

A RELAÇÃO ENTRE VIOLÊNCIA E TURISMO NA PERSPECTIVA DO TURISTA EM JOÃO PESSOA - PB

Daniela Maria Lucena Rodrigues

Paula Dutra Leão de Menezes

UFPB

RESUMO: O turismo e a violência são fenômenos do cotidiano que passam a existir e a impor reflexos sobre a sociedade contemporânea. Os destinos turísticos concorrem no mercado e existem inúmeros fatores motivacionais que influenciam na tomada de decisão do turista, dentre esses fatores podemos citar: tempo e dinheiro disponível, status, modismo, conflitos sociais, pobreza e segurança. Nesse contexto, o setor turístico pode ser um dos grandes prejudicados em decorrência da violência urbana. É importante elucidar questões inerentes ao turismo e a violência, considerando a dimensão social, enxergando os turistas como pessoas e, não apenas, como geradores de renda para destinos turísticos. Neste sentido, o objetivo desta pesquisa é analisar a relação entre turismo e violência sob a perspectiva dos turistas em João Pessoa - PB. O método adotado para a realização da pesquisa foi descritivo de caráter exploratório. A amostra do trabalho foi de 100 turistas que se hospedaram em cinco hotéis localizados na orla da cidade. O instrumento de coleta de dados utilizado foi questionário, com perguntas fechadas e abertas. Ao final do estudo, conclui-se que existe uma relação entre turismo e violência na medida em que 80% dos turistas afirmaram que este fator influencia na hora de decidir por determinado destino. Sobre especificamente à cidade de João Pessoa, a pesquisa comprovou que os turistas declararam sentir-se seguros ou muito seguros ao circular pela cidade. Para finalizar, registra-se a necessidade de aprofundar estudos sobre a violência e o turismo tendo em vista que esta pode influenciar na competitividade de um destino turístico.

PALAVRAS CHAVES: Turismo; violência; turista; João Pessoa..

ABSTRACT: Tourism and violence are phenomena of the daily that come into existence and impose reflections on contemporary society. Tourist destinations competing in the market and there are numerous motivational factors that influence in the taking of decision of the tourist, we can mention among these factors: time and money available, status, fashion, social conflicts, poverty and security. In this context, the tourist sector can be one of great the wronged ones in result of the urban violence. It is important to elucidate inherent questions to the tourism and the violence, being considered the social dimension, seeing the tourists as people and, not only, as

generating of income for tourist destinations. In this direction, the objective of this research is to analyze the relationship between tourism and violence from the perspective of the tourists in Joao Pessoa - PB. The method adopted for the research was descriptive and exploratory. The sample of work was 100 tourists who stayed in five hotels located on the edge of city. The data collection instrument used was a questionnaire with closed and open questions. At the end of the study concluded that there is a relationship between tourism and violence in that 80% of the tourists had affirmed that this factor influence in the hour to decide for definitive destination. Specifically about the city of Joao Pessoa, the research proved that the tourists had declared to feel themselves safe or very safe when circulating for the city. To finish, it is registered necessity to deepen studies on the violence and the tourism in view of that this can influence in the competitiveness of a tourist destination. Finally, it is registered necessity to deepen studies on the violence and the tourism in view of that this can influence in the competitiveness of a tourist destination.

KEY WORDS: Tourism, violence, tourists, João Pessoa

INTRODUÇÃO: As evoluções ocorridas nas viagens que levaram ao surgimento do turismo estão relacionadas às mudanças sócio-econômicas e culturais que se sucederam nas sociedades, possibilitando que um número cada vez maior de turistas viajasse, o que acarretou no aparecimento do turismo de massa. O turismo e a violência são fenômenos do cotidiano dessas sociedades que passam a existir e impõem reflexos sobre a sociedade.

Os destinos turísticos concorrem no mercado buscando atrair fluxos turísticos, contudo, existem inúmeros fatores motivacionais (sociais, econômicos e psicológicos) que influenciam na tomada de decisão do turista no momento de escolher um destino, dentre esses fatores podemos citar: tempo e dinheiro disponível, status, modismo, conflitos sociais, pobreza e segurança.

A incidência da violência e da criminalidade, no Brasil, é crescente, principalmente, nos grandes centros urbanos, gerando o medo, a insegurança e alterando o comportamento dos indivíduos. Nesse contexto, o setor turístico pode ser um dos grandes prejudicados em decorrência da violência urbana.

O estado da Paraíba e a cidade de João Pessoa têm procurado desenvolver esse setor por meio de políticas públicas de turismo, para tanto imagens tem sido construídas e divulgadas desse destino inclusive com o intuito de apresentá-lo como destino seguro.

Sobre segurança pesquisa da Fundação Comissão de Turismo Integrada do Nordeste – CTI - (2006) aponta a cidade de João Pessoa como mais segura para o turismo, recebendo pontuação de 2,38 em avaliação realizada pelos turistas no quesito segurança, que foi avaliado de 0 a 3, superando as cidades de Teresina, Fortaleza, Natal, Salvador, Recife, Maceió, Sergipe e São Luís.

A qualidade de vida em João Pessoa também é um fator que tem sido apresentado no material de divulgação uma vez que para que a cidade seja boa para os turistas deve ser antes de tudo boa para seus cidadãos. E nessa perspectiva a cidade é apresentada como “modelo de qualidade de vida”, “capital da tranquilidade” e “hospitaleira”. A segurança também é ressaltada onde “A cidade de João Pessoa é considerada uma das capitais mais seguras e tranquilas do Brasil” (SETUR, 2009).

Contudo, ao se pensar e falar em violência contra os turistas não devemos nos deter apenas na violência urbana e nos delitos e crimes praticados contra esses sujeitos. Existem inúmeras formas de violência (física, psicológica, cultural, verbal, simbólica entre outras) que podem se manifestar de várias maneiras. Deste modo nos perguntamos qual a relação entre violência e turismo para os turistas? Será que as questões relacionadas à violência e a insegurança é um fator realmente condicionante na tomada de decisão do turista? Quais são as percepções, vivências e experiências do turista quanto a esse tema?

Essas questões se justificam na medida em que o desenvolvimento do turismo significa mudanças no cotidiano desses destinos e da sua população. Jordan (1980) analisou o processo de implantação do turismo em uma pequena vila norte-americana, situada em Nova Jersey e ressalta que para os moradores do lugar, o turismo aparece como um fardo que os moradores devem suportar. Os turistas que afluem para a região no verão interferem de forma significativa no cotidiano de seus habitantes, acostumados a uma vida pacata e centrada na comunidade.

A presença de turistas impõe novo ritmo e configuração no destino e, se no princípio seu desenvolvimento pode ser promessa de geração emprego e renda, em outro momento, pode se tornar forma de exclusão de seus moradores, por meio da

especulação imobiliária, inflação, importação de mão-de-obra para exercer funções estratégicas, acarretando falta de espontaneidade de seus moradores em virtude da insatisfação com os turistas.

Embora não seja comum presenciar atos de xenofobia aberta contra os turistas por parte de residentes, muitas vezes esta se apresenta sob a forma da negligência, do descaso e de um serviço prestado de má vontade, que pode vir a se traduzir em uma forma de conflito e violência.

É importante elucidar questões inerentes ao turismo e a violência, considerando a dimensão social, enxergando os turistas como pessoas e, não apenas, como geradores de renda para destinos turísticos. Neste mesmo sentido, o objetivo desta pesquisa é analisar a relação entre turismo e violência sob a perspectiva dos turistas em João Pessoa - PB.

2. TURISMO E VIOLÊNCIA

No século XX, a diversão se tornou acessível a grandes massas, o que proporcionou ao turismo e à recreação organizar-se e vir a ocupar este novo espaço que surge nas sociedades. Neste contexto, a diversão e o entretenimento passam a ter grande valor e novas representações, criando bases para o seu fortalecimento em uma sociedade de consumo.

Dentro dessa premissa o produto turístico, no caso, os destinos passam a fazer parte da sociedade de consumo, ganhando novos sentidos e novos objetivos, passando a concorrer no mercado e buscando atender a necessidades dos consumidores.

Os consumidores possuem formas específicas de modos de vida e cultura que levam a diferenciadas formas de consumo conforme a posição que as pessoas ocupam na sociedade. O turismo insere-se dentro das novas necessidades desses consumidores e a produção do turismo é baseada em novas formas de organização da atividade que juntamente com a produção destes destinos turísticos despertam o desejo de viajar.

No processo de decisão de compra do consumidor atua uma série de fatores motivacionais distintos: fatores externos; fatores internos e as características do

Promoção



Realização



produto. Valls (1996) explica que a motivação e a informação são os vetores que acompanha o caminho da decisão de compra e que as motivações são como forças impulsionadoras do comportamento do turista. Já segundo Vaz (1999), há uma sensação ou circunstância de pressão sobre o indivíduo, que o leva a viajar. Essa pressão pode ser analisada sob três aspectos: Fonte Motivadora, Grau de Escolha e Natureza da Pressão.

No que se referem à questão da segurança e turismo Santana (2001 *apud* CATAI e REJOWSKI, 2005) esclarece que independentemente de muitos atributos que compõem a experiência e as motivações turísticas, a segurança é sem dúvida um dos fatores mais importantes, pois o turista escolhe um destino não apenas com base no preço ou na imagem, mas também usando da questão da segurança e proteção pessoal.

Trigueiro (1999, p. 19) afirma ainda que:

Os turistas escolhem seus destinos levando em consideração a segurança da localidade. Afinal, o turista gosta de ser bem tratado (e paga por isso), estar em segurança, ter um atendimento com qualidade e, sobretudo, ser respeitado como cidadão.

Sendo assim, a questão da violência preocupa os governantes uma vez que pode acarretar em uma imagem negativa do destino e conseqüentemente na diminuição de fluxo turístico. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2007) criticou a imprensa por relacionar pontos turísticos à violência e afirmou que se fala de Pernambuco, é morte. Se fala, do Ceará, é morte. Se fala, da Bahia, é morte.

Qualquer pessoa pode estar sujeito a um ato de violência, sendo assim, torna-se impossível se prever que atores sociais e em quais circunstâncias estarão envolvidos em manifestações violentas nas suas diversas formas. Nesse sentido, os diferentes grupos sociais buscam interpretar a violência no contexto da realidade social em que se encontram.

Existe grande dificuldade em conceituar a violência. Em primeiro lugar porque não existe uma violência, mas violências que devem ser entendidas em seus contextos e situações particulares. Essa dificuldade de estabelecer relações de causalidade torna-se marcante quando se observa a sua inserção no cotidiano dos indivíduos, dificultando a sua compreensão.

Cada sociedade tem uma construção do que é violência ou não, contudo podemos afirmar que a violência e o medo¹ encontram-se presentes no cotidiano de todos. Nesse sentido Bauman (1998) ilustra que o homem civilizado trocou um quinhão das suas possibilidades de felicidade por um quinhão de segurança.

Ao se falar em violência geralmente tem-se em mente a agressão física, na qual, atinge diretamente o homem. Contudo, deve-se compreender que um ato agressivo, ou seja, o comportamento dos atores envolvidos no que se chama de relação interpessoal é uma ação social: existe em um contexto, um contexto de indivíduos que se situam em uma estrutura social, que ocupam papéis sociais, que se orientam por valores que definem a natureza e as possibilidades desta mesma relação.

Adota-se, aqui, uma perspectiva segundo a qual a violência interpessoal é compreendida como um construto próximo à agressão e corresponde a um excesso do irracional, excesso de um ato cujas motivações profundas não são do registro do racional: a agressão se torna violência quando *irracionalmente* ela se torna um ultrapassar dos limites de uma norma aceitável do uso da agressão nas relações (SANTOS, 1995). Esses atos podem ser voluntário, deliberado, racional e consciente, ou pode ser inconsciente, involuntário e irracional.

As sociedades modernas são constituídas de relações sociais e a atividade turística é uma atividade realizada pelos homens em sociedade, portanto tem um importante grau de imprevisibilidade. Barreto (2003) explica que por mais que haja um bom planejamento de turismo, nunca sabemos como a sociedade vai reagir à presença

¹ Sobre Medo ver J. Delumeau (1989).

dos turistas, nem como os turistas vão reagir à sociedade que os hospeda. Só entendendo as pressões sociais da sociedade sobre o indivíduo é que podemos entender situações de conflitos e violência deste em situações de lazer. Como mais um produto da sociedade de consumo, o turismo é vendido a quem tem dinheiro. Vendido sem consciência social, inclui tudo, viagem, estada, povo.

É preciso entender a percepção desses turistas a respeito das relações entre violência e turismo. Segundo Barreto (op. cit) é preciso entender a hostilidade que muitas vezes se observa contra os turistas nos núcleos receptores, aprofundar na representação social sobre o fenômeno e os seus atores. Os turistas são vistos como pessoas fúteis, que esbanjam dinheiro em supérfluos, que se comportam mal, que invadem o cotidiano.

Por outro lado, os turistas podem se deparar com situações que proporcionam conflitos ou violência como um mau atendimento, situações de constrangimentos, situações decorrentes de problemas socioeconômicos como a pobreza, entre outros. Qualquer tipo de relacionamento, nessas circunstâncias, é assimétrico.

Bauman (op. cit) explica que as experiências das cidades americanas analisadas por Sennett (apud BAUMAN op. cit) apontam para uma regularidade quase universal: a suspeita em relação aos outros, a intolerância face à diferença, o ressentimento com estranhos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método adotado para a realização da pesquisa foi descritivo de caráter exploratório. O método descritivo conforme Gil (1994) tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis, possibilitando atingir aos objetivos da pesquisa. Optou-se ainda pelo estudo exploratório, em razão das dificuldades

encontradas para delimitar a pesquisa, uma vez que pouco se conhece sobre o assunto.

Estas pesquisas são desenvolvidas, com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo acerca de determinado fato. É realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (GIL, op.cit., p. 45).

O universo da pesquisa é composto por turistas que visitaram o município de João Pessoa e hospedaram-se em cinco hotéis localizados na orla da cidade. A amostra do trabalho foi de 100 turistas.

A técnica de amostragem do estudo é não-probabilística intencional ou por julgamento. Mattar (1996) afirma que na pesquisa intencional os indivíduos são escolhidos, de modo que a amostra seja satisfatória para as necessidades da pesquisa, assim, a escolha dos locais para a realização da pesquisa é elaborado de modo que venha condicionar a uma estratégia adequada.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi questionário estruturado, com perguntas fechadas e abertas, aplicado no mês de julho de 2009. Optou-se por esse instrumento já que o mesmo constitui um conjunto de questões pré elaboradas, que permitem coletar dados relacionados ao estudo de forma rápida e direta. O questionário consta na primeira parte de questões para identificação da demanda turística e dos locais visitados, e a segunda sobre aspectos motivacionais que influenciam na tomada de decisão de um destino turístico e por último, com questões para verificar a opinião do turista em relação à violência.

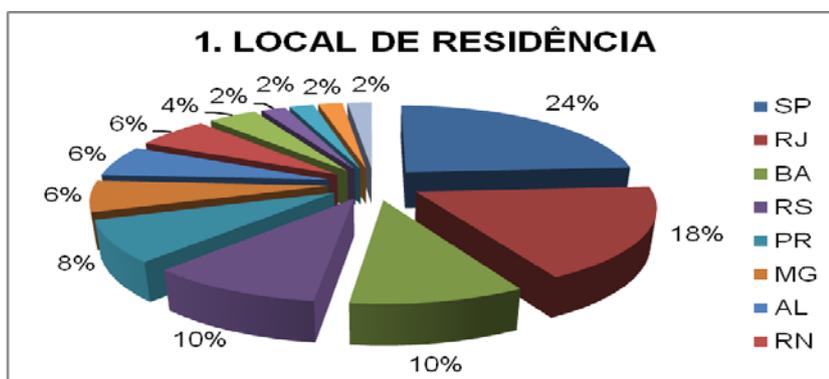
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Promoção



Realização

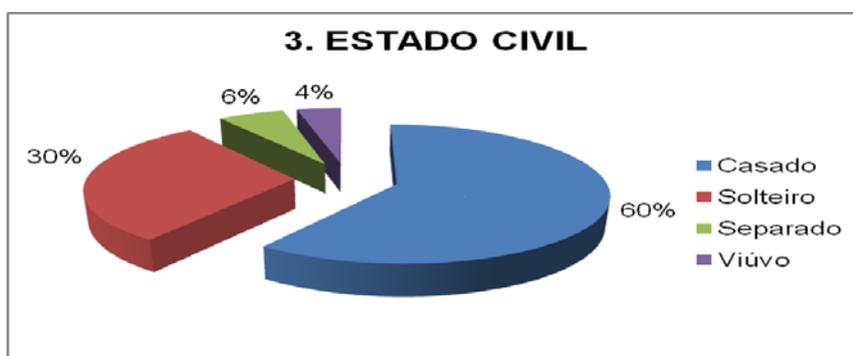




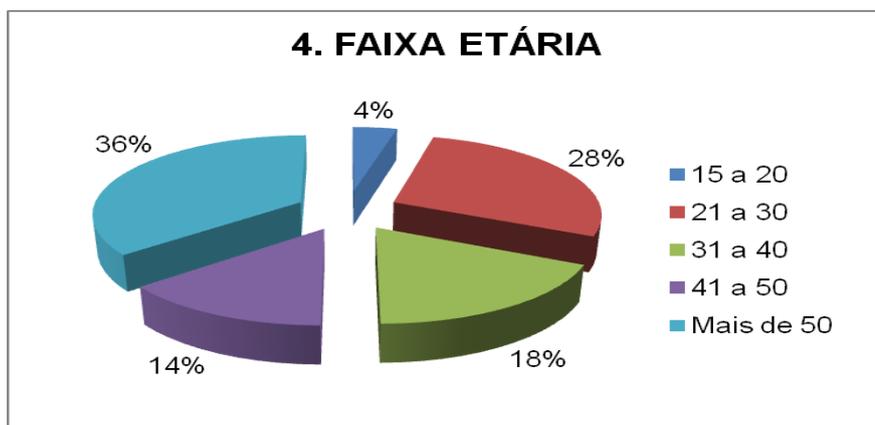
Identificou-se que a maioria dos turistas é dos estados de São Paulo (24%), Rio de Janeiro (18%), Bahia (10%) e Rio Grande do Sul (10%). E que os turistas da própria região Nordeste representaram 28% da amostra.



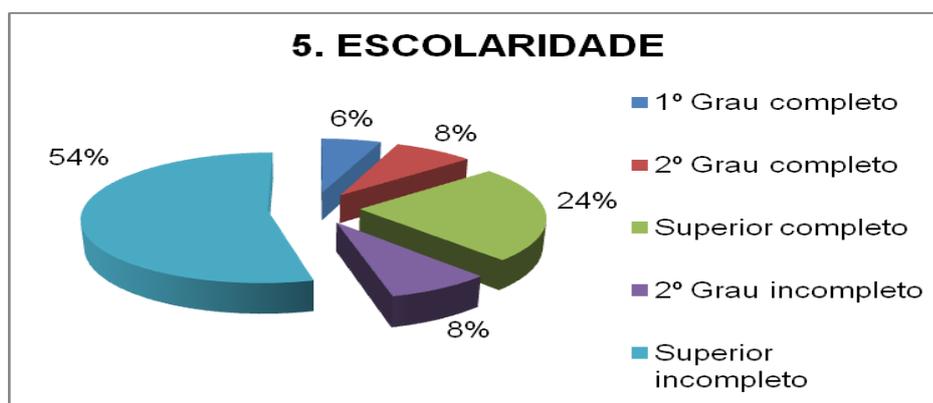
Verificou-se que a maioria dos entrevistados pertence ao sexo feminino com 54% e 46% do sexo masculino.



Quanto ao estado civil dos turistas, verificou-se que a maioria é casada (60%) seguida pelos solteiros (30%), separados ou divorciados (6%) e viúvos (4%).

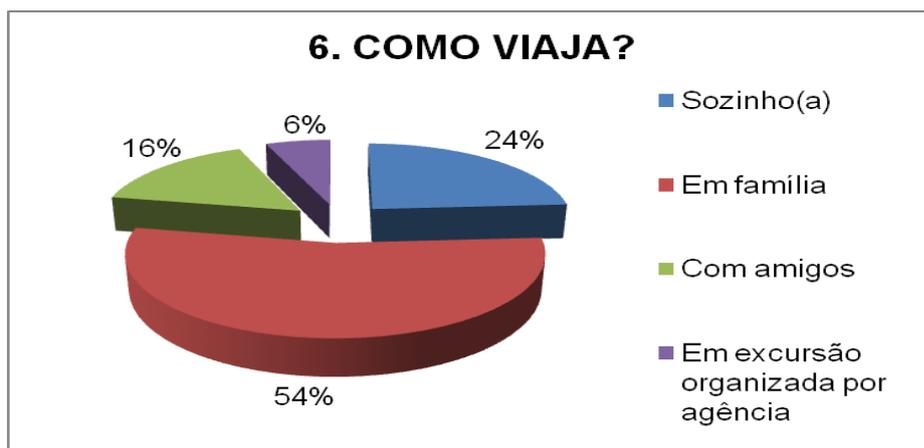


Os turistas entrevistados situam-se em sua maioria na faixa etária com mais de 50 anos (36%), seguidos pelos da faixa etária de 21 a 30 anos com (28%) e da faixa etária de 31 a 40 anos (18%). Contata-se que a maioria dos entrevistados encontra-se nas faixas etárias em que normalmente as pessoas estão em plena atividade laboral e com possível estabilidade econômica, podendo assim investir em atividades de lazer, entre elas o turismo.

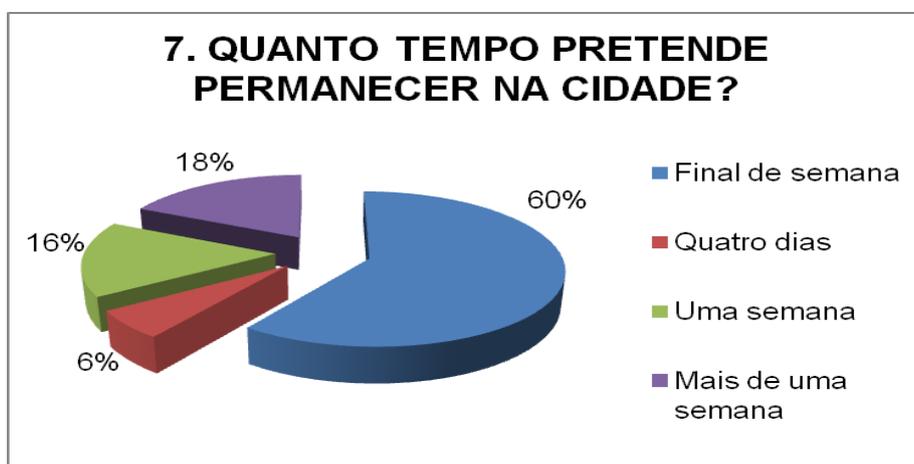


O grau de escolaridade dos turistas é, predominantemente, superior incompleto (54%), seguido de superior completo (24%), correspondendo assim a 78%

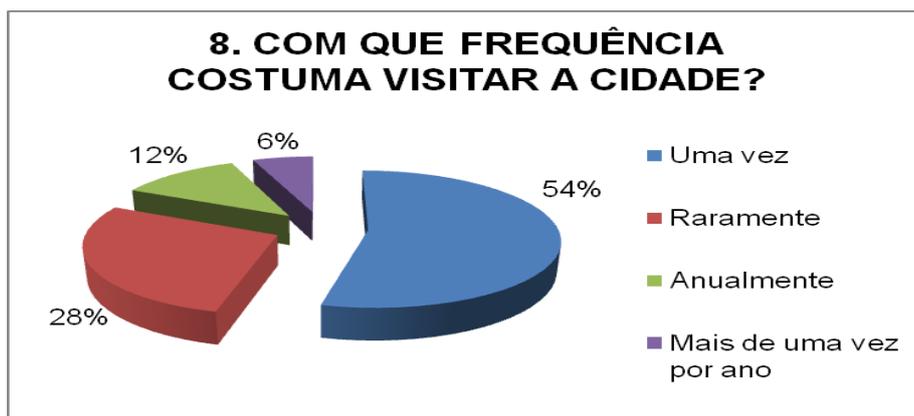
dos entrevistados. Esse resultado torna-se relevante ao se tomar como indicativo social o grau de escolaridade e a probabilidade de que pessoas com escolaridade mais elevada tendem de buscar mais informações sobre o destino no momento de decidir por determinado destino.



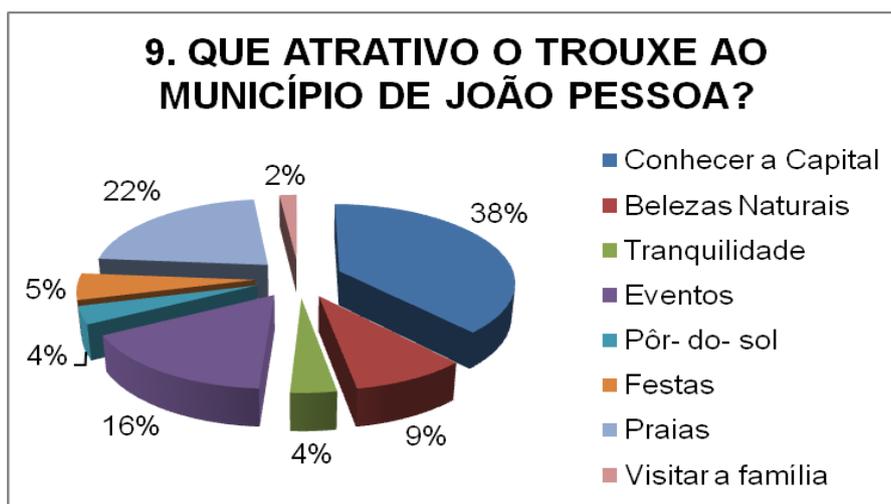
A maioria dos turistas viaja em família (54%) ou sozinho (24%), seguido por 16% que viajam com amigos. Apenas 6% utilizaram agências de viagens, deste modo, a viagem foi em sua maioria organizada pelos próprios turistas.



O período médio de permanência da maioria dos turistas é de um fim de semana com 60%, seguido de 18% que permanecem por mais de uma semana e 16% que pelo período de uma semana.



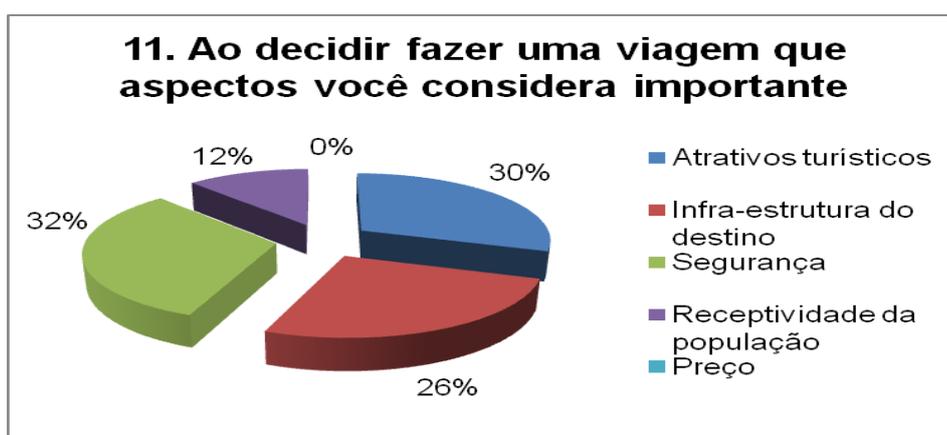
Em relação à frequência, 54% dos turistas estavam visitando o município pela primeira vez. Pode-se inferir ainda que a taxa de retorno é boa considerando que 46% retornam para visitar sugerindo desta forma que o destino João Pessoa agrada ao turista que termina retornando à cidade.



No que se refere (gráfico 9) à motivação para viagem, observou-se que 38% disseram que conhecer a capital paraibana, 16% eventos e 9% foram motivados pelas belezas naturais. Um dado, contudo deve ser registrado, 4% dos turistas apontaram a tranquilidade como a motivação principal para visitar o destino, e como foi discorrido nesse trabalho a SETUR apresenta João Pessoa como “capital da tranquilidade”.



Os lugares mais visitados foram às praias (30%), seguidos pelo Centro Histórico (23%), o mercado de artesanato (18%) e o Pôr-do-sol na praia fluvial do Jacaré no município de Cabedelo.

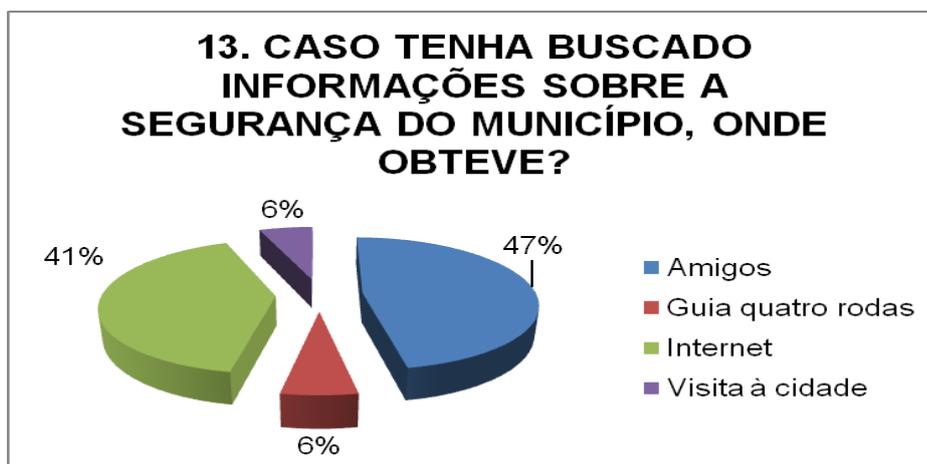


Sobre os aspectos que os turistas consideraram importante ao fazer uma viagem, 32% responderam que a violência, 30% os atrativos turísticos, 26% a infra-estrutura e 12% a

receptividade da população. Esse dado é relevante tendo em vista que a violência foi apontada na frente até mesmo dos atrativos turísticos. De acordo com Mendes (2007) a melhoria da segurança encontra-se em primeiro lugar entre as cinco prioridades para estimular o turismo no Brasil, pois é o que mais afasta 56% dos turistas estrangeiros.



Em relação à segurança no município a ser visitado 28% disseram que procuram informações sobre a segurança ao decidir por um destino.

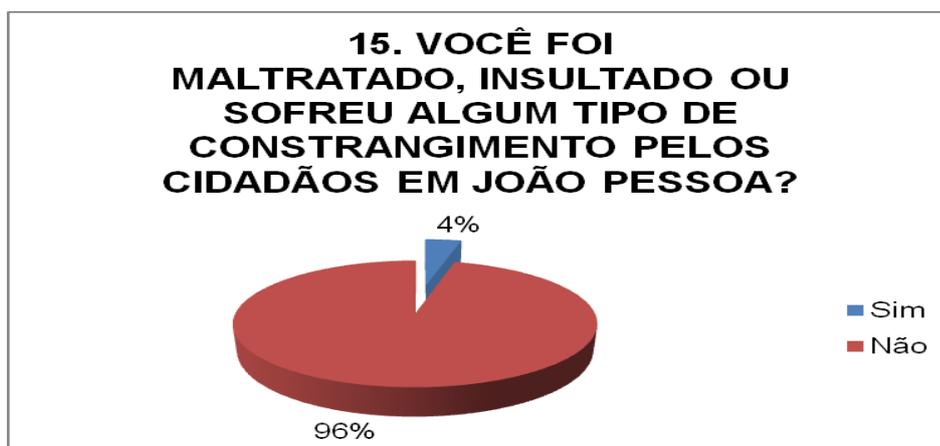


Os turistas disseram que buscam informações sobre segurança com amigos (47%) e na internet (41%). Pesquisa sobre o desempenho do turismo na região metropolitana de João Pessoa, realizada pelo Instituto Fecomércio de Pesquisas

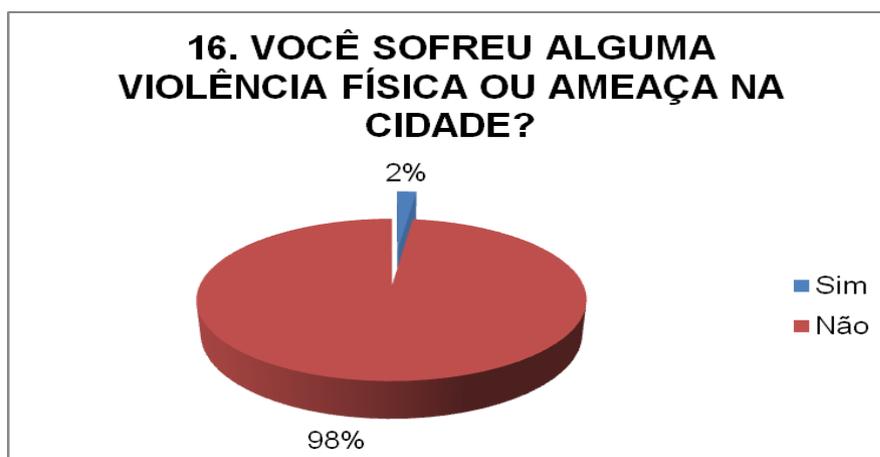
Econômicas e Sociais da Paraíba – IFEP (2008) apontou a Internet como o veículo de comunicação através do qual 20,39% dos turistas toma conhecimento sobre a cidade de João Pessoa.



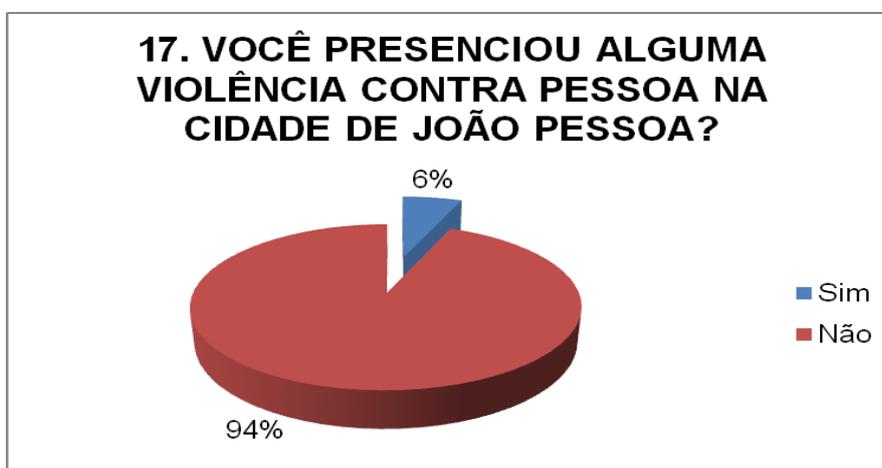
Questionados sobre se sentir seguro ao passear pela cidade, os turistas afirmaram sentir-se seguros (74%) ou muito seguros (12%). Contudo, 8% afirmaram se sentir pouco seguro e 6% não se sentiu seguro, totalizando assim (14%) e, demonstrando que a questão da segurança encontra-se presente no cotidiano das pessoas.



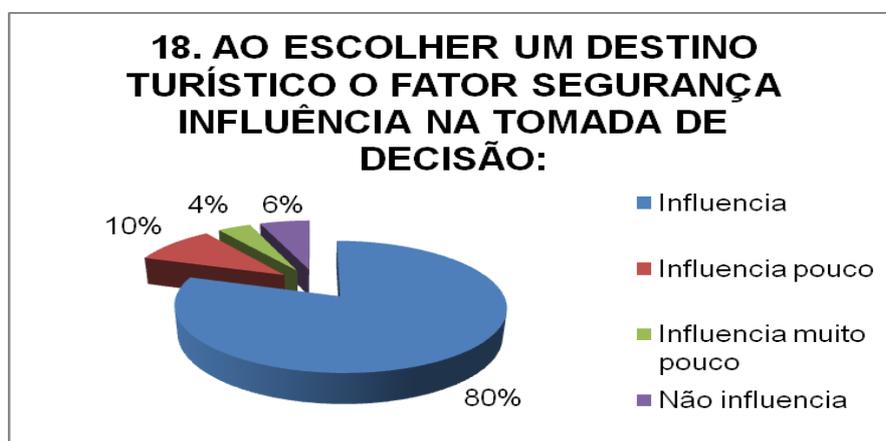
Tendo em vista que existem várias formas de violência, foi questionado aos turistas se estes sofreram alguma forma de agressão, como insulto ou constrangimento. A maioria respondeu que não (96%), entretanto 4% responderam que sim. E relataram como exemplos a falta de educação do funcionário de hotel e do taxista, e também uma música tocada em um bar que o ofendeu.



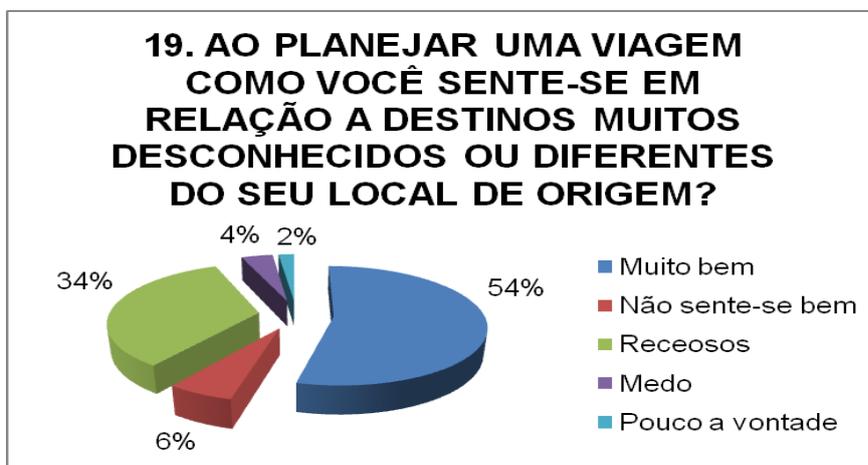
No que se refere à questão da violência, foi questionado se o turista sofreu alguma forma de violência ou ameaça na cidade, 2% afirmaram que sim, e disseram que na orla marítima sentiram-se ameaçadas com a presença de crianças pedindo na rua.



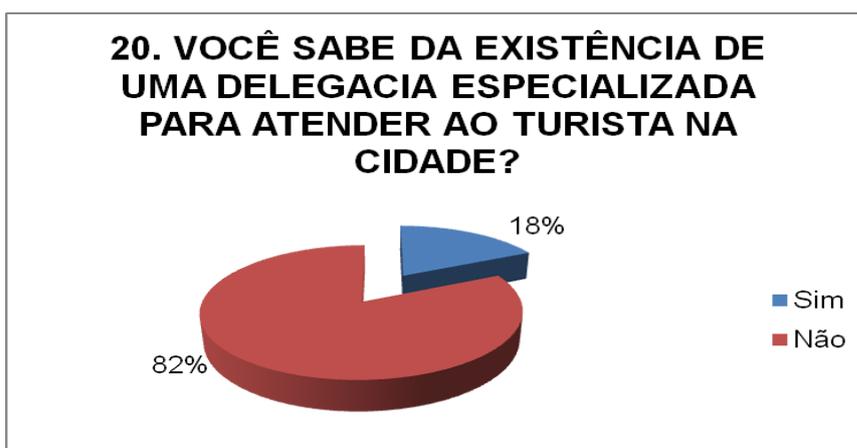
Sobre presenciar alguma violência contra pessoa na cidade, 6% afirmaram que sim e apontaram as pessoas com fome como uma violência e as brigas que presenciaram no Centro Histórico da cidade. Quando esses turistas assinalam as pessoas com fome como violência visualiza-se estes estão cada vez mais conscientes das diversas formas de violência.



Em relação ao fator segurança na tomada de decisão sobre um destino turístico, 80% dos turistas pronunciaram que este fator influencia na hora de decidir por determinado destino. Este dado vem corroborar com a preocupação de governantes, apresentada no início deste trabalho, sobre a questão da violência influenciar com o possível afastamento de turistas a um destino turístico com altos índices de violência.



Sobre o sentimento em relação a destinos desconhecidos ou diferentes do seu local de origem, 54% dos turistas disseram que se sentem bem, contudo, 34% declararam sentirem-se receosos, 4% ter medo e 2% se sentem pouco à vontade. Tal fato determina que o perfil psicográfico desses turistas seja o psicocêntrico que de acordo com Plog (apud BARRETTO, 1998) demandam por ambientes familiares, espaços relativamente próximos, correm poucos riscos, preferem retornar sempre aos mesmos locais familiares.



Por último, foi abordado se os turistas possuem conhecimento da existência de uma delegacia especializada para atendê-los e apenas 18% afirmaram ter

conhecimento. Seria, assim, interessante uma melhor divulgação da delegacia do turista.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A violência é um fenômeno que pode ter inúmeras causas e, que assume contornos e dimensões preocupantes nas sociedades pós-modernas. Sendo que, o medo gerado pela violência modifica a vida social e repercute no cotidiano das pessoas, e nesse sentido, pode-se tornar fator importante e condicionante na tomada de decisão por determinado destino turístico.

De acordo com os dados apresentados, verificou-se que existe uma relação entre turismo e violência na medida em que os turistas 80% dos turistas afirmaram que este fator influencia na hora de decidir por determinado destino e 32% consideram a violência um aspecto importante decidir ao fazer uma viagem.

Sobre especificamente à cidade de João Pessoa, a pesquisa evidenciou que 28% procuraram informações sobre a segurança ao decidir pelo destino João Pessoa e apontou que os turistas declararam sentir-se seguros (74%) ou muito seguros (12%) ao circular pela cidade.

Considerando que existem várias formas de violência e, que o trabalho não tinha como intuito abordar somente crimes contra o patrimônio ou contra a pessoa, mas também a violência simbólica foi arguido aos turistas se estes sofreram alguma forma de agressão, como insulto ou constrangimento e, 4% responderam que sim. Esse dado apesar de não ter um percentual alto demonstra que os gestores de turismo devem também se preocupar com as diversas formas de violência e os conflitos que podem surgir da interação visitante /visitado.

Questionado aos turistas se sofreram alguma forma de violência ou ameaça, 4% afirmaram que sim, e descreveram que na orla marítima sentiram-se ameaçadas com a

presença de crianças pedindo na rua. Sobre presenciar alguma violência contra pessoa, 6% informaram que sim, e apontaram as pessoas com fome como uma violência e as brigas que presenciaram num dos mais importantes pontos turísticos, o Centro Histórico da cidade.

Ao final do estudo, recomenda-se aprofundar os estudos sobre a violência e o turismo tendo em vista que esta pode influenciar na competitividade de um destino turístico.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANDUCCI Jr., A. Turismo e antropologia no Brasil: estudo preliminar. In: BANDUCCI Jr., A; BARRETTO, M. (Org.) *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papyrus, 2001.

BARRETTO, M. *O imprescindível aporte das ciências sociais para planejamento e a compreensão do turismo*. Horiz. antropol. vol.9 no.20 Porto Alegre Oct. 2003.

Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200002&lng=en&nrm=iso > Acesso em: 28 junho 2009.

_____. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 3ª ed. Campinas: Papyrus, 1998.

_____. *Planejamento e organização em turismo*. Campinas: Papyrus, 1991.

CATAI, H.; REJOWSKI, M. Criminalidade e Turismo em São Paulo, Brasil: a violência registrada junto aos turistas estrangeiros. *Turismo em Análise*. v. 16, nº 02, novembro de 2005. p. 244-256.

DELUMEAU, J. *História do medo no ocidente (1300-1800)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

FUNDAÇÃO COMISSÃO DE TURISMO INTEGRADA DO NORDESTE. *Pesquisa aponta João Pessoa como capital mais segura para o turismo*. Jul. 2006. Disponível em: <
<http://www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/?n=4002> > Acesso em: 21/04/2009.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1994.

INSTITUTO FECOMERCIO DA PARAÍBA. (2008) *Pesquisa indica que quase 100% dos turistas que visitam a Paraíba pensam em retornar*. Disponível em: <
<http://turismoemfoco.com.br/v3/?p=principal&cat=9&pag=151>> Acesso em:
20/03/2010.

JORDAN, J. W. *The Summer people and the natives, some effects of tourism in a Vermont Vacation Village*. Annals of Tourism Research, nº, V. 7, 1980, p. 34-55.

LEMOS, A. I. G. Turismo, modernidade e globalização: São Paulo, metrópole mundial.
In: *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 3ªed. São Paulo:
Hucitec, 2001. p. 238-246.

LULA: notícia de violência prejudica turismo. *G1 o Portal de Notícias da Globo*. Brasília,
13 de jun. de 2007. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MRP51818-5601,00html> > Acesso em:
21/04/2009.

MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*. São Paulo: Atlas, 1996.

MENDES, R. (2007) *A difícil escalada brasileira*. Disponível em: <
http://portalexame.abril.com.br/static/aberto/turismo/anuario_exame_turismo/m0125847.html > Acesso em: 20/03/2010

MOLINA, S. *Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina*.
Bauru: EDUSC, 2001.

SANTOS, J. V. T. *A violência como dispositivo de excesso de poder*. São

Paulo: Sociedade e Estado, 1995.

SETUR. *João Pessoa*: Modelo de qualidade de vida. Disponível em: <
<http://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretarias/setur> > Acesso em: 15/06/2009.

TRIGUEIRO, C. M. *Marketing e turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

VALLS, J. F. *Las claves Del mercado turístico: cómo competiren el nuevo entorno*. Bilbao: Ediciones Deusto S. A., 1996.

VAZ, G. N. *Marketing turístico: receptivo e emissor: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos*. São Paulo: Pioneira, 1999.

ZALUAR, A. Violência e crime. In: MICELI, S. (org.) *O que ler na ciência social brasileira*. São Paulo: Editora Sumaré: ANPOCS; Brasília: CAPES, 1999.