

DESARROLLO TURÍSTICO Y COMUNIDAD LOCAL

Valoraciones y expectativas de los residentes de Ilhéus-BA, Brasil

Angye Cássia Noia*
Universidad Federal Rural de
Río de Janeiro - Brasil

Resumen: El objeto de este estudio fue construir un escenario analítico de la actividad turística local en base a la valoración y las expectativas de los residentes de la ciudad de Ilhéus-BA. La información obtenida demuestra que la población de Ilhéus espera que el turismo crezca y se distribuyan los beneficios, pero no está preparada para lidiar con los efectos resultantes de la actividad, ni quiere sufrir cambios significativos en sus actividades y su espacio. Debido a que el turismo local aún no ha madurado lo suficiente, los gestores aun se enfrentan a un escenario que no genera demasiados problemas.

PALABRAS CLAVE: turismo, desarrollo, residentes, expectativas, Ilhéus-BA.

Abstract: Tourism Development and Local Community. Appraisals and Expectations of the Residents of Ilhéus/BA, Brazil. The aim of this research was to build an analytical scenario based on the appraisals and expectations of tourism by the inhabitants of the city of Ilhéus-BA. The collected data showed that Ilhéus' population expects the growing of tourism and that its benefits are distributed. However, this community is neither prepared to deal with the resulting effects of the activity, nor wishes to have significant changes of their ordinary life. Due to the lack of maturity of the local tourism, the managers still face a scenario with few problems to be solved.

KEY WORDS: tourism, development, inhabitants, expectations, Ilhéus-BA.

INTRODUCCIÓN

Desarrollar la actividad turística en armonía con el espacio y sus elementos constitutivos remite a la necesidad de identificar su potencial y cuestiones de sustentabilidad. Requiere, además, identificar las influencias externas, los intereses de la comunidad, la capacitación del cuerpo técnico y de gestión para evitar acciones improvisadas. Así, el conocimiento de las percepciones y deseos de los residentes de un determinado espacio en relación a la actividad turística debe tenerse en cuenta debido al hecho de que [...] *en cada una de las comunidades y regiones, las alianzas sociales y su expresión política son específicas, correspondientes a las relaciones de poder local y regional, a la historia del territorio y a su coyuntura económica* (Castells, 1999: 316).

* Doctoranda en Ciencias Sociales por la Universidad Federal Rural de Río de Janeiro (CPDA/UFRRJ), Brasil. Magister en Cultura y Turismo por la Universidad Estadual de Santa Cruz (UESC/BA), Brasil. E-mail: angyecassianoia@yahoo.com.br.

En el turismo de la ciudad de Ilhéus/BA la espontaneidad y la improvisación aún están presentes. El municipio está localizado en la Región Sur del Estado de Bahia (Brasil); forma parte del corredor turístico Costa del Cacao; abarca un área de 1.840,99 kilómetros cuadrados con una altitud de 52 metros y dista 465 kilómetros de Salvador, la capital. Presenta un clima húmedo a sub-húmedo, con una temperatura media de 24° C y cuenta con una población de 222.127 habitantes (SEI, 2007). De acuerdo con Reis (2003) el turismo se desarrolló en un contexto inmediateista en busca de actividades que generaran ingresos alternativos para el municipio debido a la declinación de la industria del cacao con la llamada *escoba de bruja* (*Crinipellis perniciosa*) en 1989. La organización sociopolítica de la ciudad presenta un escenario complejo debido al comportamiento residual de la ordenación de la ciudad emprendida por los *coroneles del cacao* durante décadas.

La búsqueda del interés común o la cooperación entre los agentes sociales no formaba parte de la vida cotidiana (Ribeiro, 2001). El *coronelismo*, símbolo de autoritarismo e impunidad en Brasil, originalmente de carácter separatista, generó un distanciamiento considerable entre dominantes y dominados, individualidad y falta de hospitalidad (Avena, 2002). Se puede señalar que los habitantes estaban acostumbrados a no participar de las decisiones políticas locales, no tenían ni voz ni voto y tampoco poder de decisión o acción.

El escenario en el cual se ha dado el desarrollo turístico se ha caracterizado por prácticas de gestión no participativa en las cuales los residentes no tienen poder de influencia en cuestiones que tienen que ver con su vida cotidiana y su calidad de vida (Irving y Mendonça, 2003). En general esto se debe a la despolitización, la desarticulación, el bajo nivel educativo y el analfabetismo de gran parte de la población local.

Así se considera que la obtención de resultados positivos en el ámbito turístico tanto en el presente como en el futuro depende de un mayor conocimiento de la realidad local tomando en cuenta la opinión de la comunidad. Para lograrlo es indispensable comprender la cultura de la sociedad ya que ésta *representa el molde a través del cual los hechos, objetos y personas son interpretados y valorados* (Maximiano, 2006:383). Identificar las valoraciones y expectativas de la población respecto del turismo ayuda al perfeccionamiento de elementos tales como la gestión, la calidad de los productos turísticos y los servicios relacionados, la originalidad del destino, la hospitalidad, el respeto por la identidad local, el diálogo, el gerenciamiento de los conflictos y el debate crítico; reduciendo los impactos negativos del turismo en el espacio, la cultura y la vida cotidiana.

El estudio desarrollado fue de naturaleza bibliográfica y con carácter multidisciplinario e interdisciplinario, aplicado, cualitativo y cuantitativo. Se utilizaron los métodos descriptivo, explicativo y comparativo (Dencker, 1998). Los datos fueron recolectados por medio de la aplicación de 337 encuestas realizadas en tres puntos estratégicos de la ciudad (zona sur, centro y zona norte) en función del flujo de personas y su diversidad de perfiles. La participación de los residentes en la

investigación estuvo limitada por dos criterios: debían tener una edad mínima de 18 años y tener una residencia en la ciudad no menor a 8 años. La segunda condición se estableció considerando que la mayor crisis de la industria del cacao se produjo en 1989, cuando surgió un mayor interés por el turismo como actividad económica (a partir de la década de 1990).

Se utilizó una muestra probabilística simple (Samara y Barros, 1997) en base a la población económicamente activa del municipio, con un nivel de confianza del 90% y un error parametral del 4%. Los encuestados fueron mantenidos en el anonimato y pudieron elegir si querían responder el total de las preguntas o sólo algunas de ellas tomando en cuenta el grado de conocimiento, voluntad y tiempo que tuvieran. La recolección de datos duró seis días y fue efectuada en el tercer trimestre de 2007 por la mañana (09:00 a 12:00 horas) y por la tarde (14:00 a 17:00 horas). Para la tabulación y sistematización de los datos se utilizó el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (*Statistics Package for Social Sciences – SPSS*) y el programa Excel. El análisis de los resultados se basó en el material teórico encuadrado en un punto de vista holístico (Dencker, 1998). Los resultados obtenidos pueden relacionarse con el universo poblacional de Ilhéus a través de la *generalización estadística* si se consideran los cálculos de la muestra; o de la *generalización lógica* (Appolinário, 2006) si se transportan los datos a otros individuos con un perfil semejante.

RELACIÓN ENTRE TURISMO, CULTURA, COMUNIDAD Y ESPACIO

De acuerdo con Tuan (1980), las actitudes humanas se centran en percepciones y experiencias sucesivas. O sea, el proceso de percepción de los sentidos e interpretaciones de los individuos precisa ser directamente vinculado a los contextos histórico y social ya que todo lo realizado o vivido por el individuo gana un significado, una razón de ser (Moesch, 2002). De esta forma, *la realidad percibida provoca percepciones diferentes conforme cambia el observador* (Maximiano, 2006:225).

Considerando este escenario son posibles dos tipos de acciones: (a) *alienarse pasivamente en la corriente dominante, contribuyendo a mantener la situación establecida y la reproducción del pasado;* o (b) *afirmarse creativamente ante el momento histórico, fundamentando sentidos propios para la creación de lo nuevo* (Moesch, 2002:56).

La percepción, cuando es procesada, además de permitir la interacción del individuo con su espacio, también permite que se elaboren respuestas apropiadas a los cambios y la incertidumbre que ofrece el espacio; respuestas que se evidencian por la cognición y la inteligencia. Aquí, conviene resaltar que la experiencia y la visión del mundo desempeñan un importante papel en el desarrollo de la percepción, pues el contacto directo con el medio ambiente permite al individuo construir su espacio perceptivo (Xavier, 2007:34).

Corrêa (2001:31-32) argumenta que el espacio vivido traduce *en señales visibles no sólo el proyecto vital de toda la sociedad que es subsistir, protegerse y sobrevivir, sino también sus*

aspiraciones y creencias, lo más íntimo de su cultura. Así, es preciso atender las etapas sucesivas de adaptación social (Santos, 1999).

Sobreponiéndose al primer momento de espanto y aturdimiento, el espíritu alerta se repone, reformulando la idea de futuro a partir del nuevo entendimiento de la nueva realidad que lo rodea. El contexto en que se vive es un lugar de intercambios, una matriz de procesos intelectuales. El hombre busca re-aprender lo que nunca le fue enseñado, y poco a poco va sustituyendo su ignorancia por un conocimiento, aunque sea fragmentado. El nuevo medio ambiente opera como una especie de detonador. Su relación con el nuevo poblador se manifiesta dialécticamente como una nueva territorialidad y una nueva cultura, que se interfieren recíprocamente alterándose y cambiando al hombre. Cuando esa síntesis es percibida, el proceso de alienación va cediendo al proceso de integración y de entendimiento, y el individuo recupera parte de su ser que parecía perdida (Santos, 1999: 263).

La identificación y comprensión de esos matices se suma a la noción de sustentabilidad cultural para la formación de productos turísticos que contribuyan con la generación de resultados positivos más estables. Para Viertler, (1999:20) [...] *sustentabilidad cultural significa conferir una connotación objetiva a las referencias que no existen por sí mismas, pero que dependen de la voluntad y de la creatividad humana; las cuales que surgen en circunstancias sociales específicas, transitorias en el tiempo y en el espacio.*

En este sentido, utilizar la cultura local como un recurso turístico (Yudice, 2005) de (re)significación y (re)estructuración puede contribuir a la formación de identidad, la ampliación del sentimiento de pertenencia, la perpetuación del patrimonio tangible e intangible y la sustentabilidad ambiental.

Cabe decir que el mal uso del recurso cultural puede llevar a su autodestrucción si se siguen los preceptos capitalistas en el uso turístico. La autenticidad en la utilización de los recursos culturales no se refiere sólo a la promoción de eventos tradicionales, sino también a los abordajes relativos a la dinámica de la cultura local. Esa evolución permanente se da a nivel interno en la estructuración de la cultura por la sociedad y, a nivel externo, cuando ésta entra en contacto con otras culturas. El ritmo de los cambios internos y externos varía.

En el primer caso, el cambio puede ser lento, casi imperceptible [...]. El ritmo puede ser alterado por eventos históricos, tales como una catástrofe, un gran cambio tecnológico o una dramática situación de contacto. El segundo caso puede ser más rápido y brusco. Pero también puede ser un proceso menos radical, donde el cambio en los modelos culturales ocurre sin grandes traumas (Laraia, 1997: 100).

Por lo tanto, *el significado de su preservación o conservación trasciende su uso económico, vinculándose con el mantenimiento de la memoria, la conservación de las tradiciones por la y para la población de determinada localidad* (Portugués, 2004: 8).

Se debe tener en cuenta que muchas veces la comunidad local es la responsable del deterioro de su patrimonio cuando en realidad ella misma debería ser el mejor agente de ayuda en la preservación o conservación del patrimonio colectivo. *Ciertos objetos y prácticas merecen ser especialmente valorizados porque representan descubrimientos para el saber, innovaciones formales y sensibles, o acontecimientos fundadores de la historia de un pueblo* (Canclini, 2003: 200).

Preservar significa proteger, resguardar, evitar que alguna cosa sea alcanzada por alguna otra que le pueda ocasionar algún daño. Conservar significa mantener, guardar para que haya una permanencia en el tiempo. Teniendo en cuenta que guardar es diferente de resguardar, preservar el patrimonio implica mantenerlo estático e intocable, mientras que conservar implica integrarlo al dinamismo del proceso cultural (Barretto, 2000: 15).

Se debe considerar que la relación entre anfitriones y turistas no siempre es armónica. Es común la existencia de tensiones y/o choques culturales debido a la multiplicidad de identidades de los individuos construidas por medio del contacto con diversos ambientes, normas de conducta y experiencias de vida. Esa variabilidad se debe a la inestabilidad social determinada por la globalización; comprendida en el ámbito cultural como un proceso de reordenamiento de las diferencias y diversidades, en integración con la multi-culturalidad (Canclini, 1999:11).

De acuerdo con Bhabha (1998:63) [...] *la diferencia cultural es un proceso de significación a través del cual las afirmaciones de la cultura o sobre la cultura diferencian, discriminan y autorizan la producción de campos de fuerza, referencia, aplicabilidad y capacidad*. Por lo tanto, las hibridaciones llevan a concluir que hoy todas las culturas son de frontera. [...] *Así, las culturas pierden la relación exclusiva con su territorio, pero ganan en comunicación y conocimiento* (Canclini, 2003: 348).

De este contexto surge la dificultad de compatibilizar intereses divergentes de los diversos grupos sociales (Moesch, 2002). A esto se suma lo que Le Goff (1990) llama afloramiento de hechos pasados a través de la memoria que afectan a las relaciones entre los individuos en el presente. Esas divergencias pueden surgir en base a creencias, valores personales y familiares, hábitos, estilos de vida, formas de vestir, de relacionarse, de utilizar el espacio y el tiempo, variaciones de preferencias y gustos así como predisposición a interactuar con personas desconocidas.

De esta manera, las adecuaciones en los modelos de gestión y planificación pueden ayudar a reducir la *formación de islas turísticas* (Dias, 2006:8); o sea, la marginalización de gran parte de la comunidad receptora en relación al proceso de producción, comercialización y usufructo de la actividad turística. En este sentido es preciso que el sector público desarrolle una planificación a

corto, mediano y largo plazo capaz de *determinar medidas cuantitativas que conduzcan a la calidad ideal del producto turístico, que interesa tanto a la población residente como a los turistas* (Ruschmann, 1997:163).

Se comenzó a enfocar el desarrollo turístico desde una perspectiva local con la Política Nacional de Municipalización del Turismo (PNMT), creada en 1994 por el Instituto Brasileño de Turismo (Embratur), que tuvo vigencia hasta 2003. En ese año se creó el Ministerio de Turismo y se implementó el Plan Nacional de Turismo (2003-2007) al cual siguió el Programa de Regionalización del Turismo. El Estado de Bahía, acompañando al modelo nacional, creó el Plan Estratégico para el Turismo (2003-2020) a fin de desarrollar, dinamizar y consolidar el turismo en Bahía; además de adoptar como eje la participación de todos los agentes y maximizar los resultados.

Krippendorf (2000) resalta que hay desinterés de los gestores por conocer los deseos de la comunidad local debido a la falta de preparación técnica. Son más valorizados los deseos de los turistas y promotores del turismo haciendo que las prácticas adoptadas se separen de la cultura y dinámica local. Xavier (2007:69) señala que [...] *ante el escaso conocimiento e información sobre el fenómeno turístico, las personas absorben la actividad, pero permanecen sin saber qué hacer*. Este problema es identificado no sólo en las pequeñas localidades con pocos recursos profesionales, de investigación e inversión en el sector turístico sino también a nivel nacional. Según Rose (2002: 55), [...] *en la mayoría de los destinos turísticos, principalmente en Brasil, la actividad turística se desarrolla de forma espontánea, y no desconectada de la idea de turismo como alternativa de desarrollo económico*.

Trabajar con las tareas cotidianas locales exige cautela ya que las estructuras sociales no reaccionan automáticamente a los cambios. Ese proceso se da de una manera lenta y desigual debido a que en una misma comunidad hay diferentes individuos con diferentes visiones del mundo. Durante ese proceso, buscar *entender lo que los pobladores quieren compartir y cuáles lugares especiales quieren preservar sólo para el disfrute local* (Portugués, 2004:10) puede ayudar a reducir el riesgo de apatía entre turistas y visitantes configurándose como un factor de suavización de los impactos negativos que el turismo causa en la ciudad y la vida cotidiana de sus habitantes.

ALGUNOS INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ILHÉUS-BA

Según datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Bahía, divulgados a través del Relatório Anual de Atividades do Governo (2006), Bahía recibió 5.469.500 visitantes hasta fines del año 2006 lo cual representa un crecimiento del 5,1% en relación al año 2005. Considerando el período 2003-2006, el crecimiento del índice de turismo receptivo fue del 16,2%. Alcanzó la posición de segundo mayor destino turístico del país y uno de los mayores polos de turismo receptivo extranjero, recibiendo durante ese período a 2.809.330 turistas extranjeros quienes generaron un ingreso de

USD 1,8 billones (dólar americano). El 73,5%, USD 1,3 billones de esa cifra fue generado en Salvador, la capital del Estado.

En lo que respecta al segmento turismo de negocios y eventos, el Centro de Convenciones de Bahia obtuvo el tercer lugar en comparación con las demás capitales del país debido a que es el más calificado del Nordeste según la International Congress and Convention Association (ICCA). Después de Salvador, los dos destinos más destacados de Bahia son Porto Seguro e Ilhéus (Tabla 1 y Tabla 2).

Tabla 1: Flujo global de turistas – Bahia, 2003-2006

DESTINOS	AÑOS			
	2003	2004	2005	2006
Bahia	4.708.650	4.897.000	5.204.100	5.469.500
Salvador	2.192.820	2.280.530	2.426.220	2.553.600
Porto Seguro	1.177.160	1.224.250	1.301.030	1.367.380
Ilhéus	282.520	293.820	312.250	329.420

Fuente: Relatório Anual de Atividades do Governo da Bahia/Secretaria de Turismo (2006)

En 2003, Ilhéus recibió 282.520 turistas; y, en 2006, 329.420 turistas. A pesar del monitoreo restricto de los datos por parte de las instituciones u órganos competentes se puede inferir que la generación de ingresos debido al turismo fue de R\$ 19.721 millones en 2003. En tanto que en el año 2006 el ingreso fue de R\$ 23.682 millones (Relatório de Atividades do Governo da Bahia, 2006).

Tabla 2: Ingresos generados por el turismo en verano – Bahia, 2003-2006

DESTINOS	AÑOS			
	2003	2004	2005	2006
Bahia				
Ingreso generado (US\$) 1.000,00)	281.734	295.693	319.348	338.314
Salvador				
Ingreso generado (US\$) 1.000,00)	156.519	161.140	174.032	187.954
Porto Seguro				
Ingreso generado (US\$) 1.000,00)	76.068	76.837	86.224	91.345
Ilhéus				
Ingreso generado (US\$) 1.000,00)	19.721	20.698	22.354	23.682

Fuente: Relatório Anual de Atividades do Governo da Bahia/Secretaria de Turismo (2006)

En lo que respecta al flujo turístico en el aeropuerto de Ilhéus durante el período correspondiente a 2003 - 2005, la correlación entre el número de vuelos y de desembarque de pasajeros fue inversa. O sea que la disponibilidad de vuelos cayó, pero el número de pasajeros nacionales y extranjeros que desembarcaron en la ciudad mantuvo el crecimiento. El número de vuelos sufrió una reducción de 6.584 en 2003, a 6.168 en 2004, y 5.018 en 2005; mientras que el número de pasajeros que desembarcaron fue de 176.706, 210.597 y 238.076 respectivamente. La relación entre vuelos y

desembarques pasó a ser directamente proporcional en el período entre 2005 y 2006 (datos que comprenden hasta el mes de agosto). En 2006 el número de vuelos cayó a 3.057 y el número de pasajeros se redujo a 179.825. Esto está relacionado con las alteraciones en las compañías aéreas debido a factores externos e internos como las normativas e interferencias de la ANAC – Agencia Nacional de Aviación Civil (Relatório de Atividades do Governo da Bahia, 2006).

Los ingresos generados en Bahia por los cruceros sumaron USD 4,9 millones durante 2003/2004, con 25 navíos, 68.574 pasajeros y 94 amarres en los puertos de Salvador e Ilhéus. Los indicadores crecieron en el período 2004/2005 en los puertos de Salvador, Ilhéus y Morro de São Paulo, pero no lo hicieron los amarres que cayeron a 81. Se recibieron 34 navíos y 86.665 pasajeros, los cuales dejaron un ingreso de USD 6,1 millones. En los tres puertos citados, durante 2005/2006 hubo 101 amarres de 39 navíos con 104.827 pasajeros y un ingreso de USD 7,5 millones (Relatório de Atividades do Governo da Bahia, 2006).

Según el Prodetur/BA (1995-2004), las inversiones públicas realizadas en la Costa del Cacao - que han tenido a Ilhéus como la principal ciudad y puerto de entrada - fueron de USD 96.229. Una parte de esas inversiones fue aplicada a la construcción del Centro de Convenciones en Ilhéus, inaugurado en el año 2000 y valuado en R\$ 8,2 millones; y en la carretera ecológica entre Ilhéus e Itacaré. También sobresalen Bahía de Todos los Santos (principal ciudad: Salvador) con inversiones de USD 779.370, y la Costa do Descobrimento (principal ciudad: Porto Seguro) donde se invirtieron USD 133.970 (Relatório de Atividades do Governo da Bahia, 2006).

Las inversiones públicas se realizaron fundamentalmente en obras de saneamiento, transporte, reestructuración de aeropuertos y sistemas de control y en la preservación o restauración del patrimonio histórico. Las inversiones privadas se redujeron en este período, y esto se ve reflejado en el escaso desarrollo del área de emprendimientos turísticos. Entre 1995/2004 se realizaron inversiones por R\$ 74.304, en la Costa del Cacao; por R\$ 305.966, en Bahía de Todos los Santos; y por R\$ 415.987, en la Costa do Descobrimento.

De acuerdo con Magalhães (2006), la ciudad de Ilhéus cuenta actualmente con una buena estructura de hospedaje. Ofrece 8.000 camas distribuidas en 3 resorts, 16 hoteles, 103 posadas y 12 chales. Además, posee albergues y *camping*. En la investigación realizada en el año 2000 se constató que la actividad turística genera un promedio de 2.500 empleos directos y 7.500 indirectos. Sin embargo, el nivel salarial es de medio a muy bajo (R\$ 390,66) reflejando, por un lado, la baja contribución de la actividad a la calidad de vida de la población y, por el otro, la concentración en pocas manos de gran parte del ingreso total generado.

A pesar de que los números muestran el crecimiento de la actividad turística, ésta aún no es muy significativa en el municipio de Ilhéus/BA. La actividad turística es muy vulnerable a la estacionalidad

y a la falta de una adecuada estructura urbana, de atractivos, de inversiones públicas y privadas y de una planificación interna, integrada y sustentable.

Hay que destacar que el monitoreo del turismo en la región aún es precario, por lo tanto la disponibilidad de datos es escasa y no permite realizar un estudio profundo del comportamiento de la actividad. En general, las investigaciones desarrolladas pertenecen a BAHIATURSA (Empresa de Turismo da Bahia S/A) y a la Secretaría de Cultura y Turismo del Gobierno del Estado da Bahia, localizadas ambas en Salvador. Pero no existe un relevamiento de datos por parte de la Secretaría de Turismo, la Municipalidad de Ilhéus, o los empresarios o sus asociaciones. Esta realidad se inserta dentro de un contexto de falta de recursos y de dificultades, tanto para el acceso a los datos por parte de los empresarios como para formar y mantener un equipo preparado e instrumentalizado que pueda crear un banco de datos. Asimismo es una realidad inmersa en medio de un sistema político que cambia cada cuatro años.

Por otra parte el interés por el turismo como actividad económica en Ilhéus/BA es reciente, surgió en la década de 1990 en función de la necesidad de diversificar las actividades económicas de la región después de la crisis de la producción del cacao en 1989. La economía local casi se autoabastecía con el rendimiento del cultivo del cacao. El turismo existía, pero no había preocupación por planificar la actividad o crear infraestructura y aparato técnico y profesional. Actualmente es manifiesta la necesidad de formar un banco de datos y de indicadores que muestren las trayectorias, errores y beneficios del turismo para la ciudad. Así queda claro que los datos secundarios presentados sobre el flujo turístico y la generación de ingreso, son puntuales y no permiten la comparación con ocurrencias anteriores o más actuales porque faltan datos actualizados.

A continuación se presentan algunas reflexiones acerca de la percepción de los residentes de la ciudad de Ilhéus en relación al desarrollo de la actividad turística, específicamente en lo que respecta a las valoraciones y expectativas.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Perfil de los residentes

De los 337 individuos encuestados, 167 son mujeres configurando el 49,6% del total de la muestra; y 170 son hombres, es decir, el 50,4% de la muestra. Respecto de los orígenes de los residentes, 235 (69,7%) nacieron en Ilhéus y 102 (30,3%) provienen de otras localidades. El tiempo medio de residencia en Ilhéus fue de 24 años, con un mínimo de 8 años y un máximo de 76 años. En lo que se refiere a la edad, se obtuvo un valor medio de 32 años, siendo la edad mínima de 18 años y la máxima de 76 años. La mayor concentración se dio entre 18 y 27 años, 28 y 37 años, y 38 y 47 años haciendo que los porcentajes fuesen, respectivamente, 41,2%, 29,4% y 18,4%. El 11% restante

de los encuestados superaba los 48 años. En líneas generales la diferencia de edad no se presentó como un requisito significativo de diferenciación de las respuestas.

En relación al nivel de escolaridad, ninguno de los residentes fue caracterizado como analfabeto y sólo el 10,1% tiene educación básica. Así, el 7,7% posee educación básica incompleta y el 2,4% posee educación básica completa. El 15,1% no completó la enseñanza media, el 53,7% cuenta con enseñanza media completa, el 14,2% aún está cursando el nivel superior, el 6,2% ya se graduó y sólo un individuo pertenece al segmento de Maestrías y Doctorados.

Al preguntarles por el nivel de ingreso mensual, el 75,3% declaró un rendimiento de hasta R\$ 1.900,00 (USD 1.000,00 – dólar a 1,90), del cual el 51% de los residentes dijo ganar entre R\$ 381,00 y R\$ 1.900,00 u USD 200,53 y USD 1.000,00 (172 personas) y el 24,3% mencionó recibir hasta R\$ 380,00 u USD 200,00 (82 residentes). El 14,8% se ubicó en la banda salarial de R\$ 1.901,00 a R\$ 3.800,00 u USD 1.000,53 a USD 2.000,00 (50 individuos), el 3,9% en la escala de R\$ 3.801,00 a R\$ 5.700,00 u USD 2.000,53 a USD 3.000,00 (13 personas), el 3,3% ocupó la banda de R\$ 5.701,00 a R\$ 7.600,00 u USD 3.000,53 a USD 4.000,00 (11 personas), y el 1,2% declaró un ingreso de más de R\$ 7.600,00 u USD 4.000,00 (4 personas).

En cuanto al perfil ocupacional de los encuestados el 24,3% son empleados del sector privado (82 personas), el 22,8% son trabajadores independientes (77 personas), y el 17,5% son estudiantes (59 personas). El 34,8% restante corresponde a la categoría Otros (10,7% - 36 personas), Empresario (9,2% - 31 personas), Empleado Público (8,6% - 29 personas), Desempleado (3,9% - 13 personas) e Independiente (2,4% - 77 personas).

En lo que se refiere al estado civil de los participantes, 165 son solteros (49%), 152 son casados (45,1%), 13 son divorciados (3,9%), 5 son viudos (1,5%) y 2 (0,6%) están en la categoría otro.

Valoración y expectativas por parte de los residentes

Cuando a los encuestados se les preguntó si el turismo genera beneficios para la ciudad de Ilhéus-BA, el 85,8% de los individuos dijo que sí, a pesar de que el 30% de ellos señaló que aún no ha sido bien desarrollado. Sólo el 14,2% optaron por la alternativa no. A pesar de que el turismo aún tiene mucho para desarrollar (Magalhães, 2006; Mira, 2003), los beneficios de la actividad en la ciudad de Ilhéus son observados por personas de todas las edades. Cabe observar que de los 8 individuos con más de 58 años de edad que participaron del estudio (2 personas de 59 años, 2 de 60 años, 1 de 61, 1 de 63, 1 de 67 y 1 de 76), sólo 1 respondió en forma negativa. Esto significa que el turismo es aceptado como una actividad que puede contribuir positivamente con el lugar; y a pesar de haber vivido el esplendor de la producción del cacao, la nostalgia no ha impedido implementar nuevas actividades económicas.

Otro aspecto es que cuanto mayor es el ingreso observado, mayor es el porcentaje de beneficios percibidos; probablemente por la mayor disponibilidad de usufructuar lugares y equipamientos turísticos o eventos además de dinamizar la economía local e incrementar el ingreso de algunas familias. De la misma forma, cuanto más elevada es la formación educativa de los residentes, menor es la proporción relativa de las respuestas que aseguran que el turismo no genera beneficios. En relación al lugar de residencia de los encuestados, los pobladores de los barrios más carenciados en lo que respecta a servicios básicos como saneamiento, transporte, agua, luz y salud identificaron efectos positivos del turismo. Se pudo observar que esta actividad no es vista como la salvadora de las desigualdades sociales sino como un instrumento que si está bien desarrollado puede colaborar con un mejor desarrollo local.

A los encuestados también se les pidió que nombren tres beneficios de la actividad turística. Como la ciudad no tiene una economía bien estructurada, el turismo pone en movimiento el mercado local - principalmente en temporada alta - generando una tendencia natural a la valoración de los beneficios de carácter económico (76,5%) en detrimento de los beneficios culturales (2,7%). Los efectos positivos más citados en la economía local fueron: generación de empleo (62,6% - 211 personas), aumento de ingreso (42,5% - 143 individuos) y dinamización del comercio (16,8% - 56 personas).

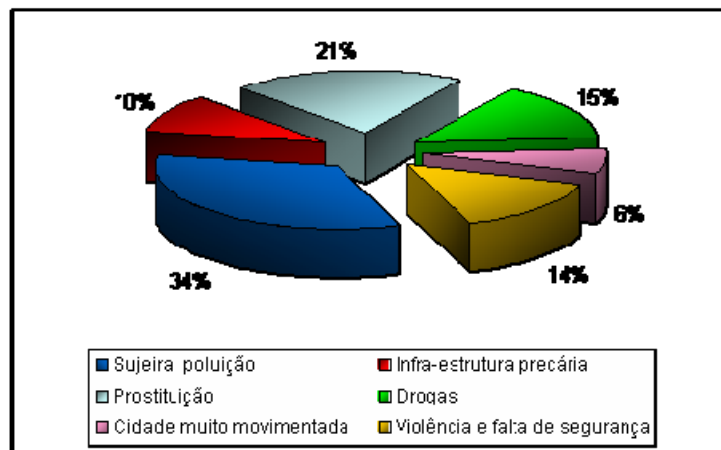
En el área cultural fueron citados como beneficios del turismo la conservación de los caseríos antiguos, el estímulo al desarrollo de los artesanos, la valoración de la cultura e incentivo a nuevos artistas. Respecto de los beneficios de la infraestructura y la difusión durante la temporada alta los residentes señalaron la limpieza pública, la seguridad, la organización del espacio urbano, la limpieza de las playas, la mejora en la señalización y las acciones de difusión de la ciudad (sea a través de anuncios en radio, TV u otros medios). En tanto que criticaron la discontinuidad de las acciones durante el año.

En cuanto a los impactos negativos de la actividad turística, solo el 15,4% (52 personas) dijo percibir problemas y el 84,6% (285 personas) respondió que no produce perjuicios. Las variaciones entre percepción de beneficios y perjuicios se refieren a las respuestas de los individuos que a pesar de reconocer beneficios presentaron críticas que tienen que ver con la precariedad y falta de profesionalismo en la mayoría de las acciones, e incluso con la baja calidad de los productos turísticos. Los problemas apuntados por el 15,4% de los encuestados se presentan en el Gráfico 1. Hay que hacer notar que el total de 15,4% figura como 100% en el gráfico para mostrar mejor el peso de cada respuesta.

La respuesta *suciedad y contaminación* que fue mencionada por el 34% tiene relación con el ítem *infraestructura precaria* (10%), y el ítem *ciudad muy dinámica* (6%). El alto movimiento de personas en los espacios urbanos y naturales implica un mayor consumo de bienes y servicios, una mayor producción de basura y falta de espacio. La prostitución y las drogas son problemas sociales que

pueden ser intensificados con el aumento del turismo. Para las mujeres que se prostituyen es una posibilidad de ganar más dinero y para los usuarios de drogas el acceso se facilita con la proximidad entre vendedores y consumidores. El indicador *violencia y falta de seguridad* (14%) está relacionado con los hurtos sufridos por la población y los turistas. Estos perjuicios responden más a problemas sociales que al aumento del turismo. El bajo porcentaje (15,4%) de problemas observados indica que la población distingue el origen de los problemas y la intensificación o no de los mismos a causa del turismo.

Gráfico 1: Problemas generados por el turismo, Ilhéus - BA



Fuente: Información del trabajo de campo

De esta manera, los encuestados señalaron que la contribución del turismo a la ciudad es regular (35,9% - 121 indicaciones), buena (29,7% - 100 indicaciones), mala (19% - 64 indicaciones), excelente (8,3% - 28 personas), perjudicial (4,5% - 15 indicaciones) y no contribuye (2,7% - 9 indicaciones).

Sólo el 4,2% ejerce una profesión totalmente vinculada con el turismo, el 27,9% tiene un vínculo parcial y el 65,9% considera que no tiene ninguna relación. Esta última situación puede significar una *no* relación con el turismo, pero quizá está relacionada a sectores o actividades que sufren efectos indirectos o inducidos del turismo que se desconocen.

El 79,5% de los individuos señalaron que no dependen del turismo y el 20,5% que depende de la actividad (41 hombres y 21 mujeres). En este último grupo, las ganancias producto del turismo influyen en el ingreso mensual del 10,1% de los residentes y hasta en un 25% de ese ingreso. El 6,8% de los residentes tiene un ingreso de ganancias del sector turístico que abarcan entre un 25% y 50% del ingreso total; y el 3,6% de los residentes depende de la actividad turística en más del 50% de su ingreso.

Al preguntarles si el turismo mejoró la calidad de vida de la población, el 78,3% de los individuos afirmaron que no hubo mejorías significativas porque el usufructo de los beneficios económicos lo concentran los sectores más poderosos y el ingreso familiar sufre sólo un pequeño incremento. Esto

refuerza la necesidad de que los efectos económicos positivos provenientes del turismo satisfagan a la población, conjugando así beneficios económicos y sociales. El 17,8% afirmó que la calidad de vida mejoró algo, y el 3,3% escogió la alternativa mucho. Ambos porcentajes se conformaron por personas que trabajan directamente en turismo, aquellas que aumentan las ventas durante la alta temporada y que consiguen empleo.

Como el número de visitas en Ilhéus es relativamente bajo y la estacionalidad es marcada, no hay alteraciones significativas en la vida cotidiana del habitante local. Esto es afirmado por el 90,8% de los encuestados que dijo no observar ninguna alteración, el 6,5% que dijo sufrir escasa alteración y el 2,7% que dijo percibir muchas alteraciones. Quienes dijeron que su vida se ve alterada por el turismo son residentes que trabajan en hoteles y el nivel de trabajo se intensifica en temporada alta dejando menos tiempo disponible para el descanso, la recreación individual o la familia; se modifican los hábitos como consecuencia de la convivencia con otras personas; y surge la necesidad de aprender a hablar otras lenguas para conseguir o mantener el empleo.

Otro factor a ser considerado es el índice de uso de los hoteles, restaurantes o lugares turísticos de Ilhéus por los propios residentes. El 78,4% de los pobladores afirmaron asistir a esos lugares con las siguientes frecuencias: el 22,3% siempre que es posible; el 39,8% a veces y el 16,3% raramente. Los mayores índices de demanda turística son de los residentes entre 18 y 47 años. Del total de la muestra el 21,4% nunca frecuentó otros ambientes turísticos -exceptuando las playas - debido a la falta de dinero y/o a la falta de tiempo a causa del trabajo.

Los residentes que utilizan los ambientes turísticos dijeron que hacen uso del tiempo libre para recrearse, reuniéndose con la familia y los amigos en la playa, saliendo a comer afuera para saborear comidas diferentes y visitar nuevos lugares. Se citaron visitas a hoteles y *resorts* (*day use*). La motivación para pasar el día en estos lugares se debe a la calidad de los servicios prestados, de la infraestructura, de la atención, de la hospitalidad y de las posibilidades de diversión para todos los gustos. Un elemento a ser destacado es que los residentes, más allá de haber buscado ambientes turísticos, mencionaron falta de opciones y que no se emprenden acciones para mejorar los espacios y los servicios prestados. Además, agregaron que es habitual que los bares y restaurantes cierren en temporada baja, impidiendo el consumo de los residentes de Ilhéus.

En relación a la convivencia con los turistas, el 79,8% (269 personas) afirmó que es armoniosa y el 18,4% (62 personas) la consideró indiferente debido a que Ilhéus no recibe un número tan elevado de visitas que lleguen a superar la capacidad de carga del destino. En los períodos que recibe mayor cantidad de visitas se generan algunos conflictos, pero ninguno de ellos llega al punto de generar aversión hacia los turistas. Cinco individuos (1,5%) indicaron la opción convivencia conflictiva, debido a malos entendidos durante la prestación de servicios en el trabajo. En lo que hace a la falta de profesionalismo y la inmadurez del turismo en Ilhéus, el 48,7% se mostró insatisfecho con la actividad

y sus resultados; el 32,6% está poco satisfecho; el 15,1% dijo estar bastante satisfecho, y el 3,3% completamente satisfecho porque a través del turismo consiguió empleo y aumentó el ingreso.

También se les solicitó a los residentes que sugirieran acciones para mejorar el turismo local, de acuerdo con sus expectativas personales. En general, las bellezas naturales del municipio fueron consideradas fundamentales. Las propuestas que realizaron fueron:

*revitalizar y cuidar del patrimonio histórico de la ciudad e integrarlo de manera eficiente a la realidad actual,

*organizar más eventos,

*invertir en el área artesanal,

*trabajar para concientizar a la población,

*mejorar la hospitalidad,

*ofrecer cursos de capacitación para los guías turísticos, mozos, camareras, recepcionistas y taxistas, quienes mantienen contacto directo y constante con los turistas.

En cuanto a las preferencias de temáticas (Tabla 3) y tipologías (Tabla 4) a ser trabajadas en el desarrollo del turismo local, se solicitó a los encuestados que indicaran en orden creciente de importancia las alternativas presentadas. Algunas personas tenían en mente como primera o tercera indicación dos o tres de las alternativas disponibles en el cuestionario. Atendiendo las solicitudes se adoptó cierta flexibilidad, permitiendo que se elijan dos o tres alternativas diferentes con una misma jerarquía. Al momento de realizar el análisis se utilizó la lectura por columnas y fueron marcadas las tres mayores frecuencias. Las cuatro frecuencias destacadas en la Tabla 3 se realizaron en función de la igualdad o proximidad de los valores.

Tabla 3 – Preferencia de temáticas para el turismo, Ilhéus/BA

Temáticas	Opciones							
	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	7ª	8ª
Haciendas del cacao y literatura de Jorge Amado	88	87	61	33	27	17	5	17
Fiestas populares, religiosas y artesanías locales	58	87	75	58	24	15	11	7
Arquitectura y monumentos	76	42	70	43	48	26	18	12
La sensualidad de Gabriela	29	42	23	62	51	45	34	47
Gastronomía	34	36	22	47	61	53	47	35
Fundación de la villa (mandatos hereditarios)	19	13	23	21	38	64	96	61
Historia de los indígenas de la región	20	17	21	23	30	78	71	75
Bellezas naturales	104	37	32	25	36	16	28	57

Fuente: Información del trabajo de campo

Se puede observar en la Tabla 3 que la temática con mayor número de indicaciones como primera opción fue bellezas naturales del municipio de Ilhéus significando que la población reconoce su espacio, sus potencialidades y lo valora. Se nombraron las playas, cascadas, paseos en barco y por senderos entre los muchos atractivos a ser desarrollados. Como primera opción también se marcó el interés por las haciendas de cacao, los coroneles y la literatura de Jorge Amado y por la arquitectura de las construcciones antiguas y los monumentos de la ciudad. Esto último fue repetido

en la 2ª y 3ª opciones, sumándose a las fiestas populares y religiosas, al artesanado local y a la sensualidad de Gabriela. Es interesante observar que el tema sensualidad de Gabriela, en forma aislada pierde peso, avalando que los habitantes aún guardan en el imaginario local diversas historias del pasado que pierden el significado si sus personajes son re-significados aisladamente.

La gastronomía apareció como la 5ª opción, por lo tanto debe ser un elemento trabajado y mejorado a fin de complementar la calidad de los productos turísticos. Otra posibilidad sería vincular la historia con la gastronomía típica. Los ítems historia de los indígenas de la región y fundación de la villa aparecen en 6º, 7º y 8º lugar.

La Tabla 4, correspondiente a las tipologías de turismo a ser trabajadas en Ilhéus, avala las temáticas preferidas al ser priorizados los segmentos cultura, historia de la ciudad y ambiente natural.

Tabla 4: Preferencia de tipologías del turismo, Ilhéus/BA

Tipologías de Turismo	Opciones						
	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	7ª
Turismo ecológico, rural	82	91	78	23	16	16	29
Turismo de eventos, negocios, científico	62	85	65	44	38	20	20
Turismo histórico-cultural, religioso	114	56	53	31	42	29	10
Turismo de tercera edad, infantil	41	27	36	60	60	62	48
Turismo de aventura, deportivo	46	30	31	58	72	61	36
Turismo de pesca, náutico	36	36	31	61	56	75	39
Turismo individual, de parejas, grupos	27	17	37	39	30	51	133

Fuente: IGNARRA (2001:80-81) e información del trabajo de campo

A pesar de que en la Tabla 3 la temática belleza natural es la primera opción, debido a que se considera que es un área accesible y que exige menos infraestructura y adecuación para la comercialización de productos turísticos, cuando se solicita la opinión de los residentes sobre los tipos de turismo (Tabla 4) con potencial para ser desarrollados muestran gran inquietud en cuanto a la explotación superficial y sin creatividad de los recursos históricos y culturales disponibles. Esto explica que el turismo de carácter histórico, cultural y religioso haya aparecido como 1ª opción, recibiendo 114 indicaciones.

Para la promoción del turismo histórico-cultural es preciso considerar que la sociedad está vinculada a su memoria oficial de la fundación (Le Goff, 1990; Pollak, 1989), pero la sola existencia del patrimonio tangible e intangible no es suficiente para que surjan significados en un contexto histórico diferente (Canclini, 2003) [...] ya que *la memoria es solicitada y reestructurada sin cesar. No existe ahí ni perversidad ni mentira sistemática, pero sí la necesidad de construir una coherencia operativa y soportable* (Memmi, citado por Rosendahl y Corrêa, 1999:180). De acuerdo con Santos (1999:124) el valor de ellos como *dato social surge de su existencia relacional* considerando la funcionalidad simbólica y económica.

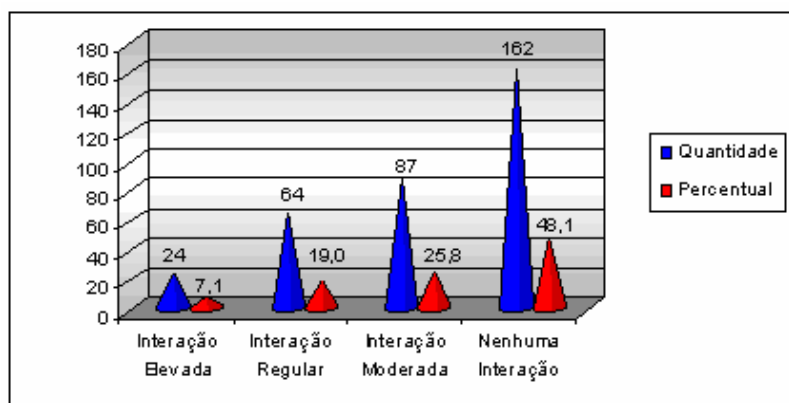
La sugerencia de incentivar el turismo de naturaleza, tanto ecológico como rural, se basa en el potencial de la región. Los encuestados recordaron la riqueza de la región del cacao y también tuvo una mención significativa el turismo de eventos y de negocios por la movilización que promoverían en el centro urbano. Asimismo se consideró el turismo de aventura y deportivo, de pesca, náutico, de tercera edad e infantil.

La alternativa turismo individual, de parejas y grupos se incluyó para identificar la receptividad de los residentes en relación a los diferentes grupos, ubicándose en el 7º lugar con 133 indicaciones. Los residentes consideraron que todas las otras tipologías deberían atender a esos tres públicos y sus perfiles.

Es preciso actuar con cautela para no suprimir los espacios sociales necesarios para la vida de los habitantes locales y para que éstos no se irriten con la llegada de los turistas. Las respuestas de los pobladores, tanto objetivas como subjetivas, en relación a aumentar el nivel de interacción con los turistas, presentan una serie de indicios respecto del futuro escenario (Gráfico 2).

Se establecieron cuatro categorías de interacción: elevada (24 indicaciones - 7,1%), regular (64 indicaciones - 19%), moderada (87 indicaciones - 25,8%) y ninguna (162 indicaciones - 48,1%). Los individuos que optaron por una interacción más elevada son aquellos que están vinculados a los hoteles u otro tipo de actividades comerciales directamente relacionadas con el turismo y se ubican en la banda etaria de jóvenes y adultos.

Gráfico 2: Interacción residente/turista, Ilhéus-BA



Fuente: Información del trabajo de campo

En los tres casos de interacción, los pobladores locales dijeron tener curiosidad por conocer mejor al turista y saber sobre su lugar de origen y su cultura lo cual sería una forma de ampliar sus experiencias y conseguir un mejor puesto de trabajo. Algunos consideraron que es una excelente oportunidad para practicar otros idiomas. Aquellos que optaron por ninguna interacción no ejercen actividades relacionadas directamente con el turismo y por eso no sienten la necesidad de ampliar el contacto con los turistas. Además, prefieren no sufrir alteraciones innecesarias en su vida personal y en ocasiones no hablan otros idiomas por lo tanto tampoco se podrían comunicar.

Otro elemento a ser considerado es que el bajo grado de convivencia implica menor diálogo entre las diferentes culturas, reduciendo la influencia en las costumbres de la población de Ilhéus. De los 337 encuestados, 280 (83,1%) afirmaron no recibir influencia de las costumbres de los turistas. Otros 39 individuos (11,6%) indicaron recibir poca influencia, generalmente relacionada a los hábitos y al modo de vestir. Sólo 18 personas (5,3%) que trabajan diariamente en turismo, dijeron que su estilo de vida está muy influenciado por los turistas.

CONSIDERACIONES FINALES

A pesar de que el turismo que se desarrolla en el municipio aún está inmaduro, los datos del estudio demostraron que los residentes reconocen los beneficios generados por la actividad y su potencial para ayudar al desarrollo de la ciudad debido a que la indicación de los beneficios fue extremadamente superior a los problemas observados. El aumento de la percepción de los impactos positivos del turismo estaba vinculado directamente al nivel de ingreso del encuestado (relacionando su poder de usufructo de ambientes y equipamientos turísticos) o a la contribución del turismo para elevar el ingreso familiar.

Se observó cierto inconformismo por parte de la población en relación al hecho de que las mejoras en la infraestructura sean emprendidas sólo en temporada alta. Durante ese período la recolección de basura y la limpieza de las calles son mejoradas, hay mayor seguridad y más policías, hay más eventos y establecimientos comerciales funcionando por un período de tiempo mayor. No obstante, los beneficios observados aún no responden a las expectativas de los residentes, que consideraron en su mayoría (35,9%) la contribución de la actividad turística regular para el desarrollo local. Por lo tanto es evidente la necesidad de calificar y expandir los servicios públicos y dar más transparencia al proceso.

Se suma a esto la ardua tarea de armonizar los intereses divergentes de los grupos sociales, así como crear productos que agraden a los residentes y turistas con identidades plurales. Identidades que han sido constituidas en función de las experiencias individuales, de la historia, de la política, de la representación, de las diferencias, de los gustos, de los deseos y de las visiones del mundo. Es necesario que los gestores turísticos, tanto del sector público como privado, realicen un relevamiento de las apreciaciones de los habitantes para conocer la diversidad de significados antes de emprender las re-significaciones para que esos bienes sean efectivamente integrados a la realidad presente en concordancia con los valores simbólicos de la sociedad local.

A pesar de estar fuera de las acciones del poder público, la población desearía ser parte del proceso de crecimiento del turismo y de sus consecuencias positivas. La vida cotidiana de los ciudadanos de Ilhéus aún no ha sido perjudicada por el turismo. Esto significa que los pobladores todavía se encuentran en la etapa definida por Doxey (citado por Cooper et al, 2001) como de euforia o aceptación. Por esta razón, es necesario tener cautela en las acciones de desarrollo turístico que se

realicen a corto, mediano y largo plazo para evitar que el aumento del número de visitantes provoque en la sociedad sentimientos tales como indiferencia, irritación o rechazo. Desagradar a la población implica disminuir la hospitalidad y la buena voluntad en la prestación de servicios, además de generar tensión y conflictos en las diversas formas de interacción con los turistas; llevando a que la actividad sufra una caída. Se vio en el estudio realizado que el 48,1% de los residentes que no trabajan directamente con el turismo no quieren aumentar las interacciones con los turistas.

Como la satisfacción de la población en relación al turismo es necesaria debido que ella también usufructúa los espacios turísticos y mantiene un contacto directo con los turistas a través de la actividad comercial u otras formas de interacción, es importante que todos puedan consumir productos turísticos de calidad independientemente del poder adquisitivo. Por ejemplo, para quien no tiene ingresos suficientes para optar por un *day-use* en los hoteles más sofisticados, al menos que posea una playa limpia, con buena comida y atención de calidad. Así, los residentes tenderán a reducir su antipatía hacia los turistas. Vale destacar que algunos encuestados aseguraron que algunas acciones se realizan sólo durante la temporada alta.

Una de las acciones posibles es que la cultura, el turismo y la recreación se pongan al alcance de los distintos públicos y para esto existen diversas formas; desde la identificación de actividades que puedan ser desarrolladas en el propio barrio, hasta eventos abiertos al público en escuelas o en áreas que abarquen un número razonable de personas.

Además de estas acciones, la Secretaría de Turismo conjuntamente con las demás Secretarías, el Municipio y el sector privado pueden ayudar al desarrollo turístico local a través de la organización de eventos en la ciudad en distintos períodos del año; el incentivo de eventos científicos; la elaboración de inventarios de los atractivos turísticos; el emprendimiento de esfuerzos para la restauración del patrimonio histórico; y la re-significación de patrimonios tangibles e intangibles. Esto deberá realizarse con prudencia, después de un profundo análisis y de considerar la etapa identitaria del habitante de Ilhéus. Además se podrá dinamizar el funcionamiento del teatro y de la casa de los artistas con obras que reflejen la historia de la región y valoricen la cultura del pueblo, las cuales podrán ponerse en escena en lugares cerrados, plazas o calles para atraer al público.

En lo que respecta al turismo rural de Ilhéus se puede invertir en la creación de un producto único y diferenciado en la región que agrupe la naturaleza, la historia y la cultura. Para lograr estos objetivos será necesario el trabajo mancomunado entre universidades y agentes de los sectores público y privado del turismo, así como los dueños de los establecimientos rurales y la CEPLAC.

Se pueden mostrar las instalaciones tecnológicas del cacao, por ejemplo. También se puede trabajar con el canto de las lavanderas, o los *ternos de reis* (festividad folclórica de Brasil en la cual cantantes salen por las calles e haciendas de cacao entonando canciones y entrando de casa en casa donde se los recibe con algo de comida y bebida) re-significándolos en función de la dinámica

actual de la ciudad y de los segmentos turísticos. Trabajar con elementos que son importantes para la población puede facilitar el proceso de concientización para integrar la comunidad al desarrollo turístico.

Debido a la propia inmadurez del turismo promovido en Ilhéus, hay muchas acciones a ser planificadas y ejecutadas. Las acciones ya ejecutadas no tuvieron el efecto deseado o no tuvieron durabilidad, resultando en escasos impactos positivos. La población tiene altas expectativas de que se lleven a cabo acciones estratégicas en lugares adecuados y coincidentes con los intereses de los diversos actores.

Agradecimiento: Este artículo se base en la disertación "Por una perspectiva endógena del turismo: valoración, expectativas, participación e identidad de los residentes de la ciudad de Ilhéus, BA" presentado en enero de 2008 para la obtención del grado de magister en la Maestría en Cultura & Turismo, de la Universidad Estadual de Santa Cruz – UESC, Ilhéus/BA. La tesis tuvo como orientador al Doctor Marco Aurélio Ávila y como co-orientadora a la Doctora Moema M^a. B. C. Midlej.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Appolinario, F.** (2006) "Metodologia da Ciência: filosofia e prática". Pioneira, São Paulo
- Avena, B. M.** (2002) "Turismo, educação e acolhimento de qualidade: transformação de *hostis* a *hospes* em Ilhéus, Bahia". 367 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, UFBA, Salvador
- Barretto, M.** (2000) "Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento". Papirus, São Paulo
- Bhabha, H. K.** (1998) "O local da cultura". Editora UFMG, Belo Horizonte
- Canclini, N. G.** (1999) "Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização". Editora UFRJ. Rio de Janeiro
- Canclini, N.** (2003) "Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade". Edusp, São Paulo
- Castells, M.** (1999) "O poder da identidade". Paz e Terra, São Paulo
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D.; Wanhill, S.** (2001) "Turismo: princípios e práticas". Bookman, Porto Alegre
- Corréa, R. L.** (2001) "Espaço: um conceito-chave da Geografia". In: Castro, I. E. de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Org.). Geografia: conceitos e temas. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro pp. 15-47
- Dencker, A.** (1998) "Métodos e técnicas de pesquisa em turismo". Futura, São Paulo
- Dias, R.** (2006) "Turismo e patrimônio cultural – recursos que acompanham o crescimento das cidades". Saraiva, São Paulo
- Ignarra, L. R.** (2001) "Fundamentos do Turismo". Pioneira, São Paulo

- Irving, M. A.; Menconça T. C. de M.** (2003) "Realidade e desafios na construção de projetos turísticos de base comunitária no Brasil – Estudo de Caso: Prainha do Canto Verde – Beberibe (CE)". In: VII Encontro Nacional de Turismo com Base Local (ENTBL), Editus, Ilhéus-BA
- Krippendorf, J.** (2000) "Sociologia do turismo". Aleph, São Paulo
- Laraia, R. de B.** (1997) "Cultura: um conceito antropológico". Jorge Zahar Editor Ltda., Rio de Janeiro
- Le Goff, J.** (1990) "História e memória". UNICAMP, Campinas
- Magalhães, J.** (2006) "Cultura, turismo e desenvolvimento da cidade de Ilhéus – BA: uma análise da gestão de Jabes Ribeiro (1996-2004)". 272 f. Dissertação (Mestrado em Cultura & Turismo) – Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus
- Maximiano, A.** (2006) "Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital". São Paulo
- Mira, E.** (2003) "Fatores impeditivos à formação do cluster turístico-cultural de Ilhéus, Bahia". 2003. 88 f. Dissertação (Mestrado em Cultura & Turismo) – Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus
- Moesch, M.** (2002) "A produção do saber turístico". Contexto, São Paulo
- Pollak, M.** (1989) "Memória, esquecimento e silêncio". Estudos Históricos 2(3): pp. 3-15
- Portuguez, A.** (2004) "Turismo, memória e patrimônio cultural". Roca, São Paulo
- Reis, A.** (2003) "Ilhéus, Vítima do Turismo". In: VII Encontro Nacional de Turismo com Base Local (ENTBL), Ilhéus, *Anais...* ENTBL, Ilhéus
- Relatório Anual de Atividades do Governo de Estado da Bahia** (2006) Seção Turismo – SCT. SEPLAN, Salvador
- Ribeiro, A.** (2001) "Família, poder e mito: o município de São Jorge de Ilhéus (1880-1912)". Editus, Ilhéus
- Rose, A. T.** (2002) "Turismo: planejamento e marketing". Manole, São Paulo
- Rosendahl, Z.; Corrêa, R. (Orgs.)** (1999) "Manifestações da cultura no espaço". EDUERJ, Rio de Janeiro
- Ruschmann, D.** (1997) "Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente". Papirus, São Paulo
- Samara, B.; Barros, J.** (1997) "Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia". Makron Books, São Paulo
- Santos, M.** (1999) "A natureza do espaço: espaço e tempo, razão e emoção". Hucitec, São Paulo
- SEI – Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais de Bahia** (2007) "Informações Geográficas". Disponível em:
<<http://www.sei.ba.gov.br/sei/resposta.wsp?tmp.cbmum=2913606>>. Visitado el 24 abril 2007
- Tuan, Y.** (1980) "Topofilia: um estudo de percepção, atitudes e valores do meio ambiente". Difel, São Paulo
- Viertler, R. B.** (1999) "A idéia de sustentabilidade cultural: algumas considerações críticas a partir da antropologia". In: Bastos Filho, J. B. et al (Org.). Cultura e desenvolvimento: a sustentabilidade em questão. PRODEMA-UFAL, Maceió, pp. 17-35
- Xavuer, H.** (2007) "A percepção geográfica do turismo". Aleph, São Paulo

Yudice, G. (2005) "A conveniência da cultura: os usos da cultura na era global". UFMG, Belo Horizonte

Recibido el 04 de abril de 2009

Revisiones recibidas el 19 de junio de 2009

Aceptado para su publicación el 29 de junio de 2009

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués