

**Aplicabilidade da Análise de conteúdo em pesquisas na área do turismo: um olhar sobre a Ilha de Itaparica (BA)**

DOI: 10.2436/20.8070.01.151

**Chelly Costa Souza dos Reis**

Doutora em Desenvolvimento Regional e Urbano, Universidade Salvador, Brasil.  
Docente no ensino básico, técnico e tecnológico do Instituto Federal de Educação,  
Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA, Brasil.  
E-mail: [chellycsouza@yahoo.com.br](mailto:chellycsouza@yahoo.com.br)

**Regina Celeste de Almeida Souza**

Pós-doutorado pela Université de Toulouse II (Le Mirail), França e pelo Centre d'Études  
Techniques de l'Équipement de Lyon, CETE, França. Doutorado em Geografia pela  
Universidade de Rouen, França.  
Voluntária do Grupo de Pesquisa em Turismo e Meio Ambiente - GPTURIS vinculado ao  
Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano da UNIFACS,  
Brasil.  
Email: [regina.souza@unifacs.br](mailto:regina.souza@unifacs.br)

**Resumo**

A Análise de Conteúdo, comumente conhecida como AC, pode ser definida como um instrumento de análise das comunicações e, assim sendo, tem sido muito utilizada enquanto método instrumental de pesquisas. Dessa forma, com base nesse pressuposto, o presente artigo objetiva apresentar um estudo de caso sobre a atividade turística na Ilha de Itaparica – BA, reiterando, assim, a aplicabilidade da AC na área do turismo. Enquanto método, o artigo está assente num recorte da nossa tese de doutorado, a qual teve como *corpus* a análise do turismo de sol e praia no referido território baiano. Para tanto, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais, bem como a realização de treze entrevistas, em cujas análises foi utilizada a AC. Dessas entrevistas, realizadas com agentes representativos do poder público estadual, do municipal e com representantes do *trade* turístico da região, a AC possibilitou perceber a necessidade de um efetivo planejamento turístico na região, inter-relacionando as três instâncias analisadas, como também confirmou a pertinência do uso desse instrumento de análise das comunicações em pesquisas no campo do turismo, as quais envolvem uma abordagem quali-quantitativa.

**Palavras-chave:** Instrumento de pesquisa. Planejamento turístico. Governo Estadual. Governo municipal. *Trade* turístico.

## 1 INTRODUÇÃO

A Análise de Conteúdo (AC) compõe-se de procedimentos sistemáticos que possibilitam que sejam levantados indicadores, sejam estes quantitativos, qualitativos ou quali-quantitativos, a fim de que se obtenha / se produza conhecimentos com base em tais dados. Para Laurence Bardin (2016), a AC permite a análise destes indicadores tanto numa investigação de cunho histórico quanto em pesquisas de outras áreas, estruturadas também em textos escritos.

A partir de tais assertivas, o presente estudo desenvolve-se tendo por mote a aplicabilidade da AC no campo turístico, observando-se as potencialidades deste instrumento de análise no referido campo a partir de um estudo de caso. Para tanto, nos propomos a apresentar uma visão geral da AC, bem como analisar, com base em diferentes olhares teóricos relacionados ao turismo, este instrumento de análise enquanto método de pesquisa aplicável ao turismo, reiterando, com base no estudo realizado sobre a Ilha de Itaparica – BA, a aplicabilidade da AC na área do turismo.

Consideramos, especialmente, que a AC permite:

O acesso a diversos conteúdos, explícitos ou não, presentes em um texto, sejam eles expressos na axiologia subjacente ao texto analisado; implicação do contexto político nos discursos; exploração da moralidade de dada época; análise das representações sociais sobre determinado objeto; inconsciente coletivo em determinado tema; repertório semântico ou sintático de determinado grupo social ou profissional; análise da comunicação cotidiana seja ela verbal ou escrita, entre outros (OLIVEIRA, 2008, p. 57).

Assim, a análise de conteúdo compreende técnicas de pesquisa que permitem, de forma sistemática, a descrição das mensagens e das atitudes atreladas ao contexto da enunciação, bem como as inferências sobre os dados coletados. A escolha deste método de análise pode ser explicada pela necessidade de ultrapassar as incertezas consequentes das hipóteses e pressupostos, pela necessidade de enriquecimento da leitura por meio da compreensão das significações e pela necessidade de desvelar as relações que se estabelecem além das falas propriamente ditas.

Em nossa tese de doutorado, buscamos observar as relações entre o turismo e as políticas públicas a partir das falas de representantes do poder público e do *trade* turístico, com treze entrevistas realizadas com agentes destes setores. Para além destas entrevistas, com o auxílio do *software* EPI Info, na tese, também compusemos o perfil dos turistas que frequentam a Ilha de Itaparica, bem como quais foram suas impressões acerca da região. Entretanto, para a análise das falas dos representantes do poder público e do *trade* turístico, não utilizamos nenhum *software*, visando realizar uma análise mais aprofundada. Desse modo, a partir da metodologia estabelecida, dividimos, na tese, a análise em três blocos temáticos, nos quais analisamos individualmente os representantes das categorias especialistas em turismo e gestão estadual, poder público municipal e, por fim, *trade* turístico.

Para o presente estudo, por sua vez, adotamos a seguinte estrutura textual: uma introdução de apresentação da temática; uma seção direcionada aos conceitos e características da AC; uma seção inter-relacionada AC e Turismo, na qual apresentamos como estudo de caso as entrevistas realizadas referentes ao desenvolvimento da atividade turística na Ilha de Itaparica – BA; uma seção em que apresentamos nossas considerações finais, na qual defendemos o uso da AC em estudos na área do turismo, bem como apontamos algumas das considerações sobre a atividade turística na Ilha de Itaparica, a partir da análise realizada das entrevistas.

## 2 ANÁLISE DE CONTEÚDO E AS PESQUISAS NO CAMPO TURÍSTICO

A Análise de Conteúdo (AC) nasceu no início do século XX nos Estados Unidos como uma técnica das Ciências da Comunicação, a fim de analisar os meios de comunicação (jornais, rádio). Inicialmente, foi com os estudos de Laurence Bardin (2016) que a AC ganhou notoriedade, contudo, ao longo do tempo, esse método assumiu diversas formas. Isso ocorreu em razão da variedade de conceitos, da vertente teórica e da funcionalidade de seu uso atribuídas pelo pesquisador que a desenvolve, seja tomando conceitos relacionados à semântica estatística do discurso, ou ainda, objetivando à inferência por meio da identificação objetiva de características das mensagens (BARDIN, 2016).

Em linhas gerais, a maior parte dos autores entende a Análise de Conteúdo como uma técnica ou método de pesquisa que trabalha diretamente com a palavra e/ou texto, na qual é possível, de forma prática e objetiva, produzir ilações do conteúdo da comunicação de texto ou discurso ao seu contexto social. Nesses termos, o texto é considerado como um meio de expressão do sujeito, no qual cabe ao pesquisador categorizar as unidades do texto (palavras ou frases) que se repetem (CAREGNATO; MUTTI, 2006).

A Análise de Conteúdo é uma técnica de análise de pesquisa que auxilia o pesquisador a descrever e interpretar as descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, de toda classe de documentos e textos. Assim, possibilita (re)interpretar as mensagens e atingir um entendimento em um nível que vai além de uma simples leitura ou leitura comum (MORAES, 1999). Na Análise de Conteúdo, as abordagens qualitativas, por meio do uso da indução e da intuição, têm sido cada vez mais valorizadas. Segundo Moraes (1999), os métodos e técnicas de análise poderão variar de acordo com os objetivos propostos, visto que a percepção do conteúdo e as inferências atingidas dependem deles. Essa técnica de pesquisa insere-se em uma busca teórica e prática, com particularidades e possibilidades próprias, bastante presente na área das investigações das Ciências Sociais. Para isso, é necessária a preparação ou edição dos textos que antecipam a análise efetiva.

Ainda que diferentes autores apresentem diversas formas de descrições do processo de análise, há cinco etapas que se apresentam para qualquer modalidade, a saber (MORAES, 1999, p. 11-13): a) Preparação das informações; b) Transformação do conteúdo em unidades; c) Categorização ou classificação das unidades em categorias; d) Descrição; e) Interpretação. A fim de elucidar melhor sobre essas etapas, nos deteremos sucintamente em cada uma delas.

O processo de preparação das informações consiste em, primeiro, identificar as diferentes amostras de informação a serem analisadas, de modo que tais amostras devem cobrir o campo a ser investigado de forma abrangente; posteriormente, como segunda e última fase dessa etapa, iniciar o processo de codificação dos materiais, estabelecendo um código que possibilite identificar rapidamente cada elemento da amostra de depoimentos ou documentos a serem analisados.

O processo de transformação do conteúdo em unidades, também chamado de “unitarização”, consiste em definir a unidade de análise, cuja denominação também pode ser “unidade de registro” ou “unidade de significado”. A unidade de análise compreende o elemento unitário de conteúdo a ser submetido posteriormente à classificação. Toda categorização ou classificação precisa definir o elemento ou indivíduo unitário a ser classificado. Na análise de conteúdo denominamos este elemento de unidade de análise.

A categorização, por sua vez, é um processo no qual o pesquisador agrupa os dados considerando a parte comum existente entre eles. Classifica-se por semelhança ou analogia, seguindo critérios previamente estabelecidos ou definidos no processo. Já a descrição, quarta etapa da análise, é de extrema importância para a Análise de Conteúdo. Essa fase, segundo Moraes (1999), compreende o momento de expressar os significados captados e intuídos nas mensagens analisadas. A abordagem defendida por esse autor destaca que, quando a pesquisa for de caráter quantitativo, a descrição abrangerá a organização de tabelas e quadros, expondo não só as categorias/divisões construídas no trabalho, como também a computação de frequências e percentuais referentes a essas categorias.

No que concerne às pesquisas que apresentam a natureza qualitativa, a descrição acontecerá de outra forma. Assim, para cada uma das categorias estabelecidas, será produzido um texto síntese que expresse os significados presentes nas diversas unidades de análise incluídas em cada uma delas, observando como, a partir do significante apresentando, é possível observar quais correlações de sentidos podem ser construídas, num processo que permitirá chegar à etapa da Interpretação.

A última etapa, como o próprio nome indica, compreende a fase de interpretação das informações/dados. Segundo Moraes (1999), vai além de uma simples descrição, pois envolve a inferência e/ou interpretação. É o movimento de compreender, por meio do uso da fundamentação teórica, dos dados e das categorias de análises, o que foi recolhido enquanto material e quais as informações/conclusões que podem ser obtidas dos elementos analisados. Desse modo, teorização, interpretação e compreensão indicam um movimento circular em que, a cada retomada do ciclo, se procura atingir maior profundidade na análise. O fato é que a interpretação significa um passo importante e imprescindível em toda a Análise de Conteúdo, principalmente, naquelas de abordagem qualitativa.

Avena (2002) observa que a Análise de Conteúdo se aplica a textos previamente escolhidos, tais como entrevistas e questionários, por exemplo. Desse modo, são apresentados os elementos do tipo de análise de conteúdo que foram utilizados. Importante salientar algumas categorias que estão relacionadas às condições de produção, como: as atitudes, as opiniões, as crenças e as intenções e motivações. Segundo Avena (2002), no contexto dessas categorias, as atitudes são caracterizadas por seus elementos, direções e suas intensidades.

Frequentemente, caracterizam-se nas atitudes componentes afetivos ou avaliativos e cognitivos. Sendo assim, para o estudo das opiniões e observações, a

metodologia da Análise de Conteúdo é muito utilizada, explicando, por meio de quadros analíticos que classificam os elementos do texto, aquilo que está comumente associado ao empírico, ao que é pautado nas experiências. Disso decorre a importância do papel interpretativo nesse processo de estudo, conforme sinalizam Moscovici e Henry (1968).

Como já sinalizado, segundo os especialistas, e, em especial de acordo com Moscovici e Henry (1968), a proposta da Análise de Conteúdo visa investigar e elucidar quais são os tipos de representações que mais serão úteis e adequadas ao âmbito da pesquisa em curso. Isso porque, nesse processo, a AC possibilita ao pesquisador encontrar as representações, avaliá-las e interpretá-las de acordo com os pressupostos apresentados no decorrer do estudo, tomando-as enquanto diretrizes possíveis da trajetória do trabalho.

## 2.1 Um estudo de caso utilizando a metodologia da AC: A Ilha de Itaparica (BA)

A atividade turística é considerada um fenômeno das sociedades modernas, responsável pelo incremento da economia, pela produção ou utilização de espaços, permite o intercâmbio de culturas e pessoas. De acordo com Souza e Souza (2002, p. 17), o crescimento da atividade turística corresponde a uma série de necessidades do ser humano, “como mudança de espaço, bem-estar e repouso, busca de expressões culturais diferenciadas, longe da rotina do dia-a-dia”, as quais se desdobram em oportunidades para vivenciar novas experiências e descobrir novos horizontes. Por conseguinte, o turismo é visto como uma atividade complexa que, nas suas diversas relações econômicas, sociais, ambientais, políticas e culturais, vem se difundindo de forma bastante acelerada.

Na esteira desse crescimento, enquadra-se o turismo em ilhas, as quais são veiculadas pela mídia como destinos turísticos preciosos, exóticos, sagrados e diferentes, por sua concepção de isolamento, o que os diferiria dos outros territórios. Para Assis (2001), a questão do isolamento das ilhas favorece a ideia de quebra de rotina, uma vez que apresenta a sensação de refúgio. Além disso, o público interessado nesse destino turístico, em particular, procura por um clima diferente, belas paisagens, sol e praia – elementos que compõem o que os especialistas denominam de turismo litorâneo, popularmente, conhecido como Turismo de Sol e Praia.

Assim, podemos afirmar que a atividade turística, em suas diversas modalidades, contribui para a dinamização da economia de muitos países e, no Brasil, esse cenário não poderia ser diferente. Segundo Moraes e Vilar (2010), o turismo de Sol e Praia é uma das segmentações turísticas que mais cresceram no mercado de lazer e de viagens na contemporaneidade, considerando que a publicação faz referência a estudos realizados no ano de 2010. Nesse sentido, com a atividade de turismo nos territórios insulares também não foi diferente, visto que, por meio dos dados da Organização Mundial do Turismo – OMT (2014), observamos que o número de turistas que visitam os espaços insulares aumentou de 28 milhões no ano de 2000, para 41 milhões, no ano de 2013. Dessa forma, se considerarmos que, durante esse período de treze anos, ocorreu uma grave crise econômica internacional que durou, em média, cinco anos (2008 a 2013) e, ainda assim, houve esse aumento no número de turistas nas regiões insulares, atrelados ao turismo de sol e praia, entendemos que a atividade turística nas ilhas se consolida como um importante segmento no comércio turístico.

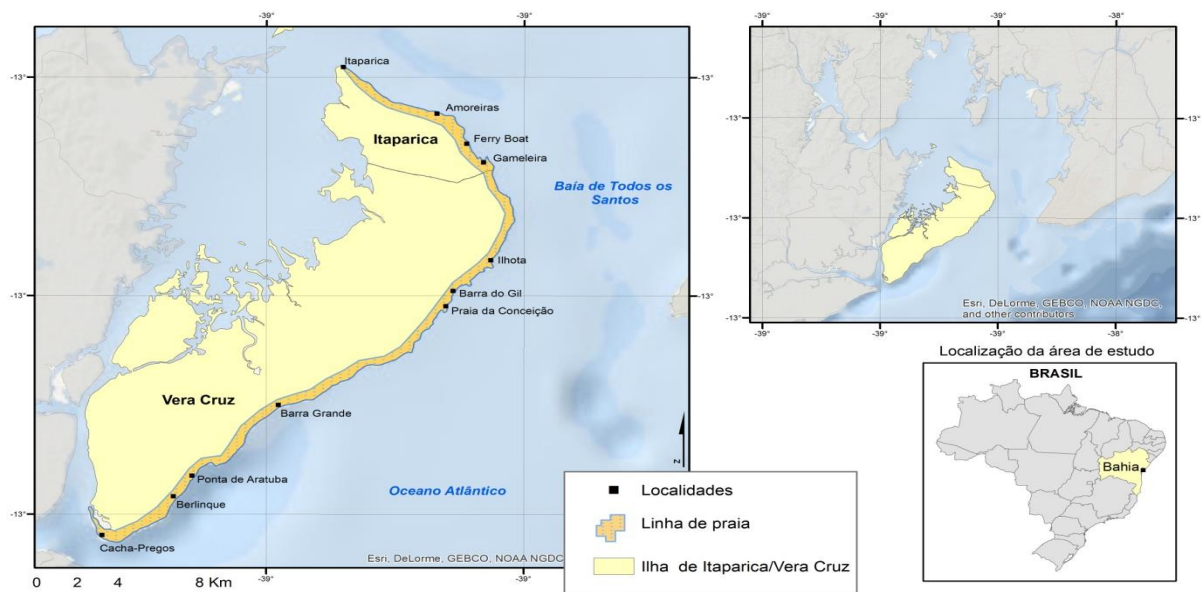
A atividade turística em ilhas apresenta diferentes particularidades que são manifestadas pela interação de múltiplos fatores, tais como localização, tamanho, infraestrutura, práticas socioespaciais, entre outros. Por essa razão, as características

singulares do turismo insular instigam muitas reflexões e análises. No caso particular do estudo realizado em nossa tese de doutorado, não foi diferente, visto que a investigação para o curso de doutorado teve como objeto de análise a dinâmica da atividade turística na Ilha de Itaparica (BA), no período de 2004 a 2014, à luz das inter-relações estabelecidas entre o planejamento do turismo no estado da Bahia e as ações turísticas realizadas no mencionado espaço.

Para a realização das análises desenvolvidas na tese e aqui exemplificadas como estudo de caso foi essencial a discussão de fatores como a localização, as relações ilha-metrópole, as práticas socioespaciais e a prática da atividade turística, as quais incidem na dinâmica do espaço estudado. Foi igualmente fundamental discutir o papel do Estado no âmbito do planejamento dessa atividade, bem como o do poder municipal, cuja atuação deve ocorrer em parceria com a esfera estadual e ambos em consonância com as diretrizes delineadas pelo governo federal para o turismo. As ações desenvolvidas pelos gestores das instâncias municipais e estaduais se inter-relacionam às atividades do *trade* turístico, constituindo-se num processo que também requer análise, enquanto possível reflexo e resposta às políticas turísticas, em especial no contexto da região aqui analisada.

A área de estudo que foi objeto de análise da presente pesquisa situa-se na macrorregião do Recôncavo da Bahia, é denominada como Ilha de Itaparica, composta por dois espaços geograficamente integrados, os municípios baianos Vera Cruz e Itaparica, os quais totalizam uma área de 246 km<sup>2</sup>, sendo 211 km<sup>2</sup> pertencentes ao município de Vera Cruz e os restantes 35 km<sup>2</sup> ao de Itaparica, conforme se observa na ilustração a seguir (Figura 1). Está localizada na Baía de Todos os Santos, faz parte da Zona Turística e Área de Proteção Ambiental (APA) da Baía de Todos os Santos (BTS), assim como pertence à Região Metropolitana de Salvador (RMS), a mais rica do estado em termos econômicos.

**Figura 1 – Localização da Ilha de Itaparica**



Fonte: Conder, 2015.  
Elaboração: LabGeo/IFBA, 2017.

Fonte: Elaborado pela autora.

Para esta pesquisa, o método de procedimento empregado foi o estudo de caso, o qual pode ser o estudo de uma pessoa, um grupo, uma comunidade, um meio ou, então, fará referência a um acontecimento especial, uma mudança política, um conflito, entre outros (LAVILLE; DIONNE, 1999). Nesse sentido, o estudo de caso foi escolhido porque buscamos analisar o caso da Ilha de Itaparica, considerado enquanto um fenômeno particular e, ao mesmo tempo, representativo de outras comunidades, bem como comparável a elas. Ademais, o processo investigativo envolveu também a pesquisa bibliográfica e a cartográfica, bem como a pesquisa em documentação e arquivos, para além das entrevistas e da observação direta. Realizamos, também, a pesquisa de levantamento e, em seguida, a pesquisa de campo, considerada muito importante por englobar a coleta de dados.

Ademais, também foram realizadas treze entrevistas com representantes e ex-representantes dos órgãos oficiais de Turismo do Estado (Secretaria de Turismo da Bahia – SETUR e a Bahiatursa), como técnicos, ex-técnicos e ex-secretários de turismo da esfera estadual; assim como com os representantes da administração municipal de turismo dos municípios de Itaparica e Vera Cruz, a exemplo de técnicos e secretários de turismo; e, ainda, com os representantes do *trade* turístico local – empresários do ramo de hotelaria. Para a apreciação das informações coletadas por meio das entrevistas realizadas com os sujeitos escolhidos, utilizamos a técnica de análise denominada de Análise de Conteúdo, uma vez que possibilita que as informações sejam confrontadas com outras já existentes, podendo permitir ampla generalização.

Em razão da pesquisa envolver a coleta de dados obtidos em entrevistas, usamos, ao longo do estudo, códigos para referenciar os sujeitos entrevistados. A opção pelo uso dos códigos advém de um acordo com esses sujeitos, no qual houve a garantia de que, por questões éticas, suas identidades seriam preservadas. Desse modo, temos a seguinte caracterização: PE<sup>1</sup>, PE<sup>2</sup> e PE<sup>3</sup> para representantes do poder executivo estadual; SECTE<sup>1</sup>, para o representante da esfera estadual; B<sup>1</sup> e B<sup>2</sup>, para os representantes da área técnica da Bahiatursa; GMVC<sup>1</sup> e GMVC<sup>2</sup>, para os entrevistados como representantes da Gestão Municipal de Vera Cruz e GMI para a de Itaparica; e, por fim, TTVC para a representação do *trade* turístico de Vera Cruz e TTI para o de Itaparica.

Mediante a seleção de uma amostra representativa que atendesse ao objetivo deste estudo, elegemos e estabelecemos algumas categorias (palavras e expressões) que possibilitassem a análise das falas dos representantes e gestores do setor turístico do Estado da Bahia e dos municípios que compõem a Ilha de Itaparica (BA), no sentido de observá-las quanto aos seus desdobramentos semânticos e implicações/representações sobre a atividade turística na Ilha de Itaparica. Para o tratamento e análise das entrevistas, essa parte da pesquisa adotou como apoio metodológico, a pesquisa de Avena (2006). Assim, foram utilizados três conceitos no desenvolvimento da análise: palavras-chave (ocorrências), coocorrências e relações. A partir de tais conceitos, iniciamos a leitura e a organização do material coletado. A análise envolveu três fases: primeiro, a seleção das palavras-chaves. A segunda diz respeito à classificação em ordem de frequência/destaque das coocorrências produzidas pelos sujeitos. E, o terceiro passo, por sua vez, está relacionado à classificação das coocorrências segundo o tipo de relação com a palavra-chave e/ou expressão-chave.

A partir das entrevistas realizadas, o pesquisador, ao analisá-las, pode depreender-lhes os significados expressos a partir dos dados obtidos, conforme indica Bardin (2016). Assim, em busca desses significados, os quais foram apresentados nas

entrevistas realizadas para o presente estudo, procedemos à formatação, operacionalização e análise dos dados objetivando compreender essa significação. Para tanto, construímos quadros comparativos da análise com base no sistema de associação e de oposição, ligando os vocábulos que traziam uma aproximação semântica, com base nas palavras-chave previamente selecionadas.

Esse percurso de análise está pautado, mais especificamente, nos fundamentos da AC, visto que esta nos auxilia tanto a interpretar quanto a refletir sobre a realidade. Estabelecemos o confronto entre as respostas dadas pelos representantes de cada categoria, quanto às temáticas comuns apresentadas e, a partir daí, observamos as relações de proximidade e distanciamento entre elas no intuito de compreendermos como funcionam as relações entre o planejamento e a dinâmica da atividade turística na Ilha de Itaparica. Destarte, é importante destacar que mesmo elaborando um roteiro prévio de entrevistas, nem todas as perguntas obtiveram respostas e/ou foram realizadas, pois, na medida em que as respostas iam surgindo, outras perguntas iam acontecendo e outras iam sendo eliminadas, por entender que o entrevistado demonstrava desconhecimento sobre o fato.

Observamos, ainda, que algumas questões tiveram que ser condensadas, haja vista que muitas respostas dos entrevistados também foram englobadas na mesma pergunta. Assim, no primeiro bloco, as perguntas foram direcionadas para os representantes da gestão turística estadual e buscamos identificar no modelo de Planejamento Turístico adotado pelo Estado, que tipos de ações e investimentos foram efetivados na Bahia e na Ilha de Itaparica no período de 2004 a 2014. Já o segundo bloco foi direcionado aos representantes do governo municipal e, por fim, o terceiro bloco relacionou-se aos empresários de turismo da região.

### 2.1.1 Contrapontos e similaridades entre os blocos de análise

Ao objetivarmos, em nossa tese, compreender as relações entre o planejamento e a dinâmica da atividade turística na Ilha de Itaparica no período de 2004 a 2014, a partir do campo de investigação Turismo, Planejamento Turístico, Políticas Públicas de Turismo e PRODETUR, entendemos que seria necessário, enquanto aporte basilar para o desenvolvimento da pesquisa, entrevistarmos os representantes das esferas públicas e privadas de atuação na atividade turística. Para tanto, contactamos representantes do Poder Público Estadual, da Gestão Municipal de Vera Cruz e de Itaparica, assim como representantes do *trade* turístico desses dois municípios. Isso porque observamos que compreender a dinâmica na qual a atividade do turismo se insere, significa “entender as relações produtivas do espaço e o exercício de poder do Estado, das classes empresariais e trabalhadoras em movimento e conflito” (CORIOLANO, 2007, p. 45).

Assim, cômicos de que essa dinâmica turística envolve, constantemente, interesses que se confrontam, próprios do capital humano, conforme sinaliza Santos (1998), de posse das entrevistas e após a análise realizada individualmente por blocos temáticos relativos a essas três instâncias, propomos uma análise geral desses três blocos, observando aproximações e distanciamentos nas posturas delineadas pelos representantes. Entendemos, de acordo com Dias (2005), que, para o desenvolvimento da atividade do turismo, a participação do empresariado e da sociedade civil é fundamental porque a qualidade do produto turístico depende do envolvimento sistêmico dos diversos componentes integrantes da cadeia do turismo.

Reiteramos que, para o fomento e o desenvolvimento da atividade turística na Ilha de Itaparica, a partir das falas dos representantes das três esferas analisadas,



inferimos que urge a realização de um planejamento pensado para ações a curto, médio e longo prazo. Pois, observamos que, nesse processo, os problemas apresentados são passíveis de resolução, desde que haja planejamento e efetiva vontade para fazer com que as ações planejadas sejam executadas. As entrevistas do *trade* turístico coadunam-se às exposições dos técnicos e dos representantes da gestão pública, quanto à necessidade de investimentos, planejamento e ações efetivas em prol de melhorias na região da Ilha de Itaparica. Por outro lado, vislumbram ainda na Ilha um potencial turístico que pode e deve ser explorado, o que se contrapõe à visão de alguns técnicos, a exemplo da Gestão Pública Estadual, os quais consideram que o turismo na região está acabado.

A investigação revelou que a localidade vivencia uma situação extremamente crítica quanto à atividade turística, porém, ainda acreditamos na possibilidade de reversão desse quadro, dado o vocativo turístico da Ilha de Itaparica, o qual só precisa ser melhor explorado e organizado. Ao analisarmos os dados deste estudo sob o prisma do turismo, inferimos que existe uma similaridade entre o pensamento dos entrevistados da gestão pública municipal de Vera Cruz e dos pertencentes ao *trade* turístico também desse município, bem como de Itaparica, quanto à falta de planejamento, direcionamento e prioridades em prol do desenvolvimento dessa atividade.

Na atividade turística, o planejamento coloca uma forma totalmente nova de participação de diversos sujeitos no processo, uma vez que, a atividade do turismo envolve diversos setores, os quais, muitas vezes, se inter-relacionam. Para tanto, a parceria entre a iniciativa pública e a privada é imprescindível e exerce um papel de extrema importância no processo. Isso porque, quando se tem um planejamento colaborativo, o qual conta com o entrosamento e a atuação das esferas públicas e privadas, há a elaboração de planos e ações que contribuam positivamente com a atividade turística.

Ressaltamos que essa postura colaborativa é uma das diretrizes apresentadas tanto no PRODETUR/NE II quanto no PRODETUR BTS, haja vista que esses programas instituem a necessidade de adotar redes de parcerias a fim de sanar os problemas apresentados, envolvendo as esferas públicas, a iniciativa privada e a sociedade civil como um todo, em prol da coletividade e da atividade turística como elemento transformador positivo da realidade social. A cooperação entre todas as partes engloba desde a qualificação de mão de obra e geração de emprego/renda até a conscientização socioambiental, necessária à preservação dos espaços naturais, bem como a receptividade e o tratamento ao turista por parte da população como um todo.

Ademais, quanto ao histórico da atividade turística na Ilha, em princípio, apenas o turismo de sol e praia encantava o interesse do mercado, conforme apresentado por PE<sup>1</sup>, que fez também referência à modalidade Segunda Residência, a qual despertou na Ilha a especulação imobiliária. Destacamos que essa vocação natural para o segmento Sol e Praia é uma destinação comum às regiões litorâneas nordestinas e, reconhecendo essa característica, foi esse o ponto de partida para o desenvolvimento de uma política nacional no âmbito do turismo que tentasse alavancar a atividade turística no Brasil. Com o passar do tempo, outras modalidades foram surgindo e despertando o interesse das pessoas, como é o caso do turismo cultural, histórico, religioso, dentre outros. Todos esses tipos de turismo fazem parte do rol de possibilidades dos turistas que têm a Ilha como destino, mas, atualmente, o que continua a se destacar é o turismo litorâneo (sol e praia), incentivado, principalmente, pela iniciativa privada e a iniciativa pública.

Entretanto, um novo cenário parece agora se descortinar em relação ao PRODETUR BTS, cujo foco está direcionado aos segmentos turismo náutico e turismo cultural.

Nesse sentido, observamos que a pesquisa de campo revelou que os diversos elementos existentes na Ilha não são tratados e nem trabalhados como produto turístico, conforme inferimos das falas do *trade* turístico e dos representantes das esferas pública estadual e municipal. É possível, inclusive, notarmos que há, por parte da instância estadual, uma quase total desconsideração da Ilha de Itaparica enquanto espaço turístico, visto que PE<sup>2</sup> e PE<sup>3</sup> apontaram, dentre outros aspectos, a ocupação territorial desordenada, o processo de favelização e o turismo de massa enquanto entraves para o turismo na região. Não desconsideramos tais entraves, contudo, entendemos que há solução para eles, desde que haja, principalmente, por parte do poder público, vontade de resolver esses problemas. Para isso, seria necessária uma qualificação dos atrativos regionais em primeiro lugar, depois, uma estruturação de roteiros turísticos para serem apresentados ao cliente como alternativa e, por fim, um trabalho de divulgação para promover esses produtos turísticos. Lamentamos, também, que falte uma visão empreendedora, a qual desconsidera a diversificação dos segmentos turísticos e, a partir disso, deixa de explorar, a partir do perfil do público-alvo, por exemplo, modalidades como o Turismo Social (BRASIL/MTUR, 2010).

Observamos também que, ao longo da pesquisa, de certo modo, houve uma postura mais passiva, no sentido de expectadora, por parte do *trade* turístico de Itaparica, deixando a cargo apenas do poder público a resolução dos problemas apresentados. Entendemos, claro, que há sim muitas coisas que somente podem ser resolvidas por esta esfera, pois vai além da competência da iniciativa privada. Contudo, ressaltamos que há outros meios do empresariado se reunir e propor melhorias, a partir de uma atuação em parceria com outros setores. Considerando que a atividade turística é vista como um segmento muito dinâmico e competitivo, no qual, nos últimos anos, vem apresentando uma expansão considerável, atuar nesse mercado exige muita criatividade por parte dos empresários. Para tanto, o mercado competitivo, vem requerendo uma postura mais profissional, através da elaboração de produtos, que atendam às novas tendências e necessidades da sociedade (ALBUQUERQUE, 2003). Mas, para isso, o empresariado necessita não só do apoio da gestão pública, mas, principalmente, de ações práticas.

Por fim, destacamos que um assunto que também marca a atividade turística na Ilha de Itaparica diz respeito à acessibilidade, visto que os atuais meios de transporte esbarram em entraves como o acesso por meio do *Ferry Boat*. Essa discussão foi apresentada às três esferas de representação em virtude de se ter, atualmente, um novo (velho) tema provocando debates, que é a construção da ponte Salvador-Ilha de Itaparica. De modo geral, tanto os empresários quanto os representantes do poder público estadual e do municipal se mostraram, de certa forma, um pouco reticentes quanto à concreta execução desse projeto e de seus possíveis benefícios. Contudo, também foi possível ouvirmos discursos mais confiantes e entusiasmados, os quais vieram, coincidentemente, de TTVC e de GMVC<sup>1</sup> e GMVC<sup>2</sup>.

Isso mostra que há, em Vera Cruz, uma postura mais esperançosa quanto a uma transformação positiva da atividade turística na região da Ilha de Itaparica, visto que também observamos essa postura nesses representantes no que tange ao PRODETUR Nacional Baía de Todos os Santos – já os outros representantes, quanto a esse aspecto, se mostraram igualmente reticentes.

Assim, analisadas, de forma geral, as entrevistas dos representantes do Poder Público Estadual; da Gestão Municipal de Vera Cruz e de Itaparica; e, também, do *trade*

turístico desses dois municípios, complementamos o processo de estudo da presente pesquisa com a análise dos dados colhidos a partir da aplicação de 219 questionários junto ao público visitante/frequentador da Ilha de Itaparica. Esta aplicação ocorreu no intuito de colhermos dados a fim de montar um panorama sobre o perfil do público que visita/frequenta a Ilha, com vistas a traçar, a partir daí, um paralelo com as informações colhidas nas entrevistas e, do mesmo, de posse desse perfil, sugerir/recomendar ações que possam contribuir com o fomento e o desenvolvimento da atividade turística na Ilha de Itaparica, de modo a melhorar a dinâmica dessa atividade na região.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, conforme enunciado anteriormente, objetivamos apresentar um estudo de caso sobre a atividade turística na Ilha de Itaparica – BA, reiterando, assim, a aplicabilidade da AC na área do turismo. Para tanto, apresentamos parcialmente o estudo que desenvolvemos durante o nosso curso de Doutorado em Desenvolvimento Regional e Urbano, cujo foco de estudo voltou-se para o planejamento turístico e as políticas públicas. No presente artigo, demonstramos como a Análise de Conteúdo, a partir também do software EPI info, nos auxiliou na tarefa de interpretação, análise e reflexão acerca dos dados colhidos nas entrevistas realizadas. Desse modo, com base na análise realizada com os dados das entrevistas, defendemos a necessidade de um planejamento turístico efetivo, o qual envolva os três pilares da atividade turística (gestão pública, sociedade civil e *trade* turístico), assim como entendemos que boa parte do declínio do turismo na Ilha de Itaparica se dá pela omissão do poder público e ausência de políticas promocionais do turismo concretas, em confluência com efetivas ações.

Em função dessa percepção, a partir também dos dados obtidos durante o estudo, vislumbramos possíveis alternativas que possam contribuir para a revitalização da atividade turística nesse espaço insular, tais como a exploração do turismo cultural, náutico e ecológico, desde que haja vontade e planejamento para explorar as potencialidades turísticas naturais e culturais que essa região abarca, com base em diretrizes que proporcionem bem-estar à comunidade local e ao receptivo turístico, em conformidade com o respeito às questões socioambientais.

Destacamos, por fim, o quanto foi importante o uso da Análise de Conteúdo neste estudo, a fim de que chegássemos às percepções anteriormente apresentadas. Nesse sentido, cumpre registrarmos e reiterarmos que a AC, enquanto instrumento de análise, aliada ao estudo de caso, pode compor o campo de estudos turísticos, sendo um pertinente e acessível método para pesquisas que envolvam entrevistas, questionários, quantificação de dados, dentre outros aspectos.

### REFERÊNCIAS

ASSIS, L. F. **A difusão do turismo de segunda residência nas paisagens insulares: um estudo sobre o litoral sul da Ilha de Itamaracá – PE.** 2001. 130 p. Dissertação (Mestrado). Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Pernambuco. Recife – PE, 2001.

AVENA, B. M. **Turismo, educação e acolhimento**: Um novo olhar. São Paulo: Roca, 2006

AVENA, B. M. **Turismo, educação e acolhimento de qualidade**: Transformações de *hostis a hospes* em Ilhéus, Bahia. 2002. 170 p. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Educação. Faculdade de Educação. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

BARDIN, L. **Análise do Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo – MTur. **Dados do Turismo Brasileiro**. Ministério do Turismo, Brasília, 2010.

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto Contexto**, Rio de Janeiro, out./dez. 2006, v.15, n. 4, p. 679-84.

CORIOLOANO, L. Turismo e Meio Ambiente: interfaces e perspectivas: In: CORIOLOANO, L.; VASCONCELOS, F. **O Turismo e a relação sociedade-natureza**: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: EDUECE, 2007. p. 19 – 43.

DIAS, R. **Planejamento do Turismo**: Política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Editora UFMG, 1999.

MORAES, L. B. B.; VILAR, J. W. C. Turismo de Sol e Praia e Ordenamento Territorial no Litoral Sergipano. In: VILAR, J. W. C.; ARAUJO, H. M. **Território, Meio Ambiente e Turismo no Litoral Sergipano**. São Cristóvão: Editora UFS, 2010. p. 45-67.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Rio de Janeiro, 1999, v. 22, n. 37, p. 7-32.

MOSCOVICI, S. ; HENRY, P. Problèmes de l'analyse de contenu. In: SUMPFF, J. **Sociolinguistique**. Paris: Dider/Larousse, 1968. p. 36-60.

Organização Mundial do Turismo – OMT. *World Tourism Barometer*. Madrid: UNWTO Press, 2014.

OLIVEIRA, D. C. Análise de Conteúdo Temático-Categorial: Uma proposta de sistematização. *Revista Enfermagem UERJ*, Rio de Janeiro, out./dez. 1998, v. 16, n. 4, p. 569-576.

SOUZA, J. C.; SOUZA, L. S. **Turismo sustentável**: cultura – relações públicas – qualidade. Salvador: SCT-SCT, 2002.

***Applicability of content analysis in researchs in the tourism field: a look at the Itaparica Island (BA)***

***Abstract***

*The Content Analysis, generally known as CA, can be described as a mechanism for analyzing communications and, for that, it has been extensively used as an instrumental method of research. Like this, and based on this expectation, the present article aims to demonstrate that CA can also be applied in researchs in the tourism field, having as an example the study case about the tourist activity in Itaparica Island – BA. As a method, this article is based on a short piece of the doctoral our thesis, which had as corpus the analysis of tourism beach territories in the whole state of Bahia. For this reason, bibliographical and documentary researches, as well as thirteen interviews were all accomplished, based on the analysis in the CA. From these interviews with state agents, municipal agents and representatives of the tourist trade of the region, the AC made it possible to identify the need of an effective tourist planning in the region, interrelating the three analyzed instances, but also confirmed the relevance of the Content Analysis as an instrument for analyzing communications based in researchs in the tourism field, which involves a qualitative and quantitative approach.*

***Keywords:*** *Research instrument. Tourist planning. State government. Municipal government. Tourist trade.*

Artigo recebido em 06/05/2019. Aceito para publicação em 21/11/2019