nome, dentro do complexo há 351 píeres, além de hotel e todos os serviços (MRN, 2017).

É necessário destacar a correlação que tem Bahia de Banderas com Puerto Vallarta, uma vez que a captação de turistas por cruzeiros somente é possível devido à infraestrutura que oferece essa cidade. Em resumo, a via principal de deslocamentos para o município é a via terrestre, contribuindo, de certa forma, também a marítima.

---

<sup>26</sup> Adquiriu esse nome em honra ao ex-presidente do México Gustavo Diaz Ordaz (período 1964- 1970) (código IATA: PVR).

Figura 19 Localização de Bahia de Banderas (NAY)

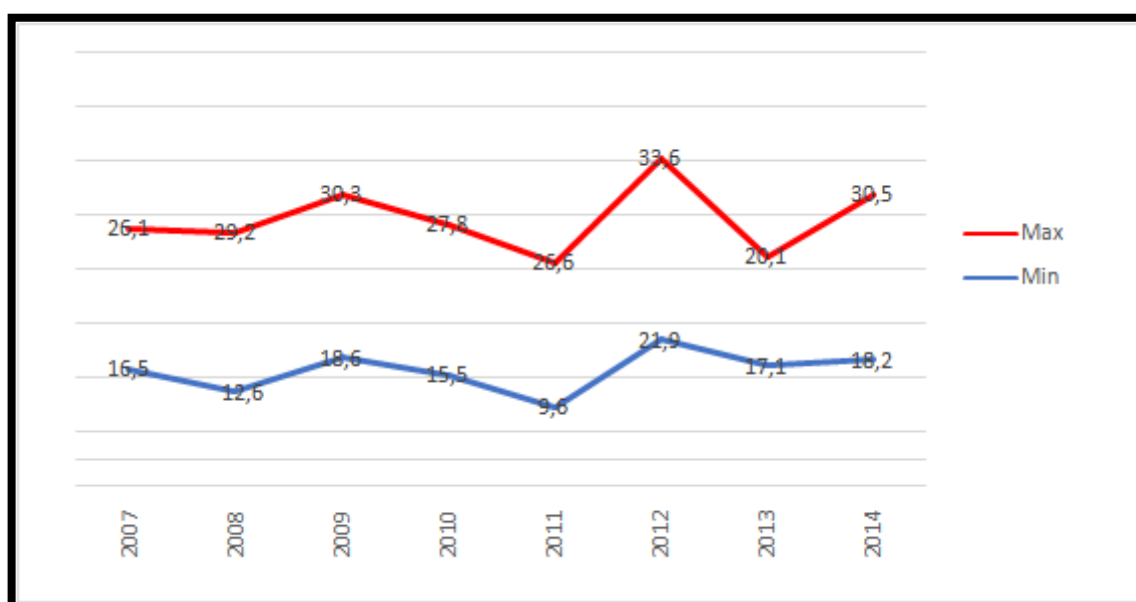


## Características Ambientais

Estudar o clima das cidades que são objetos de estudo nesta dissertação é importante para conhecer mais em detalhe as vantagens ou desvantagens que oferece o destino turístico litorâneo. Nesse sentido, agora são apresentadas as características ambientais da Bahia de Banderas, para um maior entendimento do espaço litorâneo. O município tem um clima quente, sub-úmido, com chuvas no verão principalmente, com precipitações anuais de 1,159.2 mm., e sua temperatura média anual oscila entre os 23.1 C e 27 .8, com quase 90% dos dias do ano com sol (INAFED, 2010).

A seguir, apresenta-se o histórico da temperatura em Bahia de Banderas, a partir do ano 2007, onde se observa uma temperatura ótima para lazer no espaço litorâneo;

**Gráfico 14 Temperatura anual de Bahia de Banderas, México 2007-2014**



Fonte: Elaboração Própria a partir de: <http://www.climanayarit.gob.mx/datoshisto.php>, Acesso 16/11/2017.

No gráfico anterior é possível observar que a temperatura no município estudado é favorável ao turismo, já que não apresenta temperaturas extremas nos últimos anos, o que faz um bom ponto para realizar atividades turísticas litorâneas a maior parte do ano.

## Características ambientais dos espaços litorâneos de Bahia de Banderas

O município Bahia de Banderas possui diferentes cenários quanto ao cuidado e preservação ambiental. Possui avaliações positivas e negativas de seus espaços litorâneos ou praias, já que aposta no turismo massivo em seus espaços, sofrendo impactos adversos no meio natural, superando a capacidade de carga dos ecossistemas envolvidos – neste caso as praias, incluindo o seu entorno, a exemplo da flora e fauna praias. O turismo, em geral, e particularmente o massivo tradicional de “sol e praia”, apesar de não ser

o único fator de impacto é um dos mais importantes, convertendo-se como um consumidor do solo voraz (MARTÍNEZ, 1994).

Não somente as ações humanas participam no desgaste das praias, mas também os fatores provocados pelas mudanças climáticas, como o incremento de temperaturas extremas, precipitações intensas tormentas e furacões, que geram grandes consequências às praias como a erosão e danos à vegetação natural.

No caso do município de Banderas, diferentes estudos, como da Greenpeace, por exemplo, apontam diferentes problemas ambientais e de sustentabilidade, derivados do “turismo de sol e praia”, como a capacidade técnica e operativa excedida pelo crescimento do turismo, problemas com o abastecimento e distribuição da água potável e aumento da produção de lixo (GREENPEACE, 2008).

Contudo, o governo local adotou uma série de ações a favor das praias dos municípios, como por exemplo, a gestão das praias com certificações nacionais e internacionais, tal como o programa Bandeira Azul (*Blue Flag*)<sup>27</sup> de origem Danes, que consta de um monitoramento constante de qualidade da água, gestão ambiental, segurança e serviços, entre outras particularidades.

Existe também o programa de Certificações de Praias do México a partir da norma *NMX-AA-120-SFCI-2006*, criado pelo instituto Mexicano de Normalização e Certificação A..C, que entrou em funções no ano 2010, com um enfoque ambientalista a procura da sustentabilidade da praia – com critérios como programas de resíduos sólidos, melhoramento da infraestrutura, conservação, segurança e serviços aos usuários (SÁNCHEZ; CERVANTES, 2010). Dentro deste programa estão certificadas as praias de Bucerias e Sayulita, espaços litorâneos objetos de estudo desta dissertação.

### **Infraestrutura e Serviços básicos**

Neste item são apresentados os dados correspondentes à infraestrutura e aos serviços que compõem Bahia de Banderas em benefício da população local, objetivando conhecer o nível de vida que apresenta o espaço litorâneo. No que diz respeito à saúde, de acordo com dados de 2016, a Bahia de Banderas possui bons números, já que tem cobertura médica de 80,44% da população em todo o município. A infraestrutura médica em Bahia de Banderas dispõe de 37 centros médicos públicos de consulta e dois hospitais de caráter público, além disso, tem 14 estabelecimentos de caráter privado para o atendimento da população (INEGI, 2016).

No item transporte, Bahia de Banderas possui diferentes meios de deslocamento, tanto para usuários quanto para turistas. Nos últimos dados cadastrados, no ano de 2015, possui frota de 217 ônibus urbanos, (SAF, 2015), dos quais tem cobertura total de Norte ao sul, pelos espaços litorâneos de Punta Mita,

---

<sup>27</sup> Disponível em: <http://www.blueflag.global/>. Acesso em: 08/01/2017.

Sayulita, San Pancho, Bucerias, Nuevo Vallarta (RUTAS VALLARTA, 2017), com um preço por usuário de \$7.50 MXN (R\$1.30)<sup>28</sup>.

Conta, ainda, com frota de 953 táxis, para uso urbano e hoteleiro (SAF, 2015). Recentemente, em junho de 2017, o serviço do aplicativo Uber começou operações, acrescentando mais serviços de transporte para a população e os turistas.

Em relação ao sistema de água potável, “OROMAPAS” é o organismo operador municipal responsável pelo abastecimento, esgoto e saneamento das águas no município. As fontes de abastecimento de água para a população são, principalmente, mantos aquíferos (293) e rios (CONAGUA, 2015). A população do município conta com sete sistemas de distribuição de água potável, em oito localidades principais, sendo seis em espaços litorâneos. Em relação ao esgoto, todas as localidades do município contam com esse serviço (INEGI, 2016).

No serviço de coleta do lixo, Bahia de Banderas conta com 15 unidades de coletas, que se dividem nos horários matutinos e vespertinos, com uma equipe de 82 funcionários (PMD, 2011).

### **Aspectos econômicos de Bahia de Banderas**

No que se refere à economia, três são os tipos de atividades econômicas da cidade, com destaque para as primárias (a agricultura) e a terciária (o turismo), gerando maior dinâmica econômica do estado de Nayarit, e com isso é possível a geração de empregos, tal como é apresentado no informe do (INAFED, 2015), o qual apresenta taxa de população economicamente ativa de 59.8% da população total, sendo 96,7% ativa e 3,3% não.

A agricultura é um pilar econômico da região, devido às terras que são utilizadas e o clima existente. Nesse cenário, destaca-se o cultivo da manga. Também é importante mencionar que o milho e o trigo ocupam grande importância no desenvolvimento da agricultura. Em menor medida, destaca-se a criação de gado e a pesca (MUNICIPIOS, 2017). No caso do pastoreio das terras, a principal produção é de carne bovina, com 1592 toneladas, seguida pela suína com 257 toneladas; de acordo com o último censo econômico (INEGI, 2014).

A pesca, como parte do setor primário, também tem papel relevante, já que o município de Bahia de Banderas ocupa 68 quilômetros de costa junto ao oceano pacífico. A principal produção é a captura de camarão, huachinango, cazón, pargo, mojarra e tubarão; sendo 50% da produção para o consumo local do estado de Nayarit, enquanto a outra porcentagem é destinada para outras cidades do país, como Guadalajara, Morelia e Cidade do México (PMD, 2011).

Em menor escala, mas não menos importantes, estão as atividades do setor secundário de onde aparecem, principalmente, a indústria de manufatura, como alimentos e bebidas, e construção,

---

<sup>28</sup> <http://www.xe.com/es/currencyconverter/>. Acesso em: 20/11/2017.

(MUNICIPIOS, 2017). Além disso, a indústria madeireira faz sua aparição, ainda que minimamente, na localidade de Valle de Banderas (INEGI, 2007).

No grupo das atividades terciárias, aparece a atividade mais importante na atualidade e que mais produz renda para o município: o turismo. Tem enorme influência nas demais atividades econômicas, já que seu grande desenvolvimento e demanda requer um complemento delas. Atualmente, Bahia de Banderas é o maior município em importância econômica para o estado de Nayarit e tem a maior área turística da entidade. Esse território turístico recebe, majoritariamente, turistas estrangeiros, como é mostrado na tabela 19. Além disso, Bahia de Banderas dispõe de 12.284 quartos de hotel, e é visitado por aproximadamente 2.352.936 turistas (PMD, 2011).

Em relação aos gastos da atividade turística, os turistas norte-americanos são os que dominam o gasto estrangeiro em Bahia de Banderas, como é apresentado no quadro 8, a qual apresenta os países que se destacaram no ano de 2015, em gastos nos espaços turísticos estudados (SECTUR, 2015).

Todas as atividades econômicas no município aportam para o desenvolvimento econômico da população. Algumas estimativas apontam que Bahia de Banderas em 2011 aportava 32,5% do Produto Interno Bruto Estadual, com taxa de crescimento influenciada pelos investidores e atividade terciária de serviços (PMD, 2011).

**Quadro 8 Origem do gasto de turista estrangeiro**

<b>Estados Unidos</b>	<b>93%</b>
<b>Canadá</b>	<b>2,93%</b>
<b>Argentina</b>	<b>1,20%</b>
<b>República Dominicana</b>	<b>0,55%</b>
<b>Costa Rica</b>	<b>0,41%</b>
<b>Suíça</b>	<b>0,25%</b>
<b>Colômbia</b>	<b>0,23%</b>
<b>Chile</b>	<b>0,20%</b>
<b>China</b>	<b>0,15%</b>
<b>Australia</b>	<b>0,12%</b>

Fonte: adaptado para elaboração própria a partir de: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/>, Acesso em: 17/11/2017.

Os dados da última tabela refletem domínio quase total norte-americano, no que se refere aos gastos turísticos no município em estudo. As causas principais desse fenômeno relacionam-se, de certo modo, à localização geográfica, a nível regional da costa do pacífico com polo turístico importante do México como é Puerto Vallarta, que é um produto consolidado a nível global ao pertencer a um país que é vizinho dos Estados Unidos.

Esse cenário se deve também às instituições públicas estaduais e federais responsáveis pelo turismo, as quais têm sabido promover-se no mercado da América do Norte. No ano de 2013 intensificou-se a promoção com a campanha publicitária colaborativa “Vallarta -Nayarit”, que se adicionou à campanha promocional da Secretaria de Turismo Federal *Vivirlo para Creerlo, Live it to Believe it*, criando uma campanha chamada *Vallarta -Nayarit Live it to Believe it*<sup>29</sup> de maior força promocional para diferentes mercados, principalmente, o Norte Americano e o Canadense (SECTUR, 2014).

Contudo, é preciso ressaltar que os dados mostrados na tabela anterior, são números sobre o total de gastos em todo o município de Bahia de Banderas, e não precisamente nos espaços turísticos litorâneos da região.

### 3.6. - Ofertas turísticas litorâneas de Bahia de Banderas, Nayarit, México

Falar sobre a oferta turística do município de Bahia de Banderas é abordar uma série de fenômenos históricos, sociais e econômicos, que permitiram gerar certamente as ofertas que hoje o território oferece. A atividade turística nesse espaço litorâneo tem origem na década de 1970 (ainda sendo parte do município de Compostela) , quando a partir do decreto do ex-presidente Gustavo Diaz Ordaz, permitiu a expropriação de 4.236 hectares de terras comunitárias do município de Compostela, formando parte do patrimônio do fideicomisso Bahia de Banderas, cuja criação foi nessa mesma década, em Janeiro de 1971 (CARRASCAL, 1987).

Mais adiante, esse processo originou explosão demográfica devido à atividade turística de Bahia de Banderas, convertendo-se, assim, em um dos municípios do México que registrou grande crescimento no setor turístico nos últimos anos, influenciado diretamente pela cidade turística litorânea de Puerto Vallarta, sendo esta última, eixo principal do turismo na costa pacífica mexicana (PROPÍN; SANCHEZ, 2002).

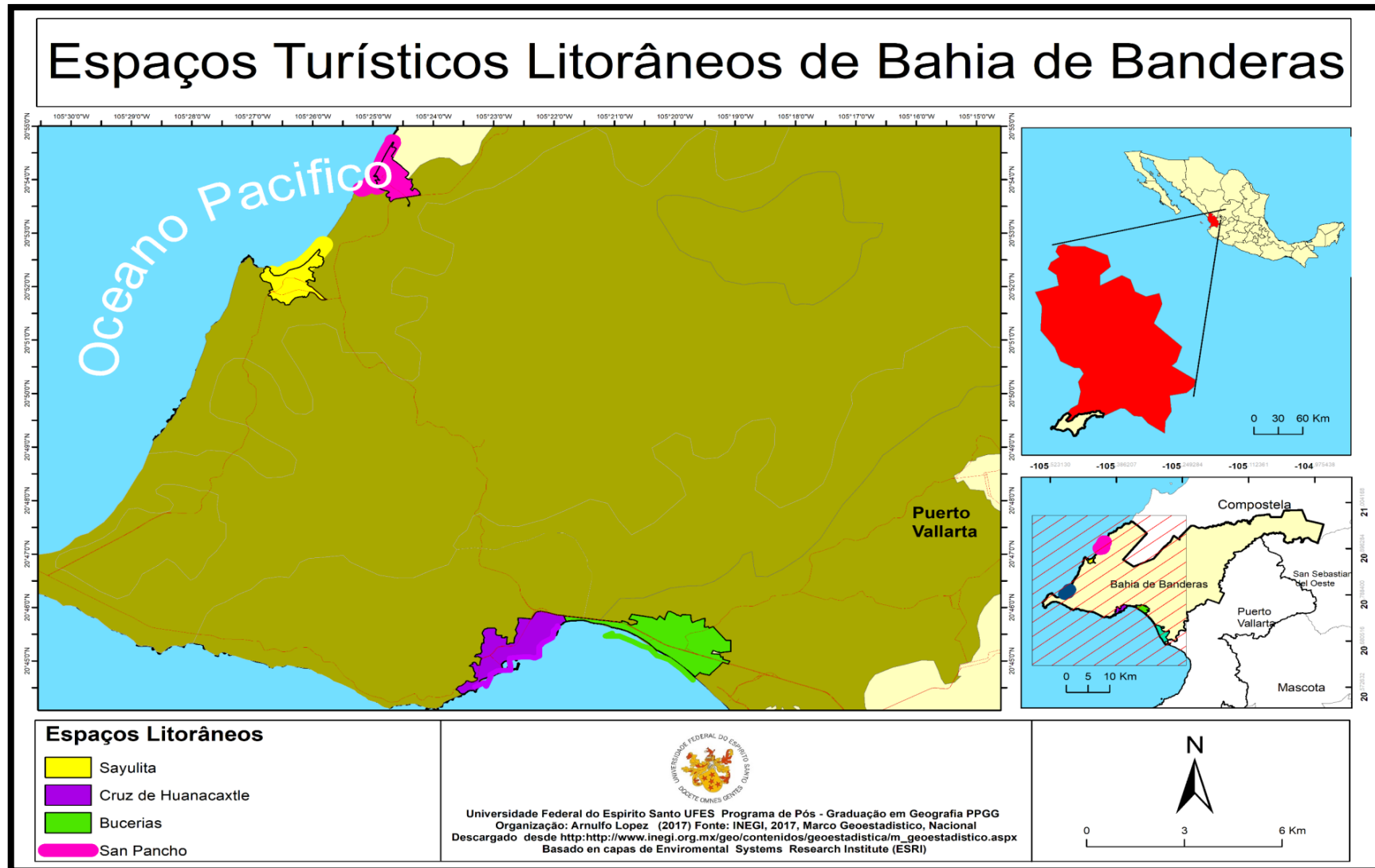
Em consequência, essa proximidade com Puerto Vallarta propiciou uma série de mudanças econômicas. Dados oficiais revelaram que em 2003 houve expansão no âmbito do turismo, com 21 hotéis na faixa costeira e mais de 6 mil quartos, representando um terço do total de hospedagens existentes no estado de Nayarit (MÁRQUEZ; SÁNCHEZ, 2007). A oferta de serviços turísticos concentra-se em três tipos de mercados espacialmente diferenciados: o turismo mexicano de altos ingressos; o internacional; e o turismo de caráter local (CARRASCAL, 1987).

O principal recurso a estudar nesta dissertação são as condições e os atrativos turísticos litorâneos (ou das praias), a maioria em áreas urbanizadas ou semi-urbanizadas. Para isso, na figura 39 a seguir, é mostrada a localização dos espaços litorâneos estudados nesta dissertação.

---

<sup>29</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=qonB261rKPw>. Acesso em: 05/01/2018.

Figura 20 Espaços Turísticos Litorâneos Bahía de Banderas (Nay), México





Na figura anterior é mostrada a localização de cada um dos espaços litorâneos escolhidos para analisar na parte de Bahia de Banderas. O verde no mapa representa a vegetação do município, que junto ao sistema de montanhas (serra) torna mais longos os trajetos entre os espaços litorâneos. Bahia de Banderas tem característica similar com o caso brasileiro, já que 80% da população mora no litoral, pelas atividades econômicas em que atuam. Diferente de Vitória, os espaços litorâneos de Bahia de Banderas têm uma distância maior entre eles, cujas localidades foram assentadas em diferentes partes do município; todos os espaços estão conectados pela estrada federal 200. A seguir, serão apresentados os espaços litorâneos com suas características para maior compreensão espacial.

### 3.7. - Histórico turístico da região sul: o caso da “Riviera Nayarit”

Para discorrer sobre o turismo litorâneo em Bahia de Banderas é necessário expor, primeiramente, o desenvolvimento da marca “Riviera Nayarit”, já que o município e seus espaços litorâneos formam parte desse corredor turístico do estado de Nayarit. Assim, é preciso conhecer o histórico para ter noção da origem do rápido crescimento em matéria turística dos espaços litorâneos de Bahia de Banderas.

O começo da transformação de Bahia Banderas é resultante da interferência dos modelos de desenvolvimento internacional e nacional, tanto no setor público quanto no privado, com o objetivo de obter grande rentabilidade no sul do estado de Nayarit, especialmente, nos municípios de Compostela e Bahia de Banderas (CASTRO; LÓPEZ, 2010).

Toda a expansão turística tem origem na década de 1970, quando o governo do ex-presidente Luis Echeverría Alvarez autorizou, em 20 de janeiro de 1971, a criação do fideicomisso de Bahia de Banderas, sendo controverso em seu começo, já que originou uma série de expropriações a prédios comunitários, com o fim de desenvolver complexos turísticos para o mercado norte-americano (CARRASCAL, 1987).

Quando foi criado constitucionalmente o município de Bahia de Banderas (1989), ele já contava com certo nível de infraestrutura. Porém, foi após o ano de 2000, através do Fundo Nacional do Turismo (FONATUR) e a Secretaria de Turismo, que foi implementado o “Centro Integralmente Planejado Nayarit” (CIP, Nayarit), onde, nos primeiros quinze anos, distribuirá 865 hectares em três pontos turísticos; sendo considerados, principalmente, os espaços litorâneo de Litibú (152 hectares), El Capomo (268 hectares) e La Peñita (445 hectares) (RAMÍREZ ; PIO, 2011).

Não obstante, Bahia de Banderas ainda continuava muito ligada à cidade vizinha de Puerto Vallarta, já que nesta cidade a população realizava diversas atividades, como trabalhar e estudar. Além disso, a expansão do turismo em BADEBA gerou problemas no território, pois as cidades não trabalhavam nos acordos que permitiram um desenvolvimento integral e planejado da zona, e isso era refletido no atraso de infraestrutura, transporte público e comunicações (HUÍZAR; ZEPEDA, 2013).

Como solução, e com a finalidade de demarcar um pouco o município Puerto Vallarta, em matéria turística, o Governo do Estado de Nayarit, em 4 de julho de 2007, através do decreto no 2, do periódico oficial, decreta a criação dos “*Corredores*” *Turísticos Vallarta Nayarit e Riviera Nayarit* (NAYARIT, 2007a). Assinala que: “A zona turística Riviera Nayarit, compreende o espaço geográfico desde a margem direita do Rio Ameca até o Porto do San Blas, com uma extensão de 180.18 km de litorâneo”.

**Figura 21 Logotipo Riviera Nayarit**



### **Praia de San Francisco (São Pancho)**

Esse espaço litorâneo se encontra na pequena localidade de homônimo nome, ao norte do município de Bahía de Banderas, com longitude 105.413333 e latitude 20.902500. A praia de San Francisco é conhecida também como praia São Pancho, e é rodeada pela selva e morros da Serra Madre Ocidental, que chegam até a costa do Oceano Pacífico. A praia tem 1 km de comprimento por 50 metros de largura (SECTUR, 2014). A praia de *San Pancho* tem areias claras e suaves, com ondas estáveis e um pequeno povo típico - ao estilo mexicano antigo. Suas ruas são pavimentadas de pedra e, ainda hoje, a população utiliza o cavalo como meio de transporte, e é comum ouvir os frangos e as galinhas nas casas dos habitantes locais (PLAYASMEXICO, 2014).

Desde o ano de 1974, São Pancho tem apresentado crescimento. Hoje não conta com grande rede hoteleira, mas sim com serviço de hospedagem para diferentes orçamentos, sendo a maioria deles *Bed&Breakfast*, e alguns hotéis boutique de poucas habitações. Salienta-se que a oferta de hospedagem é baseada no aluguel de casas ou vilas, especialmente, para o turismo dos USA e Canadá (DELAMAZA, 2012). No que diz respeito às ofertas no espaço litorâneo, é possível encontrar além da praia, as galerias, pequenos restaurantes, padarias, cafeterias e centros culturais; esses últimos são resultados de uma característica do povo. O espaço litorâneo também possui o grupo de Preservação Ecológica da Costa Verde<sup>30</sup>, que trabalha no cuidado e na preservação da tartaruga marinha.

---

<sup>30</sup> Informação disponível em: <http://www.project-tortuga.org/>

Figura 22 Espaço Turístico Litorâneo de São Pancho



Ruas de Acesso para Praia



Programas de proteção ambiental



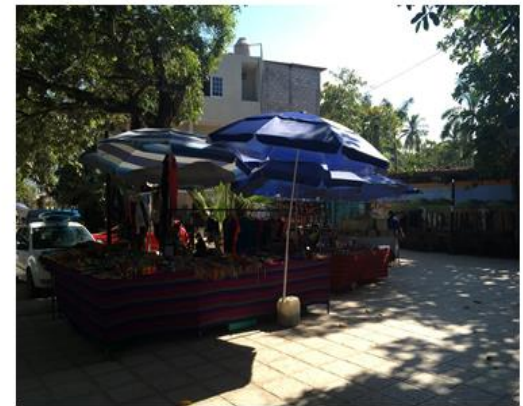
Longitude da Praia



Espaço Litorâneo



Infraestrutura Básica



O Comercio Presente na Praia

Fotos do autor, 2017.

## **Praia de Sayulita**

A praia é conhecida também como *Punta Sayulita*, se encontra em um pequeno povoado pesqueiro de mesmo nome, na costa noroeste do município de Bahia de Banderas. Tem 2 km de comprimento, por 30 metros de largura, com ondas moderadas e areia dourada de textura fina, sendo considerada uma das mais belas do estado. Além disso, é caracterizada por sua bela vegetação, e utilizada para atividades aquáticas, sendo o surf a principal delas (SECTUR, 2014).

Esse espaço litorâneo possui diferentes cenários naturais além da praia, como os penhascos e os estuários. Sayulita não é um espaço turístico litorâneo com grandes complexos hoteleiros nem modernas baladas, porém, o espaço litorâneo é ideal para os amantes do ecoturismo, por sua grande vegetação.

A dinâmica neoliberal do turismo tem sido grande fator de transformação na pequena comunidade de *Sayulita*, já que tem gerado crescimento socioeconômico, com incremento da população. No censo do ano de 1990, Sayulita apresentava somente 994 habitantes (INEGI, 1990), enquanto que no último censo, em 2010, sua população chegou a 2.266 habitantes. (INEGI, 2010). Na cidade, a dinâmica econômica é considerada complexa devido ao tipo de emprego e auto emprego dos residentes, resultado da movimentação do turismo que possuem como é mencionado por ESPARZA, (2015), “turismo de pobre”, já que rompe com o modelo do turista norte-americano, principalmente, que procura o conforto. Ao contrário, ingressam no país com dinheiro suficiente e consomem o mínimo necessário, com o propósito de assegurar e aumentar sua estadia. Regularmente dedicam-se à venda de artesanatos.

A localidade de *Sayulita* é o único espaço turístico litorâneo do estado de Nayarit que pertence ao programa “*Pueblos Mágicos*” (Povos Mágicos) da Secretaria de Turismo Federal. O programa foi implementado no ano de 2001, com o objetivo de estruturar, gerar oferta e produtos turísticos complementários e diversificados, como o ecoturismo. Geralmente, esse “*status*” se obtém em colaboração com a população residente e está focalizado para pequenas localidades receptoras, como Sayulita (esta recebeu a certificação no ano de 2015) (SNIEGT, 2015).

**Figura 23 Praia de Sayulita**



Vista da costa desde o moro



Infraestrutura e serviços



Serviço de cadeira para o turista



O surf é importante



A praia apresenta serviços basicos



Em sua geomorfologia,  
a praia apresenta um  
pequeno estuário



Fotos do Autor, 2017.

## **La Cruz de Huanacastle**

*La Cruz de Huanacastle* é uma pequena vila litorânea localizada no centro-sul do município de Bahía de Banderas, que tem como principal atividade econômica a pesca e, recentemente, incorporado o turismo náutico como uma das imprescindíveis. A denominação do nome vem da elaboração de uma cruz da madeira chamada Huanacastle<sup>31</sup>, localizada na entrada principal do povoado (MEXICODESTINOS, 2016).

O espaço turístico litorâneo leva o mesmo nome que o povoado, suas ondas são suaves, a areia é branca e fina, e possui extensão de 150 metros de comprimento. É possível praticar diferentes esportes aquáticos como a vela, pesca esportiva e windsurfe, sendo a natação um esporte não muito recomendado. Esse espaço litorâneo caracteriza-se, principalmente, por sua Marinha Riviera Nayarit, a maior e mais moderna do projeto turístico, que trouxe com ela novo ambiente misturado de um pequeno povo com algo tão complexo como uma marinha turística (SECTUR, 2014).

### **Turismo Náutico na Marinha da Cruz de Huanacastle.**

A principal fonte de turismo neste espaço litorâneo é sem dúvida o turismo náutico, que graças a sua marinha tem desenvolvido uma dinâmica econômica nesse lugar, pelo tipo de turista que chega procurando principalmente onde atracar suas embarcações.

A marinha nomeada Riviera Nayarit, conta com 351 píeres para ancorar barcos e iates, e, dentro do mesmo complexo conta com um mercado do mar. As principais atividades turísticas náuticas são a navegação, passeios em lancha, campeonatos de pesca esportiva, aulas de vela, sendo a pesca esportiva de marlim e atum a atividade mais comum. Algumas embarcações misturam seus giros de oferta de pesca esportiva com atividades de lazer, por exemplo, a observação de baleias que chegam às costas de Bahía de Banderas (SECTUR, 2014). A marinha conta com Iate clube Marina Riviera Nayarit<sup>32</sup>, o qual possui todos os serviços necessários para o atendimento dos visitantes.

### **Praia de Bucerias**

Esse espaço litorâneo, por sua proximidade ao polo turístico de Puerto Vallarta, foi o que se desenvolveu mais rapidamente pelo crescimento turístico da zona. É um dos maiores do município de Bahía de Banderas, com população de 13.098 habitantes (PMD, 2011) e urbanização, já que conta com 440 hectares (FIBBA, 1974). Foi também um dos maiores

---

<sup>31</sup> (*Enterolobium Cyclocarpum*), árvore grande Caducifólio de 20 a 30 metros de altura, características e informação disponíveis em: [http://www.conabio.gob.mx/conocimiento/info\\_especies/arboles/doctos/41-legum16m.pdf](http://www.conabio.gob.mx/conocimiento/info_especies/arboles/doctos/41-legum16m.pdf). Acesso em: 25/11/2017.

<sup>32</sup> <http://www.marinarivieranayarit.com/> Acesso em: 25/11/2017.

territórios de terras comunitárias municipais que se anexaram ao Fideicomiso Bahia de Banderas. Baseado nisso, *Bucerias*, junto à Cruz de Huanacastle, ocupa 33,04% do espaço total urbanizado do município (VIVEROS, 2012).

Entretanto, o desenvolvimento dessa localidade litorânea, no que diz respeito à infraestrutura urbana e turística, tem sido feita de forma desordenada (FERNÁNDEZ; CORRÉA, 2016), já que nem a localidade de assento municipal Valle de Banderas chega aos 11% de urbanização do total do município (INEGI, 2010).

Toda essa falta de planejamento tem contribuído para que o ambiente natural desse espaço litorâneo seja vulnerável, muito em função das deficiências dos serviços públicos de coleta de lixo, tratamento de águas pretas, despejo dessas águas ao mar sem tratamento, o desmatamento, e os assentamentos irregulares, virando-se em um círculo vicioso e problemático (MORALES, 2003).

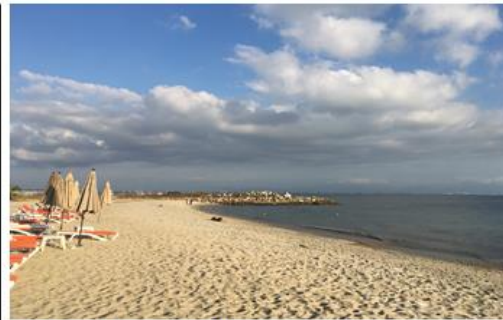
Sobre o espaço turístico litorâneo, *Bucerias* possui 4 km de comprimento por 30 de largura, com areia dourada e fina, e com ondas moderadas. Apresenta em sua vegetação palmeiras circundantes na praia, possui serviços perto da praia como lojas, restaurantes, e é praticada também comumente a pesca esportiva (SECTUR, 2014). É um dos espaços turísticos litorâneos de Banderas onde o nicho de mercado principal é local (FERNÁNDEZ; CORRÉA, 2016), e foi nesse espaço litorâneo onde se abriu o primeiro hotel regional na década de 1970 (STELLA; ALFREDO, 2004).

O arquivo fotográfico desses espaços turísticos litorâneos pode ser visto nas próximas figuras.

**Figura 24 Espaço turístico litorâneo da Cruz de Huanacastle**



Sinalizações turísticas Fonte: Fotos do autor, 2017



Espaço Turístico Litorâneo Cruz de Huanacastle, Fonte: fotos do autor , 2017



Entrada para a marinha Riviera Nayarit, fotos do autor , 2017



Praia, areia Branca da Cruz de Huanacastle, foto do autor, 2017



Marinha Riviera Nayarit, Cruz de Huanacastle, 2017, fonte: fotos do autor, 2017



Fotografia aérea da marinha Riviera Nayarit, e espaço litorâneo, fonte: Mexico.pueblosamerica.com, Acesso 25/11/2017





**Figura 25 Espaço Turístico Litorâneo de Bucerias**



Praia de Bucerias, restaurantes e serviços, fonte: fotos do autor, 2017



Espaço litorâneo de Bucerias com infraestrutura Básica, Fonte: Fotos do Autor,2017



Praia Bucerias, fotos do autor, 2017



Sinalização para o turista, fotos do autor, 2017



Paisagem do litorâneo, fotos do autor, 2017



Ruas do Povoado, fotos do autor,2017

3.8. - Condições do Turismo Litorâneo no município de Bahia de Banderas  
 Infraestrutura Turística e Serviços Turísticos

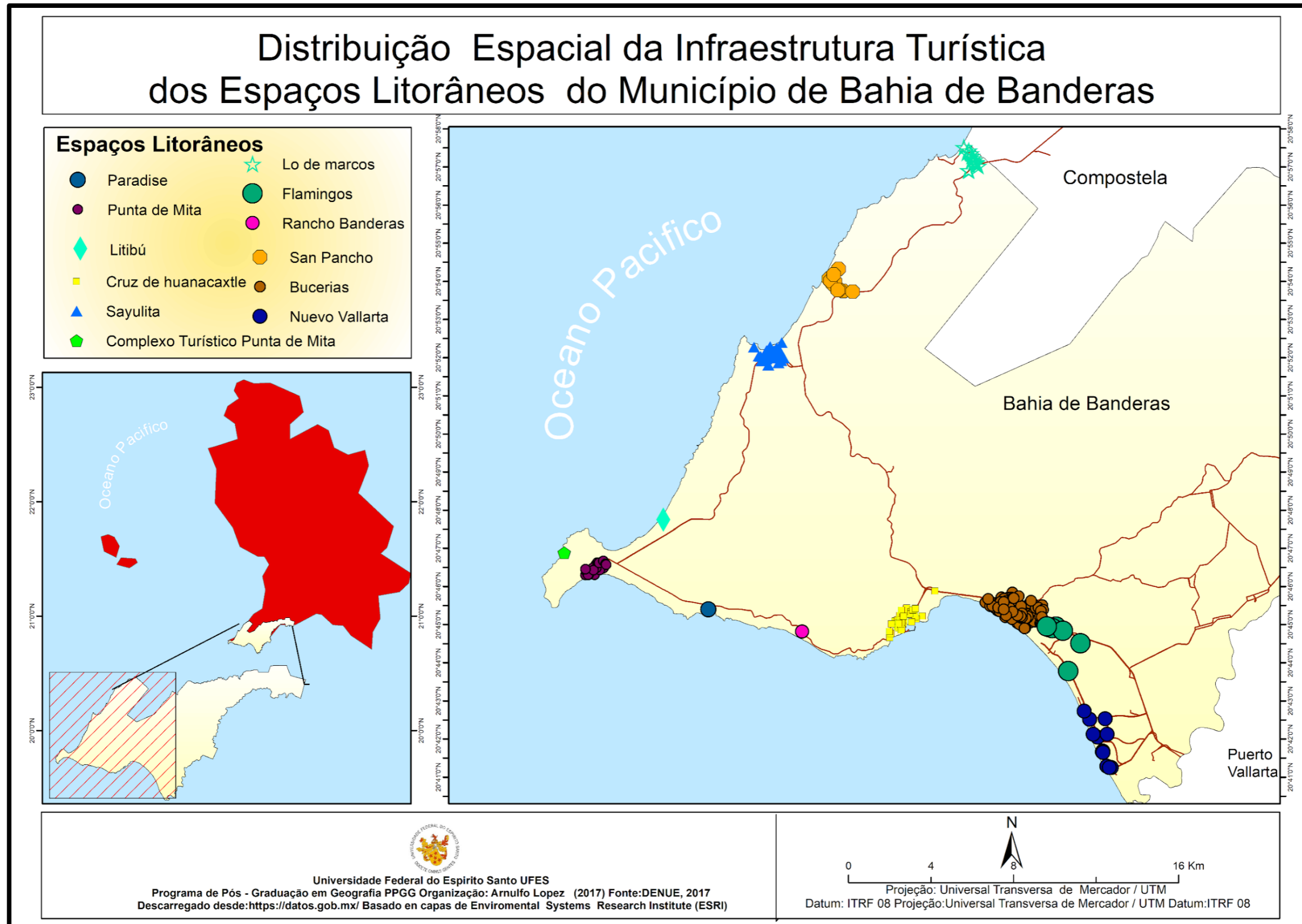
Neste item aborda-se o que, sem dúvida, é uns dos pontos mais importantes e de mais valor para os espaços turísticos litorâneos do município de Bahia de Banderas, já que por seu histórico, enquanto investimento e programas públicos orientados ao turismo têm gerado uma série de adequações com o fim de um desenvolvimento turístico orientado, principalmente, para o segmento de sol e praia. A fim de começar a análise, apresentam-se as figuras XX e XX em que é mostrado o inventário da infraestrutura turística no município, além de sua localização.

**Tabela 8 : Catálogo da Infraestrutura Turística de BADEBA**

<b>Tipo</b>	<b>No.</b>
<b>Estabelecimentos de hospedagem</b>	<b>202</b>
Hoteis	79
Motel	0
Cabanas e Vilas	44
Pensiones	7
Otros	72
<b>Quartos e unidades de hospedagem</b>	<b>18742</b>
Restaurantes	496
Cafeterias/ lanchonete	23
Boates	3
Bares	59
Agências de Viagens	17
Parques aquáticos	1
Campos de Golfe	6
Centros de Atenção ao Turista	1
Guias de Turistas	24
Marinhas	4
Módulos de auxílio ao turista	9
Transporte Turístico	1
Lojas de artesanatos	5

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Anuário estadísticos y Geográfico de Nayarit 2016. Disponível em: [http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF\\_Docs/NAY\\_ANUARIO\\_PDF16.pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/NAY_ANUARIO_PDF16.pdf). Acesso em: 28/11/2017

Figura 26 Espacialização da infraestrutura turística de BADEBA



A interpretação do mapa contido na figura 45 permite observar como está distribuída a infraestrutura turística nos espaços litorâneos do município de Bahia de Banderas. No mapa aparecem mais pontos, correspondentes a outros dois espaços, que pertencem a complexos privados ou hotéis. Também é possível visualizar que a maior concentração de infraestrutura está concentrada na zona sul do município, onde se localizam Bucerias e Nuevo Vallarta. Esses espaços litorâneos, conforme dito anteriormente, possuem a maior concentração populacional e os pontos correspondem à infraestrutura orientada ao turismo, como serviços de hospedagem, de alimentação, bares, de consumo, marinas, entre outros serviços.

Como foi mencionado anteriormente neste capítulo, desde a década dos anos setenta, com a criação do Fideicomiso Bahia de Banderas (FIBBA), o setor público começou a investir recursos objetivando consolidar uma infraestrutura de base na região que permitisse gerar condições para o investimento privado, e que, por conseguinte, conseguisse trazer alta rentabilidade. Graças a isso, nas décadas seguintes, dos anos 80 e 90, levou-se um grande crescimento para a infraestrutura hoteleira (CASTRO; LÓPEZ, 2010). Essa etapa ajudou a gerar um zoneamento urbano e turístico, que colocou em uso cada espaço, por exemplo, os campos de golfe, as marinhas e as praias. Como resultado desse zoneamento consolidou-se a infraestrutura do setor Hoteleiro em Nuevo Vallarta (HUIZAR; VILLANUEVA, 2015).

Todas essas ações foram tomando importância, figurando, na década de 1990, como motivo para a criação da lei do fomento ao desenvolvimento econômico do estado de Nayarit (Decreto nº. 8042). O referido decreto tem como objeto o fomento e a promoção do estado, com investimentos locais, nacionais e estrangeiros, de todo os setores da economia (NAYARIT, 1997).

### 3.9. - A Realidade mostrada pelos dados empíricos sobre as Condições do Turismo Litorâneo no Município de Bahia de Banderas

Nesse item serão apresentados os resultados dos dados obtidos a partir do trabalho de campo feito nos espaços turísticos litorâneos do município de Bahia de Banderas, com o método de entrevista estruturada.

É importante mencionar que é a mesma entrevista aplicada nos espaços turísticos litorâneos de Vitória (ES), com o objetivo de ser mais fiel quanto às semelhanças nos dados obtidos, e realizar, assim, a análise desses espaços litorâneos.

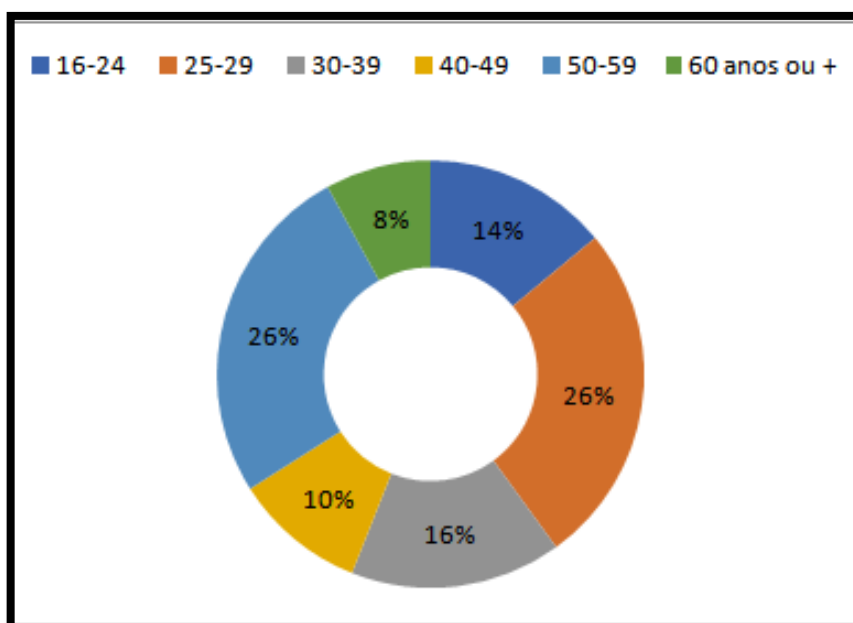
Os dados das entrevistas serão cotejados com os últimos dados disponíveis sobre o turismo no município de Bahia Banderas, encontrados no Barômetro Turístico da Riviera Nayarit, correspondente ao mês de setembro de 2017 (OVC, 2017). É importante sinalizar que, neste trabalho de campo foi feito com o mesmo número de entrevistados em Vitória, somente com a alteração, que pela naturalidade e restrições dos espaços litorâneos de Punta de Mita, Nuevo Vallarta e Litibú, não foi possível realizar a entrevista

neles. Os espaços e número de entrevistas onde foram realizadas as entrevistas foram San Pancho (12), Sayulita (13), La Cruz de Huanacastle (10), Bucerias (15).

As entrevistas foram aplicadas com o mesmo critério do que as feitas para Vitória, sendo para pessoas ou visitantes unicamente com residência fora dos municípios de Compostela, Bahia de Banderas e Puerto Vallarta. A exclusão desses dois municípios é devido à proximidade e a pertinência do mesmo corredor turístico da Riviera Nayarit.

A seguir são apresentados os resultados da pesquisa realizada pelo autor, comparando alguns dos dados com o Barômetro de setembro de 2017, que oferece informação em porcentagens. Para uma leitura mais fiel serão convertidas em porcentagem as quantidades do estudo litorâneo desta dissertação. Ainda que não sejam as mesmas cifras, a quantidade do universo entre o barômetro e o estudo permite ter uma noção aproximada na comparação.

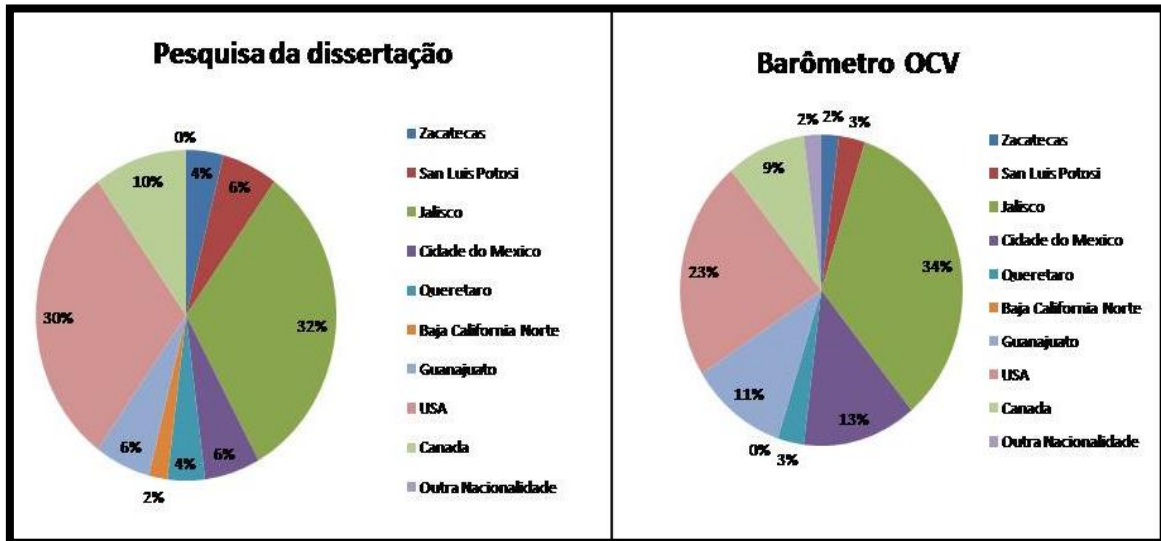
**Figura 27 Faixa Etária dos Visitantes de Bahia de Banderas**



Fonte: dados organizados e obtidos a partir do estudo litorâneo de BADEBA, e trabalho de campo com o método da entrevista estruturada. Os dados correspondem aos espaços litorâneos de Sayulita, San Francisco, Cruz de Huanacastle e Bucerias; total de 50 entrevistas.

A partir da figura 27, disposto acima, é possível visualizar faixa etária não tão jovem, abarcando pessoas com mais de 50 anos, principalmente. Isso ocorre devido ao fato de que os espaços de Sayulita e Cruz de Huanacastle possuem muitas pessoas idosas morando como segunda residência. Pessoas em idade adulta também são apresentadas em grande porcentagem.

**Figura 28 Comparativo em Porcentagem da residência permanente dos visitantes no município de Bahia de Banderas**



Fonte: Elaboração Própria a partir do trabalho de campo com o método de entrevista estruturada para 50 pessoas, dados correspondentes aos espaços litorâneos de San Francisco, Sayulita, Cruz de Huanacastle, e Bucerias para o estudo Litorâneo, complementado com o Barômetro OCV do mês de setembro 2017. Disponível em: <http://www.rivieranayarit.com/members/barometers/BAROMETERS%202017/Barometro%20Septiembre%202017.pdf>, Acesso em: 05/12/2017.

Na interpretação da figura anterior tem-se que os visitantes do município de Bahia de Banderas são provenientes dos estados vizinhos de Nayarit, principalmente de Jalisco, depois aparecem os visitantes dos estados da região do Bajío, que também tem proximidade considerável.

É preciso salientar que os principais turistas para esses espaços litorâneos são, majoritariamente, nacionais, seguidos dos provenientes dos Estados Unidos e do Canadá, principais mercados estrangeiros. Em conclusão ao estudo litorâneo feito pelo autor desta dissertação, exibem-se resultados similares aos do Barômetro OCV, 2017, que dão panorama mais acertado sobre o turismo litorâneo do município de Bahia de Banderas.

Outro ponto importante é o que se apresenta na tabela seguinte a respeito da mobilidade dos turistas, por meios de transporte para se chegar ao município de Bahia de Banderas, os quais são dados correspondentes a esta pesquisa e ao barômetro OCV 2017.

Na tabela 19, baseada nos dados das entrevistas feitas para esta dissertação, tem-se que os 20 estrangeiros entrevistados chegaram em avião, enquanto dos 30 turistas nacionais, a maior porcentagem refere-se a utilização do transporte terrestre, principalmente, pela proximidade geográfica como o estado de Jalisco. É importante lembrar que a Bahia de Banderas não conta com aeroporto próprio, assim,

entendeu-se que os estrangeiros que chegaram pela via aérea passaram pelo Aeroporto Internacional de Puerto Vallarta, uma vez mais, mostrando essa complementaridade entre essas duas cidades vizinhas.

**Figura 29 Meios de Transporte de chegada a Bahia de Banderas**

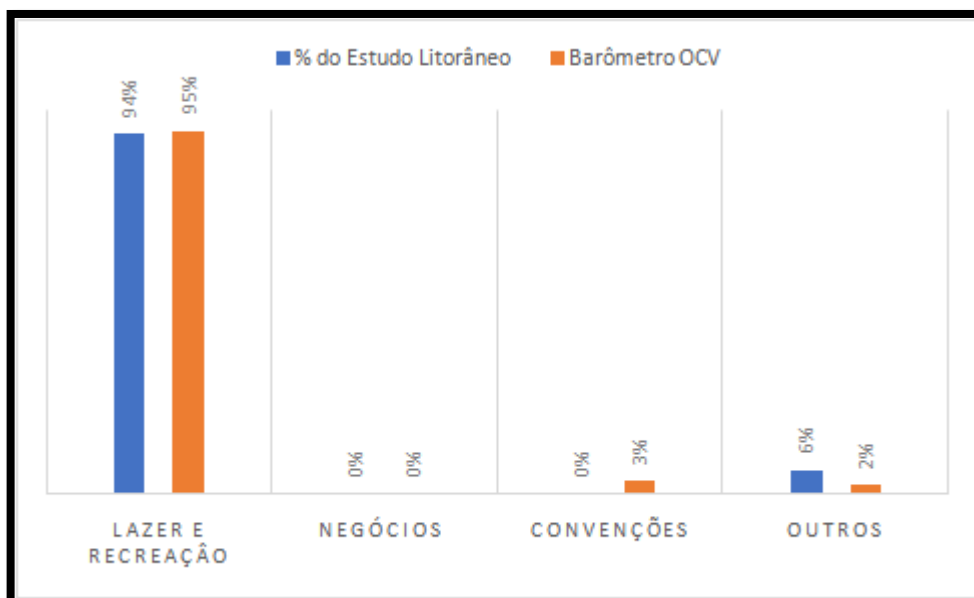
	Pesquisa da dissertação	Barômetro OCV
Automóvel	42%	35%
Avião	40%	49%
Ônibus	18%	16%
Trem	/	/
Total	100%	100%

Fonte: Elaboração Própria a partir do trabalho de campo com o método de entrevista estruturada para 50 pessoas, dados correspondentes aos espaços litorâneos de San Francisco, Sayulita, Cruz de Huanacastle, e Bucerias para o estudo Litorâneo, complementado com o Barômetro OCV do mês de setembro 2017. Disponível em:

<http://www.rivieranayarit.com/members/barometers/BAROMETERS%202017/Barometro%20Septiembre%202017.pdf>,  
Acesso em: 05/12/2017.

Outro conteúdo importante nesta pesquisa refere-se à motivação principal que leva o turista a visitar o município de Bahia de Banderas. Os dados são apresentados na figura seguinte, junto aos dados do barômetro OCV.

**Gráfico 15 Motivação do Turista**

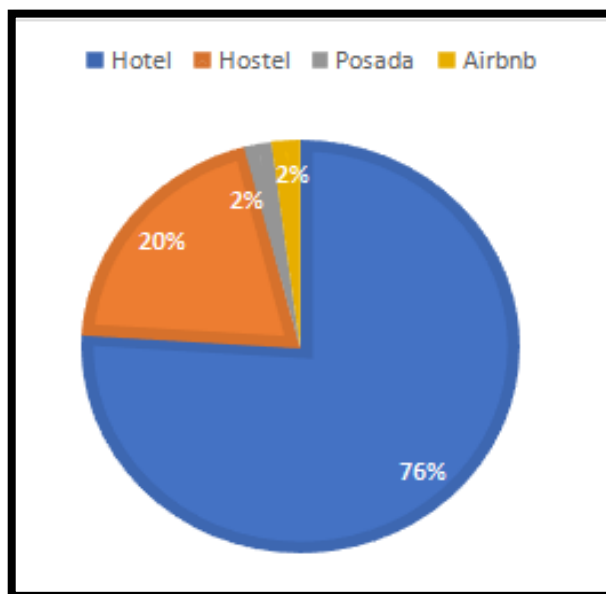


Fonte: Elaboração Própria a partir do trabalho de campo com o método de entrevista estruturada para 50 pessoas, dados correspondentes aos espaços litorâneos de San Francisco, Sayulita, Cruz de Huanacastle, e Bucerias para o estudo Litorâneo, complementado com o Barômetro OCV do mês de setembro 2017. Disponível em:

<http://www.rivieranayarit.com/members/barometers/BAROMETERS%202017/Barometro%20Septiembre%202017.pdf>,  
Acesso em: 05/12/2017.

Na interpretação do gráfico anterior é possível perceber similaridade nos dois estudos, já que a maioria das pessoas entrevistadas para a pesquisa desta dissertação mencionou que chegou por motivos de lazer e recreação, todavia, uma pequena porcentagem mencionou outros motivos, como religiosos ou familiares. A partir desses dados, não se tem dúvida da principal atração e motivação para as pessoas que visitam o município de Bahia de Banderas.

**Gráfico 16 Escolha de meios de hospedagem dos turistas para Bahia de Banderas**



Fonte: Elaboração Própria a partir do trabalho de campo com o método de entrevista estruturada para 50 pessoas, dados correspondentes aos espaços litorâneos de San Francisco, Sayulita, Cruz de Huanacaxtle, e Bucerias para o estudo Litorâneo.

No gráfico anterior mostra-se que a maioria dos entrevistados no trabalho de campo estava utilizando o hotel como meio de hospedagem. Cabe ressaltar que, o menor percentual, 20%, refere-se às pessoas que se hospedam em *hostel*, o que corresponde às pessoas entrevistadas em Sayulita, espaço litorâneo que conta com boa rede de hotéis.

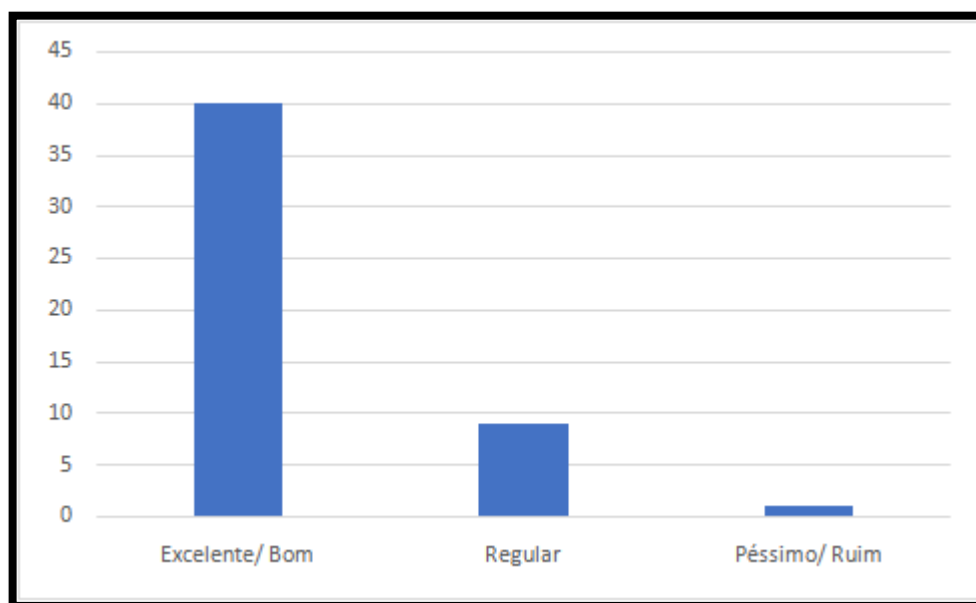
### 3.10. - Resultados avaliativos dos espaços turísticos litorâneos do município de Bahia de Banderas

Nesta parte da dissertação apresentam-se os resultados do trabalho de campo com o método das entrevistas estruturadas nos espaços turísticos litorâneos de BADEBA, as mesmas que foram feitas aos visitantes que se encontravam nos espaços litorâneos correspondentes. Somente obtendo a percepção dos turistas é possível conhecer o estado e a imagem que reflete o município em matéria turística, pois, ainda que o universo da amostra seja pequeno em comparação ao total de turistas que recebe a cada ano, permite-se ter noção suficiente para alcançar os objetivos desta dissertação.



Os resultados avaliativos foram obtidos por meio do mesmo método de entrevista estruturada, nos espaços litorâneos de San Francisco (San Pancho), Sayulita, Cruz de Huanacastle e Bucerias, sendo esses os que permitem a acessibilidade para realizar o estudo de Campo. O oposto foi percebido nos espaços litorâneos de Punta de Mita e Nuevo Vallarta, onde o acesso às praias é unicamente aos hóspedes, sócios etc., com restrição para a população comum. As perguntas do questionário foram feitas procurando a avaliação dos visitantes e se encontram na parte de anexos desta dissertação.

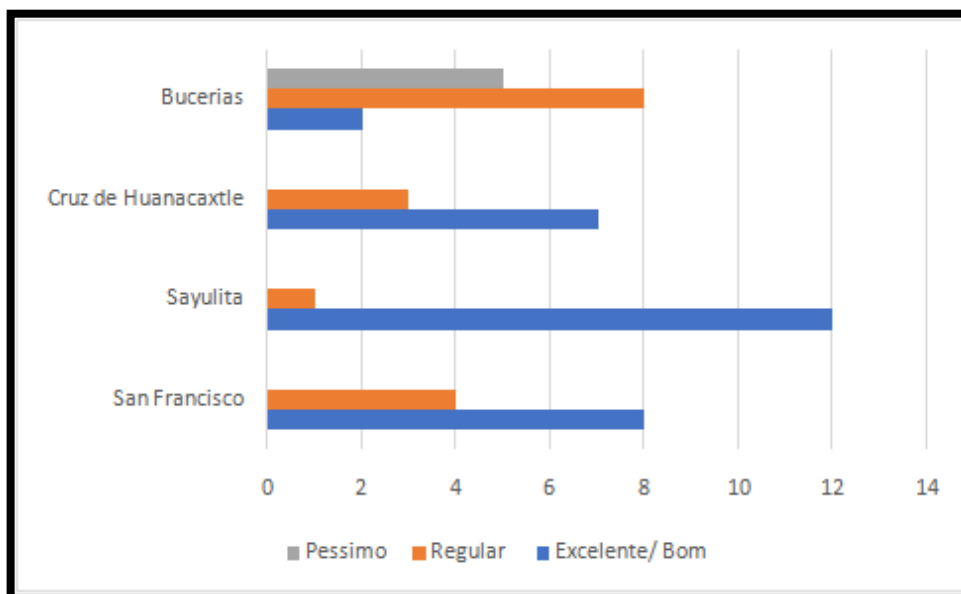
**Gráfico 17 Avaliação dos serviços de hospedagem para Bahia de Banderas**



Fonte: elaboração própria a partir dos dados obtidos da entrevista estruturada, feita a 50 pessoas nos espaços turísticos litorâneo de San Francisco, Sayulita, Cruz de Huanacastle e Bucerias, 2017.

No gráfico 17 é mostrado que, para os turistas, os serviços de hospedagem são bons, com exceção de um entrevistado, o qual demonstrou não ter gostado de sua hospedagem. Segundo esse entrevistado, houve falta de atenção. Avaliação semelhante pode ser vista na cidade de Vitória, onde, em geral, os centros de hospedagem têm bons serviços e garantem boa experiência ao visitante.

**Gráfico 18 Avaliação da Infraestrutura Hoteleira**



Fonte: elaboração própria a partir dos dados obtido da entrevista estruturada, feita a 50 pessoas nos espaços turísticos litorâneos de San Francisco (12), Sayulita(13), Cruz de Huanacaxtle(10) e Bucerias(15), 2017.

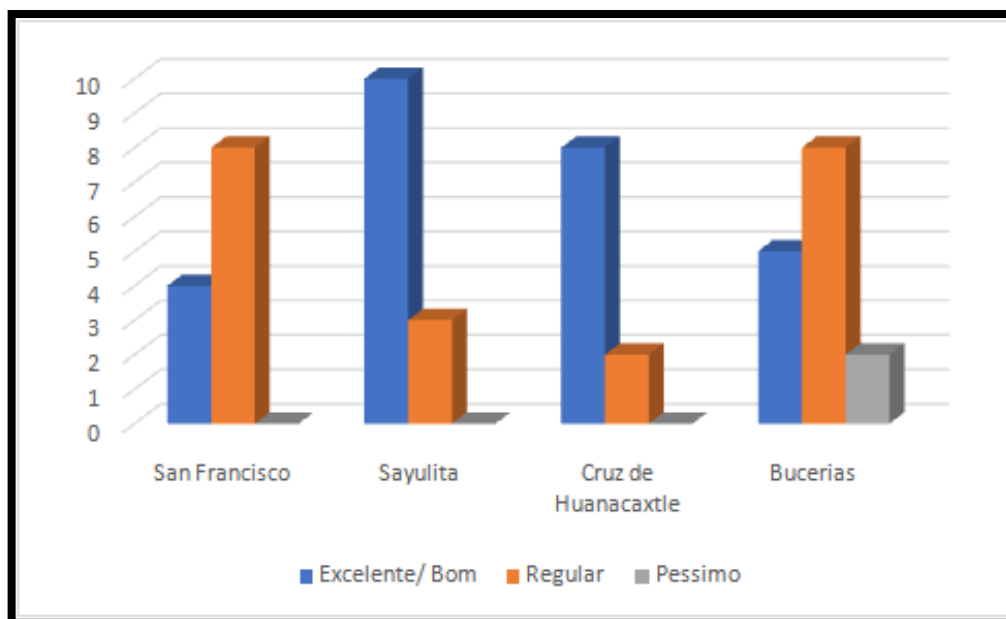
No gráfico anterior, segundo as respostas dos entrevistados, Sayulita é quem conta com a melhor infraestrutura no que diz respeito à hospedagem; seguida por San Francisco (San Pancho). Bucerias apresenta a pior avaliação, já que, segundo os turistas, alguns centros estão deteriorados ou em falta de manutenção em áreas ou quartos. Partindo de um ponto histórico, a avaliação torna-se justificável devido ao fato de que a cidade está há mais tempo servindo ao turista. Cabe salientar que, nesses espaços turísticos litorâneos não se encontram grandes resorts e hotéis que tem os CIP's<sup>33</sup> de Punta Mita, Litibú e Nuevo Vallarta.

Com o gráfico 23 chega-se a um dos pontos importantes desta pesquisa, já que se mostra a avaliação dos espaços turísticos litorâneos a partir da ótica do turista, onde se obteve noção de como o visitante percebe o lugar.

O gráfico seguinte mostra que, em geral, os espaços litorâneos estão bem avaliados. Novamente a cidade de *Sayulita* figura como a que mais está desenvolvida turisticamente em relação às outras. Os entrevistados mostraram-se satisfeitos com as praias em itens como: a limpeza e a segurança. *Bucerias* aparece como o pior avaliado por dois entrevistados, com o argumento de que o espaço litorâneo se encontrava sujo, apesar de que o momento da entrevista não era de alta temporada. Os CIP's e Nuevo Vallarta não fizeram parte dessa pesquisa por suas restrições aos espaços.

<sup>33</sup> Centros Integralmente Planejados

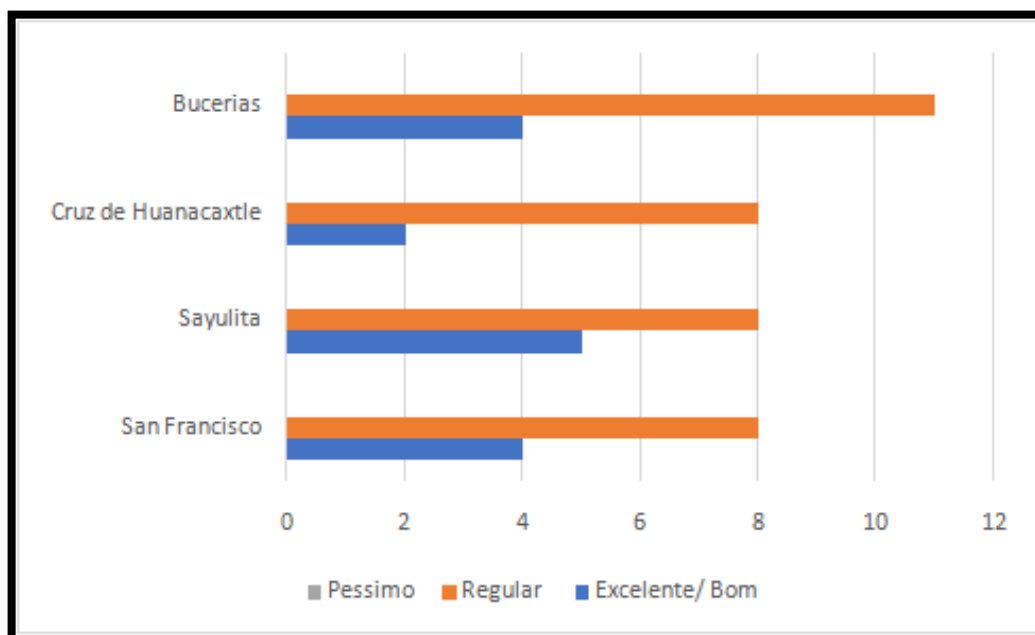
**Gráfico 19 Avaliação das Praias de BADEBA**



Fonte: elaboração própria a partir dos dados obtidos da entrevista estruturada, feita a 50 pessoas nos espaços turísticos litorâneo de San Francisco (12), Sayulita (13), Cruz de Huanacaxtle (10) e Bucerias(15), 2017.

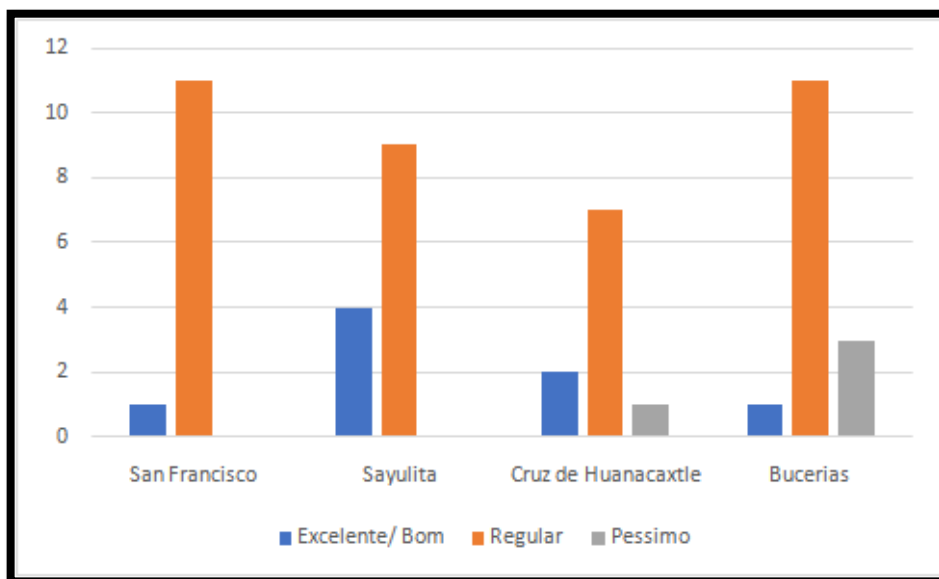
Ainda sobre a avaliação dos espaços litorâneos, tem-se também a pesquisa e a avaliação da infraestrutura das praias, em que se conhece a perspectiva dos turistas que visitam os lugares. No gráfico 24 têm-se os resultados desta pesquisa sobre a infraestrutura dos espaços turísticos litorâneos de Bahia de Banderas.

**Gráfico 20 Avaliação da infraestrutura litorânea de BADEBA**



Fonte: elaboração própria a partir dos dados obtidos da entrevista estruturada, feita a 50 pessoas nos espaços turísticos litorâneo de San Francisco (12), Sayulita (13), Cruz de Huanacaxtle (10) e Bucerias (15), 2017.

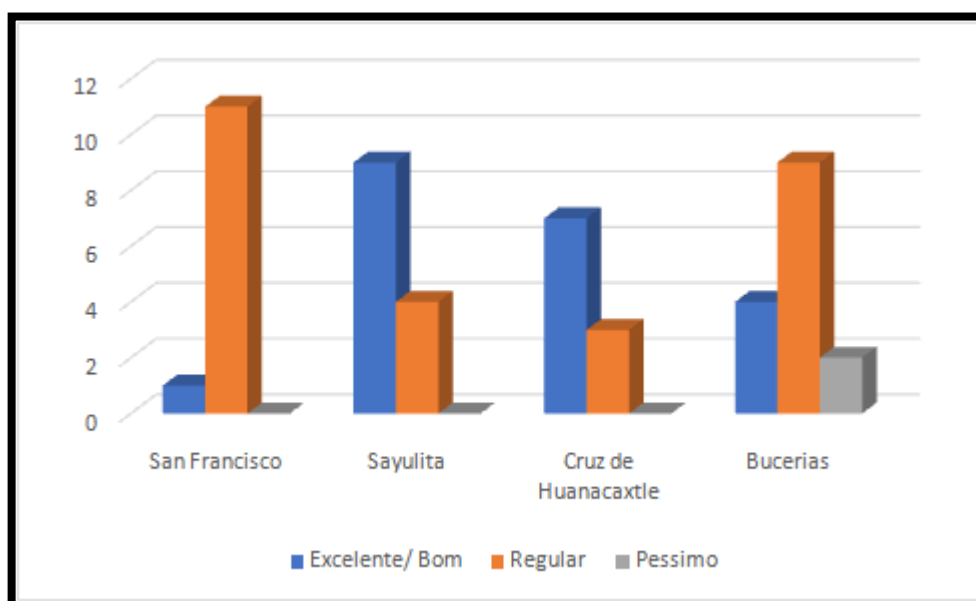
**Gráfico 21 Avaliação dos Serviços Turísticos Litorâneos BADEBA**



Fonte: elaboração própria a partir dos dados obtido da entrevista estruturada, feita a 50 pessoas nos espaços turísticos litorâneo de San Francisco (12), Sayulita(13), Cruz de Huanacaxtle(10) e Bucerias(15), 2017.

No gráfico anterior é apresentada a avaliação dos serviços pelos turistas. Percebeu-se que a maioria dos espaços turísticos litorâneos, na perspectiva dos entrevistados, apresenta avaliação de regular a bom nos serviços que oferecem nas praias. Bucerias continua com algumas avaliações negativas também no campo dos serviços, principalmente, nos campos de atendimentos e de alimentação. Mas, em geral, as praias oferecem bons serviços no litorâneo. Complementando essas avaliações sobre os espaços litorâneos de BADEBA, mostra-se (na figura 26) também as avaliações sobre a limpeza das praias, ponto importante para o desenvolvimento dos espaços turísticos dos dois países.

**Gráfico 22 : Avaliação de limpeza dos espaços turísticos litorâneos de BADEBA**



Fonte: elaboração própria a partir dos dados obtidos da entrevista estruturada, feita a 50 pessoas nos espaços turísticos litorâneo de San Francisco (12), Sayulita(13), Cruz de Huanacaxtle(10) e Bucerias(15), 2017.

Segundo a figura anterior, os turistas consideram limpas as praias de Bahia de Banderas, sendo novamente Sayulita a que apresenta maior avaliação. Em geral, todos os espaços litorâneos contam com boa limpeza, o que permite desenvolver a atividade turística de sol e praia.

### **Políticas Turísticas Para o Município de Bahia de Banderas**

Neste item apresenta-se a legislação existente para fins turísticos, necessárias para melhor entendimento do funcionamento da atividade turística nos espaços litorâneos de Bahia de Banderas. No quadro a seguir mostram-se as bases jurídicas e legislativas que regem toda a atividade turística do município de Bahia de Banderas e, conseqüentemente, as praias.

**Quadro 9 legislação da atividade turística**

<b>Âmbito</b>	<b>Decretos, Leis, Regulamentos, Programas</b>
Municipal, Estadual e Federal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plano de Desenvolvimento Municipal 2011-2014 (PMD, 2011);</li> <li>- Lei do Município Bahia de Banderas, Decreto No. 7261 (NAYARIT, 1989);</li> <li>- Plano de urbanização CIP, polígono Litibú Bahia de Banderas (NAYARIT, 2008);</li> <li>- Declaratória dos corredores turísticos Vallarta Nayarit e Riviera Nayarit (NAYARIT, 2007);</li> <li>- Declaratória do corredor Turístico Riviera Nayarit (NAYARIT, 2007a);</li> <li>- Decreto de Expropriação de Bucerias (DIARIO OFICIAL, 1974);</li> <li>- Lei do Fomento para o desenvolvimento econômico do Estado de Nayarit (NAYARIT, 1997);</li> <li>- Regulamento do Fideicomiso Bahia de Banderas (PERIODICO OFICIAL, 2005);</li> <li>- Fideicomiso Bahia de Banderas (FIBBA, 1970);</li> <li>- Regulamento das Áreas de estacionamento no Fracc. Náutico e residencial, Nuevo Vallarta, (NAYARIT, 2007).</li> </ul>

Fonte: elaboração própria, 2017.

Atualmente, essas leis e decretos são o que regem a atividade turística no município de Bahia de Banderas, sendo algumas mais antigas e outras mais recentes. Algumas foram decretadas antes da criação do município, e as mais atuais só foram a partir do desenvolvimento dos CIP e da Riviera Nayarit.

A partir desse elenco de informações, no capítulo seguinte apontam-se algumas considerações iniciais, além de análises comparativas sobre os dois casos estudados.

### **3 CONSIDERAÇÕES E ANÁLISES COMPARATIVAS ENTRE OS ESPAÇOS LITORÂNEOS DE VITÓRIA (ES), BRASIL E BAHIA DE BANDERAS (NAY), MÉXICO.**

Nesse capítulo serão feitas algumas análises do quadro turístico atual dos espaços litorâneos de Vitória e Bahia de Banderas, com auxílio dos dados quantitativos e qualitativos, além dos dados coletados no trabalho de campo a partir da perspectiva dos visitantes, os quais foram obtidos ao longo desta pesquisa. Dessa forma, será possível definir a situação e a diretriz que levam os espaços turísticos litorâneos desta dissertação.

É importante assinalar que o objetivo é ter uma noção turística recente de cada município e de seu turismo litorâneo. Os dados constituídos neste trabalho obedecem a pesquisas recentes ou que não superam mais de 10 anos. Com tais critérios é possível interpretar e estabelecer, a partir dos diferentes indicadores, o modelo teórico de CVDT e as fases em que se encontram cada espaço litorâneo. Uma vez feita essas análises será viável apontar o estudo dos fatores que manifestam o crescimento ou freiam um melhor desenvolvimento turístico, isto é, que seja capaz de gerar renda.

Ainda que esses espaços litorâneos se encontrem em diferentes contextos e realidades, a pesquisa ajuda no enriquecimento teórico do tema, contribuindo com novas ideias para a planificação e a gestão dos recursos em espaços turísticos, criando um marco de análises em diferentes perspectivas para as regiões em estudo.

#### **3.1 Considerações iniciais sobre o turismo litorâneo de Vitória (es)**

Ao longo da pesquisa foram mostradas as potencialidades e as debilidades que envolvem o turismo litorâneo de Vitória. É pertinente tecer algumas considerações iniciais juntando os pontos anteriores, de acordo com os dados obtidos nesta pesquisa de Vitória. É preciso dizer, também, que tão somente exporemos alguns pontos onde se percebe que em determinados espaços o turismo poderia se tornar um setor econômico rentável e sólido, assim como são feitas indicações e sugestões de melhorias ou de políticas, visando ampliar o turismo litorâneo nos dois casos estudados.

No caso de Vitória, poderíamos dizer que o turismo litorâneo (de praias) deveria ser mais explorado, de acordo com as suas condições, já que o turismo de negócios segue sendo o principal fator de visita à cidade. Desenvolvendo mais oferta e promoção, principalmente ao longo da orla nas praias urbanizadas de Camburi e Curva de Jurema, que na visão do turista tem grande potencial turístico. Além disso, na realidade turística encontrada nesta pesquisa, somente são os dois espaços litorâneos que deveriam ter

mais promoção e ser mais explorados turisticamente por suas características e ofertas, descartando os outros espaços para um turismo mais intermunicipal.

Vitória conta com dois complementos importantes para uma oferta de turismo litorâneo, como o cultural, com seus roteiros no centro histórico de Vitória, sendo alguns mais reconhecidos ainda que o mesmo litorâneo, tal como o caso das paneleiras de goiabeiras. E o outro potencial e grande complemento é o turismo náutico em Vitória, que ainda não foi explorado em grande medida, mas que com a ajuda da infraestrutura com que conta atualmente, e adicionando-lhe implementação de medidas, como a promoção, seria viável seu crescimento; e apontar como um grande promotor do turismo litorâneo em Vitória.

Segundo os dados empíricos obtidos de diferentes pesquisas e do trabalho de campo feito em Vitória, além da constituição determinante (fábricas, comércio) econômica desse espaço litorâneo, se infere, pontualmente, que a principal motivação dos visitantes se dá por questões relacionadas a negócios. No entanto, os espaços litorâneos/praias resultam ser uma complementação para esse segmento do turismo. Sem dúvida, esse tipo de mercado gera uma constante no uso de recursos, e nessa relação é possível contar com uma geração de ofertas de pacotes turísticos nos espaços litorâneos; colocam-se em maior posição como destino litorâneo, o que poderia originar mais oferta de emprego.

Existem diferentes variáveis e indicadores coletados para esta pesquisa em Vitória, os quais determinam o estado atual que se encontra. No quadro 11 serão apresentados aqueles pontos que estão definindo a trajetória turística litorânea de Vitória.

**Quadro 10 Algumas Considerações Iniciais de Variáveis e Indicadores do espaço litorâneo de Vitória ES**

<b>VARIÁVEIS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>CONSIDERAÇÕES</b>
Atrativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Motivação;</li> <li>-Tipo de Turista;</li> <li>- Diversificação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Para Vitória encontrou-se como motivo principal os negócios, entretanto, conta com boa diversificação que complementa essa motivação, como o litorâneo, a gastronomia e o turismo cultural;</li> <li>- O tipo de turista é nacional, principalmente, mas conta também com leve participação do turismo estrangeiro.</li> </ul>
Acessibilidade	Meios de entrada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vitória conta com diferentes formas de acesso, principalmente, intermunicipais; conta também com um aeroporto que permite chegar, mas dentro das análises feitas encontrou-se que a conectividade e custos resultam relativamente altos em comparação a outros destinos vizinhos.</li> </ul>
Localização Geográfica relativa	Mercados Emissores	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Vitória encontra-se nacionalmente entre dois polos turísticos reconhecidos, Rio de Janeiro e Bahia, e também localmente sofre a competição de espaços litorâneos, como Vila Velha e Guarapari. Sem dúvida, Vitória teria que investir em promoção e ofertas para atrair mais visitantes;</li> <li>- Os principais visitantes são regionais, intermunicipais, e nacionais, com leve tendência de estrangeiro.</li> </ul>

Fonte: Elaboração Própria



Com a análise do quadro e da figura anterior, é possível estabelecer que Vitória possua alguns fatores que freiam, de algum modo, um “boom” em sua economia baseada no turismo. Também possui diversos fatores positivos para o desenvolvimento turístico litorâneo, com as diferentes infraestruturas de recepção, modernização dos meios de transportes e uma boa complementação com seus recursos históricos e culturais, que contribuem para que seja um destino mais sólido.

Um fator que promete somar ao crescimento é sem dúvida o turismo náutico, muito positivo para seu desenvolvimento, ampliando a ideia de que o turismo litorâneo não se aplica apenas às praias. As condições naturais oferecidas com a localização de baías e enseadas na cidade, passeios de barco, esportes de vela, regatas, pesca e outros, poderiam fazer parte de políticas que ampliam os atrativos turísticos.

Contudo, parte das análises também corresponde aos pontos negativos do espaço estudado. Nesse âmbito encontrou-se que Vitória conta com várias “âncoras” que limitam um bom desenvolvimento do espaço litorâneo como destino, já que são percebidas limitações quanto à sua promoção como destino. Um exemplo disso é a grande carga fiscal aos empreendedores que tem interesses no desenvolvimento turístico litorâneo, como é o caso da Praia de Camburi. Em conclusão, Vitória conta com grande potencial para um desenvolvimento turístico não somente local, mas também regional e internacional. A partir de um desenvolvimento mais hábil nas políticas turísticas e com sua organização seria possível se transformar em um destino turístico litorâneo em crescimento, ainda assim são visíveis algumas iniciativas públicas para gerar mais ofertas turísticas litorâneas.

#### 4.1.2 Considerações iniciais sobre o turismo litorâneo de Bahia de Banderas (NAY)

Na continuação, nesta parte do capítulo, se apresenta o segundo espaço litorâneo pesquisado, o município de Bahia de Banderas, no México, o qual apresenta um estudo com pontos similares, a fim de determinar o ciclo que se encontra atualmente.

A criação de Bahia de Banderas como município foi fruto de interesses de antigos governos do México a fim de explorar territórios para o desenvolvimento do turismo. Graças a organismos públicos como o FONATUR começou a criação de novos espaços de investimentos turísticos, sendo um dos últimos o CIP, de Punta de Mita, detonador da promoção de Bahia de Banderas.

Esses tipos de projetos transformaram totalmente a região, já que antigamente se praticavam unicamente atividades econômicas primárias, como a agricultura e a criação de gado. Com a chegada do turismo começaram a aparecer atividades econômicas secundárias e terciárias, esta última a que o turismo pertence. Entretanto, todo esse investimento e transformação originaram conflitos sociais e territoriais para a população; conflitos esses que ainda continuam devido a diferentes causas, como a expropriação das terras dos proprietários, limitação das atividades econômicas etc.

Como considerações iniciais, temos “dois lados da moeda”, em que o fator positivo gera maior fonte de renda e de trabalho para a população local, e as atividades do turismo ajudam em boa medida no desenvolvimento da infraestrutura urbana, porém, o custo é um relativamente alto devido às transformações que implicam diretamente na população local, já que para gerar territórios aptos para o turista litorâneo, a população local sofre privatizações de espaços, expropriação de terras. Além disso, ao ter uma boa oferta de trabalho e renda, apresenta-se também o fenômeno da imigração, gerando transformação no tecido social. O nível de vida médio cresce, o nível de preparação da população cresce também, mas isso sempre quando o foco é a atividade turística. Um exemplo é o fato das pessoas se obrigarem a aprender mais línguas, e técnicas de atendimento e trabalho, na procura de melhor posição na empresa etc.

Atualmente, o município de Bahia de Banderas tem-se tornado um dos destinos litorâneos mais atrativos do México (BOJÓRQUEZ, 2002), convertendo-se, assim, como o polo turístico mais importante do estado de Nayarit, e parte principal da marca de “Riviera Nayarit”. Além disso, hoje Bahia de Banderas trabalha em sua diversificação de ofertas turísticas, em complemento ao turismo de sol e praia, como é caso do turismo náutico, de natureza, de esportes como o golfe e segundas residências (ESPARZA; BURNE, 2017).

Outra mudança importante na região diz respeito à distribuição geográfica dos habitantes dos municípios. Hoje, ocorre preferência da população em habitar na orla costeira e perto de Puerto Vallarta, resultando em concentração populacional, fruto da expansão da atividade turística no território (OVC, 2017).

Como foi apresentado anteriormente, Bahia de Banderas é um destino em desenvolvimento, que conta com boa infraestrutura hoteleira, serviços, acessos e ofertas para o turismo litorâneo. Nesta parte da dissertação, será feita a discussão e a análise dos principais espaços turísticos litorâneos, já que manifestam um maior universo de análises que os restantes. Os espaços turísticos litorâneos estudados nesta dissertação pela parte de Bahia de Banderas são: San Francisco “San Pancho”, Sayulita, La Cruz de Huanacastle e Bucerias.

Porém, como uma das considerações iniciais, temos que os espaços litorâneos de Bahia de Banderas, apesar de ter um bom desenvolvimento em termos de promoção e de infraestrutura turística, são atualmente visitados, majoritariamente, por turistas regionais e nacionais; isso a partir de dados obtidos com nosso estudo de campo e complementado com o Barômetro do Turismo da Riviera Nayarit, do mês de setembro de 2017. Como já mostrado anteriormente, essa realidade já foi diferente há pouco tempo, quando turistas estrangeiros eram a maioria.

Bahia de Banderas apresenta também fatores e indicadores positivos e negativos, os quais envolvem e intervêm direta e indiretamente na população local.

Em resumo, as atividades turísticas litorâneas de Vitória (ES) e Bahia de Banderas (NAY), apresentam pontos positivos e negativos, assim como também semelhanças, mas são empregadas de diferentes modos, compreensível devido a sua localização geográfica, diferença cultural e até de línguas.

### 3.2 Os CVDT dos espaços litorâneos de Vitória (ES) e Bahia de Banderas (NAY)

A aplicação do modelo baseou-se nos indicadores propostos na base teórica desta dissertação. Neste item, apresenta-se a vinculação dos dados obtidos a partir dos indicadores, para gerar uma curva “S” e determinar em que estado se encontra o espaço litorâneo estudado, obtendo-se, assim, noção do momento em que está situado cada espaço.

Além disso, neste item mostram-se análises a partir da definição das fases de evolução de cada espaço turístico litorâneo, com o objetivo de realizar um estudo o mais fiel possível com a base teórica e ter um diagnóstico mais certo da fase em que se encontram cada espaço litorâneo.

#### 3.2.1 Aplicações do modelo dos CVDT em Vitória (ES)

A aplicação do Modelo de Butler nesse espaço litorâneo é um caso particular, já que se trata de um espaço não focalizado unicamente no turismo de Sol e Praia, mas resulta ser um destino com enfoque a um mercado turístico diferente do habitual no estudo e na aplicação do CVDT. Apesar disso, possui elementos para desenvolver um turismo de sol e praia, com potencial ainda não explorado totalmente.

A partir dos dados obtidos é possível verificar que Vitória apresenta diferentes indicadores em sua avaliação, tais como a qualidade de vida da população e a classificação da ONU, que coloca Vitória como um dos primeiros lugares de desenvolvimento humano e melhores lugares para se viver. Vitória conta com boa infraestrutura de serviços básicos, como a saúde, o transporte e o acesso à água potável, fatores que propiciam qualidade de vida para a população receptora. Na análise desse indicador, verifica-se que o espaço ainda conserva essência própria, sem ter sido modificada por algum tipo de migração massiva decorrente do turismo.

A partir das conclusões da parte empírica, baseada no trabalho de campo realizado nos espaços litorâneos, criou-se análise comparativa de “diagnóstico e avaliação do potencial turístico do município de Vitória”, que possibilitou a obtenção de conhecimento mais atualizado do caminho que está Vitória em matéria turística, conforme pode ser observado no quadro 11.

**Quadro 11: Vitória (ES): alguns dados sistematizados**

INDICADOR	RESULTADO
Visitantes	A maior parte dos visitantes que chegam à Vitória é brasileira; tendo leve tendência ao ingresso de estrangeiros, por diferentes motivos.
Meio de Transporte	O maior meio de transporte que se utiliza para chegar à Vitória por parte dos visitantes é o avião, ainda que o aeroporto não apresente muitas opções destino, a via aérea é a mais comum entre os turistas.
Motivação das Viagens	A principal motivação de viagem à Vitória é o segmento de Negócios, mas ainda assim, há participação das intenções voltadas ao lazer e à recreação, que tem reforçado o nome de Vitória como destino turístico.
Hospedagem	O meio de hospedagem mais utilizado é o Hotel, em todas as modalidades, mostrando boa circulação nessa economia.

Fonte: Elaboração própria.

Torna-se necessário mencionar a importância do desenvolvimento turístico e sua relação com o meio ambiente, já que, comumente, o turismo é visto como uma atividade agressiva, que afeta o território onde se desenvolve. No caso de Vitória, observa-se que ocorre o inverso: o estado ambiental afeta o crescimento do turismo. Isso porque há muitos registros, ao longo da história, sobre a existência de poluição em boa parte do território litorâneo de Vitória, decorrente de diferentes elementos, principalmente, originados pelo Complexo Siderúrgico de Tubarão, que gera poluição da água (praias não aptas para banho), ar (pó de minério) e solo; todos esses fatores afetam diretamente o interesse dos turistas.

Vitória conta com diferentes ofertas náuticas, contudo, atualmente, esse campo não tem sido explorado, nem gerado ofertas voltadas aos turistas. Em resumo, Vitória conta com infraestrutura para realizar essa atividade, mas com algumas limitações, como manter continuidade das ofertas e geração de novas ofertas turísticas náuticas, insuficiência de embarques em algumas áreas, entre outros.

Outro ponto importante no desenvolvimento dos espaços litorâneos da cidade diz respeito à sua política turística, uma vez que Vitória conta com programas que fomentam o turismo como opção de desenvolvimento econômico. Além disso, o município conta com fundos de fomento e promoção, bem como de melhoramento contínuo, que promovem o turismo como atividade econômica.

Na procura da definição das fases de evolução que correspondem à Vitória apresentam-se as análises baseadas no modelo CVDT de Butler, com as correspondentes considerações do autor sobre o espaço turístico litorâneo de Vitória.

**Exploração / Implicação.** Vitória possui uma história recente do setor turismo, já que não antes do ano de 2010, que se criou uma Secretaria de Turismo para a capital capixaba. Entretanto, o município já estava presente em programas nacionais do turismo, ainda que no Brasil, apenas em 2003, tenha sido criado o ministério de Turismo; contudo, as praias e hotéis estão desde antes da criação de um órgão reitor responsável em gerar, organizar, regular, administrar as atividades turísticas e suas competências necessárias para o desenvolvimento turístico. Não se conta com uma data precisa de quando começaram as atividades turísticas no litoral de Vitória, mas acredita-se que tem estado presente ainda que a um nível de promoção muito limitada.

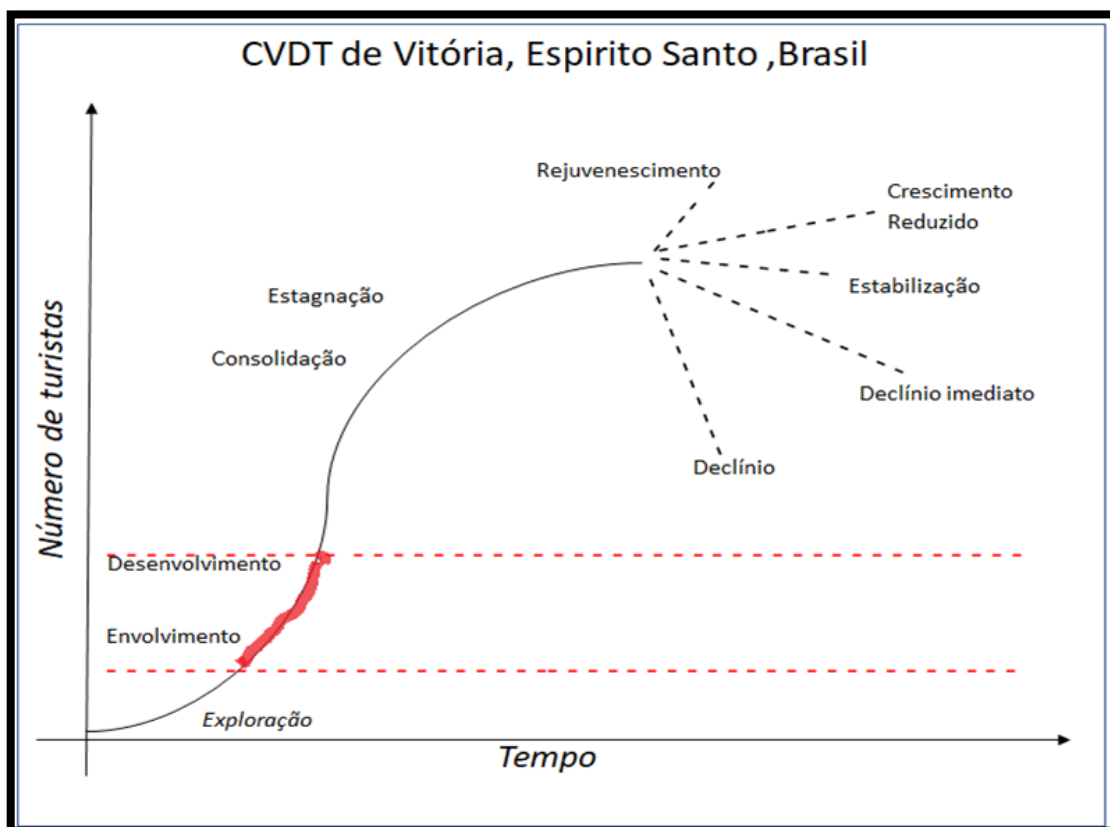
**Envolvimento.** Calcula-se que esse fenômeno vem acontecendo desde princípios deste século, onde Vitória aparece com um *marketing* que gera promoção como destino litorâneo, desde competências de vela, de pesca, campeonatos internacionais e nacionais de voleibol, começou a ter visibilidade de que em Vitória é possível encontrar bom eventos, que gerem divisas com o turismo. Além disso, órgãos públicos começam a criar programas turístico-culturais, como o roteiro “projeto visitar”. Além disso, começou a posicionar elementos particulares da cidade a nível nacional, como a Moqueca Capixaba e a valorizar cooperativas, a exemplo das Paneleiras de Goiabeiras e as Desfiadeiras de Siri, ambas responsáveis pelo sucesso gastronômico local.

**Desenvolvimento.** Essa fase começa a decolar pouco a pouco, já que nesses últimos anos as políticas para alavancar o turismo estão crescendo e ganhando maior destaque e atenção. No entanto, considera-se que está em uma etapa muito inicial para acreditar que o desenvolvimento turístico litoral em Vitória aumentará.

Vitória ainda é um destino de Turismo de Negócios, entretanto, o Turismo Litorâneo ou de Sol e Praia aparece como complementação deste, com grande potencialidade de crescimento, já que conta com todos os recursos necessários para desenvolver-se bem. Apesar disso, é necessária uma reforma ou uma atualização nos incentivos para o empresário que deseja desenvolver essa atividade, sob o ponto de vista governamental, focalizando no crescimento de Vitória como destino turístico.

Baseado nessas conclusões, a seguir apresenta-se o Modelo dos Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos, com a curva S, com o objetivo de localizar o lugar em que se encontram os espaços litorâneos ou praias de Vitória como destino Turístico.

Figura 30 Aplicação do modelo de CVDT em Vitória (ES)



Fonte: Elaboração própria a partir do Modelo dos Ciclos de Vida dos destinos turísticos de Butler (1980).

Com base no modelo teórico dos CVDT de Butler, Vitória foi colocada no crescimento da curva entre a etapa de Envolvimento e princípios do Desenvolvimento. Devido aos diversos níveis dos indicadores relacionados à região, observa-se crescimento um pouco “estacionário” da cidade.

Na teoria, pode-se dizer que a região ultrapassa a etapa da exploração, porque a população já tem consciência do turismo que chega à Vitória, como no caso do Turismo de Negócios. Nesse sentido, as pessoas sabem que o turismo que chega à região é o de negócios e o litorâneo, o que abre portas para o segundo estágio de implicação, no qual em Vitória começa com um tipo de promoção (Marketing) do destino por parte do Governo, como também com temporadas de turismo Massivo, como o Carnaval. Dessa forma, a região entra nessa zona entre o segundo e terceiro estágio de Desenvolvimento.

Vitória encontra-se “flutuando” nesse terceiro estágio. Apesar disso, conta com boa infraestrutura, moderna, além de possuir investimentos em instalações hoteleiras. A cidade permanece nesse estágio devido à ausência de massificação do turismo que deixe a população local dependente dele e de suas diferentes temporadas.

### 3.2.2 Aplicações do modelo dos CVDT em Bahia de Banderas (NAY)

Neste item analisam-se os pontos e os indicadores para a aplicação do modelo dos CVDT no espaço litorâneo de Bahia de Banderas, no México, sendo esse um espaço que, diferentemente de Vitória, apresenta desenvolvimento mais amplo devido ao alto grau de investimentos e à sua promoção como destino turístico litorâneo. Apesar disso, essas características geram alguns fatores negativos para a população local, como conflitos sociais, econômicos, territoriais, entre outros.

Com os dados obtidos nesta pesquisa é possível ter-se uma ideia atual do estado em que se encontra esse espaço litorâneo, considerado a “jóia do pacífico”. Com o modelo teórico de Butler, é possível determinar o caminho de crescimento que está tendendo a se consolidar.

Bahia de Banderas, ao contrário de Vitória, não é a capital de seu estado, contudo, é um dos municípios com maior atividade econômica do estado de Nayarit, devido, principalmente, às atividades de turismo. O município apresenta paisagem de relevos peculiar, já que boa parte de seu território é ocupada pela Serra Madre Ocidental, contribuindo na ampliação de atrativos.

Analisando os dados obtidos, verificou-se que BADEBA tem infraestrutura até certo ponto “limitada”, já que a infraestrutura de acesso ao município, e conseqüentemente turística, é principalmente a terrestre, através de uma única estrada que permite seu acesso. Apesar de possuir um acesso por vias marinhas, esse não é um recurso muito utilizado pelo turismo de “massas”, deixando toda a circulação pelas estradas de entrada e de saída. Um recurso que ajuda a Bahia de Banderas como destino turístico é a conectividade com o Aeroporto Internacional de Puerto Vallarta, que está na fronteira desses municípios.

Em termos de recursos ambientais, o espaço litorâneo apresenta clima e temperaturas médias consideradas adequadas para o desenvolvimento turístico litorâneo praiano, apresentando durante a maior parte do ano clima quente, como já foi mostrado.

Um dos recursos avaliativos para determinar o caminho que leva o destino é a qualidade de vida da população receptora. Verifica-se que a população da região conta com boa cobertura médica, redes de transportes que conectam a todos os povoados municipais, redes de água potável e coleta de lixo. Um aspecto desse item é que o transporte é relativamente caro para a população, sendo esse um dos impactos negativos quando se está em um espaço litorâneo em desenvolvimento: o encarecimento de bens e serviços.

O perfil do turista que visita esse espaço litorâneo é relativamente oposto ao de Vitória, uma vez que BADEBA apresenta grande porcentagem de visitantes estrangeiros, principalmente do continente norte-americano, atingindo quase 96% de turistas estrangeiros na região. Um fator importante da análise dessas cifras é, sem dúvida, a proximidade geográfica com os Estados Unidos.

Sobre seus atrativos turísticos, o município de Bahia de Banderas oferece, principalmente, um turismo de sol e praia, mas apresenta complexidade por sua história, já que esse território foi cenário de disputas territoriais entre os moradores locais e o governo, com muitos hectares comunitários explorados para a construção dos atrativos turísticos, criação de complexos de praia, serviços etc.

O município tem sido ainda objeto de diferentes programas federais, confiança etc., que fomentam o turismo litorâneo, gerando ainda pouca diversificação. Além disso, a maioria das atividades, dos investimentos e dos desenvolvimentos é dirigida para esse segmento.

Com base nessas considerações, é importante assinalar que Bahia de Banderas conta com diferentes espaços litorâneos, os quais, por sua vez, estão focalizados em diferentes segmentos sociais e econômicos. É possível assegurar que quase toda região costeira está focalizada no turismo litorâneo, porém, nesta dissertação, foram escolhidos quatro espaços litorâneos, com o objetivo de manter um “*Ceteris Paribus*”<sup>34</sup> no estudo desses dois municípios.

A praia de San Francisco não conta com infraestrutura turística de grande nível, mas sim com o necessário para satisfazer as necessidades de um turismo particular, por estar em uma pequena comunidade, conhecida como Praia de San Pancho.

O seguinte espaço litorâneo é o Sayulita, praia famosa entre o segmento do turismo “jovem”, já que reúne diferentes competências aquáticas, principalmente o surf. O espaço litorâneo conta com infraestrutura suficiente para a demanda de turistas, o setor de hospedagem apresenta hotéis desde *Bed & Breakfast*, até os denominados hotéis-boutique. Nessa região não há grandes complexos turísticos, com a finalidade de que o turista tenha sensação de contato com a natureza. Contudo, nos últimos anos houve grande explosão demográfica e de infraestrutura moderna, que poderia modificar o espaço. Atualmente, esse espaço litorâneo ganhou reconhecimento de “Povo Mágico”, por oferecer ecoturismo e turismo cultural.

Mais para o sul, temos a Cruz de Huanacastle, que apresenta diversificação do turismo litorâneo, uma vez que está focalizada, principalmente, no turismo náutico. Nesse espaço encontra-se uma das marinhas do município, que eleva o estrato do turismo que chega à região. No entanto, a praia é utilizada, principalmente, por moradores e alguns turistas que desejam relaxar-se em suas brancas areias, mas sem dúvida o motivo de visita a esse espaço é a pesca esportiva e atividades náuticas de lazer. A praia conta com infraestrutura básica de serviços e de produtos, o povoado ainda conserva sua natureza, mas também apresenta grandes desenvolvimentos. Com hospedagem mais luxuosa, a infraestrutura hoteleira é mais desenvolvida do que os espaços litorâneos.

---

<sup>34</sup> Expressão do latim, usada regularmente em contexto econômico, referido a comparação de variáveis com outras que permanecem constantes (SCHLICHT, 1985).



Bucerias é o último espaço litorâneo estudado nesta dissertação na região de Bahia de Banderas. Esse território é o mais desenvolvido dos quatro que aparecem em Bahia de Banderas, e muito tem a ver com sua posição geográfica, ao estar perto de Puerto Vallarta. Esse desenvolvimento gerou para Bucerias crescimento econômico e demográfico rápidos. Em termos de sua extensão litorânea, esse espaço apresenta maior infraestrutura turística do que os demais, já que recebe maior quantidade de turistas, e apresenta infraestrutura hoteleira desenvolvida para todo tipo de segmento turístico. Além disso, suas praias contam com o necessário para os turistas, contudo, o crescimento demográfico descontrolado e problemas urbanos geram deficiência nos serviços públicos para a população receptora.

No que se refere aos atrativos, Bahia de Banderas não apresenta grande diversificação turística, concentrando seus recursos no turismo litorâneo. Assim, a principal motivação do turismo é o lazer e a recreação, traduzidos no turismo de Sol e Praia.

A partir do estudo de campo, de acordo com a percepção dos visitantes, a infraestrutura e serviços de hospedagem da região são bons, englobando também indicadores de satisfação do turista do espaço litorâneo. Apesar disso, a região de Bucerias obteve avaliação mais baixa, já que, segundo os entrevistados, a infraestrutura hoteleira é relativamente velha. Sayulita e La Cruz de Huanacastle, por outro lado, são avaliados como excelentes. San Francisco aparece como regular, assim como Bucerias, devido à falta de infraestrutura de serviços.

No que diz respeito tanto à infraestrutura litorânea como aos serviços nas praias, todos os espaços litorâneos aparecem com avaliações regulares. Tal fato demonstra que as praias ainda precisam de mais atenção, de investimentos e de cuidados para chegar a uma avaliação mais positiva. Essa avaliação é validada com o Gráfico 30, o qual mostra que a limpeza da metade das praias é considerada como regular, sendo San Francisco e Bucerias as que apresentam menor avaliação nesse quesito.<sup>35</sup>

No âmbito da legislação, Bahia de Banderas apresenta um grande inventário, principalmente porque o turismo a nível federal é desenvolvido e promovido como grande gerador econômico, por trás de legislações federais, estaduais e municipais, as quais respaldam seu desenvolvimento.

Na definição das fases como destino turístico litorâneo, Bahia de Banderas apresenta maior escala, porém, é interessante apresentar análises dessas fases como antessala da representação gráfica do modelo dos CVDT.

**Exploração /Implicação.** Em uma análise objetiva, realmente a população foi implicada diretamente na atividade turística nesse espaço litorâneo, já que o município apenas foi constituído na década de 1990, quando a população dedicava-se, principalmente, à agricultura e à pecuária; a fase de exploração e

---

<sup>35</sup> É importante assinalar que os dados obtidos sobre essas avaliações são a partir dos entrevistados no Trabalho de campo feito nesta dissertação, e de nenhuma forma representam o total do universo dos turistas em Bahia de Banderas, são dados referenciais, com o objetivo de atingir as necessidades empíricas desta dissertação.

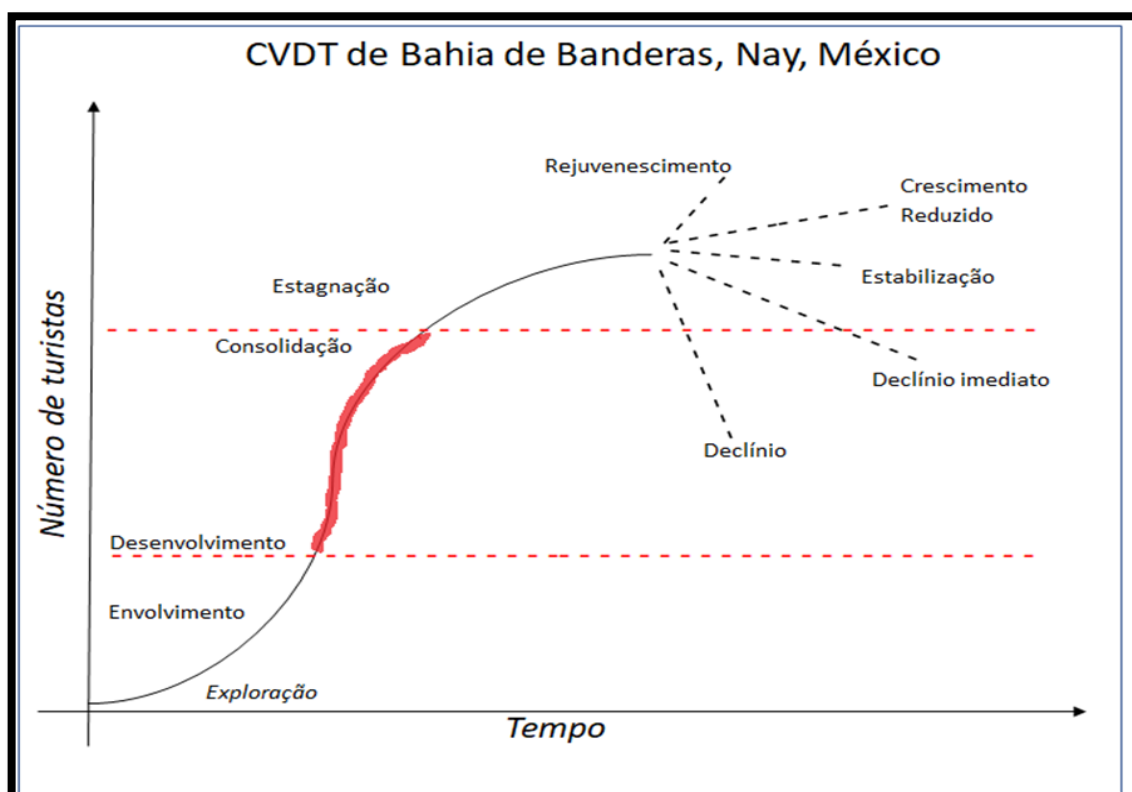
implicação desse território constituído como Bahia de Banderas foi a partir dos finais dos anos de 1990, quando foram descobertas as potencialidades das praias.

**Desenvolvimento.** É muito difícil determinar quando começou essa fase, mas apontamos como concomitante à fase anterior, já que aconteceu uma explosão de investimos públicos e privados na região. Foi imediato o crescimento exponencial de um turismo de massas, porém, isso atraiu consequências negativas para o meio ambiente e a população residente; degradação do ambiente nos espaços naturais, demografia que cresceu muito, e com isso, os problemas sociais que transformaram o modo de vida local. Essa fase não se considera finalizada já que se trata de um espaço turístico litorâneo em consolidação; ainda continua em crescimento.

**Consolidação.** Essa fase, igual à anterior, é difícil determinar quando teve início, mas apresenta-se em menor medida, uma vez que já existe massificação desse espaço turístico litorâneo, grande promoção do mesmo e investimento. Considera-se que em Bahia de Banderas temos uma “delgada linha” entre desenvolvimento e consolidação.

A seguir, com base nos indicadores encontrados nesta pesquisa, representa-se na Figura 37, a partir do gráfico de curva S do Modelo dos Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos, o estágio onde se encontra o turismo litorâneo de Bahia de Banderas.

**Figura 31** Aplicação do modelo de CVDT em Bahia de Banderas (México)



Fonte: Elaboração própria.

Como foi assinalado na figura anterior, é possível observar que, segundo os dados obtidos em Bahia de Banderas, a região encontra-se entre o ponto do desenvolvimento e o da consolidação. Considerou-se esse nível porque o desenvolvimento do espaço turístico litorâneo do município continua em andamento, devido aos investimentos atuais nos diferentes espaços e territórios. O destino está alicerçado no âmbito turístico com ajuda de marcas, como a Riviera Nayarit. Em suma, Bahia de Banderas está, atualmente, em estado de desenvolvimento em parte de seu espaço litorâneo, apesar de já possuir diferentes recursos (praias) conhecidos, que aportam ao item de consolidação, todavia, ainda longe de grande consolidação como outros polos turísticos no México, a exemplo de polos no caribe.

No item a seguir são destacadas algumas considerações finais sobre a análise dos dois espaços litorâneos que motivaram este estudo, com a finalidade de atingir os objetivos principais desta dissertação, cuja razão final é ampliar o conhecimento acerca da realidade turística em orlas/praias em dois países que têm muito em comum e, que ao mesmo tempo, possuem particularidades.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No percurso do processo de desenvolvimento deste trabalho de dissertação, realizaram-se diferentes ações em torno dos objetivos de estudo, sendo estudados, avaliados e analisados em matéria turística os espaços litorâneos de Vitória, no Brasil e Bahia de Banderas, no México. Com a finalidade de contrastar a teoria empírica sobre a situação atual desses espaços litorâneos, e assim obter resultados que nutram os fundamentos teóricos junto à criação de novos planejamentos desses destinos.

Nesta pesquisa encontraram-se características similares entre esses espaços litorâneos, assim como notáveis diferenças resultantes de aspectos políticos, econômicos, geográficos; junto às ações dos atores que interferem no desenvolvimento turístico de cada espaço litorâneo

Para cada espaço turístico litorâneo foram analisadas e, posteriormente, apresentadas suas potencialidades e suas debilidades, que permitiram conhecer o estado atual da região como destino turístico; e assim desenvolver o comparativo que gerará conhecimentos aplicáveis e aproveitáveis em matéria turística para cada espaço turístico litorâneo.

Esses espaços litorâneos fazem parte de um contexto regional, especificamente latino-americano, com crescimento do fenômeno de “turistificação” ou “massificação” que ocorre em grande parte das cidades da região, trazendo efeitos positivos e negativos.

A cidade de Vitória localiza-se no Brasil, país que figura como potência econômica da região latino-americana, e que conta com uma gama de atrativos culturais e naturais, em destaque nos últimos anos devido a eventos como a Copa do Mundo 2014 e os Jogos Olímpicos, no Rio de Janeiro em 2016. É importante assinalar que a política turística desse país permite o investimento estrangeiro no

desenvolvimento da oferta turística, além da elaboração e da aplicação de distintos programas em prol do crescimento turístico, tais como o Programa da Regionalização do Turismo, formalizado em 2006, no qual Vitória faz parte.

Na visão do autor, Vitória é um espaço litorâneo com grande potencial turístico, subutilizado em diferentes aspectos, como em sua infraestrutura urbana, marítima etc. Vitória carece ainda de política pública turística, a qual incentive o investimento em diferentes áreas de oportunidades turísticas, como as praias, que ainda que tenha seus problemas, principalmente ambientais, poderiam gerar renda e crescimento econômico para a população da capital capixaba. Contudo, é importante ressaltar que está crescendo o interesse pelo desenvolvimento da atividade turística nessa cidade costeira. Dessa forma, alguns pontos ainda precisam ser trabalhados, como a segurança pública e a deterioração ambiental das praias, decorrentes da proximidade de indústrias que não respeitam as leis ambientais, além da ausência de tratamento de resíduos urbanos, citando apenas alguns.

O autor sugere o conhecimento do modelo turístico de sucesso da cidade de Guayaquil<sup>36</sup>, no Equador, por ser uma cidade de características similares à Vitória, mas que tem sabido aproveitar todos seus recursos patrimoniais, históricos naturais e culturais como complementação ao turismo de negócios.

Em outra perspectiva, o espaço litorâneo de Bahia de Banderas tem-se tornado objeto de estudo, devido ao seu crescimento exponencial nos últimos anos. Tendo como resultado um grande histórico de implementações de políticas públicas orientadas ao turismo, que deram origem ao seu alto crescimento e exploração de suas costas. Esse município tem desenvolvido seu território focalizando, principalmente, o turismo litorâneo. Contudo, esse crescimento apresenta custo muito alto para a população residente, já que no caminho de desenvolvimento desse polo turístico algumas ações causam prejuízo aos residentes, enfrentamentos, despojos de terras e encarecimento do custo de vida. Além disso, a partir dos dados obtidos neste estudo, observou-se que a cidade não possui sistema de serviços públicos suficiente para atender a população local e a população turística juntas.

Com base no trabalho de campo, verificou-se que as regiões onde o turismo é explorado estão, de forma geral, em boas condições de infraestrutura e de serviços para os moradores locais, apesar do alto custo de impostos e incremento do custo de vida do município.

Em resumo, torna-se necessário formular novas legislações em prol da população local, já que é ela que sofre a maioria dos eventos negativos que acontecem no município. É preciso regular o uso do solo, principalmente nas praias.

Nesta conclusão da pesquisa é possível apresentar que foram cumpridos satisfatoriamente os seguintes objetivos específicos projetados para esta dissertação de mestrado, tais como:

---

<sup>36</sup> Arquivo disponível em: [https://www.ciudades-creativas.com/proceedings/6ccc/proceedings-6ccc\\_008.pdf](https://www.ciudades-creativas.com/proceedings/6ccc/proceedings-6ccc_008.pdf)

- Atingir e responder a pergunta sobre o porquê alguns espaços litorâneos não decolam; e identificar quais fatores estão limitando seu crescimento, como é o caso de Vitória, embora algumas instituições estejam fazendo esforços em favor de uma economia oriunda do turismo, ainda existem algumas políticas públicas que não permitem um adequado progresso em matéria turística litorânea.

- Construiu-se uma pesquisa com dados e análises descritivas e explicativas; qualitativa e quantitativa permitindo criar uma comparação entre os espaços litorâneos de Vitória e de Bahia de Banderas.

- Foi possível criar novos aportes para cada espaço litorâneo, a partir das características e dos dados obtidos de cada cidade costeira presentes nesta dissertação. Além disso, geraram-se aportes segundo as perspectivas dos visitantes de cada praia.

- Pesquisou-se e estudaram-se cada um dos fatores que intervém no desenvolvimento turístico dos espaços litorâneos de Vitória e de Bahia de Banderas; encontraram-se os motivos que torna possível ou impede o crescimento turístico adequado. No caso de Vitória, que conta com o fator negativo de poluição de algumas de suas praias; ou Bahia de Banderas, que tem grande privatização de seus espaços litorâneos, além dos fatores sociais que afetam tanto a população local como a turística.

- Aplicou-se o recurso metodológico dos CVDT de Richard Butler nos espaços turísticos litorâneos de Vitória e de Bahia de Banderas, que permitiu fazer uma análise a partir de um modelo teórico utilizado em diferentes pesquisas, garantindo maior noção da situação atual dos destinos turísticos que utilizam o método.

Na interpretação final, Vitória encontra-se nos primeiros níveis de crescimento, o que em outras palavras significa que Vitória ainda não definiu “seu caminho” de desenvolvimento turístico litorâneo, uma vez que essa atividade, atualmente, está em vias de crescimento, investimento e promoção. Espera-se que com a aplicação correta dos programas, novos produtos e legislações turísticas, Vitória possa alcançar os últimos níveis de desenvolvimento, com oferta mais variada e com um produto turístico mais definido. No caso das análises de Bahia de Banderas verifica-se que a região possui um território desenvolvido, criado e pensado para a atividade turística litorânea, porém, com grande enfoque no elemento praia, deixa a desejar em muitos elementos sociais e culturais.

## REFERÊNCIAS

- ACERENZA, M. **Administración del Turismo**. Conceptualización y organización. México: Editorial Trillas, 1984. v. 1
- AKAMA, J. S. The evolution of tourism in Kenya. **Journal of sustainable Tourism**, v. 7, n. 1, p. 6–25, 1999.
- ALBACH, VALÉRIA; GONÇALVEZ, J. M. Existe uma geografia do turismo? **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, p. 1–16, 2011.
- ALBACH, V. **Panorama da pesquisa em Turismo nos mestrados em Geografia do Brasil**: o caso do mestrado em Geografia da UFPR. [s.l.] Universidade Federal do Paraná, 2010a.
- ALBACH, V. M. **Panorama da pesquisa em Turismo nos mestrados em Geografia do Brasil**: o caso do mestrado em Geografia da UFPR. [s.l.] Universidade Federal do Paraná, 2010b.
- ÁLVAREZ SOUSA, A. Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI. p. 17–41, 2004.
- ALVARIÑO, C. F. **Sociedad Postmoderna y Turismo**. Nuevas Tendencias de Ocio (Postturismo). Universidad de la Coruña (UDC). la Coruña: Universidad de la Coruña (UDC)., 2010.
- ALVES, F. D.; SALES, E. J. C. G. **O Estudo do Turismo na Ciência Geográfica**: Propostas Teórico- Metodológicas Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo de Mercosul-Semintur. Caxias do Sul: [s.n.]. Disponível em: <[http://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur/ eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_6/gt01/arquivos/01/O estudo do turismo na ciencia geografica propostas teorico.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur/ eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/gt01/arquivos/01/O estudo do turismo na ciencia geografica propostas teorico.pdf)>.
- ARMENDÁRIZ, A. M. C. J. C. P.; BURROLA, V. DE LA O. **Crisis económica internacional y turismo en México**: impacto y alternativas para los destinos turísticos de playa. p. 1–26, 2011.
- ARRILLAGA, J. I. DE. El entre litoral, recurso turístico de base. **Estudios turísticos**, n. 39, p. 5–38, 1973.
- ARTIGUES, A. A. Turismo de espacios litorales e insulares. Geografía mundial del turismo. **Anais...2001**
- AYMARD, M. Toward the history of nutrition: some methodological remarks. **Food and drink in history**, p. 1–16, 1979.
- BAHIATURSA. **O desempenho do turismo baiano 1900/1994**. Salvador: [s.n.].
- BALAGUER, JACINT; CANTAVELLA-JORDÁ, M. Tourism As a Long-Run Economic Growth Factor : The Spanish Case . **ResearchGate**, n. WP-EC 2000-10, p. 1–17, 2002.
- BAÑOS, J. A. Ocupación del territorio litoral en ciudades turísticas de México. **Bitácora Urbano Territorial**, v. 1, n. 20, 2012.
- BARRAGÁN MUÑOZ, J. M. **Ordenación, planificación y gestión del espacio litoral**. Barcelona - España: Oikos-tau, 1994.
- BECKER, BERTA ; EGLER, C. **Brasil. Uma Nova Potência regional na economia mundo**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.

BENEVIDES, I. P. **Práticas e territorialidades turísticas e planejamento governamental do turismo no Ceará**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2004.

BENSENY, G. El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. **Aportes y transferencias**, v. 11, n. 2, p. 13–34, 2007.

BERGER, E. Economics of Tourism. **Institute of Tourism and Hotel Management, Klessheim, Salzburg, Austria**, p. 16–17, 2000.

BERTONCELLO, R. Turismo en los Andes Patagónicos. Valorización turística de áreas de preservación ambiental. **Actas Latinoamericanas de Varsovia (Varsovia: CELA)**, v. 23, n. 0866–9953, p. 43–58, 2000.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. 4 a ed. [s.l.] Trillas, 2002.

BOURDIEU, P. El hábitus y el espacio de los estilos de vida. **La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto**, p. 222, 1998.

BOYER, M. **L'invention du tourisme**. [s.l.] Gallimard, 1996.

BRENNER, L. La política turística mexicana y su impacto en el desarrollo nacional y urbano-regional. **Urbanización y turismo, México: Universidad de Quintana Roo/Ediciones Pomares**, p. 13–24, 2007.

BRIDA, J. G. et al. La Contribución Del Turismo Al Crecimiento Económico. **Cuadernos de Turismo**, v. 0, n. 22, p. 35–46, 2008.

BROUGHAM, J. E.; BUTLER, R. W. A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. **Annals of tourism research**, v. 8, n. 4, p. 569–590, 1980.

BRUNT, P.; COURTNEY, P. Host perceptions of sociocultural impacts. **Annals of tourism Research**, v. 26, n. 3, p. 493–515, 1999.

BURMAN, G. **Turismo na Bahia . Crecimento e perspectivas**. Salvador: Dez, 1994.

BUTLER, R. W. **The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implication for Management of Resources**. vol 1 ed. [s.l: s.n.].

CABRAL, L. O. Entre a Paisagem e o Lugar: contribuições ao estudo da espacialidade do turista. **Geografia, Percepção e Cognição do Meio Ambiente**. Londrina: Edições Humanidades, p. 129–162, 2006.

CANTALLOPS, A. S. **Marketing turístico**. Anaya - España: Ediciones Pirámide, 2002.

CARLOS, A. F. A. **O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

CASTRO, N. A. R. **O lugar do turismo na Ciência Geográfica: contribuições teórico-metodológicas à ação educativa**. [s.l.] Programa de Pós-Graduação em Geografia Física Universidade de São Paulo, 2006.

CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo urbano. **São Paulo: Contexto**, v. 2, 2000.

CHRISTALLER, W. Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs (Contributions to a Geography of the Tourist Trade). **Erdkunde**, v. 9, p. 1–19, 1955.

COOPER, C.; JACKSON, S. Destination life cycle: The Isle of Man case study. **Annals of tourism research**, v. 16, n. 3, p. 377–398, 1989.

COSTA FREITAS, M. A. O TURISMO ENQUANTO ESPAÇO DE ANÁLISE GEOGRÁFICA : três perspectivas de abordagem. **Revista Mercator**, p. 33–42, 2004.

CRUZ, R. DE C. A. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, p. 107–119, 2002.

CRUZ, R. DE C. A. DA. **Introdução à Geografia do Turismo**-. 2º ed. São Paulo: Editora Roca, 2003.

DALL'AGNOL, S. **Impactos do turismo X comunidade local**. Anais do VII seminário de pesquisa em Turismo do Mercosul. **Anais...Caxias do Sul**: 2012

DATATUR. **Revpar: Un Indicador de Competitividad**. Disponível em: <[http://datatur.sectur.gob.mx/wb/dataturrentabilidad\\_hotelera](http://datatur.sectur.gob.mx/wb/dataturrentabilidad_hotelera)>.

DE KADT, E. J. **Tourism: passport to development?:** perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries. Oxford: WORLD BANK-UNESCO, 1984.

DE PAULA GARCIA, R. M. Espaço e Turismo : Reflexões Contemporâneas. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos- ABET**, p. 33–42, 2013.

DEBBAGE, K. G. Oligopoly and the resort cycle in the Bahamas. **Annals of Tourism Research**, v. 17, n. 4, p. 513–527, 1990.

DEFERT, P. **La localisation touristique: problèmes théoriques et pratiques**. [s.l.] Ed. Gurten, 1966.

DENGLER, H. **Travels with Bicycle and Accordion**. Baltimore: gateway, 1997.

DUPUY, M. **1.000 ans de tourisme**. Montreal: Proteau, 1994.

FERNÁNDEZ FUSTER, L. **Geografía General del Turismo de Masas**. Madrid: Alianza Editorial, 1991.

FRANÇOISE, B. L'économie de la culture. **La Découverte**, 1996.

FRATUCCI, A. C. Turismo e Território: relações e complexidades. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 14, n. 1, p. 87–96, 2014.

G1. **Banhistas procuram praias limpas para fugir da poluição em Vitória**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/espírito-santo/noticia/2016/02/banhistas-procuram-praias-limpas-para-fugir-da-poluicao-em-vitoria.html>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

G1. **Prefeitura de Vitória entrega quiosques de Camburi a donos de bares**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/es/espírito-santo/noticia/prefeitura-de-vitoria-entrega-quiocques-de-camburi-a-donos-de-bares.ghtml>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

GARCÍA VILLA, A. **La planificación de centros turísticos de México**. México DF: Limusa, 1992.

GORDON, B. M. French cultural tourism and the Vichy problem. en **Baranowski y Furlough, Being Elsewhere**, p. 234, 2001.



GORDON, B. M. EL TURISMO DE MASAS : UN CONCEPTO PROBLEMÁTICO EN LA HISTORIA DEL SIGLO XX \*. p. 125–156, 2012.

GOTTSCHALL, C. . . **O turismo na economia baiana**. Salvador: Dez, 1994.

GRABURN, N. H. H. Tourism: The sacred journey. p. 17–31, 1978.

GREENPEACE. **Nayarit, otro estado más reprobado en sustentabilidad**. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/mexico/es/Noticias/2008/Noviembre/nayarit-otro-estado-mas-repro/>>. Acesso em: 8 jan. 2017.

GUEDES, J. A.; DE MENEZES, P. D. L. A ideologia do turismo e o discurso midiático. **Revista Hospitalidade**, v. 8, n. 1, p. 95–108, 2011.

HAGGETT, P. **Geografía: una síntesis moderna**. Barcelona: Ediciones Omega, 1994.

HALL, C. M.; PAGE, S. J. **The geography of tourism and recreation: Space, place and environment**. London: Routledge, 2002.

HAYWOOD, K. M. Can the tourist-area life cycle be made operational? **Tourism management**, v. 7, n. 3, p. 154–167, 1986.

HERNÁNDEZ, J. M.; LEÓN, C. J. The interactions between natural and physical capitals in the tourist lifecycle model. **Ecological Economics**, v. 62, n. 1, p. 184–193, 2007.

HIERNAUX-NICOLAS, D. Cancún bliss. **The tourist city**, p. 124–139, 1999.

HOTTES, R. Walter Christaller<sup>1</sup>. **Annals of the Association of American Geographers**, v. 73, n. 1, p. 51–54, 1983.

IOANNIDES, D. Tourism development agents: The Cypriot resort cycle. **Annals of tourism research**, v. 19, n. 4, p. 711–731, 1992.

JAFARI, J.; RITCHIE, J. R. B. Toward a framework for tourism education: Problems and prospects. **Annals of tourism research**, v. 8, n. 1, p. 13–34, 1981.

JASSO, A. M. B. “ Cuatro casos de análisis comparativo de Destinos Turísticos de Playa en México ” Por : Universidad Autónoma de Sinaloa. **Anais...2002**. Disponível em: <[http://www.sectur.gob.mx/Congreso\\_de\\_Investigacion/ponencias/UAS.Adriana Barbosa.pdf](http://www.sectur.gob.mx/Congreso_de_Investigacion/ponencias/UAS.Adriana%20Barbosa.pdf)>

JENKINS, CARSON; LICKORISH, L. J. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**, v. 2, p. 62–74, 1996.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

KUMAR, K. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. 2<sup>o</sup> ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

LAGIEWSKI, R.; ZEKAN, B. Experiential marketing of tourism destinations. RIT Scholar Works. **Anais...Rochester**: 2006

LANQUAR, M.; LANQUAR, R. **Sociologie du tourisme et des voyages**. [s.l.] Presses universitaires

de France, 1985.

LANQUAR, R. **Le tourisme international**. 6. ed. Paris: Presses universitaires de France, 1986.

LEW, A. Defining a Geography of Tourism. **Tourism Geographies**, v. 3, p. 105–114, 2001.

LINDÓN, ALICIA; HIERNAUX, DANIEL; BERTRAND, G. Geografía del turismo. In: **Tratado de geografía humana**. Mexico, DF: Anthropos Editorial, 2006. p. 401–432.

LIPOVETSKY, G.; RICHARD, B.; MOYA, A.-P. **La sociedad de la decepción**. Barcelona: Anagrama, 2008.

LOWENTH AL, D. Tourists and thermalists. **Geographical Review**, v. 52, p. 124–127, 1962.

LOZATO-GIOTART, J.-P. **Geografía del turismo: del espacio contemplado al espacio consumido**. Barcelona - España: Masson, 1990.

MACCANNELL, D. Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. **American journal of Sociology**, v. 79, n. 3, p. 589–603, 1973.

MANTERO, J. C. **Turismo y Territorio: del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico**. A propósito de la provincia de Buenos Aires. 1a. ed. Mar de la Plata: Univesidad Nacional de Mar de la Plata, 2010.

MARCHENA, M. **Territorio y turismo en Andalucía: análisis a diferentes escalas espaciales**. Andalucía: Junta de Andalucía, 1987.

MÁRQUEZ GONZÁLEZ, A. R.; SÁNCHEZ CRISPÍN, Á. Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. **Investigaciones geográficas**, n. 64, p. 134–152, 2007.

MARTÍNEZ, F. R. **El impacto ambiental del turismo**. Desarrollo regional y crisis del turismo en Andalucía: Actas del simposio hispano-francés: Almería 25-29 de junio, 1991. **Anais...**Instituto de Estudios Almerienses, 1994

MASSEY, D. B. **Pelo espaço: uma nova política da espacialidade**. [s.l.] Bertrand Brasil, 2008.

MEIRA, V.; GONÇALVES, J. Existe uma geografia do turismo? **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, p. 1–16, 2011.

MENEZES, P.; DUTRA ; GUEDES, J. A ideologia do Turismo e o discurso midiático. **Hospitalidade**, v. VIII, n. 2179–9164, p. 1–5, 2011.

MESPLIER, A.; BLOC-DURAFFOUR, P. **Geografía del turismo en el mundo**. Madrid - Espana: Síntesis, 2000.

MEYER-ARENDRT, K. J. The grand isle, Louisiana resort cycle. **Annals of tourism research**, v. 12, n. 3, p. 449–465, 1985.

MINISTERIO DO TURISMO. Plano Nacional de Turismo 2007-2010. 2010.

MORAES, A. C. R. **Os Impactos da Política Pública Urbana sobre a Zona Costeira**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Naturais e da Amazônia Legal, 1995.

MORIN, E. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. 2ª ed. Rio de

Janeiro: Bertrand Brasil Rio de Janeiro, 2000.

NORVAL, A. J. **The tourist industry: a national and international survey**. London: Pitman, 1936.

OGLETHORPE, M. K. Tourism in Malta: a crisis of dependence. **Leisure Studies**, v. 3, n. 2, p. 147–161, 1984.

OMT. Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: Guía Práctica. **Omt**, p. 298–301, 2005.

OMT. **Panorama OMT del turismo internacional**. Disponível em: <<http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

OMT. **Panorama Del Turismo Internacional**. Disponível em: <<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

ORTIZ, L. C. **Resíduos Sólidos em Praias do Espírito Santo sob Diferentes Regimes de Uso**. [s.l.] Universidade Federal do Espírito Santo, 2010.

OVC, O. DE V. Y C. **Barometro Riviera Nayarit**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <[http://www.rivieranayarit.com/members/barometers/BAROMETERS 2017/Barometro Septiembre 2017.pdf](http://www.rivieranayarit.com/members/barometers/BAROMETERS%202017/Barometro%20Septiembre%202017.pdf)>.

PAPATHEODOROU, A. Exploring the evolution of tourism resorts. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 1, p. 219–237, 2004.

PAQUOT, T. **Éloge du luxe: de l'utilité de l'inutile**. Paris: Bourin éd., 2005.

PEARCE, D. **El desarrollo turístico**. Su planificación y ubicación geográfica. México DF: Editorial Trillas, 1988a.

PEARCE, D. G. **Geografia do Turismo: fluxos e regiões o mercado e viagens**. São Paulo: aleph, 2003.

PEARCE, D. S. B. **Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográficas**. Mexico DF: Editorial Trillas, 1988b.

PEREZ, J. C. **Acapulco: pasado espléndido, presente feroz**. BBC MUNDO. Acapulco: [s.n.]. Disponível em: <[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150319\\_mexico\\_acapulco\\_violencia\\_jcps](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150319_mexico_acapulco_violencia_jcps)>. Acesso em: 1 jan. 2017.

PICORNELL, C. Los impactos del turismo. **Papers de Turisme**, v. 11, p. 65–91, 1993.

PIMLOTT, J. A. R. **The Englishman's holiday: a social history**. Hassocks: Harvester Press, 1976.

PIRES, P. DOS S. Interfaces ambientais do turismo. **Turismo: como aprender**, p. 229–256, 2001.

PMF. **Florianópolis, Prefeitura Municipal de**. Disponível em: <<http://www.pmf.sc.gov.br/portal/pmf/cidade/perfildeflorianopolis/> Acesso>. Acesso em: 17 mar. 2017.

PMV, P. M. DE V. **Quiosques de Camburi recebem 16 mil pessoas em menos de uma semana**. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/noticia/quiosques-de-camburi-recebem-16-mil-pessoas-em-menos-de-uma-semana-26431>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

- PMV, P. M. DE V. **Qualidade das Águas das Praias de Vitória**. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/balneabilidade.php#>>. Acesso em: 10 jan. 2018.
- POON, A. **Tourism, technology and competitive strategies**. Volumen 2. 2da. ed. Mnesota: CAB international 1993, 1993.
- PORTO FILHO, U. M. **Turismo: realidade baiana e nacional**. Salvador: Bigraf, 1976.
- PRODETUR SUL. **Perfil da Área Turística**. Disponível em: <[http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=19Itemid=27](http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19Itemid=27)>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- QUINTERO SANTOS, J. L. Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vinculos con el turismo sostenible. **Anales del Museo de América**, v. 12, p. 263–274, 2004.
- RAUCH, A. **Vacances en France de 1830 à nos jours**. Paris: Hachette, 1996.
- REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira**. Campinas-SP: Papirus, 1996a.
- REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira**. 5 ed ed. Campinas: Campinas Papirus, 2001.
- REJOWSKI, M. P. P.-C. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situacao brasileira**. Papirus, , 1996b.
- REPORTUR. **El resurgir turístico de Acapulco requiere de 6 mil millones de pesos**. Disponível em: <<http://www.reportur.com/mexico/2015/03/18/acapulco-necesita-6-mil-211-millones-de-pesos-para-salir-del-rezago/>>. Acesso em: 18 mar. 2015.
- RICHARDSON, S. L. A product life cycle approach to urban waterfronts: The revitalization of Galveston. **Coastal Management**, v. 14, n. 1–2, p. 21–46, 1986.
- RIVERO MARTINS, P. E. **Patrones arquitectónicos y urbanísticos del turismo en Florianópolis**. [s.l.] Universitat Politècnica de Catalunya., 2004.
- RODRIGUES, A. B. Percalços do Planejamento Turístico: O Prodetur-Ne. In: **Turismo e Geografia Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais**. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 151–152.
- RODRIGUES, A. B. Turismo local: oportunidades para inserção. **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, p. 17–22, 1997.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. 3ª ed. São Paulo: Editora Hucitec São Paulo, 2001.
- RODRIGUES, A. M. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. Orgs. YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani A, p. 55–62, 1999.
- RODRÍGUEZ, F. M. **El impacto ambiental del turismo**. Desarrollo regional y crisis del turismo en Andalucía, Simposio hispano-francés. **Anais...**Granada: 1994
- ROURE, J.-L. **Tourisme fluvial et tourisme lagunaire à travers l'exemple du Canal du Midi**. Sain-Estève (France): Ville de Béziers/Presses, 2001.

- RYAN, C. **Recreational Tourism: Demand and Impacts**. Clevedon: Channel View Publications, 2003. v. 11
- SAAB, W. G. L. Considerações sobre o desenvolvimento do setor de turismo no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 10, p. 310–312, 1999.
- SÁNCHEZ, J. E. **Por una geografía del turismo de litoral: una aproximación metodológica**. Madrid: [s.n.].
- SÁNCHEZ, R. V.; SÁNCHEZ, M. DE LOS Á. H.; CERVANTES, G. R. Certificación de playas en la Bahía de Banderas, Nayarit. In: **Investigaciones Costeras en Turismo : dos estados , una región**. Colima: [s.n.]. p. 157–161.
- SANTOS, M. **Por uma geografia nova**. São Paulo: [s.n.].
- SANTOS, M. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.
- SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. 4. ed. São Paulo: Huicitec, 1998.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006. v. 1
- SANTOS, M.; RIBEIRO, W. C.; GONÇALVES, C. W. P. **O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania**. São Paulo: Publifolha São Paulo, 2002.
- SANTUR, E.; TURISMO, S. C.; TUR, D. **Sinopse Comparativa 2005 , 2006 e 2007 Convênio : Santur / Prefeituras Municipais Execução : Gerência de Planejamento / Santur MARÇO / 2007**. p. 2–17, 2007.
- SAUER, C. **A morfologia da paisagem**. RL Corrêa e Z. Rosendahl (Orgs.), p. 12–74, 1998.
- SCHLICHT, E. **Isolation and Aggregation in Economics**. v. 1985, n. c, p. 1–126, 1985.
- SECTUR. **Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020**. Disponível em: <<http://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/003559Pri0000.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- SECTUR. **Inversión Privada Identificada en el Sector Turístico**. Disponível em: <<http://datatur.sectur.gob.mx>>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- SECTURBC. **Secretaria de Turismo de Balneário Camboriú**. Disponível em: <[http://www.secturbc.com.br/pt\\_index.php](http://www.secturbc.com.br/pt_index.php)>. Acesso em: 18 mar. 2017.
- SHAW, G.; AGARWAL, S. Introduction: the development and management of coastal resorts: a global perspective. In: **Managing coastal tourism reports: a global perspective**. Clevedon Hall: Channel View Publications, 2007. p. 1–18.
- SHAW, G.; WILLIAMS, A. M. **Critical issues in Tourism: A Geographical Perspective**. Oxford: Blackwell Publishers, 1994.
- SILVA, S. B. DE M. Geografia, Turismo e Crescimento: o exemplo do Estado da Bahia. In: **Turismo e Geografia Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais**. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 129–130.
- SILVEIRA, M. A. T. **Turismo, Políticas de Ordenamento Territorial e Desenvolvimento**. Um

- Foco no Estado do Paraná no Contexto Regional. [s.l.] Universidade de São Paulo, 2002.
- SOARES, J. C. Renovacion y reestructuracion de destinos turisticos consolidados del litoral. seminario internacional. **Anais...**Alicante: Universidade de Alicante, 2011
- SOJA, E. W. **Thirdspace journeys to Los Angeles And Other real and imagined places**. 15. ed. Malden: Blackwell Publishing, 2011.
- SOUZA, M. J. L. DE. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: BERTRAND (Ed.). . **Geografia: conceitos e temas. Rio de janeiro: Bertrand Brasil**. Rio de Janeiro: [s.n.]. p. 77–116.
- SOUZA, M. J. L. DE. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local. **RODRIGUES, AB Turismo e desenvolvimento local**, v. 3, 1997.
- SROUR, R. H. **Poder, cultura e ética nas organizações**. 3° ed. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2012.
- SUAREZ DE VIVERO, J. L. Delimitación y definición del espacio litoral. ... **Gestión De Un Espacio Geográfico Celebradas En ...**, p. 13–23, 1999.
- TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. 7° ed. Campinas-SP: Papyrus Editora, 1998.
- VERA REBOLLO, J. F. **Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo**. Barcelona - España: Ariel, 1997.
- VIEIRA, L. L. Turismo , Espaço e Paisagem: Uma Abordagem Geográfica da Escolha de Destinos Turísticos na Era Digital. p. 1–15, 2012.
- VIEIRA, L. L. **Sigweb aplicado ao turismo: novas formas de comunicação para um novo turista**. [s.l.] Universidade Federal de Goiás instituto de estudos socioambientais, 2013.
- WALL, G.; MATHIESON, A. **Tourism: change, impacts, and opportunities**. Essex: Pearson Education, 2006.
- WEINER, T. On tourism, Mexico now thinks green. **New York Times**, v. 31, 2001.
- WILKINSON, P. F. Tourism in small island nations: a fragile dependence. **Leisure Studies**, v. 6, n. 2, p. 127–146, 1987.
- WINCHESTER, S. The long, sweet road to Santiago de Compostela. **Smithsonian Magazine**, p. 65, 1994.
- WOLFE, R. I. Summer cottagers in Ontario. **Economic Geography**, v. 27, n. 1, p. 10–32, 1951.
- YAZIGI, E. **A Alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- ZIELINSKI, S.; SALTAREN, B.; MATEO, C. Percepción de la comunidad como indicador del ciclo de vida de un destino: Hacia el desarrollo de un sistema de alerta temprana para pequeños destinos. **Estudios y perspectivas en turismo**, v. 20, n. 6, p. 1366–1388, 2011.

# **ANEXOS**

Data \_\_\_\_\_

Praia \_\_\_\_\_



**ENTREVISTA PARA A PESQUISA "O TURISMO LITORÂNEO NAS CIDADES DE VITÓRIA (ES),  
BRASIL E BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT, MÉXICO".**

Masculino  Feminino  Idade \_\_\_\_\_

Residência permanente \_\_\_\_\_

Meio de Transporte para chegar a Vitória? Automóvel  Avião  Trem   
Ônibus

Principal Motivação? Negócios  Pessoais  Lazer/Recreação

Meio de Hospedagem? : Hotel  Hostel  Posada  Airbnb   
Casa de Amigos / Familiares

Avaliação do serviço de Hospedagem: Excelente/ Bom  Regular   
Péssimo

Avaliação da Infraestrutura Hoteleira: Excelente/Bom  Regular   
Péssimo

Avaliação da Praia que Visita: Excelente/Bom  Regular  Péssima

Avaliação da Infraestrutura da Praia que Visita: Excelente/Bom  Regular   
Péssima

Visitaria de novo? Sim  Não

Avaliação dos serviços da Praia que Visita: Excelente/Bom  Regular   
Péssima

Avaliação da Limpeza da Praia que visita: Excelente/Bom  Regular   
Péssima

O que acredita que falta nesta Praia?

---

---



Fecha \_\_\_\_\_

Playa \_\_\_\_\_



**ENTREVISTA PARA A PESQUISA "O TURISMO LITORÂNEO NAS CIDADES DE VITÓRIA (ES), BRASIL E BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT, MÉXICO".**

Masculino  Femenino  Edad \_\_\_\_\_

Residencia Abitual \_\_\_\_\_

Medio de Transporte Para llegar a Bahia de Banderas Automovil  Avion   
Tren  Bus

Principal Motivación? Negócio  Personales  Placer

Medio de Hospedaje: Hotel  Hostel  Posada  Airbnb   
Casa de Amigos / Familiares

Calificación del Servicio de Hospedaje: Excelente/ Bueno  Regular   
Pésimo

Calificación de la Infraestructura Hotelera: Excelente/Bueno  Regular   
Pésimo

Calificación de la Playa que Visita: Excelente/Bueno  Regular   
Pésimo

Calificación de la infraestructura de la playa que Visita: Excelente/Bueno   
Regular  Pésimo

¿Visitaría de Nuevo? Si  No

Calificación de los Servicios de Playa que Visita: Excelente/Bueno  Regular   
Pésimo

Calificación de la Limpieza de la Playa que Visita: Excelente/Bueno   
Regular  Pésimo

¿En tu opinión que le falta a esta playa?

---

---

Date \_\_\_\_\_

Beach \_\_\_\_\_



Interview for a research "O TURISMO LITORÂNEO NAS CIDADES DE VITÓRIA (ES), BRASIL E BAHIA DE BANDERAS, NAYARIT, MÉXICO"

Male  Female  Age \_\_\_\_\_

Habitual Residence \_\_\_\_\_

Means of transportation to get to Bahia de Banderas: Car  Airplane   
Train  Bus

Main Motivation? Business  Personal  Pleasure

Means of lodging: Hotel  Hostel  Inn  Airbnb   
Friend or family homes

Hosting Service Qualification: Excellent/ good  Regular  Bad

Hotel Infrastructure Rating: Excellent/Good  Regular  Bad

Rating of the beach you visit: Excellent/Good  Regular  Bad

Rating of the infrastructure of the beach that you visit: Excellent/Good   
Regular  Bad

Would you visit again? Yes  No

Qualification of the Beach Services that Visit: Excellent/Good  Regular   
Bad

Rating of the Cleaning of the Beach that Visit: Excellent/Good  Regular   
Bad

¿ In your opinion what is missing from this beach?

---

---