

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Campus de Rio Claro

IMAGEM TURÍSTICA DE ITANHAÉM, LITORAL SUL PAULISTA

Mirna Lygia Vieira

Orientadora: Profa. Dra. Livia de Oliveira

Tese de Doutorado apresentada junto ao Curso de Pós-Graduação em Geografia - Área de Concentração em Organização do Espaço, para obtenção do Título de Doutora em Geografia.

Rio Claro (SP)

1997

BANCA EXAMINADORA

Mirna Lygia Vieira

Rio Claro, _____ de _____ de 1997

Resultado: _____



Ao JAIR,

companheiro de todos os momentos.



Prefácio

Na trajetória de um trabalho, muitas são as mãos que participam:

Primeiramente, a figura do orientador que, ao longo do tempo, vai confiando em nossas idéias e nos conduz por caminhos certos, guiando-nos em nossas dificuldades e amparando-nos quando deixamos de acreditar em nós mesmos.

A Professora Doutora Lívia de Oliveira, que conheço desde meus tempos de menina, acreditou e confiou em mim. E não conheço, ainda, formas adequadas que possam registrar meu orgulho por ter sido aceita como sua orientanda. Lívia, na minha simplicidade e humildade, agradeço por ter conseguido, através de suas mãos seguras, vencer esta etapa de minha carreira e de minha vida.

À Prefeitura Municipal de Itanhaém, que permitiu a realização deste trabalho, colocando-se à minha disposição.

Outras pessoas vibraram a cada página escrita:

- Prof. Dr. Helmut Troppmair que me ensinou a olhar sempre para frente;
- Prof. Dr. Walter Cecílio Brino, leal amigo, que me indicou para Rio Branco (tão longe!) e depois trouxe de volta para a UNESP (tão perto!);
- Sandra Elisa Contri Pitton, amiga fraterna, sempre presente em minha vida;
- Lígia Celoria Poltroniéri e Lucy M.C.Ph. Machado, amigas sempre amigas;
- Os alunos do Curso de Graduação em Geografia, meus companheiros;
- Jourbert, sobrinho amado que, com seu sorriso franco, incentivou-me nas horas difíceis do trabalho;
- Eunice, minha mãe, professora e maior aliada;

Os membros do Departamento de Geografia em muito contribuíram:

- O Prof. Dr. Odeibler Santo Guidugli, por colocar o Departamento à minha disposição;
- Rita de Cassia Gromoni, Rogéria Albertinase Pincelli Mussio, José Rodrigues da Conceição e Gilberto Donizeti Henrique, pela assistência técnica, dedicação e atenção na digitação e confecção dos mapas;

Outras pessoas importantes que não mais fazem parte deste mundo:

- Rubens, meu eterno companheiro;
- Cyro, meu pai, que em todos os tempos demonstrou orgulho por ter-me como filha;
- Altina Júlia de Oliveira, que gerou Lívia.

ÍNDICE

| | Pág. |
|--|------------|
| Lista de Tabelas..... | vii |
| Lista de Quadro | viii |
| Lista de Gráfico | viii |
| Lista de Figuras | viii |
| Lista de Fotos | ix |
| Resumo..... | x |
| Abstract..... | xi |
| | |
| INTRODUÇÃO..... | 1 |
| | |
| Capítulo I - <i>IMAGEM TURÍSTICA</i> | 6 |
| Lazer, Recreação e Turismo | 8 |
| Imagem Turística..... | 18 |
| | |
| Capítulo II - <i>ITANHAÉM: UMA LOCALIDADE TURÍSTICA</i> | 32 |
| Itanhaém Histórico-Geográfica..... | 32 |
| Itanhaém Turística..... | 53 |
| | |
| Capítulo III - <i>IMAGEM TURÍSTICA DE ITANHAÉM</i> | 67 |
| Realização da Pesquisa..... | 69 |
| Caracterização dos Sujeitos..... | 69 |
| Instrumentos de Medida | 74 |
| Coleta de Dados..... | 76 |
| Resultados e Discussões | 77 |
| | |
| CONCLUSÕES..... | 108 |
| | |
| BIBLIOGRAFIA | 113 |
| | |
| ANEXOS..... | 118 |

LISTA DE TABELAS

| | | Pág. |
|-------------------|---|------|
| Tabela 1. | Evolução da População de Itanhaém | 43 |
| Tabela 2. | Distribuição dos Sujeitos por Sexo, Segundo as Imagens | 70 |
| Tabela 3. | Distribuição dos Sujeitos por Faixa Etária, Segundo as Imagens | 70 |
| Tabela 4. | Distribuição dos Sujeitos pelo Grau de Escolaridade, Segundo as Imagens | 72 |
| Tabela 5. | Distribuição dos Sujeitos por Atividade, Segundo as Imagens..... | 73 |
| Tabela 6. | Distribuição Locacional dos Sujeitos, Segundo as Imagens | 73 |
| Tabela 7. | Necessidade de Sair do Cotidiano, Segundo as Imagens..... | 77 |
| Tabela 8. | IMAGEM GLOBAL: Descrição das Cidades de Residência | 79 |
| Tabela 9. | IMAGEM GLOBAL: Local de Desejo de Conhecer..... | 80 |
| Tabela 10. | IMAGEM GLOBAL: Desejo de Conhecer um Local de Ficção e Razão..... | 81 |
| Tabela 11. | IMAGEM GLOBAL: Preferência por Tipos de Cidade nas Viagens Turísticas | 82 |
| Tabela 12. | IMAGEM TRADICIONAL: Preferência por Tipos de Cidade nas Viagens Turísticas | 83 |
| Tabela 13. | IMAGEM TRADICIONAL: Elementos dos Lugares Preferidos | 85 |
| Tabela 14. | IMAGEM ATUAL: Variação de Lugar para Passar Férias | 86 |
| Tabela 15. | IMAGEM ATUAL: Período de Frequência em Itanhaém | 87 |
| Tabela 16. | IMAGEM GLOBAL: Condições para Conhecer Itanhaém | 89 |
| Tabela 17. | IMAGEM TRADICIONAL: Década em que Conheceu Itanhaém e Elemento Destacado da Paisagem..... | 91 |
| Tabela 18. | IMAGEM TRADICIONAL: Significado do Elemento Destacado da Paisagem..... | 92 |
| Tabela 19. | IMAGEM ATUAL: Motivos de Preferência por Itanhaém | 93 |
| Tabela 20. | IMAGEM ATUAL: Acompanhamento da Qualidade da Água para Balneabilidade | 95 |
| Tabela 21. | IMAGEM TRADICIONAL: Elemento que Chama Atenção Atualmente | 96 |
| Tabela 22. | IMAGEM ATUAL: Motivo que Aprecia Elementos da Cidade..... | 98 |
| Tabela 23. | IMAGEM ATUAL: Elemento Utilizado para Descrever Itanhaém | 100 |
| Tabela 24. | IMAGEM TRADICIONAL: Componentes Utilizados para Descrever Itanhaém..... | 101 |
| Tabela 25. | IMAGEM GLOBAL: Descrição dos Aspectos de Itanhaém..... | 103 |
| Tabela 26. | IMAGEM ATUAL: Monumento Histórico de Maior Admiração..... | 104 |

| | | |
|-------------------|---|-----|
| Tabela 27. | IMAGEM TRADICIONAL: Elementos Utilizados para Reconstruir o Cenário da Cidade Antiga..... | 105 |
| Tabela 28. | IMAGEM TRADICIONAL: Elementos que Gostaria que Fossem Preservados..... | 107 |

LISTA DE QUADRO

| | | |
|------------------|--|------|
| | | Pág. |
| Quadro 1. | IMAGEM GLOBAL: Gostaria e Quais as Razões para Conhecer Itanhaém.. | 88 |

LISTA DE GRÁFICO

| | | |
|-------------------|--|------|
| | | Pág. |
| Gráfico 1. | Distribuição dos Sujeitos por Idade, Segundo as Imagens..... | 71 |

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|------------------|--|------|
| | | Pág. |
| Figura 1. | As Conchas do Homem (Segundo Moles e Rohmer) | 23 |
| Figura 2. | Sítio Original da Cidade de Itanhaém | 41 |
| Figura 3. | Mapa do Município de Itanhaém e dos Municípios Desmembrados..... | 44 |
| Figura 4. | Planta da Orla Litorânea da Cidade de Itanhaém - SP | 46 |

LISTA DE FOTOS

| | Pág. |
|--|------|
| Foto 1. Igreja Nossa Senhora da Conceição de Itanhaém e Convento | 35 |
| Foto 2. Rampa de Acesso à Igreja e ao Convento..... | 36 |
| Foto 3. Igreja Matriz de Sant'ana | 37 |
| Foto 4. Casa de Cadeia e Câmara..... | 38 |
| Foto 5. Casario da Área Central..... | 39 |
| Foto 6. Conjunto Arquitetônico da Zona Central de Itanhaém | 40 |
| Foto 7. Porção Central da Cidade: Praia do Tombo, Rio Itanhaém e Serra do Mar ao fundo | 48 |
| Foto 8. Prainha e Praia do Sonho | 49 |
| Foto 9. Praia do Sonho..... | 50 |
| Foto 10. Sopé do Costão do Paranambuco | 51 |
| Foto 11. Praia do Cibratel..... | 52 |
| Foto 12. Residência no Cibratel | 55 |
| Foto 13. Proibição de Entrada de Automóveis | 56 |
| Foto 14. Transporte Coletivo Intra-Urbano..... | 58 |
| Foto 15. Praia dos Sonhos | 60 |
| Foto 16. Praia das Conchas | 61 |
| Foto 17. Cama do Anchieta..... | 62 |
| Foto 18. Infra-Estrutura da Praia do Cibratel..... | 63 |
| Foto 19. Comércio de Peixes | 65 |
| Foto 20. Prainha do Itanhaém | 66 |

RESUMO

Este trabalho chama a atenção para o papel das imagens no desenvolvimento do turismo, partindo do pressuposto que, sem imagens nítidas e duradouras, as localidades não florescem, ficando restritas a um estado letárgico.

Procurou-se trabalhar com os enunciados de Miossec, geógrafo tunisiano, que reconhece no turismo três imagens: global, tradicional e atual. Por imagem global entende-se a necessidade do ser humano em sair do seu mundo cotidiano e rotineiro; por imagem tradicional, aquela fixada pela cultura através dos tempos; e, finalmente, por imagem atual, aquela ditada pelos padrões de beleza contemporâneos.

Dessa forma, escolheu-se a cidade de Itanhaém para desenvolver uma pesquisa que pudesse focalizar essas três imagens enunciadas. Itanhaém, localidade do litoral sul paulista que possui antecedentes históricos, é meio de atração permanente, com o mar e suas praias. Além disso, é tombada pelo Patrimônio Histórico Cultural, legitimando sua condição de cidade histórica e turística.

Palavras-Chave: Itanhaém, Imagens, Turismo, Percepção.

ABSTRACT

This work call attention to the role of images in tourism development, assuming that without lasting and clear images, the locations do not bloom, being restricted to a lethargic state.

We attempted to work with the enunciations of Miossec, Tunisian geographer who recognizes three images in tourism: global, traditional and recent. Global image is understood as the necessity of the human being to leave his daily and ordinary world; traditional image is that fixed by culture through time; and finally, recent image is the one dictated by the contemporary beauty standards.

This way, the city of Itanhaém was chosen as the site to develop a research focusing on the three images above mentioned. Itanhaém, located in the south coastal regional of the state of São Paulo, has numerous historical antecedents, it is a place of permanent touristic attraction with its beaches. Besides, it is a cultural and historic patrimony, legitimizing its condition of historic and touristic city.

Key-words: Itanhaém, Images, Tourism, Perception.

INTRODUÇÃO

A imagem da cidade tem variado no tempo e no espaço. No começo da vida urbana, o viver em cidades caracterizava a superioridade do Homem, significava a construção do seu meio ambiente, simbolizava a sua capacidade de domínio sobre a natureza. Assim, o homem que vivia no campo, fazia do espaço urbano um ideal de vida, sonhando com uma nova forma de viver, através da qual pudesse imprimir sua marca no construído.

O pensamento de Aristóteles é brilhante para ilustrar o significado da vida nas primeiras aglomerações urbanas: os homens se reúnem nas cidades pela segurança e permanecem juntos pela vida boa. Vida boa, para Aristóteles, significava a circulação de idéias, as festas, o bem-estar promovido pelo fato de se estar agrupado. A segurança era garantida pelas muralhas que circundavam as cidades, protegendo os cidadãos dos ataques de toda e qualquer natureza.

Tuan¹ faz citações a respeito da vida nas primeiras aglomerações urbanas: quando havia perturbações políticas na cidade, a vida tornava-se perigosa e o Homem refugiava-se no campo; quando a situação mudava, o Homem voltava para dentro da cidade. Em outras palavras, o ajuntamento conduz a uma constante inovação, o que às vezes pode ocasionar transtornos na ordem dos acontecimentos e desta forma o Homem desloca-se para o paradeiro de suas raízes, o campo, mas tão logo o período de crise é superado, há a volta para a cidade, espaço em que ele confia.

No caso das primeiras cidades, a liberdade de ir e vir estava assegurada aos chamados homens bons, os nobres, que viviam protegidos dos ataques no espaço circundado pelas muralhas. Já os que não pertenciam à nobreza habitavam as áreas contíguas aos muros. No intra-muros, a vida decorria com atividades econômicas, como o comércio, num espaço protegido por gigantescos portões que se abriam e fechavam em horários pré-estabelecidos, regulando a entrada e saída das pessoas.

Modernamente, tendo as antigas cidades se expandido extra-muros, ocupando novos sítios, com novas cidades surgindo, ocorreu uma diversificação no uso do solo. A procura, hoje, se faz por cidades interioranas de menor categoria dimensional e, no caso das grandes cidades, com maior destaque por bairros residenciais de fácil acesso. Em

¹ Yi-Fu Tuan. *Topofilia: Um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente*, São Paulo: DIFEL, 1982, pp. 115-122.

idades norte-americanas, por exemplo, os subúrbios florescem e especializam-se em grandes áreas residenciais, algumas lembrando as antigas muralhas: os condomínios fechados, onde há o controle do ir e vir sempre ligado ao bem-estar.

Para Tuan², todos querem a boa vida. A natureza é um tipo especial de paradigma físico que promove a boa vida. Assim, os jardins simbolizam uma versão humanizada da natureza, já que as cidades são resultantes de um meio ambiente artificial: casas, ruas e bairros. A idéia de que um estabelecimento arquitetônico pode ser traduzido como boa vida é característica dos tempos modernos, com a democratização do espaço, com todas as comodidades que a vida urbana proporciona: as casas, os shoppings centers e a própria vida das cidades.

No passado, a localização das cidades estava em muito ligada às condições do sítio e da situação. Uma boa localização geográfica era vista como prosperidade. Além disso, as condições do sítio também apresentavam-se como indicadores de bons aprovisionamentos e boa segurança. Desse modo, as primeiras cidades surgiram às margens de grandes rios que garantiam acessibilidade, boas colheitas e defesa, como por exemplo as que apareceram às margens dos rios da Mesopotâmia (Tigre e Eufrates) e também ao longo do Nilo. As pólis surgiram a seguir, nas acrópoles ao longo das reentrâncias do litoral grego, onde as cidades alcançaram sua expressão mais significativa como fato urbano moderno.

Posteriormente, cidades foram fundadas para desempenhar determinados papéis. Assim, na época em que Portugal, Espanha, Inglaterra, França possuíam colônias na América e em outros continentes, para explorações, foi necessário garantir os seus domínios nas terras conquistadas. Dessa maneira, as primeiras cidades brasileiras fundadas para ocupação e posse da terra foram implantadas, em sua maioria, na costa litorânea e, assim sendo, os contatos eram efetuados com maior facilidade, aproveitando-se do recurso natural, o oceano.

Muitas dessas cidades, com função portuária ou de entreposto, perderam com a tecnologia de transportes seu papel principal, entrando em decadência. Porém, guardaram, em sua maioria, suas características estruturais originais, como o traçado e os casarões, testemunhas de uma época de riqueza e grandiosidade.

Com a modernização e valores atribuídos a certos cenários, essas cidades passaram a desempenhar função turística, vivenciando uma nova fase de desenvolvimento econômico. As cidades que nasceram na orla litorânea contam ainda com um recurso de

² Yi-Fu Tuan. *The Good Life*, The University of Wisconsin Press, 1986, pp. 7-8.

atração permanente, o mar e a arquitetura. Em muitos países da América que foram colônias européias, tanto de colonização portuguesa, espanhola, inglesa ou francesa, são inúmeras as cidades que, situadas à beira mar ou rios, hoje florescem como centros de atração turística. Assim podemos citar: Recife, Salvador, Rio de Janeiro, Lima, Havana, Nova Orleans, São Francisco, Quebec, dentre outras.

Uma vez instalado o fato urbano, os aglomerados localizados nos lugares mais favoráveis contaram com crescimento rápido e vigoroso. Assim, novas opções foram surgindo aliadas, sem dúvida alguma, ao crescimento demográfico graças aos avanços da medicina, que aumentou a expectativa de qualidade de vida da população, à facilidade de locomoção, pela democratização dos meios de transporte, à melhoria da acessibilidade, que também contribuiu para os deslocamentos. Este crescimento, conseqüência, principalmente da atração que certos aglomerados passaram a exercer sobre outros e sobretudo sobre a zona rural, tem ocorrido pela diversificação das atividades comerciais, industriais, da prestação de serviços e melhoria na qualidade de vida em geral.

Ao longo da história das cidades, ao desempenharem funções efetivas capazes de mantê-las e de incentivarem seu desenvolvimento, foram elas deixando sua função exclusivamente militar para também tornarem-se centros comerciais. Nem mesmo os grandes conflitos mundiais foram capazes de destruir a concepção da vida urbana ligada à prosperidade, ao bem-estar. As cidades destruídas pelas guerras ou por catástrofes ambientais têm florescido em importância e beleza. Ademais, o ritmo continua intenso e as funções urbanas diversificam-se cada vez mais, em uma mesma cidade, revelando uma dinâmica que se traduz, em sua paisagem urbana, através do casario e do próprio tecido urbano. O perfil caracterizado pelos arranha-céus, fluxos e aglomeração, o transporte, volume de negócios, as relações sociais, expansão vertical e horizontal do espaço construído imprimem uma nova estruturação e uso do solo urbano.

Se, por um lado, houve a oportunidade de melhoria na qualidade de vida, por outro, o crescimento rápido e desordenado, na maioria das vezes, trouxe consigo uma sensível queda nessa qualidade de vida em geral e, em particular, ambiental e social. A ocupação contínua e desordenada do solo, o acúmulo de veículos que circulam, a deterioração das áreas construídas, as pressões que o relacionamento sócio-profissional provocam, vêm deturpando a visão da cidade como paraíso terrestre.

Mas, há muito as cidades deixaram de ser o simples local de prazer, do viver bem, um ideal que foi se diluindo através dos tempos, com o ajuntamento cada vez mais freqüente e mais denso. As necessidades do Homem foram mudando, se transformando e a

famosa e já clássica frase “*Deus criou o paraíso e Caim a primeira cidade*” entrou para o linguajar comum. A cidade grande é hoje um complexo de contrastes. Enquanto para muitos ela atrai, através do neon, fluxos, parques, dos teatros, das competições, das exposições, para outros é uma paisagem de medo, com os altos índices de criminalidade, violência, a luta no dia-a-dia para se chegar ao emprego e cumprir as obrigações rotineiras.

Porém a urbanização é um fato atual e irreversível, e com isso atitudes foram e estão sendo tomadas pelos administradores numa tentativa de minimizar os males por ela provocados e nela gerados, na tentativa de oferecer melhores condições de vida principalmente para a população mais carente e marginalizada.

A esse fator há que se somarem as necessidades e os interesses do Homem em conhecer novos lugares, em ultrapassar o limite do seu cotidiano, em buscar novos horizontes, em tentar desvendar o desconhecido, o que está mais além do seu espaço imediato, do seu dia-a-dia produtivo.

Concomitantemente, essa diversificação da função urbana produtiva propiciou o florescimento de cidades com função específica: a de acolher população de outras cidades. A cura e o entretenimento como função básica de certas cidades com características singulares para o atendimento de necessidades de habitantes de grandes e pequenos núcleos urbanos têm se intensificado em todas as latitudes.

A utilização e a valorização dos recursos naturais e humanos tomam vulto. Áreas que antes passavam despercebidas aos olhos das pessoas começam a ser notadas e valorizadas pelos componentes que as integram. Decorrem daí a apreciação e a preferência por paisagens únicas que na atualidade vêm se multiplicando. Cidades que foram palcos de acontecimentos históricos marcantes despertam o desejo de se enveredar por eles, revivendo a trama dos mesmos, recompondo estruturas urbanas, às vezes perdidas no tempo. A cidade de Itanhaém, no Estado de São Paulo, pode ser apontada como exemplo histórico e geográfico que se transformou em centro turístico da atualidade.

Nesse contexto, foi elaborado um trabalho que pudesse contribuir para a organização espacial da cidade turística de Itanhaém, localidade do litoral sul paulista, que conta com recursos variados, em termos valorativos, e com a divulgação de sua nítida imagem.

A imagem turística foi tratada no primeiro capítulo, por ser considerada de fundamental importância, buscando despertar nas pessoas o desejo de conhecer lugares e assim proporcionar o turismo.

Para se atingir a imagem turística, foi necessário em primeiro lugar um entendimento sobre a terminologia que vem sendo cada vez mais utilizada na literatura especializada, quando se trata dos deslocamentos ocasionais: lazer, recreação e turismo, termos usados como sinônimos, provocando confusões em sua linguagem ao se dimensionar o fenômeno turístico.

Entretanto, neste capítulo, a busca essencial foi de um suporte teórico e metodológico que explicasse o poder da imagem e apoiasse um estudo sobre a cidade de Itanhaém em suas características turísticas construídas a partir da imagem por ela transmitida.

O Capítulo II, ao discorrer sobre a caracterização de Itanhaém enquanto localidade turística, divide-se em dois itens: Itanhaém histórico-geográfica e Itanhaém turística. No primeiro foi apresentada uma breve visão da cidade em seus aspectos históricos desde a sua fundação até os dias atuais e também em sua parte geográfica, em seus aspectos naturais e construídos. No segundo foram destacadas do espaço urbano as condições elementares e acessórias para a ocorrência do turismo através do levantamento de sua capacidade de alojamento, dos recursos potencialmente turísticos e os que poderiam ser utilizados como tal.

A imagem turística de Itanhaém foi tratada no Capítulo III, com a realização de uma pesquisa de campo. Essa pesquisa teve como objetivo retratar a imagem de Itanhaém recebida pelos usuários ou não, através de uma discussão envolvendo as seguintes indagações: Quais os problemas destacados da paisagem? Quais as preferências das pessoas para visitar lugares? O que os usuários valorizam nos lugares turísticos?

A valorização advém dos meios de comunicação, da televisão, revistas, jornais, “*out-doors*”, cartazes, folhetos que em campanhas de “*marketing*”, com suas cores e luzes, chegam ao público despertando a vontade, a curiosidade de empreender viagens. As pessoas constroem, fantasiam, sonham com lugares de sol, verde, água, comidas exóticas, passeios interessantes, em um mundo de beleza e encantamento.

Essas indagações foram formuladas numa tentativa de identificar os elementos formadores da imagem de Itanhaém. Elementos valorizados e esperados em suas viagens de férias.

Espera-se com esse estudo contribuir para a organização da área urbana em termos de aproveitamento máximo e racional dos recursos disponíveis através de imagens projetadas pelas campanhas publicitárias, que são a base para o turismo.

Capítulo I

IMAGEM TURÍSTICA

A sociedade moderna tem se caracterizado não apenas pela diminuição das horas dedicadas ao trabalho e conseqüente aumento do tempo livre, mas também pela melhoria da qualidade de vida de seus membros. Historicamente, todas essas conquistas ocorreram de forma gradativa e foram auxiliadas pela tecnologia, especialmente a partir da Revolução Industrial, quando a camada inferior da sociedade, constituída pelos servos da terra e ou escravos, passou a participar do trabalho remunerado. O salário, através da moeda, colocou à disposição desse contingente os privilégios que eram apenas usufruídos pelas camadas superiores da população. Além da aquisição de bens e serviços, esse novo grupo social passou também a dispor de um tempo livre.

A tecnologia concretizada em forma de máquinas permitiu o aumento da produção através da mecanização, seriação e mobilização do trabalho. A sociedade transformou-se de eminentemente agrária para industrial, de rural para urbana. Assim, enquanto a atividade do campo exigia dedicação integral, a da cidade permitia o trabalho em turnos, em horários pré-fixados. O descanso semanal remunerado surgiu então fazendo com que esses trabalhadores procurassem novas atividades para ocupar esse tempo disponível.

Dessa maneira, tanto o espaço urbano como o rural passaram a se organizar procurando qualificar áreas para atender essas atividades não produtivas, surgindo assim os parques, os clubes, os jardins equipados para entretenimento esportivo, cultural, religioso e social da população.

Na cidade de São Paulo, principal metrópole brasileira, o Parque Ibirapuera, planejado por Niemayer, é uma extensa área verde destinada também à ocupação do tempo livre, sendo seu entorno ocupado com edificações residenciais ou para outras atividades. Neste Parque há toda sorte de condições para o entretenimento, tais como: pistas para caminhadas, gramados para piqueniques e, com certa freqüência, há apresentações culturais como espetáculos de canto tanto de música erudita como também popular. Em Nova Iorque, a grande metrópole norte americana, o Central Park ocupa uma extensão de 340 hectares. Contrastando com a área construída, é um local com variedade de equipamentos para divertimento, incluindo pistas para equitação. Assim também é o Hyde

Park, em Londres, com o célebre Marble Arch, a esquina em que é permitida a expressão oral livre de todo e qualquer pensamento, posição política, ideológica e religiosa. Essas áreas têm, além da preservação do verde, a função de oferecer à população locais para suas manifestações não cotidianas.

As águas superficiais também são aproveitadas para os divertimentos, além de se constituírem vias de circulação natural. O Tâmsa, em Londres, é utilizado para competições esportivas, e dá acesso à área portuária. Assim como o São Lourenço, em Quebec, e o Tejo, em Lisboa, são rios que cortam o espaço urbano e, antes de serem entaves, são marcos referenciais, componentes paisagísticos das cidades, embelezando as mesmas e utilizados para ocupar o tempo livre da população.

Cidades como Jundiaí, Rio Claro, São Carlos, Mairinque e outras do interior paulista possuem hortos florestais. Estes, destinados inicialmente a experiências botânicas para fornecimento de madeira para dormentes e vagões, exigidos pelas ferrovias, resultaram em glebas verdes de proporções significativas. Hoje, considerados como áreas de proteção ambiental pelo poder público e pela população, são utilizados pelos habitantes locais e dos arredores como lugares onde passam o tempo em piqueniques, jogando bola, correndo, ouvindo música ou descansando.

Como atualmente a institucionalização do tempo consagrado ao descanso tem atingido todas as camadas da sociedade, o poder público e os especialistas em assuntos urbanos não podem mais ignorar essa conquista que é um marco na evolução do trabalho. Assim áreas como bosques, lâminas de água e até mesmo porções tidas como entaves e inaproveitáveis transformam-se em fontes de recursos e são valorizadas ora por seus atrativos, ora aproveitadas pelos estruturadores do espaço. Como por exemplo, o “quintal” da cidade de Nova Iorque, o Central Park, nada mais era que uma porção de terras alagadas, fazendas, mistura de pedreiras e barracos de posseiros que foi estruturada para o entretenimento, originando uma das mais belas paisagens urbanas do mundo, em uma cidade de grande porte não só territorial como economicamente potente, não só de influência nacional como internacional.

Os casos citados anteriormente são exemplos de como o poder público e os planejadores das cidades procuraram organizar o espaço urbano na tentativa de atender o tempo livre que estava surgindo na sociedade contemporânea. Transformaram determinadas glebas rejeitadas pela população em áreas verdes com equipamentos que atendessem às atividades de entretenimento. Este planejamento, com o decorrer do tempo, vai incluir além de áreas intra-urbanas também as extras, atingindo o espaço rural e mesmo o selvagem.

Cidades especializadas surgem com função destinada a atender às necessidades dos grupos que se deslocam cada vez mais em maior número, dos locais de residência para lugares de entretenimento.

Concomitante a conquistas e apreciação dessas áreas surgem os termos: lazer, para designar o tempo livre, e recreação, como a atividade que abrange o entretenimento. Aparece também a palavra turismo, que incorpora os termos lazer e recreação, compreendendo os deslocamentos, as diversões e disponibilidade de tempo de todos os segmentos da população. São propostas questões acadêmicas para dimensionar os fenômenos lazer, recreação e turismo, fenômenos estes que vêm se intensificando cada vez mais e que estão se tornando uma marca registrada de fim de século.

Surgem daí indagações de ordem teórico-metodológica visando fornecer um quadro referencial para fundamentar e operacionalizar os estudos sobre essa problemática que vem atingindo todos os contingentes acadêmicos. Como os cientistas, administradores, planejadores e mesmo os usuários trabalham e definem esses fenômenos?

Lazer, Recreação e Turismo

Estes três fenômenos, que são atividades da sociedades contemporânea, muitas vezes se superpõem, se entrelaçam e se unem através dos diversos conceitos e finalidades que a eles são atribuídos pelos diferentes países, em épocas distintas. São conceitos que com a intensificação do fenômeno têm se modificado principalmente nestas últimas décadas e que os acadêmicos interessados vêm se preocupando em propor, uniformizando uma nomenclatura válida para todos.

O fenômeno do lazer é fundamental para que possa ocorrer a recreação e o turismo. A palavra **Lazer**, originada do latim *Licere*, significa ser lícito. Também pode ser entendida como ócio, descanso, folga. Significa ainda o tempo que se pode dispor livremente, uma vez cumpridos os afazeres habituais e obrigatórios. Como atividade praticada nesse período de tempo, lazer pode ser concebido como divertimento, distração e mesmo recreação. Estes significados foram extraídos do Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. No sentido jurídico trabalhista, para o Homem poder incluir em suas horas diárias, semanais e anuais o seu tempo livre, deverá ter sido produtivo, e assim lhe será lícito o descanso. A dicotomia trabalho/não trabalho caracteriza o conceito de lazer.

O trabalho institucionaliza o tempo produtivo, no qual a pessoa gera bens e serviços, e o tempo não produtivo, que implica em lazer. O lazer juntamente com o trabalho são legalizados. Além disso, o lazer é traduzido como o tempo do qual a pessoa dispõe, após uma jornada de labor, para executar atividades prazerosas. Esse tempo destinado ao lazer apresenta-se com uma variabilidade temporo-espacial caracterizada por três situações distintas: por pessoa, família e grupo, conseqüentemente por dia, semana e ano.

A primeira situação do lazer está ligada ao dia. Após uma diária de trabalho é concedido um descanso que o indivíduo usa para recuperar sua energia física e mental. Esse tempo, após ter decorrido uma jornada de trabalho, comumente é utilizado de acordo com sua própria vontade. É um tempo pessoal, intransferível, em que lhe é assegurada uma atividade individual.

Esse intervalo de tempo, entre uma diária de trabalho e outra, em geral é consumido para assistir o programa de televisão preferido, uma ida ao cinema, ao teatro e até mesmo uma conversa descontraída no bar da esquina do seu bairro. Porém é um tempo controlado, bem distribuído, pois é preciso uma boa noite de sono para se sentir bem disposto para mais uma jornada.

Com tecnologia avançada e a diminuição das horas consagradas ao trabalho, cada vez mais o tempo produtivo vem aumentando a produção de bens e serviços. O septimum, período de sete dias no sentido lato da terminologia, vai deixando de existir, à medida que se diminuem os dias de jornada de trabalho. Já existem países onde o número de horas trabalhadas alcança a cifra de trinta e duas horas semanais em lugar das quarenta e quatro horas tradicionais. Dessa forma a semana passa a ser gradativamente menor, com menos duração.

O tempo destinado ao lazer serve também, em alguns casos, para quantificar e qualificar a riqueza de uma nação. Quanto maior for o tempo disponível para se dedicar a atividades prazerosas, maior a riqueza do país. Em outras palavras isso quer dizer que a disponibilidade para o lazer está em consonância com o desenvolvimento tecnológico da nação.

Dessa forma, ou seja, com a diminuição da semana trabalhada surge um segundo tempo de lazer para realizar atividades que não visam fins lucrativos por parte do usuário, se a distância assim o permitir. Como conseqüência dessa maior disponibilidade de tempo, dois dias, isto é, o fim de semana compreendendo o sábado e domingo, são possíveis deslocamentos de pequena distância e até para outra localidade.

Nos arredores das cidades, sobretudo das de grande e médio porte, a oferta de moradias secundárias, sob a forma de chácaras recreativas, previamente delimitadas pelos empreendedores imobiliários, está tornando-se freqüente. As propriedades residuais, assim rotuladas, por serem resultantes de partilhas em heranças, pela inviabilidade de produção agrícola, modificam seu uso para ocupação do tempo livre. Como exemplo disto, pode ser citado o Portal dos Nobres, nos arredores de Rio Claro, São Paulo, utilizado como residência secundária, resultante de uma grande fazenda transformada em loteamentos, sob a forma de pequenas chácaras. Nos fins de semana, os seus proprietários idealizam uma horta, sem a utilização de técnicas modernas para manejo do solo, um esporte ao ar livre, entre outros divertimentos. Áreas no entorno urbano, antes produtivas com pequenas lavouras ou pastagens, que foram sendo desestimuladas economicamente, vêm incorporar atualmente as ofertas de entretenimento com seu uso transformado em hotéis-fazenda, clubes de campo, aproveitando a infra-estrutura de outrora como as tulhas, as senzalas das fazendas de café, entre outros.

Essa segunda situação de variabilidade temporo-espacial do lazer está caracterizada por um ato familiar. A pessoa, nesse lapso de tempo livre, deixa de se ocupar consigo mesma para dedicar-se à família, havendo a participação de seus membros e de amigos.

O terceiro tempo de lazer, de maior duração, coincidindo com maior intensidade com o período de férias escolares, é quando a família permanece reunida por um tempo mais longo. Assim são permitidos deslocamentos para grandes distâncias, para áreas especializadas em receber pessoas, para desfrutar de um lazer merecido. Lugares singulares que cada vez mais se tornam paisagens valorizadas e procuradas, lugares de atração até mesmo internacional.

Desta feita, como há uma maior disponibilidade de tempo, com maior número de dias, na maioria trinta, já se pode falar em deslocamento, isto é, uma saída da cidade, uma ultrapassagem do rotineiro, do domínio usual, que vai além fronteiras do dia-a-dia, do final de semana, e que é menos freqüente. Esses deslocamentos ocasionais dão origem a um fenômeno de massa universal e contemporâneo: o turismo.

Nesse terceiro tempo, o Homem sai para um lazer coletivo, onde compartilha com outros viajantes conhecidos ou desconhecidos os saguões dos hotéis, elevadores, praias, parques. Conhece novos lugares, faz contatos com outras pessoas, viaja em grupos. Os lugares para onde se dirige são especializados para receber, não se resumem a um cômodo, a um recinto, são mais amplos envolvendo uma cidade ou região de atrativos

ímpares e de beleza natural ou histórica. Esses momentos são registrados em álbuns de fotografias e até mesmo em filmes familiares que são exibidos para os vizinhos e amigos após a volta ao lar.

Dessa forma, entendemos o lazer como um fenômeno variável no tempo e na sociedade que, ao longo do processo de desenvolvimento das nações, com as conquistas da humanidade, foi se consolidando e se integrando à vida das pessoas com maior ou menor intensidade. As horas de trabalho vêm sendo reduzidas, as oportunidades de férias têm sido aumentadas com o adicional em dinheiro para as saídas e como consequência há uma maior disponibilidade em ocupar o tempo livre com viagens.

Lazer é sobretudo a intelectualização do tempo disponível, qualquer que seja o número de horas a ele dedicado. Somente as sociedades mais desenvolvidas, urbanizadas e complexas têm condições de usufruir do lazer. As pessoas utilizam e valorizam o conjunto de opções que a sociedade oferece através da mídia. O acúmulo de informações e experiências permite ao indivíduo um saborear, um entender e um consequente valorizar dos cenários que o mundo projeta e divulga. Ainda que o lazer seja um tempo descontraído, descomprometido, as mensagens emitidas pelos cenários, na maioria das vezes são compreendidas, são sentidas, são desejadas. No lazer há apenas uma ausência das obrigações habituais, sem horários pré-estabelecidos para acordar, alimentar e produzir. É um tempo do “*dolce far niente*”. É um tempo do “*nada melhor do que não fazer nada*”, cantado por Rita Lee.

Recreação, do latim *Recreatio*, é uma manifestação concretizada por um ato de divertimento. O termo recreação encerra uma conotação descomprometida das obrigações rotineiras, com isso é dependente do lazer. A vivência do lazer é traduzida por um processo recreativo, que implica diversas atividades lúdicas, de diversão. O divertimento não requer, necessariamente, áreas atrativas organizadas. No espaço de uma casa, em uma sala pode-se improvisar uma mesa de jogos, a leitura de um livro e assim outras tantas atividades que definem uma ação. Nas escolas, depois de um bloco de aulas, os alunos saem para o pátio, espaços livres onde brincam, cantam e correm para descarregar e recuperar a energia gasta em trabalhos intelectuais e isso também é uma recreação. É o tempo do recreio dos estudantes.

A recreação pode ser compreendida como um ato concreto, algo que o Homem faz durante o tempo livre de que dispõe. Enquanto o lazer é um tempo livre determinado pelo consumo de trabalho, do qual a pessoa tem o direito legal de dispor.

O indivíduo, ao dispor do tempo livre em média uma vez ao ano, ainda que com menor frequência, comparado às horas despendidas ao trabalho, tem a oportunidade de sair para mais longe. A viagem é a essência do turismo, isto é, o sair e voltar são dois momentos necessários que constituem o turistar.

Turismo, do francês *Tour*, significa dar um giro, dar uma volta. Isso quer dizer que em um giro há um deslocamento e conseqüente volta para o ponto de partida. Este ir e voltar se diferencia dos deslocamentos definitivos, e mesmo dos migratórios, adquirindo características próprias. É sobretudo um tempo relativamente curto utilizado com atividades prazerosas e pré-estabelecidas. Compreende portanto o lazer (tempo livre) e a recreação (diversão).

Inicialmente as viagens estiveram associadas ao conhecer, explorar, conquistar e colonizar novos lugares. Como atividade turística, a busca por outros lugares estava ligada ao poder de cura que algumas localidades apresentavam, decorrentes de elementos naturais: águas subterrâneas com substâncias minerais, montanhas, orlas marítimas. Por exemplo, a qualidade das águas subterrâneas de Caldas da Rainha, em Portugal, que originou a construção de uma estância; o clima de montanha de Campos do Jordão, em São Paulo, que motivou o aparecimento de sanatórios para tuberculosos e posteriormente deu início a um núcleo urbano, e a cidade de Santos, que acrescentou à sua função portuária o atrativo de balneário de suas praias. Tais lugares, por suas características originais, promoveram a formação de núcleos especializados na cura de doenças e em receber pessoas em férias, tornando-se uma atração cada vez mais difundida nacional e até mesmo internacionalmente.

Esses lugares, em sua maioria estruturados para atender a população de classe social mais abastada, notadamente os nobres, posteriormente, com a democratização da sociedade e com as oportunidades de viagens ampliadas, popularizaram-se recebendo fluxos significativos de pessoas, não só nos finais de semana como nos períodos de férias e mesmo períodos mais prolongados, atendendo a número cada vez maior de aposentados com dinheiro e saúde, os assim denominados grupos da terceira idade. Certamente, o aumento do volume de pessoas turisteando foi conseqüência da disponibilidade e ocupação do tempo livre com atividades recreativas.

A função urbana de cura de certas cidades, localizadas tanto em montanhas como em praias, foi diminuindo à medida que a medicina foi avançando e conquistando novas drogas. Hoje a cura da tuberculose ou de outras doenças não exige mais condições naturais específicas, pois tem sido feita em hospitais e locais especializados nos grandes

centros. Porém, de um modo geral essas cidades transformaram a sua função de cura em função turística. As instalações destinadas à cura se tornaram instalações de recreação. Como por exemplo pode ser citada a cidade de Campos de Jordão, que em passado recente era procurada para o tratamento da tuberculose e hoje é o seu clima de montanha com invernos mais frios que atrai cada vez mais pessoas em busca de algo diferente de suas cidades quentes e tropicais. O comércio de roupas de lã, os restaurantes oferecendo uma cozinha com alimentos de clima frio (fondue, trutas, chocolates) se destacam na paisagem urbana, assim como as casas construídas em estilo alpino, com lareiras e aquecimentos internos, são também fontes de atração turística.

Como bem salientou Zimmermann¹, os recursos não são, eles se tornam. Não são estáticos, eles se expandem ou retraem em resposta às necessidades ou ações humanas. Dessa forma algumas localidades tornaram-se especiais por terem sido descobertos atributos que as tornaram singulares para se visitar e conhecer. Contam com elementos paisagísticos valorizados pelas pessoas. Além desses recursos naturais ou construídos, acrescenta-se a capacidade para acomodar o fluxo turístico cada vez maior em eficácia e eficiência, oferecendo entretenimento para todas as idades e todos os tempos meteorológicos.

Na opinião de Tuan², um aspecto natural pode não chamar a atenção e mesmo assim se tornar atrativo aos turistas. Ele cita como exemplo o caso da nascente do rio Mississipi, no Estado de Minnesota, que não chamava a atenção de ninguém até ser descoberta por um grupo de cientistas, dentre tantos lagos e fontes na região. Após essa descoberta, a área ao seu redor foi transformada em parque e vem atraindo visitantes não apenas nacionais, como internacionais.

Assim, pode-se afirmar que as localidades são especiais por apresentarem recursos que as tornam atraentes e singulares para se conhecer. Contam com elementos paisagísticos que atraem pessoas e, além dos recursos naturais ou construídos, capacidade de suporte do fluxo turístico, ou seja, apresentam possibilidades de acomodação, na área, cada vez mais ampla.

Como os deslocamentos ocasionais vêm se intensificando nas últimas décadas, alguns autores têm desenvolvido estudos sobre essa temática tão atual e marcante em nossos tempos.

¹ Erich W. Zimmermann. *Recursos e Indústria del Mondo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1957, pp. 18-19.

² Yi-Fu-Tuan. *Espaço e Lugar*, São Paulo, Difel, 1983, p.180.

Para realizar estudos sobre deslocamentos ocasionais, Mercer³ propõe duas abordagens: oferta e demanda. Por um lado, a oferta pode ser representada por recursos a serem utilizados para recreação ao ar livre, tais como água, relevo, clima, vegetação, vida selvagem e aspectos histórico-culturais, recursos esses que imprimem indelevelmente sua presença na paisagem. Por outro, a demanda pode ser abordada pela disponibilidade das pessoas em vencerem distâncias para aproveitar o tempo livre com recreação, e também como as viagens podem afetar as diferentes percepções com paisagens variadas. Além disso o autor sugere um inventário e classificação das oportunidades recreativas, identificação e análise dos fatores que afetam o uso dos recursos recreacionais. Acrescenta ainda que a oferta de recursos é de interesse dos geógrafos que se preocupam tanto com os aspectos físicos como com os humanos e ainda com a análise dos padrões espaciais de demanda.

Silberman⁴ listou os recursos para fins turísticos. A base deste estudo foi a busca dos recursos turísticos valorizados pelas pessoas, os quais satisfazem a necessidade de se entrar em contato com paisagens únicas. Classificou esses recursos em culturais e naturais.

O recurso cultural pode ser considerado como histórico e contemporâneo. O histórico compreende as manifestações culturais que se tornaram populares. É comum as pessoas que transferem seu local de residência para outro país preservarem valores tradicionais como danças, costumes, gastronomia. Muitas vezes essas tradições se transformam em recursos para atrair pessoas de outros locais, tornando um costume em atração turística. Como por exemplo, aqui no Brasil, podemos citar várias manifestações populares que têm se tornado cada vez mais em atração turística. É o caso dos holandeses no interior paulista que fundaram a Cooperativa da Holambra, hoje um município. De início esses holandeses realizavam suas festas entre eles. Hoje a EXPOFLORA atrai visitantes não só do Estado de São Paulo, mas de outros estados e até mesmo de outros países. As comidas holandesas são servidas nas barraquinhas, as danças são executadas nos tablados com moças e rapazes vestidos a caráter, com os famosos tamancos holandeses. O colorido das flores, as mais variadas, deslumbra as vistas de todos os turistas. Outro exemplo, mas de caráter regional, pode ser citado: é o caso dos CTG (Centros de Tradição Gaúcha) que divulgam os costumes, as danças, o chimarrão dos pampas do sul para todo o país. No estado em que há um número razoável de gaúchos eles se organizam em CTG, promovem

³ David Charles Mercer. The Geography of Leisure. *Geography*, 55, 1970, pp. 173-261.

churrascadas, cantorias, os homens se vestem com suas bombachas, barbicachas e as mulheres com suas saias rodadas e floreadas de prenda minha. Dessas reuniões não só participam os gaúchos como os moradores locais. Tanto os gaúchos como os holandeses procuram, desta forma, manter a ligação afetiva com suas origens, através de seus costumes, e atender à curiosidade por atração e pela organização da área.

Por outro lado, o recurso contemporâneo, criado pela iniciativa pública ou privada com fins comerciais de lucro imediato, está representado pelos teatros, clubes de desporto, festivais, feiras de artesanato. Outras formas de recreação aparecem nas praças das cidades onde são montadas feiras para comercialização de quinquilharias, apresentação de ginastas, bandas musicais, grupos de capoeira, danças e músicas folclóricas que oferecem ocasiões para divertimento da população.

Ainda na categoria de recursos culturais, podemos acrescentar as obras arquitetônicas, palácios, bibliotecas, museus, monumentos e zoológicos, recursos esses construídos que não visam basicamente os lucros, pois estão voltados principalmente para o enriquecimento cultural da população que aflui para esses locais.

Os recursos naturais englobam todos os que se encontram na natureza, não construídos pelo Homem, como praias, mar, ar, montanhas, florestas, campos, rios, lagos, cachoeiras, que reúnem componentes paisagísticos de beleza extraordinária, às vezes ímpares. Esses recursos naturais, de um modo geral, se apresentam como aspectos únicos diferentes que atraem a atenção das pessoas para a prática do lazer, recreação e turismo. Os campos e as florestas servem tanto para piqueniques como para passeios ao ar livre, as áreas de água superficial para canoagem e natação, as montanhas para o alpinismo ou para avistar o que está mais além panoramicamente.

Muito embora essa classificação de Silberman seja uma tentativa para viabilizar áreas que poderiam ser traduzidas em termos recreativos e econômicos, constitui sobretudo em um maneira para avaliar e nortear o aproveitamento de lugares de valor singular que poderão ser transformados em lugares onde se possa ocupar o tempo livre.

Na prática os autores ainda utilizam os termos lazer, recreação e turismo como sinônimos, mesclando seus significados e muitas vezes confundindo os leitores.

Chabot e Pingaud⁵ propõem uma Geografia da Recreação como especialidade, chamando atenção para o fato de que, já na década de 50, os fluxos das

⁴ Ana Garcia Silbermann. Clasificación de los recursos turísticos, *Boletín del Instituto de Geografía do México*, vol. III, 1970, pp. 61-65.

⁵ George Chabot e Marie-Claude Pingaud. La Geographie de la Récréation. *XVIII Congrès International de Géographie*.

peças não ocorriam apenas no espaço intra-urbano. A preocupação desses autores não se restringia unicamente aos deslocamentos ocasionais, mas consideravam também o tempo livre expendido com a frequência cada vez mais intensa às atividades recreacionais. Essa conceituação, nos dias atuais, diz respeito muito mais ao que se aceita como Turismo e não se aplica à recreação, como sugerida pelos autores.

Assim Ruppert⁶, em fins da década de setenta, defende uma Geografia do Lazer, entendendo o lazer, ou seja o tempo livre institucionalizado como fato inicial que precede a recreação e o turismo. Com a ausência do lazer, de tempo disponível, as viagens, a recreação não podem ser realizadas plenamente. Considera, portanto, o lazer em um sentido mais amplo, incorporador do Turismo e da Recreação. O autor justifica essa proposição ao incorporar em um artigo a frase já clássica de Derruau “*la géographie du tourisme est un des aspects de la géographie de loisirs*”, a qual ilustra com propriedade seu pensamento.

Por sua vez, Barbier⁷ também discute questões terminológicas. Salienta a oposição entre lazer, que considera também como o tempo livre, e turismo, como uma ocupação do lazer significando viagens. Examina o turismo como uma atividade econômica recente, com conseqüências em diversos domínios: econômico, ao tratar da balança comercial e investimentos; geográfico, ao promover transformações regionais e efeitos sobre o meio ambiente; sociológico, ao influir nas motivações e atitudes; atingindo também o sanitário, o jurídico e o político. Desta feita, pela sua própria interdisciplinaridade, o turismo abrange uma gama variada de especialidades, justificando o surgimento de uma Geografia do Turismo.

As reflexões de Smith⁸ sobre o desenvolvimento da pesquisa geográfica envolvendo a recreação são oportunas e relevantes. O autor revela que o interesse geográfico nas atividades recreacionais data do início deste século e abrange vários domínios das ciências sociais. A recreação pode ser examinada do ponto de vista de qualquer abordagem geográfica adotada. Assim, na Geografia definida como estudo de áreas, a recreação se traduz em pesquisas sobre a indústria local.

Na tradição geográfica da relação Homem/Terra, podem-se estabelecer conotações com o uso do solo, políticas de ocupação da terra e outros. Quando a

⁶ Karl Ruppert. Mise au point sur une Géographie Générale des loisirs. *L'Espace Géographique*, n. 3, 1978, pp. 187-193.

⁷ Bernard Barbier. Por une Geographie du Tourisme. *Fszyty nowkowe unitwersyteter Ldzkteco Naukz Matematyezmo Przyrodnize*, Serie II, 22, 1980, pp. 113-119.

⁸ Stephen L.J. Smith. Reflections on the Development of Geographie Research in Recreation: hey Buddy, can you s'paradigm? *Ontario Geographie*, n. 19, 1982, pp. 5-28.

abordagem é a espacial, a recreação poderá estar vinculada à paisagem nos estudos geográficos. O autor propõe, assim, uma geografia da Recreação que entrelaçaria as várias tradições da ciência geográfica. Porém, ao não apresentar uma definição precisa do termo recreação e não se referir explicita ou implicitamente aos termos lazer e turismo, deixa entrever uma lacuna em sua reflexões.

Jansen-Verbeke⁹ observa que os geógrafos, em suas pesquisas de campo, têm tratado os fenômenos do lazer, recreação e turismo como tópicos isolados. Entretanto, salienta que cada vez mais na sociedade moderna esses fatos se apresentam entrelaçados, um influenciando o outro ao mesmo tempo em que é influenciado. Sugere assim que as pesquisas geográficas devem cada vez mais abordar esses fenômenos de maneira integrante, procurando preservar a visão holística que vem predominando nos trabalhos científicos. Consequentemente não defende uma Geografia que trate do lazer, recreação e turismo como temas estanques, pois as pessoas cada vez mais têm contado com um tempo livre mais prolongado. É o caso dos idosos, em geral aposentados, que vêm empreendendo viagens para distâncias maiores e das pessoas de baixa renda que têm aumentado o contingente dos viajantes de um dia, “nossos farofeiros”, democratizando o fato turístico. Acrescenta-se a isso o desenvolvimento tecnológico produzindo equipamentos sofisticados e divertidos para atender à necessidade recreativa.

Como bem assinalam Mathienson e Wall¹⁰, os termos lazer e recreação têm sido utilizados de maneira indiscriminada. Os autores, na busca por relacionar esses termos, observam que a simples distinção entre lazer, como tempo arbitrário, e recreação, como atividade do tempo livre, traz dificuldades para esclarecer a terminologia. Isto porque há pessoas que utilizam o seu tempo livre com atividades prazerosas que nem sempre são improdutivas. É o caso de escritores, de esportistas, de artistas, etc.

Na sociedade moderna surge um novo grupo de pessoas, os rotulados **workalcoholic**. Estes ocupam o tempo livre que poderia ser despendido com descanso, trabalhando e tornando essa atividade produtiva em recreação. Isto explica o refrão popular “Descansar carregando pedras”. Podemos também lembrar que o célebre genebrino Piaget em seu tempo livre “de férias” subia até seu chalé no alto das montanhas suíças para escrever suas obras. Piaget explicava sua conduta alegando que as células nervosas não necessitavam de descanso, apenas de mudança de atividade.

⁹ Miriam Jansen-Verbeke, Leisure, Recreation, Tourism. A Geographic View on Integration. *Annals of Tourism Research*, vol. 14, 1987, pp. 361-375.

¹⁰ Alistair Mathienson e Geoggrey Wall. *Tourism: economic, physical and social impacts*. Nova Iorque, Longman, 1987.

Com isso esses autores preferem colocar que lazer e recreação são estados mentais, são atitudes que devem ser portanto definidas em termos psicológicos.

Imagem Turística

Porque uma localidade ou região torna-se turística? Essa indagação tem sido respondida de maneiras às vezes diferentes, às vezes complementares, pelos diversos estudiosos do assunto.

Para alguns autores, as pessoas que exercem atividades repetitivas durante o ano todo necessitam de um período de férias para quebrar a monotonia de seu trabalho, para recarregar a bateria como muitos afirmam. Daí surge uma segunda indagação: quais as razões pelas quais as pessoas escolhem certos lugares em detrimento de outros?

Com as conquistas tecnológicas, observa-se que a vida moderna pode ser previsível e, as férias, conquistadas pela divisão do trabalho e pela legislação trabalhista significam uma parada no previsível, constituindo-se uma quebra da monotonia. Dessa maneira, os meios de transporte tais como automóveis, trens, aviões, navios têm permitido deslocamentos para lugares mais distantes, oferecendo oportunidades de se conhecer novos cenários, pessoas com outros costumes ficando-se a par de novas culturas, ampliando o conhecimento a respeito do mundo.

O imprevisível do mundo moderno é diferente de quando o Homem singrava o oceano em busca de novas terras a serem descobertas, de quando vivia no campo sem previsões para sua colheita, quando não se podia antever o que estava além de seu território já conquistado. Atualmente, se o Homem vai para outra localidade é informado sobre o que irá encontrar, de como é o clima e até adequação das roupas que deverão ocupar sua bagagem. O imprevisível será a maneira de como a área está arranjada, as novidades que o lugar oferecerá, as novas paisagens que se descortinarão ao olhar.

Mercer¹¹, ao buscar explicações para as saídas temporárias das pessoas, conclui que a resposta está na psique. O cérebro humano é programado para rejeitar a monotonia. Sem a mudança temporária, sem a possibilidade do imprevisível, as funções cerebrais tornam-se ineficientes e provavelmente a pessoa entra em um processo de

¹¹ Charles, Mercer. Why do people take holydays. *New Society*. August, 1976, pp. 438-440.

estresse. Nessa programação do cérebro está a chave para a compreensão dos deslocamentos ocasionais, que ocupam atualmente o tempo livre das pessoas.

Rimbert¹², por outro lado, coloca que o sair e o voltar para o rotineiro que procura o turista, deve também provocar uma certa forma de inquietude: língua não habitual, cardápios enigmáticos, vegetação exótica, costumes novos. São tantos os aspectos de interesse quanto os de apreensão. Um dos paradoxos do turismo reside na necessidade de sair do habitual, preocupante, na certeza da volta à rotina tranquilizadora. É para sua tranqüilidade que o turista aceita o intérprete que se expressa em sua língua materna, que procura o conforto da morada que deixou em seu lugar de origem. Isso ocorre de tal maneira que se chega a transportar a própria paisagem cotidiana e pessoal, eliminando-se, em parte, o efeito da aventura.

Os psicólogos Moles e Rohmer¹³, em sua obra já clássica, colocam que viver em sociedade implica na alternância temporal da concentração e dispersão. Essa temporabilidade de concentração significa que o Homem vive e produz na comunidade, da qual faz parte através de suas relações sociais e econômicas, satisfeitas com o ajuntamento, com a troca de informações, com a fluidez social. Entretanto, também sente necessidade da dispersão, que o retira de suas obrigações rotineiras, que o leva para outros lugares, aproveitando o intervalo de tempo a que tem direito, o denominado lazer. Dessa forma essas duas forças estariam operando na vida das pessoas: a da concentração e da dispersão. A da concentração agindo em si mesma, no ponto **Aqui**, onde é mantida a vida cotidiana. A da dispersão no ponto **Além**, onde se encerra a imaginação de um mundo melhor.

Ao se perceber como um ser isolado em seu meio ambiente, o Homem se constitui em um sistema perceptivo formado de zonas que se sucedem a partir dele mesmo até a extremidade do mundo. Essas zonas são denominadas de conchas por Moles e Rhomer, os quais procuram descrever sua natureza do ponto de vista de uma psicologia social, considerando-as vetores da apropriação do espaço. Essa natureza, muitas vezes ignorada pelos urbanistas, envolve aspectos topológicos e ontogenéticos, interligando o desenvolvimento do homem como ser pessoal e como espécie aculturada.

Nessas conchas os indivíduos se locomovem e as medidas das distâncias e do tempo de permanência nesses deslocamentos variam do cotidiano para o excepcional. As conchas, invólucros do Homem, são as seguintes: o próprio corpo, o gesto imediato, um cômodo da casa, o lar, o bairro, a zona central da cidade, a região e o vasto mundo.

¹² Sylvie Rimbert. *Les Paysages Urbains*. Armand Colin, 1973.

¹³ Abraham A. Moles e Elizabeth Rohmer. *Psychologie de L'espace*, Casterman, 1978.

A primeira concha é representada pelo próprio corpo que tem por limite a pele. Esta fronteira é que determina a diferença entre o Eu e o Mundo. A pele como membrana e não uma simples parede funciona como uma barreira contra os acontecimentos externos, definindo o ser biopsicológico, daí dizer-se “sentir-se bem dentro da própria pele”. Ao contrário dos demais sentidos que possuem um órgão sensorial, a pele transmite sensações táteis, térmicas, dolorosas, pressoriais de maneira difusa. Não se pode esquecer que esta pele, em geral, e em sua maior extensão está recoberta pela vestimenta, considerada como uma segunda pele.

A segunda concha é a do gesto imediato, que se estende logo além do próprio corpo, onde todos os comandos são trazidos à zona de acesso por um gesto, indo até o alcance do braço. Compreende um certo número de operações ou de ações, não implicando um deslocamento geral do corpo.

Na terceira concha, o Homem ocupa um espaço que lhe é familiar, sobre o qual mantém um domínio, pois seus olhos alcançam a totalidade do espaço. Corresponde ao seu campo visual em um espaço fechado, relativo a um cômodo de sua casa. Este é um espaço onde o Homem encontra seu ninho, que transforma em seu lugar em uma escala real. Além disso, o cômodo é uma unidade visível do espaço com uma aparência de forma unitária, subordinado aos espaços eventuais.

A concha seguinte representa a casa, o lar onde a pessoa reside e conserva a condição de dono e o controle. Local em que desfruta de total intimidade, que lhe assegura o direito de entrar e sair com liberdade, enfim, representa o seu mundo particular. É o local de refúgio onde a pessoa está rodeada apenas pelos seres e objetos familiares, isolado do exterior. É uma concha privada, particular. Ao passo que a quinta encerra o mundo experimentado, conhecido, com lugares já explorados, ou seja, o bairro onde mora, com seus vizinhos, estabelecimentos comerciais de primeira necessidade, pontos de encontros diários, com o bar, a padaria, enfim a porção da cidade onde conhece e é conhecido, porém ainda não necessitando de grandes deslocamentos.

A sexta concha é a zona de convergência da cidade por excelência. É a área do anonimato onde o indivíduo é um estranho, porém domina e conhece a área. Essa parte corresponde ao centro da cidade, local de prestação de serviços, dos produtos de melhor qualidade, do agrupamento comercial. O centro é a cidade propriamente dita, com sua organização interna, com pessoas de toda sorte, de mendigos a intelectuais, de restaurantes luxuosos a bares pequenos. É o local onde as pessoas empreendem deslocamentos

maiores para chegar até ela. É a área dos turistas, dos moradores que visitam, passeiam e exploram.

A região, que é a sétima concha, corresponde a uma área distante do lugar habitual dos indivíduos, mas é um local onde se pode ir e vir em um mesmo dia, no tempo livre. A região compreende os arredores da cidade, que são os pontos de visita de um parque ou de uma residência secundária.

A oitava e última concha é percebida como o vasto mundo. É o mundo das viagens, onde as saídas tornam-se mais raras e as distâncias maiores. É o lugar que está nas aspirações, na imaginação do Homem e apresenta-se como melhor e mais atraente do que o cotidiano. Na passagem da região para o vasto mundo, isto é, da sétima para a oitava concha, é preciso uma transgressão de fronteiras. Esta esfera é uma busca da novidade e imprevisibilidade, que transcende o domínio espaço-tempo, implica criatividade de ações, descobertas, reexame de valores e fantasia.

Nessa hierarquização do espaço, representado pelos invólucros, está caracterizado que a partir da quarta concha o indivíduo sai do seu domínio, do seu lar. Nesses espaços, a pessoa começa a exercitar os deslocamentos temporais: por dia, semana e ano, de maneira individual, familiar e em grupos.

Esse modelo traz à luz a importância da totalidade do Homem (físico e mental) na medida em que coloca suas aspirações nos deslocamentos evidenciando a influência em suas construções, na maneira de viver, revelando a imaginação aliada às suas necessidades de conhecer e explorar. Tão logo a pessoa toma consciência da amplitude do mundo, do ambiente ao seu redor, da distinção do bem e do mal, tenta desvendar o que está além do seu espaço imediato.

Frèmont¹⁴, geógrafo francês, ao procurar uma aplicação para o mundo vivido das conchas propostas por Moles e Rhomer, apresenta um modelo em que a escala vertical é representada pela **distância aproximada** e a horizontal pelo **ritmo dos tempos**.

O autor tece considerações geográficas sobre as conchas, esclarecendo-as e enriquecendo os seus significados. Duas citações^{15 e 16} são ilustrativas:

As “conchas”, com efeito, recentram o espaço sobre quem o apreende. Além disso, estabelecem uma dupla relação bastante coerente entre as conquistas do espaço infantil e as estabilizações da idade adulta,

¹⁴ Armand Frèmont. **A Região, Espaço Vivido**, Livraria Almeida, Coimbra, 1976, pp. 29-32.

¹⁵ Idem, p. 29.

¹⁶ Idem, p. 32

entre as contingências do espaço socializado e as pulsões dos comportamentos individualizados.

.....
... o vasto mundo que engloba o planeta, situa-se como um espaço de projeto, a zona de viagens e exploração, o desconhecido mais ou menos conhecido, o reservatório do novo. Domínio virtual, não deixa por isso de existir, na medida em que uma pessoa tem a possibilidade de organizar uma viagem de negócios

O vasto mundo é também de interesse dos estudos turísticos, por ser o lugar das viagens, do além fronteiras, daquilo que a população domina no seu dia-a-dia, da sua imaginação.

Dessa forma, essa necessidade exploratória, comumente não é satisfeita por um lugar qualquer. A preferência por lugares não acontece aleatoriamente. O indivíduo traz no seu primeiro invólucro, no seu próprio ser, uma carga de conhecimentos, acumulada pela experiência, aspirações de um mundo melhor, qualquer que seja seu papel e poder na sociedade, que influencia nas suas decisões, na sua escolha por certas paisagens em detrimento de outras.

A Fig. 1 mostra de maneira elucidativa as relações temporo-espaciais entre o cotidiano, o semanal, o mensal e o excepcional com as distâncias dos deslocamentos percorridos pelos indivíduos, segundo Frémont.

Tuan¹⁷ estudou a preferência por paisagens naturais, cujos lugares contam com recursos de atração permanente na imaginação das pessoas, preferência esta que está associada a fortes manifestações topofílicas. A praia, a ilha, o vale e a montanha aparecem como meios de atração permanente.

A preferência pela praia alia-se aos significados representados pelas reentrâncias que sugerem segurança, o horizonte aberto para o mar propondo aventura. A praia é um lugar de atração permanente, sendo esse poder atribuído a uma nova avaliação da natureza.

Os balneários passam a ocupar proeminência dos turistas somente a partir de 1750, quando renomados médicos publicam livros abordando as potencialidades terapêuticas das águas marinhas. O objetivo muda de foco no decorrer das décadas. Atualmente o culto ao corpo e ao erotismo do bronzeado figuram como poder de atração, e os quatro S da língua inglesa popularizam-se: Sex, Sun, Sea e Sand.

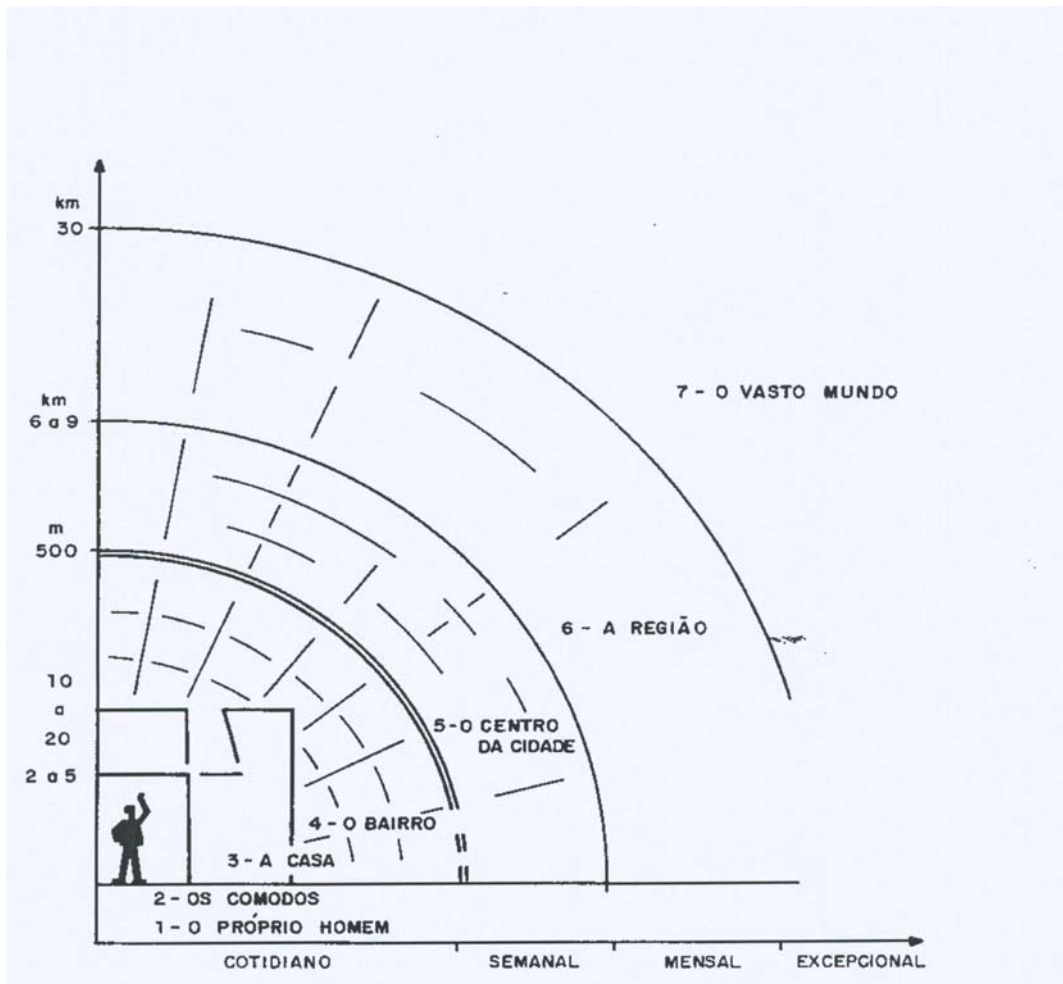


FIG. 1 - AS CONCHAS DO HOMEM (segundo Moles e Rohmer)

¹⁷ Yi-Fu Tuan. *Topofilia, um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente*. São

Já o vale sugere a segurança de boas colheitas e variedades de alimentos provenientes do rio. Rio este que serve tanto para a comunicação, como para as lavouras, nas planícies de inundação e nas encostas dos vales. Os aglomerados especializados surgiram nas áreas não sujeitas a inundações. No Oriente as partes mais elevadas eram destinadas a construção dos templos, locais de ritos de adoração. As montanhas contam com clima de altitude, condição essencial para o surgimento de estâncias climáticas.

As estâncias climáticas ganham expressão quando a medicina passa a se utilizar de métodos naturais para a cura. A terapia da tuberculose, doença comum no século XIX, era feita em sanatórios isolados, localizados em áreas com clima de montanha. Posteriormente, essas localidades tornaram-se turísticas pelas características de seu clima: verões brandos e invernos frios com ocorrência de neve que permite a prática de esportes e centros de esqui.

A ilha, por sua vez, está ligada à imaginação do Homem em viver em um mundo melhor de abundância e perfume. Essa imaginação e conseqüente busca vem desde a Antigüidade até os dias atuais. No imaginário, principalmente Ocidental, a ilha representa o Éden, o paraíso perdido por Adão e Eva. Quando da descoberta da Polinésia, os navegadores europeus pensavam ter atingido o paraíso. A ilha simboliza um estado de inocência e beatitude, isolada pelo mar dos infortúnios do continente. As ilhas estão impregnadas de lendas que lhes fornecem alimentos o ano todo. Essa preferência atravessa os séculos e, atualmente, as ilhas já descobertas se constituem em lugar turístico diferente, que tem atraído hordas de turistas. Exemplo disso são os folhetos, cada vez mais expressivos, oferecendo viagens de descanso para as ilhas do Caribe e dos Mares do Sul.

Lowenthal¹⁸ também estudou as preferências e os motivos de escolha por lugares. Essa preferência é explicada pela interação física das pessoas com os mesmos, interação esta que poderá ser proveniente de nossas lembranças, de nossa imaginação. Para o autor, a leitura de romances, observações de retratos, filmes e pinturas levam à escolha de determinados locais em detrimento de outros, e são capazes de incentivar o desejo de se enveredar por eles.

Fischer¹⁹, entretanto, salienta que as preferências por lugares específicos têm explicações psicológicas e provêm das relações que as pessoas estabelecem com os componentes do lugar. Coloca ainda que as preferências variam de acordo com a cultura de

¹⁸ David Lowenthal. Finding Valued Landscapes. *Working Paper 4*, Institute for Environmental Studies, Toronto, 1978.

¹⁹ Gustave Nicolas Fischer. *La Psychosociologie de L'Espace*. Paris: Presses Universitaires de France, 1981.

um povo. Por exemplo, os escandinavos e alemães procuram na natureza: o sol, a água tépida, a vegetação exuberante. Ao passo que os ingleses, embora apreciando a natureza, procuram áreas arranjadas artificialmente, como os parques, jardins que com freqüência têm sua vegetação adaptada de outras partes do mundo.

Já para Mercer²⁰, os lugares que as pessoas preferem para quebrar a monotonia rotineira variam de acordo com suas aspirações. Em primeiro lugar está a complexidade da percepção do meio ambiente. Algumas paisagens podem ser desagradáveis para algumas pessoas, enquanto outras sentem-se atraídas pelas mesmas por lhes provocarem prazer. Em segundo, o fator mobilidade populacional. As pessoas escolhem lugares para visitar onde nunca pensaram em fixar moradia, principalmente aquelas que vivem em áreas urbanas complexas. Um terceiro fator é o chamado controle do meio ambiente, que é a reação das pessoas a ambientes que conduzem ao excitação, como por exemplo alcançar o cume das montanhas. E, por último, há outro grupo que prefere obter o máximo de informações a respeito do lugar, evitando-se, dessa maneira, o efeito da surpresa.

Para Tuan²¹, todas as pessoas querem a boa vida. A boa vida não tem um conceito generalizado, variando tanto a nível de cultura, como a nível individual. Por exemplo, nas sociedades urbanas complexas, a boa vida pode estar ligada à aquisição de bens que produzem uma existência confortável. Nas civilizações baseadas na agricultura, a vida nas fazendas é idealizada. Nessas idealizações, a boa vida é concebida mais como resultado das produções do que pela beleza de sua paisagem natural.

Na sociedade atual, a boa vida pode ser vivida também nas ocasiões em que se tem um tempo livre, longe do trabalho habitual. Nesses momentos a boa vida é procurada por todos, encontrada em lugares especiais, selecionados pela beleza rara, registrando-se o momento específico que fica guardado na mente das pessoas.

Entretanto, no destino das pessoas, na escolha de lugares para se passar uma temporada, o que se constrói dos lugares revela-se como a essência do turismo. Imagem construída de lugares, formada por um processo mental, proveniente de experiências, lembranças, do acúmulo de informações de um mundo conhecido e por conhecer é, portanto, a imagem turística, que se forma a partir de momentos vivenciados dos folhetos de propaganda ou da troca de informações fornecidas por outros viajantes.

²⁰ David Mercer. Why do people take holidays? *New Society*, August, 1974, pp. 437-440.

²¹ Yi-Fu Tuan. *The Good Life*. The University of Wisconsin Press, 1986.

Para Gartner²², o processo de formação da imagem turística é altamente complexo e sofisticado. Assim sendo a imagem de um lugar pode ser também modificada por mensagens não solicitadas, como reportagens, conversas ocasionais e até mesmo observações fortuitas. Com isso a observação e a troca casual de informações são os dois processos mais comuns na formação da imagem. Devido ao custo e ao tempo, viagens de férias para lugares distantes serão realizadas somente depois de um longo processo de levantamento de informações. Na falta de uma visita direta, a imagem de um destino é formada através dos meios usados pela publicidade.

Daniels²³ coloca que a publicidade é central para a construção da imagem de lugares. Os anúncios fazem uso de palavras que ensejam o desejo por comodidade. Há uma magia na produção destes lugares com uma possibilidade de se perceber a realidade. Apelos são colocados nos folhetos de viagens, incentivando o desejo de se conhecer um mundo novo, de magia e encanto.

Neiva²⁴ concebe a imagem como reprodutora. A imagem legitima o real: "*As representações desfilam diante de espectadores que, anestesiados, se satisfazem com o mínimo de novidade, e nada mais. As imagens são em si mesmas um convite ao conformismo*".

Dessa forma a imagem é uma reprodução de determinada situação que quer se demonstrar. Com o avanço tecnológico, com o domínio do mundo, pouco há que se considerar como raro, ímpar. São anúncios publicitários, com suas cores e luzes, com pessoas lindas, jovens e sadias que transformam uma imagem banal em rara e singular.

E como bem salientou McLuhan²⁵: o conteúdo da mensagem não tem interesse, o que interessa é percebermos como o meio muda nossos sentidos e nossa capacidade de percepção.

A imagem turística é fabricada pelo publicitário e também pelo candidato a viagem, quando sonha com o lugar, em um momento ideal: não se imaginam as praias sob chuva ou vento, nem tampouco o centro das cidades com amplo congestionamento e edifícios escuros. O ideal é desfilado pelos guias de propaganda e pelas fotografias que os turistas tiram escolhendo lugares interessantes retratados nos melhores ângulos, com

²² Willian C. Gartner. Tourism Image: Attribute Measurement of State tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques. *Journal of Travel Research*. vol. 28, 1989, pp. 16-20.

²³ Stephen Daniels. Place and the Geographical Imagination. *Geography*, n. 377, vol. 77, october, 1992, pp. 310-322.

²⁴ Eduardo Neiva Júnior. *A imagem*, Rio de Janeiro, Editora Ática, 1986 pp. 5-86.

²⁵ Herbert Marshall McLuhan. *Teoria da Imagem*, Rio de Janeiro, Biblioteca Salvat, 1979, p. 21.

originalidade, eliminando o estado banal da imagem. Assim sendo a imagem é básica para o turismo.

Hunt²⁶ examinou o fenômeno da imagem e como ela é transmitida para o turismo, ressaltando que a percepção obtida por um visitante tem valor significativo na viabilidade de uma área com vocação turística. Atribui à imagem que se tem de um lugar, um fator para o desenvolvimento do turismo. O que os consumidores, em geral, pensam a respeito de uma área é fator formador de opinião, podendo contribuir para o sucesso da área. Além disso, considera que, embora haja mercados únicos e oportunidades também únicas, a maior parte dos turistas que viajam por determinadas regiões têm características e necessidades similares. Os consumidores preferem produtos que se compatibilizam com suas maneiras e com o que pensam de si mesmos e dos produtos cujas imagens se aproximam de suas aspirações. Para Hunt, todos os lugares têm imagens boas, ruins e diferentes, que necessitam ser identificadas e alteradas para se tornarem úteis e exploradas.

Diante de todas as considerações até aqui feitas ficam as perguntas: O que é uma imagem? Como ela é construída? Pode-se falar em imagem de um modo geral?

A resposta a estas questões pode ser encontrada na teoria de Piaget²⁷ sobre a imagem mental. Porque na verdade, qualquer que seja a representação da realidade, implica sempre em uma imagem mental.

Para Piaget, a concepção de imagem mental está intimamente relacionada com a noção de conhecimento. Os estudos deste autor se preocuparam sempre com a natureza e o papel da imagem. A imagem, no início da psicologia experimental, era considerada como um produto direto da percepção e da própria sensação. Isso implicava que a imagem era um elemento essencial do sistema de associações e característica do pensamento. Também foi entendida como uma cópia pura e simples dos objetos ou acontecimentos. Até um período mais recente, a psicologia não reconhecia o pensamento independente da imagem, confundindo-se esta com a memória e as lembranças. Na verdade, a imagem era trabalhada isoladamente da inteligência.

Mais recentemente é que a imagem deixa de ser interpretada como um simples prolongamento da percepção e passa a adquirir uma posição de símbolo. A construção mental da imagem está ligada à função simbólica a partir da imitação e do jogo, processos que levam ao desenvolvimento da inteligência.

²⁶ John Hunt. Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research*, 13(3), 1975, pp. 1-7.

²⁷ Jean Piaget et Bärbel Inhelder. *L'Image Mentale Chez l'Enfant*. Paris: PUF, 1966.

Battro²⁸ define a imagem mental, segundo Piaget, como uma interiorização, como um símbolo significante do objeto. Em um sentido amplo, praticamente eqüivale à representação imaginada.

As imagens podem ser classificadas pelo conteúdo em visuais, auditivas, etc. Ou pela estrutura em imagens de objetos estáticos (quadros, mesa, fotos) e de movimentos (automóveis, pêndulos). As imagens, quanto à sua gênese, podem ser reprodutoras, quando evocam objetos ou acontecimentos já conhecidos, ou antecipadoras, quando diz respeito a objetos ou acontecimentos não percebidos ou conhecidos anteriormente.

Os mecanismos da imagem são tanto figurativos como operativos. O aspecto figurativo compreende: o perceber (presença do objeto), o imitar (presença ou ausência do objeto relativo ao gesto ou gráfico) e o imaginar (na ausência do objeto e é relativo ao mental). Ao passo que o aspecto operativo está relacionado às ações sensório-motoras, às interiorizações e às operações propriamente ditas (representativas, reversíveis e transformadoras).

Na realidade há uma interação funcional entre o figurativo operatório na construção da imagem mental. Constituindo-se, portanto, a imagem em um auxiliar indispensável para o funcionamento do pensamentos, sendo uma expressão simbólica mais ou menos fiel ou deformada do objeto ou acontecimento.

Qual seria a imagem turística de um lugar? Quem trabalha com o espaço turístico traduzido por imagens é o geógrafo tunisiano Miossec²⁹. Este autor analisa a imagem sob dois aspectos: a imagem que os turistas fazem do espaço turístico e a imagem que os organizadores de viagens produzem do mesmo.

Para este autor a imagem turística é complexa, pois refere-se a um sonho refletido nos cartazes, nos guias, nos folhetos, nos livros e filmes, com suas cores, movimentos e encantamentos. A imagem e sua evocação são cheiros, sons e sensações fixados pelos turistas, imagens essas às vezes percebidas com inquietude e surpresa pelas populações locais.

Assim Miossec reconhece três grandes tipos de imagens turísticas: global, tradicional e atual. Cada um desses tipos diz respeito a uma conduta individual e grupal.

A imagem global correspondente às aspirações do ser humano por ultrapassar seu limite, limite este que corresponde ao domínio, ao conhecimento do mundo.

²⁸ Antonio M. Battro. *O Pensamento de Jean Piaget*, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1976, p. 301.

²⁹ Jean Marie Miossec. L'image touristique comme introduction à la Géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, 58 (473), 1977, pp. 55-70.

A busca de lugares torna-se mais freqüente tão logo o lugar em que se está estabelecido transforma-se em familiar, onde a pessoa domina sem dificuldades: sai e consegue voltar, sem se reter, conscientemente, a pontos de referência. A familiaridade com o lugar faz com que sinta necessidade de sair, de conhecer novas paragens.

A saída do ambiente habitual envolve uma ambigüidade: a pessoa quer sair mas quer segurança. Por outro lado o indivíduo não é capaz de apreender uma imagem complexa ou imprevisível. Por conseguinte, a imagem turística não pode ser banal em demasia e assim tornar-se aborrecida; tampouco original demais e assim incompreensível. Os pontos de referência devem tranquilizar e pôr à vontade o turista no mundo exótico.

Esta imagem turística global nasce do desejo de se conhecer novos lugares, da possibilidade de se escapar do lugar onde o indivíduo é, onde ocupa um papel na sociedade. Além do mais, a sua saída é vista como status junto ao grupo do qual faz parte. Ou seja, da necessidade de se conhecer novos lugares é que nasce a imagem global.

Já a imagem tradicional é proveniente das experiências, da vivência da pessoa. A imagem tradicional vem se fixando lentamente, durante séculos e a cultura do turista permite-lhe um entendimento de toda riqueza que a paisagem apresenta. A imagem turística de um lugar carrega em si mesma um poder evocador, inscrito nas profundezas psicológicas de cada indivíduo. Cada camada social valoriza o espaço de um modo específico, imagem transmitida pelos costumes e moldada através dos tempos.

A paisagem por ela mesma encerra uma imagem, um certo tipo de construção é tido como característico de um ou outro lugar. As primeiras cidades dos países colonizados por portugueses e espanhóis são marcadas pela praça central ampla, dominada pela igreja. Os museus encerram objetos significativos da trajetória de um povo. As paisagens bucólicas inglesas, desfiladas nas telas dos pintores, o erotismo das praias francesas, notadamente a Côte d'Azur, paraíso dos artistas famosos, tudo isso é fator de formação da imagem tradicional. Assim, uma leitura sistemática da imagem dos lugares na literatura, história, filmes, música e pintura, um estudo de seus cheiros e suas cores, de sua luminosidade se faz necessário porque carrega o poder do espaço evocador e é apreciado em função da percepção dos visitantes.

A qualidade da imagem de um lugar turístico se faz em função da distância que separa este lugar da residência habitual do turista e igualmente da área lingüística e cultural às quais pertence um determinado lugar. A imagem depende ainda da instrução do indivíduo e da riqueza do objeto, posto que signos e símbolos são desfilados em todos os lugares.

A imagem tradicional é moldada pelos tempos, transmitida pelos costumes, variada de forma escalar, dentro e fora dos países. Nas áreas turísticas brasileiras, a imagem do selvagem, do intocado, do natural coloca em destaque a Amazônia. A densa floresta amazônica firma-se cada vez mais como imagem de atração permanente com sua rica fauna e flora.

As classes sociais mais abastadas contribuem para a fixação da imagem tradicional: membros dessas classes descobrem um local; aos poucos as categorias sociais médias e mais baixas freqüentam o sítio e modelam novas imagens. O exemplo de Guarujá é marcante: de reduto freqüentado exclusivamente por empresários bem sucedidos, hoje assiste a uma massificação de suas praias, com a implantação de grande número de colônias de férias. É comum os novos chegados segregarem os antigos. A praia de Pernambuco ainda é um reduto exclusivo. A inovação, entretanto, vem sempre das classes superiores, mais abastadas.

Por último, a imagem atual, também denominada imagem nova, corresponde ao espaço criado pela moda, pela mídia, pelos padrões de beleza da sociedade contemporânea. Essa imagem é auto regulada, compreendendo três componentes: o turista, o receptor e os organismos de viagem.

O turista é o que tem aspirações e desejos que se somam à necessidade de sair do cotidiano, desejo esse mais acentuado agora, já que orientado pela propaganda. O receptor é a área estruturada para receber o turista, com suas belezas, encantos realçados, camuflando o rotineiro. Já os organismos de viagens estão representados pelos agentes de turismo, publicitários que têm a função de selecionar áreas que atendam às expectativas do turista e que possam ser registradas em cores e movimentos.

Os promotores de viagens estão em todos os lugares. Todo e qualquer país é vendável para o turismo. São paisagens selecionadas, transpostas para as telas de quadros famosos; são lugares que encerram tramas de novelas, filmes de aventura, marcos históricos, romances desfilados em obras literárias, que se transformam em lugares atrativos, capazes de levarem as pessoas do desejo à ação. Os organizadores têm o papel de incentivar e direcionar os desejos dos turistas, com seus folhetos, cartazes, guias de viagens, que trazem informações sugestivas de lugares.

Na imagem atual, as aspirações dos turistas são reforçadas, mas não o conhecimento dos lugares a serem visitados. Com isso, a dificuldade para o turismo é conhecer com precisão o valor exato da oferta de todos os lugares que se encontram disponíveis.

Os serviços de informação e *marketing*, os agentes de viagens ajustam as suas necessidades aos desejos dos turistas. Os promotores de viagens estão no centro da complexidade da imagem turística. Perceber os anseios, o que as pessoas valorizam de um lugar, é tarefa essencial para a fixação da imagem turística.

As imagens de lugares são selecionadas e colecionadas, fenômeno subjetivo que exerce influência significativa para o sucesso e perpetuação da localidade. Sítios novos são descobertos, valorizados e incorporados; outros abandonados com ampla dependência do valor que se atribui ao que o local oferece e divulga, ou mesmo pelos meios de comunicação e de aceitação popular.

Em resumo, assim se podem enunciar as três imagens turísticas: a global corresponde às aspirações profundas, aos protótipos que transcendem a conduta turística regional ou nacional e diz respeito aos imperativos biológicos territoriais do Homem; a tradicional, profunda, se fixa lentamente, durante séculos e a cultura dos turistas lhes permite saborear toda a riqueza; a atual, relativa ao espaço criado pela moda, pelos cânones contemporâneos de beleza, pela sociedade atual, enfim pelo modismo da época.

Em uma revisão da literatura sobre cidades turísticas não foi encontrado nenhum estudo específico sobre os tipos de imagem preconizados por Miossec. Esta revisão não foi exaustiva, porém sobre cidades turísticas brasileiras não se tem notícia de qualquer trabalho dessa natureza.

Daí as indagações que se colocam: Quais seriam as imagens global, tradicional e atual da cidade de Itanhaém? Como os moradores e os usuários constroem essas imagens turísticas? Mas, antes de tentar responder a essas indagações e realizar uma pesquisa se faz necessário uma caracterização de Itanhaém enquanto cidade e localidade turística, com suas condições elementares e acessórias para o desenvolvimento pleno do turismo.

Capítulo II

ITANHAÉM: UMA LOCALIDADE TURÍSTICA

A cidade de Itanhaém passou por uma estagnação econômica durante séculos, para ser redescoberta, valorizada e apreciada já neste século, nas décadas de sessenta e setenta. A partir de então sua paisagem começou a ser remodelada, realçando-se seus componentes, firmando-se sua vocação para o turismo.

Os componentes históricos, localizados na parte central da cidade, passam atualmente por restauração, numa tentativa de resgatar seu passado, seus marcos históricos, posto que foi fundada no século do descobrimento do Brasil para proteger a costa brasileira para a coroa portuguesa, contendo portanto valor secular.

O poder público, através de medidas conservacionistas e preservacionistas tombou a localidade, passando-a para o Patrimônio Cultural Nacional. Essa decisão tem refletido na paisagem urbana e no seu casario particular e público, pois muito embora o interior de algumas edificações tenha passado por reformas, a parte frontal mantém suas características originais. Já o conjunto religioso permanece quase na sua integridade arquitetônica.

Políticas voltadas para o desenvolvimento do turismo, como o incentivo para implantação de hotéis, colônias de férias, loteamentos residenciais abrem uma nova perspectiva para a cidade, que tem seu espaço urbano acrescido, com feições turísticas propriamente ditas.

Itanhaém Histórico-Geográfica

Itanhaém, localidade do litoral sul paulista, faz parte do rol das cidades do Brasil quinhentista, tendo sido fundada para a posse e guarda das terras recém-descobertas da Coroa Portuguesa e terras que deveriam ser garantidas contra a incursão por mar de possíveis invasores. Sua fundação data do ano de 1532.

A divisão político-administrativa do Brasil Colônia fez-se primeiramente por intermédio das Capitânicas Hereditárias. Em 1534, o rei de Portugal, D. João III,

dividiu a Colônia em quinze faixas de terras, no sentido leste-oeste. Dessas, duas no litoral paulista: Santos e São Vicente. Em 1624, no decorrer do litígio entre as famílias Vimieiros e os Mosanto, descendentes dos antigos donatários de São Vicente, Itanhaém obteve o predicamento de Cabeça de Capitania e assim permaneceu até 1771, quando deixou de existir como Capitania. Com a perda dos foros e títulos de Capitania, Itanhaém perdeu também a maior parte da população, continuando apenas com a prerrogativa de município que havia sido outorgada por Carta Régia, em 1700.

A elevação de Itanhaém, pela metrópole portuguesa, à categoria de sede da Capitania de Itanhaém, não foi suficiente para impulsionar o desenvolvimento da cidade. Essa decisão coincidiu com o processo de penetração para o interior do continente, motivado por explorações mais atrativas que o ouro, posto que esse mineral já havia se esgotado no Vale do Ribeira. Como o maior objetivo de Portugal sempre foi a procura de metais e pedras preciosas em suas colônias, seu interesse mudou de foco, começando as Gerais a receber contingentes cada vez maiores de exploradores e desbravadores exatamente em fins dos séculos XVII e durante todo o século XVIII, até princípios do século XIX.

Enquanto isso Itanhaém, como bem salientou Araújo¹, não atingiu o mesmo desenvolvimento alcançado por Santos e São Vicente, que além de terem uma base econômica sólida, baseada na cana-de-açúcar, tinham melhores condições portuárias. Dentre os fatores que dificultaram o desenvolvimento de Itanhaém, destacam-se entre outros: ausência de condições portuárias para atracação de navios de maior calado; configuração retilínea da costa e principalmente pouca profundidade de suas águas; posição geográfica desfavorável devido à distância em relação à metrópole portuguesa.

Embora sede de município desde 1700, portanto com status de cidade, como dispunha a legislação colonial, na verdade Itanhaém permaneceu durante muitas décadas como um aglomerado urbano inexpressivo, de funções urbanas acanhadas, sustentado pelo pequeno volume de comercialização de seus produtos agrícolas, condicionado por uma lavoura de subsistência (milho, feijão, mandioca, banana), sem interesse para Portugal.

O sítio escolhido em 1532 para abrigar as primeiras construções de Itanhaém foi o topo do Morro de Itaguaçu. Além deste outeiro, a área conta com

¹ José Ribeiro de Araújo Filho. *A Baixada do Rio Itanhaém*, Boletim 116, Geografia, nº 5, 1956.

algumas elevações isoladas com mais de vinte e cinco metros de altura, que quebram a monotonia da planície costeira, como os Morros Sapucaia e Jacinto, entre outros.

A posição privilegiada do Morro de Itaguaçu, onde foi instalada a Igreja de Nossa Senhora da Conceição de Itanhaém, pelos jesuítas, serviu como marco inicial da ocupação humana. Entretanto, a ocupação efetiva e duradoura deu-se na parte plana, pela dificuldade de implantação de arruamento e expansão do sítio em acrópole. Esta Igreja remonta a meados do século XVI, apresentando estilo arquitetônico filiado ao Maneirismo (fase de transição entre a Renascença e o Barroco), quando a característica básica das construções era composta de fachada simétrica, arrematando um frontão clássico, com as empenas retas acompanhando as inclinações do telhado. No século XVII, quando da expulsão dos jesuítas, a Igreja passou aos cuidados dos franciscanos, que ergueram em espaço contíguo as paredes para abrigar um convento para noviciados.

O Convento, como passou a ser conhecido o conjunto igreja e convento, no topo do morro, tendo sido no passado um dos principais de sua ordem no Brasil e tendo guardado, em sua maior parte, suas características estruturais originais, é considerado como Monumento Nacional desde 1941, pelo Departamento Histórico e Artístico Nacional.

Do Convento hoje só existem ruínas, devido ao incêndio ocorrido no final do século XIX e o posterior abandono pela Ordem Religiosa responsável. A Igreja foi reconstituída por processos de restauração e é mantida pela ordem religiosa dos franciscanos, que comercializa lembranças santuárias. Por um preço simbólico de entrada, o visitante pode apreciar peças artesanais, móveis rústicos e pesados de composição retangular, imagens esculpidas em barro cozido e documentos históricos. Um livro de registro é mantido para documentar o nome e o local de procedência dos visitantes.

Da Igreja não atingida pelo incêndio tudo restou para contemplação, desde o altar-mor e os altares laterais, que abrigam imagens esculpidas há mais de três séculos, até o púlpito de onde se faziam as pregações. Tudo é mantido para os apreciadores da história e da arte brasileira e para a propagação da fé católica. As imagens revelam ocorrências de milagres religiosos, tendo sido no passado local de peregrinação. Dessa maneira pode-se falar da cidade de Itanhaém como local de relíquias e de festas tradicionais, estas previstas no calendário municipal.

O acesso a esse patrimônio era feito anteriormente por escadaria de oitenta e três degraus. A partir de 1752 foi iniciada a construção de uma ladeira, com duas rampas revestidas por pedras, e assentado na sua entrada um Cruzeiro de Pedra que resiste até os dias atuais.

A Foto 1 mostra a Igreja Nossa Senhora da Conceição de Itanhaém, toda branca, restaurada, tendo ao seu lado as ruínas do Convento, enquanto a Foto 2 detalha o calçamento do segundo lance da rampa de acesso. Os trilhos da ferrovia também aparecem nitidamente.

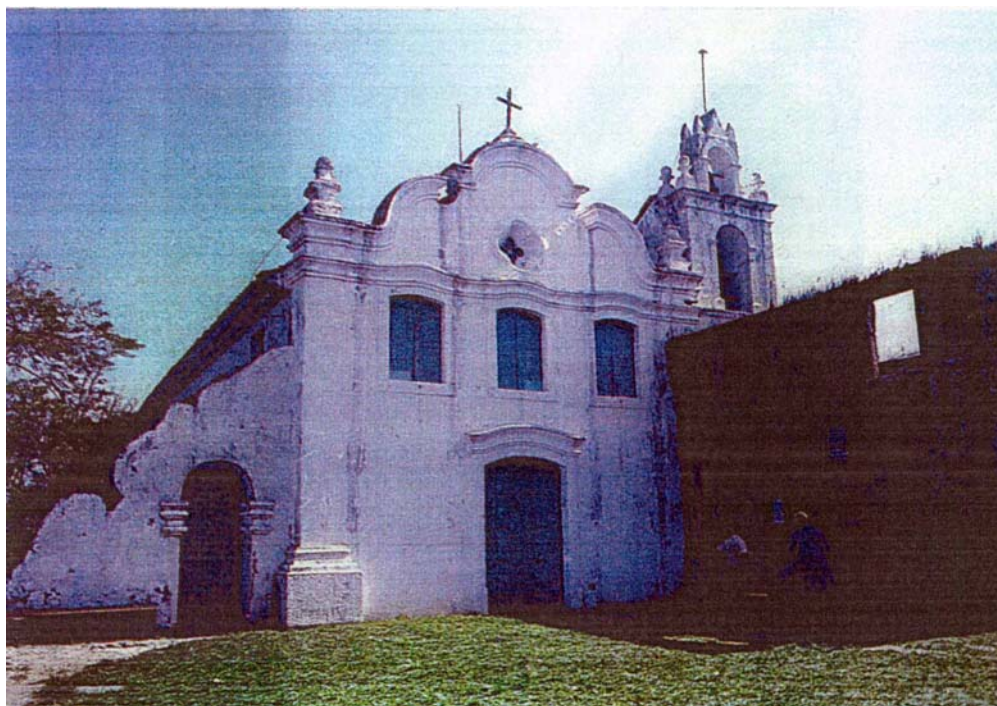


FOTO 1. Igreja Nossa Senhora da Conceição de Itanhaém e Convento.

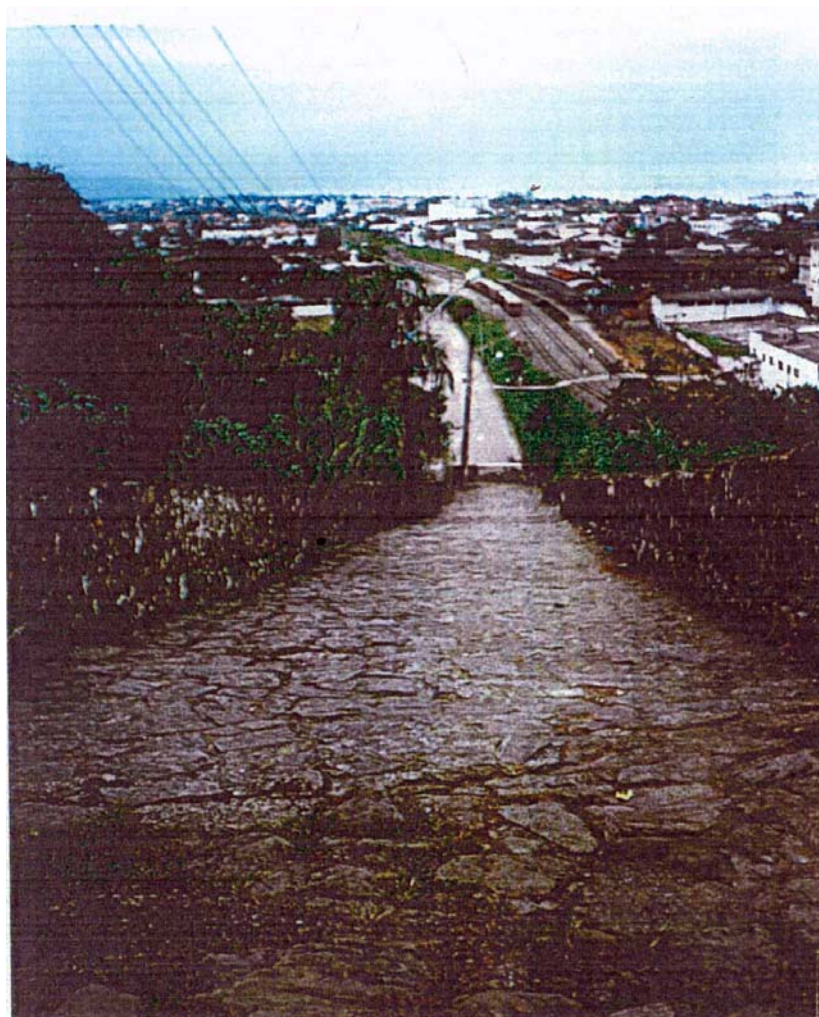


FOTO 2. Rampa de Acesso à Igreja e ao Convento.

Em 1639 a Igreja de Sant'ana, edificada na parte plana, converteu-se em Matriz, integrando o patrimônio histórico-religioso da cidade. Esta Igreja abriga imagens sacras, muitas delas encontradas enterradas nos fundos da Igreja. Suas linhas arquitetônicas revelam o estilo usado pelos jesuítas em suas construções religiosas, com nave única arrematada por frontão triangular. O material empregado na construção era a taipa de pilão. Pela Foto 3 podem-se observar detalhes da fachada da Igreja de Sant'ana, apesar do lamentável descaso em sua conservação.

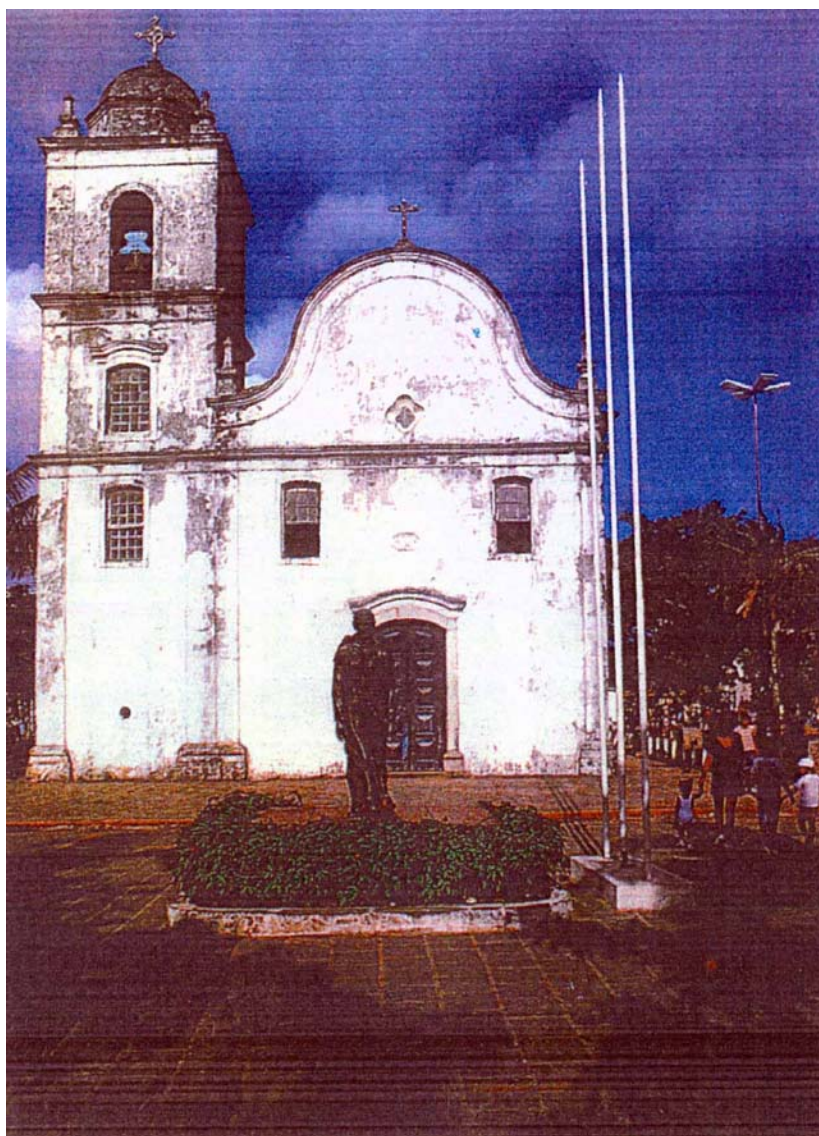


FOTO 3. Igreja Matriz de Sant'ana.

A praça central é um dos lugares que abriga em maior número as construções históricas. O prédio da antiga cadeia, convertido em Secretaria de Turismo do Município, destaca-se nesse conjunto arquitetônico, conservado em suas características primitivas. No térreo, onde funcionava a cadeia, encontram-se duas celas com grades de ferro nas janelas e portas que se voltam para uma sala. Nessas dependências há, atualmente, exposições de fotos que registraram momentos históricos de Itanhaém. No piso superior, onde funcionava a antiga Câmara Municipal, fica o arquivo de documentos. As decisões assumidas pelos “homens bons” eram anunciadas junto ao pelourinho, símbolo de cidade, localizado nessa praça central, em frente à

matriz. Atualmente o pelourinho encontra-se em exposição para visitação pública, nas ruínas do Convento, no alto do Itaguaçu.

O edifício da antiga Cadeia e Câmara Municipal, onde eram tomadas as decisões da cidade, está demonstrado na Foto 4. Localizado na parte lateral da praça central, apresenta boa conserva o. Esse local é hoje o ponto de informa es sobre a cidade, onde encontram-se fotos e folhetos explicativos de Itanhaém, sendo de livre acesso para o público em geral.

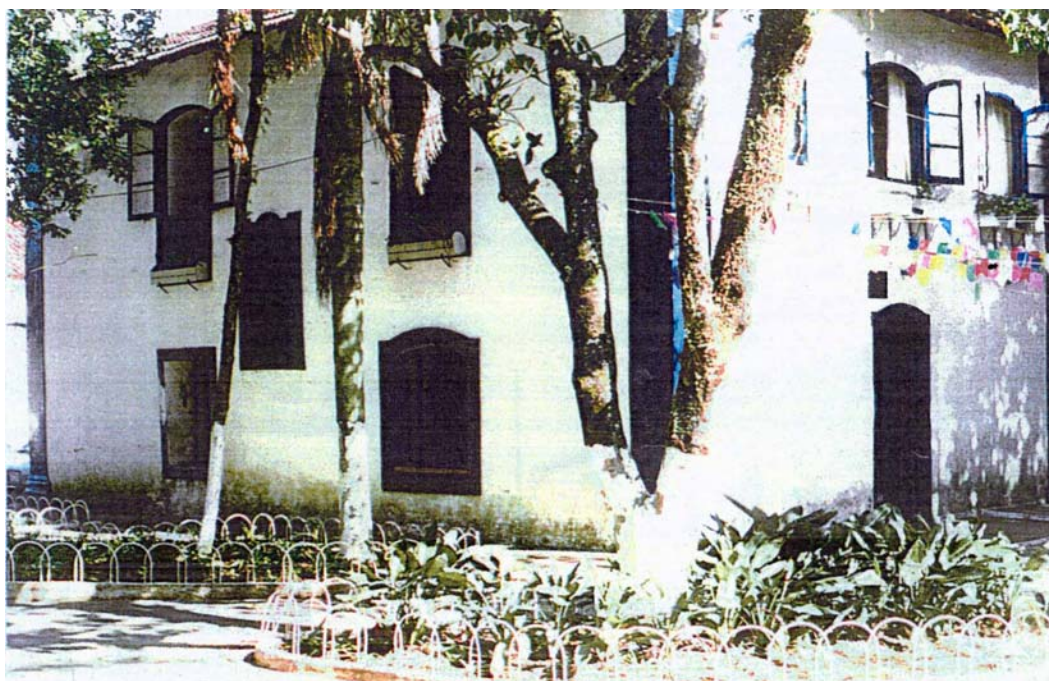


FOTO 4. Casa de Cadeia e Câmara.

O estilo arquitetônico das constru es do século XVI, com uma ou duas janelas, de um piso, também comprova o acanhamento da base econ mica de Itanhaém. Ao compararmos com as moradias que formam o cenário de outras cidades do Brasil Colonial, como por exemplo com as dos outros aglomerados urbanos mais prósperos, devido ao ciclo do ouro e do café, notaremos que estas últimas se destacam pela riqueza da arquitetura, apoiada numa base econ mica mais sólida. Itanhaém, além de não ser área portuária, de não possuir metais preciosos, de ter uma economia frágil baseada na bananicultura, utilizando-se de técnicas rudimentares, conhecia outros

entraves de natureza física, como a escarpa da Serra do Mar que dificultava ligações com o interior do continente.

A atitude de se iniciar o povoamento na parte plana está demonstrada nas ruas e calçadas estreitas, no casario que ao longo delas se dispõe, com suas casas geminadas, sem recuo, construídas em pequenos lotes e de piso único. A ausência de suntuosos sobrados é uma das características revelada pela Foto 5, que confirma esses antecedentes. Observa-se o casario modesto, rente à calçada, com ruas estreitas, ângulos retos, revestimento alterado de pedras para paralelepípedo. Notam-se também barraquinhas que se dispõem pelas ruas que rodeiam a praça central, comercializando quinquilharias para os turistas que as levam como lembranças de Itanhaém. Esta é uma feira de artesanato permanente.



FOTO 5. Casario da Área Central.

O leito carroçável ainda converge para a praça central e, nos seus arredores, as quadras foram dispostas com simetria regular, lembrando um tabuleiro de xadrez, como recomendava o Planejamento Romano no qual inspirou-se a Lei das Índias. A visão do conjunto arquitetônico de Itanhaém Colônia, com a Igreja de Sant'ana, a praça e ao fundo os trilhos da ferrovia, está retratada na Foto 6. Na parte inferior da foto o calçadão também aparece.



FOTO 6. Conjunto Arquitetônico da Zona Central de Itanhaém.

A porção onde se originou a cidade está esboçada na Figura 2; no centro as ruas convergindo para a praça, para depois tornarem-se tabuleiro de xadrez.

Embora o núcleo original tenha conhecido modificações ao longo do tempo, pelo processo de expansão da cidade, com as constantes reformas nas residências e a transformação no uso do solo, de residencial para comercial, é possível notar-se a presença de algumas edificações, nas quais a fachada foi conservada.

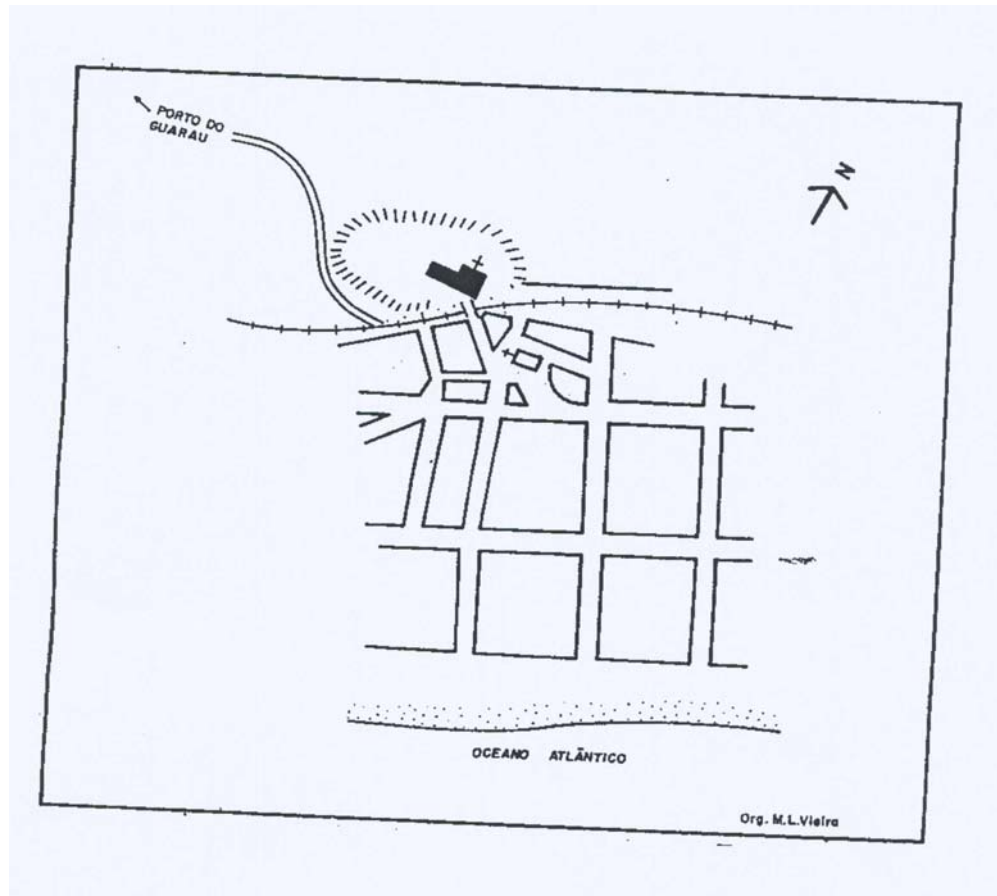


FIG. 2 - Sítio Original da Cidade de Itanhaém.

Nos primórdios de sua ocupação Itanhaém contava apenas com três ruas e duas avenidas, permanecendo estagnada por algumas centenas de anos, vindo a conhecer um desenvolvimento apenas na metade do século atual.

Modificações no espaço itanhaense começaram a ser esboçadas em 1915, quando a cidade foi alcançada pelos trilhos da Estrada de Ferro Santos-Juquiá, que ao seguir um trajeto litorâneo até Peruíbe, interligou Itanhaém aos núcleos mais prósperos de Santos e São Vicente. Antes o trajeto era feito apenas pelo caminho natural, isto é, a praia, com condicionantes de acessibilidade, pois sempre estava sujeito às flutuações das marés. A ferrovia serviu também para aglutinação dos núcleos isolados, ao fazer paradas, além da estação ferroviária. Assim, o Suarão e o Cibratel, que possuíam algumas edificações, foram agraciados com paradas dos trens, facilitando seu acesso. Atualmente a ferrovia desempenha papel pouco significativo nas ligações com outras áreas, mantendo apenas um trem diário de passageiros. Os pátios estão vazios e os galpões sem carga. Além disso, nota-se um abandono pela área.

A Rodovia veio a substituir o trem que, no passado, por sua vez, já havia substituído os navios. Assim o escoamento da produção de banana, feito em lombo de burro ou vagão de trem, passou a ser feito por caminhões, com retorno em cargas, sempre sendo estas material de construção e bens não produzidos na região. Nos dias de hoje, as transações comerciais são efetuadas através da rodovia, assim como o transporte rodoviário tem tido a preferência dos passageiros.

Mas foi sobretudo no período pós-segunda guerra mundial que a cidade, juntamente com todas as da orla marítima paulista, apresentou aumento considerável do seu perímetro urbano, com uma nova forma de ocupação do solo, as residências de uso secundário, iniciando-se com isso um novo rumo na economia da cidade.

As áreas do litoral central paulista, com a função específica de receber turistas, tornaram-se, nesse pós-guerra, efetivamente ocupadas e super valorizadas, devido à proximidade e facilidade de acesso com a capital paulista. Dessa maneira, na procura de novas áreas litorâneas, os lugares do litoral sul paulista foram descobertos e ocupados. Além da atração exercida pelas praias, os acontecimentos históricos, impressos nas construções, passaram a se somar aos atrativos naturais de Itanhaém, fazendo com que a cidade conhecesse um fluxo turístico significativo. Itanhaém começou então a vivenciar um novo processo de ocupação, o que entretanto não demonstrou de imediato aumento significativo de sua população fixa.

A população de Itanhaém nesses últimos 200 anos não tem sofrido mudanças significativas, a não ser na última década. Em 1791, Itanhaém perdeu os foros e títulos de Capitania e conseqüentemente habitantes: famílias e autoridades deixaram a cidade. A população registrada nos anos de 1793 e 1805, conforme a Tabela 1, não apresenta um aumento significativo. Esse fato pode estar ligado à perda anterior de seus títulos. Tudo indica ser a Estrada de Ferro a responsável pela duplicação da população durante a década de vinte deste século, o que irá refletir no recenseamento de 1940. Além disso, nessa década de vinte, deu-se a entrada de imigrantes japoneses, que se instalaram na região de Itariri, o que contribuiu para a elevação do número populacional. Posteriormente, com o desmembramento de Itariri, em 1948, Itanhaém deixou de contar com esse contingente populacional. Logo no início da década de cinqüenta, os aglomerados de Peruíbe, Mongaguá e Praia Grande adquiriram autonomia político-administrativa, passando a se constituírem municípios. Desta feita Itanhaém passou de um município de 1368 km² para 581 km², perdendo área e população, explicando-se a diminuição da população na década de cinqüenta e sessenta. Já a partir dos anos setenta a população foi aumentando pelo processo de urbanização, que está ocorrendo de forma generalizada no Brasil. Através da Figura 3 podem-se observar os desmembramentos ocorridos no município de Itanhaém. O aumento populacional fez com que houvesse reestruturações e ampliações no espaço urbano de Itanhaém, originando áreas distintas.

TABELA 1

Evolução da População de Itanhaém

| ANO | HABITANTES |
|------------|-------------------|
| 1793 | 1.233 |
| 1805 | 1.273 |
| 1872 | 1.566 |
| 1920 | 4.227 |
| 1940 | 10.878 |
| 1950 | 7.135 |
| 1960 | 7.365 |
| 1970 | 14.528 |
| 1980 | 26.163 |
| 1991 | 46.074 |

Fonte: IBGE - Censos Demográficos

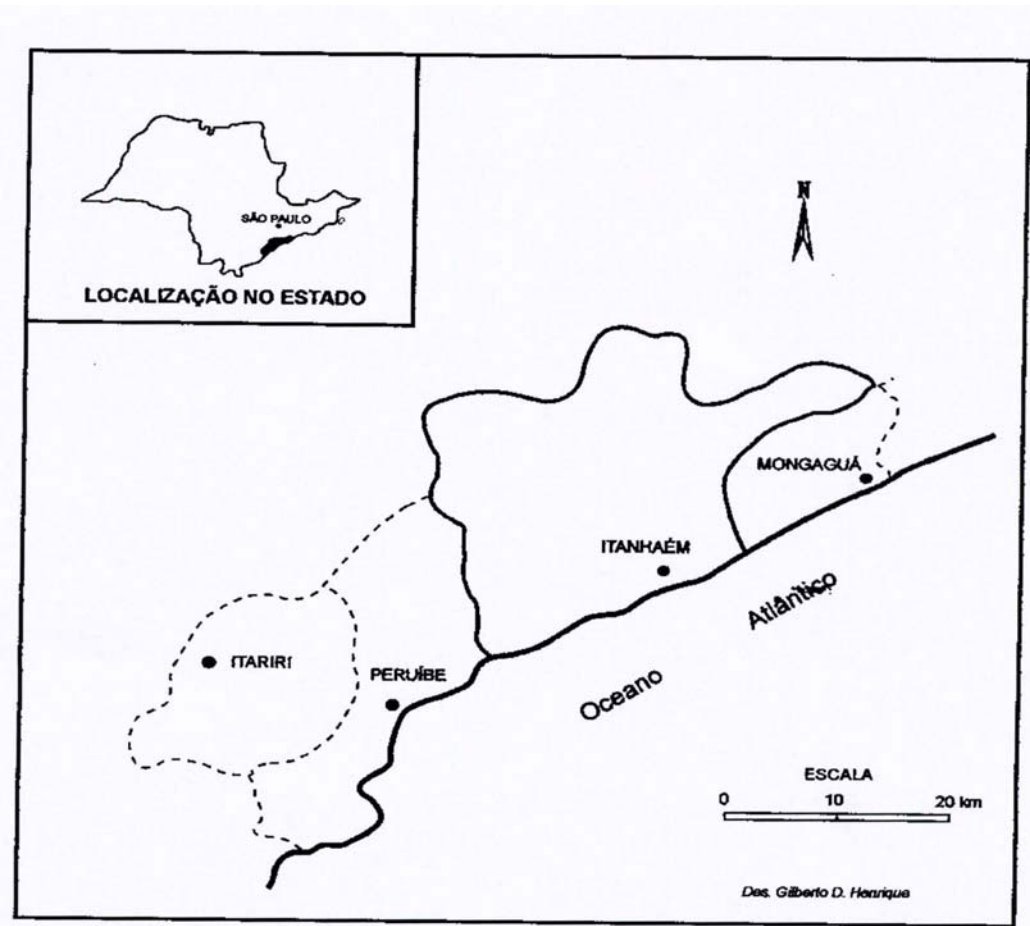


FIG. 3 - Mapa do Município de Itanhaém e dos Municípios Desmembrados.

O espaço urbano de Itanhaém vem ganhando novas feições, com áreas que lhe asseguram características peculiares: um centro histórico, com valorização dos recursos culturais e uma zona moderna. A cidade cresce graças ao desempenho de seu novo papel: o de função turística. Através de empreendedores imobiliários, que são os grandes estruturadores do espaço urbano, especializados em áreas residenciais, empreendimentos de vulto são implantados no local.

A paisagem urbana é marcada por elementos da mais variada ordem, reunindo componentes naturais (praias, mar, montanhas, vegetação, rios), monumentos coloniais históricos, bairros modernos que conferem particularidades contrastantes capazes de encantar o turista que para lá aflui, adentrando num mundo de beleza que o tempo conservou. Se, no passado, Itanhaém não teve papel de destaque na região, nos dias de hoje, com a valorização cada vez mais freqüente de cenários litorâneos para fins recreativos, a cidade vem conhecendo um progresso considerável com a expansão de sua área edificada.

O município de Itanhaém situa-se em uma ampla baixada, aninhado entre o esporão do Mongaguá e a Serra do Itatins, que penetra para o interior à medida que se caminha para sudoeste. Alguns pequenos morros quebram a monotonia da paisagem litorânea e do próprio espaço construído, como o do Sapucaeteva, do Jacinto e do Paranambuco.

Os outeiros que fazem parte do cenário urbano são resultantes do avanço da linha da costa. As praias são amplas, limpas, constituindo-se a sua atração principal. A ausência de arranha-céus na orla litorânea favorece o ensolaramento sem que haja sombreamento em quaisquer de suas praias. Além disso, praias de diferentes

características compõem o cenário natural de Itanhaém. O calçamento da cidade termina nas areias finais da Praia Grande, junto à foz do rio Itanhaém.

A planta da Cidade, representada pela Figura 4, revela nitidamente a linearidade do sítio urbano, aproveitando-se o recurso natural — o oceano. Notam-se os tipos de arruamento em forma ortogonal, variando de grelha para tabuleiro de xadrez, na maior parte da cidade. Entretanto, na porção referente ao bairro Belas Artes, tudo indica que o arruamento tenha sido espontâneo, pois é de maneira irregular, não seguindo um traçado definido. Já as porções que seguem o rádio-concêntrico devem-se à ocupação das partes mais elevadas. Outros detalhes que podem ser observados na planta são os trilhos da ferrovia e a rodovia, que seguem um traçado leste-oeste, seccionando a cidade no sentido norte-sul. Entretanto essas barreiras não foram impedimentos para o crescimento da cidade, sendo ultrapassados por passarelas que se constituem em elementos referenciais para a população residente ou não. O rio Itanhaém, componente natural da cidade, é transposto por três pontes que fazem a ligação da porção central com as demais partes da cidade, tendo sido de fundamental importância para a ocupação das áreas além rio, sendo também elemento visível da paisagem. Outeiros são significativos no tecido urbano, pois além de serem embelezadores da paisagem são marcos referenciais, como o Itaguaçu, que está localizado na zona central onde está assentado o Convento e os do Sapucaeteva e Paranambuco, que estão na orla litorânea, acompanhando o terraço de abrasão. O empreendimento imobiliário, pela sua extensão, reforça a tendência de completar a linearidade ao longo de toda a orla litorânea marítima, com sua ocupação cada vez mais intensa. Os loteamentos Cibratel I e II trouxeram um acréscimo de construções residenciais, promovendo uma expansão do sítio urbano. Isso significa que porções foram sendo anexadas, à medida que o mercado imobiliário exigia, não ficando glebas sem infra-estrutura, assim podendo-se sugerir uma contiguidade física do sítio de expansão em direção a Peruíbe. Nos dias de hoje, a qualidade das águas, ou seja, a sua balneabilidade é questionada pelos órgãos ambientalistas. Entretanto, no conjunto, as praias de Itanhaém são tidas como próprias para o banho, sendo a Praia do Tombo, localizada na zona central, a única que aparece, em época de temporada, ou seja, no verão, como de qualidade imprópria para o banho. Essa situação advém da localização da praia que, além de estar situada defronte ao sítio original, onde há maior concentração de edificações, é também a foz do rio Itanhaém.

A Foto 7 mostra a porção central da cidade. Na parte superior avista-se a Serra do Mar, em seguida o curso do rio Itanhaém, parte da planície litorânea e a ponte que faz ligações com as duas porções da cidade, o outeiro do Itaguaçu com toda a vegetação que o recobre e a igreja. Na porção inferior da foto, a orla litorânea sem a presença de arranha-céus e finalmente a praia do Tombo. Devido à configuração do relevo emerso da Praia do Tombo, como o próprio nome indica, as ondas se apresentam com maiores alturas em relação às das outras praias. Devido a esse fato, é a praia preferida para a prática do *surf*, principalmente no período de mudança da maré.



FOTO 7. Porção Central da Cidade: Praia do Tombo, Rio Itanhaém e Serra do Mar ao fundo.

Entre a pedra da Carioca e o morro do Sapucaeteva está a Prainha, que é a famosa praia dos pescadores, local onde foi filmada uma telenovela na década de setenta. A Prainha pode ser visualizada na parte superior da Foto 8. Ainda na mesma foto, na parte inferior, está retratada a Praia do Sonho.

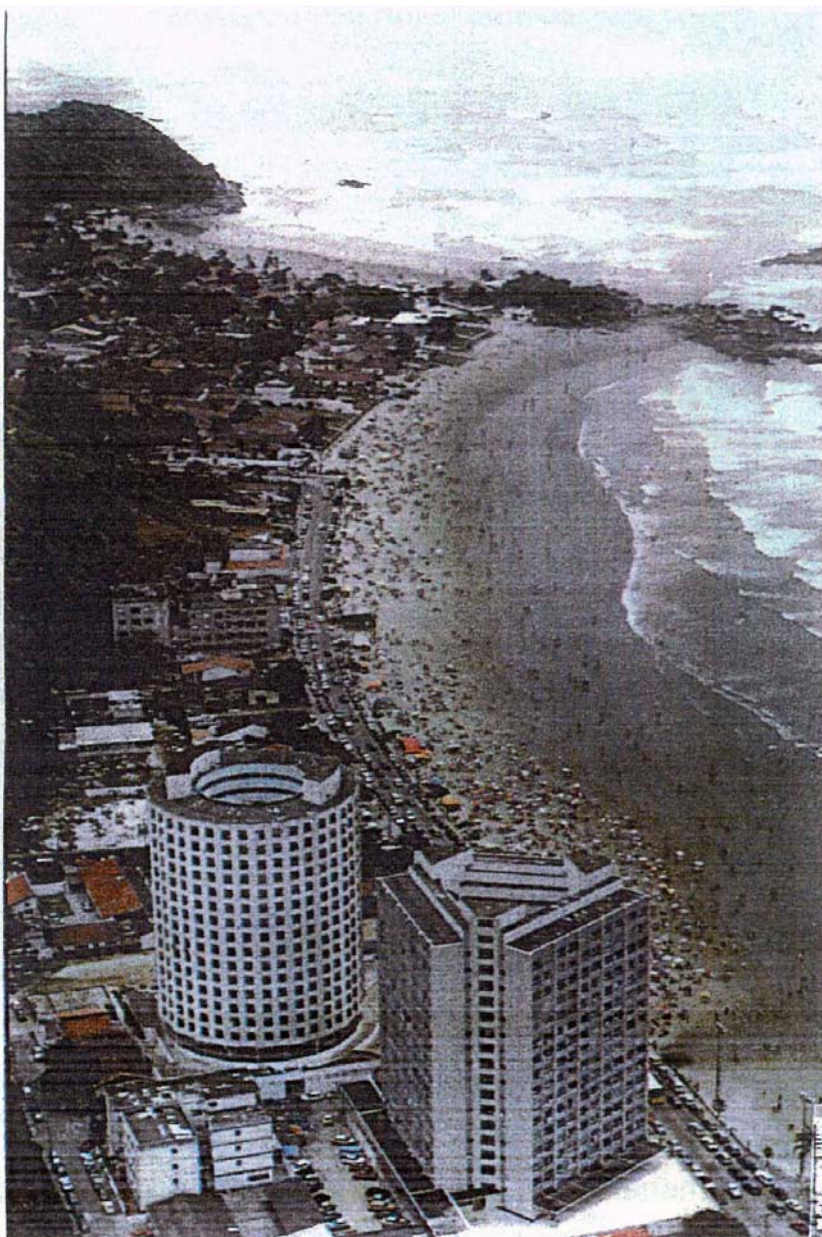


FOTO 8. Prainha e Praia do Sonho.

A Praia do Sonho, muito procurada pelos banhistas, forma uma enseada limitada por formações rochosas, que isolam-na das demais. O morro do Sapucaeteva, que aparece na Foto 9, está todo recoberto com vegetação e pode-se observar a pedra da Carioca mais para o oceano. Apenas dois edifícios com mais de quatro andares

estão instalados na orla litorânea, construções estas edificadas antes da legislação que regulamenta o uso do solo. Na rua que ladeia a praia, há a concentração de bares e restaurantes que atendem aos turistas. Esta é a praia mais popular, onde se encontram ainda as barracas que vendem bebidas e frutos do mar.

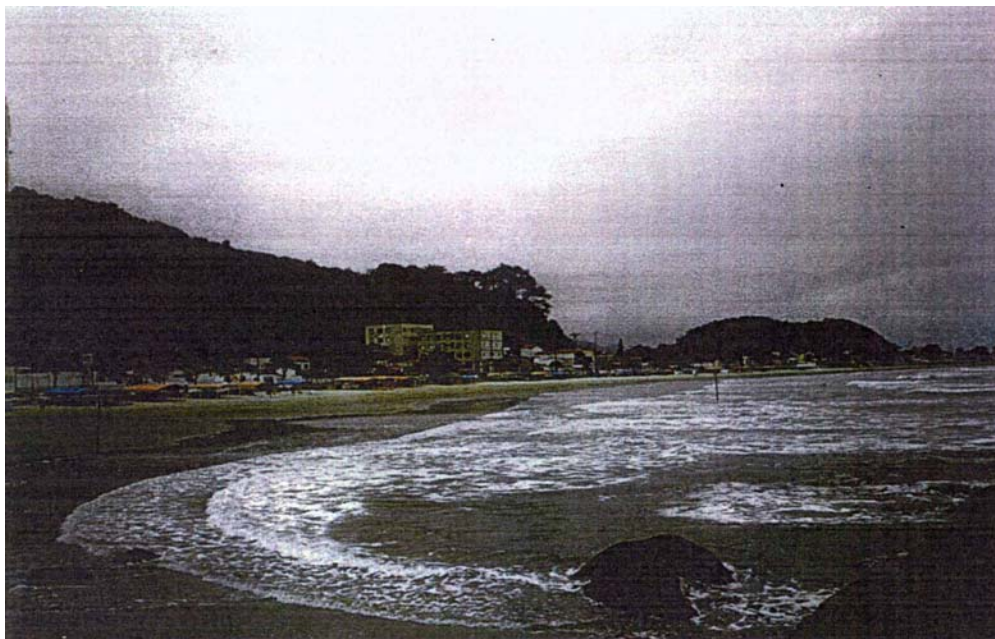


FOTO 9. Praia do Sonho.

Mais para o sul começa o Costão do Paranambuco, um dos pontos mais altos de Itanhaém, com vegetação muito escassa, pelas constantes intervenções do Homem. O Costão do Paranambuco está marcado por matacões de granitos e de gnaiss e por nível de plataforma de abrasão, constituindo-se prova de recuo do mar. Por estar em contato com o oceano, recebe em suas reentrâncias pequenas conchas, singularizando o lugar. O ponto de contato do costão com o mar pode ser visualizado na Foto 10. Dadas as características do local, turistas pescam nesta porção. Convém salientar que o alto do costão foi aplainado para instalação de reservatórios de água, captados dos rios Aguapeí e Branco — Sistema Mambu — que atendem os municípios de Itanhaém e seus limítrofes.



FOTO 10. Sopé do Costão do Paranambuco.

Ali encontra-se incrustada a praia das Conchas, que não chega a ser uma praia propriamente dita, pois não há ocorrência de areias e sim um amontoado de conchas trituradas pelas ondas sobre as pedras.

Após o costão começa a praia de Peruíbe, que no seu início é denominada de Cibratel. Estende-se por trinta quilômetros, indo até quando começa o município de Peruíbe. A Foto 11 revela a amplitude desta praia.

Todos esses aspectos naturais de beleza rara, bem como as construções históricas vêm sendo apreciados e valorizados por levadas de turistas cada vez maiores. Na sua maioria, os turistas possuem casas ou apartamentos para férias ou fins de semana. Assim sendo, a cidade de Itanhaém se apresenta aos moradores e visitantes com uma imagem turística de características variadas.

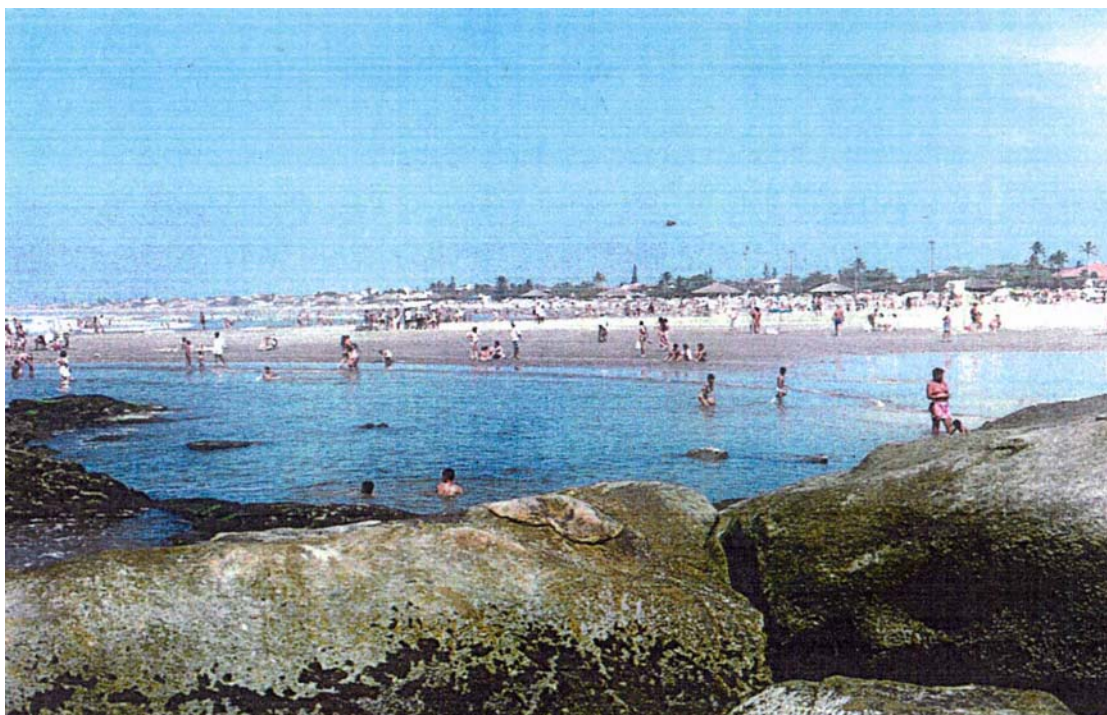


FOTO 11. Praia do Cibratel.

Itanhaém pode ser incluída entre as cidades turísticas por possuir características especiais que diferenciam-na das demais. É sobretudo a singularidade da paisagem construída ou natural, valores esses que lhe são atribuídos e que a tornam atrativa e procurada pelas pessoas.

Através da divulgação da sua história, com a conservação de um patrimônio cultural que tornou-se parte integrante da paisagem; da acessibilidade com a duplicação da rodovia, interligando-a com pólos emissores de turistas; da infra-estrutura com a oferta de alojamento em todas as modalidades, permitindo a permanência do visitante, a cidade cresceu e integrou-se ao complexo turístico paulista. Todos esses fatores interligados preparam Itanhaém para o turismo, neste século.

Itanhaém Turística

A procura por cidades turísticas vem ocorrendo com mais intensidade, recentemente, contribuindo para o florescimento de cidades especializadas em acolher pessoas vindas de outras cidades ou mesmo da zona rural. Concomitantemente começam a ser integradas no sistema econômico com a entrada de divisas, circulação de bens e produtos voltados para um comércio transitório.

A busca por métodos para conhecer a função das cidades, em sua maioria, sempre foi voltada para as cidades com papéis tipicamente centrais. Mas como é qualificada/quantificada a função turística de uma cidade? Como se pode afirmar que uma cidade é turística?

Os métodos clássicos para estabelecer a base econômica das cidades, como por exemplo aqueles que se utilizam da composição profissional da população ativa, revelam-se falhos para determinação dos municípios turísticos. As cidades turísticas não se caracterizam por determinada composição de sua população ativa, mas pelo tipo de clientela por esta atendida.

Itanhaém é considerada turística por todos os autores, órgãos públicos e particulares que determinaram as localidades turísticas, como o Plano do Recôncavo Baiano, Guia Quatro Rodas, o Diagnóstico da Secretaria de Economia e Planejamento do Estado de São Paulo e o estudo de Langenbuch, entre outros.

Langenbuch², ao arrolar os municípios turísticos e sua caracterização no Estado de São Paulo, utilizou a taxa de função turística de Defert, a qual tem mostrado eficácia para quantificar e qualificar os municípios turísticos. A taxa de Defert relaciona o número de leitos da área considerada com a população residente local. Como ressalta Langenbuch, o critério é simples, porém é de grande lógica e utilidade, porquanto essa taxa de função turística expressa a população flutuante máxima passível de ser alojada e além disso retrata a magnitude da função turística vista sob os ângulos econômico e geográfico. Entretanto, a aplicação da taxa algumas vezes requer o controle de campo para verificar a natureza das ocupações.

Dessa forma, o autor mencionado propõe seis categorias, levando em consideração o número de leitos existentes. O município de Itanhaém, contando com

² Juergen Richard Langenbuch. Caracterização e Delimitação dos Municípios Turísticos do Estado de São Paulo. *Geografia*, volume 2, nº 3, abril 1977.

21.621 leitos, recai na categoria dois, ou seja, a que vai de 10.000 a 39.999. Quando da aplicação da taxa de função turística obteve a pontuação de 148,8, qualificação indicativa de que o turismo é função predominante do município.

Já para avaliar o grau de capacidade dos municípios para o turismo público, utilizam-se dois blocos de quesitos e pesos respectivos. No bloco I são colocadas as condições essenciais: alojamento e alimentação, e no bloco II condições acessórias: entretenimento. Itanhaém alcançou 13 pontos no bloco I e 30 pontos no bloco II. A título de comparação, o máximo de pontos obtidos foi 19 e 47, respectivamente, que corresponde ao município de Guarujá. Esse total de pontos coloca Itanhaém com ocorrência de turismo público e particular.

O turismo público é assim denominado por caracterizar um local onde são oferecidos alojamentos, entretenimento para o público em geral, como os hotéis e pensões, praças, jardins e praias, enquanto o particular serve para qualificar áreas onde há ocorrência de residências secundárias em número significativo. Embora Langenbuch tenha reconhecido essas duas categorias, pelo caráter que se apresentam as colônias de férias, ou seja, têm sua ocupação restrita aos associados, é interessante colocá-las em uma nova categoria, a de semi-pública.

As colônias de férias estão organizadas para atender seus associados durante os períodos de lazer, em um turismo semi-público. Essas colônias são prerrogativas dos trabalhadores ou de funcionários públicos a elas filiados, que desfrutam o seu tempo livre em locais turísticos. Localizadas em diversas partes do espaço urbano, na sua maioria, são dotadas de toda infra-estrutura para se ocupar o tempo disponível para a recreação. Como por exemplo, a Colônia de Férias do Banco do Brasil — Satélite — é dotada de salão de jogos, piscinas, quadras de esporte, salas de televisão, entre outros divertimentos. Dessa forma, as pessoas podem ocupar todas as horas de seu lazer, não ficando sujeitas apenas aos horários propícios para usufruir da praia.

Esses locais oferecidos para fins de recreação, pelas associações de classes trabalhadoras, são em número reduzido quando comparados aos associados, não tendo portanto ociosidade de espaço. Assim sendo, a concorrência para dispor de um período de tempo para realizar o turismo plenamente, nesses centros, é grande. A iniciativa de se instalarem no sítio de Itanhaém contribuiu para uma maior afluência de pessoas na localidade, legitimando a sua atividade turística, que veio a se somar a um

turismo público e particular. Atualmente estão instaladas em Itanhaém mais de dez grandes colônias de férias, aumentando a oferta de alojamentos.

O bairro CIBRATEL - Companhia Brasileira de Terras e Loteamentos - I e II, que está localizado na porção da cidade situada entre os trilhos da ferrovia e a praia, após o Costão do Paranambuco, na direção de Peruíbe, viu-se acrescido de residências secundárias, notabilizando um turismo particular. As residências de estilo arquitetônico moderno estão edificadas em lotes amplos, com recuos ajardinados. Largas avenidas as conectam entre si e com o centro da cidade. A malha viária é recoberta com material adequado às condições naturais do local — restinga consolidada — e as espaçosas calçadas recobertas por gramíneas intercaladas por lajotões. Os detalhes desse tipo de moradia, nessa área da cidade, estão revelados na Foto 12. A Foto 13, revela a proibição de entrada de automóveis em determinadas ruas que dão acesso à praia, aos não moradores, caracterizando a área como de domínio particular.



FOTO 12. Residência no Cibratel.



FOTO 13. Proibição de Entrada de Automóveis.

A oferta de alojamento tem aumentado consideravelmente com esses bairros exclusivos de residências secundárias. Essas residências secundárias geram um fluxo de turista diferenciado, aquele que permanece por maior espaço de tempo no local. As casas, quando não utilizadas pelos proprietários, são alugadas para temporada, comumente variando de sete a quinze dias.

Ainda de acordo com Langenbuch³, a maior parte da década de sessenta, “notabilizou-se pela rápida e colossal proliferação de residências turísticas”. O autor aponta três grandes causas para essa explosão. Primeiro, a atuação da indústria imobiliária que lançou empreendimentos em áreas turísticas, através de campanhas publicitárias de vulto atingindo a classe média pelas facilidades de pagamento. Em segundo, a posse generalizada do automóvel pela classe média, favorecendo os deslocamentos, uma vez que esse veículo é indispensável para vivenciar o turismo particular. E, por último, o asfaltamento das principais rodovias paulistas, até então de terra, o que permitiu os deslocamentos a partir do momento que se diminuía a distância-tempo.

Nessa época, a maior parte das cidades litorâneas tiveram um crescimento vertical, aproveitando o recurso paisagístico - o mar - enquanto que Itanhaém, por possuir grandes glebas de terra e ter a proibição de se construir em altura, viu-se acrescida por residências unifamiliares. Um exemplo disso é o bairro Cibratel, apontado anteriormente, que estruturou, em larga escala, o espaço urbano com residências secundárias.

A categoria excursionista, isto é, deslocamento sem pernoite, não está incluída na população flutuante pela dificuldade de se quantificar o número de pessoas visitantes, sendo excluída da taxa de Defert para se determinar a função turística.

Além disso em Itanhaém, assim como em algumas outras localidades da orla litorânea paulista, a circulação de ônibus fretado para passar um dia no local é regulamentada. Os ônibus adentram a cidade mediante pagamento de taxa; são proibidos de circular no espaço urbano, bem como estacionar diante das praias, das residências e do centro histórico; apenas podem estacionar além do Suarão e do Jardim Cibratel II. Para obter legalidade nessa conduta adotada pela municipalidade, a Lei Orgânica proíbe a circulação intra-urbana de coletivos de excursão, com base nas condições de terreno, da pavimentação e do arruamento estreito da cidade. Assim, até mesmo o transporte coletivo intra-urbano é efetuado de forma *sui-generis*: vagões atrelados a um trator, garantindo a circulação de pessoas, habitantes ou não da cidade, como mostra a Foto 14.

Apesar do Governo Estadual ter construído, há alguns anos, um terminal turístico para atender aos excursionistas, por pressão dos residentes secundários e dos próprios moradores não foi utilizado como tal. Tudo indica que a população de Itanhaém, em vista do aumento da criminalidade e deterioração da paisagem que o uso desse terminal implicaria, transformou-o em uma escola. Na verdade, os cidadãos ficaram livres dos excursionistas esporádicos, que não estabelecem sentimentos topofílicos mais profundos com a cidade, espalhando lixo por toda parte, depredando monumentos, enfim assumindo o papel de devoradores de paisagens, com condutas muito mais topofóbicas do que topofílicas.

Dessa maneira, a função turística de Itanhaém está assentada sob as três categorias de turismo: o público, representado pelos hotéis, pensões, *camping*; o semi-público, pelas colônias de férias, e o particular, através das residências secundárias agrupadas em certas porções do espaço urbano.

³ Juergen Richard Langenbuch, op.cit.



FOTO 14. Transporte Coletivo Intra-Urbano.

Já com relação aos recursos aproveitáveis para o turismo, Itanhaém conta com a reunião de atrativos como história, cultura e natureza, que enriquecem a cidade quanto às opções de recreação na ocupação do tempo livre.

Os turistas adentram o espaço urbano e contemplam remanescentes de momentos históricos importantes, como o outeiro do convento, ponto por excelência do início da cidade; as construções edificadas na planície, de estilo arquitetônico definido de uma época; as imagens sacras dispostas nas igrejas antigas, heranças do Brasil quinhentista. As lembranças da passagem de pessoas célebres pela localidade, como Padre Anchieta, estão marcadas num monumento a ele consagrado e na famosa Cama de Anchieta, esculpida na rocha do Costão. Preservadas também estão as lembranças de pessoas contemporâneas que contribuíram para preservar a história de Itanhaém, como Benedito Calixto, com suas pinturas sacras e paisagísticas, além de seus escritos históricos.

A população local tem mantido as festas tradicionais religiosas também em culto à memória da cidade. Na praça central, grupos de capoeira disputam espaço com as barraquinhas que comercializam quitutes e lembranças em artesanato, que testemunham a passagem pela localidade. A praça, em época de temporada de veraneio, é um misto de cores e luzes brilhantes, onde o turista passeia e se entretém com atividades não rotineiras. Grupos de pequenos artistas, treinados pela prefeitura, também contribuem para a memória, quando entoam músicas de compositores clássicos brasileiros. Tudo é arranjado na área para ocupar o tempo livre do turista. A famosa indústria de doce-passa de banana é muito procurada pelos visitantes.

A natureza é pródiga em Itanhaém. Os outeiros espalhados pelo espaço urbano quebram a monotonia da baixada do rio, de onde também pode-se ter uma vista panorâmica da cidade. O Costão do Paranambuco é um dos pontos mais altos de Itanhaém, local de visitaçã dos turistas que o escalam pelas suas trilhas. Do alto do costão avista-se a cidade, com suas praias e o Rio, em um espetáculo de rara beleza, embora o costão esteja com vegetação escassa pela constante atuação do Homem.

A orla litorânea, margeando as praias, está ocupada com edificações, mas não com arranha-céus, singularizando a cidade, posto que as cidades litorâneas, em sua maioria, têm construções verticais pela valorização do solo e melhor aproveitamento do recurso paisagístico, praia e oceano. Nessa área estão localizados os restaurantes que atendem aos turistas com pratos típicos de frutos do mar. A larga avenida beira-mar é ornamentada com espécies arbóreas urbanas e muretas margeando a praia dos Sonhos, onde as pessoas ficam sentadas observando o vai-e-vem dos carros e a paisagem.

As praias são seccionadas por marcos geográficos. A praia do Tombo termina com a foz do rio Itanhaém, interrompida pelo outeiro do Sapucaeteva. Do outeiro do Sapucaeteva até a Ilha das Cabras está a prainha dos pescadores, para logo depois surgir a praia do Sonho. A praia do Sonho é ampla, bastante popular, com afluxo significativo de pessoas. A Foto 15 mostra a Praia dos Sonhos, tendo ao fundo o costão com sua ocupação pelo Hotel Miami e também os reservatórios para água. O poder público municipal instalou nessa praia um palanque para apresentação de grupos musicais para animar o local. Logo após, aos pés do outeiro do Paranambuco, encontra-se a praia das Conchas, de beleza singular, por ser um trecho onde há depósito de conchas, muitas delas trituradas pela ação da maré que rebate nas pedras, como revela a Foto 16. Essa singularidade atrai os turistas que caminham pelo local

para apreciar este espetáculo, coletar conchinhas e ainda para visitar uma escultura natural que os lendários denominam a cama de Anchieta (Foto 17). Finalmente, a praia do Cibratel, que sem dúvida é uma das melhores, ampla e extensa, ocupada mais pelos turistas que se hospedam no residencial ou hotel do mesmo nome. A Foto 18 revela os investimentos nesta praia, que já está iluminada, com quiosques planejados e chuveiros de água doce. Caminhões da Prefeitura Municipal fazem a coleta de lixo.



FOTO 15. Praia dos Sonhos.

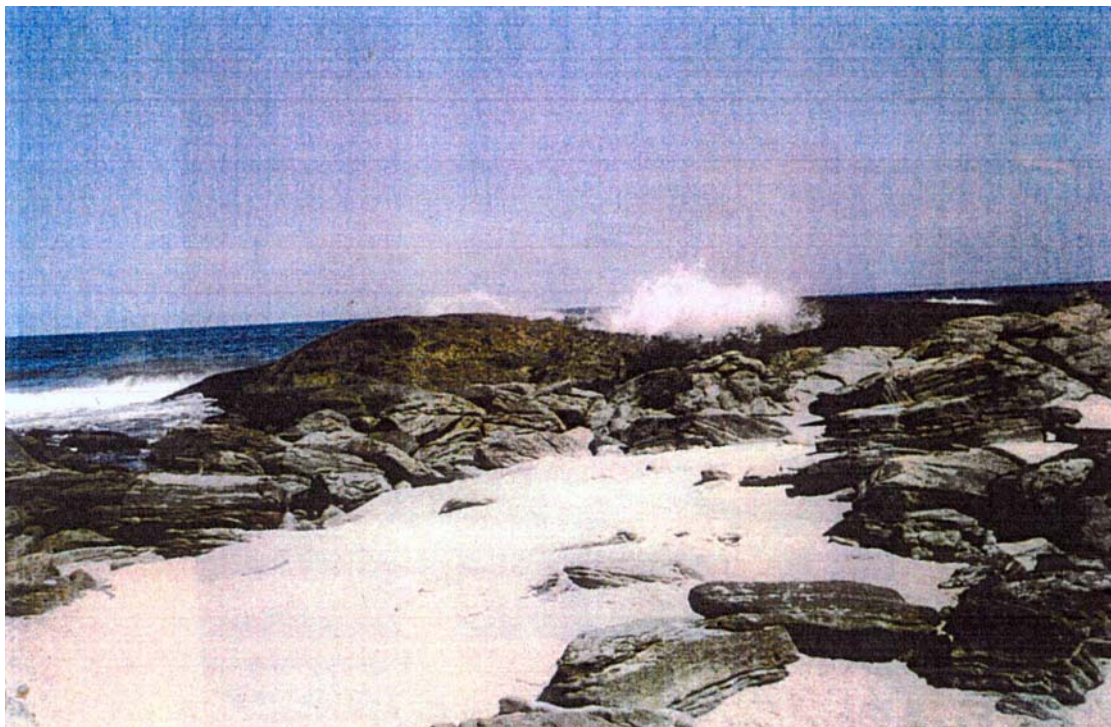


FOTO 16. Praia das Conchas.

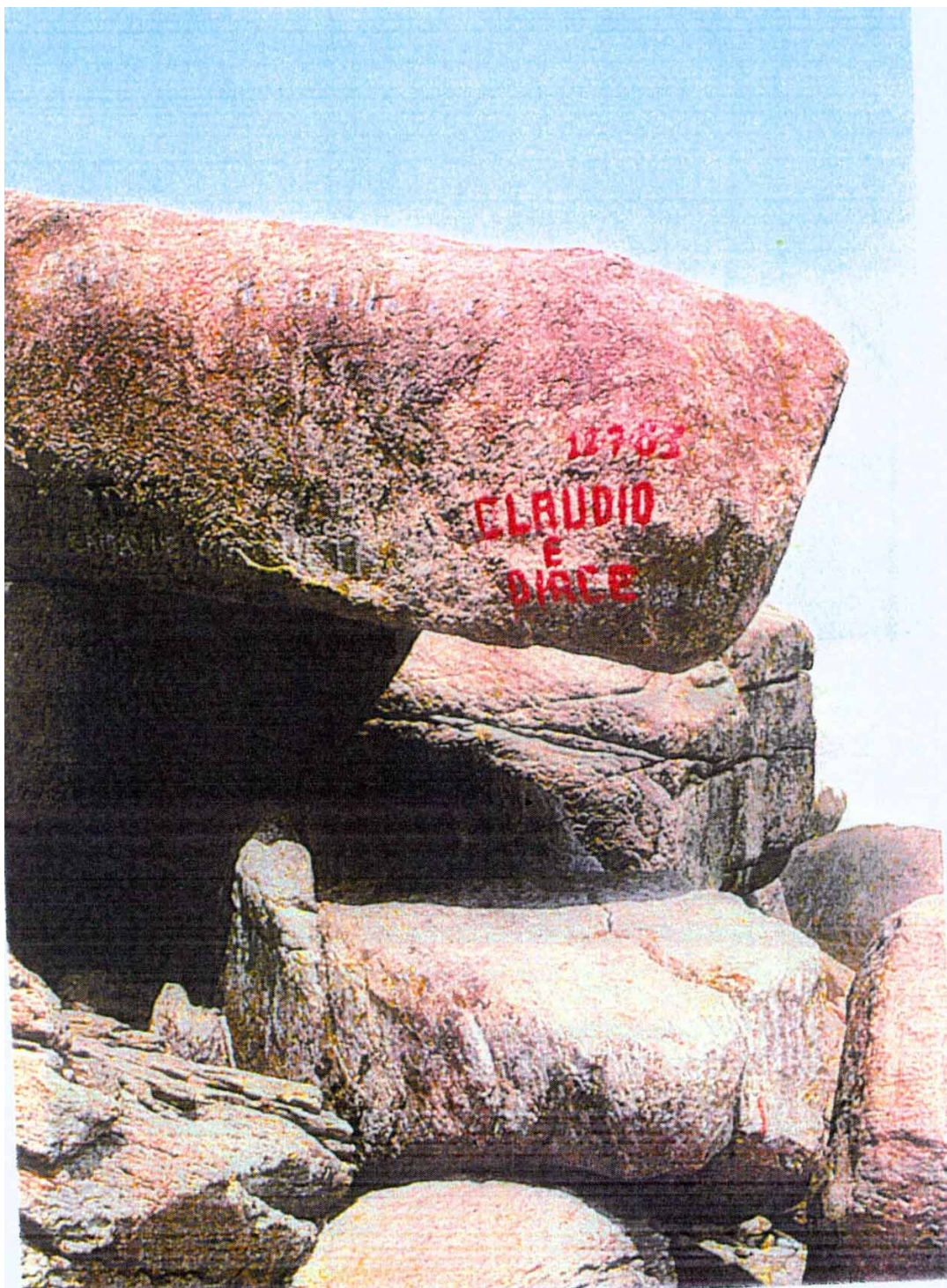


FOTO 17. Cama do Anchieta.



FOTO 18. Infra-Estrutura da Praia do Cibratel.

Ainda como atrativo turístico, porém pouco explorado, o município conta com a Reserva Estadual de Itanhaém, com 2.227,53 hectares, e a Reserva Estadual de Curucutu, com 12.937,00 hectares. São áreas criadas durante a implantação do Parque Estadual da Serra do Mar. Como essas áreas são reservas, torna-se difícil a implantação de um turismo de massa, pelas próprias características dessa área.

A maioria das estâncias balneárias do litoral paulista apresenta poucos quesitos para ocupação do tempo livre e realização plena do turismo, ficando restritas tão somente à balneabilidade. Itanhaém diferencia-se das demais, pois além de contar com o recurso de atração permanente, o mar, é uma cidade que conserva seus recursos históricos, reunindo assim dois atrativos turísticos. Além disso foi cenário de uma telenovela na década de setenta, o que despertou nas pessoas o desejo de conhecê-la. A capacidade de alojamento e alimentação é satisfatória nas suas diversas modalidades e são boas as condições de recreação, como passeios interessantes, visitas a monumentos, compras de artesanato, boates, restaurantes dançantes, não ficando seu turismo restrito à praia e ao mar.

Itanhaém, além do mar e dos referenciais históricos, possui ainda recursos inexplorados. Exemplo disto é a Rua do Porto, que após passar por processos de reurbanização tornou-se mais um ponto turístico com a pesca paga, pois nesse local chegam e dele partem os barcos de pesca e aí são comercializados os produtos de pesca diretamente com o consumidor, como pode ser visto na Foto 19. Outro recurso é o do Rio Itanhaém que, na verdade, é utilizado para recreação, em sua maioria pela população local em seu tempo livre. Apesar de já existir um barco que faz passeios pelo rio, este é pouco conhecido. A Foto 20 revela o rio, sua prainha e alguma infra-estrutura para a recreação das pessoas. Das margens do rio avista-se o mangue, conferindo ao lugar uma beleza extraordinária. Esses passeios podem se tornar momentos turísticos inesquecíveis, ao permitir que as pessoas saiam do ordinário para o extraordinário.

A imagem de paisagens extraordinárias revela-se como motivadora das viagens. É da necessidade de se conhecer novas paragens que surge o turismo, fenômeno que ocorre no século atual com maior intensidade, pelo aumento do tempo livre, gerando novos fluxos de transporte, de economia e conseqüentemente novos arranjos espaciais. Itanhaém se situa dentro desta perspectiva moderna e abrangedora de turismo.

As características singulares de Itanhaém são resultantes do aproveitamento dos recursos remodelados, apreciados e valorizados pela sociedade.

Qual a imagem que Itanhaém transmite que ao longo do tempo foi acentuando-se, colocando-a no rol das cidades turísticas pelo poder público e pelas pessoas? Como as condições acessórias e elementares para a ocorrência do turismo foram sendo implantadas na área? Quais os recursos que tornaram-se interessantes para o turismo? Como os usuários percebem e valorizam seus componentes paisagísticos? Para tentar responder essas indagações desenhou-se uma pesquisa procurando descobrir a imagem de Itanhaém vista pelos conhecedores ou não da cidade do Brasil quinhentista e litorânea.



FOTO 19. Comércio de Peixes.



FOTO 20. Prainha do Itanhaém.

Capítulo III

IMAGEM TURÍSTICA DE ITANHAÉM

A escolha de um lugar para se passar férias está intimamente ligada à valorização de cenários, à promoção de imagens. Para se chegar à valorização dos componentes paisagísticos a serem apreciados, sejam eles de ordem natural, cultural ou de outra qualquer, um sistema de símbolos, fornecido pela imagem, é preparado e divulgado pelos promotores do turismo. Fotos dos melhores ângulos são tiradas e impressas nos folhetos de divulgação para convencer que o lugar proporciona bem-estar aos visitantes.

O turismo, pois, depende de imagens para representar o seu papel, imagens que são capazes de despertar a curiosidade para o descobrimento de lugares, de evocar sons e cheiros, de mostrar o oposto do cotidiano, de evidenciar o lado confortável da vida. Isto porque, quando as pessoas saem em férias, procuram lugares extraordinários que preenchem suas necessidades de sair do rotineiro, do dia-a-dia de trabalho, de produção, de obrigações.

Itanhaém encerra elementos dessas imagens: global, tradicional e atual, que integram o desejo de conhecer e de explorar, o qual provém das necessidades biológica, valorativa e atualizada que o Homem atribui ao mundo conhecido e por conhecer.

Itanhaém, no caso, comporta fluxos turísticos pela sua capacidade de acomodação, pela paisagem única que guarda, permitindo que se entre em contato com o mundo de água e terra. Seu meio de atração permanente faz com que um número significativo de turistas chegue em suas praias, moldando a paisagem. A cidade tem diante de si o horizonte aberto, infinito, comandado pelo mar. O rio que corta a cidade e a divide, para depois lançar-se ao mar, tem como pano de fundo a imponente escarpa da Serra do Mar. Os outeiros marcam o sítio urbano, dando visões panorâmicas; as rochas esculpidas pela ação das marés ganham formas, como se tivessem sido construídas por mãos habilidosas. A conservação e preservação do mangue protegem as margens dos rios, enquanto o mar se agita, triturando conchas que vão amontoando-se entre as pedras. Todos esses componentes paisagísticos conferem uma singularidade ao lugar, encerrando elementos da Imagem Global.

A cidade ocupa um sítio histórico, não pelo simples fato de ter sido fundada no Brasil Colônia, mas pelo fato de estar marcada pelos momentos de conquista e ocupação

das terras brasileiras pela coroa portuguesa. O traçado de suas ruas, o centro da cidade com suas edificações administrativas conservam seu estado primitivo. A igreja com seu convento, embora tenha sido reformada pelos franciscanos, ainda guarda as características jesuíticas na sua fachada. As imagens sacras, seculares, esculpidas em barro cozido, estão dispostas nos altares da igreja.

O prédio da antiga cadeia e Casa da Câmara são construções do Brasil quinhentista que estão conservadas, juntamente com a Igreja de Sant'ana, edificada na parte plana. Além de fazerem parte do patrimônio histórico, são marcos referenciais na paisagem urbana. O casario do entorno da praça, com suas ruas estreitas, contrastando com as casas edificadas no sítio de expansão, também é um componente que carrega um poder evocador para o turista que aprecia a história brasileira, colocando em evidência componentes da imagem tradicional.

Ao mesmo tempo, as localidades quentes e tropicais, com cenário de praia e mar, atualmente têm tido a preferência dos turistas. A valorização do corpo bronzeado é a marca do mundo atual; o bronzeado significa vida saudável, erotismo, liberdade. Ademais a natação é o esporte mais democrático, praticado tanto pelos jovens como pelos velhos. Além de outros benefícios, esse esporte ao ar livre minimiza as diferenças físicas e sociais dos seres humanos. Dessa forma Itanhaém possui elementos da imagem atual.

Itanhaém legitimou sua vocação turística quando sua acessibilidade com a metrópole foi assegurada por rodovia e ferrovia, em transporte coletivo. Foi considerada estância balneária em 1948. A partir da década de trinta, hotéis já começaram a ser edificadas para acolher turistas. Dessa forma, pessoas de condição financeira mais abastada passaram a procurar o sítio de Itanhaém, distante da concentração do litoral central, dando início à ocupação turística efetiva. Atualmente já se pode notar uma democratização de seu espaço turístico com a implantação de colônias de férias dos mais variados portes.

Como a localidade é considerada turística e conta com elementos das imagens enunciadas por Miossec, se fez oportuna a realização de uma pesquisa de campo. Com essa pesquisa espera-se poder contribuir para o planejamento turístico e melhoria das condições naturais e culturais de Itanhaém, no que diz respeito a sua conservação e preservação.

Realização da Pesquisa

O turismo depende das imagens para representar o seu papel, imagens que são capazes de despertar a curiosidade para o descobrimento de lugares, de evocar sons e odores, de contrastar o cotidiano com o extraordinário, de evidenciar o lado fantasioso da vida.

Os estudos geográficos turísticos já realizados no Brasil são de pequeno número. Pode-se citar o conjunto de pesquisas efetuado por Rodrigues¹, sobre Águas de São Pedro, que mantém preocupações sociais com o turismo. Conti² mapeou as áreas de potencialidade turística em termos climáticos, utilizando-se das horas de sol exposto e pluviosidade. Langenbuch³ tem caracterizado e dimensionado o fenômeno.

Dessa forma, considerou-se oportuna realizar uma pesquisa objetivando a análise do turismo através das imagens transmitidas, imagens estas capazes de influenciar na escolha de determinados lugares e na valorização de cenários com características singulares.

Caracterização dos Sujeitos

Constituíram-se sujeitos desta pesquisa 330 pessoas, número este considerado suficiente para alcançar os objetivos propostos e permitir a coleta de informações, através da aplicação de questionário. O número de sujeitos foi distribuído em três grupos de 110 cada um, constituído de homens e mulheres com mais de dezoito anos, de ocupações variadas e selecionados de maneira imparcial.

Os três grupos compreenderam: o da Imagem Global, formado por pessoas que não necessariamente deveriam conhecer Itanhaém; o grupo da Imagem Tradicional, constituído de pessoas que deveriam conhecer Itanhaém, mas não necessariamente estar

¹ Adyr B. Rodrigues. Águas de São Pedro - Estância Paulista: Uma Contribuição à Geografia da Recreação. **Tese de doutoramento**, São Paulo: FFLCH - USP, 1985

² José Bueno Conti. As Regiões de Clima Mediterrâneo e o Turismo. **1º Encontro Nacional de Turismo**. São Paulo, 1997.

³ Juergen Richard Langenbuch. Caracterização e Delimitação dos Municípios Paulistas. **Geografia**, 1977.

no local e o grupo da Imagem Atual, composto de pessoas que deveriam estar na cidade de Itanhaém no momento da aplicação dos questionários.

A Tabela 2 mostra a distribuição dos sujeitos segundo as imagens e o sexo. Dos 330, 37,5% são do sexo masculino e 62,5% do feminino. A predominância de sujeitos do sexo feminino explica-se pela maior frequência de mulheres aos “shoppings” e às praias, que foram os principais locais de aplicação dos questionários.

TABELA 2

Distribuição dos Sujeitos por Sexo, Segundo as Imagens

n = 330

| IMAGENS | MASCULINO | FEMININO | TOTAL |
|----------------|------------------|-----------------|--------------|
| Global | 49 | 61 | 110 |
| Tradicional | 36 | 74 | 110 |
| Atual | 39 | 71 | 110 |
| TOTAL | 124 | 206 | 330 |

A Tabela 3 representa a distribuição dos sujeitos por idade. O maior número de sujeitos está no Grupo de 18 a 27 anos, correspondente a 34,2%, diminuindo gradativamente até alcançar a cifra de 6,06%, correspondente aos com mais de 58 anos. Esse fato explica-se pela própria estrutura etária da população brasileira ainda com predominância dos jovens adultos.

TABELA 3

Distribuição dos Sujeitos por Faixa Etária, Segundo as Imagens

n = 330

| IMAGENS | 18 - 27 | 28 - 37 | 38 - 47 | 48 - 57 | mais 58 | TOTAL |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| Global | 45 | 34 | 16 | 12 | 3 | 110 |
| Tradicional | 27 | 41 | 21 | 13 | 8 | 110 |
| Atual | 41 | 30 | 17 | 13 | 9 | 110 |
| TOTAL | 113 | 105 | 54 | 38 | 20 | 330 |

O Gráfico 1 demonstra a frequência das idades encontradas nas Imagens Global, Tradicional e Atual.

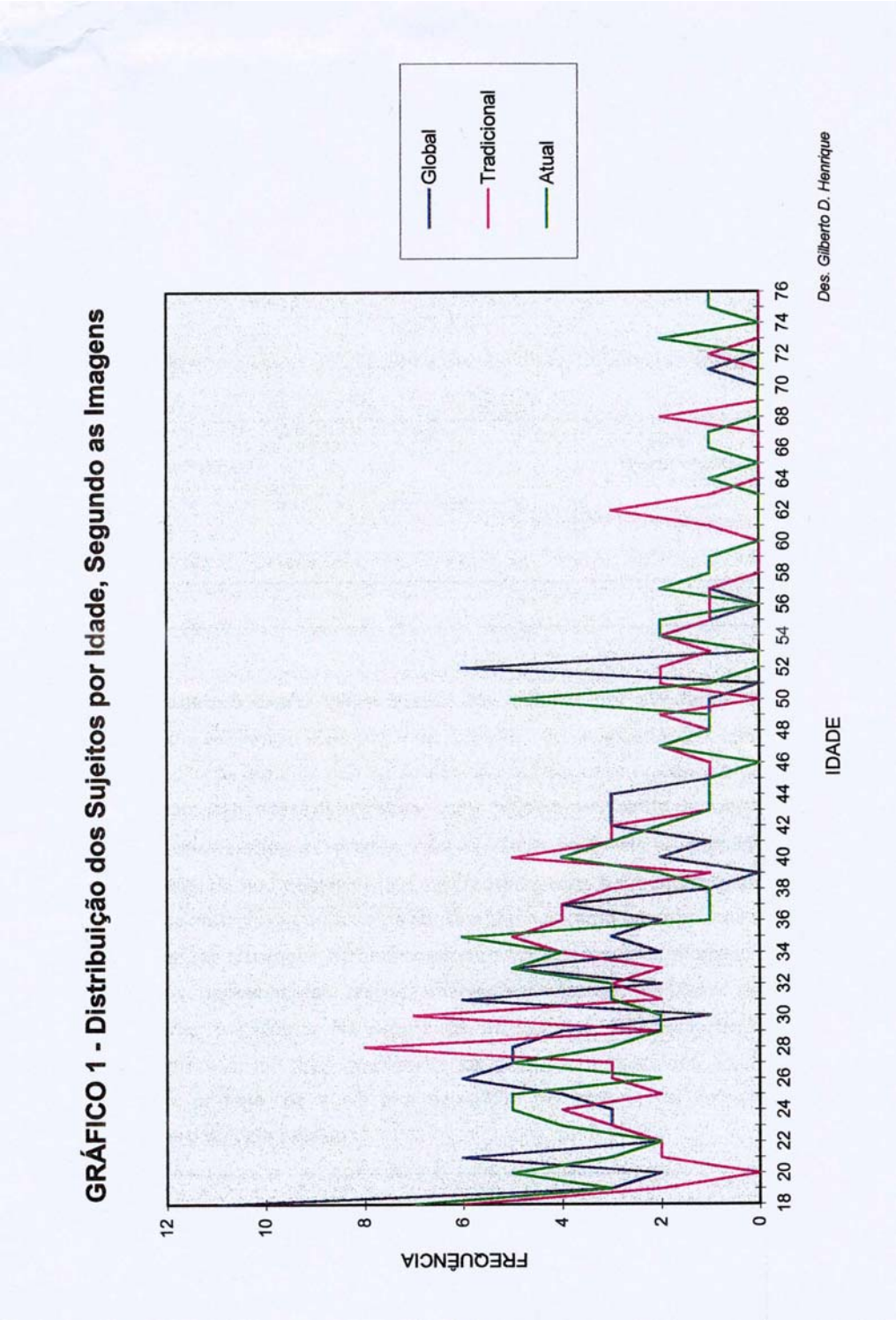


GRÁFICO 1 - Distribuição dos sujeitos por idade, segundo as Imagens

Na Tabela 4 os sujeitos estão distribuídos segundo o grau de escolaridade. As maiores porcentagens recaem no 2º e 3º graus completos, com 27,8% e 27,5% respectivamente, havendo apenas 2,1% na classe dos analfabetos. Essas porcentagens podem ser explicadas pela escolha de sujeitos com mais de dezoito anos, período no qual as pessoas já tiveram tempo para concluir os seus estudos formais, pelo menos até o 2º grau. Os analfabetos aparecem em função dos agricultores, que integraram os sujeitos da pesquisa.

TABELA 4

Distribuição dos Sujeitos pelo Grau de Escolaridade, Segundo as Imagens

n = 330

| IMAGEM | ANALFABETO | 1º GRAU | | 2º GRAU | | 3º GRAU | | PÓS-GRADUAÇÃO | TOTAL |
|--------------|------------|---------|----|---------|----|---------|----|---------------|-------|
| | | i | c | i | c | i | c | | |
| Global | 4 | 31 | 10 | 11 | 30 | 6 | 16 | 2 | 110 |
| Tradicional | 1 | 8 | 10 | 7 | 31 | 6 | 46 | 1 | 110 |
| Atual | 2 | 4 | 20 | 9 | 31 | 15 | 29 | - | 110 |
| TOTAL | 7 | 43 | 40 | 27 | 92 | 27 | 91 | 3 | 330 |

A Tabela 5 expõe a distribuição dos sujeitos por atividades econômicas, listadas em ordem alfabética. Quanto aos setores de atividade por grupo, foram considerados agricultores aqueles que se dedicavam à lavoura em geral. No comércio, os que trabalhavam com transações financeiras, como a compra e venda de mercadorias. Na educação foram considerados os professores de todos os níveis — primário, médio e superior. Na indústria, os que desenvolviam atividades ligadas à transformação de matéria prima, sendo aberta uma classe para os de construção civil como os engenheiros, mestres-de-obras, pedreiros. Na prestação de serviços foram considerados os profissionais liberais como os advogados, despachantes, taxistas, manicures, alfaiates. Na classe de saúde, os médicos, enfermeiras, psicólogos. Na segurança, os militares. Na classe de funcionários públicos, os que atuavam em área governamental como os magistrados, escriturários do Fórum, vereador e prefeito, os quais têm ocupação de corretor de imóveis e militar, respectivamente, fora da vida pública.

A prestação de serviços lidera o setor de atividades com a participação de 22,4% dos sujeitos, e o comércio com 14,8%. Nesta tabela foram incluídos os aposentados com 2,7%, bem como os estudantes e as donas-de-casa.

TABELA 5

Distribuição dos Sujeitos por Atividade, Segundo as Imagens

n = 330

| ATIVIDADE | G | T | A | TOTAL |
|-----------------------|------------|------------|------------|--------------|
| Agrícola | 10 | - | - | 10 |
| Comercial | 22 | 9 | 18 | 49 |
| Construção Civil | 8 | 4 | 3 | 15 |
| Educacional | 7 | 13 | 10 | 30 |
| Industrial | 3 | 10 | 5 | 18 |
| Prestação De Serviços | 21 | 26 | 27 | 74 |
| Saúde | 9 | 11 | 4 | 24 |
| Segurança | - | 1 | 4 | 5 |
| Funcionário Público | 12 | 11 | 4 | 27 |
| Dona - De - Casa | 6 | 15 | 15 | 36 |
| Estudantes | 10 | 6 | 17 | 33 |
| Aposentados | 2 | 4 | 3 | 9 |
| TOTAL | 110 | 110 | 110 | 330 |

A Tabela 6 revela a procedência dos sujeitos. As pessoas dos grupos Global e Tradicional são predominantemente do interior paulista, fato que se explica pela aplicação dos questionários em cidades dessa área. Enquanto no grupo Atual a maior parte é procedente de São Paulo, por ser a cidade o maior pólo emissor de turistas e além disso a Imagem Atual estar condicionada à presença do sujeito em Itanhaém.

TABELA 6

Distribuição Locacional dos Sujeitos, Segundo as Imagens

n = 330

| | G | T | A | TOTAL |
|----------------------------|------------|------------|------------|--------------|
| Grande São Paulo | 1 | 7 | 11 | 19 |
| São Paulo | -- | 40 | 56 | 96 |
| Interior Paulista | 104 | 57 | 29 | 87 |
| Litoral Paulista | 1 | 4 | 4 | 9 |
| Outras Cidades Brasileiras | 4 | 2 | 10 | 16 |
| TOTAL | 110 | 110 | 110 | 330 |

Instrumentos de Medida

Para se verificarem as imagens turísticas, foram preparados três questionários, cada um deles dividido em duas partes (em Anexo). Uma parte comum para registro dos dados pessoais e a outra constituída de quesitos referentes às imagens global, tradicional e atual.

Os dados pessoais foram coletados de forma imparcial, com o propósito de caracterizar os sujeitos com relação à idade, ao sexo, à escolaridade, à profissão e localidade de residência.

Para a Imagem Global foram elaboradas dez perguntas abertas e fechadas. A primeira e segunda perguntas, **Como você descreveria sua cidade de residência** e **A manifestação do desejo em sair do cotidiano**, foram feitas para se conhecer os elementos que eram utilizados para a descrição da cidade do sujeito e a necessidade de quebrar a monotonia do dia-a-dia com saídas temporárias. Na terceira, **Quando você viaja prefere ir para que tipo de cidade**, foram oferecidas cinco tipos de paisagens para se conhecer a preferência. A quarta, **Neste momento, qual o local que você deseja conhecer**, foi feita para verificar os lugares com paisagens atraentes. A pergunta seguinte, **Esse lugar está associado com algum momento de sua vida**, foi elaborada para se verificar a ligação entre lembranças e local de aspiração para se visitar. O sexto e o sétimo quesitos, **Você escolheria um local para se conhecer em função de alguma propaganda, programa de televisão ou qualquer outro tipo de informação** e **Quando assiste algum filme, novela, propaganda ou lê algo, sente o desejo de conhecer o local onde se desenvolvem os fatos**, tiveram como finalidade avaliar a influência da mídia como motivadora de viagens. As outras duas perguntas que se seguiram: **Você gostaria de conhecer Itanhaém** e **Como é Itanhaém para você**, foram feitas para verificar a atração e a imaginação que a área sugere. Finalmente a última questão da Imagem Global, **Se você escolhesse Itanhaém para conhecer ou passar férias, qual o fator que mais pesaria na sua decisão**, foi efetuada para averiguar o fator relevante para se empreenderem viagens de férias.

O questionário seguinte foi confeccionado para conhecer a Imagem Tradicional. A este grupo foram aplicadas dez perguntas, sendo que a primeira e segunda foram as mesmas utilizadas na Imagem Global. As perguntas **O que deveria ter seu lugar preferido** e **Sua preferência tem variado no decorrer de sua vida** foram elaboradas para verificar os elementos do meio e avaliar as mudanças de valores que o sujeito passa em sua

vida. Os quesitos cinco, seis e sete, ***Em que ano conheceu Itanhaém e qual elemento lhe chamou mais atenção; O que significou este elemento para você e Atualmente o que mais chama sua atenção***, foram efetuados para se verificar a impressão que se tem de um lugar à primeira vista e o significado do elemento destacado na paisagem e suas alterações com o passar do tempo. A pergunta ***O que você gostaria que permanecesse conservado em Itanhaém*** e a seguinte ***Que componentes você utilizaria para recompor o cenário da cidade antiga*** quiseram avaliar os elementos que fornecem a imagem do lugar e também averiguar quais os elementos do cenário urbano eram representativos do Brasil Colônia. E o último quesito, ***Como é Itanhaém para você***, foi feito para se conhecerem os componentes utilizados na descrição do lugar.

O outro questionário foi confeccionado para a Imagem Atual. A primeira pergunta, feita de maneira fechada, dizia respeito ***à forma de hospedagem*** para verificar as facilidades de acomodação e caracterizar o turismo, como fator preponderante para a estada de pessoas na área em estudo. A pergunta seguinte coincidiu com a das imagens anteriores — ***Durante o ano sente necessidade de sair do local onde reside?*** O quesito ***Quando sai de férias vai sempre para o mesmo local*** visou saber a necessidade do Homem em conhecer novas paragens, já que a mídia constantemente descobre novos lugares para o entretenimento e oferece uma coleção de paisagens. As questões ***Acompanha de alguma forma as informações sobre a qualidade da água do mar. De que forma e Essa informação influencia sua escolha*** tiveram como objetivo avaliar o nível de informação do usuário de maneira coerente com relação à poluição das águas do oceano e também para verificar se a qualidade da água para banhos era importante, quando a pessoa escolhia um lugar de balneabilidade. As perguntas ***Qual o período que mais vem para Itanhaém e Por que preferiu Itanhaém*** procuraram verificar a frequência dos visitantes e o motivo da estada no lugar. O quesito ***Qual o elemento da cidade que mais aprecia. Por que*** pretendeu verificar o que era valorizado na paisagem. O oitavo, ***Quais os passeios que já fez em Itanhaém***, e o nono, ***Visitou monumentos históricos***, foram elaborados para verificar se as oportunidades de entretenimento que a cidade oferece eram aproveitadas pelos turistas e também para testar o conhecimento sobre a cidade histórica. A última pergunta, ***Se tivesse que descrever Itanhaém para alguém, que elemento da paisagem utilizaria***, teve como finalidade avaliar os componentes da cidade que imprimem a marca do lugar.

Coleta de Dados

A coleta de dados foi realizada no período de dezembro de 1993 a dezembro de 1994, correspondendo ao período de férias, finais de semana prolongados e finais de semana. A aplicação dos questionários foi feita pela própria pesquisadora, dispensando-se o treinamento de outros aplicadores, o que resultou em uma maior precisão e uniformidade nas informações coletadas, porém exigiu maior tempo para essa atividade. A aplicação dos questionários durou em média dez minutos.

A aplicação do questionário da Imagem Global foi realizada imparcialmente nas cidades de Araras, Cordeirópolis, Ipeúna, Limeira, Rio Claro, Santa Gertrudes e São Luís do Paraitinga. Essas localidades foram escolhidas pelo fácil acesso e por estarem localizadas a uma pequena distância de Rio Claro, com exceção de São Luís do Paraitinga, que foi escolhida por ser uma cidade histórica.

Na cidade de Araras a aplicação foi feita no Terminal Rodoviário, procurando dessa forma conhecer pessoas de outras localidades e também no Sindicato dos Trabalhadores Rurais, para contatar pessoas ligadas a atividades não tipicamente urbanas. Nas localidades de Santa Gertrudes, Cordeirópolis e Ipeúna, por serem de menor categoria dimensional, foram escolhidas as Prefeituras Municipais, por reunirem pessoas da mais variada educação formal. Em Limeira a coleta foi feita no Shopping Center, por ser ponto de convergência da população não apenas de Limeira, como de cidades vizinhas. Na cidade de Rio Claro, o questionário foi aplicado no Fórum, Rotary Club Sul e Universidade, para que se pudesse cobrir o maior número de profissões.

A aplicação do questionário da Imagem Tradicional foi efetuada nas cidades de Itanhaém e Rio Claro. Em Rio Claro foram selecionadas pessoas que já tinham estado em Itanhaém.

O questionário da Imagem Atual foi aplicado exclusivamente na cidade de Itanhaém, em locais de fluxo turístico como as praias do Tombo, dos Sonhos, do Cibratel e também no centro histórico e Morro do Itaguaçu.

Resultados e Discussões

O motivo da necessidade das pessoas de saírem do cotidiano varia de acordo com as imagens, como revela a Tabela 7. O desejo de evasão aumenta gradualmente das imagens global para a tradicional e atual. Os respondentes da imagem global, e que portanto estão em seus locais de obrigações e residências, sentem o desejo de recreação, de sair para passear, divertir-se, alegando que em suas cidades inexistem oportunidades de recreação. Já os da imagem tradicional querem o descanso, o lazer propriamente dito, sendo que conhecer lugares diferentes e fazer viagens são motivos que aparecem em segundo lugar. O lazer e a necessidade do tempo livre também ocupam o desejo das pessoas da imagem atual. Entretanto, 11,2% não sentem essa necessidade de sair de seu cotidiano, sobressaindo-se neste item os sujeitos da imagem global. Esses sujeitos apontam o medo de viajar e outros por estarem satisfeitos com os locais cotidianos.

TABELA 7

Necessidade de Sair do Cotidiano, Segundo as Imagens

n = 330

| NECESSIDADE | IMAGENS | | | TI |
|--------------|------------|-------------|------------|------------|
| | GLOBAL | TRADICIONAL | ATUAL | |
| Lazer | 30 | 48 | 68 | 146 |
| Recreação | 32 | 25 | 13 | 70 |
| Turismo | 25 | 29 | 23 | 77 |
| Não Tem | 23 | 8 | 6 | 37 |
| TOTAL | 110 | 110 | 110 | 330 |

- IG (07) ... pelo descanso. Mudar de ares para descansar
- IG (30) ... para espairer, descansar, ver gente e caras novas
- IG (66) ... tem pouca diversão. Inclusive falta cinema
- IT (68) ... pela solidão e gosto muito de viajar
- IT (33) ... porque o cotidiano cansa, eu sinto necessidade de visitar um lugar novo, diferente, para sair da rotina
- IA (50) ... preciso de mar, de iodo

- IA (26) ... lá não tem mar, interiorzão bravo!
- IA (18) ... fugir da pressão da cidade grande. Convivência cansa, necessito de paz e divertimento

A descrição das cidades de residência está exposta na Tabela 8. Os residentes destacam componentes estruturais como os referentes à limpeza, qualidade da água, poluição, perspectivas profissionais; componentes afetivos como cidade boa, melhor cidade do mundo, população acolhedora; componentes paisagísticos como céu maravilhoso, arborização. Também foram citados os topográficos, como o plano da cidade, o estilo arquitetônico. Os homens e mulheres mantêm sentimentos topofílicos com suas cidades, ou seja, como esclarece Tuan⁴, os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material diferem profundamente em intensidade, sutileza e modo de expressão. Embora tenham citado aspectos negativos como cidade provinciana, sem perspectivas de emprego, essas qualificações, quando apontadas, vinham sempre juntas com alguma referência positiva, como elucida-se:

- IG (01)... anárquica, difícil de descrevê-la, espaços vazios dando a impressão de grande, suja, sem infra-estrutura, porém aconchegante
- IG (93)... é uma cidade com pouco campo de trabalho, mas ótima para morar
- IG (23)... cidade quieta, gostosa de se morar, com pouca opção para divertimento. Um pouco perigosa. Não a trocaria por outra cidade.

A Tabela 9 revela o local que os sujeitos gostariam de conhecer e o interesse pelo local. Gostar de conhecer algum local é interesse de 92,7%, sendo que destes, 36,3% têm o desejo ligado a algum interesse. Apenas 8 sujeitos não manifestaram desejo e interesse de conhecer pessoas. Os lugares estão localizados no próprio Brasil, com 72,5% e apenas 27,4% preferem o exterior. Quando a escolha é o exterior, têm como razão a afetividade com os antepassados, pelo desejo de conhecer lugares onde estão as raízes familiares. Já o próprio país também está ligado à afetividade, sendo apontado o maior interesse pela visita a parentes. A propaganda, meio pelo qual se divulga um local, vem em segundo lugar, alcançando mais o Brasil em relação ao exterior.

⁴ Yi-Fu Tuan. *Topofilia. Um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente*. São Paulo: DIFEL, 1980, p. 107.

TABELA 8

IMAGEM GLOBAL: Descrição das Cidades de Residência

n = 110

| CATEGORIA | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | | AG | COM | CONS | ED | PS | S | FP | DC | ES | AP | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | c | | | | | | | | | | | | |
| Afetiva | 39 | 31 | 13 | 10 | 3 | 95 | 4 | 30 | 11 | 5 | 25 | 5 | 15 | 95 | 11 | 18 | 7 | 4 | 21 | 8 | 12 | 6 | 8 | 01 | 96 |
| Estrutural | 18 | 14 | 6 | 5 | - | 43 | - | 11 | 3 | 6 | 9 | 5 | 9 | 43 | 2 | 9 | 2 | 4 | 9 | 1 | 6 | 4 | 6 | - | 43 |
| Paisagística | 4 | 3 | 3 | 1 | - | 11 | - | 1 | - | - | 6 | - | 3 | 10 | - | 2 | - | 4 | 3 | 2 | - | - | - | - | 11 |
| Topográfica | 2 | 4 | 2 | 1 | - | 09 | - | 1 | - | - | 4 | 2 | 1 | 08 | 1 | 1 | 3 | - | - | 1 | 2 | - | 1 | - | 09 |
| TOTAL | 63 | 51 | 24 | 17 | 03 | 159 | 04 | 43 | 14 | 11 | 44 | 12 | 26 | 159 | 14 | 30 | 12 | 12 | 33 | 12 | 20 | 10 | 15 | 01 | 159 |

i - Incompleto
c - Completo
AG - Agricultura
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 9

IMAGEM GLOBAL: Local de Desejo de Conhecer

n = 110

| LOCAL | DESEJO | | INTERESSE | | | | | Tt |
|--------------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| | SIM | NÃO | AFETIVO | CIENTÍFICO | ESOTÉRICO | PROPAGANDA | RECREAÇÃO | |
| Brasil | 74 | - | 10 | 4 | 1 | 5 | 1 | 21 |
| Exterior | 28 | - | 11 | 2 | 3 | 2 | 1 | 19 |
| Nenhum | - | 08 | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL | 102 | 08 | 21 | 06 | 04 | 07 | 02 | 40 |

A Tabela 10 representa o desejo de conhecer um local de ficção e suas razões. Como ficção, foram consideradas as localidades imaginadas, resultantes de montagens ou da imaginação de quem as projeta.

TABELA 10
 IMAGEM GLOBAL: Desejo de Conhecer um Local de Ficção e Razão

n = 110

| RAZÕES | | IDADE | | | | | Tt |
|-----------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | |
| SIM | 88 | | | | | | |
| Conhecimento | | 5 | 8 | 4 | 1 | - | 18 |
| Beleza da Paisagem | | 18 | 12 | 5 | 3 | - | 38 |
| Organização Espacial | | - | 1 | - | - | - | 1 |
| Romantismo | | 2 | - | - | - | - | 2 |
| Vivência dos Fatos | | 11 | 11 | 5 | 2 | - | 29 |
| NÃO | 22 | | | | | | |
| Interesse pelo Enredo | | 1 | 1 | - | - | - | 2 |
| Lugares Falsos | | - | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| Sem Vontade | | 3 | 2 | 1 | 3 | - | 9 |
| TOTAL | 110 | 40 | 38 | 17 | 12 | 03 | 110 |

Os filmes, novelas, propagandas, livros são os meios pelos quais se podem divulgar localidades, sendo que 80% dos sujeitos sentem-se envolvidos com os lugares. A beleza da paisagem, o colorido, a descrição, os movimentos, visto que são retratados em seus melhores aspectos, despertam o desejo de se conhecer. Em seguida vem a vivência dos fatos, 26,3%. Os respondentes sentem-se vivenciando as cenas, como se fossem os protagonistas e dessa maneira advém o desejo de conhecer os lugares, mesmo sendo de ficção. Apenas 20% dos sujeitos não são atingidos pelos cenários. Destes, 50% têm consciência de que os lugares são falsos e que tudo é uma montagem.

As tabelas 11 e 12, quanto às respostas dos sujeitos na preferência por tipos de cidades, nas imagens global e tradicional as cidades foram categorizadas em praiana, serrana, repouso, natal, capital, todas e sem preferência. A cidade praiana destaca-se nas imagens global e tradicional com 63,6% e 72,7% respectivamente, distribuídos por todas as

TABELA 11

IMAGEM GLOBAL: Preferência por Tipos de Cidade nas Viagens Turísticas

n = 110

| TIPOS | SEXO | | | IDADE | | | | | ESCOLARIDADE | | | | | | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | | Tt | | | |
|--------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|----|
| | F | M | Tt | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | Tt | A | I | | II | | III | | Tt | AG | COM | CON S | | ED | PS | S | FP | | DC | ES | AP |
| | | | | | | | | | | | i | c | i | c | i | c | | | | | | | | | | | | | |
| Praiana | 38 | 29 | 67 | 26 | 25 | 12 | 7 | - | 70 | 1 | 19 | 6 | 6 | 19 | 6 | 11 | 68 | 5 | 13 | 8 | 5 | 11 | 5 | 12 | 3 | 6 | - | 68 | |
| Serrana | 6 | 3 | 09 | 4 | 1 | 1 | - | - | 06 | - | 3 | - | 1 | 3 | 1 | 2 | 10 | 1 | 2 | 1 | - | 2 | 1 | - | 1 | 2 | - | 10 | |
| Repouso | 5 | 3 | 08 | - | 5 | - | 3 | 2 | 10 | 2 | 1 | 1 | - | 2 | - | 2 | 07 | 1 | 1 | - | 2 | 1 | - | 1 | - | - | 1 | 07 | |
| Natal | 6 | 4 | 10 | 2 | 4 | 2 | - | - | 08 | - | 4 | - | - | 1 | - | 1 | 07 | 2 | - | 1 | - | - | 2 | 1 | 1 | - | - | 07 | |
| Capital | 6 | 6 | 12 | 7 | 2 | - | 1 | - | 10 | 1 | 4 | - | 1 | 4 | - | - | 10 | 2 | 3 | - | - | 2 | - | - | 1 | 2- | - | 10 | |
| Interior | - | 1 | 01 | 1 | 1 | - | 1 | - | 03 | - | 1 | 1 | - | - | - | 1 | 3 | - | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | - | - | 03 | |
| Todas | 1 | - | 01 | 1 | - | - | - | - | 01 | - | - | 1 | 1 | - | - | 1 | 3 | - | 1 | - | - | - | 1 | - | 1 | - | - | 03 | |
| Sem Pref. | - | 2 | 02 | - | - | - | 1 | 1 | 02 | - | 1 | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | 01 | |
| TOTAL | 62 | 48 | 110 | 41 | 38 | 15 | 13 | 03 | 110 | 04 | 33 | 09 | 09 | 29 | 07 | 18 | 110 | 11 | 20 | 10 | 07 | 17 | 10 | 15 | 08 | 10 | 01 | 110 | |

i - Incompleto
c - Completo
AG - Agricultura
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 12

IMAGEM TRADICIONAL: Preferência por Tipos de Cidade nas Viagens Turísticas

n = 110

| TIPOS | SEXO | | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | | |
|--------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|--------------|----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|-----------------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| | F | M | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | | |
| | | | | | | | | | | i | c | i | c | i | | c | | | | | | | | | | | | |
| Praiana | 51 | 27 | 78 | 19 | 32 | 16 | 6 | 7 | 80 | 1 | 30 | 6 | 4 | 24 | 5 | 34 | 77 | 9 | 3 | 6 | 7 | 15 | 10 | 12 | 11 | 4 | 3 | 80 |
| Serrana | 3 | 3 | 6 | 2 | 3 | 1 | - | - | 6 | - | - | 1 | - | 1 | 2 | 2 | 6 | - | 1 | 1 | - | 3 | - | - | - | 1 | 3 | 6 |
| Repouso | 4 | 2 | 6 | 1 | - | 3 | 2 | - | 6 | - | 2 | - | 1 | 1 | - | 2 | 6 | 3 | - | 1 | - | - | - | - | 2 | - | - | 6 |
| Natal | 1 | - | 1 | 1 | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | 1 |
| Capital | 3 | - | 4 | 2 | 1 | - | - | - | 3 | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | 3 | 1 | - | 1 | - | 1 | - | - | - | - | - | 3 |
| Interior | - | 1 | 1 | - | 1 | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 1 |
| Todas | 8 | 2 | 10 | 2 | 2 | - | 3 | 1 | 8 | - | 1 | 1 | 1 | 2 | - | 3 | 8 | 1 | - | 2 | - | 1 | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 8 |
| Sem Pref. | 4 | 1 | 5 | - | 2 | 2 | 1 | - | 5 | - | 1 | 1 | - | - | - | 3 | 5 | - | - | 2 | - | - | - | 1 | 2 | - | - | 5 |
| TOTAL | 74 | 36 | 111 | 27 | 41 | 22 | 12 | 8 | 110 | 1 | 34 | 9 | 7 | 29 | 7 | 47 | 110 | 14 | 4 | 14 | 8 | 20 | 11 | 14 | 15 | 6 | 7 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

faixas etárias e atividades econômicas. Tal fato vem de encontro com o pressuposto de Tuan, que coloca a praia como meio de atração permanente e significativo. O maior número de sujeitos encontra-se no III grau completo, seguido pelo I grau incompleto, estando essas pessoas empregadas em sua maioria em atividades do setor da prestação de serviços e no funcionalismo público. Na imagem global, as cidades de repouso e capital vêm em seguida, sendo que os de faixa etária mais avançada preferem as cidades de repouso, por entenderem que o lazer é melhor aproveitado quando há o descanso. Já os mais jovens preferem a capital pela variedade de oportunidades de recreação que a cidade grande oferece. Na imagem tradicional, a preferência por todos os tipos de cidade ocupa o segundo lugar, pois essas pessoas querem variar para não entrar no rotineiro. Estes sujeitos têm o III grau completo e estão desempenhando atividades variadas.

As informações dadas pelos sujeitos quanto aos elementos dos lugares preferidos entraram na classificação destes em naturais, construídos e não visíveis, como está demonstrado na Tabela 13. Os elementos naturais, com muito verde e águas superficiais, são as que mais aparecem, com 56,3%, e principalmente entre as pessoas com o II grau completo, 20,9%. A natureza atrai as pessoas, mas o espaço construído é valorizado por 24,5%, por respondentes que querem sobretudo um bom alojamento, supermercados, lojas. Por fim, 19,0% estão à procura de paz, sossego, tranquilidade, que são os elementos não visíveis, e essas pessoas possuem o III grau completo e estão, com predominância, na prestação de serviços. Atualmente, com a urbanização em fase crescente, a busca pela natureza se dá com maior frequência.

Na Tabela 14 o local de hospedagem foi classificado em: casa própria, cedida, alugada; hotel e colônia de férias, e foram colocados os motivos que conduzem as pessoas a variarem de lugar para passar férias. Como pode-se notar, o local de hospedagem é um dos fatores que mais concorre para a escolha do lugar para se passar férias. Os que possuem casas em Itanhaém, em sua maioria vão sempre para o mesmo local, pela facilidade de acomodação. Os que não possuem residência secundária, vão à procura de novos lugares e sempre que podem escolhem outras localidades para variar de paisagens.

O período de frequência está apontado na Tabela 15. O lazer, ou seja, o tempo livre das férias é o de maior porcentagem, 50,9%. Os finais de semana, pela proximidade com o maior pólo emissor, São Paulo, é período de frequência de 22,7%. Todos os períodos disponíveis são motivos de evasão, com 15,4% atingindo todos os graus de escolaridade e atividades econômicas.

TABELA 13

IMAGEM TRADICIONAL: Elementos dos Lugares Preferidos

n = 110

| ELEMENTOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÓMICAS | | | | | | | | | | Tt |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|----|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | c | | | | | | | | | | | | | |
| Naturais | 16 | 19 | 15 | 8 | 4 | 62 | 1 | 6 | 8 | 6 | 13 | 5 | 23 | 62 | 10 | 1 | 7 | 6 | 10 | 6 | 9 | 8 | 4 | 1 | 62 | |
| Construídos | 8 | 12 | 4 | 2 | 1 | 27 | - | 1 | 3 | - | 6 | 3 | 14 | 27 | 3 | 2 | 4 | 1 | 7 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 27 | |
| Não Visíveis | 3 | 10 | 2 | 3 | 3 | 21 | - | 1 | - | 2 | 10 | - | 8 | 21 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | - | 2 | 21 | |
| TOTAL | 27 | 41 | 21 | 13 | 8 | 110 | 1 | 8 | 11 | 8 | 29 | 8 | 45 | 110 | 14 | 4 | 14 | 8 | 20 | 11 | 14 | 15 | 6 | 4 | 110 | |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 14

IMAGEM ATUAL: Variação de Lugar para Passar Férias

n = 110

| Local de Hospedagem | MOTIVOS | | | | | | | | | |
|---------------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| | SIM | | | | | Tt | NÃO | | | Tt |
| | Alojamento | Afeto | Comodidade | Economia | Família | | Conh. Nov. Lug. | Parentes | Variar | |
| CASA | | | | | | | | | | |
| Própria | 15 | 1 | 1 | - | 3 | 21 | 7 | 1 | 3 | 11 |
| Cedida | 7 | 6 | 3 | - | 2 | 18 | 16 | 1 | 13 | 30 |
| Alugada | - | - | - | 1 | - | 1 | 4 | - | 4 | 08 |
| HOTEL | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 2 | 04 |
| COLÔNIA DE FÉRIAS | - | 1 | 3 | 1 | 1 | 6 | 6 | 4 | 2 | 12 |
| TOTAL | 22 | 08 | 07 | 02 | 06 | 45 | 34 | 07 | 24 | 65 |

TABELA 15

IMAGEM ATUAL: Período de Frequência em Itanhaém

n = 110

| PERÍODO | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c |
| Férias | 19 | 17 | 10 | 7 | 3 | 56 | 1 | 2 | 6 | 6 | 17 | 9 | 15 | 56 | 5 | 3 | 7 | - | 12 | 3 | 2 | 11 | 12 | 1 | 56 |
| Finais de Semana | 8 | 8 | 4 | 3 | 2 | 25 | 1 | - | 6 | 2 | 7 | 2 | 7 | 25 | 7 | - | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | 25 |
| Feriados Prolongados | - | 2 | - | - | 1 | 3 | - | - | 1 | - | 2 | - | - | 3 | 1 | - | - | - | - | - | - | 2 | - | - | 3 |
| Todos | 10 | 2 | 1 | 1 | 3 | 17 | - | 1 | 6 | 1 | 3 | 3 | 3 | 17 | 3 | - | 1 | - | 4 | - | 3 | 3 | 2 | 1 | 17 |
| Primeira Vez | 3 | 3 | 1 | 2 | - | 9 | - | - | 2 | - | 2 | - | 5 | 9 | 2 | - | 2 | 1 | 2 | - | 2 | - | - | - | 9 |
| TOTAL | 40 | 32 | 16 | 13 | 9 | 110 | 2 | 3 | 21 | 9 | 31 | 14 | 30 | 110 | 18 | 3 | 12 | 3 | 22 | 4 | 8 | 20 | 17 | 3 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

Nas respostas mostradas no Quadro 1, da imagem global, quanto ao desejo de se conhecer Itanhaém, 78,1% evidenciaram que sim, enquanto 21,8% responderam que não gostariam.

QUADRO 1

IMAGEM GLOBAL: Gostaria e Quais as Razões para Conhecer Itanhaém

| GOSTARIA | | RAZÕES | Tt |
|--------------|-----------|------------------------|------------|
| SIM | 86 | Acessibilidade | 4 |
| | | Alojamento | 1 |
| | | Cidade Tradicional | 3 |
| | | Conhecer | 27 |
| | | Propaganda | 17 |
| | | Sem Farofeiro | 1 |
| | | Praia | 33 |
| | | NÃO | 24 |
| | | Não Atrai | 14 |
| | | Muita Poluição | 5 |
| | | Nunca Ouviu Falar | 4 |
| | | Preferência por Outros | 1 |
| TOTAL | | | 110 |

Dos que gostariam, a razão maior é por ser cidade praiana, 38,3%, seguida do desejo apenas de vivenciar o turismo, com 32,1%. A propaganda aparece com 15,4%, demonstrando que mesmo no turismo interno a publicidade é importante para incentivar o desejo de conhecer lugares. Apenas uma pessoa refere-se ao fato de não se ter farofeiros na cidade, posto que estes são inibidos para entrar na cidade. Os que não desejariam conhecer alegam não sentir atração pela cidade, 58,3%, enquanto 20,8% responderam a poluição, muito embora a balneabilidade de Itanhaém seja sempre considerada excelente pela CETESB.

A categorização da Tabela 16 foi baseada em Langenbuch, que classifica as condições para ocorrência do turismo como: elementares, acessórias e outras. Entre as outras foram consideradas curiosidade, família, fator financeiro, sem farofeiros, tranquilidade, nenhuma. As condições elementares como recursos atrativos estão

TABELA 16

IMAGEM GLOBAL: Condições para Conhecer Itanhaém

n = 110

| CONDIÇÕES | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | IDADE | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | |
|--------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | A | I | | II | | III | | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | AG | COM | CONS | ED | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | | | | | | | c |
| ELEMENTARES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Acesso | - | - | - | - | - | - | 1 | 01 | 1 | - | - | - | - | 01 | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | 01 |
| Alojamento | - | - | - | 2 | 3 | 1 | 3 | 09 | 3 | 4 | 2 | - | - | 09 | - | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | - | - | - | 09 |
| Praia e Mar | 2 | 3 | 3 | 4 | 8 | 4 | 1 | 25 | 11 | 8 | 2 | 3 | 1 | 25 | 2 | 6 | 1 | 1 | 4 | - | 2 | 1 | 6 | - | 25 |
| ACESSÓRIAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Limpeza | - | - | - | 1 | - | - | 1 | 02 | 1 | 1 | - | - | - | 02 | - | - | - | - | - | - | 1 | - | 1 | - | 02 |
| Passaio Interes. | - | 1 | - | - | 3 | - | - | 04 | 2 | 2 | - | - | - | 04 | - | 1 | - | - | - | 1 | 2 | - | 1 | - | 04 |
| OUTRAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Curiosidades | - | 9 | 2 | 2 | 2 | 1 | - | 16 | 6 | 4 | 3 | 1 | - | 14 | 2 | 3 | 2 | - | 2 | 1 | 1 | 3 | - | - | 14 |
| Família | - | 2 | 1 | - | 2 | - | 6 | 11 | 4 | 4 | 2 | 2 | - | 12 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | - | - | - | - | 12 |
| Financeiro | 1 | 12 | 3 | 1 | 8 | 1 | 1 | 27 | 11 | 6 | 6 | 2 | 2 | 27 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 27 |
| Sem Farofeiros | - | - | - | - | 1 | - | - | 01 | 1 | - | - | - | - | 01 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | 01 |
| Tranquilidade | - | - | - | - | 2 | - | 3 | 05 | 1 | 2 | 1 | 1 | - | 05 | - | - | - | 1 | 1 | 1 | 2 | - | - | - | 05 |
| Nenhuma | 1 | 5 | 1 | - | 2 | - | 2 | 11 | 6 | 2 | - | 3 | - | 11 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | - | - | 1 | - | - | 11 |
| TOTAL | 04 | 30 | 10 | 10 | 31 | 07 | 18 | 110 | 47 | 33 | 16 | 12 | 03 | 110 | 12 | 22 | 10 | 08 | 18 | 11 | 12 | 07 | 10 | 02 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
AG - Agricultura
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

traduzidas por praias e mar, com 22,7% das respostas, seguidas do alojamento, com 8,1%. Observa-se que o recurso turístico é o ponto mais valorizado para se conhecer um local durante as férias, e o mar e a praia, no século atual, são bastante valorizados pelas pessoas para recreação. Com relação às condições acessórias, apenas 3,6% citaram passeios interessantes para serem feitos durante as férias. Dentre os outros, a condição financeira foi a mais citada, com 24,5%, demonstrando que o preço do local entra em muito no fator de decisão para escolha. Interessante observar que os mais jovens estão mais preocupados com o alojamento, enquanto que os mais velhos preocupam-se com o recurso turístico.

Quanto à indagação sobre quando as pessoas conheceram Itanhaém, destacam-se as décadas de 70 e 80, como pode ser observado na Tabela 17. As respostas quanto aos elementos que chamaram a atenção os classificaram em naturais, construídos e não visíveis. O conhecimento nas décadas de 70 e 80 pode ser atribuído aos meios de comunicação, através da propaganda e do lançamento de lotes residenciais. Nessas oportunidades os elementos naturais foram os que mais chamaram a atenção dos turistas, assim como os não visíveis paz e tranquilidade. O significado desses elementos está na Tabela 18. Para 28,1%, o elemento destacado na paisagem foi a beleza, para 22,7% foi a tranquilidade, enquanto que para 5,4% foi o medo, como exemplifica-se:

- GT (13)... o mar. Superioridade na natureza, domínio. A gente sente que é nada perante o mar.
- GT (81)... praia com morro, com pedras e orquídeas. Variação de cor: cinza da rocha e o azul do mar. Tranquilidade e meditação.
- GT (11)... praia. Sujeira e tinha muitos ratos perto das pedras e com isso tinha medo de ir até lá.

Os motivos da preferência por Itanhaém estão expostos na Tabela 19. As ofertas de alojamento aparecem como primeira indicação em 44,5% das respostas, significando que o turismo não é uma simples aventura, sugere aventura, porém o turista almeja a segurança de um lugar para ficar, de um quarto seguro de hotel, com bem destacou Rimbert. O gostar do local aparece secundariamente, 21,8%, mostrando que a afetividade para com o lugar é importante, posto que o turista vivencia o ambiente através da recreação. Viajar em grupos de amigos também é apontado como motivo por 19,0% dos sujeitos, sendo que a frequência constante a um mesmo local favorece a formação de

TABELA 17

IMAGEM TRADICIONAL: Década em que Conheceu Itanhaém e Elemento Destacado da Paisagem

n = 110

| DÉCADA S | ELEMENTOS | | | IDADE | | | | | ESCOLARIDADE | | | | | | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | N | C | NV | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | I | | II | | III | | COM | CONS | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP |
| 40 | 1 | 2 | - | - | - | - | 2 | 1 | - | 1 | 1 | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 2 | - | 1 | - | - |
| 50 | 3 | - | 1 | - | 1 | 1 | 1 | 1 | - | 1 | - | 1 | - | 2 | 1 | - | - | - | 1 | 1 | - | 1 | - | - |
| 60 | 4 | 4 | 3 | - | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | - | - | 5 | - | 4 | 3 | 1 | - | 1 | 2 | - | 2 | 2 | - | - |
| 70 | 14 | 6 | 6 | 5 | 12 | 5 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 9 | 1 | 12 | 3 | - | 3 | - | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 |
| 80 | 25 | 7 | 10 | 15 | 15 | 7 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 10 | 6 | 16 | 6 | 1 | 8 | 4 | 8 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 90 | 13 | 6 | 5 | 7 | 10 | 4 | 3 | - | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 9 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | - |
| TOTAL | 60 | 25 | 25 | 27 | 41 | 21 | 13 | 08 | 08 | 11 | 07 | 30 | 08 | 45 | 14 | 04 | 14 | 08 | 20 | 11 | 14 | 15 | 06 | 04 |

N - Naturais
C - Construídos
NV - Não Visíveis
i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação

I - Indústria
PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 18

IMAGEM TRADICIONAL: Significado do Elemento Destacado da Paisagem

n = 110

| SIGNIFICADO | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c |
| Beleza | 6 | 10 | 6 | 6 | 3 | 31 | 1 | 1 | 5 | 2 | 8 | 3 | 11 | 31 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| Entretenimento | 7 | 6 | 7 | 2 | 2 | 24 | - | 3 | - | 3 | 6 | 1 | 11 | 24 | 1 | - | 3 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 1 | 1 | 24 |
| História | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 9 | - | 1 | 1 | - | 2 | - | 5 | 9 | 2 | - | 2 | - | 1 | 1 | 1 | 1 | - | 1 | 9 |
| Medo | 3 | 2 | - | 1 | - | 6 | - | - | 1 | - | 1 | 2 | 2 | 6 | - | - | 1 | - | 2 | 1 | - | 1 | 1 | - | 6 |
| Organização | 5 | 5 | - | - | - | 10 | - | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 10 | 2 | - | 1 | - | 3 | 1 | 2 | - | 1 | - | 10 |
| Tranquilidade | 4 | 14 | 6 | 1 | - | 25 | - | 2 | 1 | 1 | 10 | 1 | 10 | 25 | 3 | - | 4 | 1 | 7 | 4 | 1 | 5 | - | - | 25 |
| Nada | - | 3 | - | - | 2 | 5 | - | - | 2 | - | - | - | 3 | 5 | 1 | 1 | - | - | 2 | - | - | 1 | - | - | 5 |
| TOTAL | 27 | 41 | 21 | 13 | 8 | 110 | 1 | 8 | 11 | 7 | 30 | 8 | 45 | 110 | 14 | 4 | 14 | 8 | 20 | 11 | 14 | 15 | 6 | 4 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 19

IMAGEM ATUAL: Motivos de Preferência por Itanhaém

n = 110

| MOTIVOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|----|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | c | | | | | | | | | | | | | |
| Afetividade | 6 | 9 | 3 | 3 | 3 | 24 | 1 | - | 5 | 2 | 12 | - | 5 | 24 | 6 | - | 3 | - | 4 | 1 | 1 | 6 | 2 | 2 | 24 | |
| Alojamento | 19 | 15 | 10 | 2 | 3 | 49 | - | 1 | 6 | 2 | 14 | 13 | 12 | 49 | 5 | 2 | 4 | 2 | 14 | 3 | 2 | 6 | 9 | 1 | 49 | |
| Amigos | 9 | 5 | 1 | 4 | 2 | 21 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | - | 9 | 21 | 3 | 1 | 4 | - | 3 | - | 3 | 4 | 3 | - | 21 | |
| Conhecimento | 3 | - | 1 | 2 | - | 6 | - | - | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 6 | - | 1 | 1 | - | - | 1 | 1 | 2 | - | - | 6 | |
| Praia Limpa | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 10 | - | 1 | 5 | 1 | - | - | 3 | 10 | - | - | - | - | 1 | - | 1 | 3 | 1 | - | 10 | |
| TOTAL | 30 | 31 | 17 | 13 | 9 | 110 | 2 | 3 | 20 | 9 | 32 | 14 | 30 | 110 | 14 | 4 | 12 | 2 | 22 | 5 | 8 | 21 | 15 | 3 | 110 | |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

grupos que se encontram periodicamente para desfrutar o lazer. A conservação do recurso turístico de Itanháem — a praia — se destaca como preferência pela localidade, demonstrando a preocupação das pessoas com relação à poluição.

Como pode ser observado na Tabela 20, a mídia é o instrumento de comunicação utilizado por 50,0% dos respondentes para monitoramento da água do mar. Entretanto, 32,7% afirmam não utilizar-se de informação alguma sobre a qualidade da água para balneabilidade. E ainda, 11,8% acreditam na própria observação para identificar a poluição. Apenas 5,45% confiam nas informações verbais, obtidas através de outros usuários. Em todas as categorias são principalmente as pessoas mais jovens que se preocupam com a balneabilidade das praias, entre 18 e 47 anos. Deve-se destacar, porém, que mesmo dentre aqueles que de uma forma ou outra têm contato com a informação sobre a qualidade da água, 20,2% não se importam com a poluição e utilizam o mar para recreação, como respondeu um sujeito.

IA (8) ... jornal. Não, não me importo, entro no mar do mesmo jeito.

Dentre esses sujeitos, 33,3% têm o curso superior, 26,6% o I grau completo e 6,6% são analfabetos, ocorrendo essa atitude independente do grau de escolaridade. Os sujeitos que acompanham as informações sobre a qualidade da água para balneabilidade e aqueles que não atribuem nenhum significado a esse aspecto desempenham funções econômicas variadas, no comércio, na educação, na prestação, no funcionalismo público, sendo a categoria das dona-de-casa e estudantes as que mais se destacam.

A Tabela 21 revela o elemento que mais chama a atenção atualmente. A conservação da paisagem, sem a intervenção antrópica, como os outeiros ainda com vegetação, o costão banhado diretamente pelo oceano, é o elemento mais apreciado pelos turistas, 44,5%. Os não visíveis, como a tranqüilidade da cidade, entram nas respostas de 25,4% dos sujeitos. Os construídos, como o conjunto do centro histórico, com suas edificações antigas, arruamento estreito, ruelas, são apreciados por 17,2%, pelas relíquias que conservam. A maior parte dos sujeitos que valorizam os elementos naturais, construídos e não visíveis, concentra-se na faixa etária de 18-47 anos, conforme exemplifica-se:

TABELA 20

IMAGEM ATUAL: Acompanhamento da Qualidade da Água para Balneabilidade

n = 110

| INFORMAÇÃO | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c |
| Mídia | 21 | 17 | 9 | 6 | 2 | 55 | - | 2 | 5 | 6 | 16 | 6 | 20 | 55 | 8 | 3 | 3 | 1 | 9 | 3 | 3 | 13 | 11 | 1 | 55 |
| Observação | 2 | 6 | 1 | 2 | 2 | 13 | 1 | - | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 13 | 6 | - | 2 | - | 2 | - | - | - | 2 | 1 | 13 |
| Verbal | 3 | 1 | 1 | 1 | - | 6 | - | - | 2 | - | 1 | 2 | 1 | 6 | - | - | - | 1 | 2 | - | 2 | - | 1 | - | 6 |
| Nenhum | 14 | 7 | 6 | 4 | 5 | 36 | 1 | 1 | 9 | 1 | 12 | 4 | 7 | 36 | 4 | - | 7 | 1 | 9 | 1 | 3 | 7 | 3 | 1 | 36 |
| TOTAL | 40 | 31 | 17 | 13 | 9 | 110 | 2 | 3 | 20 | 8 | 32 | 13 | 31 | 110 | 18 | 3 | 12 | 3 | 22 | 4 | 8 | 20 | 17 | 3 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 21

IMAGEM TRADICIONAL: Elemento que Chama Atenção Atualmente

n = 110

| ELEMENTOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c |
| Natural | 17 | 15 | 8 | 6 | 3 | 49 | 1 | 5 | 5 | 3 | 17 | 1 | 17 | 49 | 7 | 2 | 5 | 6 | 9 | 3 | 5 | 6 | 3 | 3 | 49 |
| Construído | 2 | 8 | 5 | 2 | 2 | 19 | - | 2 | - | 1 | 5 | 2 | 12 | 19 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | - | 4 | 1 | 1 | 19 |
| Não Visível | 5 | 10 | 7 | 5 | 1 | 28 | - | - | 2 | 2 | 8 | 5 | 11 | 28 | 5 | - | 2 | - | 4 | 4 | 7 | 4 | 2 | - | 28 |
| Nenhum | 3 | 8 | 1 | - | 2 | 14 | - | 1 | 4 | 1 | - | - | 8 | 14 | 1 | 1 | 3 | - | 5 | 1 | 2 | 1 | - | - | 14 |
| TOTAL | 27 | 41 | 21 | 13 | 8 | 110 | 1 | 8 | 1 | 7 | 30 | 8 | 48 | 110 | 14 | 4 | 14 | 8 | 20 | 11 | 14 | 15 | 6 | 4 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

- IA (9)... Ponte do rio. A visão do rio e mar em cima da ponte é muito lindo. Mistura de água do rio e oceano. Projeto de pororoca.
- IA (14)... sossego. pela vida agitada que tenho.
- IA (78)... Igreja. Gosto de datas. Analisar quem viveu naquela época. Se já estive aqui em outras vidas.

No que diz respeito à atribuição de valores aos elementos naturais, observa-se ser característica de pessoas com vários graus de escolaridade, embora haja um nítido predomínio de pessoas com II e III graus completos. No caso dos elementos construídos e não visíveis esta afirmação também é válida, embora se destaquem aqueles que possuem o III grau completo. Conclui-se portanto que o nível de escolaridade é fundamental quando se considera esse aspecto, uma vez que, os sujeitos que declaram não valorizar nenhum elemento possuem os mais baixos níveis de escolaridade, ou seja, apenas o I grau completo.

Os motivos pelos quais as pessoas valorizam os elementos da cidade estão resumidos na Tabela 22. A beleza e a tranquilidade são os mais apontados, com 33,6% e 30,0%, respectivamente. Paisagens atraentes, diferentes, com vegetação, água, monumentos históricos ou mesmo construções modernas, quando reunidas em um espaço quando a visão do todo é possível, promovem o encantamento as pessoas. A tranquilidade do local de férias é igualmente importante, pois comumente as pessoas saem de seus lugares habituais procurando usufruir de seu lazer, buscando o descanso, sendo isso possível quando as localidades são seguras e sobretudo têm o fluxo turístico que comportam, evitando-se dessa maneira uma sobrecarga na área. A antigüidade da cidade é citada por 11,8% das pessoas, constatando-se a valorização da preservação das edificações que marcam um determinado momento histórico. Ao contrário do que se poderia supor, motivos como beleza, tranquilidade e antigüidade são citados também pelas pessoas mais jovens, entre 18-47 anos. Observa-se que o nível de escolaridade não desempenha papel importante na determinação dos motivos.

No que se refere às atividades econômicas dos sujeitos que indicaram beleza, tranquilidade e antigüidade como elementos que apreciam em Itanhaém, predominam aqueles que se dedicam à prestação de serviços e as donas-de-casa.

TABELA 22

IMAGEM ATUAL: Motivo que Aprecia Elementos da Cidade

n = 110

| MOTIVOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | | | |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|----|---|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c | | |
| Amizades | 3 | - | 1 | 2 | 2 | 8 | 1 | - | - | - | 3 | - | 4 | 8 | - | - | 2 | - | 3 | 1 | - | 1 | - | 1 | - | 1 | 8 |
| Antiquidade | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 13 | - | 1 | 3 | 1 | 6 | - | 2 | 13 | 4 | 1 | 1 | - | 2 | - | 1 | 3 | 1 | - | - | 13 | |
| Beleza | 16 | 11 | 5 | 2 | 3 | 37 | 1 | 1 | 3 | 4 | 12 | 7 | 10 | 38 | 4 | 1 | 2 | 2 | 10 | 1 | 3 | 4 | 8 | 2 | 37 | | |
| Qualidade da Água | 4 | 3 | 1 | - | - | 8 | - | 1 | 2 | - | 1 | 3 | 2 | 9 | 2 | 1 | - | - | - | - | 2 | 1 | 2 | - | - | 8 | |
| Tranquilidade | 12 | 12 | 4 | 2 | 3 | 33 | - | 1 | 9 | 4 | 10 | 4 | 10 | 38 | 7 | - | 3 | 1 | 6 | 2 | 2 | 10 | 6 | - | - | 37 | |
| Nenhum | 2 | 3 | 2 | 4 | - | 11 | - | - | - | - | 4 | - | 2 | 6 | 1 | - | 4 | - | 1 | - | - | 1 | - | - | - | 7 | |
| TOTAL | 40 | 31 | 17 | 6 | 3 | 110 | 2 | 4 | 17 | 9 | 36 | 14 | 30 | 112 | 18 | 3 | 12 | 3 | 22 | 4 | 8 | 20 | 17 | 3 | 110 | | |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

Os elementos utilizados para descrever Itanhaém estão expostos na Tabela 23. A natureza é utilizada com maior frequência, como as praias, os outeiros, as rochas com 70,0%, sendo que 28,1% dessas pessoas estão na faixa etária dos 18-27 anos, possuem o II grau completo e estão empregados na prestação de serviços. As praias de Itanhaém são marcantes, principalmente por serem seccionadas por marcos geográficos o que lhes dão singularidade, além de serem recursos turísticos explorados.

O elemento construído, como o casario, ora pela sua antigüidade, ora pela beleza da arquitetura do moderno, é também utilizado como elemento para descrição da cidade. Já os não visíveis são lembrados por 12,7%, sendo que a paz e o sossego que a área sugere contribuem para uma descrição mais de estado natural, como demonstra-se:

- IA (62)... praia. Contava um pouquinho de cada uma
 IA (110)... mar é bonito. As pedras onde o mar bate nas pedras é muito bonito
 IA (84)... casas lindíssimas. O CIBRATEL
 IA (61)... morro do Convento. Bem alto: cartão de visita de Itanhaém
 IA (79)... da simplicidade do lugar e do rio, do cheiro do mato. Tem um campo na praia.

Através da Tabela 24, constatam-se os componentes utilizados para uma descrição pessoal de Itanhaém. O afetivo destaca-se em 49,0% das respostas e são dos respondentes com os níveis de escolaridade mais altos e com maior frequência estão empregados na prestação de serviços e educação. Os estruturais, como os que se referem ao plano da cidade e à arquitetura, são utilizadas por 24,5%. Os topográficos, como as características da cidade, aparecem com 15,4%, distribuídos por todos os graus de escolaridade e atividades econômicas. E finalmente os paisagísticos, menos citados, com 10,9%, com predominância dos que possuem o III grau completo e de todas as atividades econômicas. Na descrição pessoal as respostas estão mais voltadas para as sensações sentidas com o lugar do que o ambiente que o encerra, como elucida-se:

- IT (21)... Lugar que lembro quando estou agitado e quando estou oprimido. Representa liberdade.
 IT (12)... não morro de amores, Não gostei da praia do Sonho. Um lugar muito urbanizado. Praia com muitas pedras e estreita.
 IT (50)... cidade litorânea e pequena, com estilo interiorano
 IT (10)... cidade comprida e desengonçada

TABELA 23

IMAGEM ATUAL: Elemento Utilizado para Descrever Itanhaém

n = 110

| ELEMENTOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | | Tt |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|--|----|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | c | | | | | | | | | | | | | | |
| Natural | 31 | 20 | 12 | 9 | 5 | 77 | 1 | 2 | 15 | 8 | 24 | 10 | 15 | 75 | 11 | - | 8 | 3 | 17 | 4 | 5 | 13 | 12 | 2 | 75 | | |
| Construído | 5 | 7 | 3 | 2 | 2 | 19 | - | 1 | 4 | 2 | 5 | 1 | 8 | 21 | 4 | 1 | 3 | - | 4 | - | 2 | 4 | 3 | - | 21 | | |
| Não Visível | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 14 | 1 | - | - | - | 3 | 3 | 7 | 14 | 3 | 2 | 1 | - | 1 | - | 1 | 3 | 2 | 1 | 14 | | |
| TOTAL | 40 | 31 | 17 | 13 | 9 | 110 | 2 | 3 | 19 | 10 | 31 | 14 | 30 | 110 | 18 | 3 | 12 | 3 | 22 | 4 | 8 | 20 | 17 | 3 | 110 | | |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 24

IMAGEM TRADICIONAL: Componentes Utilizados para Descrever Itanhaém

n = 110

| COMPONENTES | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c |
| Afetivos | 14 | 19 | 9 | 8 | 5 | 54 | 1 | 3 | 5 | 4 | 13 | 3 | 25 | 54 | 6 | 3 | 6 | 4 | 10 | 8 | 6 | 6 | 2 | 3 | 54 |
| Estruturais | 6 | 12 | 5 | 2 | 2 | 27 | - | 1 | 5 | 2 | 8 | 2 | 9 | 27 | 4 | 1 | 4 | 1 | 6 | 1 | 4 | 4 | 1 | 1 | 27 |
| Paisagísticos | 5 | 2 | 3 | 1 | 1 | 12 | - | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 5 | 12 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | - | 12 |
| Topográficos | 2 | 8 | 5 | 2 | - | 17 | - | 1 | - | 1 | 7 | 2 | 6 | 17 | 1 | - | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | - | 17 |
| TOTAL | 27 | 41 | 22 | 13 | 8 | 110 | 1 | 6 | 13 | 8 | 29 | 8 | 45 | 110 | 12 | 5 | 14 | 8 | 21 | 11 | 14 | 15 | 6 | 4 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

Na Tabela 25 estão descritos os aspectos de Itanhaém revelados pelos sujeitos que não necessariamente conheciam a cidade. O natural prevalece, como água superficial, com 39,9%, pelas pessoas que possuem o II grau completo. O aspecto econômico foi lembrado por 23,6%, como cidade com bastante emprego. O construído foi destacado, como cidade cheia de prédios, casas, com 19,0%. Nota-se que como a grande maioria não conhecia Itanhaém, a afetividade foi pouco utilizada, enquanto que outros aspectos foram destacados, como exemplifica-se:

- IG (79) ... nem imagino, não tenho idéia
- IG (44) ... cheia de prédio, mar
- IG (68) ... deve ser praia com campo junto. Pode levar criança
- IG (104) ... já conheço através de filme, fotos, mas acho que deve ser acolhedora
- IG (22) ... lembra a novela "Mulheres de Areia". Calma.

O monumento histórico que causou maior admiração nos turistas está exposto na Tabela 26. O convento aparece com 44,5%, com as pessoas de III grau completo e atividades econômicas variadas. A suposta Cama de Anchieta com 14,5%, incidindo as maiores respostas no II grau completo e pelos que desempenham atividades na prestação de serviços e donas-de-casa com 8,1%. O convento foi o mais citado pela sua arquitetura e destaque na paisagem, cuja localização no outeiro permite uma visualização da cidade em seu conjunto.

A alta porcentagem indicando o fato de nenhum monumento ter causado admiração, 24,5%, deve-se ao fato dos respondentes não se interessarem em visitar marcos históricos.

Através da Tabela 27 pode-se observar que, em sua maioria, as pessoas utilizariam-se de todos os elementos para reconstruir o cenário da cidade antiga, significando o conjunto que imprime a característica de uma cidade como as ruas, o casario, monumentos, praças, convento, com 52,7%. Essas pessoas têm os mais altos graus de escolaridade. Enquanto que as outras pessoas utilizariam apenas um elemento, como o convento, o casario ou as ruas. Observa-se que esses sujeitos têm os menores graus de escolaridade. Apenas 6,3% dos respondentes afirmaram que nada do espaço urbano era representativo da cidade antiga, ignorando as construções do Brasil colônia.

TABELA 25

IMAGEM GLOBAL: Descrição dos Aspectos de Itanhaém

n = 110

| ASPECTOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | | Tt |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|--|----|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | AG | | COM | CON S | ED | PS | S | FP | DC | ES | AP | | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | c | | | | | | | | | | | | | | |
| Afetivo | 3 | 5 | 5 | 3 | - | 16 | 2 | 9 | 4 | 2 | 6 | - | 4 | 27 | 2 | 3 | 4 | 2 | 7 | 1 | 3 | 2 | 2 | - | 26 | | |
| Construído | 6 | 6 | 4 | 4 | - | 20 | 1 | 3 | - | 1 | 6 | 2 | 5 | 18 | 1 | - | - | - | 3 | - | - | - | - | - | 4 | | |
| Econômico | 10 | 11 | 4 | 1 | - | 26 | - | 6 | 4 | 4 | 9 | - | 3 | 26 | 4 | 5 | 1 | 2 | 8 | 2 | 4 | 3 | 5 | - | 34 | | |
| Natural | 14 | 19 | 7 | 2 | 1 | 43 | - | 6 | 3 | 1 | 15 | 5 | 10 | 40 | 2 | 8 | 4 | 4 | 7 | 6 | 7 | 2 | 3 | - | 43 | | |
| Nenhum | 10 | 5 | 1 | 3 | 2 | 21 | - | 13 | 1 | 1 | 3 | - | 1 | 19 | 5 | 2 | 4 | 1 | - | 2 | - | 3 | 1 | 2 | 20 | | |
| TOTAL | 43 | 46 | 21 | 13 | 03 | 126 | 03 | 37 | 12 | 09 | 39 | 07 | 23 | 130 | 14 | 18 | 13 | 09 | 25 | 11 | 14 | 10 | 11 | 02 | 127 | | |

i - Incompleto
c - Completo
AG - Agricultura
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 26

IMAGEM ATUAL: Monumento Histórico de Maior Admiração

n = 110

| MONUMENTO | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | | |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|---|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c | |
| Cadeia | 2 | - | - | - | - | 2 | - | - | 1 | 1 | - | - | - | 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - | 2 |
| Cama Anchieta | 4 | 7 | 2 | 1 | 2 | 16 | - | - | 3 | 1 | 6 | 3 | 3 | 16 | 2 | - | 3 | - | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | - | 16 | |
| Convento | 16 | 12 | 10 | 6 | 5 | 49 | - | 3 | 7 | 3 | 13 | 7 | 16 | 49 | 6 | 1 | 7 | 1 | 9 | 3 | 3 | 9 | 7 | 3 | 49 | |
| Igreja Sant'ana | 4 | 3 | 2 | 2 | - | 11 | - | - | 3 | - | 6 | - | 2 | 11 | 3 | 1 | - | - | 3 | - | 2 | 2 | - | - | 11 | |
| Todos | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | - | 1 | 1 | 1 | - | 1 | 5 | 2 | - | - | - | 1 | - | - | 1 | 1 | - | 5 | |
| Nenhum | 13 | 8 | 2 | 3 | 1 | 27 | 1 | - | 3 | 3 | 8 | 4 | 8 | 27 | 5 | 1 | 2 | 2 | 6 | 1 | 2 | 3 | 5 | - | 27 | |
| TOTAL | 40 | 31 | 17 | 13 | 9 | 110 | 2 | 3 | 18 | 9 | 34 | 14 | 30 | 110 | 18 | 3 | 12 | 3 | 22 | 5 | 8 | 19 | 17 | 3 | 110 | |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

TABELA 27

IMAGEM TRADICIONAL: Elementos Utilizados para Reconstruir o Cenário da Cidade Antiga

n = 110

| ELEMENTOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | | Tt | |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | AG | COM | CONS | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | | c |
| Ruas | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | - | 1 | 2 | 1 | 1 | - | 1 | 6 | - | - | - | 2 | - | 1 | - | 1 | 1 | 1 | - | 6 |
| Casario | 5 | 6 | 3 | - | - | 14 | - | - | 2 | 2 | 2 | 2 | 6 | 14 | - | 1 | - | 3 | - | 3 | 2 | 3 | 2 | - | - | 14 |
| Monumentos | 2 | - | 1 | 1 | - | 4 | - | 1 | 1 | - | 1 | - | 1 | 4 | - | 1 | - | - | - | 2 | - | - | 1 | - | - | 4 |
| Praças | 1 | 3 | 1 | - | 1 | 6 | - | 1 | - | 1 | 3 | - | - | 6 | - | - | - | - | - | 2 | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 6 |
| Morro Convento | 8 | 1 | 2 | 3 | 1 | 15 | - | 2 | - | 2 | 3 | 2 | 6 | 15 | - | 3 | - | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | - | 15 |
| Todos | 9 | 27 | 12 | 6 | 4 | 58 | - | 1 | 5 | - | 20 | 4 | 28 | 58 | - | 7 | 3 | 7 | 5 | 11 | 6 | 7 | 7 | 2 | 3 | 58 |
| Nenhum | - | 3 | 1 | 2 | 1 | 7 | 1 | 1 | - | 2 | 1 | - | 2 | 7 | - | 2 | 1 | 1 | 1 | - | - | 1 | 1 | - | - | 7 |
| TOTAL | 27 | 41 | 21 | 13 | 8 | 110 | 1 | 7 | 10 | 8 | 31 | 8 | 44 | 110 | - | 14 | 4 | 14 | 8 | 20 | 11 | 14 | 15 | 6 | 4 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
AG - Agricultura
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

A preocupação com a preservação dos recursos turísticos de Itanhaém está disposta na Tabela 28. Nota-se que a preocupação maior está para o natural, como as praias, o oceano, os morros, com 41,8%, escolhido principalmente pelos jovens na faixa etária de 18-37 anos, com a escolaridade do II e III graus e com destaque para a prestação de serviços. Em seguida vêm os construídos, como as praças, os monumentos, 40,0% dos sujeitos, com faixa etária prevalecendo nos de 28-37 anos, com curso superior e as mais variadas atividades econômicas. Os não visíveis como o sossego, a paz que a cidade transmite ocupam 14,5%, elementos estes citados pelos de faixa etária de 28-37 anos, com os níveis de escolaridade mais elevado e distribuídos em todas as atividades econômicas. Apenas 3,6% dos respondentes não se interessaram pela preservação de nenhum elemento da cidade, correspondendo aos de nível de escolaridade mais baixa.

TABELA 28

IMAGEM TRADICIONAL: Elementos que Gostaria que Fossem Preservados

n = 110

| ELEMENTOS | IDADE | | | | | Tt | ESCOLARIDADE | | | | | | Tt | ATIVIDADES ECONÔMICAS | | | | | | | | | | Tt | |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|--------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| | 18-27 | 28-37 | 38-47 | 48-57 | + 58 | | A | I | | II | | III | | COM | CON S | ED | I | PS | S | FP | DC | ES | AP | | |
| | | | | | | | | i | c | i | c | i | | | | | | | | | | | | | c |
| Naturais | 15 | 14 | 8 | 5 | 4 | 46 | 1 | 3 | 6 | 6 | 12 | 5 | 13 | 46 | 5 | 1 | 4 | 1 | 12 | 3 | 7 | 8 | 3 | 2 | 46 |
| Construídos | 6 | 19 | 11 | 4 | 4 | 44 | - | 2 | 3 | 1 | 14 | 2 | 22 | 44 | 5 | 1 | 9 | 4 | 6 | 6 | 4 | 5 | 2 | 2 | 44 |
| Não Visíveis | 6 | 5 | 2 | 3 | - | 16 | - | - | - | 1 | 4 | 2 | 9 | 16 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | - | 16 |
| Nenhum | - | 3 | - | 1 | - | 4 | - | 1 | 2 | - | - | - | 1 | 4 | - | 1 | - | - | 1 | - | 1 | 1 | - | - | 4 |
| TOTAL | 27 | 41 | 21 | 13 | 8 | 110 | 1 | 6 | 11 | 8 | 30 | 9 | 45 | 110 | 14 | 4 | 14 | 8 | 20 | 11 | 14 | 15 | 6 | 4 | 110 |

i - Incompleto
c - Completo
COM - Comércio
CONS - Construção
ED - Educação
I - Indústria

PS - Prestação de Serviços
S - Saúde
FP - Funcionário Público
DC - Dona-de-casa
ES - Estudante
AP - Aposentado

CONCLUSÕES

O tempo livre do mundo moderno parece estar marcado pelas viagens. O motivo agora não é mais descobrir lugares, mas conhecer, colecionar paisagens diferentes, já que a população dispõe do lazer, tempo livre para utilizar com atividades agradáveis. Isto está motivando os deslocamentos das pessoas com maior frequência e intensidade.

A sociedade atual está caracterizada pelas descobertas técnico-científicas e pelo grande volume de produtividade, que proporcionam um número cada vez mais intenso de bens e serviços em série, colocando à disposição da população várias oportunidades de consumo. A maior produtividade e o desenvolvimento técnico-científico trazem também uma melhor qualidade de vida ligada ao bem-estar, ao formalizar uma regulamentação trabalhista, diminuindo as horas de trabalho e conseqüentemente colocando à disposição dos trabalhadores um tempo livre. Existe ainda o adicional de férias, conquistado para ser utilizado durante o lazer. Além disso, as poupanças obtidas podem ser utilizadas para o lazer.

Dessa forma, os deslocamentos ocasionais são favorecidos, facilitados, gerando fluxos consideráveis de pessoas que vão em busca de outros lugares em seu tempo livre. Ainda mais, a informação através da propaganda oferece oportunidades para as pessoas escolherem locais que mais atendam às suas expectativas, no seu tempo de lazer.

As localidades que se especializam em receber pessoas são variadas em números e tipos, procurando atender os turistas em suas necessidades básicas de lazer, recreação e turismo. No caso de Itanhaém, vários fatores concorrem para que nela se desfrute o lazer. A proximidade com São Paulo e com as cidades do entorno metropolitano faz com que o tempo despendido no deslocamento seja pequeno; em poucas horas vence-se o trajeto. Por isso mesmo Itanhaém conhece fluxos turísticos nos finais de semana, feriados prolongados e não somente nas férias, como revelou a pesquisa.

A sua capacidade de suporte, com alojamentos variados, é de certa forma um atrativo para o lazer, uma vez que oferece facilidade e variedade de lugares para acomodações. No lazer isso é de grande importância, pois como demonstrou a pesquisa, as pessoas querem sobretudo comodidade no lugar escolhido para vivenciar seu tempo livre. Itanhaém, pela sua infra-estrutura eficiente, vem suprir essas exigências.

Uma paisagem nova, diferente, pessoas desocupadas, sensações de paz e tranqüilidade pela sua espaciosidade, tudo parece favorecer o descanso em Itanhaém. O

lazer é a recompensa por ter sido produtivo. Nesse tempo, as pessoas se alegram, fotografam, numa tentativa de guardar o momento de descontração; aliviam as tensões e procuram vivenciar o ambiente no qual estão inseridos, aproveitando todas as oportunidades. Um integrante da pesquisa respondeu que Itanhaém era o lugar do qual se recordava quando estava oprimido, por lhe transmitir sensação de liberdade.

Com certeza é isso que as pessoas buscam em seu tempo de lazer, a recreação, acreditando ser o estresse resultante do trabalho e do apinhamento de suas cidades. Nessas viagens eliminam seus efeitos, repondo as energias física e mental despendidas pela dedicação ao trabalho.

As oportunidades recreativas de Itanhaém são inúmeras. Entretanto, o mar e a praia apareceram na investigação efetuada como espaços onde ocorrem as suas principais atividades recreativas. Para os que se interessam em conhecer a cidade, o “trenzinho” efetua ligações entre os bairros transformando o transporte de pessoas em passeios onde se podem apreciar as diversas partes do espaço urbano, afora os pontos atrativos propriamente ditas, e entrar em contato com as áreas dos moradores locais, conhecendo a Itanhaém rotineira. Os marcos históricos, com toda sua antigüidade e significado, são preferidos pelos turistas que valorizam a história brasileira. Essas pessoas têm sensações de encantamento, por poderem vislumbrar o passado quando contemplam esses referenciais. A praça reúne entretenimentos variados, como apresentações de músicos locais, grupos de pessoas que jogam capoeira, feira de artesanato, que consomem o tempo dos turistas durante sua recreação.

As colônias de férias não servem apenas de alojamento, estão estruturadas para recrear o turista em todos os momentos do dia. Como por exemplo, as que atendem os funcionários do Banco do Brasil - Satélite, BCN, SESI, estão equipadas com salas de jogos, quadras de esportes, salas de televisão para o entretenimento dos seus usuários, que podem permanecer na própria colônia de férias e ter toda sorte de recreação.

Assim, as pessoas podem aproveitar todas as horas disponíveis de lazer em recreação, longe de suas vidas cotidianas. Interessante observar pelas respostas dos sujeitos, quanto à necessidade de sair do cotidiano, que as oportunidades recreativas oferecidas pelas suas cidades de residência parecem não corresponder às expectativas de seus habitantes. Falta o elemento principal, a ultrapassagem das fronteiras, o ir mais além, viajar, conhecer lugares e sobretudo voltar.

As pessoas, de maneira geral, querem pelo menos uma vez ao ano sair de suas localidades de residência para passear, recrear, mudar de ares, espairecer, como os sujeitos da pesquisa responderam.

O tempo maior destinado ao descanso, as férias, pela sua própria essência, comumente é utilizado para as viagens, para fugir do rotineiro, apreciar lugares, costumes, gastronomia e visita a parentes. Isso tudo vem sendo favorecido pela disposição do fator financeiro, das poupanças programadas e mesmo pelos financiamentos das companhias e agências de viagens. Viajar em grupos ganhou importância pelo preço reduzido dos pacotes de viagens, assim como pertencer a associações de classes trabalhistas, que oferecem as populares colônias de férias a preços convidativos. Portanto, viajar tornou-se mais econômico, podendo o turismo atingir todas as classes sociais, democratizando-se.

Na escolha do local para fazer o turismo, vários fatores entram em evidência. Os meios de comunicação, notadamente a televisão, ao fazerem tomadas de suas principais atrações: novelas, telejornais, apresentam ao telespectador uma série de lugares atraentes, de belezas extraordinárias, muitas vezes com filmagens aéreas que mostram a visão do conjunto, ou mesmo o elemento significativo da paisagem, o marco referencial e isso tem-se revelado como fator relevante no despertar o desejo de conhecer lugares. Um número significativo de respondentes, de ambos os sexos, afirmaram sentir o desejo de conhecer os lugares onde se desenvolvem os fatos de uma telenovela ou de livro, pois se sentem participativos das cenas, tomando muitas vezes o papel do ator principal e, sem dúvida, desejando vivenciar esses lugares.

As agências de viagens, embora especializadas em convencer o turista em potencial, também contribuem para a promoção das localidades. Seus folhetos sugestivos e significativos de um mundo melhor, com sol brilhantes, cores deslumbrantes, pessoas alegres e bonitas, têm chamado a atenção dos sujeitos que responderam sentir-se atraídos por esses lugares. Atualmente, esses folhetos estão nos jornais, nas revistas nos “*out doors*”, não ficando mais restritos apenas às agências, confirmando-se o importante papel da propaganda em todas as atividades e principalmente no turismo.

A cidade de Itanhaém foi cenário de uma telenovela na década de setenta. A simplicidade dos personagens, um grupo de pescadores, e a beleza da paisagem foram retratadas de maneira singular e por isso alguns sujeitos responderam que a localidade estava associada à novela.

A valorização da natureza, com nuances de vegetação e águas cristalinas, parece ser o local ideal para as pessoas vivenciarem o turismo, como demonstrou a

pesquisa. Entretanto, qualidades não visíveis do local, como paz e tranquilidade, que na realidade significam distância dos problemas do dia-a-dia e também um bom local de hospedagem são qualidades primordiais do lugar escolhido.

As paisagens selecionadas para viajar são variadas, como localidades serranas, de repouso, grandes capitais, mas pela pesquisa efetuada, sem dúvida alguma a praia lidera as preferências em ambos os sexos, faixa etária e grau de escolaridade. Na praia as pessoas interagem com o ambiente, sentem a textura da areia pela pressão dos pés, entram na água e deixam-se envolver pelo mar, em uma situação de prazer. A imensidão do oceano, território do vazio, as ondas espumantes, sugerem aventura, sensações de paz e tranquilidade.

Itanhaém tem praias singulares. A do Tombo, ampla, com marés altas, cujas águas juntam-se com as do Rio Itanhaém em uma mistura de águas doce e salgada, forma um contraste de cores cujo espetáculo o turista vislumbra sobre a ponte que transpõe o rio, como respondeu um sujeito da pesquisa. A Prainha, denominada também dos Pescadores, por ter sido local de gravação da já citada telenovela, é apreciada pelos sujeitos que sentem-se familiarizados com o local. Esta praia localiza-se entre a Pedra da Carioca e o Morro do Sapucaeteva, que são marcos referenciais da orla litorânea, apontados pelos integrantes da investigação.

O grande Costão do Paranambuco separa a Praia dos Sonhos da Praia do Cibratel. No intervalo entre a Praia dos Sonhos e a do Cibratel, fica a pequena e famosa Praia das Conchas, muito admirada e valorizada pelos turistas, pelo amontoado de conchas sobre as pedras. As rochas, popularmente pedras, são atrativos para os respondentes que, sentados sobre elas, apreciam o mar, na formação de vagalhões batendo no costão. Esse local é bastante utilizado pelos sujeitos para descrever Itanháem e também em relação ao desejo de vê-lo conservado. Já a Praia do Cibratel, extensa e ampla, vem atender mais aos turistas que se hospedam no residencial e hotel do mesmo nome. É uma das praias mais equipadas de Itanhaém, com quiosques, lixeiras, chuveiros de água doce, sendo ponto referencial na descrição das praias de Itanhaém pelos respondentes da pesquisa.

As imagens turísticas de Itanhaém são marcantes, pelos aspectos que as encerram, incentivando o desejo das pessoas conhecerem e manterem elos afetivos, de vivenciarem o lugar pela sua parte histórica, de obterem a sensação de liberdade e de recreação, ao fazerem turismo.

A cidade proporciona os elementos fundamentais da imagem global, ou seja, preenche as necessidades básicas do turismo, que é o sair, ultrapassar o seu mundo

habitual. O aspecto natural, tão procurado pelas pessoas que vivem nas cidades, é preservado e conservado, com a qualidade de suas praias e vegetação, sendo esses elementos mais apontados pelos respondentes na expectativa de um lugar para passar férias. Um sujeito da pesquisa respondeu que seu lugar preferido deveria ter bastante verde, mar e rios com águas límpidas, demonstrando a importância da natureza.

A paisagem histórica, marcada por elementos de uma imagem tradicional, representativos do Brasil recém-descoberto, com suas igrejas localizadas nos principais pontos da cidade, preservadas em suas arquiteturas originais, além de ser mais uma opção turística, é valorizada pelas pessoas que se enveredam pela história, que tentam desvendar o passado através das construções, do momento histórico. Os edifícios públicos, símbolos do poder, são relíquias da cidade, marcos de uma cultura a ser apreciada. Os monumentos registram a passagem de pessoas que colaboram com a construção da cidade. Esses referenciais são destacados pelos turistas, inclusive com a preocupação de mantê-los em sua integridade para a imagem da cidade.

Os ambientes históricos têm um poder evocador de sons, cheiros, com suas cores cinzentas das lembranças de um mundo conhecido somente através de registros, de obras literárias e isso de certa forma atrai o turista que, admirando esses conjuntos, tem as sensações de paz e tranquilidade, sensações essas que todos procuram sentir em todos os momentos e, principalmente durante as férias, período destinado ao descanso.

Itanhaém, embora com recursos de toda natureza, construídos e naturais, com fluxos turísticos contínuos, infra-estrutura eficiente que lhe asseguram a função de estância balneária, necessita de medidas de preservação e conservação. Se, entretanto, o poder público não adotar medidas imediatas que protejam esse patrimônio natural e cultural, a paisagem poderá ter seus componentes destruídos e assim tornar-se menos atrativa.

Planos de conservação e revitalização de seus atributos turísticos devem contar com o apoio e aprovação da população residente e da flutuante, que se constituem nos melhores indicativos para os planejadores, administradores e legisladores, de como a área poderá ser organizada e re-organizada para atender, de um lado, os anseios de uma população que tem sua base econômica voltada para o turismo e, por outro, de uma população que busca áreas de paisagens únicas e atraentes para desfrutar de seu lazer.

BIBLIOGRAFIA

Livros

- ARAÚJO FILHO, José R. **A Baixada do Rio Itanhaém**. Boletim 116, Geografia n° 5, 1956.
- BAILLY, Antonie S. **La Géographie du Bien-Être**. Paris: Presses Universitaires de France, 1981.
- BATTRO, Antonio M. **El Pensamiento de Jean Piaget**. Buenos Aires: Emece Editores, 1969.
- BRESCIANI, Stella (org.) **Imagens da Cidade - Séculos XIX e XX**. São Paulo: Marco Zero, 1994.
- BURKART, A.J. and MEDLIK, S. **Tourism Past, Present and Future**. Londres: Heinemann, 1974.
- BUTTNER, A. **Aprendendo o Dinamismo do Mundo Vivido**. Christofolletti, A. (org.) Perspectivas da Geografia. São Paulo: Difel, 1982.
- CASTELLI, Geraldo. **Turismo Atividade Marcante do Século XX**. Universidade de Caxias do Sul, 1986.
- CORBIN, Alain. **O Território do Vazio**. São Paulo: Editora Schwarzer, Ltda, 1989.
- DAVIS Kingsley et al. **Cidades: A Urbanização da Humanidade**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977.
- DEL RIO, Vicente. **Introdução ao Desenho Urbano no Processo de Planejamento**. São Paulo: Ed. Pini, 1990.
- DUBOS, René. **Namorando a Terra**. São Paulo: Melhoramentos, 1981.
- FERRI, Mário G. **Vegetação Brasileira**. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 1980.
- FISCHER, Gustave Nicolas. **La Psychosociologie de L'Espace**. Paris: Presses Universitaires de France, 1981.
- FRÉMONT, Armand. **A Região, Espaço Vivido**. Coimbra: Livraria Almedina, 1980.
- GARNIER-BEAUJEU, J. e CHABOT, G. **Tratado de Geografia Urbana**. Barcelona: Editorial Vicens-Vives, 1970.
- GIBSON, James J. **La Percepción del Mundo Visual**. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1974.
- INHELDER, Barber and PIAGET, Jean. **L'Image Mentale Chez l'Enfant**. Paris: PUF, 1966.

- KRIPPENDORF, Jost. ***Sociologia do Turismo***. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre. ***Geographie du Tourisme***. Paris: Masson, 1987.
- LYNCH, Kevin. ***The Image of the City***. Cambridge: Mit Press, 1960.
- MATHIENSON, Alislér and WALL, Geoffrey. ***Tourism: Economic, Physical and Social Impacts***. New York: Longman Scientific & Technical, 1987.
- McLHUAN, M. Herbert. ***Teoria da Imagem***. Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil, 1979.
- MICHAUD, Jean-Luc. ***Le Tourisme Face à L'Environnement***. Paris: Presses Universitaires de France, 1983.
- NEIVA Jr., Eduardo. ***A Imagem***. São Paulo: Ática, 1986.
- PALLEN, John J. ***O Mundo Urbano***. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária Ltda., 1975.
- PEARCE, Douglas. ***Desarrollo Turístico su Planificación y Ubicación Geográficas***. México: Editorial Trillas, 1988.
- PICKLES, John. ***Phenomenology, Science and Geography Spatiality and the Human Sciences***. New York: Cambridge University Press, 1985.
- RODRIGUES, Adyr B. ***Turismo e Espaço***. São Paulo: Hucitec, 1997.
- SETHAM, Nowreddine. ***L'Industrie et le Tourisme en Tunisie: Etude de Géographie du Développement***. Tunis: Faculte des Sciences Humaines et Sociele de Tunis, 1992.
- SOUZA, Ricardo Bezerra. ***A História de Itanhaém***. Itanhaém. Prefeitura Municipal de Itanhaém, s/d.
- TUAN, Yi-Fu. ***Topofilia. Um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente***. São Paulo: DIFEL, 1980.
- TUAN, Yi-Fu. ***Espaço e Lugar***. São Paulo: DIFEL, 1983.
- TUAN, Yi-Fu. ***The Good Life***. Wisconsin: The University of Wisconsin Press, 1986.
- VAN-DOREN, S. Carlton. ***Concepts and Methods in Outdoor Recreation***. Chicago: Maaroufa Press, 1974.
- WALSH, Richard G. ***Recreation Economic Decisions***. Pennsylvania: Venture Publishing, Inc. State College, 1986.
- YURGEL, Marlene. ***Urbanismo e Lazer***. São Paulo: Nobel, 1983.
- ZIMMERMANN, W. Erich. ***Recursos e Indústrias del Mundo***. México: Fondo de Cultura Econômica, 1957.

Artigos

- AUCHILIN P., BAENZIGER, U., LEIMGRUBER W. Perception of the Environment. *Geographica Helvetica*, vol. 35, n° 5, 1980.
- BARBIER, Bernard. Pour une Geographie du Tourisme. *Tsyty Naukowe Uniwersytetu Eodzkteco Nauli Matematyeczno Przyrodnieze*, Serie II, 1980.
- BOISIER, Sergio. Las Regiones Como Espacios Socialmente Construídos. *Revista de la Cepel*, n° 35, 1988.
- BRILTON S. Tourism, Capital and Place: Towards a Critical Geography of Tourism. *Environment and Planning Society and Space*, vol. 9, 1991.
- BROWN, Robert M. The Busines of Recreation. *The Geographical Review*, vol. 26, 1935.
- CAPEL, Horacio. L'Image de la Ville et le Comportement Spatial des Citadins. *L'Espace Géographique*, n° 1, 1975.
- CHABOT, G. et PINGAUD, Marie Claude. La Géographie de la Récréation. *XVIII Congrès International de Géographie*, 1956.
- CHAUNCEY, D. Harris and ULLMANN, Edward L. The Nature of Cities. *The Annals*, 242, novembro, 1945.
- CLAVAL, Paul. A Geografia e a Percepção do Espaço. *Revista Brasileira de Geografia*, 45(2), 1983.
- CONTI, José Bueno. As Regiões de Clima Mediterrâneo e o Turismo. *1º Encontro Nacional de Turismo*, São Paulo, 1997.
- DANIELS, Stephen. Place and the Geographical Imagination. *Geography*, n° 337, vol. 77, part 4, Outubro, 1992.
- DEASY, George and GRIESS, Phyllis. Impact of a Tourist Facility on its Hinterland. *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 56 n° 1, 1966.
- DOMRÖS, Manfred. Tourism in the Maldwes: The Potencial of its Natural Attraction and its Explaitation. *Applied Geography and Development*, vol. 36, 1990.
- GARTNER, William C. Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques. *Journal of Travel Research*, vol. 28, 1989.
- GEIPEL, Robert. La Géographie de la Perception en Allemagne Fédérale. *L'Espace Géographique*, n° 3, 1978.
- GRAHAM John and WALL, Geoffrey. American Visitors to Canada: A Study in Market Segmentation. *Journal of Travel Research*, vol. 16, 1977.

- HARRISON, James and HOWARD, William. The Role of Meaning in the Urban Image. **Editado G. Braadbent**, 1980.
- HARVEY, David. Between Space and Time. Reflections on the Geographical Imagination. **Annals of the Association of American Geographers**, vol. 80, nº 3, 1990.
- INSKEEP, Edward. Environmental Planning for Tourism. **Annals of Tourism Research**, vol. 14, 1987.
- KALTER, Robert e LORD, William. Measurement of the Impact of Recreation Investments of the Impact of Recreation Investments on a Local Economy. **Annals of the Association of American Geographers**, 1981.
- LANGENBUCH, Juergen Richard. Caracterização e Delimitação dos Municípios Turísticos do Estado de São Paulo. **Geografia**, vol. 2, nº 3, abril 1977.
- LOWENTHAL, David. Finding Valued Landscape. Environmental Perception. **Research Working Paper**, number 4, Canada University of Toronto, 1978.
- LOWENTHAL, David. Not Every Prospect Pleases. **Landscape**, 1963.
- LUNDGREN, Jan. Geographic Concepts and the Development of Tourism Research in Canada. **GeoJournal**, 9.1., 1984.
- MACHADO, Lucy, M.C.P. O Estudo da Paisagem: Uma Abordagem Perceptiva. **Revista Geografia e Ensino**, ano 2, nº 8, 1988.
- MARSHFIELD, Yoel. Group - Differentiated Perceptions of Social Impacts Related to Tourism Development. **Professional Geographer**, vol. 44, nº 4, novembro 1992.
- MERCER, Charles. The Geography of Leisure a Contemporary Growth-Point. **Geography** 55, 1970.
- MERCER, Charles. Why do people take holidays? **New Society**, 1976.
- MIOSSEC, Jean-Marie. L'Espace Touristique Africain Essai Metodologique. **Centre d'Etudes du Tourisme**, Aix en Provence, 1975.
- MIOSSEC, Jean-Marie. L'Image Touristique Comme Introduction à la Géographie du Tourisme. **Annals de Géographie**, vol. 58, nº 473, 1977.
- MIOSSEC, Jean-Marie. Un Modèle de l'Espace Touristique. **L'Espace Géographique**, nº 1, 1977.
- MITCHELL, L.S. e SMITH, R.V. Geography and Tourism: A Review of Selected Literature, 1985-1988. **Ontario Geography** nº 19, 1982.
- OLIVEIRA, Livia de. Contribuição dos Estudos Cognitivos à Percepção Geográfica, **Revista Brasileira de Geografia**, vol. 28, nº 3, 1966.

- OLIVEIRA, Livia de. A Percepção da Qualidade Ambiental. **A Ação do Homem e a Qualidade Ambiental**, ARGEO e Câmara Municipal de Rio Claro, 1983.
- PERPILLOU, Aimé. Quelques Études Récentes sur les Problemes Géographiques du Tourisme. **Annales de Géographie**, 77, 1966.
- PIPKIN, J. Structuralism and the Uses of Cognitive Images in Urban Planning. **Albany State University of New York**, 1983.
- RUPPERT, Karl. Mise au Point sur une Géographie Générale des Loisirs. **L'Espace Géographique**, nº 3, 1978.
- SILBERMAN, Ana G. Classificación de los Recursos Turísticos, **Boletín del Instituto de Geografía do México**, vol. III, 1970.
- SMITH, Stephen. Reflections on the Development of Geographic Research in Recreation: hey Budy, can you s'paradigm? **Ontario Geography**, nº 19, 1982.
- THIBAUT-Laulan Ane-Marie. Image et Langage. Paris, **CEPL**, 1973.
- TUAN, Yu-Fu. Realism and Fantasy. **The Association of American Geographers**, vol. 80, nº 3, 1990.
- ULLMAN, Edward L. Predição e Teorias Geográficas: Avaliação dos Benefícios de Recreação na Bacia do Meramec. **Geografia Humana nos Estados Unidos**. Rio de Janeiro: Forum Editora, 1970.
- WACKERMANN, Gabriel. Tourism et Récréation. **Annales de Géographie**, 90 (502), 1981.
- WOOD, L.J. Perceptions Studies in Geography. **Transactions**, nº 50, July, 1970
- WRIZHT, John K. Terrae Incognitae: The Place of the Imagination in Geography. **Association of American Geographers**, vol. XXXVII, Number 1, 1947.

Teses

- COLESANTI, Marlene, T.M. Por Uma Educação Ambiental: O Parque Sabiá, em Uberlândia, MG. **Tese de Doutorado**, UNESP, Rio Claro, 1994.
- MACHADO, Lucy, M.C.P. A Serra do Mar Paulista: Um Estudo da Paisagem Valorizada. **Tese de Doutorado**, UNESP, Rio Claro, 1988.
- RODRIGUES, Adyr B. Águas de São Pedro - Estância Paulista: Uma Contribuição à Geografia da Recreação. **Tese de Doutorado**. FFLCH/USP, São Paulo, 1985.
- XAVIER, Herbe. Pecepção Geográfica dos Deslizamentos de Encontros em Áreas de Risco no Município de Belo Horizonte, M.G. **Tese de Doutorado**, UNESP, Rio Claro, 1996.

ANEXOS

IMAGEM GLOBAL

DADOS PESSOAIS: IDADE: SEXO: () Masc. ESCOLARIDADE:
() Fem. PROFISSÃO:
LOCALIDADE DE RESIDÊNCIA:

1. COMO VOCÊ DESCREVERIA SUA CIDADE DE RESIDÊNCIA?

2. DURANTE O ANO SENTE A NECESSIDADE DE SAIR DO LOCAL ONDE RESIDE?

() SIM () NÃO

POR QUÊ:

3. QUANDO VIAJA PREFERE IR PARA QUE TIPO DE CIDADE:

() PRAIANA () SERRANA () REPOUSO () NATAL () CAPITAL

POR QUÊ:

4. NESTE MOMENTO, QUAL O LOCAL QUE VOCÊ DESEJA CONHECER?

5. ESSE LOCAL ESTÁ ASSOCIADO COM ALGUM MOMENTO DE SUA VIDA?

() SIM () NÃO

QUE MOMENTO:

6. VOCÊ ESCOLHERIA UM LOCAL, PARA CONHECER, EM FUNÇÃO DE ALGUMA PROPAGANDA, PROGRAMA DE TELEVISÃO OU QUALQUER OUTRO TIPO DE INFORMAÇÃO?

() SIM () NÃO

7. QUANDO ASSISTE ALGUM FILME, NOVELA, PROPAGANDA OU LÊ ALGO, SENTE O DESEJO DE CONHECER O LOCAL ONDE SE DESENVOLVEM OS FATOS?

() SIM () NÃO

POR QUÊ:

8. VOCÊ GOSTARIA DE CONHECER ITANHAÉM?

() SIM () NÃO

POR QUÊ:

9. COMO É ITANHAÉM PARA VOCÊ?

10. SE VOCÊ ESCOLHESSE ITANHAÉM PARA CONHECER OU PASSAR FÉRIAS, QUAL O FATOR QUE MAIS PESARIA NA SUA DECISÃO?

IMAGEM ATUAL

DADOS PESSOAIS: IDADE: SEXO: () Masc. ESCOLARIDADE:
 () Fem. PROFISSÃO:
 LOCALIDADE DE RESIDÊNCIA:

LOCAL DE HOSPEDAGEM:

CASA: Própria HOTEL: Pacote COLÔNIA DE FÉRIAS CAMPING
 Cedida
 Alugada Particular
 Convênio

1. DURANTE O ANO SENTE A NECESSIDADE DE SAIR DO LOCAL ONDE RESIDE?

() SIM () NÃO

POR QUÊ:

2. QUANDO SAI DE FÉRIAS VAI SEMPRE PARA O MESMO LOCAL?

() SIM () NÃO

POR QUÊ:

3. ACOMPANHA, DE ALGUMA FORMA, AS INFORMAÇÕES SOBRE A QUALIDADE DA
 ÁGUA DO MAR? () SIM () NÃO

DE QUE FORMA:

ESSA INFORMAÇÃO INFLUENCIA SUA ESCOLHA?

() SIM () NÃO

4. QUAL O PERÍODO QUE MAIS VEM A ITANHAÉM?

() FÉRIAS () FINAIS DE SEMANA () FERIADOS PROLONGADOS

5. POR QUÊ PREFERIU ITANHAÉM?

6. QUAL O ELEMENTO DA CIDADE QUE MAIS APRECIA?
POR QUÊ:

7. QUAIS OS PASSEIOS QUE JÁ FEZ EM ITANHAÉM?

8. VISITOU OS MONUMENTOS HISTÓRICOS?
 SIM NÃO

9. QUAL O QUE MAIS LHE IMPRESSIONOU?
POR QUÊ:

10. SE TIVESSE QUE DESCREVER ITANHAÉM PARA ALGUÉM, QUE ELEMENTO DA PAISAGEM UTILIZARIA?

IMAGEM TRADICIONAL

DADOS PESSOAIS: IDADE: SEXO: () Masc. ESCOLARIDADE:
() Fem. PROFISSÃO:
LOCALIDADE DE RESIDÊNCIA:

1. DURANTE O ANO SENTE A NECESSIDADE DE SAIR DO LOCAL ONDE RESIDE ?

() SIM () NÃO

POR QUÊ:

2. QUANDO VIAJA PREFERE IR PARA QUE TIPO DE CIDADE:

() PRAIANA () SERRANA () REPOUSO () NATAL () CAPITAL

POR QUÊ:

3. O QUE DEVERIA TER SEU LUGAR PREFERIDO?

4. SUA PREFERÊNCIA TEM VARIADO NO DECORRER DE SUA VIDA?

() SIM () NÃO

DE QUE MANEIRA:

5. EM QUE ANO CONHECEU ITANHAÉM? E QUE ELEMENTO LHE CHAMOU MAIS A ATENÇÃO?

6. O QUE SIGNIFICOU ESTE ELEMENTO PARA VOCÊ?

7. ATUALMENTE O QUE MAIS CHAMA SUA ATENÇÃO?

8. O QUE VOCÊ GOSTARIA QUE PERMANECESSE CONSERVADO EM ITANHAÉM?

9. QUE COMPONENTES VOCÊ UTILIZARIA PARA RECOMPOR O CENÁRIO DA CIDADE ANTIGA?

RUAS CASARIO MONUMENTOS PRAÇAS MORRO DO CONVENTO

OUTROS:

10. COMO É ITANHAÉM PARA VOCÊ?