

**O Olhar dos Agentes Receptivos da Cidade de Ilhabela - SP**Samanta Gallo Cabral<sup>1</sup>

**Resumo:** Pesquisa exploratório-descritiva acerca de turismo receptivo em Ilhabela que analisa a qualidade do turismo receptivo a cruzeiristas no município de Ilhabela na temporada 2008/2009. No município de Ilhabela – SP as escalas de navios de cruzeiros vem crescendo de forma progressiva desde o começo do século XXI, e nas temporadas 2008/2009 e 2009/2010 foi à cidade que mais recebeu escalas de cruzeiros marítimos na costa brasileira. Inicia enfocando o desenvolvimento dos cruzeiros marítimos e os aspectos turísticos do município de Ilhabela, ao que se segue a visão dos agentes turísticos do receptivo sobre as facilidades e dificuldades encontradas na temporada. Os questionários enviados às companhias marítimas não foram respondidos, com o que se apresenta apenas a visão unilateral dos agentes receptivos locais que operam na ilha. Os resultados apontam como pontos facilitadores a natureza e a posição geográfica da Ilha, e como entraves o congestionamento de veículos, a quantidade grande de navios no mesmo dia e a pouca mão de obra qualificada.

**Palavras-chave:** Turismo receptivo. Visão de agentes turísticos. Facilidades. Dificuldades. Ilhabela (SP).

**Introdução**

O mercado de cruzeiros marítimos vem crescendo no Brasil e a cada temporada há mais cruzeiros navegando pela costa brasileira. O município de Ilhabela tem como base econômica a atividade turística, e vem se destacando no mercado turístico nacional com o aumento das escalas de navios perante outras localidades da costa brasileira: um “salto” de 13 escalas na temporada 2000/2001 para 136 escalas na temporada 2009/2010. Segundo dados da *Brasil Cruise*, a cidade de Ilhabela recebe a maior quantidade de escalas de navios na temporada 2008/2009 e também na temporada 2009/2010.

Nos destinos onde os navios param, seus passageiros podem desembarcar e realizar passeios e *city tours*, adquiridos antes ou após o desembarque. A própria empresa marítima oferece, por vezes, o desembarque em diferentes locais, como em uma praia ou no atracadouro que leva a um centro de compras, por exemplo. Apesar disso, não opera *tours* nessas localidades, mas estabelece relações com os operadores locais.

---

<sup>1</sup> Mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi; Especialista em Gestão Mercadológica em Turismo e Hotelaria pela ECA/USP; Bacharel em de Turismo e Hotelaria pela Unopar, Docente do curso de turismo da Universidade do Estado do Mato Grosso. E-mail: samantacabral@hotmail.com.

Assim, face aos inúmeros atrativos de recreação e entretenimento oferecidos dentro de navios (academia, piscinas, shows, *spa*, recreação, teatro), está se tornando habitual o fato de muitos passageiros não desembarcarem nas escalas. Segundo a Secretaria de Turismo de Ilhabela, na temporada de 2008-2009, cerca de 60% dos cruzeiristas desembarcaram na ilha, sendo que não há informações de quantos destes adquiriram serviços do receptivo local<sup>2</sup>.

Este artigo tem por objetivo analisar a qualidade do receptivo a cruzeiristas em relação aos aspectos das facilidades e dificuldades encontradas no município de Ilhabela na temporada 2008/2009 pelos agentes receptivos. Os procedimentos metodológicos envolvem levantamento bibliográfico e documental, visando a elaboração do suporte teórico sobre cruzeiros marítimos e turismo receptivo. Além disso, a pesquisa de campo foi desenvolvida em 3 visitas técnicas entre os meses de março a julho de 2009, foi aplicado um questionário semi-fechado no período de 7 a 10 de junho de 2009 e de 5 a 12 de julho de 2009 junto a agentes de turismo receptivo em Ilhabela para as 17 empresas, e realizada entrevista semi-aberta com representante da Secretaria de Fomento e Turismo da Prefeitura Municipal de Ilhabela em 16 de março de 2009, Marcelo Carlos Freitas - diretor da Secretaria de Turismo e Fomento, e em 10 de junho e 8 de julho de 2009 com Valdir de Arruda Barbosa Junior – funcionário responsável pela Operação Turística da Secretaria de Turismo e Fomento de Ilhabela, e por último realizada entrevista semi-aberta com o ex-secretário de Turismo e Fomento de Ilhabela e empresário local, Ricardo Fazzini, em 10 de julho de 2009.

Este texto inicialmente enfoca rapidamente a evolução dos cruzeiros marítimos no Brasil, dos fretamentos da Agaxtur até a abertura da cabotagem a navios estrangeiros em 1995 e a atualidade com a “massificação” dos cruzeiros marítimos. Em seguida, trata do turismo no município de Ilhabela, e da visão dos agentes do turismo receptivo sobre os aspectos facilitadores e os aspectos limitativos ou dificuldades desse destino na temporada em referência.

## **Cruzeiros marítimos e Ilhabela**

### *Cruzeiros marítimos no Brasil*

---

<sup>2</sup>Conforme depoimento do Sr Marcelo Carlos Freitas, ex-diretor da Secretaria de Turismo e Fomento de Ilhabela à autora, em 16 de março de 2009.

Conforme diz Souza (1999), na década de 1960, no Brasil não era permitido que empresas estrangeiras realizassem o transporte marítimo de passageiros entre os portos brasileiros (transporte de cabotagem). Perante isso, a Agência Auxiliar de Turismo (AGAXTUR), localizada na cidade de Santos, iniciou em 1963 a operação de cruzeiros com os navios brasileiros Anna Nery, Rosa da Fonseca, Princesa Leopoldina e Princesa Isabel.

Na década de 1970, quando esses navios foram vendidos ao Exterior, essa agência de turismo passou a operar os navios da companhia Costa Cruzeiros<sup>3</sup>, o que foi interessante para ambas as empresas: a Costa Cruzeiros se beneficiou, porque no hemisfério norte, no inverno, os navios ficavam ociosos; e a Agaxtur não precisou comprar embarcações para explorar o segmento de cruzeiros marítimos, permanecendo líder nesse mercado até meados da década de 1990.

O Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), já no ano de 1990, preparou uma emenda constitucional propondo a liberação da cabotagem para embarcações de turismo de todas as nacionalidades, a qual foi aprovada em 16 de agosto de 1995: Emenda Constitucional nº 7. Essa emenda permitiu um maior desenvolvimento dos cruzeiros marítimos e do turismo brasileiro, graças ao uso da frota internacional que no inverno do hemisfério norte passou a se deslocar para o litoral brasileiro em busca do verão (ALBAN, 2005). Como as empresas de cruzeiros planejam sua programação das temporadas com no mínimo um ano de antecedência, a abertura de cabotagem na costa brasileira em 1995 só resultou em um significativo número de cruzeiro a partir de 1998.

Conforme mostra a tabela 1 (abaixo), nota-se que nas primeiras três temporadas (de 2000/2001, 2001/2002 e 2002/2003) há um crescimento da quantidade de turistas embarcados, que decaiu na quarta temporada (2003/2004): de sete navios da temporada anterior, passa-se a cinco navios e a embarcar 113.198 turistas. Segundo Porto (2005), as causas dessa diminuição seriam as leis trabalhistas que passaram a incidir sobre a tripulação<sup>4</sup> e a inadequada infra-estrutura portuária brasileira.

Nas temporadas seguintes, nota-se um crescimento ininterrupto na quantidade de passageiros embarcados, passando de 161.504 turistas em 2004-2005 para 500.000 em 2008/2009. De acordo com a ABREMAR (2009), prevê-se para a temporada de 2009/2010 a oferta de 1.260.00

<sup>3</sup> Assim, até hoje, a Costa Cruzeiros opera no litoral brasileiro. A companhia marítima Costa Cruzeiros tem um escritório no Brasil e não mais um representante como era o caso da Agaxtur (AMARAL, 2009, p. 9).

<sup>4</sup> O navio de cruzeiro navegando pela costa brasileira segue as leis trabalhistas do Brasil, e não a lei referente à nacionalidade do navio, isto é, do país onde o navio é registrado. Muitos navios são registrados em países onde as leis trabalhistas são mais flexíveis, o que é chamado de “bandeira de conveniência”.

leitos para os cruzeiros na costa brasileira. Com o aumento do número de navios na costa brasileira e da América do Sul, em 2009 a imprensa noticiou alguns acidentes, mas não há registros de impactos ambientais<sup>5</sup>.

**Tabela 1 – Navios e passageiros embarcados em cruzeiros marítimos na costa brasileira – temporadas de 2000/2001 a 2008/2009**

<i>Temporada da costa brasileira</i>	<i>Passageiros embarcados (nº)</i>	<i>Navios (nº)</i>
2000/2001	90.000	ND
2001/2002	127.545	6
2002/2003	134.484	5
2003/2004	113.198	7
2004/2005	161.504	6
2005/2006	230.625	9
2006/2007	330.000	11
2007/2008	430.000	14
2008/2009	500.000	14

Fonte: Oliveira Filho (2004); Porto (2005); ABREMAR (2009).  
ND: Não disponível

Vale citar que a CVC Viagens e Turismo, a principal operadora turística brasileira do mercado era a representante do navio *Pacific* que operou ininterruptamente durante de 2005 até 2007 no Nordeste e em Fernando de Noronha. Prevê-se o crescimento de até 300 mil leitos de cruzeiros marítimos a serem oferecidos nas próximas temporadas de verão no Brasil PORTO (2004). Daí, a importância da qualidade dos serviços prestados tanto no interior dos navios quanto nos terminais/portos Porto (2004) e no receptivo das localidades turísticas onde ocorrem as escalas dos mesmos.

A Fundação Instituto de Pesquisa Econômicas (FIPE) desenvolveu uma pesquisa sobre caracterização da demanda e dimensionamento de impactos econômicos das viagens de cruzeiros marítimos no Brasil, a qual foi realizada na temporada 2005/2006. Um dos tópicos abordados refere-se aos períodos alternativos admitidos para a realização de cruzeiros marítimos na costa brasileira, dentre os quais o principal é julho (31,3%), período de férias escolares, seguido dos meses de outubro, abril, setembro, junho e agosto, sendo este último o menos citado (5,7%). Até o

<sup>5</sup> Como os 380 passageiros do *MSC Sinfonia com* Gastroenterite em Salvador e o incêndio na casa das máquinas do Costa Romântica em Punta de Leste (Uruguai). Especificamente, em Ilhabela, noticiou-se a morte de uma jovem provavelmente por ingestão de droga.

encerramento desta pesquisa, não havia registro de navios de cruzeiros que operaram ou estivessem operando na baixa temporada na região sudeste do país.

No Brasil, o Porto de Santos é, hoje, o principal porto e o terminal com maior movimento de cruzeiristas do país. Outros portos com movimento de cruzeiros são: Porto Belo (SC), Itajaí (SC), Florianópolis (SC), Ilhabela (SP), Rio de Janeiro (RJ), Búzios (RJ), Ilhéus (BA), Salvador (BA) e Recife (PE) (AYRES et al., 2005).

Na primeira década do século XXI, as empresas de cruzeiros marítimos passaram a firmar a sua presença no país, abrindo escritórios próprios e não atuando mais no mercado brasileiro com representantes, como a *Costa cruzeiros*, *MSC cruzeiros* e *Royal Caribbean*. Desse modo, podem trabalhar mais próximas do sistema de distribuição e de agências de viagens (AMARAL, 2009).

### **Ilhabela**

O turismo em Ilhabela ocorreu a partir da “implantação de *ferry boat*, nas décadas de 1950 e 1960”, e foi ampliado depois “com a construção da estrada Rio-Santos [...], mas ainda era restrito o número de pessoas que se ariscavam a horas e horas de estrada, à balsa e aos borrachudos” (MERLO, 2000, p. 123). Os primeiros moradores de segunda residência<sup>6</sup> vieram da capital sendo um grupo seletivo de paulistanos, que em 1956 fundaram o *Yacht Club* de Ilhabela (DOMINGUES, 2000).

Para Silva (2006, p. 18), na década de 1960 desenvolveu-se um turismo elitizado<sup>7</sup>, com as pessoas de maior poder aquisitivo adquirindo terras “[...] a fim de construir suas casas de veraneio”. Além de um fluxo de pessoas em busca de “empregos nas atividades ligadas ao turismo e ao setor de serviços em geral”. O autor ainda destaca que possuir uma casa de praia significava *status* para a sociedade.

Na década de 1970, houve uma intensificação da atividade turística em Ilhabela de diferentes grupos que procuravam atividades diferentes dos turistas anteriores que frequentavam a

---

<sup>6</sup> Segunda residência: ou residência turística, residência secundária, casa de campo, casa de temporada, casa de veraneio; opõe-se à residência principal e sua utilização compreende o uso temporário por períodos que podem ser prolongados ou não (TULIK, 2001).

<sup>7</sup> Turismo elitizado: é um turismo que descobre lugares e ocorrem em pequena escala, abrindo espaço para o turismo de massa (BENI, 2001).

ilha pelo esporte náutico (PRESOTTO, 2004). Com isso, ocorreu uma ampliação da oferta com novos serviços e atividades para os turistas, conforme assinala Merlo (2000).

Com o crescimento de segundas residências em Ilhabela nas décadas de 1970 e 1980, a população local foi se afastando do mar e se aproximando da mata. Assim, os turistas ficam em casas próximas ao mar e as casas vão perdendo aquele ar pitoresco: essas residências têm extensos quintais, antes eram utilizados pelos caiçaras para plantações, que são utilizados pelos turistas para o lazer (PRESOTTO, 2004).

Além dos caiçaras terem passado a morar nos morros, para a construção de amplas residências vieram pessoas de fora como mão de obra a ser empregada na construção civil. Com isso, a população da ilha cresceu, e tais trabalhadores fixaram moradias, muitas vezes, na forma de construções marginalizadas.

Segundo dados de Presotto (2004), o crescimento populacional da ilha pode ser visto como moderado nas décadas de 1970 e 1980, 5.707 e 7.800 habitantes respectivamente. Já no início da década seguinte, em 1991, a população passa a 13.538 habitantes, diminuindo para 13.100 em 1996. Mas verifica-se novo crescimento, passando para 20.836 em 2000 e para 23.902 em 2007, segundo dados censitários do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (2009).

Assim, uma cidade que deveria contar com um número menor de moradores, enfrenta problemas de cidades grandes, em função de população flutuante que recebe constantemente, ou seja, do turismo que é hoje a principal atividade econômica.

Segundo Ricardo Amaral<sup>8</sup>, a primeira escala na ilha de navios de cruzeiros foi no ano de 1994 com a companhia Costa Cruzeiros – representada no Brasil pela Agaxtur na época. Essa escala realizou-se de maneira improvisada e até insegura, pois na falta do píer<sup>9</sup> para receber os *tender*, foi lançado um flutuante do navio para o desembarque dos cruzeiristas. Hoje essa prática não mais é adotada, pois o seguro dos navios não a permite, exigindo um alto nível de segurança e de serviço aos passageiros destes.

Nessa época não existiam os *stands* como estrutura do receptivo, aguardando os turistas para divulgar e comercializar os passeios e *tours*, e nem qualquer folheteria ou material de informação; os próprios cruzeiristas desembarcavam e procuravam as lojas (agências) para comprar os passeios.

---

<sup>8</sup> Depoimento dado em 27 de julho de 2009.

<sup>9</sup> O píer do centro da ilha encontrava-se em manutenção.

Com o crescimento dos cruzeiros marítimos em toda a costa brasileira, e em Ilhabela, há o início da implantação do receptivo no píer do centro da cidade.

A tabela 2 apresenta dados da evolução dos cruzeiros na Ilha depois da abertura de cabotagem e estruturação do receptivo. A primeira temporada registrada foi a de 2000/2001 com treze escalas de navios da Costa Cruzeiros e da *Royal Caribbean*. Apesar de alguns dados não estarem disponíveis, percebe-se tanto o aumento de escalas de 13 em 2000/2001 para 90 em 2008-2009, quanto o crescimento do número de passageiros que passaram de 40 mil em 2002/2003 a 291 mil em 2008/2009.

**Tabela 2 – Evolução dos cruzeiros marítimos em Ilhabela no período de 2000/2001 a 2009/2010**

<i>Temporada</i>	<i>Nº de escalas</i>	<i>Nº de passageiros</i>
2000/2001	13	-
2001/2002	17	-
2002/2003	21	40.000
2003/2004	29	36.000
2004/2005	32	47.000
2005/2006	40	65.142
2006/2007	62	110.000
2007/2008	63	196.000
2008/2009	90	291.700
2009/2010	136	ND

Fonte: ABREMAR (2009), Prefeitura Municipal (2009), Brasil *Cruise* (2009).  
ND: não disponível

Na temporada 2008/2009, a cidade ocupou o quarto lugar no Brasil em quantidade de escalas, atrás apenas de Santos, Rio de Janeiro e Búzios; e na última temporada (2009/2010) ocupa a terceira posição, depois de Santos e do Rio de Janeiro, dois portos que são escalas de embarque e desembarque de passageiros. Este fomento de cruzeiros marítimos representa um marketing mundial da cidade e um possível retorno destas pessoas.

Por outro lado, este aumento tem preocupado as pessoas envolvidas no *trade* turístico já que a área de circulação de veículos da cidade é pequena e a necessidade da construção de um novo píer. Para Valdir de Arruda Barbosa Junior, funcionário da Secretaria de Turismo e Fomento de Ilhabela, “[...] aqui no Brasil poucos lugares tem a quantidade de navios que nos estamos tendo. Se

está certo ou se está errado eu não sei, mas está sendo bem visto pelo mundo todo, no entanto está aumentando”.

Na temporada 2008/2009, Ilhabela recebeu navios das companhias MSC Cruzeiros, *Royal Caribbean*, Costa Cruzeiros e Pullmantur Cruises, em um total de 79 paradas, com destaque para a MSC Cruzeiros como a companhia com maior número de paradas na Ilha (35). Além disso, o prestígio ou a imagem positiva da cidade junto aos turistas, também promove o crescimento do fluxo de navios de cruzeiros na temporada de verão, aumentando ainda mais a população flutuante na Ilha. O turismo de cruzeiros marítimos em Ilhabela faz com que se “estique” a temporada de verão, que se inicia em novembro e termina em abril.

Os turistas dos navios “desembarcam para o almoço ou um café (expresso) em alguns dos luxuosos locais que os oferecem [e não tem um contato maior com a comunidade local, principalmente na Vila (centro da cidade)”, de acordo com Domingues (2000, p. 56). Quando se deslocam para as praias, preferem as do Curral, Grande, do Sino, do Viana, da Siriúba, do Perequê. É realizado um *city tour*, e na última praia visitada o turista desfruta do ambiente. Segundo os agentes receptivos, foram escolhidas estas praias por causa de suas infra-estruturas.

Ainda vale citar o incremento dos esportes náuticos e do turismo de pesca, cujos impactos nem sempre são benéficos:

Outra atividade que também vem causando impacto nos ecossistemas marinhos, prejudicando a sobrevivência caiçara é a pesca desportiva ou amadora e o turismo náutico<sup>10</sup>, representados por lanchas e iates que geram fortes ondulações no mar prejudicando a pescaria realizada nas canoas. (SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE *apud* PERES e BARBOSA, 2008, p. 6).

Na época da temporada de navios, é estabelecido que as embarcações (recreativas, de carga e pesqueiras) transitem com velocidade de 4 nós além de 200 m do navio de cruzeiros.

### **Fatores intervenientes no turismo receptivo em Ilhabela**

Na visão dos agentes receptivos há vários pontos positivos e facilidades do destino e de sua comercialização. O primeiro aspecto a ser citado é a proximidade de Ilhabela enquanto destino

---

<sup>10</sup> Turismo náutico: modalidade na área de turismo e lazer que compreende atividades relacionadas à navegação no mar, em rios ou em lagoas, utilizando lanchas, iates, veleiros e outros tipos de barco, equipamento de pesca, de mergulho, de caça submarina etc. (PELLEGRINI FILHO, 2000, p. 278).



turístico aos dois principais centros emissores do país, Rio de Janeiro e São Paulo<sup>11</sup>, é um dos principais pontos que estimula tanto o fluxo dos cruzeiristas quanto o de turistas. Como a Ilha é bastante conhecida, no Brasil e no Exterior, as escalas do navio podem ser vistas também como uma divulgação desse destino. Segundo um dos entrevistados,

A empresa como a Johnson & Johnson gastam com produtos como *Off*<sup>12</sup>, já que estamos em Ilhabela, vamos falar de repelente, para fazer uma ação de *sampling*, de amostragem. O cara vem aqui com uma equipe pegar um *Offzinho* em sache [...]. O navio é isso. É uma ação de amostra grátis: o cara vem para cá, conhece Ilhabela, fica com vontade de voltar e retorna para o município [...] foi em Córdoba, fizemos um *workshop* lá e na apresentação um dos agentes falou: ah eu conheci Ilhabela. Eu falei assim: ah, você esteve lá, quando? Ele falou assim: eu vendo navio de cruzeiro e fui capacitado para vender Ilhabela.

Percebe-se que os atrativos naturais litorâneos de Ilhabela constituem a atração turística aos cruzeiristas. Para os agentes, isso quer dizer que “o produto está pronto e só falta comercializá-lo”, mas deve ser utilizado de forma consciente e sustentável.

A recepção oferecida aos cruzeiristas no píer é bastante destacada com relação a outras cidades. Quando o navio chega próximo ao local onde ficará fundeado e quando segue para outra escala, é recebido com fogos de artifício em uma simpática e acolhedora recepção/despida a esses visitantes.

Quando o cruzeirista já desembarcou em outras cidades ou já fez outros cruzeiros marítimos no Brasil, se surpreende com a organização e variedade do receptivo de Ilhabela. A própria organização dos *stands* das agências no píer também reforça a boa estrutura do receptivo na Ilha.

Além dos diversos passeios e *tours*, a cidade oferece variadas opções de alimentação com bons restaurantes (italiano, frutos do mar, japoneses), o que pode ser uma opção para aqueles que se “cansaram da comida do navio”. Ainda, o “marketing” da Praia do Curral realizado dentro dos navios facilita a venda do receptivo, pois os cruzeiristas (que não compraram esse passeio no navio) já desembarcam querendo comprar passeios para esta praia.

Os representantes das agências disseram ainda que os cruzeiristas que visitam a Ilha não reclamam do alto preço dos produtos e serviços, o que pode indicar que são pessoas com alto poder aquisitivo. Por outro lado, os turistas de incentivo, de classe média, ou de outros locais como do Sul

<sup>11</sup> Segundo a Embratur (2009), o Estado de São Paulo é o maior núcleo emissor do país, representando 35,7% do fluxo turístico doméstico, e como núcleo receptor recebe cerca de 27,7%.

<sup>12</sup> O produto *Off* é um repelente para insetos, consumido pelos turistas em destinos turísticos onde incidem esses seres, como os chamados “borrachudos”.

do país reclamam dos preços dos produtos comercializados na Ilha, e se sentem explorados na temporada de verão.

Com relação aos aspectos limitativos ou inibidores, citados na forma de pontos negativos ou dificuldades do destino e de sua comercialização, os mais citados são de caráter econômico e ambiental. Um deles refere-se ao custo de vida da cidade ser bastante alto; alguns cruzeiristas sentem isso como uma exploração dos comerciantes na alta temporada. O outro relaciona-se à qualidade ambiental das praias, pois a cidade tem apenas cerca de 4% de saneamento básico<sup>13</sup>, e no verão recebe até o triplo dos seus habitantes, o que ocasiona detritos que comprometem a balneabilidade das mesmas.

Outro aspecto envolve às reclamações sobre o trânsito e acessos, elas se referem principalmente a congestionamentos causados pelo excesso de veículos durante o verão e as eventuais paralisações da balsa por mau tempo. Por exemplo, após o Reveillon de 2009, registrou-se um congestionamento de 8 km, com 5.000 pessoas esperando para fazer a travessia pela balsa Ilhabela - São Sebastião (ESTADO DE S. PAULO, 2009); no dia 4 de janeiro de 2009, devido ao mar se encontrar muito agitado e comprometer a segurança dos passageiros e veículos nela transportados, a balsa ficou parada por várias horas, como comentado pelos entrevistados<sup>14</sup>.

Apesar da divulgação de Ilhabela dentro do navio, os entrevistados destacaram que os cruzeiristas têm poucas informações preliminares sobre a cidade, mais especificamente o que a cidade oferece. Para Ricardo Fazzini, as companhias marítimas divulgam e “vendem” o navio e não os destinos, o que também remete ao citado no referencial teórico sobre a comercialização de cruzeiros marítimos:

As companhias ofertam nas suas campanhas de publicidade e focam muito o navio, eu acho que eles poderiam melhorar isso, ofertar mais também, além dos navios, os destinos, porque isso é um diferencial, ao invés você passar um período no navio, que é um *resort*, é um bom *SPA*, tem toda a estrutura e tem a vantagem de não estar num lugar só, eles têm a vantagem de estar visitando vários lugares.

Seria interessante que os cruzeiristas se interessassem em adquirir maior conhecimento sobre esse destino, o que facilitaria a compra dos produtos/serviços e a escolha das respectivas

<sup>13</sup> Segundo informações da Prefeitura Municipal de Ilhabela, a estrutura de saneamento básico encontra-se em ampliação.

<sup>14</sup> Esse problema pode ser minimizado com a limitação da entrada de carros e de caminhões com placas de outras localidades, a fim de evitar congestionamentos na alta temporada. No entanto, na época da pesquisa não havia ações de limitar a entrada do número de cruzeiristas ou de turistas na Ilha na época da alta temporada (verão).

agências de turismo receptivo. Esse aspecto pode reforçar o que foi destacado no referencial teórico, já que a principal atração dessa viagem não são os destinos onde o navio faz escalas, mas sim o próprio navio e todas as possibilidades de entretenimento e diversão que este oferece.

Alguns representantes citaram ainda como entrave a grande área de preservação ambiental - cerca de 84% do território da Ilha pertence ao Parque Estadual de Ilhabela - que restringe a circulação de veículos e a expansão da cidade. Mas questiona-se essa posição, essa área tem grande potencial para o desenvolvimento de atividades ecoturísticas, além de ser elemento da sua oferta diferencial bastante competitivo no mercado.

Um aspecto interessante com dupla interpretação é a presença do mosquito *Simulium SP*, comumente chamado de borrachudo<sup>15</sup> (*Simulium sp*). Um incômodo, principalmente para as pessoas alérgicas, mas que pode ser resolvido com o uso de repelentes, principalmente nas matas e cachoeiras. Os agentes recomendam um repelente caseiro à base de citronela e óleo de soja, que adere melhor ao corpo e tem efeito prolongado. Apesar disso, muitos turistas não tomam esse cuidado e reclamam da presença desse inseto. Nesse sentido, é interessante destacar a explicação de um dos respondentes sobre as razões de não se eliminar esse inseto:

O borrachudo é um inseto que se prolifera em água limpa; se tivesse água parada, água suja, o borrachudo não sobrevive, e se procria cada vez mais em águas mais limpas. Então, Ilhabela faz o combate do borrachudo, mas é impossível eliminar, e [...] se um dia sumir os borrachudos de Ilhabela, é sinal de que nossas cachoeiras não estão mais limpas. Então, a gente sempre encarou isso e nós colocamos para aos passageiros que desçam com repelente, se alguém tem alergia, desça com repelente, porque, realmente, há borrachudos em Ilhabela. A gente procura manter em níveis normais, mas hoje, na pesquisa que nós realizamos no ano passado, o que mais preocupa o turista, o que mais atormenta o turista são os borrachudos, mas não vejo isso como um grande problema.

Aponta-se, ainda, que o comércio da cidade promove *souvenirs* com imagens desse inseto, como uma camiseta e outros que sugerem uma lembrança divertida de Ilhabela. Notou-se também que os agentes percebem algumas fragilidades do turismo receptivo que podem impactar negativamente junto a toda a classe dos que atuam no segmento, como analisado a seguir.

Quando há vários navios aportados na Ilha ao mesmo tempo, com o desembarque de grande quantidade de cruzeiristas somados aos turistas, ocorre a perda de qualidade na prestação de serviços turísticos. Os entrevistados citaram, por exemplo, que algumas empresas de receptivo

---

<sup>15</sup> O borrachudo (*Simulium sp.*) também conhecido como pium na Amazônia; faz parte da família *Simuliidae*.

“causam atrasos na prestação dos serviços por irresponsabilidade com o excesso de atividades agendadas a fim de ter maior faturamento”.

Na alta temporada, principalmente em datas como *Reveillon* e Carnaval, podem ocorrer escalas de três navios no mesmo dia, o que dificulta a circulação das pessoas pela cidade. Na temporada 2008/2009, em cinco ocasiões, a Ilha vivenciou essa situação, em especial no dia 2 de janeiro de 2009. Além disso, na época do Carnaval já há um grande fluxo de pessoas e atividades acontecendo no píer e receber nesse momento cruzeiristas de três navios torna-se uma tarefa complicada, pois opinião de um agente:

[...] carnaval que a população quer na vila, aí a gente tem navio na vila, também... e monta arquibancada... e até onde isso traz segurança? Ou não traz segurança? Eu não posso ter pessoal desembarcando, pessoal montando arquibancada, o trânsito, tudo ao mesmo tempo[...] então, isso é uma questão de se sentar, de se planejar e de organizar, e também de um processo de sensibilização da população. Se o carnaval vai ser na vila, a gente não pode ter navio, não vai ter renda, entendeu? Se a gente quer o carnaval na vila, não tem navio. Ou temos os dois em horários diferentes? Tem que se ter uma proteção ambiental do lixo que se traz, mas isso se consegue trabalhar? Consegue. Hoje consegue, mas o futuramente, consegue? Então, é tudo uma questão de infra-estrutura que, acho que, a gente não pode, por exemplo, já estamos em julho.

Outro aspecto ressaltado está relacionado à organização dos *stands* por segmentos no receptivo do píer, cujos formatos não são adequados, segundo alguns entrevistados como transparece do seguinte depoimento:

Quando começamos a receber navio nos tínhamos 3 empresas e hoje nos temos 40, então não há possibilidade nem espaço físico para que a gente tenha espaço para colocar um *stand* para cada empresa, e uma outra coisa é que são várias empresas vendendo o mesmo produto, né. Então você complica a vida do turista e começa a comercialização, um abaixa o preço, o outro abaixa a qualidade e aí começa. A intenção é fazer por produto e por segmento né. Não tem porque você ter 10 espaços ou 10 *stands* vendendo passeio de jipe, você pode ter um fazendo passeio de jipe e as empresas fazendo rodízio entre elas, cada uma vai ter dois, três carros e eles fazem uma seqüência de saídas e até para melhorar a qualidade, a facilidade para o turista de não ter que ficar passando em 10 *stands* e justamente por causa do espaço físico.

Ainda os entrevistados citaram o estado ruim de equipamentos de transporte, como veículos e embarcações. Um dos agentes explica essa situação em função do não investimento de empresários em renovação da frota, em especial, de jipes, e também destaca a fragilidade dos recursos humanos que atuam no receptivo, indicando que:

[...] um jipe de determinada marca pode ser comprado por R\$ 100 mil e outro por R\$ 10 mil; o empresário faturou R\$ 50 mil na temporada, e nem todos pensam em comprar um

carro melhor, mas sim em reformar; e, segundo um dos agentes, tem jipes que são pura massa na lataria. [...]

[...] mão-de-obra dos fornecedores, isso é necessário e fundamental para tentar ter uma inovação. Nossa mão-de-obra, ela vem sendo, vagarosamente, vem sendo capacitada, mas precisava de uma mobilização, mesmo, para poder aumentar esse ritmo de trabalho, mobilização dos próprios fornecedores de serviços, é difícil de eles entenderem isso. [...]

A importância do idioma para a demanda de argentinos está crescendo muito, pessoas que atendam um espanhol, que se adapte com termos em inglês, tem que melhorar a estrutura de atendimento, basicamente isso. A grande deficiência de Ilhabela é a mão-de-obra, isso é uma grande deficiência, uma coisa que é difícil de ser sanada a curto prazo.

Os entrevistados ainda citaram a não existência de casa de câmbio para realizar a troca de moedas, o que é feito de forma ilegal, há poucos equipamentos de caixas eletrônicos; muitos cruzeiristas (e turistas) deixam de comprar serviços receptivos porque não conseguem sacar dinheiro, em especial, nos finais de semana e feriados.

Além disso, alguns agentes de viagem não aceitam a exclusividade de apenas duas agências comercializarem os serviços turísticos dentro do navio, citado como um monopólio. De outro lado, a desunião entre a classe de receptivo é bastante ressaltada entre eles: reclamam dos que cedem aos turistas que fazem barganha e dos que combinam um preço na reunião do receptivo e depois no pór do receptivo mudam de atitude. Por exemplo, um dos entrevistados citou que os empresários do setor alimentício da praia do Curral agem de forma gananciosa e não refletem sobre uma possível volta deste turista (cruzeirista) e nem na repercussão que suas atitudes podem ter como um marketing negativo do destino, pois eles podem ter um bom serviço para oferecer.

Para os entrevistados, também falta maior fiscalização da Secretaria de Turismo e Fomento no receptivo, o que prejudica as empresas que trabalham de forma correta não fazendo abordagem direta aos cruzeiristas e turistas, já que esta prática é proibida. A existência de empresas de outras cidades vendendo seu produto/serviço no receptivo também deveria ser fiscalizada e proibida. Nesse sentido houve relatos de turistas sendo transportados em caminhão e uma embarcação de fora da cidade que abria uma faixa anunciando o preço e o tipo de passeio, dentre outros incidentes. Para o representante da prefeitura municipal há dificuldade de fiscalizar, pois:

A dificuldade que a gente encontra é na parte de operação por causa da estrutura. A gente tem que organizar, hoje, mais de 200 pessoas envolvidas diretamente, e você lidar com pessoas [...] que são empresários e tentar colocar regras é complicado, não é fácil.

Um último aspecto levantando refere-se ao pequeno fluxo turístico na baixa temporada, com a necessidade das agências ou trabalharem em seus *home office* ou atuarem em outras cidades.

Ainda para o representante da prefeitura, o movimento na baixa temporada é propício para o receptivo se organizar para a próxima temporada: “[...] aproximadamente sete meses de navios parando no município, então nós podemos colocar que há um intervalo mínimo de cinco meses sem navios, que é um tempo [...] dar uma respirada e começar a se organizar de novo para a próxima”.

### **Considerações finais**

A pesquisa junto aos agentes de turismo receptivo em Ilhabela mostrou a visão destes sobre os fatores, positivos e/ou negativos, intervenientes na sua qualidade tendo em vista o atendimento a cruzeiristas com produtos e serviços turísticos. Destaca-se que a estrutura e o funcionamento do receptivo turístico de Ilhabela se posicionam em favor do turismo na alta temporada de verão, em especial, ofertando serviços e produtos centrados em atrativos naturais, com ênfase no segmento de cruzeiristas.

Dentre os pontos positivos, verifica-se claramente a natureza e a beleza cênica da paisagem natural da Ilha. Já dentre os negativos, os problemas estruturais da cidade ao lado dos “borrachudos” e do fluxo não controlado à Praia dos Currais. Observou-se que esses insetos, apesar de serem um incômodo, estão associados à imagem turística do destino, inclusive em estampas de camisetas – há de se pensar sobre o que de positivo ou benéfico essa associação resulta. Quanto aos outros aspectos negativos, há necessidade de ações urgentes que controlem a quantidade de visitantes e turistas durante a alta temporada, ao lado da necessidade de direcionar parte desse fluxo a outras atrações naturais e culturais, tendo em vista a atual diversidade da oferta de serviços receptivos.

Ressalta-se aqui a importância de um esforço para o desenvolvimento de *tours* culturais mais segmentados e não incluídos apenas em um *city tour*, que poderiam atingir com serviços de qualidade um segmento de público em ascensão no contexto do turismo cultural.

Apesar dos aspectos facilitadores e positivos da Ilha e da sua comercialização turística ser evidente, os vários aspectos limitativos e negativos citados podem comprometer o desenvolvimento turístico desse destino. Tal constatação indica provavelmente a pouca profissionalização do segmento e um posicionamento retrógrado do *trade* diante das possibilidades do turismo controlado, responsável e equilibrado entre a alta e a baixa estação.

Embora as dificuldades encontradas na pesquisa referentes à pouca literatura científica sobre turismo receptivo no contexto de cruzeiros marítimos, considera-se ter atingido os objetivos propostos inicialmente e contribuir para o desenvolvimento de pesquisas futuras sobre o tema, necessárias para a qualificação e a exploração responsável do receptivo no País.

### Referências

Incluir apenas o que for citado e inclusive a sua dissertação – puxe uma nota do título

- ABREMAR. *Abremar*, 2009. Disponível em <http://www.abremar.com.br/>, acesso em 2 jan. 2009.
- ALBAN, Marcus. Cruzeiros marítimos e lazer náutico. Novas oportunidades e desafios para o turismo baiano. *Revista Desenbahia*, Salvador, v.2, n.2, p. 75-94, mar. 2005.
- AMARAL, Ricardo. *Uma análise do mercado de cruzeiros marítimos*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- AYRES, Josiléa de Carvalho *et al.* *Terminal Marítimo de Passageiros de Porto de Santos (SP)*. Especialização em Gestão Mercadológica em turismo e hotelaria. Universidade de São Paulo. São Paulo. 2005
- DOMINGUES, Viviane. *Turismo e recursos costeiros em São Sebastião e Ilhabela: percepção dos moradores e de turistas*. Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.
- ESTADO DE S. PAULO, 2009
- MERLO, Márcia. *Memória de Ilhabela: faces ocultas, vozes no ar*. São Paulo: Educ: Fapesp, 2000.
- PERES, Silvia Miguel de Paula; BARBOSA, Sônia Regina da Cal Seixas. *Ilhabela, SP: transformações sócio-ambientais e processos saúde-doença*. *Encontro Nacional da ANPPAS*, 4, Brasília, 2008.
- PORTO, Fernando. Mercado de cruzeiros: sucesso é motivo de comemoração e preocupação. *Turismo em números*. São Paulo, n. 41, p. 20-24, 2004.
- Porto (2005)
- PRESOTTO, Andréa. *Espaços livres públicos: um estudo no município de Ilhabela (SP)*. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- SILVA, Natacha G. *Campos da Bonete: Mudanças e permanências do modo de vida de uma comunidade tradicional caiçara*. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006.
- SOUZA, Raul. José. *Cabotagem e passageiros: evolução dos cruzeiros marítimos no Brasil*. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.