

# A REPRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DA CIDADE DE ILHÉUS: TURISMO, SEGREGAÇÃO E MERCANTILIZAÇÃO DO ESPAÇO

GILSÉLIA LEMOS MOREIRA<sup>1</sup>

**Resumo:** Esse trabalho tem como objetivo fundamental analisar as transformações socioespaciais da cidade de Ilhéus, a partir dos anos de 1990, período em que ocorreu uma grave crise no setor produtivo regional baseado na lavoura cacaueteira e, coincidentemente, a valorização da atividade turística no Brasil, fator desencadeador de uma visível ressignificação do turismo em toda a região cacaueteira. Propõe-se, assim, a análise das consequências desse processo. O fio condutor da análise reside na tese de que a cidade de Ilhéus passa por profundas transformações de seu espaço físico e do cotidiano de sua população local. Mudanças associadas de maneira inexorável ao turismo, importante atividade econômica que se articula à tendência de transformação do espaço em mercadoria e que traz, em seu bojo, a característica intrínseca de agente modificador do espaço, provocando impactos em seu contexto que merecem investigação. Tal raciocínio se funda no fato de que o turismo, como toda atividade humana, promove algum tipo de mudança sobre os lugares, uma vez que, inserido numa lógica de uma atividade econômica organizada, para acontecer, exige a criação de uma infraestrutura. Além disso, ao se apropriar do espaço, impõe a sua lógica, criando novos espaços, revalorizando espaços antigos, reorganizando e refuncionalizando seu uso.

**Palavras-chave:** *Reprodução. Turismo. Segregação. Mercantilização e Espaço Urbano.*

## INTRODUÇÃO

A história de Ilhéus – cidade localizada na região sul do estado da Bahia, distante da capital cerca de 450 km, está inexoravelmente ligada à produção da lavoura cacaueteira. A cidade, conhecida internacionalmente graças ao romance *Gabriela Cravo e Canela*, do escritor Jorge Amado, hoje é espaço de uma dinâmica repleta de contradições materializadas em sua paisagem que, aliás, tem se transformado de maneira significativa ao logo dos últimos 20 anos.

Compreender esse processo implica, antes de tudo, apreender as contradições do modo de produção capitalista. Analisar as relações produtivas do espaço, as ações do Estado, dos agentes imobiliários, da iniciativa privada e dos habitantes da cidade em constante movimento e conflito. Convém esclarecer que Ilhéus, como estudo de caso, não tem um fim em si mesma. A cidade só pode ser entendida na articulação com outros espaços, ou

---

<sup>1</sup> Professora do Departamento de Ciências Agrárias e Ambientais - DCAA. Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, Geografia Humana/ Ensino de Geografia

seja, num contexto regional, nacional e quiçá internacional. De acordo com Carlos (1994, p. 39),

[...] a premissa é que o estudo de um fenômeno específico reproduz, em diferentes escalas, as mesmas determinações da totalidade, sem com isso eliminarem-se as particularidades históricas. Entretanto, na produção de uma pequena parcela de espaço, encontramos as mesmas determinações, a mesma articulação. É possível detectar as leis gerais do processo de produção espacial a partir da análise de uma determinada parcela, desde que esta leve em conta a relação com a totalidade. Esta ideia apoia-se numa visão determinada de realidade, na qual os fenômenos só têm sentido quando analisados em função do todo a que pertencem.

Sendo assim, Ilhéus como estudo de caso, não é objetivo final desse trabalho. A preocupação fundamental é entender o processo de produção e reprodução social do espaço urbano e como se processa o desenvolvimento do contrassenso que é basilar no que se refere à mercantilização do espaço. Para tanto, fez-se necessário articular teoria e metodologia ao longo do trabalho com base nas contribuições de autores e estudos teóricos que auxiliaram na problematização e aprofundamento das questões empíricas aqui trabalhadas. A escolha de Ilhéus como campo de análise e estudo objetiva preencher uma lacuna no que diz respeito ao conhecimento sistemático da cidade, sem, no entanto, pretender oferecer respostas definitivas para os problemas apresentados. Pois segundo Carlos (1994, p. 18),

[...] não é assim que se pensa a ciência. Há, isto sim, uma visão de mundo e uma tentativa de explicação, a busca de apreensão do real enquanto produto de relações concretas. Pensar, refletir e tentar um determinado fenômeno implica a tentativa de busca de soluções que não temos. Nesse sentido, a problematização do tema, discussão acerca de caminhos, a superação de algumas ideias e teorias sobre o urbano o modo como a geografia vem analisando o espaço e entendendo o homem colocam-se como necessários.

Estabelecemos como ponto de partida dessa análise o bairro Teotônio Vilela; uma área totalmente segregada de Ilhéus, localizada na zona oeste da cidade, num espaço cercado por manguezais, fragmentos de restinga, herbáceas e mata atlântica. Trata-se de um dos arrabaldes mais pobres e populosos de Ilhéus, cuja população vive em um espaço fortemente impactado do ponto de vista ambiental, pelo aterramento dos manguezais e desmatamento das encostas e, principalmente, degradado do ponto vista social.

Faz-se necessário esclarecer porque o bairro Teotônio Vilela é o ponto de partida da investigação da análise neste trabalho. O Teotônio Vilela foi nosso objeto de estudo no

mestrado. Portanto, é uma área já analisada e bem conhecida desta pesquisadora. Mas esse não é o único motivo que justifica tal escolha. Durante o mestrado, investigamos o espaço do bairro sob a hipótese de que a crise econômica instalada na região cacauceira, desde os anos de 1980, em razão da desestabilização do setor produtivo regional, baseado na lavoura do cacau, forçou a migração de centenas de trabalhadores para as cidades da região em busca de sobrevivência. E como o surgimento do Teotônio Vilela data dessa mesma época, ou seja, da década 80, julgamos que ele seria, portanto, resultado desse processo.

Nossa hipótese não se confirmou. Fato que provocou uma inquietação referente ao entendimento sobre o processo de produção do espaço da cidade que, entretanto, não foi desenvolvido, pois não era o foco da dissertação. Já nesse trabalho, foi possível constatar que a crise do cacau não respondia mais pelos fenômenos socioespaciais que se apresentavam no espaço urbano de Ilhéus. Outro(s) fenômeno(s) estava(m) em curso reproduzindo ininterruptamente a cidade e o Teotônio Vilela. Isso foi ficando claro na medida em que avançávamos no processo de descoberta durante os trabalhos de campo na pesquisa de doutorado sob o mote “O turismo no processo de reprodução do espaço urbano: uma análise das transformações socioespaciais da cidade de Ilhéus a partir de 1990”.

Vale lembrar que o Teotônio Vilela só faz sentido na relação com a cidade de Ilhéus. Portanto, entender as transformações socioespaciais daquele bairro implicava, antes de tudo, em entender as transformações socioespaciais da própria cidade de Ilhéus e as consequências desse processo. A análise do espaço do bairro Teotônio Vilela se contextualiza no conjunto de metamorfoses da cidade de Ilhéus, que se revelam por meio das relações que vão se estabelecer entre o Estado e os agentes envolvidos no processo de produção e reprodução socioespacial no mundo contemporâneo.

A cidade de Ilhéus teve seu espaço produzido e reproduzido pelo/para o cacau. Em Ilhéus, campo e cidade sempre estiveram articulados e se complementaram. Parte da infraestrutura construída na cidade (estradas de ferro, vias de acesso, porto, saneamento, iluminação, entre outros) se deu em função da lavoura cacauceira, até os anos de 1990, período em que uma forte crise do sistema produtivo regional baseado na monocultura do cacau sofreu um colapso fulminante, abalando as estruturas do modelo agrário-exportador regional. Com isso, Ilhéus, cidade que já foi “lugar de ricos casarões que serviram de

antessala para apresentar a força do cacau. Hoje, expõe a sua própria história, rascunhada em folhetos promocionais que exaltam o passado do cacau para promover o turismo” (SOARES, 2010).

Mas, vale dizer, que o turismo não é uma atividade que surge em Ilhéus a partir da crise do cacau. O que ocorre na realidade é um processo de ressignificação dessa atividade, não só em Ilhéus, mas em todo o território brasileiro. Os anos de 1990 foram marcados pelo que se poderia denominar de “a redescoberta do turismo” como atividade econômica pelo Estado brasileiro. De acordo com Cruz (2000), após longos anos na marginalidade da administração pública, o turismo passa a ocupar lugar de destaque no planejamento governamental, processo este que culmina, em 2003, com a criação do Ministério do Turismo.

Ainda segundo Cruz (2000), nos anos de 1990, começa a ser atribuída crescente importância à atividade econômica do turismo, que passa a ser visto como engendrador de processos de desenvolvimento. Isso se explica pelo fato de que o turismo assume, no século XX, características de fenômeno global. De acordo com Cruz (2000, p. 8),

[...] os números do turismo indicam que a atividade suplantou a indústria bélica, nos últimos anos do século XX, em volume de capital transacionada, e está muito próximo de atingir valores iguais ou superiores àqueles gerados pela indústria petrolífera, primeira no ranking mundial.

Com este forte apelo econômico, o turismo tem um papel cada vez maior de destaque nas políticas públicas, principalmente de lugares que viram suas economias estagnarem, mas que, ao mesmo tempo, detêm as características necessárias, eleitas pelo capital produtivo para o desenvolvimento do turismo – as chamadas potencialidades turísticas (naturais e/ou culturais) como é o caso de Ilhéus, uma cidade que abriga, em seu espaço, um litoral que compreende cem quilômetros de praias e uma arquitetura própria da época de sua fundação (século XVI) –; além da história da origem da própria cidade, do cacau, da figura dos coronéis e da literatura representada pelo romance *Gabriela Cravo e Canela*, do escritor Jorge Amado. Esses fatores somados à materialidade criada, pelo/para cacau, existente na cidade (porto, aeroporto, vias de acesso, saneamento básico e rede hoteleira) colaboraram para o desenvolvimento das atividades turísticas em Ilhéus.

A resignificação do turismo em Ilhéus implicou em significativas transformações socioespaciais na cidade e, para acontecer, teve apoio incondicional do Estado nas esferas federal, estadual e municipal. Vale lembrar que, apenas muito recentemente – na década de 1990 –, o turismo ganhou importância entre as políticas públicas setoriais, apesar de, desde a década de 1960, ter sido criado todo um aparato institucional para a gestão da atividade em todo território brasileiro (CRUZ, 2005, p. 10).

Coincidentemente, a crise da lavoura cacaueteira – base da economia regional de todo sul baiano – se apresentou intensa e devastadora nos anos de 1990, fator decisivo na tentativa de resignificação do turismo como uma das vias alternativas à estagnação econômica que se instalou na região pós-colapso do setor produtivo. No Brasil, a valorização da atividade turística, a partir da década de 1990, resultou em diversos fatores conjugados, como, por exemplo,

[...] o crescente significado econômico do setor de serviços no mundo: a chamada potencialidade natural turística do país; a disponibilização de capitais estrangeiros para financiamento de projetos e os posicionamentos público e privado favoráveis ao desenvolvimento da atividade. (CRUZ, 2005, p. 10).

Em Ilhéus, não foi diferente. Mas é preciso lembrar que a sedução pelo forte apelo econômico foi o elemento central que conduziu as estratégias das forças hegemônicas para impetrar o desenvolvimento do turismo. Entretanto, é importante salientar que é a partir de uma estratégia pública que o turismo se impõe como atividade engendradora de desenvolvimento na cidade de Ilhéus e região.

## AS FORÇAS HEGEMÔNICAS, AS ESTRATÉGIAS PÚBLICAS: PLANOS E AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM ILHÉUS

Assim como no Brasil, após longos anos sem a atenção da administração pública, só a partir de 1990, sob a administração do prefeito Jabes Sousa Ribeiro, é que essa atividade passou a ocupar lugar de destaque no planejamento do poder público; processo este que culmina exatamente nos anos de 1990, com a criação da *Empresa Municipal de Turismo de Ilhéus* (ILHEUSTUR). De acordo com Andrade (2003), a criação da ILHEUSTUR foi essencial na consolidação do turismo regional. Sua atuação se deu por meio da coordenação, divulgação e busca de apoio para programas na área junto às entidades de classe, comércio,

indústria e governos municipal, estadual e federal. Se buscarmos em outras décadas anteriores à década de 90, constataremos que não há precedentes na história do turismo em Ilhéus tão didaticamente reveladores dos objetivos do governo municipal no sentido de dinamizar o turismo na cidade.

Nos anos 2000, uma equipe de consultores desenvolveu o primeiro plano turístico para a cidade de Ilhéus, o *Plano Estratégico de Turismo para Ilhéus* (PET). Neste plano, foi proposta uma série de ações voltadas a esse fim. Como exemplo, podemos citar a delimitação da área que compreende o Centro Histórico, o Pontal, as Praias do Sul e Olivença como prioritárias para atuação. Tal escolha não se deu ao acaso, pois, nesse recorte, localizam-se prédios históricos e praias, elementos considerados – por meio de uma construção cultural – de grande atratividade turística.

Em 2001, foi elaborado o *Plano Estratégico de Turismo* (PET II), numa parceria entre a Prefeitura Municipal de Ilhéus, sob a administração do prefeito Jabes Sousa Ribeiro e uma empresa privada de Consultoria composta pelos consultores 1) Afonso Maria Zeni, um instrutor de técnicas de vendas e marketing para entidades como *Sebrae, Associação de Pequenas e Micro-empresas, Câmara de Diretores Lojistas, Associação Comercial e Empresas Privadas*, 2) João Batista Vissirini, ligado ao setor hoteleiro da cidade de Ilhéus e 3) Marcel Leal, empresário de comunicação e publicitário.

O PET II teve como objetivo central “Implementar o turismo como alternativa de desenvolvimento econômico em Ilhéus.” Para tanto, propôs a criação de um banco de dados (inventário turístico do município), um diagnóstico do município, instalação de postos de informações turísticas, elaboração de um programa de incentivos e oportunidades para investimentos em turismo, e maior articulação institucional, (incluindo criação de conselhos).

Além disso, maior incentivo à pesquisa acadêmica (elaboração de um Programa de Estágios para universitários de turismo e hotelaria), inserção do turismo nas escolas públicas e privadas (incentivo à inserção de disciplinas de turismo nas escolas públicas municipais), fortalecimento do mercado (Programa de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da atividade turística), criação de infraestrutura aeroportuária e rodoviária e sinalização turística. Todas

essas ações tiveram por finalidade adequar a cidade ao turismo e, com isso, inseri-la no circuito turístico.

No ano de 2004, a ILHEUSTUR foi incorporada pela Secretaria de Turismo de Ilhéus. A SETUR/Ilhéus foi gestada para promover o município de Ilhéus nos moldes da Bahiatursa, tendo como objetivos principais: atrair investidores, captar recursos, planejar, conceber e executar projetos e atividades turísticas. As ações empreendidas em Ilhéus por meio dos planos estratégicos de turismo, como não poderiam deixar de ser, espelham as políticas públicas para o turismo em nível regional e nacional. Vale dizer que as ações previstas nos planos turísticos de Ilhéus, em consonância com as políticas públicas, só puderam ser viabilizadas graças a toda uma infraestrutura criada para a adequação da cidade a um uso turístico.

Uma ação do Estado que merece destaque é a construção da BR litorânea 101, apesar de ter sido construída entre os anos 50/60 do século XX, foi um fator decisivo no processo de “turistificação” de Ilhéus. Vale dizer que essa obra viabilizou o turismo não só em Ilhéus, mas em todo o estado da Bahia. De acordo com Cruz (2006, p. 11),

[...] a implementação de infraestrutura voltada a aumentar a fluidez do território ganha novos ingredientes como a implementação/modernização de rodovias ditas estruturantes, litorâneas e pára-litorâneas, prioritariamente destinadas a facilitar o desenvolvimento da atividade turística.

Outra estratégia importante nesse processo de “turistificação” foi a elaboração do Plano do Recôncavo (PTR). De acordo Santos (1999, p. 1),

[...] efetivamente, a Bahia deu seus primeiros passos no sentido de execução e desenvolvimento do turismo a partir do *Plano do Recôncavo* (PTR), que foi concluído no ano de 1970. Esse plano teve como novidade a análise setorial, ou seja, desenvolveu-se uma política específica para uma determinada região, e sua área de atuação abrangeu 38 municípios. Outra novidade foi o fato deste plano ter sido o primeiro voltado exclusivamente para o setor.

As políticas públicas da década de 1970 agiram diretamente na tentativa de constituição de espaços voltados ao desenvolvimento do turismo. Em 1979, foi a vez do plano *Caminhos da Bahia*, segunda estratégia do Estado no intuito de alavancar o setor na Bahia. Suas ações estavam voltadas para capacitação de recursos humanos nos municípios e

localidades integrantes do programa e a realização do *marketing* das cidades. Este plano foi mais um passo no sentido de interiorização do turismo.

No entanto, tais políticas não promoveram em Ilhéus transformações significativas do ponto de vista socioeconômico. Apesar da cidade estar contemplada nos planos de desenvolvimento, poucas ações foram efetivas. Com exceção da BA-001, ligando Olivença e Canavieiras, inaugurada em 1973, que viabilizou a expansão do turismo para a estância hidromineral de Olivença e para a cidade vizinha de Canavieiras, dentre outras, nada mais foi realizado.

Apesar das estratégias de *marketing* e dos planos turísticos, o turismo não projetou Ilhéus no cenário nacional, ficando a cidade restrita ao turismo regional. Só na década de 1990, após o colapso da lavoura cacaueteira e ressignificação do turismo no Brasil é que esta atividade tomou outro fôlego em Ilhéus.

Ainda na linha dos planos estratégicos, se pode citar o *Plano de Desenvolvimento Turístico da Bahia* (PRODETUR-BA), que se deu por meio de uma parceria entre governo Estadual e Federal, coordenado pela Bahiatursa, cujo objetivo foi melhorar o aproveitamento das potencialidades naturais, culturais e históricas do Estado. Vale destacar que o PRODETUR é um programa de crédito para o setor público (Estados e Municípios). Financiado com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), tem o Banco do Nordeste como Órgão Executor.

O PRODETUR-NE I pretendeu a implantação de equipamentos urbanos com o financiamento de obras de infraestrutura (saneamento, transportes, urbanização, entre outros), projetos de capacitação profissional, proteção ambiental e do patrimônio histórico e cultural, e fortalecimento institucional das administrações de estados e municípios. De acordo com Cruz (2007, p. 11), este programa “faz as vezes” de uma política urbana, pois se restringe à criação de infraestrutura urbana em localidades consideradas, pelos respectivos estados envolvidos, relevantes para o desenvolvimento do turismo regional.

Apoiados neste programa, a Bahiatursa criou os Centros Turísticos Integrados como “instrumento de promoção do desenvolvimento econômico, em localidades litorâneas de grande potencial natural, cujas qualidades cênicas apresentam excepcional capacidade de atração para o turismo internacional” (BAHIATURSA, 1992, p. 3). São eles: a Costa dos



Coqueiros (Praia do Forte); Baía de Todos os Santos (Salvador, Itaparica); Costa do Dendê (Valença Morro de São Paulo); Costa do Cacau (Itacaré, Ilhéus, Una Canavieiras); Costa do Descobrimento (Santa Cruz Cabrália, Porto Seguro, Trancoso) e Costa das Baleias (Prado, Alcobaça, Caravelas) (OLIVEIRA, 2008, p. 89).

Outro ponto que merece destaque no PRODETUR/ NE II é a criação dos pólos de turismo. Trata-se de um recorte regional que explora as potencialidades turísticas dos lugares eleitos pelos agentes hegemônicos. A cidade de Ilhéus está inserida no recorte denominado Pólo Litoral Sul. De acordo com Cruz (2007, p. 29), o modelo de urbanização para o turismo adotado pelas políticas regionais de turismo do nordeste tem como cerne a criação de Pólos e corredores turísticos.

Não resta dúvida de que tais investimentos causaram impactos no turismo da região não só em Ilhéus, mas em toda a região Nordeste. Sem dúvida, a atuação das forças hegemônicas – Estado e o setor privado em Ilhéus, por meio das ações estratégicas de políticas públicas de turismo e projetos estruturantes, expõem a tendência dessas forças clientelistas e, conseqüentemente, as transformações da cidade no processo de adequação ao uso turístico. Dessa forma, as transformações socioespaciais concebidas na cidade de Ilhéus evidenciam que o processo de reprodução da cidade, agora tornada turística, se realiza de forma exterior à sociedade, e se realiza no urbano como alienação.

## AS TRANSFORMAÇÕES SOCIOESPACIAIS NA CIDADE DE ILHÉUS REVELADAS NOS FRAGMENTOS DA CIDADE.

Até aqui, enfatizamos que ocorreram transformações socioespaciais na cidade de Ilhéus em função da sua adequação para um uso turístico. Faz-se necessário apontar que lugares da cidade revelam esse processo. As transformações mais evidentes estão presentes no centro da cidade, mais precisamente onde hoje se localiza o chamado centro histórico. Trata-se de um recorte do centro da cidade que evidencia com maior nitidez o processo de ressignificação do turismo. Nesse espaço, antigos prédios residenciais foram restaurados e refuncionalizados, várias ruas foram transformadas em calçadas no intuito de permitir aos turistas transeuntes uma melhor visualização e um melhor acesso aos prédios históricos. Como exemplo, podemos citar a antiga Rua Coronel Adami, que, em 1991, passou a se

chamar Rua Jorge Amado. Nessa rua, que teve o tráfego de veículos proibido (TOREZANI, 2007) se localiza a Casa de Cultura Jorge Amado, antiga residência da família do escritor, que agora recebe visitas monitoradas. Lá estão expostos objetos pessoais do autor, bem como livros e fotos.

Nesse processo de transformação para se adequar ao turismo, acontece em Ilhéus um fenômeno semelhante ao descrito por Carlos (2007, p. 51), que diz que “a cidade transforma-se no espetáculo do consumo, as ruas são redimensionadas e ganham outro conteúdo que tende a eliminar o lúdico, pois se transforma em lugar de passagem”. Embora a autora não se refira a Ilhéus, esse fenômeno pode ser verificado em fragmentos do centro da cidade ressignificados pelo turismo. As transformações nesse pedaço da cidade (centro histórico) se intensificaram ao longo dos anos de 1990.

Nessa mesma década, o governo municipal, sob a administração do prefeito Jabes Ribeiro, por meio da Secretaria de Turismo, numa parceria com a Fundação Cultural de Ilhéus, criou o “Projeto Quarteirão Jorge Amado”, com o objetivo de estimular o turismo cultural. A obra incluiu pavimentação, construção de passeios, iluminação, sistema de fiação elétrica subterrânea e calçadão na Rua Jorge Amado. Para tornar o projeto concreto, a *Secretaria de Turismo de Ilhéus* (SETUR), juntamente com a *Fundação Cultural de Ilhéus* (FUNDACI), delimitou a área onde se localizaria o chamado “Quarteirão Jorge Amado”.

Para tanto, selecionaram os prédios e monumentos ligados, em sua maioria, à obra amadiana e fizeram um recorte no centro antigo. No intuito de promover o “Quarteirão...”, elaboraram folhetos contendo informações sobre cada prédio e monumento dessa área. Tais folhetos são distribuídos gratuitamente pela *Secretaria de Turismo de Ilhéus* em vários pontos da cidade; hotéis, quiosques, pousadas, entre outros.

O “Quarteirão...” foi dividido em dois circuitos: o “Cravo” e o “Canela”, numa alusão ao famoso romance. A escolha dos prédios que compõem cada circuito foi feita de acordo com a proximidade entre eles. O projeto “Quarteirão Jorge Amado” incluiu obras de recuperação total ou parcial dos casarões, mas, nem sempre foram respeitadas as características originais dos prédios.

O “Circuito Cravo” compreende a Catedral de São Sebastião, Bar Vesúvio, Teatro Municipal, Casa de Cultura Jorge Amado, Associação Comercial de Ilhéus, Estátua de

Sapho, Palácio Paranaguá, Igreja Museu São Jorge, Casa do Coronel Misael Tavares, e Casa de Tônico Bastos.

O “Circuito Canela” é composto pelo Ilhéus Hotel, Restaurante do Coronel, antigo Porto de Ilhéus, Bataclan, Restaurante Velhos Marinheiros, Cristo Redentor e Outeiro de São Sebastião. Alguns dos prédios acima citados foram refuncionalizados, para se adequar às exigências do turismo. É o caso do antigo Bataclan, um prostíbulo muito frequentado pelos ricos fazendeiros da região, os chamados coronéis do cacau. Famoso por ter sido citado no romance de Jorge Amado *Gabriela, cravo e canela*. O casarão, após anos de abandono, foi restaurado e refuncionalizado. Hoje, abriga um salão de eventos culturais.

Além dos prédios, antigas praças localizadas no centro também foram reformadas, a exemplo da Praça J. J. Seabra, reformada com cimento claro nos passeios e detalhes de arenito. Tornaram-se, os jardins e canteiros, mais ampliados, além de terem recebido grama e árvores, instalações de telefones públicos, bancos, luminárias e quiosques. Também foram protegidas com grades e iluminação as estátuas italianas de Sapho e Inverno, esculpidas em mármore de Carrara. O Bar Vesúvio também foi reformado, mas mantém as características e funções originais. O centro antigo de Ilhéus se transformou, sem sombra de dúvida, em referência simbólica no âmbito do turismo.

Vale dizer que todo o centro da cidade, e não apenas o “centro histórico”, recebeu atenção especial do poder público local. Não por acaso, mas porque reunia toda uma materialidade necessária ao desenvolvimento do turismo. A resignificação do centro pelo turismo implicou no adensamento de serviços ligados ao turismo (restaurantes, bares, cinemas, agências de turismo, lojas de artesanatos, entre outros), mas vale dizer que a maioria desses serviços se concentra na avenida mais valorizada da cidade, a Soares Lopes. Nela, também se localiza o Centro de Convenções Luís Eduardo Magalhães, construído para atender exposições, convenções, conferências, cafés, concertos e shows.

A Soares Lopes é uma das poucas áreas totalmente verticalizadas da cidade. Famosa por abrigar jardins que foram projetados pelo arquiteto Roberto Burle Max, é também espaço de festas como carnaval e outras festividades. A Soares Lopes já passou por várias intervenções que incluíram iluminação pública, ordenamento visual e sonoro.

De acordo com Vidal (2009, p. 64), além de uma excepcional vista para o mar, nesta avenida, não há tráfego de transporte coletivo, e o fluxo de veículos é moderado, predominando o uso residencial com construções de alto padrão, e o uso comercial destinado ao lazer, cultura e serviços.

Além do centro, outras áreas da cidade também estão se transformando. Intensificou-se o adensamento de casas de veraneio, loteamentos e condomínios fechados ao longo da costa. Aumentou, de forma expressiva, o número de hotéis, pousadas, cabanas e quiosques nas praias.

O setor hoteleiro é também um indicativo das transformações socioespaciais em Ilhéus. Para suportar o fluxo de visitação turística, a cidade possui uma extensa rede de hotéis, pousadas, chalés, albergues e áreas para *camping*, apresentando, dessa forma, diversas alternativas de acomodação. De acordo com Robert Godoy, diretor da ATIL, a quantidade de meios de hospedagem cresceu algo em torno de 30%, saindo de 120 nos anos 90 do século XX para 156; subdivididas da seguinte forma: 3 *resorts*, 16 hotéis, 103 pousadas e 12 chalés, albergues e *campings*, perfazendo um total de 8.000 leitos.

O porto que sempre esteve vinculado à lavoura cacaueteira, hoje em dia, não se restringe ao transporte de cargas, pois foi dotado de infraestrutura para receber grandes transatlânticos e, assim, se adequar às necessidades de expansão do turismo. Vários transatlânticos aportam na cidade durante a temporada de cruzeiros, trazendo centenas de turistas à cidade.

De acordo com Maurício Torres, chefe de Serviços Turísticos, toda uma estrutura é montada pela Secretaria Municipal de Turismo para receber os turistas, que são recebidos por atores caracterizados de personagens do romance *Gabriela Cravo e Canela* de Jorge Amado, tais como o turco Nacib e Gabriela, além de grupos afrobaianas, que distribuem fitinhas de São Jorge dos Ilhéus aos cruzeiristas. A estratégia é criar nos turistas expectativas sobre o lugar. Despertar o desejo de conhecer a história e entrar em contato com a cultura local.

Para Maurício Torres, hoje, os cruzeiros movimentam de forma significativa não só o turismo local, mas principalmente a economia do município. Entretanto, não mobilizam os hotéis da cidade, pois os navios possuem uma estrutura completa que compreende

hospedagem, alimentação, lazer e outros serviços. Por isso, os hotéis, sobretudo aqueles que se localizam nas proximidades do porto, oferecem o *day use* (utilização do hotel pelo dia, não pernoitado) para aqueles que, mediante o pagamento de uma taxa, possam usufruir de piscinas, sauna, restaurantes, bares, internet e telefones de suas instalações nas horas que passam em terra.

A cidade de Ilhéus entrou, definitivamente, no circuito da troca. A venda de seus fragmentos por meio dos pacotes turísticos que são comercializados por agências de viagens que exploram os atributos culturais e naturais de seu espaço comprova essa realidade. A atuação das forças hegemônicas (Estado e empresários) foi determinante na viabilização de todo esse processo de mudanças socioespaciais. Em Ilhéus, as áreas transformadas em espaços de atração turística se realizam capturando fragmentos da história e da cultura do cacau, reproduzindo-se enquanto simulacros aqui entendidos como lugares reproduzidos para o consumo. As transformações que emanam da mercantilização do espaço têm seus desdobramentos e aparecem na banalização, na espetacularização e no esvaziamento das relações sociais.

As estratégias de *marketing* para venda da cidade de Ilhéus encontram na publicidade o necessário para o desenvolvimento dessas estratégias. Para que os turistas consumam os fragmentos dos espaços ressignificados para o turismo, é preciso criar um imaginário, repleto de ideologia, que confira *status* e bom gosto ao lugar. A estratégia da publicidade foi construir uma imagem favorável da cidade e, assim, persuadir o turista com informações que revelem seus atributos ligados, principalmente, às belas paisagens. O intuito é despertar neles o desejo para empreenderem viagens e consumir o espaço. Para tanto, os agentes promovem os lugares e/ou fragmentos da cidade eleitos como propulsores de bem estar (história, cultura, clima, gastronomia, praias e montanhas). Tudo é oferecido num pacote que vende Ilhéus como destino turístico.

O turista que compra um pacote turístico é levado a cumprir uma agenda prescrita pela agência de turismo nos mínimos detalhes de tempo e espaço. Todos os instantes previstos são meticulosamente preenchidos. Além disso, os turistas são persuadidos a empreenderem gastos extras com a compra de passeios não incluídos no pacote que são oferecidos durante a viagem. De acordo com Lucena *et al* (2011, p. 99) “trata-se de uma

compra [...] não planejada, mas ela acontece, [...] devido à visualização de um determinado produto seguida da lembrança que precisa dele, ou mesmo devido ao preço ofertado, o consumidor enxerga uma boa oportunidade e não abre mão da compra”.

O apelo publicitário se impõe num cotidiano fragmentado e alienado. Mas, se a eficácia da propaganda não é absoluta, apesar de influenciar os modos de consumo, é possível pensar que algumas ações escapam do domínio total do mundo da mercadoria. Como diz Alves (2010), o espaço múltiplo, ainda democrático, existe de modo latente e assusta. Apesar da cidade de Ilhéus estar sendo vendida enquanto espaço perfeito de lazer e investimentos, alguns fragmentos da cidade aparentemente não estão incluídos nessa estratégia. Isso foi constatado quando retornamos ao bairro como o Teotônio Vilela, o nosso ponto de partida nessa análise.

O Teotônio Vilela permanece totalmente segregado, um lugar em que predomina a favelização generalizada, onde a urbanização se deu na sua forma mais perversa, ou seja, a urbanização ocorreu sem urbanidade – aqui entendida como a impossibilidade da maioria dos trabalhadores em se apropriar de condições adequadas de sobrevivência, do direito ao lazer, à praia, ao cinema, ao teatro, ao viver da cidade.

O Teotônio Vilela é um exemplo de que esses espaços existem e pulsam no “coração” de Ilhéus; hoje, uma cidade que se transforma prioritariamente pelo turismo, sob o discurso da diminuição das desigualdades, como se o turismo fosse capaz de eliminar as mazelas da sociedade. De acordo com Cruz (2005, p. 30),

por si, uma realidade histórica e estruturalmente concebida, expropriadora, excludente e espacialmente seletiva, típica do modo de produção a que estamos todos submetidos. O turismo assim concebido soa ser mais uma forma de fragmentação do espaço, já profundamente fragmentado por tantas e tão distintas formas de apropriação. Reduzido à mercadoria, vê-se submetido à consagração dos enclaves e das bolhas. Neste caso, as desigualdades regionais tendem a aprofundar-se ao invés de dissiparem-se.

Os moradores do Teotônio Vilela vivem na cidade de Ilhéus, porém, estão apartados dela, segregados... Esse é um fragmento da cidade que está “aparentemente” fora do circuito da riqueza. É a outra face do urbano, ou seja, a periferia degradada com pouco ou sem nenhum valor de mercado, pelo menos, neste momento.

## CONCLUSÃO

Concluimos que as transformações socioespaciais de Ilhéus e o reforço dos processos de segregação socioespacial, hoje, estão relacionados de maneira inexorável ao turismo, como afirmamos no início deste artigo. Os investimentos no turismo transformaram alguns fragmentos da cidade. O *marketing* e a propaganda para a promoção da cidade estão influenciando na valorização dos espaços, e, conseqüentemente, os preços dos terrenos e dos imóveis à beira-mar, pois o litoral é o atributo mais explorado pelos agentes hegemônicos.

Os preços – nessas áreas e em outras áreas da cidade que contam com uma mínima infraestrutura – são um empecilho para a população pobre morar. Esta se vê obrigada a buscar lugares cada vez mais distantes e sem a mínima condição de habitabilidade para viver. Isso foi constatado quando retornamos ao bairro Teotônio Vilela, o nosso ponto de partida nessa análise. Muitas mudanças ocorreram na cidade no sentido de viabilizar as atividades turísticas – iluminação, calçamento, eletrificação, restauração de prédios e logradouros, transformação de ruas em calçadas –, todos os holofotes se voltaram a adequar a cidade a um uso turístico e, assim, torná-la vendável em pacotes que comercializam Ilhéus como destino turístico. O Teotônio Vilela apresenta as mesmas características socioespaciais de 10 anos atrás, o que indica que a situação se agravou, apesar dos esforços da comunidade que ali reside.

Vale dizer que não houve aqui a intenção de elaborar uma leitura maniqueísta do turismo, tampouco de imputar a essa atividade a responsabilidade pela condição de segregação do bairro Teotônio Vilela. Intentamos, sim, apontar caminhos que conduzam à reflexão crítica acerca do turismo no mundo contemporâneo. Buscamos apontar um modo possível de construir um pensamento crítico sobre os processos que conduzem à reprodução do espaço urbano no mundo moderno, a partir da análise das transformações socioespaciais em Ilhéus ao longo dos últimos 20 anos.

## THE REPRODUCTION OF THE URBAN SPACE OF THE CITY OF ILHEUS: TOURISM, SEGREGATION AND COMMERCIALIZATION OF SPACE

**Abstract:** This work has as its fundamental objective analyze the socio-spatial transformations of the city of Ilheus, from the years of 1990, a period in which there was a serious crisis in the productive sector regional based in cocoa farming and, coincidentally, the appreciation of the tourist activity in Brazil, triggering factor of a visible resignification of tourism throughout the region cocoa. It is proposed, therefore, the analysis of the consequences of this process. The leitmotif of analysis lies in the thesis that the city of Ilhéus is undergoing profound changes in their physical space and the daily lives of its local population. Changes associated with relentlessly to tourism, an important economic activity that articulates the trend of transformation of the space into a commodity and that brings in his jowls, the intrinsic feature of agent modifier space, causing impacts in its context that deserve investigation. Such reasoning is founded on the fact that the tourism, as all human activity, promotes some sort of change on the posts, since, inserted in a logic of economic activity organised, to happen requires the creation of an infrastructure. In addition, to take possession of the space, imposes its logic, creating new spaces, relieving them old spaces, reorganizing and refuncionalizando its use.

**KeyWords:** *Reproduction. Tourism. Segregation. Commercialization and Urban Space.*

### BIBLIOGRAFIA

ALVES, Glória da Anunciação. **O uso do centro da cidade de São Paulo e sua possibilidade de apropriação.** FFLCH, 2010.

ANDRADE, Maria Palma. **Ilhéus: passado e presente.** Ilhéus: Editus, 2003.

BAHIATURSA, Empresa de Turismo da Bahia. **Programa de Desenvolvimento Turístico do Estado da Bahia.** Salvador, 1992.

CARLOS, Ana Fani A. **A (re)produção do Espaço urbano São Paulo.** EDUSP, 1994.

\_\_\_\_\_. **O lugar no/do mundo.** São Paulo: FFLCH, 2007.

CRUZ, Rita de Cássia A. **Política de Turismo e Território.** São Paulo: Contexto, 2000.

\_\_\_\_\_. **Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado** Geosul. v. 20, n. 40, 2005.

\_\_\_\_\_. "Planejamento Governamental do Turismo: convergências e contradições na produção do espaço". In: **América Latina: cidade, campo e turismo.** Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006. Disponível em <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/cruz.pdf>>. Acesso em 25/11/2012.

LUCENA. Wenner Glaucio Lopes et al. "Finanças comportamentais: fatores que influenciam os consumidores na hora da compra". In: **Estudos do CEPE**, Nº 33. Janeiro/Junho 2011.

MOREIRA. Gilselia Lemos. **O turismo no processo de reprodução do espaço urbano: uma análise das transformações socioespaciais da cidade de Ilhéus a partir de 1990.** Tese de Doutorado em Geografia Humana. Universidade de São Paulo. USP. São Paulo, SP. 2012.



SANTOS, Sérgio Vinicius Tanure de. “Desenvolvimento do Turismo na Bahia. 1999”. Disponível em <<http://www.visiteabahia.com.br/visite/historiadabahia/detalhes.php?id=11>>. Acesso em 17/11/2012.

SOARES, Luís Augusto Severo. “Contemporâneos de seu passado: personagens do desenvolvimento gerado pelo turismo em Ilhéus (BA)”. In: **Anais do XI Encontro Nacional de Turismo com base local Turismo e Transdisciplinaridade: novos desafios**. Niterói, RJ. 2010.

TOREZANI, Juliana Nascimento **Internet, Cultura e Turismo: o patrimônio arquitetônico de Ilhéus em sites informativos de turismo**. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus, BA: 2007.

VIDAL, Elzita Ferreira. **Ocupação urbana em área de manguezal: estudo de caso do bairro Teotônio Vilela no município de Ilhéus-BA**. Dissertação de Mestrado em Engenharia Civil e Ambiental da Universidade Estadual de Feira de Santana. UEFS. Feira de Santana, BA. 2009.