



**Universidade Católica do Salvador**  
**Superintendência de Pesquisa e Pós-Graduação**  
**Mestrado em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social**

**JOSEMARE PEREIRA DOS SANTOS PINHEIRO**

**A TERRITORIALIZAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO A  
PARTIR DO TURISMO:  
A EXPERIÊNCIA DE MARAGOJIPE/ BA**

**Salvador  
2009**

**A territorialização do desenvolvimento a partir do turismo:  
a experiência de Maragojipe-BA**

**Josemare Pereira dos Santos Pinheiro**

**2008**

**JOSEMARE PEREIRA DOS SANTOS PINHEIRO**

**A TERRITORIALIZAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO A  
PARTIR DO TURISMO:  
A EXPERIÊNCIA DE MARAGOJIPE-BA**

Dissertação apresentada à Universidade Católica do Salvador como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social, na Linha de Pesquisa Territorialidade e Planejamento Urbano – Regional.

Orientadora: Dra. Barbara-Christine Nentwig Silva

**Salvador  
2009**

UCSAL. Sistema de Bibliotecas

P654 Pinheiro, Josemare Pereira dos Santos

A territorialização do desenvolvimento a partir do turismo: a experiência  
de Maragogipe-Ba / Josemare Pereira dos Santos Pinheiro. – Salvador, 2008.  
219 f.

Dissertação (mestrado) - Universidade Católica do Salvador.  
Superintendência de Pesquisa e Pós-Graduação. Mestrado em Planejamento  
Territorial e Desenvolvimento Social, 2008.

Orientação: Profa. Dra. Barbara-Christine Marie Nentwig Silva

1. Territorialização turística 2. Desenvolvimento territorial 3. Turismo - Maragogipe-Bahia I.  
Universidade Católica do Salvador. Superintendência de Pesquisa e Pós-Graduação II. Silva, Barbara-  
Christine Marie Nentwig (Orient.) III. Título.

CDU 711.435(813.8)

# **TERMO DE APROVAÇÃO**

**JOSEMARE PEREIRA DOS SANTOS PINHEIRO**

## **A TERRITORIALIZAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO A PARTIR DO TURISMO: A EXPERIÊNCIA DE MARAGOJIPE-BA**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social da Universidade Católica do Salvador.

Salvador, 26 de outubro de 2009.

Banca Examinadora:

---

Carolina Andrade Spínola  
Doutora em Geografia- Universidade de Barcelona/Espanha  
Universidade Salvador-UNIFACS

---

Sylvio Carlos Bandeira de Mello e Silva  
Doutor em Geografia- Université de Toulouse/França  
Universidade Católica do Salvador- UCSAL

---

Barbara-Christine Nentwig Silva  
Doutora em Geografia- Universität Freiburg/Alemanha  
Orientadora- Universidade Católica do Salvador- UCSAL

**Salvador  
2009**

À minha mãe, pelo sopro de vida, que me permite ir cada dia mais longe.

Às minhas filhas, meu esposo e meus irmãos, pela rede de proteção e solidariedade com que me envolveram para realização deste trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos orixás, que lançaram suas luzes sobre mim, dando-me energia e vitalidade para enfrentar e superar os desafios desta conquista.

A minha família, que embarcou comigo nesta empreitada do conhecimento, completamente entregue e disponível, sem exigir certezas e garantias.

A minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Barbara-Christine Nentwig Silva, com quem vivenciei que disciplina e compromisso são constructos fundamentais do sucesso, seja na vida profissional, seja na vida pessoal. Suas orientações, para além da construção da dissertação, serviram para impulsionar-me a continuar na caminhada.

Ao Prof. Sylvio Carlos Bandeira de Mello e Silva, pelas sugestões e recomendações valiosas, lançadas principalmente quando refletia sobre o desenho da pesquisa.

A Prof<sup>a</sup> Carolina Andrade Spínola, por aceitar contribuir para qualificação do meu trabalho.

Aos amigos geógrafos Cláudio Ressurreição, André Gustavo Pinheiro e José Antônio Fonseca, pelo apoio, incentivo e admiração, que ajudaram-me a trilhar os meandros deste trabalho dissertativo.

Aos colegas da turma de mestrado, pela acolhida generosa e pelo clima fraterno constituído em nossa convivência, especialmente Cecília Dultra e Márcia Pimentel, criaturas doces e especiais.

Agradeço também àqueles que aqui não nomeei, mas que, de modo direto ou não, contribuíram para que eu pudesse viver este momento de plena realização.

A todos, muito obrigada!

## RESUMO

Esta dissertação constitui-se em uma busca de entendimento das diferentes trajetórias implementadas na relação turismo-desenvolvimento, destacadamente nos territórios de baixo dinamismo econômico. Neste contexto, propôs-se a atender ao objetivo de analisar a dinâmica territorial do desenvolvimento do município de Maragogipe a partir do turismo, no período compreendido entre 1990 e 2008. Partiu-se do pressuposto que o desenvolvimento resulta das formas de organização socioterritorial, e por esta razão centrou-se a análise na singularidade das relações instituídas e instituintes da territorialização turística local, tendo como baliza cronológica a década de noventa, quando em função do declínio da atividade fumageira, até então sustentáculo socioeconômico do município, Maragogipe passou a envidar esforços institucionais de desenvolvimento na direção da atividade turística. Para a análise, foi necessário associar os dados e informações pesquisados junto a órgãos governamentais e aos turistas, a visitas de observação, realização de entrevistas e aplicação de questionários com agentes sociais, econômicos e institucionais. A escolha desta realidade empírica sustentou-se no entendimento de que o estudo do município, além de permitir a identificação de singularidades determinantes do processo de territorialização do turismo e do desenvolvimento, quase sempre ausentes das problematizações e soluções genéricas quando do trato da questão, oportuniza a superação do enfoque tradicional centrado na análise do turismo somente enquanto situações de viagem, em que pese a desconsideração dos processos e conteúdos que constituem o turismo como fenômeno socioespacial complexo, ordenador de territórios. Desta forma, o que se tentou demonstrar nesta pesquisa, é que não há uma relação inexorável entre o turismo e desenvolvimento, e disto resulta que, embora Maragogipe disponha de efetivo e diversificado potencial turístico, a demonstrada incapacidade institucional associada a desarticulação dos agentes sociais e econômicos e a uma política estadual do turismo, cuja lógica privilegia núcleos turísticos já consolidados, têm sido impeditivos de uma plena territorialização turística fomentadora do desenvolvimento municipal.

Palavras-chave: Territorialização turística, desenvolvimento territorial, turismo, Maragogipe-BA



## ABSTRACT

This dissertation is a search for understanding the different trajectories carried out in the relation tourism-development, especially in territories with a low economical dynamism. In this context, it aimed to fulfil the goal of analysing the territorial dynamic of the development of the town of Maragojipe from the touristic aspect, in the period from 1990 to 2008. Starting from the point that the development results from the socio-territorial organization ways, and for that reason the analysis was focused in the singularity of both the instituted and instituting relations of the local touristic territorialization, considering as temporal mark the nineties decade, when due to the decrease of the tobacco industry, which was so far the socio-economic basis of the town, Maragojipe started to bid institutional development efforts towards the touristic activity. To the analysis it was necessary to associate data and information collected from governmental offices and tourists to those from observation visits, interviews performance and questionnaires applied to social, economical and agents. The choice of this empirical reality is based in the acknowledge that the study of the town, besides allowing the identification of determinant singularities to the touristic territorialization and of the development, almost always absent from the problematization and generic solutions when dealing with the issue, creates opportunity to overcome the traditional focus centered in the analysis of tourism as only traveling situations, considering the disregard of the processes and contents which constitute the tourism as a complex socio-spatial phenomenon, territories manager. Therefore, this research tries to demonstrate that there is not an inexorable relation between tourism and development, and then, although Maragojipe has an effective and diversified touristic potential, the governmental action associated to the disruption of the social and economical agents from the state tourism policy, whose logic favors the already consolidated touristic areas, have been impeditive of a full touristic territorialization, hatcher of the town development.

Key words: Touristic territorialization, territorial development, tourism, Maragojipe-BA

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01 Localização de Maragogipe-Bahia .....	19
Figura 02 Interface turismo-desenvolvimento numa perspectiva multiescalar aplicada ao objeto de estudo .....	45
Figura 03 Composição metodológica da pesquisa.....	55
Figura 04 Investimentos públicos por zona turística – Prodetur/BA, 1991-2005 (US\$ mil) .....	72
Figura 05 Investimentos públicos por setor- Prodetur/BA, 1991-2005 (US\$ mil) .....	72
Figura 06 Investimentos públicos por zona turística da Bahia (1991-2020) .....	73
Figura 07 Investimentos privados por zona turística da Bahia (1991-2020) .....	73
Figura 08 Geografia turística do Estado da Bahia.....	76
Figura 09 Localização de Maragogipe e municípios do entorno.....	90
Figura 10 Localização das Vilas dos distritos de Maragogipe-Bahia.....	91
Figura 11 Configuração territorial de Maragogipe no final do século XVIII.....	94
Figura 12 Vista aérea de Maragogipe .....	101
Figura 13 Vista aérea do centro da cidade de Maragogipe .....	102
Figura 14 Características físico-ambientais de Maragogipe.....	104
Figura 15 Patrimônio arquitetônico de Maragogipe – 2009 .....	107

Figura 16 Paisagem natural de Maragojipe- 2009.....	108
Figura 17 Manifestações culturais de Maragojipe – 2009 .....	109
Figura 18 Circuito turístico do município de Maragojipe- PDU de 2004 .....	113
Figura 19 Participação dos residentes no planejamento municipal de Maragojipe – 2008 .....	124
Figura 20 Hierarquização dos atrativos turísticos de Maragojipe por seus residentes 2008 .....	127
Figura 21 Avaliação das iniciativas governamentais para o desenvolvimento de Maragojipe pelo setor de comércio e serviços - 2008 .....	132
Figura 22 Grau de participação dos comerciantes e prestadores de serviços nas iniciativas governamentais de Maragojipe- 2008.....	133
Figura 23 Demanda de consumidores no comércio nas festas mais representativas de Maragojipe- 2008 .....	134
Figura 24 Funcionamento do comércio e dos serviços nos períodos das festas de Maragojipe- 2008 .....	135
Figura 25 Incremento no faturamento do comércio e dos serviços nos períodos das festas de Maragojipe .....	136
Figura 26 Modificações necessárias nas festas de Maragojipe para atrair visitantes, segundo os comerciantes e prestadores de serviços- 2008 .....	136
Figura 27 Atrativos turísticos de Maragojipe por ordem de representatividade para os comerciantes e prestadores de serviços – 2008 .....	139
Figura 28 Ocupações dos visitantes do carnaval de Maragojipe-2009 .....	141
Figura 29 Motivações dos visitantes para participar do carnaval de Maragojipe - 2009 .....	143

Figura 30 Peça de divulgação do carnaval de Maragojipe – 2009.....	143
Figura 31 Ocupações dos visitantes da festa de São João de Maragojipe- 2008...	145
Figura 32 Motivações dos visitantes para participar da festa junina de Maragojipe – 2008 .....	147
Figura 33 Ocupações dos visitantes da Festa de São Bartolomeu- 2008.....	149
Figura 34 Motivações dos visitantes para participar da Festa de São Bartolomeu- 2008 .....	150
Figura 35 Possibilidade de retorno dos visitantes do carnaval à Maragojipe .....	154
Figura 36 Possibilidade de retorno dos visitantes da festa junina à Maragojipe....	156
Figura 37 Possibilidade de retorno dos visitantes da festa de São Bartolomeu à Maragojipe.....	159

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01 Metodologia de hierarquização dos atrativos turísticos do Ministério do Turismo do Brasil, 2003 .....	53
Quadro 02 Programas do Plano Nacional de Turismo-2007/2010.....	66
Quadro 03 Marcos da atuação governamental estadual no turismo da Bahia- 1953 a 2008 .....	70
Quadro 04 Condições socioeconômica-ambientais do Pólo Salvador e Entorno.....	80
Quadro 05 Ranking dos municípios do Pólo Salvador e Entorno por segmento turístico.....	81
Quadro 06 Principais características físicas de Maragogipe-BA .....	103
Quadro 07 Perfil socioeconômico do grupo de residentes pesquisados em Maragogipe- 2008 e 2009 .....	123

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 Circulação de turistas por regiões do mundo- 1990/2008 .....	57
Tabela 02 Metas do Plano Nacional de Turismo 2007/2010 .....	67
Tabela 03 Investimentos privados em meios de hospedagem nos pólos turísticos da Bahia- 2005 a 2008 .....	78
Tabela 04 Investimentos do setor privado nos pólos turísticos da Bahia definidos a partir de janeiro de 2007 .....	78
Tabela 05 Renda por faixa para chefes de família de Maragogipe- 2007 .....	96
Tabela 06 Recursos Estaduais e Federais repassados à Maragogipe em 2008.....	101
Tabela 07 Avaliação dos visitantes do carnaval sobre o carnaval de Maragogipe – 2009 .....	144
Tabela 08 Conhecimento dos visitantes do carnaval quanto aos atrativos turísticos de Maragogipe- 2009 .....	181
Tabela 09 Índice de cobertura dos serviços básicos- Maragogipe, Cachoeira e São Félix, 2000.....	163
Tabela 10 Fluxo de visitantes do Centro Cultural Dannemann - 2002 a junho de 2009 .....	176

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	17
<b>1. FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS: O PROCESSO DE PESQUISA</b>	
1.1 A propósito do turismo: dimensões conceituais .....	24
1.2 A propósito do desenvolvimento: abordagens teóricas e derivações práticas ....	34
1.3 A interface turismo-desenvolvimento .....	41
1.4 Os caminhos metodológicos .....	46
<b>2. POLÍTICAS, PRÁTICAS E PLANEJAMENTO DO TURISMO</b>	
2.1 Panorama turístico mundial.....	56
2.2 A atividade turística no Brasil e as políticas públicas para o setor .....	59
2.3 Planejamento e territorialização turística da Bahia.....	69
2.4 A zona turística Baía de Todos os Santos no Pólo Salvador e Entorno: entre o projeto e o concreto.....	79
<b>3. CONTEXTO SOCIOTERRITORIAL DE MARAGOJIPE</b>	
3.1 Antecedentes regionais.....	84
3.2 Aspectos históricos da formação sociocultural.....	93
3.3 Indicadores socioeconômicos .....	96
3.4 O meio físico biótico .....	101
3.5 Infra-estrutura de acesso e transportes.....	105
3.6 Patrimônios imaterial e edificado.....	106
<b>4. O TURISMO E A DINÂMICA TERRITORIAL DO DESENVOLVIMENTO DE MARAGOJIPE</b>	
4.1 Perspectivas e ações do governo local .....	110
4.2 Atuação da comunidade.....	122
4.3 Papel do setor de comércio e serviços.....	130
4.4 Os turistas: olhares, impressões e representações.....	140
4.4.1 Os turistas do carnaval.....	141
4.4.2 Os turistas da festa de São João .....	145
4.4.3 Os turistas da festa de São Bartolomeu .....	148
4.4.4 Maragojipe como lugar turístico .....	152

**5. EXPERIÊNCIAS E POSSIBILIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO DE MARAGOJIPE A PARTIR DO TURISMO**

5.1 Ordenamento turístico: dos referenciais locais ao funcionamento em rede ..... 161

5.2 Maragojipe, Cachoeira e São Félix: condições para territorialização turística regional ..... 168

5.3 Roteiros turísticos..... 183

**6. CONCLUSÃO ..... 193**

**REFERÊNCIAS.....200**

**APÊNDICE.....206**



## INTRODUÇÃO

A importância crescente adquirida nos nossos dias pelo turismo como prática social e, principalmente, como atividade econômica, tem contribuído para o surgimento de diversas iniciativas direcionadas para o seu desenvolvimento. Boa parte das ações está dirigida para a promoção do turismo pelos benefícios econômicos que ele pode gerar, como divisa para os governos, novos investimentos privados e emprego e renda para a população em geral. Em outras palavras, o turismo é visto hoje, fundamentalmente, como ferramenta para alavancar economias em diferentes escalas, daí porque tem sido largamente propagada a relação entre turismo e desenvolvimento.

O turismo, considerada a atividade econômica que mais cresce no mundo, alcançou números espetaculares em 2008. Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) (2009), foram 924 milhões de chegadas somente no ano passado, representando um crescimento da ordem de 2,0% em relação a 2007. E a expectativa da OMT é alcançar a expressiva marca de 1,6 bilhão de turistas em todo o mundo, até o ano de 2020.

O Brasil, apesar de todo o esforço de divulgação, principalmente com intensa exposição nas mídias, realizado na última década, ainda não ocupa um lugar de destaque no mercado internacional de destinos. Cerca de 6,4 milhões de turistas estrangeiros visitaram o país em 2008, contra 153 milhões de turistas em todo o continente americano (OMT, 2009). Isto significa que o destino Brasil é responsável por 4,21% do total de deslocamentos internacionais nas Américas e apenas 0,62% do fluxo global.

No âmbito interno, o turismo doméstico também enfrenta gargalos ao seu crescimento, seja por problemas de infra-estrutura, seja por questões de crédito, financiamento e até legislação. Some-se a isso questões de fundo, como a política cambial, a desigualdade social, a baixa qualificação de gestores e trabalhadores.

A Bahia, estado brasileiro com vocação natural para o turismo, comprovada por sua oferta rica e diversificada, em que se destacam densidade histórica e expressiva singularidade cultural, vem desenvolvendo, acentuadamente a partir dos anos 1990, um programa de desenvolvimento turístico com uma política de investimentos em infra-estrutura de suporte às atividades do turismo e de promoção do destino Bahia no Brasil e no exterior, o que possibilitou ao Estado alcançar a

segunda posição do turismo de lazer no país, e a terceira quando considerado o resultado global do turismo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Nesse contexto, diferentes municípios baianos têm implementado a atividade turística, de modo planejado ou não, como elemento básico de sua reativação econômica. Contudo, estas diversas experiências têm mostrado, de modo empírico, que a idéia de que o turismo é uma rota de desenvolvimento natural e fácil é completamente equivocada, isto porque as ações empreendidas parecem basear-se apenas no inventário de atrativos turísticos local, desconsiderando ou colocando em segundo plano outros indicadores fundamentais – planejamento, gestão, segmentação do mercado, participação popular, dentre outros. Assim, parece ficar claro que a utilização do turismo como um dos vetores de desenvolvimento dos municípios, para além de belezas naturais, patrimônio edificado e importância histórica, exige articulação e integração de diversas naturezas e instâncias. Isso faz da atividade turística uma atividade complexa, cujo alinhamento com a busca pelo desenvolvimento deve levar em conta as diferentes conformações territoriais que produz e/ou nas quais é produzido.

A partir destes múltiplos cenários que compõem a atividade turística no Brasil, é que esta dissertação intitulada “A territorialização do desenvolvimento a partir do turismo: a experiência de Maragogipe/BA”, pretendeu estudar uma possibilidade de reatamento territorial da relação turismo – desenvolvimento.

O município de Maragogipe (figura 01), no período colonial da história do Brasil, fora um importante centro regional, marcadamente em razão de movimentar o comércio do Recôncavo Baiano através de seu porto. Com o desenvolvimento dos ramais de estrada de ferro, foram traçadas novas rotas de transporte, das quais o município foi progressivamente afastado. Isto gerou uma inflexão definitiva da posição de Maragogipe na hierarquia regional, que foi superada na virada do século XX, pela instalação de filiais das fábricas de Charutos Dannemann e Suerdieck, dando novo impulso a economia local e gerando um novo ciclo de desenvolvimento para o município. A indústria fumageira se transformou no alicerce da economia de Maragogipe, mas com o fechamento das fábricas no início da década de 1990, grande parte da população que lhes servia como mão-de-obra ficou desempregada, dando início a um novo período de decadência econômica. Neste início do século XXI, tem-se um município que abriga importantes ambivalências e contradições.

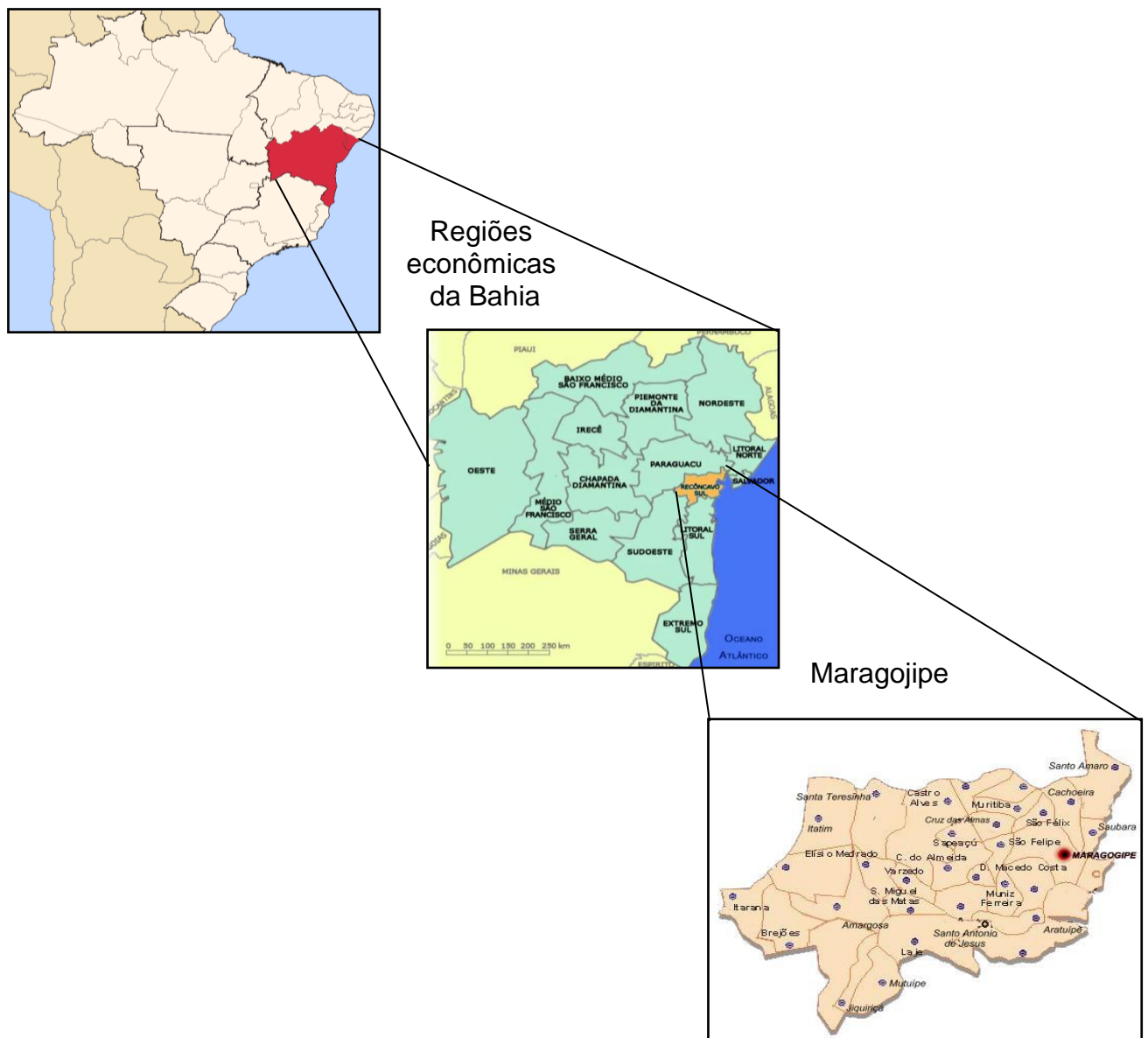


Figura 01- Localização de Maragogipe-BA

Fonte: IBGE 2000, adaptado por Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Se, por um lado, aflora a decadência econômica que vive o município, outra parte aponta para a forte presença de tradições culturais e paisagens de extrema beleza cênica. Às precárias condições de seu patrimônio edificado, marcado em seus tempos áureos por uma imponência arquitetônica, opõem-se à vivacidade e dinamicidade de suas festas e atividades religiosas.

Em meio a estas contradições é que acentuadamente na última década, a atividade turística tem constado na agenda institucional de desenvolvimento do município, como forma de alavancar a economia e gerar emprego e renda. Apesar

das inúmeras tentativas, ainda não foi possível perceber a concretização destas aspirações no território local.

Tendo em conta esta realidade e vislumbrando que o turismo poderá contribuir com o desenvolvimento local, quer seja dinamizando a economia, quer seja elevando a qualidade de vida da população, é que se propôs estudar a dinâmica territorial do desenvolvimento e do turismo de Maragogipe. Assim sendo, o problema dessa pesquisa centrou-se na resposta à seguinte questão: De que modo o turismo tem sido utilizado como indutor do desenvolvimento de Maragogipe e que dinâmica territorial resulta deste processo indutivo?

Esta questão geral desdobrou-se em outras de carácter mais específico: a) como caracterizar o nível de desenvolvimento de Maragogipe? b) quais as potencialidades turísticas do município? c) que vantagens comparativas e competitivas possui o território maragogipano em relação às possibilidades de desenvolvimento do turismo no Estado da Bahia? d) que avanços e que deficiências podem se identificar referentes às políticas governamentais regionais e municipais de turismo? e) de que modo os serviços turísticos já implantados implicam na dinâmica econômica do município? f) é possível ordenar e explorar o espaço turístico maragogipano com a participação efetiva da comunidade? g) existe no município uma cadeia produtiva do turismo? h) como caracterizar o fluxo turístico local?

Com base neste conjunto de questões, o objetivo fundamental desta investigação foi analisar o processo de territorialização do desenvolvimento do município de Maragogipe a partir do turismo, no período compreendido entre 1990 – 2008.

Este contexto torna relevante investigar aspectos que envolvem a articulação do turismo aos processos de desenvolvimento territorial, considerando as relações singularizadas no âmbito de cada local que se pretende turístico e que resulta em diferentes dinâmicas territoriais. Por isso, buscou-se conhecer, de modo relacional, os processos de desenvolvimento socioeconômico e desenvolvimento turístico de Maragogipe, verificando quais trajetórias percorre, quais os interesses dos diferentes agentes envolvidos no processo e a correlação de forças daí decorrente, como se articulam e produzem a territorialidade turística maragogipana.

Há um número considerável de estudos e pesquisas publicadas no contexto regional que contemplam o desenvolvimento a partir do turismo, no âmbito

municipal. Entretanto, são estudos que abrangem a região do Recôncavo como um todo ou destacam o município de Cachoeira, notadamente o de maior visibilidade no âmbito da região, como é o caso da dissertação defendida no início deste ano de 2009 no Programa de Mestrado em Análise Regional da Universidade Salvador, de autoria de Jaci Lara Silveira de Oliveira, intitulada *A formação de cluster econômico como estratégia para o desenvolvimento local / regional do município de Cachoeira e subespaço Subaé /Baixo Paraguaçu*, cujo objetivo foi apresentar estratégias de desenvolvimento do turismo na Bahia no subespaço Subaé / Baixo Paraguaçu, envolvendo os municípios de Cachoeira, Maragogipe, São Félix, Santo Amaro e Saubara, e o *Projeto Caminhos do Recôncavo: uma proposição para novos roteiros histórico-culturais do recôncavo baiano*, desenvolvido em parceria entre a Universidade Salvador, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e Ministério do Turismo, sob coordenação das professoras Regina Celeste Souza e Lúcia Aquino, que objetivou elaborar um grande inventário da oferta turística e um diagnóstico dos municípios de Cachoeira, Santo Amaro e Maragogipe, com propostas para incrementar o turismo cultural na região.

Há também trabalhos significativos<sup>1</sup> produzidos em nível de pós-graduação nas universidades baianas que têm o turismo em suas linhas de pesquisa, todavia, ou enfocam questões gerais ou são estudos que exploram realidades espacialmente localizadas, em que não se verificou abordagens sobre Maragogipe. Nestas perspectivas, foram encontrados 31 (trinta e um) estudos.

Assim, este estudo, na tentativa de oferecer as condições de compreensão do contexto anteriormente citado, e agregar maior conhecimento, aprofundando a linha de discussão presente nos estudos mencionados, parece apresentar relevância em vários sentidos. Em primeiro lugar, permitirá reconhecer que não há receitas pré-estabelecidas para a maximização da relação turismo-desenvolvimento. Possibilitará desconstruir a idéia de que basta apresentar potencial para o turismo para que o desenvolvimento ocorra, sem que haja planejamento e gestão que abarque as diferentes dimensões do fenômeno turístico. Favorecerá inferências sobre os diferentes agentes envolvidos na produção e cotidianidade do lugar turístico, contribuindo para desvelar a complexa rede que envolve a dinâmica turística e sua relação com o desenvolvimento, e poderá, ainda, ser utilizado para gerar uma

---

<sup>1</sup> Trabalhos depositados nos Bancos de teses e dissertações da Universidade Federal da Bahia, da Universidade do Estado da Bahia e da Universidade Salvador.

mobilização da comunidade local quanto à importância do patrimônio, principalmente o edificado, que tem atingido elevados níveis de degradação, necessitando com urgência de iniciativas de recuperação e conservação, para que seja valorizado e incorporado como atrativo turístico.

Especificamente em relação a região na qual se encontra o município do estudo, o Recôncavo Baiano, a pesquisa possibilitará compreender que, mesmo que os seus municípios componentes guardem similaridades, as suas especificidades cotidianas é que são determinantes do enredamento entre turismo e desenvolvimento, e dessa forma, pouco adianta propor ações globalizantes a partir do que se assemelha, se não é considerado o que os diferencia, como vem ocorrendo.

Destaca-se aqui que a opção pelo estudo do turismo como vetor de desenvolvimento não se deu em função simplesmente de acompanhar uma tendência mundial de supervalorizar a atividade turística, mas de atentar para um fenômeno contemporâneo que, efetivamente, tem alterado o *modus operandi* de muitas municipalidades na busca pelo desenvolvimento, o que justifica uma análise acadêmica da questão.

Merece destaque também o fato de que este estudo alinha-se à perspectiva que vem se delineando, acentuadamente nas duas últimas décadas, de um esforço nos âmbitos acadêmico e governamental de reafirmar a importância da escala local, realçando a singularidade do lugar, em contraponto a suposta homogeneização gerada pelo processo de globalização. Deste modo, o estudo do lugar, não com uma perspectiva isolacionista, mas como forma de entender a conjectura espacial global a partir das suas instâncias componentes - os lugares - possibilita reforçar a diversidade como característica fundante do espaço global.

Referenciada neste conjunto de premissas, a apresentação da dissertação está estruturada em dois eixos de análise. O primeiro, resultante de pesquisa bibliográfica, documental e iconográfica, contém três capítulos: o capítulo 1, traz um delineamento do processo de pesquisa, com uma breve contextualização teórica do tema e a indicação do percurso metodológico empreendido; o capítulo 2, analisa tanto os movimentos e tendências da atividade turística nas escalas global, nacional e regional, com ênfase para as políticas públicas para o setor, quanto a expressão espacial do zoneamento turístico da Bahia, e seus desdobramentos em termos de práticas e planejamento nos diferentes municípios baianos, com destaque para a

área de estudo, Maragogipe; e o capítulo 3, no qual se caracteriza o território de Maragogipe, a partir do entrelaçamento dos seus aspectos físicos, históricos, econômicos, sociais e políticos.

O segundo eixo, já resultante da pesquisa de campo, é composto de dois capítulos: o capítulo 4 analisa, articuladamente, a dinâmica territorial do turismo e do desenvolvimento de Maragogipe, a partir de um conjunto de discursos dos sujeitos que usam e dão vida ao território investigado, entre os quais destaca a comunidade, os comerciantes e prestadores de serviços, os turistas e os gestores governamentais local; e o capítulo 5, que estabelece possibilidades de desenvolvimento para Maragogipe a partir da atividade turística, tendo por base uma abordagem territorial que buscou superar a visão setorial, segmentada, unidimensional, para ver o território maragogipano com um olhar sistêmico. Este eixo traz ainda as considerações finais da pesquisadora sobre o objeto pesquisado.

## **1 FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS: O PROCESSO DE PESQUISA**

O capítulo mostra a estrutura fundante da pesquisa, iniciado pela apresentação do contexto teórico do tema, com uma introdução a duas questões: a do turismo, em que se destacam diferentes perspectivas de entendimento sobre a atividade turística e seus rebatimentos territoriais, com ênfase no seu sentido de fenômeno multidimensional e multiescalar, e a do desenvolvimento, que é tratada na polissemia incrustada pelo termo e destacada a perspectiva socioespacial, a adotada neste estudo. É destas perspectivas que se aborda a interconexão turismo-desenvolvimento, na busca de estabelecer um ponto de convergência que possibilitasse situar o problema da pesquisa - contextualizado numa escala local - na dinâmica socioespacial global, sem o que poderia-se incorrer no equívoco de realizar um estudo isolacionista, sem as devidas interações sociopolíticas e escalares. Explicita, ainda, o percurso metodológico, com destaque para os procedimentos adotados para investigação do objeto de estudo.

### **1.1 A PROPÓSITO DO TURISMO: DIMENSÕES CONCEITUAIS**

Apresentar uma definição única que contemple todas as dimensões do turismo é tarefa complexa, visto que múltiplos são os entendimentos de pesquisadores e estudiosos em relação a sua natureza conceitual. Uma das razões para que isto ocorra é o fato de o turismo não ser uma ciência entendida como corpo de doutrina metodicamente ordenado, e por isso mesmo empregar métodos e conceitos da maioria das ciências sociais já consolidadas, como: Economia, Geografia, Antropologia, Direito, Ecologia, Psicologia, Sociologia. Para Sancho (1998, p. 41) isto “se explica também por ser o turismo uma atividade recente, de caráter multidisciplinar, que envolve uma grande variedade de setores econômicos.” Deste modo, verificam-se conceitos e tipologias de turismo, que contemplam diferentes perspectivas e graus de complexidade, e que foram aqui abordados num esforço de compreensão teórica do fenômeno turístico, que possibilitasse entender suas implicações e desdobramentos no movimento da realidade, no caso deste estudo, o município de Maragogipe.



Assim, não se pretende aqui apresentar um tratado sobre a evolução histórica do turismo mas, tão somente, entrelaçar diferentes abordagens, em observância aos contextos temporais e espaciais nos quais se originaram.

Andrade (1995, p. 75) descreve o turismo como “o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais”.

Com perspectiva semelhante, a Organização Mundial do Turismo (OMT) (1995, p. 9) apresenta a seguinte definição: “O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros”.

Nesta linha conceitual, o enfoque principal do turismo é dado ao deslocamento dos indivíduos, sem menção expressiva as relações de diferentes naturezas - sociais, políticas, culturais, ambientais - que são produzidas no e pelo turismo. Para Glucksman (apud DIAS, 2005, p. 14), definir o turismo com base no tráfego de turistas é um equívoco, posto que “o turismo começa ali onde o tráfego termina, no porto do turismo, no lugar da hospedagem. O tráfego de visitantes conduz ao turismo. No entanto, não é o turismo propriamente dito, nem sequer em parte”.

De outro modo, no discurso oficial brasileiro veiculado pela Embratur (2005), o turismo é definido como atividade econômica representada pelo conjunto de transações turísticas, entendendo-se estas como compra e venda de bens e serviços e, em conformidade com esta perspectiva, o turista é visto como o indivíduo que viaja e realiza gastos de diferentes naturezas no centro visitado. A Embratur, assim, já evidencia o caráter econômico do turismo, posto que ao tomar como base a oferta e a demanda (compra e venda), configura o que se chama de mercado turístico.

Perspectiva semelhante já se verificava com o economista Von Schullern no início do século XX (1911), quando definiu o turismo no seu livro Turismo e economia nacional, como “o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na afluência, permanência e regresso do turista, dentro e fora de um determinado município, país ou Estado” (apud DIAS, 2005, p. 13).

Observa-se neste conjunto de conceitos até aqui apresentados, posicionamentos sobre o turismo que consideram, prioritariamente, um dos seus elementos instituintes: ou o deslocamento dos indivíduos ou a sua capacidade econômica.

Em 1942, Hunziker e Krapf (apud MOLINA; RODRIGUES, 2001, p. 11) professores suíços, demonstraram uma compreensão do turismo como um fenômeno, traduzida na definição considerada clássica de que,

turismo é o conjunto de relações e dos fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora de seu lugar de domicílio, desde que tais deslocamentos e permanências não sejam motivados por uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária.

De lá para cá, com a intensificação das descobertas tecnológicas, um novo suporte é dado aos deslocamentos humanos, provocando a sensação de encurtamento de distâncias e tempos, o que permitiu o estabelecimento de novos tipos de turismo e de relações de diferentes naturezas entre o visitante e o nativo. Este contexto reforçou também a perspectiva de que o turismo não é apenas um gerador de dividendos econômicos mas, principalmente, um fator de movimentação social e condicionante de transformações e ordenamento de territórios com vistas à sua realização.

Assim, na contemporaneidade, o turismo assumiu múltiplos contornos, de modo que, passa de simples atividade setorial a fenômeno, o que torna necessário nesta pesquisa ensaiar uma definição introdutória ancorada numa concepção ampla, que possibilite entender essa atividade no seu verdadeiro valor transdisciplinar, considerando a sua abrangência como fenômeno humano e multifacetado. É conforme esta perspectiva, que Rodrigues assevera:

O turismo é incontestavelmente, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais. Movimenta, em nível mundial, um enorme volume de pessoas e de capitais, inserindo-se materialmente de forma cada vez mais significativa ao criar e recriar espaços diversificados. (1997, p.17)

Beni compartilha desta visão multidimensional do turismo quando afirma que o turismo é

um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Neste processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social de natureza emocional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si

para a fruição tanto material como subjetiva de sonhos, desejos, imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, de expansão de negócios. Este consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. (1998, p. 36)

Contudo, Beni (1998) faz uma diferenciação quanto às tendências para definição do turismo nos campos acadêmico, governamental e das empresas, em que reconhece três perspectivas: a econômica, a holística e a técnica. As definições no âmbito econômico reconhecem apenas as implicações econômicas ou empresariais do turismo, pondo em relevo “a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região” (VON SCHULLERN, 1998, p. 34).

As definições técnicas, surgidas com intensidade na década de 30, quando governos e empresas de turismo empreenderam esforços no sentido de controlar o tamanho e as características dos mercados turísticos, transformaram os elementos do turismo em variáveis estatísticas para mensuração dos mercados turísticos. Já as definições holísticas procuram captar a essência total do assunto, em que o turismo é visto como “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não-residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória” (HUNZIKER; KRAPP, apud BENI, 1998, p. 36).

Na concepção de Cruz (2001, p. 5) o turismo é como uma “[...] prática social que envolve deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo”.

Diante da inter-relação das idéias até aqui apresentadas, pode-se considerar o turismo como uma atividade socioeconômica que envolve deslocamentos oriundos de diferentes motivações, cuja importância resulta de seu caráter multifacetado, tão importante para a economia, quanto para a sociedade, a política, a cultura, a vida em si. Nesta perspectiva é que foi desenvolvida a compreensão de turismo que embasa esta análise.

Embora com a clareza desta perspectiva supramencionada sobre o que pode ser o turismo, sentiu-se a necessidade de estabelecer um fio condutor para a análise, que possibilitasse para além do entendimento do turismo como um

fenômeno indutor de profundas alterações dos lugares e sociedades, ter um ponto de ancoragem que desse as bases para compreensão da configuração deste processo indutivo, das categorias de suporte à realização do fenômeno turístico - espaço, território, região, lugar, paisagem.

Neste sentido, a Geografia, com seu corpus teórico – metodológico, pareceu apresentar as condições ideais para um enfoque pluralista – sem ser compartimentado – do fenômeno turístico, em razão de que, na sua essência esse fenômeno produz e consome espaços (RODRIGUES,1997; LUCHIARI, 1998) e por consequência, territórios. Espaço e território são conceitos caros à Geografia, haja vista que o primeiro se constitui em seu objeto de estudo e este último em uma das suas categorias centrais de análise das diferentes formas de produção e apropriação dos espaços.

Ressalte-se que, a pretensão de analisar o fenômeno turístico a partir de uma base geográfica não se dá por entender que a Geografia tem exclusividade na condução de propósitos relativos ao turismo, já que reconhecemos o caráter complexo e multifacetado do turismo, mas por entender que, dos diferentes campos percorridos – econômico, sociológico, antropológico, psicológico, cultural, político, jurídico e outros – o geográfico pareceu ser o que melhor oferece aportes analíticos da complexidade das questões referentes ao turismo. Desta perspectiva, foi estabelecido o diálogo entre espaço - território – turismo, evidenciado pela geograficidade desta relação, como destacada por Milton Santos:

A geografia alcança neste fim de século [XX] a sua era do ouro, porque a geografia se impõe como condição histórica, na medida em que nada considerado essencial hoje se faz no mundo que não seja a partir do conhecimento do que é território. O território é lugar em que desembocam todas as ações, todas as paixões, todos os poderes, todas as forças, todas as fraquezas, isto é, onde a história do homem plenamente se realiza a partir das manifestações da sua existência. A geografia passa a ser aquela disciplina mais capaz de mostrar os dramas do mundo, da nação, do lugar. (2002, p. 9)

Para Rodrigues (1997), uma abordagem do turismo com enfoque geográfico é justificada pela intensa criação e recriação de espaços para atender a diferentes demandas turísticas, o que, sob o prisma da geografia, se dá engendrada pelas relações sociais. Assim, o espaço turístico é, antes de tudo, um espaço social, cujo conteúdo é resultado das práticas espaciais. São as práticas espaciais que constroem a sociedade geograficamente e criam a dialética de recíproca

determinação em que a sociedade faz o espaço ao tempo em que o espaço faz a sociedade (SANTOS, 1978).

Estudar estas práticas sociais realizadas pelos homens no processo de (re) organização do espaço é de competência da geografia. Conforme Corrêa,

[...] as práticas espaciais resultam, de um lado, da consciência que o Homem tem da diferença espacial. Consciência que está ancorada em que padrões culturais próprios a cada tipo de sociedade e nas possibilidades técnicas disponíveis em cada momento, que forneceram significados distintos à natureza e à organização espacial previamente diferenciadas. Resultam, de outro, dos diversos projetos, também derivados de cada tipo de sociedade, que são engendrados para viabilizar a existência e a reprodução de uma atividade ou de uma empresa, de uma cultura específica, étnica ou religiosa, por exemplo, ou a própria sociedade como um todo. (2000, p. 35)

No entender de Coriolano e Silva, o estudo da Geografia possibilita a compreensão do turismo porque,

A geografia é a ciência do espaço e o turismo concretiza-se nos espaços geográficos. Por meio dela, pode-se entender melhor as singularidades dos lugares em que se vive e onde se faz o turismo, saber o que se diferencia ou aproxima dos demais, entender as variadas formas de relações socioespaciais ou como diferentes sociedades interagem com a natureza nessa construção. (2005, p.21)

É na obra do geógrafo alemão Walter Christaller, que pode-se considerar a ocorrência dos primeiros delineamentos da temática do turismo na Ciência Geográfica, embora, segundo Rodrigues (1997), registros sobre o tema tenham sido encontrados anteriormente.

Segundo Silva (1996, p. 123), Christaller prioriza a “análise do lugar ocupado por qualquer tipo de atividade econômica na estrutura das relações funcionais, o que destacaria sua geograficidade, e não a análise isolada de uma determinada atividade econômica”. Na análise do lugar, continua Silva, são fatores locais importantes apontados por Christaller “atrações do clima e paisagem, possibilidade para a prática de esportes, fontes com qualidades terapêuticas, tesouros artísticos e antiguidades, perspectivas históricas e culturais, especialidades econômicas e peculiaridades” (p. 124).

Conforme Eufrásio, Christaller periodizou historicamente o desenvolvimento da atividade turística num artigo publicado em 1955, no seguinte esquema:

O primeiro período começou em torno de 1790 com a prosperidade da burguesia depois da Revolução Francesa, foi até 1840, com o início dos meios de transporte de massa representados pelo navio a vapor e as ferrovias (...). O segundo período, de 1840 a 1870, foi marcado pelo surgimento do moderno comércio de viagens de férias e os primeiros hotéis e hospedarias para turistas (...). O terceiro período, de 1870 até 1900, foi aquele em que se desenvolveu a infra-estrutura de atendimento aos turistas, com os primeiros grandes hotéis e centros turísticos organizados. Depois de 1900 até 1930, no quarto período, desenvolveram-se as viagens como fenômeno de massa, esportes de inverno e outros. No quinto período, a partir de 1930, a busca da periferia e as excursões organizadas são as realidades predominantes. (1996, p. 291-292)

Em 1963, o autor alemão publicou um artigo com a discussão central sobre as metrópoles, destacando o turismo como alternativa ao modo de vida urbano, afirmando que a metrópole é um: “monstro causador de estresse. Assim, surge a indústria do lazer e do turismo, que erige a vida como a única forma de livrar-se das neuroses urbanas, do cotidiano constrangedor das cidades” (RODRIGUES, 1996, p. 22).

Deste modo, ao estudar o lugar<sup>2</sup>, Christaller deu as bases para um quadro metodológico para os primeiros estudos de Geografia do turismo, posto que tratava de identificar o potencial turístico dos lugares conforme as características já relacionadas. A partir da Teoria dos Lugares Centrais, sua principal contribuição, definiu áreas de dispersão, fluxos e áreas de atração turística.

A partir destas considerações geográficas tecidas, é possível verificar que o ponto de interseção entre a geografia e o turismo se dá na apropriação do espaço, criado e recriado para atender as demandas turísticas. Para a geografia, o espaço é o seu objeto de estudo, e o turismo se realiza neste espaço, significado e ressignificado para atender as necessidades turísticas. Por esta razão, da compreensão da constituição e dinâmica do espaço pode derivar a compreensão da constituição e dinâmica do espaço turístico. Neste sentido, o entendimento de Milton Santos de que “o espaço é um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ações” (1994, p.90) (..) “também e sempre formado por fixos e fluxos” (1988, p.77), pode ser tomado como explicativo do espaço turístico, conforme expresso por Rodrigues (1997), que classifica as áreas emissoras, receptoras e de deslocamento de turistas como os fixos não estáticos, instituintes do sistema de

---

<sup>2</sup>Silva (1996), Rodrigues (1996) e Eufrásio (1996), fazem uma análise mais aprofundada da Teoria de Christaller aplicada ao turismo.

objetos do turismo, e a informação, a demanda e a comercialização como os fluxos, componentes do sistema de ações do turismo.

Essa forma de apreender a natureza do espaço / espaço turístico, requer a inter-relação dos sistemas de ações e sistemas de objetos. Dito de outro modo, é preciso vincular a organização dos objetos que compõem o espaço às ações humanas sobre esse espaço. Desta prática espacial, resulta um recorte espacial com identidade específica que o diferencia dos demais, é o território.

O conceito de território, em toda sua polissemia, tem abrigado uma série de entendimentos, algumas vezes derivados de simplificações e confusões, outras vezes baseado em sua compreensão com diferentes nomenclaturas. Disto decorre a importância de ter clareza da sua episteme, a tentativa que neste estudo ora se faz.

Na geografia, embora alvo de diferentes clivagens ideológicas, o território é considerado como o resultado da apropriação do espaço. Tal apropriação pode se dar de diferentes formas, desde a tomada de posse efetiva do espaço até mesmo a partir do conhecimento e da representação mental (RAFFESTIN, 1993).

Numa perspectiva clássica, o território tem abordagem política e monoescalar, em que prepondera o Estado – Nação como sustentáculo da dominação espacial. Nesta linha estão Ratzel, para quem o território está para um povo como a forma de manter a sua defesa e para a sociedade como a forma de atingir um estágio de desenvolvimento superior a partir da conquista de novos territórios (CORRÊA, 2000); Vallaux, que “reconhece como inevitável que a formação dos Estados passe necessariamente pela definição de soberania de um povo sobre uma porção determinada do solo, definindo aí um território, ou seja, um espaço de domínio político” (CORRÊA, 2000, p.45); e Reclus, que “procurava estabelecer as relações entre as classes sociais e o espaço ocupado e dominado, que seria o território” (CORRÊA, 2000, p. 52).

Para além desta abordagem clássica, o território é abordado na contemporaneidade por um prisma multidimensional, em razão, principalmente, do uso desse conceito por diversas ciências e até mesmo pelo senso comum. A legitimação dessas apropriações efervesce debates acadêmicos, o que não interessa ao escopo deste trabalho, posto que, o que aqui importa é a construção da consciência coletiva em curso de que “não há como definir o indivíduo, o grupo, a comunidade, a sociedade, sem ao menos inseri-la num determinado contexto

geográfico, territorial (HAESBAERT, 2004, p. 20). Neste sentido, o território é um espaço apropriado a partir das relações sociais que o delimitam.

Haesbaert considera no conceito de território a imbricação entre as dimensões política e cultural. Para o autor,

o território envolve sempre, ao mesmo tempo (...) uma dimensão simbólica, cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos atores sociais, como forma de “controle simbólico” sobre o espaço onde vivem (...) e uma dimensão mais concreta de caráter político-disciplinar e político-econômico, deveríamos acrescentar, a apropriação e ordenação do espaço como forma de domínio e disciplinarização dos indivíduos. (1999, p.42)

Nesta mesma linha, Albagli defende que,

o território é suporte e produto da formação de identidades individuais e coletivas, despertando sentimento de pertencimento e de especificidade. As representações sociais, imagens, símbolos e mitos geográficos, projetam-se e materializam-se no espaço, transformando-se em símbolos, fornecendo referências e modelos comuns aos atores sociais e cristalizando uma identidade cultural. (ALBAGLI, 2004, p. 39-40).

Acrescentando o aspecto ambiental a estas perspectivas, Silva e Silva (2006, p.192), entendem que o “território expressa, em um determinado momento, um complexo e dinâmico conjunto de relações socioeconômicas, culturais e políticas, historicamente desenvolvidas e contextualmente espacializadas, incluindo sua perspectiva ambiental.”

Souza (2001, p. 102), embora defina o território como “todo espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder,” também reconhece a força da questão cultural, uma vez que identifica nas relações estabelecidas pelo grupos sociais a base para a formação dos territórios. Ainda conforme o autor, “em qualquer circunstância, o território encerra a materialidade que constitui o fundamento mais imediato de sustento econômico e de identificação cultural de um grupo” (SOUZA, 2001, p. 108). Este é o território autônomo, onde as pessoas têm a liberdade de manifestar suas escolhas e potencialidades, gerando um espaço socialmente equitativo.

Reforçando esta perspectiva da materialidade das ações e relações como constituintes do território, Santos (2000) evidencia a importância do território usado para a análise da realidade social. Para este autor, o território usado “é tanto o resultado do processo histórico quanto a base material e social das novas ações



humanas e se expressa por meio de objetos (a materialidade) e de ações (a sociedade)”(p. 104). O autor afirma que:

O território usado constitui-se como um todo complexo onde se tece uma trama de relações complementares e conflitantes. Daí o vigor do conceito, convidando a pensar processualmente as relações estabelecidas entre o lugar, a formação socioespacial e o mundo (...) o território usado, visto como uma totalidade, é um campo privilegiado para a análise na medida em que, de um lado, nos revela a estrutura global da sociedade e, de outro, a própria complexidade do seu uso. (2000, p. 59)

Saquet (2007) também destaca o papel dos movimentos dos grupos sociais na produção do território. Segundo este autor, o território é produzido a partir do processo de territorialização, do qual emergem às territorialidades, entendidas como manifestações subjetivas e coletivas do uso e apropriação dos territórios.

Em conformidade com a perspectiva de Santos (2002) de que o território é uma totalidade, Saquet (2007) entende que a territorialização combina “aspectos gerais ligados ao movimento de reprodução da sociedade e da natureza, (...) com elementos específicos de cada lugar” (p. 160).

Na ótica de Raffestin,

territorialidade pode ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espaco-tempo. A territorialidade se manifesta em todas as escalas espaciais e sociais; ela é consubstancial a todas as relações e seria possível dizer que, de certa forma, é a “face vivida” e a “face agida” do poder. (1993, p. 45)

Consoante o posto por Raffestin que a territorialidade resulta da combinação entre a “face vivida” e a “face agida” do poder no território, Saquet (2007, p. 26) afirma que a territorialidade é o “desenrolar de todas as atividades diárias que se efetivam, seja no espaço do trabalho, do lazer, da família, etc; resultado e condição do processo de produção de cada território, cada lugar.” Deste modo, a territorialidade pode ser considerada as impressões e as marcas das relações sociais no espaço – neste caso, no território.

Partindo da premissa de que o turismo tanto pode criar novos territórios e territorialidades como modificar os já existentes, a discussão até aqui empreendida interessa no sentido de permitir uma leitura da realidade e operacionalização da pesquisa sobre o território de Maragogipe, tendo como princípio que,

O território não é apenas o resultado da superposição de um conjunto de sistemas de coisas criadas pelo homem. O território é o chão mais a população, isto é, uma identidade, o fato e o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é a base do trabalho, da residência, das trocas materiais e espirituais e da vida, sobre os quais ele influi. Quando se fala em território deve-se, pois, de logo, entender que se está falando em território usado, utilizado por uma dada população. (SANTOS, 2002, p. 96).

Assim, buscando dar conta dos multi-significados do processo de territorialização turística ou, de outro modo, da turistificação do espaço maragojipano, entendeu-se a territorialização turística como o processo de criação de um território turístico, que corresponde ao espaço onde se efetivam as relações de poder entre os agentes sociais envolvidos com o turismo. Conforme Silva e Silva,

a territorialização turística permitirá que os lugares e regiões transformem suas vantagens comparativas, proporcionadas pelo seu capital natural e cultural, em vantagens competitivas, assegurando a continuidade do dinamismo e contribuindo para promover, com uma determinada autonomia, um efetivo desenvolvimento socioeconômico (2006, p. 192-193)

Desta perspectiva, tornou-se necessário então, analisar como as práticas espaciais em curso no município de Maragogipe delineiam seu território, e produzem ou podem vir a possibilitar a sua territorialização turística, articulando essa territorialização à dinâmica do desenvolvimento. Tendo em conta que esta análise não poderia ser linear e fácil, empreendeu-se uma busca das perspectivas teórico-conceituais de desenvolvimento, o que se apresenta no próximo ítem.

## 1.2 A PROPÓSITO DO DESENVOLVIMENTO: ABORDAGENS TEÓRICAS E DERIVAÇÕES PRÁTICAS

A temática do desenvolvimento, assim como a do turismo, tem nos últimos tempos, sido bastante discutida a partir do aporte conceitual de diferentes áreas do conhecimento, o que acaba por atribuir-lhe inúmeras adjetivações qualificadoras: sustentável, social, econômico, ecológico, local, socioespacial, etc. Isto gera diferentes perspectivas de análise, porém observa-se que sempre há um atrelamento a condição econômica, em que o crescimento econômico é visto como meio e fim do desenvolvimento.

É justamente esta distinção entre o desenvolvimento e crescimento econômico que tem enriquecido o debate acadêmico, uma vez que muitos autores

atribuem apenas os incrementos constantes no nível de renda como condição para se chegar ao desenvolvimento, enquanto outros tantos se preocupam como tais incrementos são distribuídos, deslocando o foco do desenvolvimento do quesito econômico para a qualidade de vida das pessoas. No entanto, deve-se acrescentar que apesar das divergências existentes entre as concepções de desenvolvimento, elas não são excludentes. Na verdade, em alguns pontos, elas se complementam.

O termo desenvolvimento passou a ter uso recorrente, principalmente no âmbito governamental, a partir da segunda metade do século XX, no período pós-segunda guerra, com o significado fundamental de sair de uma situação específica, a de subdesenvolvimento.

Segundo Agostini (1997), as teorias de modernização surgidas neste período reportam-se à existência do “subdesenvolvimento” de certas sociedades em função de uma comparação com o modelo “ideal” construído a partir das chamadas sociedades modernas. Para a autora, em consequência, tais teorias apresentam o desenvolvimento como um processo aplicável desde fora em sociedades não ocidentais através da incorporação de modelos e pautas econômicas políticas e culturais do Ocidente.

Ao longo de todas essas décadas de discussão sobre o desenvolvimento, foram várias as teorias que partiram do reconhecimento de subdesenvolvimento, e da necessidade de chegar a um patamar ainda não atingido. Por caminhos diferentes, todas procuraram as causas do subdesenvolvimento, enquanto um fenômeno real, concreto, identificável, quantificável. Para isso, foi necessário estabelecer critérios de comparação, partindo da base de que isso é possível, ou seja, os vários modos de vida são comparáveis a partir de um ponto de referência: o modelo ocidental.

O desenvolvimento assim pensado seria inexoravelmente atingido pelas diferentes sociedades, caso fossem liberadas suas potencialidades. Neste contexto, a heterogeneidade e multiplicidade das sociedades ficou reduzida a validade do modelo ocidental.

Nos últimos anos, apesar da palavra desenvolvimento ser usada em diferentes contextos e com diferentes propósitos, conforme Esteva, até hoje o termo continua associado às palavras com as quais foi criada: crescimento, evolução e maturação.

Da mesma forma, os que hoje usam a palavra não conseguem libertar-se de uma teia de significados que causam uma cegueira específica em sua linguagem, pensamento e ação. Não importa o contexto no qual se está sendo usado, ou a conotação precisa que o usuário queira lhe dar, a expressão, de alguma maneira, torna-se qualificada e colorida com outros significados que provavelmente nem eram desejados. A palavra sempre tem um sentido de mudança favorável, de um passo simples para o complexo, do inferior para o superior, do pior para o melhor. Indica que estamos progredindo porque estamos avançando segundo uma lei universal necessária e inevitável, e na direção de uma meta desejável. (2000, p. 64)

O uso indiscriminado e sem aparentes preocupações tocantes à exatidão do conceito de desenvolvimento é abordado, de modo similar, por Siedenberg, para quem,

quando se trata do termo desenvolvimento, duas características de qualquer conceito – clareza e precisão – parecem estar em contradição direta com a intensidade e a frequência de seu uso. Ou ainda, em outras palavras: a intensidade e a frequência do uso desse conceito não devem nem podem ser consideradas prova irrefutável de sua utilidade. [...] em torno do conceito de desenvolvimento socioeconômico estabeleceu-se, tanto na retórica política quanto na idiomática jurídica e na terminologia oficial, uma forte tendência natural para indicar um contexto relativamente impreciso, aproximado, indefinido, ambíguo, que permite as mais diversas interpretações. (2003, p. 192)

Com esta mesma perspectiva, Brose se posiciona diante da falta de objetividade que o termo incrusta, defendendo que, não existe metodologia ou recursos financeiros empregados que, por si só, garantam, efetivamente, a ocorrência de desenvolvimento, eis que

seja o desenvolvimento adjetivado como integrado, holístico, participativo, sustentável, globalizado, ou o quer que seja. [...] a mudança para melhor, o desenvolvimento, depende de uma complexa, demorada e contínua interação e sinergia entre fatores econômicos, políticos, sociais e culturais para acontecer. [...] São as inter-relações horizontais entre os mais diversos atores sociais que caracterizam o capital social, confiança mútua e a organização que permitem a paulatina melhoria da qualidade de vida em um território. (2000, p.10)

Os posicionamentos de Siedenberg e Brose evidenciam a necessidade de se pensar o desenvolvimento distante de discursos generalistas, que dão conta do alcance do desenvolvimento como um caminho fácil, linear e simplificado. Do contrário, é preciso considerar o desenvolvimento como um estágio sociopolítico e espacial complexo, cujas dinâmicas são particularizadas em realidades singulares.

Pensando o desenvolvimento para além do aspecto econômico, Amartya Sen em sua obra intitulada “Desenvolvimento como liberdade”, estabelece como parâmetro

essencial para a ocorrência do desenvolvimento a inexistência de privação de liberdade. Para Sen,

o desenvolvimento requer que se removam as principais fontes de privação de liberdade: pobreza e tirania, carência de oportunidades econômicas e destituição social sistemática, negligência dos serviços públicos [...] Às vezes, a ausência de liberdades substantivas relaciona-se diretamente com a pobreza econômica, que rouba das pessoas a liberdade de saciar a fome, de obter uma nutrição satisfatória ou remédios para doenças tratáveis, a oportunidade de vestir-se ou morar de modo apropriado, de ter acesso a água tratada ou saneamento básico. Em outros casos, a privação de liberdade vincula-se estreitamente à carência de serviços públicos e assistência social [...]. Em outros casos, a violação da liberdade resulta diretamente de uma negação de liberdades políticas e civis por regimes autoritários e de restrições impostas à liberdade de participar da vida social, política e econômica da comunidade. (2000, p.18)

Deste modo, Sen já apresenta um conceito numa base mais ampliada, que contempla, fundamentalmente, o estado de vida das pessoas como balizador do desenvolvimento.

Com esta mesma visão ampliada, Silva e Silva (2006), afirmam que o desenvolvimento deve ser contemplado em seu sentido amplo, a partir do crescimento com efetiva distribuição de renda, com superação significativa dos problemas sociais e sem comprometimento ambiental, o que, para os autores, “só pode ocorrer com profundas mudanças nas estruturas e processos econômicos, sociais, políticos e culturais de uma determinada sociedade”(p. 190).

Esta leitura pode ser enquadrada na perspectiva do desenvolvimento socioeconômico, em que o crescimento econômico é gerador de crescimento social, com uma grande aproximação entre ganhos quantitativos e suas traduções qualitativas em melhoria de vida. É nesta perspectiva que Souza (2002) entende o desenvolvimento, considerando-o como desenvolvimento socioespacial, gerador de “mudança social positiva”, cujo conteúdo deve ser referenciado nas prioridades dos grupos sociais, dos seus valores culturais próprios e suas particularidades histórico-geográficas.

Assim, para o autor, a mudança possibilitada pelo desenvolvimento socioespacial deve surgir dos valores locais que estão embutidos na cultura de cada lugar. Nesta abordagem, Souza (2002) deixa claro uma forte imbricação entre as relações sociais e o espaço, posto que, para ele, não se pode prescindir da dimensão espacial quando se discute o desenvolvimento, uma vez que, é no espaço que se apresentam os resultados das dinâmicas das atividades sociais. Por esta

razão, o autor usa o termo desenvolvimento socioespacial ao invés de desenvolvimento social.

Ainda para o autor, duas condições são básicas para atingir este desenvolvimento: a melhoria da qualidade de vida e o aumento da justiça social. Em relação à primeira condição, Souza (2002) a define como a crescente satisfação das necessidades, “tanto básicas, quanto não básicas, tanto materiais como imateriais” de uma parcela cada vez maior da população. No tocante à justiça social, o autor a traduz como as condições efetivas de acesso dos indivíduos a equipamentos culturais urbanos, garantidos não só por lei, mas também materialmente, independente de sua condição econômico-social (SOUZA, 2002).

Na visão de Souza, o princípio da autonomia é fundamental como parâmetro para o desenvolvimento socioespacial, e resulta da conjunção entre a autonomia individual e a coletiva. Nas palavras do autor,

a autonomia individual é a capacidade de cada indivíduo de estabelecer metas para si próprio com lucidez, persegui-las com a máxima liberdade possível e refletir criticamente sobre a sua situação e sobre as informações de que dispõe, o que pressupõe não apenas condições favoráveis, sob o ângulo psicológico e intelectual, mas também instituições sociais que garantam uma igualdade efetiva de oportunidades para todos os indivíduos. E autonomia coletiva, de sua parte, depreende não somente instituições sociais que garantam a justiça, a liberdade e a possibilidade do pensamento crítico (o que implica a ausência de opressão... de cima pra baixo ou mecanismos ideológicos que transferem a responsabilidade...no estilo ‘vontade de Deus’...) mas também a constante formação de indivíduos lúcidos e críticos, dispostos a encarnar e defender essas instituições ( 2002, p. 64-65).

Ressalte-se a preocupação de Souza em preconizar cuidados ao se planejar ações com vistas a atingir o desenvolvimento socioespacial proposto por ele. O primeiro diz respeito a que os pesquisadores ou planejadores profissionais não restrinjam os parâmetros do desenvolvimento aos seus gabinetes, mas preencham seu conteúdo “com as percepções e os sentimentos dos atores sociais” (2002, p. 70), tornando-o, portanto, sustentável. O segundo refere-se à inclusão, neste planejamento, de valores relativos ao cuidado com o meio ambiente e conseqüentemente com a sustentabilidade deste processo. E como forma de estimar as possíveis implicações de uma estratégia de intervenção baseada neste modelo, Souza recomenda questionar: “Como e em que extensão a intervenção ou estratégia em questão contribuiu, tem contribuído ou contribuiria para maiores

autonomias individual e coletiva, para maior justiça social e para uma melhor qualidade de vida?” ( 2002, p. 67).

A questão da sustentabilidade do desenvolvimento, preconizada por Souza, na atualidade desloca o debate sobre o desenvolvimento exclusivamente do âmbito econômico e foca no paradigma da sustentabilidade. Surgido com força nos anos 90, o discurso do desenvolvimento sustentável tem tomado corpo neste limiar do século XXI, como a grande saída para a humanidade. Amparado num forte apelo de preservação ambiental, o desenvolvimento sustentável pressupõe a melhoria das condições sociais e econômicas sem que haja o comprometimento das condições ambientais. Implica a expansão da economia para a melhoria das condições sociais, mas sempre garantindo a sustentabilidade ambiental. Implícita no conceito está uma preocupação tanto com a qualidade de vida de todos os indivíduos das gerações atuais, independentemente de onde se localizam geograficamente, como também com a transmissão para as futuras gerações de condições ambientais que lhes possibilitem a obtenção de qualidade de vida. Deste modo, a perspectiva da sustentabilidade é de longo prazo, posto que compreende a alteração profunda não só nas formas de produzir, mas também modificação do perfil da produção, para adaptá-la à mudança radical no padrão de consumo – e a qualidade de vida não mais sendo avaliada pela simples quantidade de bens e serviços consumidos, o que não acontece de um momento para o outro.

Sachs (1993) discutindo a questão do desenvolvimento sustentável, aponta cinco dimensões de sustentabilidade que devem ser observadas para se planejar o desenvolvimento: social, econômica, ecológica, espacial e cultural. O objetivo da sustentabilidade social é melhorar os níveis de distribuição de renda, com a finalidade de diminuir a exclusão social e a distância (econômica) que separa as classes sociais. A sustentabilidade econômica diz respeito a aumentos na eficiência do sistema, seja na alocação de recursos ou na sua gestão. Sustentabilidade ecológica concerne à preservação do meio ambiente, sem, contudo, comprometer a oferta dos recursos naturais necessários a sobrevivência do ser humano. A sustentabilidade espacial refere-se ao tratamento equilibrado da ocupação rural e urbana, assim como de uma melhor distribuição territorial das atividades econômicas e assentamentos humanos. Já a sustentabilidade cultural diz respeito à alteração nos modos de pensar e agir da sociedade, de maneira a despertar uma

consciência ambiental que provoque redução no consumo de produtos causadores de impactos ambientais.

Considerando essas dimensões, na visão de Sachs (1993), consegue-se atingir o desenvolvimento sustentável. Isso, obviamente, sem deixar de considerar que os agentes econômicos (empresas, famílias e governo) têm carências que não podem deixar de ser atendidas.

Assim, satisfazer as necessidades e as aspirações humanas parece ser o principal objetivo do desenvolvimento. Pensar em desenvolvimento passa a ser antes de qualquer coisa, pensar em distribuição de renda, saúde, educação, meio ambiente, liberdade, lazer, dentre outras variáveis que podem afetar a qualidade de vida da sociedade.

Isto significa que o desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e principalmente, humana e social. Sob esta ótica, e referenciada, fundamentalmente, na perspectiva do desenvolvimento socioespacial proposta por Souza (2002), é que entende-se nessa pesquisa, que o desenvolvimento é o crescimento – incrementos positivos no produto e na renda – transformado para satisfazer as várias necessidades do ser humano.

Decorrente das perspectivas de turismo e de desenvolvimento já explicitadas como embasadoras deste processo de pesquisa, refere-se aqui à territorialização do desenvolvimento a partir do turismo como o conjunto de ações empreendidas e de relações mantidas pelos agentes locais (e também exógenos, como os turistas) para viabilizar o desenvolvimento tendo por base o turismo. Partiu-se do pressuposto que o desenvolvimento resulta da dinâmica do território, mas é também marcado por fatores exógenos. Por esta razão, esta dinâmica foi analisada como um processo de duas direções: a da dimensão global do desenvolvimento e do turismo, que aporta configurações ao território, e a da dimensão da cotidianidade local, movida pelas relações sociais de consenso e dissenso, pela solidariedade e conflitualidades, enfim, pelo movimento do real. No bojo deste processo emerge a relação dialética entre local e global, território e desenvolvimento, sobre a qual procura-se um aprofundamento no ítem seguinte.



### 1.3 A INTERFACE TURISMO-DESENVOLVIMENTO

Este pode ser considerado o grande gargalo na relação turismo-desenvolvimento na instância local: a conjunção cotidiana das demandas globais com os interesses e necessidades locais, isto porque, hoje, de algum modo, com maior ou menor intensidade, os lugares que formam o espaço geográfico mundial estão conectados a uma rede de fluxos que configura o processo de globalização. Acerca desta questão, Silva entende que,

em um determinado momento as duas induções, a interna e a externa, necessariamente passam a ter uma forte associação podendo ocorrer, em princípio, três situações que podem ser detectadas: persistência da maior importância do fator que deu origem ao processo de mudança; substituição do fator inicial, em termos de maior relevância, pelo novo fator; equilíbrio entre os fatores internos e externos. (1998, p.105)

Por esta razão, discutir a dinâmica territorial do desenvolvimento exige pensar sobre a globalização. Para Barquero,

a globalização é um processo vinculado ao território, não apenas porque envolve nações e países mas, sobretudo, porque a dinâmica econômica e o ajuste produtivo dependem das decisões sobre investimento e localização tomadas pelos atores econômicos, sendo também uma função dos fatores de atração de cada território. Trata-se, portanto, de uma questão que condiciona a dinâmica econômica das cidades e regiões e que, por sua vez, é afetada pelo comportamento dos atores locais. (2001, p. 15)

O fenômeno da globalização tem sido amplamente apropriado e discutido por diferentes áreas do conhecimento, com diferentes perspectivas sobre sua importância, dinâmica e conseqüências. Dabat (2000) identifica cinco grandes linhas interpretativas para a globalização: como um mundo sem fronteiras; como uma fantasia afastada da realidade; como a forma assumida pelo liberalismo na atualidade; como a internacionalização ou mundialização e; como um processo histórico.

O geógrafo Milton Santos (2000), considera a existência de pelo menos três perspectivas de globalização: a globalização como fábula, a globalização como perversidade e uma outra globalização. No primeiro caso, o mundo estaria, de fato, experimentando uma extraordinária fluidez, a ponto de estreitar enormemente as relações de todos os tipos entre os povos, segundo o autor, isto é o que se quer fazer pensar. Já na segunda forma, se apresenta o mundo tal como ele é: estratificado em dois planos de relações socioeconômicas- horizontal (territórios

nacionais) e vertical (redes mundiais)- em que as relações externas têm comandado o destino dos lugares. Neste contexto, para Santos, uma outra globalização seria possível se sustentada em relações solidárias, com prevalência do conteúdo social, cultural e moral.

Deste modo, a suposta homogeneização e a idéia de universalização do espaço, recorrente quando se trata da globalização, não pode ser entendida como uma via de mão única do ordenamento espacial, posto que o espaço, em sua totalidade, é composto por lugares com tempos e lógicas peculiares, que conectados, compõem o que se pode chamar de esfera global. Isto põe em evidência as peculiaridades da dinâmica relacional do local com o global e vice-versa.

Neste sentido, Santos (1997, p.94) caracteriza a relação local-global por dois recortes espaciais: “o território da verticalidade e o território da horizontalidade”. O primeiro, sustentado por uma racionalidade global com funções controladas, planejadas e vinculadas a uma ordem global. O segundo, ligado ao fazer local dos lugares, ao cotidiano, aos objetos e ações próprias da sociedade local. Segundo o autor, não é preciso haver uma total submissão do local ao global, pelo contrário, o lugar deve impor a sua realidade, ainda que em observância ao contexto global, caracterizando muito mais uma relação de complementaridade do que de oposição.

Assim, já não é mais coerente falar em contradições entre o local e o global, posto que há uma relação de completude entre ambos. Segundo Castrogiovanni,

a uma maior globalização do lugar corresponde uma maior individualidade, para que ocorra a manutenção da sua existência, enquanto lugar. O mundo se encontra em todos os lugares. Portanto, para falar da globalização, basta falar do lugar. Mesmo mundializado o lugar, graças a sua individualidade, tem em si uma autoprodução e uma auto-organização. Com isso, os produtos e os efeitos são produtores e causadores do que os produz. Tal situação torna, cada vez mais, os lugares próprios e específicos. (2000, p. 34)

O que se tem percebido na dinâmica espacial global é que quanto mais o processo de globalização avança, mais as particularidades locais são evidenciadas, pondo em diálogo o global e o local, que coexistem, por vezes com o primeiro redefinindo o segundo, sem, no entanto, anular suas singularidades, conduzindo, sim, a um redimensionamento da instância local. Nesta perspectiva, Carlos entende que a globalização “materializa-se concretamente no lugar (...) o lugar teria em si a

possibilidade de permitir o entendimento do processo atual de produção, consumo e apropriação do espaço, através da perspectiva de se pensar o processo de mundialização” (1996, p. 15).

Com ponto de vista semelhante, Santos (1994) preconiza que o lugar pode se constituir lócus de uma possível resistência à atual globalização e ao processo de verticalização dos lugares. Segundo o autor, isso será possível através do fortalecimento das horizontalidades entre os lugares e da reconstrução de “uma base de vida que amplie a coesão da sociedade civil, a serviço do interesse coletivo e o desenvolvimento de uma solidariedade ativa, geradora de ações políticas locais que se anteponham às tendências meramente verticalizantes” (1994, p. 228-229). Continua o autor, afirmando que “cada lugar é, à sua maneira, o mundo” (1997, p.252), e reconhecendo que “a localidade se opõe a globalidade, mas também se confunde com ela” (p. 258).

Avançando nesta linha de pensamento, é possível afirmar que, nenhuma escala *per si* é boa ou ruim, mais ou menos importante que outra. É preciso discutir a espacialidade dos problemas e implementar políticas de desenvolvimento levando em consideração a escala específica destes, mas sem perder de vista a rede escalar na qual está enredada. Neste sentido, no âmbito local muitas ações importantes de turismo como promotoras do desenvolvimento podem ser articuladas, sem que, no entanto, haja supervalorização de microprocessos e microdecisões.

Com efeito, necessário se faz pensar sobre o lugar que se pretende seja lugar turístico, como um “território que expressa, em um determinado momento, um complexo e dinâmico conjunto de relações socioeconômicas, culturais e políticas, historicamente desenvolvidas e contextualmente espacializadas, incluindo sua perspectiva ambiental” (SILVA ; SILVA, 2006, p. 192).

Para Irving, pensar sobre o lugar turístico significa,

...integrar olhares distintos, leituras antagônicas, percepções contraditórias, ideologias incompatíveis. (...) este lugar não é um lugar apenas, mas o palco de conflitos e o cenário das transformações. Os vários lugares do mesmo lugar, em resposta aos vários olhares sobre o mesmo lugar...o lugar turístico é o palco da pluralidade de identidades...mais do que um ponto no mapa planetário é o lócus do conflito e da criação e fusão de subjetividades, ali se materializa a dualidade entre percepção intrínseca e olhar exógeno. (2002, p. 72-73)

Isso posto, é preciso considerar que a particularidade de cada desenvolvimento é determinada pela maneira como nele se produzem as relações

sociais. Sob esta perspectiva, territorializar as políticas de desenvolvimento a partir do turismo não significa negar as questões estruturais do processo de desenvolvimento e sua complexidade escalar, mas considerar, conforme Fonseca que,

o lugar, o singular, apesar de conter o universal (global) e ser duramente afetado por este, também apresenta suas contingências, engendradas internamente, em virtude do cotidiano, dos hábitos, da tradição e das redes de solidariedade que são estabelecidas entre os agentes. É dessa forma que a lógica de acumulação global pode ser contrariada no lugar. (2005, p. 62)

Apontando na mesma direção, Silva afirma que “no atual contexto geográfico-econômico e social é preciso priorizar cada vez mais a análise da perspectiva do comportamento dos lugares e regiões, tomados no âmbito da territorialização, ou seja, de unidades espaciais socialmente integradas e solidárias, diante dos processos de desenvolvimento em uma escala global” (2006, p. 24). Por esta razão, no entender de Silva (2006, p. 191) “é perfeitamente possível trabalhar com as novas perspectivas do desenvolvimento em nossos dias na escala local envolvendo o papel do turismo (...) para tanto é necessário reconhecer o potencial favorável ao turismo e os problemas decorrentes dos impactos da atividade turística nos lugares”.

É mister compreender, conforme Silveira (1997, p. 43) que “é no lugar que o mosaico de culturas floresce, mostrando a diversidade e contradições de tradições, costumes, formas de viver, de fazer e dizer regionais, são as horizontalidades do espaço geográfico, as manchas mais estáveis da ordem local”. Assim, o fenômeno turístico deve ser compreendido, portanto, na sua complexidade, como atividade econômica, mas, sobretudo, como atividade sociocultural imbricada no lugar que já existia anteriormente.

Há necessidade de reconhecer que qualquer que seja o modelo de desenvolvimento a partir do turismo adotado, deve estar ancorado numa proposta de planejamento territorial plausível, exeqüível, que considere as contradições de interesses entre os agentes envolvidos e, essencialmente, que leve em conta que o desenvolvimento pressupõe, antes de tudo, transformações, mudanças das instituições, sejam elas formais – Poder Público, empresas, organismos econômicos – ou informais – hábitos, costumes, regras e tradições.

Por fim, concorda-se com Silva e Silva, que ao relacionar o desenvolvimento territorial com a atividade turística preconizam que:

Se não houver as quatro condições básicas atuando de forma integrada (interação sociopolítica, identidade, laços de coesão e projeto social), o território estará sujeito ao pleno e determinante impacto de fatores exógenos, associados ou não aos fatores endógenos, o que, na maioria das vezes, não levará a um processo de desenvolvimento entendido como um processo de mudanças que permita superar problemas e construir uma sociedade mais justa, com significativa redução da pobreza, e vivendo com qualidade de vida. Nesse caso, o turismo contribuirá mais para agravar os desequilíbrios sócio-espaciais e ambientais do que para superá-los. (2006, p.192)

Nesta perspectiva, é fundamental (re)afirmar, a todo tempo, a identidade territorial, que, no entanto, deverá dar as bases para apropriação dos conteúdos, instrumentos e estratégias dos processos globais, o que, certamente, dará ao lugar condições efetivas de assumir o protagonismo em seu processo de desenvolvimento territorial. Por este prisma é que considerou-se Maragojipe, lugar deste estudo, inserido num jogo de escalas espaciais, cuja dialética impõe ritmos e fatores à dinâmica territorial local, conforme estruturado na figura que segue:



Figura 02: Interface turismo-desenvolvimento numa perspectiva multiescalar aplicada ao objeto de estudo

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Deste modo, é possível afirmar que o desenvolvimento a partir do turismo é um processo multiescalar e multidimensional, devendo-se observar os limites e as potencialidades de cada instância territorial considerada.

## 1.4 OS CAMINHOS METODOLÓGICOS

O processo de pesquisa exploratória para captar a dinâmica territorial do desenvolvimento de Maragogipe assentada na perspectiva do turismo, aqui empreendida, classifica-se como estudo de caso, uma vez que o mesmo possibilita ao pesquisador aprofundar estudo sobre um tema determinado em um tempo limitado, além de requerer uma aproximação cientificamente planejada, uma identificação de variáveis e uma análise de como se inter-relacionam entre si, como também permite ao pesquisador trabalhar no tema que é de seu real interesse.

Basicamente, o chamado “estudo de caso” trata-se de “[...] investigação de inferências válidas a partir de eventos que se encontram fora dos limites do laboratório, ao mesmo tempo em que mantém os objetivos do conhecimento compartilhado com a ciência laboratorial” (YIN, 2002, p. 23). A questão fundamental do estudo de caso é “[...] que a pesquisa empírica avança somente quando vem acompanhada pelo pensamento lógico, e não quando é tratada como esforço mecanicista” (YIN, 2002, p. 31).

Adotou-se nesta pesquisa o estudo de caso porque representa, conforme Yin (2002, p. 35) “[...] a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “porque”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos [...], tais como estudos organizacionais e gerenciais, econômicos, mudanças históricas, etc”.

Houve uma preocupação subjacente com a escolha do estudo de caso, qual seja a de fornecer pouca base para se fazer uma generalização científica, isto é, generalizar a partir de um caso único, o que chega a ser apontado como uma de suas desvantagens: não permitir a generalização dos dados obtidos. Todavia, é aqui admitido, conforme Yin (2002), que o estudo de caso, da mesma forma que experimentos, é generalizável a propósitos teóricos e não a populações ou universos. O objetivo aqui é se “[...] fazer uma análise “generalizante” e não “particularizante” ( YIN, 2002, p. 43).

Essa estratégia permitiu, ainda, utilizar dados de múltiplas fontes (primárias e secundárias) e de natureza diversa (quantitativos e qualitativos), o que possibilitou lidar com uma variedade de evidências para tentar responder à questão central da pesquisa e outras dela decorrentes, além da triangulação dessas evidências na análise final.

A condução do processo de pesquisa compreendeu, assim, três fases complementares, cujos resultados de cada fase contribuíram para a composição dos diferentes capítulos da dissertação.

O ponto de partida para a primeira fase, constituída da revisão bibliográfica, foi a busca da compreensão do problema de pesquisa. Diz-se compreensão no sentido mais pormenorizado do termo, pois, antes de qualquer análise mais detalhada da situação de desenvolvimento de Maragogipe atrelada ao turismo, já se sabia que o quadro não era dos melhores, especialmente no que tange à incipiência da atividade turística no município. Este quadro reforçou a necessidade de percorrer algumas pistas encontradas em autores que trabalham conceitos como turismo e desenvolvimento, o que permitiu ter uma visão ampla do objeto de estudo. Assim, para compreensão conceitual de turismo, tomou-se como referências básicas: Beni, 2006,1998; Silva, 2006; Rodrigues,1998, cujas abordagens tanto problematizam a temática do turismo numa perspectiva teórica, quanto analisam as performances do turismo em diferentes realidades socioespaciais.

No caso do desenvolvimento, optou-se por buscar um aporte conceitual em Silva e Silva, 2006 e Souza, 2002, que centram as discussões para além da dimensão econômica, numa perspectiva multidimensional.

Complementando a revisão bibliográfica pertinente aos conceitos norteadores do estudo, realizadas antes e durante todo o processo de pesquisa, foram também feitas consultas nas bases de dados da CAPES e do CNPq, além de outros sítios especializados e disponíveis na *World Wide Web*, para verificação de referências anteriores e de experiências específicas relativas ao segmento turístico e suas possíveis relações com o desenvolvimento territorial.

Dessa fase resultou a fundamentação teórica utilizada como guia no processo de pesquisa e como base para a análise dos dados obtidos, e que está estruturada no capítulo 1, em que se aborda a dimensão teórico-conceitual de turismo e desenvolvimento.

Para configuração da segunda fase, levantamento e análise de dados secundários, levou-se em conta que o contexto no qual esta pesquisa está agregada encontra-se em permanente interação com outros contextos, outras escalas, ou seja, o turismo e sua dinâmica para o desenvolvimento de Maragogipe - pertinente a um contexto local, portanto micro - está relacionado a contextos maiores - regional, nacional e global - seja por força da lógica espacial da territorialização e

institucionalização das práticas turísticas, seja por políticas ou diversidades culturais e econômicas. Por esta razão, paralelamente à revisão bibliográfica, realizou-se um levantamento preliminar de dados por intermédio de: a) documentos oficiais, artigos publicados, registros na imprensa (jornais e revistas locais, regionais, nacionais e internacionais); sítios oficiais de turismo (Embratur, Bahiatursa, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia, Ministério do Turismo); sítios especializados na área e outros de interesse correlato (IBGE, SEI-BA), disponíveis na *World Wide Web*.

Esse levantamento permitiu a discussão do problema compreendido em uma abordagem interativa micro-meso-macro, considerando-se o imenso jogo de relações em que a atividade turística se insere, desta feita, não relegando-o a um isolamento simplificador na busca de entendê-lo.

Este mapeamento preliminar e os contatos informais realizados com trabalhadores de órgãos do turismo do Estado da Bahia e da gestão pública de Maragogipe, atenderam aos objetivos de conhecer o estado atual do desenvolvimento de Maragogipe e de avaliar estratégias e políticas de turismo implementadas pelos Poderes Públicos Estadual e Municipal. Serviram também para o conhecimento inicial da dinâmica turística do município, fornecendo, ainda, elementos para a preparação da pesquisa direta em Maragogipe.

Após esta busca preliminar, realizou-se, de modo específico: a) levantamento informativo sobre a lógica e as tendências das práticas turísticas no mundo globalizado; b) análise das políticas, planos e programas nacionais e regionais de desenvolvimento turístico; c) levantamento sobre o município de Maragogipe, abrangendo aspectos histórico-culturais e geográficos; d) levantamento sobre as diretrizes e estratégias para o desenvolvimento e para o turismo de Maragogipe previstas no Plano Diretor Municipal; e) levantamento e análise de atos, medidas legais e documentos oficiais de turismo no município, a partir de registros, relatórios e atas da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.

Nesse processo, observou-se uma carência de informações específicas sobre o turismo local, por parte dos setores públicos estadual e municipal, o que viria a ser confirmado nas entrevistas realizadas. Evidenciou-se, também, a necessidade, já prevista, da criação de instrumentos próprios de pesquisa para a obtenção de dados quantitativos e qualitativos, fundamentais ao entendimento do fenômeno em estudo.



Os resultados dessa fase estão organizados nos capítulos 2, que aborda as políticas, práticas e planejamento do turismo, e 3, em que se apresenta a configuração socioterritorial de Maragojipe.

Os resultados obtidos nas fases anteriores serviram de referência para a preparação da última fase, a pesquisa de campo, usando-se como fontes de informações entrevistas qualitativas com base em roteiro semi-estruturado, questionários compreendendo questões abertas e fechadas e a observação direta.

Ressalte-se que o sentido dinâmico do processo metodológico da pesquisa dado entre o previsto e o acontecido, aliado ao fato de que as escolhas metodológicas aqui trazidas de forma alguma dão conta de esgotar o tecido das várias redes de situações possíveis de entrelaçamento, conduziram a um ajuste no previamente pensado para a realização das entrevistas e aplicação dos questionários. A princípio, considerou-se como referência de pesquisa apenas os elementos (residentes, secretário de turismo, comerciantes, associações de classe, visitante/turista) pertencentes à Maragojipe, porém, no decorrer das fases anteriores, observou-se expressivamente nos discursos, sujeitos e documentos investigados, uma vinculação estreita no tocante ao turismo com os municípios vizinhos de Cachoeira e São Félix. Isto já dava pistas do que se confirmou ao final do estudo: uma possibilidade efetiva de desenvolvimento para Maragojipe a partir do turismo inclui ação consorciada com municípios vizinhos, também potencialmente turísticos, dentre os quais foram destacados Cachoeira e São Félix. Por esta razão, a pesquisa de campo estendeu-se a estes outros municípios, principalmente para avaliar a possibilidade de um roteiro integrado de turismo envolvendo os três municípios.

Diante da complexidade das informações e da multiplicidade de situações ensejadas, interessou ao escopo do trabalho conduzir as entrevistas e os questionários para as circunstâncias específicas da realidade estudada. Assim, por um lado, as entrevistas e questionários vincularam-se à opção metodológica de apreender as múltiplas visões sobre o potencial e o efetivo turístico do município em questão, a partir das percepções dos sujeitos que vivem no território investigado. Por outra parte, buscou-se obter uma caracterização das possibilidades de desenvolvimento turístico de Maragojipe, tendo por base os discursos não só dos agentes diretamente envolvidos, mas dos de relação indireta, como as instituições empresariais (Dannemann e Votorantim).

Com efeito, a realização das entrevistas, especificamente, permitiu não só levantar novas informações e aprofundar certas questões de interesse, como também apreender aspectos do cotidiano do município de Maragogipe que geralmente fogem à objetividade das perguntas fechadas e que se fizeram presentes nos discursos dos entrevistados.

Os questionários foram aplicados a uma parcela de 1.800 (mil e oitocentos) residentes, em número de 600 (seiscentos) para cada município, distribuídos por faixa de renda média. Tomou-se a renda como indicador para estabelecer grupos de análise, em razão de que considerou-se que diferentes níveis de renda impõem realidades distintas aos indivíduos, do que decorrem diferentes percepções, inclusive relativas as questões do turismo e do desenvolvimento, interesse da pesquisa. Deste modo, os residentes foram distribuídos em três faixas de renda: 1) Renda alta, equivalente a mais de 6 salários mínimos; 2) Renda média, variando de 4 a 6 salários mínimos; 3) Renda baixa, de 1 a 3 salários mínimos. Para identificar os residentes pertencentes a cada faixa, seguiu-se as indicações dos informantes-chaves (agentes sociais residentes nos municípios há bastante tempo e profundos conhecedores da dinâmica socioeconômica local). Para cada faixa de renda foram aplicados 200 (duzentos) questionários, dos quais foram selecionados aleatoriamente 130 (cento e trinta) para compor a amostra do estudo, tendo em vista que a população dos municípios em questão varia de 30.000 (trinta mil) a 45.000 (quarenta e cinco mil) habitantes e, neste caso, com base em Krejcie e Morgan (apud GERARDI e SILVA, 1981), o tamanho da amostra deve ser de cerca de 390 (trezentos e noventa) pessoas, para substanciar a validade da pesquisa.

Destes 390 (trezentos e noventa) respondentes, foram selecionados 30 (trinta) em Maragogipe, 10 (dez) em Cachoeira e mesmo número em São Félix, para também serem alvos de entrevistas.

Também com aplicação de questionários, foi realizado um levantamento de dados junto ao segmento comercial do município (vinte casas comerciais e dez prestadores de serviços), distribuído em três setores: alimentação, hospedagem, lazer e entretenimento, com o fim de conhecer as implicações da atividade turística na dinâmica econômica local, bem como a percepção dos comerciantes sobre a questão.

Para a coleta de dados junto aos turistas / visitantes, foram utilizados questionários compreendendo questões abertas e fechadas. Estes foram abordados

em períodos distintos - Festa junina e de São Bartolomeu (padroeiro da cidade), nos meses de julho e agosto do ano de 2008, respectivamente, e no carnaval, ocorrido em fevereiro de 2009, em Maragogipe; festa D'Ajuda (novembro de 2008) e de Nossa Senhora da Boa Morte (agosto de 2008) e São João (junho de 2008) em Cachoeira. Não se fez o mesmo para São Félix, em razão de que o único momento festivo de expressão local - a festa de Senhor São Félix- segundo residentes, é de pequena repercussão, atraindo parcela inexpressiva de visitantes. As ocasiões escolhidas nos outros municípios, foram aquelas em que, reconhecidamente, aumenta o fluxo de visitantes, o que possibilitou construir o perfil destes visitantes e avaliar o fluxo da demanda turística, principalmente em Maragogipe.

Como não havia em meios oficiais o registro da demanda turística nos períodos citados, mas apenas estimativas aproximadas baseadas em percepções individuais quanto à quantidade de visitantes, para compor a amostra em cada uma das festas, optou-se por fazer um levantamento nos locais de estacionamento (oficiais) quanto ao número de ônibus e automóveis particulares, contabilizando, a partir de informações prestadas pelos condutores, o número de ocupantes dos mesmos, bem como consultar motoristas de transportes alternativos, tendo, a partir da ocupação aproximada destes veículos, uma idéia do número de pessoas que visitavam as festas. Deste modo, na festa junina, que durou 3 dias, foi contabilizado um fluxo de 300 ônibus e 200 automóveis de passeio, o que resultou numa estimativa média de 16.000 pessoas. Destas, 300 (trezentas) foram alvo da pesquisa.

Na Festa de São Bartolomeu, realizada ao longo do mês de agosto de 2008, a pesquisa ocorreu em todo o período, sendo intensificada nos finais de semana, principalmente no último, em razão da tradicional lavagem e das atrações musicais reconhecidas nacionalmente. Seguindo o mesmo procedimento da festa anterior, foi estimada em 30.000 (trinta mil) a quantidade de pessoas vindas de outras cidades do recôncavo, de outras regiões do país e até de outros países. Assim, foram aplicados 900 (novecentos) questionários e realizadas 50 (cinquenta) entrevistas.

No carnaval, ocorrido de sábado a terça (21 a 24 de fevereiro de 2009), a partir do mesmo procedimento, foi constatado que houve uma entrada considerável de pessoas no sábado, que porém retornaram no domingo e no máximo na segunda - feira pela manhã, em razão das fortes chuvas que caíam na cidade. Assim, foi possível ter idéia do fluxo de pessoas que se deslocaram para Maragogipe, mas que

lá não permaneceram porque a festa acontece em local amplo e aberto no centro da cidade, sem condições de proteção da chuva. Por esta razão, foram aplicados questionários a 100 (cem) pessoas no domingo, nos hotéis, pousadas e casa de alguns moradores e 400 (quatrocentas) pessoas na terça-feira, quando não havia mais chuva e as pessoas participaram ativamente dos festejos momescos, do que totalizou 500 (quinhentos) visitantes / turistas como respondentes no carnaval. Destes, 20 (vinte) foram também entrevistados.

Em Cachoeira, foram aplicados 450 (quatrocentos e cinquenta) questionários ao longo dos três dias de festa junina, 300 (trezentos) na Festa D' Ajuda e 500 (quinhentos) na Festa da Boa Morte.

Uma outra fonte de evidência utilizada no processo de pesquisa foi a observação direta, com roteiro prévio, recolhendo informações adicionais sobre o objeto em estudo.

Num primeiro momento, objetivando mapear o patrimônio histórico-cultural e paisagístico, os serviços turísticos já implantados e elaborar um diagnóstico das vantagens comparativas e competitivas do turismo no município, ocorreu a observação das condições atuais do patrimônio histórico-cultural e paisagístico de Maragogipe, com o mapeamento dos principais e potenciais pontos atrativos, bem como o levantamento dos equipamentos turísticos já existentes. Em Cachoeira e São Félix, os atrativos foram também mapeados.

Os atrativos mapeados foram hierarquizados com base na metodologia proposta no Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo, de 2003, descrita no quadro 01:

Quadro 01- Metodologia de hierarquização dos atrativos turísticos do Ministério do Turismo do Brasil, 2003

	Critérios	Valores			
		1	2	3	4
H I E R A R Q U I A	Potencial de atratividade	Nenhum	Baixo	Médio	Alto
	Gradual de uso total	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
	Representatividade	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
	Apoio local e comunitário	Nenhum	Apoio por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
	Estado de conservação da paisagem circundante	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação regular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
	Infra-estrutura	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/ Melhorias	Existentes em ótimas condições
	Acesso	Inexistente	Em estado precário	Necessitando de intervenções/ Melhorias	Em ótimas condições
<b>Total</b>					

Hierarquia	Características
<b>3 (alto)</b>	É todo atrativo turístico <b>excepcional e de grande interesse</b> , com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais.
<b>2 (médio)</b>	Atrativos com <b>aspectos excepcionais</b> em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.
<b>1 (baixo)</b>	Atrativos com <b>algum aspecto expressivo</b> capaz de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capaz de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).
<b>0 (nenhum)</b>	Atrativos sem méritos suficientes, mas que formam parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outro de maior hierarquia. Podem motivar <b>correntes turísticas locais</b> , em particular a demanda de recreação popular.

Fonte: Ministério do Turismo, Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, 2003

De modo complementar, os atrativos foram minuciosamente descritos em ficha elaborada para este fim e representada no apêndice da pesquisa.

Foram ainda realizados registros fotográficos tanto do patrimônio quanto das festas e de diferentes momentos do cotidiano de Maragojipe, que definiram um

quadro mais concreto da dinâmica da vida sociocultural no município, colocando em diálogo os diversos planos que constituem o enredo da relação entre turismo e desenvolvimento: o histórico, o espacial e o social. Desta fase resultou a proposição de roteiros turísticos envolvendo os três municípios. Estes roteiros foram submetidos à apreciação de operadores de turismo que atuam na região, que, à luz de suas experiências com o turismo e os turistas, avaliaram a possibilidade de execução dos roteiros propostos.

Os dados obtidos e analisados nesta fase estão estruturados nos capítulos 3, em que se descreve o patrimônio edificado de Maragogipe e 5, aquele em que se posiciona roteiros turísticos.

Os procedimentos metodológicos adotados permitiram uma efetiva análise da dinâmica do turismo em Maragogipe na perspectiva do desenvolvimento. Nesse sentido, e sem o propósito de dar conta de um modelo explicativo para esse complexo, a investigação realizada contribui para compreensão de como melhor qualificar a atividade turística para o desenvolvimento local, cujo percurso está resumidamente esquematizado na figura 03.

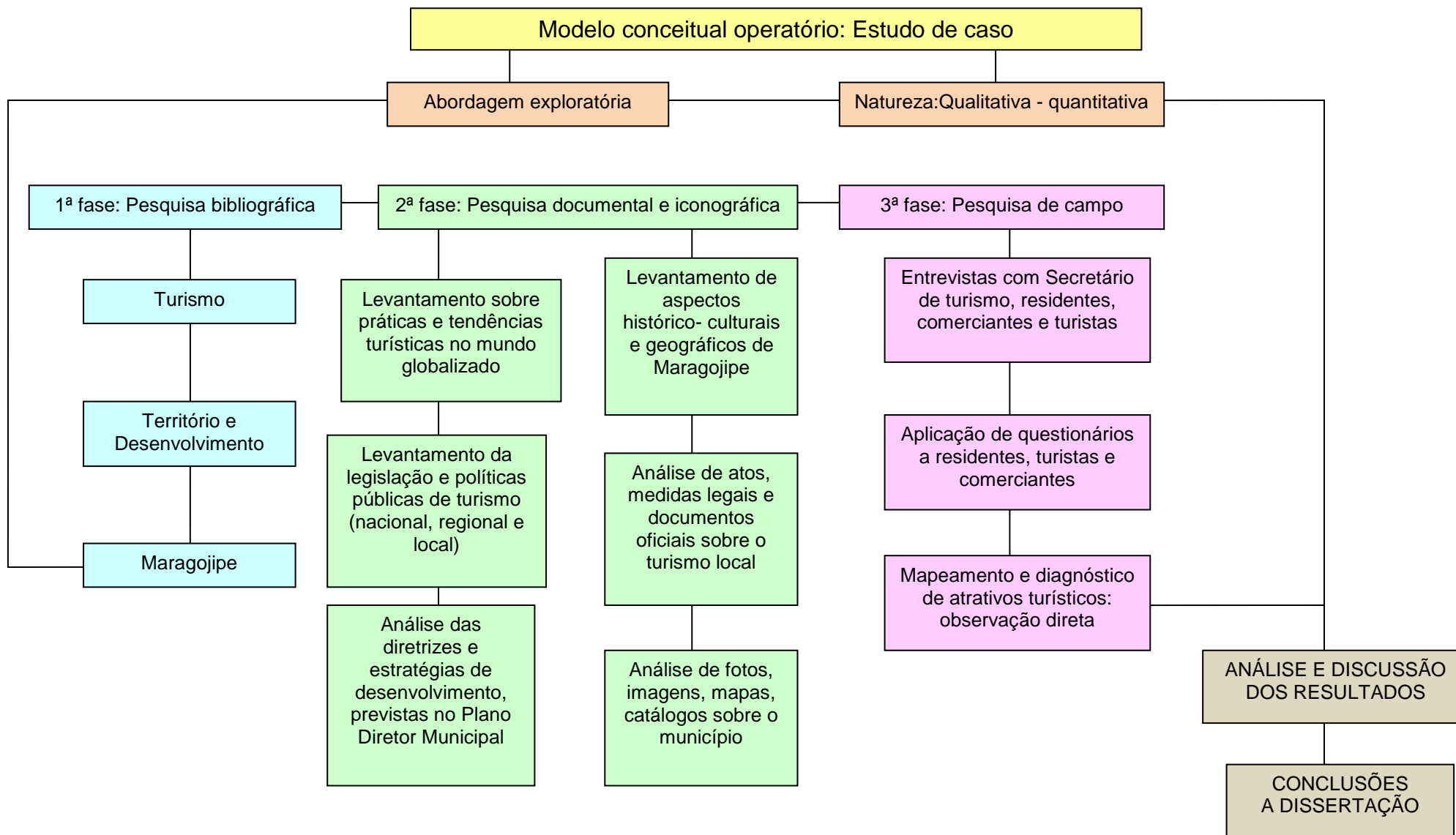


Figura 03: Composição metodológica da pesquisa  
 Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

## 2 POLÍTICAS, PRÁTICAS E PLANEJAMENTO DO TURISMO

Este capítulo visa a analisar um conjunto de discursos, mecanismos e práticas de turismo empreendidos no âmbito governamental, nas escalas federal e estadual, derivando o posicionamento de Maragogipe neste contexto. Ressalta os descompassos entre as políticas instituídas nos âmbitos relacionados, que têm resultado em ações frágeis e ineficazes de territorialização do turismo, principalmente nas esferas regional e local. Nesse contexto, demonstra que os impeditivos para o desenvolvimento turístico de Maragogipe, para além da configuração socioeconômica interna, derivam também do tipo de ação governamental estadual de turismo que vem sendo executada.

### 2.1 PANORAMA TURÍSTICO MUNDIAL

Embora o turismo moderno, típico da sociedade industrial, tenha surgido no século XIX, é a partir da segunda metade do século XX, que experimenta índices espetaculares de crescimento. Depois da década de 1950, se destacou como atividade de massas e no decorrer dos anos 1990, estimulado pelo avanço nas áreas de comunicação e transporte, pelo aumento de renda disponível e do tempo livre dos trabalhadores de países desenvolvidos, o turismo mundial cresceu em ritmo acelerado.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2009), 924 milhões de pessoas movimentaram-se em viagens turísticas em todo o mundo no ano de 2008, com previsão de que em 2010 chegue a mais de 1 bilhão de turistas internacionais movimentando-se ao redor do planeta. Para o ano de 2020, estima a OMT que o turismo internacional terá movimentado 1,6 bilhão de pessoas.

Da década de 90 ao início deste século XXI, diversificaram-se as modalidades turísticas, acentuadamente com o crescimento do chamado turismo alternativo, voltado para a natureza. Também o turista tornou-se mais exigente, buscando qualidade em todos os subprodutos que utiliza durante a viagem. Especificamente neste limiar do século XXI, o turismo tem experimentado um processo de crescimento sem precedentes superando, enquanto atividade econômica, setores tradicionais como o petrolífero, automobilístico e eletrônico (OMT, 2009).

De acordo com a OMT, em 2008, 16 milhões a mais de turistas do que em 2007 circularam pelo mundo, representando um crescimento de 2,0% (tabela 01).



Por outro lado, não se pode deixar de considerar a crise financeira que iniciou-se no espaço mundial na segunda metade deste ano, e que refletiu numa retração do setor da ordem de 1%. A Europa e a Ásia foram as regiões mais afetadas, com um decréscimo de 3% em relação aos 10% de crescimento alcançado no ano anterior, e aos 6% atingidos no primeiro semestre de 2008. Por outra parte, a América, a África e a Ásia, apresentaram crescimentos de 1%, 4% e 5% respectivamente, embora menores se comparados com os percentuais do primeiro semestre. Os dados relativos ao transporte aéreo e a ocupação hoteleira neste período também revelam a desaceleração do turismo nas diferentes regiões do planeta (OMT, 2009).

Tabela 01- Circulação de turistas por regiões do mundo- 1990/2008

Região	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Europa	280,6	322,3	392,7	390,8	399,8	401,05	425,6	443,9	458,0	480,1	448,5
Ásia	47,7	85,6	115,3	121,1	131,3	119,1	145,4	156,2	167,1	185,0	188,3
Américas	93,0	108,8	128,0	120,2	114,9	112,4	125,8	133,1	136,3	142,2	147,6
África	15,0	20,0	27,4	28,3	29,1	30,5	33,3	36,7	40,3	44,2	46,9
Oriente	9,7	13,6	24,0	23,6	27,6	30,4	35,9	38,4	40,8	46,4	52,9
Médio											
Mundo	455,9	550,4	687,3	684,1	694,0	702,6	766,0	808,0	842,0	898,0	924,0

Fonte: Organização Mundial do Turismo, 2009

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Para 2009, as perspectivas dão conta que, a curto e médio prazo, haverá uma diminuição do fluxo de turistas no mundo, em razão, fundamentalmente, dos rebatimentos, ainda, da crise econômica iniciada em 2008, como também das pandemias que têm afetado o mundo, especialmente a gripe H1N1, que ficou popularmente conhecida como gripe suína, cujo alastramento rápido por diferentes regiões do planeta, fez com que as pessoas cancelassem ou mesmo adiassem suas viagens. A OMT prevê, assim, uma estagnação ou mesmo ligeira diminuição do turismo internacional durante o ano. A América e a Europa deverão ser as regiões mais afetadas em termos dos resultados globais do turismo, enquanto que a Ásia, a África e o Oriente Médio deverão alcançar resultados positivos, embora menores que os atingidos nos últimos anos.

Apesar deste quadro, as projeções da OMT para 2014 são otimistas e demonstram o peso da atividade turística na economia mundial. Assim, estimam que no ano em questão: o mercado de viagens e turismo responda por 10,9% do produto interno bruto mundial; sua produção bruta equivalha a U\$\$ 6,9 trilhões; os gastos governamentais e os investimentos de capital sejam, respectivamente, da ordem de

4,1% e 9,9%; o mercado turístico empregue 8,6% da força de trabalho global, com um contingente de 259,9 milhões de pessoas trabalhando em atividades turísticas, o que representa uma para cada 11,6 empregadas.

Para Dias (2005), este turismo do século XXI pode ser classificado como pós-moderno, amparado basicamente no aumento do tempo livre das pessoas, decorrente do aumento da capacidade dos instrumentos produtivos disponíveis que, ao multiplicar sua capacidade de produção, reduz as horas de trabalho. Para o autor, esta fase do turismo mundial deverá diferenciar-se do que tem sido até agora, uma vez que

o turismo de massas tenderá a crescer, os pacotes turísticos tradicionais – de sol e praia, em particular – continuarão a envolver uma parcela significativa das iniciativas do setor. No entanto, deverá haver um aumento da heterogeneidade e diferenciação no meio dos turistas, com a predominância de um consumidor melhor informado e mais exigente, que demandará experiências turísticas de melhor qualidade. (2005, p. 164)

Algumas tendências do crescimento turístico são também descritas por Dias (2005), levando em consideração o perfil do turista, sendo as principais: o aumento da preocupação com o meio ambiente, a duração das viagens que deverão ser mais curtas, porém mais freqüentes, a predisposição dos turistas para realizar atividades físicas durante as viagens, o que deverá fazer com que atividades desportivas e recreativas sejam diferenciais dos destinos turísticos, o aumento da exigência do turista quanto à relação qualidade – preço dos serviços turísticos, e o aumento da população idosa, que delinea exigências bastante específicas para o mercado turístico.

Com efeito, embora apresentando momentos de recessão, a atividade turística tem se constituído em fator que dinamiza economias e (re) ordena diferentes espaços. Por esta razão, em diferentes regiões do planeta, lugares têm buscado se transformar em lugares turísticos, processo complexo, que assume contornos diferenciados a depender do contexto socioespacial no qual está envolvido. O Brasil também é parte deste cenário, e para implementação do turismo em seu território, enfrenta questões comparáveis à sua dimensão continental.

## 2.2 A ATIVIDADE TURÍSTICA NO BRASIL E AS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O SETOR

No Brasil, o turismo experimentou um crescimento célere na década de 1990, ganhando cada vez mais importância como uma atividade econômica. Amparado em seu vasto e diversificado conjunto de recursos naturais, históricos e culturais, o país tem implementado ações de desenvolvimento turístico na busca de consolidar-se como destino no cenário turístico mundial.

Em várias regiões e muitos municípios brasileiros, a atividade turística tem sido inserida no setor econômico, na expectativa de incrementar seus orçamentos e gerar melhorias na qualidade de vida das comunidades, principalmente através da geração de empregos, renda e capitalização de divisas.

Assim, tem havido grandes investimentos, tanto públicos quanto privados, em programas e ações de desenvolvimento turístico e em marketing, apresentando as belezas e riquezas do país. Todavia, apesar de todo este esforço realizado na última década para o crescimento do turismo, o Brasil ainda não ocupa um lugar de destaque no mercado internacional de destinos. Cerca de 6,4 milhões de turistas estrangeiros visitaram o país em 2008, contra 153 milhões de turistas em todo o continente. Deste modo, o Brasil é responsável por 4,21% do total de deslocamentos internacionais nas Américas e apenas 0,62% do fluxo global (Ministério do Turismo, 2009).

No âmbito interno, mesmo com ações sendo implementadas nos níveis das três esferas governamentais conjuntamente com os demais agentes ligados ao turismo, principalmente os do setor privado, o turismo doméstico enfrenta gargalos ao seu crescimento. Além das acentuadas diferenças socioeconômicas, culturais e mesmo ambientais entre as regiões brasileiras, também é possível identificar uma grande variação no que diz respeito aos aspectos estruturais e conjunturais que afetam o turismo em uma mesma região. Este é o caso da região Nordeste, com expressivo fluxo receptivo, e grandes diferenças entre os estados que a compõem, mas que no âmbito das políticas públicas de turismo é considerada a partir de uma certa homogeneidade enquanto região, que não traduz, de fato, a realidade de seus estados. Isto ocorre não só em termos de região administrativa, mas de resto nas diferentes configurações resultantes do zoneamento turístico do território brasileiro – pólos, zonas, complexos, etc.

A desconsideração de que estas diversidades geram produtos turísticos diferenciados, do que decorrem rebatimentos territoriais também diferenciados quanto à forma e ao conteúdo da atividade turística, tem limitado o país no alcance de avanços significativos no crescimento do turismo.

Dito de outro modo, esta perspectiva institucional tem sido um dos mais expressivos impeditivos da potencialização da competitividade dos destinos turísticos do Brasil. Esta competitividade deriva da condição de atratividade turística, que por sua vez, é gerada pelas vantagens específicas de cada lugar- as vantagens comparativas, agregadas de fatores que tornem o destino atraente para o turista, como qualidade de atendimento e dos serviços- as vantagens competitivas.

A Organização Mundial do Turismo (OMT), assim entende as vantagens comparativas e as competitivas:

As vantagens comparativas vêm por fatores próprios do destino turístico, que possibilitaram seu nascimento e sua expansão. Entre eles cabe destacar os recursos naturais (praias, montanhas, clima, etc.), as condições socioeconômicas (disponibilidade de mão-de-obra, etc.), as políticas utilizadas para melhorar o setor (como, por exemplo, a desvalorização da moeda). Trata-se, pois, daqueles elementos que condicionam a situação de partida, que constituem o núcleo do paradigma de desenvolvimento turístico predominante até o momento. As vantagens competitivas, no entanto, vêm determinadas por aqueles elementos incorporados (valor acrescentado) ao destino turístico. A educação e a formação específicas para a atividade turística, uma melhora dos canais e meios de informações do destino, o esforço permanente por introduzir inovações, etc, são as grandes linhas de atuação, que permitem melhorar a competitividade no momento atual. (2001, p. 189)

Um dos sustentáculos da transformação das vantagens comparativas em competitivas é a cadeia produtiva. Quando esta cadeia existe, é bem estruturada, coesa, já representa uma condição bastante favorável para que os atrativos genuínos passem a figurar como atrativos turísticos de grande alcance. Para Tinard (1996), a cadeia produtiva do turismo é conformada pelos quatro elementos que viabilizam o período de permanência do turista em um determinado núcleo receptor: transporte, alojamento, alimentação e animação. No processo de obtenção da vantagem competitiva e organização da cadeia produtiva, defende a OMT que é de expressiva importância a ação governamental: “ O setor público tem um importante papel nesse processo, tanto pela capacidade que tem na hora de coordenar o mercado, quanto por sua função no provimento dos bens públicos que são uma parte substancial da atividade turística” (2001, p. 190).

No contexto das ações governamentais no Brasil, políticas públicas específicas para o turismo têm sido implementadas pelo governo federal, acentuadamente a partir da década de 90, em função da conjugação de fatores como “o crescimento significativo econômico do setor de serviços no mundo e, inserido neste, o turismo; a chamada potencialidade natural turística do país; a disponibilização de capitais estrangeiros para financiamento de projetos e os posicionamentos público e privado favoráveis ao desenvolvimento da atividade” (CRUZ, 2002, p. 10). Tais políticas têm como eixo norteador a crença de que o turismo é uma das principais atividades econômicas e sociais capaz de gerar emprego e renda, mas que, no entanto, para sua concretização, necessita de um planejamento racional e tecnicamente elaborado, ou seja, existe a necessidade de se ordenar o desenvolvimento da atividade. Sob este propósito é que têm sido configuradas políticas públicas para o turismo no país.

Segundo Cruz (2002, p. 40) “uma política de turismo pode ser entendida como um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território”. No Brasil, a criação da Empresa Brasileira de Turismo – Embratur, no ano de 1966, pode ser considerado o marco da intervenção governamental nas ações de atividade turística, isto é, o início de uma política de turismo. Em seu caput, a Embratur define a Política Nacional de Turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo. Contudo, segundo Cruz (2002), o fato de a primeira Política Nacional de Turismo ser lançada somente em 1966, não significa que não tenha havido anteriormente outras políticas federais para a atividade.

Por ter sido criada apenas dois anos após o golpe militar, a Embratur foi vinculada por muitos estudiosos e pesquisadores do turismo ao objetivo de desviar a atenção, intencionalmente, dos graves problemas sociais do país, e como menciona Santos Filho (2004), passar a idéia de país dos trópicos e núcleo mundial do pecado capital. Todavia, nos anos seguintes, foi notória a influência do órgão no desenvolvimento turístico nacional, apesar de se tratar de um modelo descentralizado de estrutura de entidade oficial de turismo (BENI, 2007).

Promover e divulgar as atividades ligadas ao turismo, com caráter executivo, foi a principal atribuição da Embratur, cuja divulgação da imagem do país no exterior

– uma de suas responsabilidades – foi fortemente controlada pelo governo. Este controle, inclusive, estendeu-se a toda e qualquer atividade relativa ao turismo, que para poder atuar de forma legal, deveria ser obrigatoriamente registrada, autorizada e fiscalizada pela Embratur.

Esta foi a forma de atuação da Embratur até o fim da ditadura militar, na década de 1980, quando o processo de abertura política provocou mudanças radicais no turismo brasileiro e por extensão nos seus mecanismos políticos. Neste período, a Embratur passou de empresa para autarquia, houve uma reformulação geral do seu corpo técnico e foi transferida do Rio de Janeiro para Brasília. Como não havia mais a obrigatoriedade de submeter o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos à Embratur, esta distanciou-se expressivamente do *trade* e da atividade turística como um todo, enfraquecendo o seu poder de atuação e de influência (SANTOS FILHO, 2004).

Neste contexto de liberalismo das ações relativas ao turismo, gerou-se uma panacéia, em que não havia um direcionamento formal para a atividade turística no país, até que é lançado pelo governo federal, na gestão de Fernando Collor de Mello, a Política Nacional de Turismo, no ano de 1992, sob a égide de promover o turismo como forma de valorização e preservação do patrimônio natural e cultural do país e também como forma de redução das disparidades socioeconômicas regionais, por meio do crescimento da oferta de emprego e melhor distribuição de renda.

Em 1994, tendo por base a premissa de que o turismo ocorre efetivamente nos destinos, isto é, nos municípios, e que são os municípios os verdadeiros conhecedores das potencialidades do território onde residem – idéia proposta pela Organização Mundial do Turismo – o governo federal lançou o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), repassando, assim, as diretrizes de desenvolvimento turístico diretamente às prefeituras, baseando-se na participação comunitária e na formação de conselhos. Segundo a Embratur, a implementação do programa visou descentralizar as ações do turismo por meio da municipalização e

fortalecer o Poder Público Municipal para que, em conjunto com as instituições privadas e os representantes da comunidade, assumisse a co-responsabilidade e fosse partícipe da definição e da gestão das políticas, dos programas e das ações locais voltadas para o desenvolvimento do turismo sustentável (1999).

Esta intenção de transferir às instâncias locais a responsabilidade de discutir, planejar e executar as ações que até então eram de competência das esferas federais e estaduais, não foi exclusiva do setor de turismo e sim, uma estratégia de gestão que atingiu outros setores como saúde, educação e transportes. Foi chamado este processo de municipalização.

Ao longo dos oito anos de vigência oficial do PNMT, engajaram-se no processo 1.400 municípios e foram capacitados 28 mil agentes locais (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004). Todavia, duas questões, basicamente, representaram entraves à efetiva execução dos planos municipais de desenvolvimento turístico: primeiro que as volumosas fatias de recursos financeiros foram direcionadas aos grandes destinos receptores de turistas do país, para onde se dirigiram as grandes empresas e grupos corporativos do setor, deixando de fora os pequenos municípios, que depositaram no turismo a expectativa de promoção de suas reativações quanto ao setor turístico, com mínimas chances de transformá-las em realidade; segundo, que faltava aos municípios recursos humanos e técnicos para trabalhar o planejamento turístico adequadamente, o que truncava o andamento das ações, impossibilitando que fossem efetivadas.

Por outro lado, é inegável que a grande mobilização para a questão do turismo, gerada a partir do PNMT, é seu grande mérito, que poderia ser maximizada se, de fato, houvesse resultados concretos para as comunidades locais. De todo modo, não se pode deixar de considerar que este programa estendeu para além dos âmbitos governamental e acadêmico a discussão sobre o turismo e suas potencialidades para o desenvolvimento.

Ao final do governo FHC, em 2002, o então Ministério de Esportes e Turismo elaborou uma proposta de diretrizes para uma Política Nacional de Turismo para o novo milênio, intencionando deixar uma clara sinalização para os futuros governos. Entregue ao governo de transição em 2002 (governo Lula), o documento apontava as três prioridades que deveriam ser atendidas: o aprofundamento e realinhamento das ações voltadas à municipalização do turismo, de forma a organizar, formatar e fomentar o desenvolvimento do turismo sustentável; a adoção de uma estratégia de marketing agressiva, visando à ampla divulgação de nossos produtos e destinos turísticos; e criar um ambiente para a geração de empregos, redução das desigualdades regionais e inclusão social dos excluídos (CARVALHO, 2006).

Em janeiro de 2003, o governo Lula criou o Ministério do Turismo e em abril do mesmo ano foi lançado o Plano Nacional de Turismo 2003 – 2007. Conforme o discurso oficial, o objetivo principal deste Plano foi desenvolver o turismo no Brasil como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e de divisas e na ampla contribuição para solucionar os problemas brasileiros de desigualdade social e má distribuição de renda. Há que se considerar este um objetivo bastante audacioso, na medida em que atingi-lo exige mudanças estruturais que extrapolam o âmbito de uma política setorial como a de turismo que, sobretudo, não possui ascendência sobre outras áreas.

Como instrumento de execução desta política, foi lançado o programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, como uma nova proposta de gestão do turismo de forma descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões. Propõe transformar a ação centrada na unidade municipal em uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar o processo de desenvolvimento local e regional, estadual e nacional de forma articulada e compartilhada (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004). Destas premissas, resultou a demarcação do território nacional em regiões turísticas com vocações próximas, visando, justamente, descentralizar o turismo no país para maximizar a exploração dessa atividade em cada região, direcionando os investimentos no setor de acordo com as peculiaridades regionais. Assim, este modelo de gestão apóia-se na regionalização do turismo, incorporando a noção de territórios e de arranjos produtivos.

Quando comparada à municipalização – estratégia central de gestão turística do PNMT – a regionalização apresenta diferenças substanciais. Para Silveira, Paixão e Cobos (2006, p. 13), basicamente, “enquanto a primeira restringia o processo político a um núcleo organizado em termos político-administrativos, o êxito da política de regionalização ainda depende da criação e do bom andamento de arranjos locais e regionais que gerem capacidade gerencial numa nova esfera que não dispõe de representantes tradicionais.” Para além desta diferença, o processo de regionalização proposto tem sido alvo de compreensões diversas, o que para muitos pesquisadores tem sido um gargalo à efetivação do programa. Para Beni (2007), o mercado de turismo, por exemplo, não corresponde à intenção do governo com a regionalização, posto que o que tem sido visto com frequência são cenários



de roteirização regionalizada em vez de regionalização sustentável do turismo, este sim, para o autor, o alvo e a meta do Governo Federal.

Uma breve análise das ações e propostas empreendidas no plano prático do setor de turismo do Brasil, deixa transparecer que a distinção entre roteirização regionalizada e regionalização sustentável, como proposta por Beni (2007), não tem, de fato, sido considerada, uma vez que tem prevalecido a primeira como se fosse a concretização da segunda forma. Isto implica em desvios e distorções operacionais nos territórios, que por vezes têm impedido o efetivo desenvolvimento.

Assim, é notória a necessidade de definir regionalização e roteirização no âmbito do turismo. Regionalização, enquanto conceito geográfico, “é uma estratégia geopolítica de compartimentar espaços para trabalhá-lo em porções menores e alcançar objetivos mais imediatos e localizados” (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 30). Em consonância com esta perspectiva geográfica, o Ministério de Turismo (2004), define região turística como o espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território, delimitado para fins de planejamento e gestão. Roteiro turístico, para o MTUR, é o itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística. Coriolano e Silva (2005) entendem que roteiros turísticos são interligações de núcleos turísticos, possibilitando o acesso e a exploração de forma integrada.

Estas conceituações evidenciam que a roteirização deve ser considerada um instrumento ou uma das formas para se trabalhar a regionalização. A grande questão é que vêm sendo implementados no país roteiros turísticos desprovidos de uma abordagem regional. São vários exemplos de estados, cada um do seu jeito e à maneira, que simplesmente estabeleceram roteiros – entendidos apenas como itinerários, percursos – sem haver uma abordagem territorial que supere a visão setorial, segmentada, unidimensional. Pelo contrário, a roteirização geralmente tem focado as partes do território que prestam à atividade turística, centrado no setor de turismo, isoladamente, sem relacioná-lo com os demais, enfim, sem buscar, de fato, alternativas para uma integração regional. Dito de outro modo, a roteirização tem sido desfocada de uma abordagem territorial do desenvolvimento regional, que é, justamente, uma das premissas básicas do programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

Além desta multiplicidade de compreensões quanto ao que é regionalizar e o que é roteirizar o turismo, amparada principalmente no distanciamento entre o discurso do Programa Roteiros do Brasil e as ações daí concretizadas no território nacional, algumas outras características contraditórias do Programa são apontadas por estudiosos do turismo. Endres, em sua abordagem, afirma que, embora pregue a descentralização, o Programa

retém para si a direção e o controle da implementação do programa, seja ao nível federal, estadual ou municipal (...) Embora conte com órgãos nos três níveis de poder que não possuem uma hierarquia política-administrativa entre si, a implementação do programa depende da subordinação dos órgãos às decisões estabelecidas nos níveis federal e estadual. O programa só se viabiliza com sujeição dos organismos hierarquicamente inferiores as normas da Embratur. (2002, p. 180)

Destarte, o Programa propôs possibilitar a interiorização do turismo no país. Com esta mesma perspectiva, foi lançado em julho de 2006 o Documento Referencial Turismo no Brasil 2007/2010, que deu as bases para o lançamento, em junho de 2007, do Plano Nacional de Turismo 2007/2010. Este Plano, não apresentou nenhuma reformulação em relação ao anterior, podendo ser considerado apenas um seu prolongamento. A partir daqui este passou a fazer parte de uma estratégia governamental mais ampla, o Programa de Aceleração do Crescimento, cujos programas componentes e metas principais estão expostos, respectivamente, no quadro 02 e na tabela 02.

Quadro 02 Programas do Plano Nacional de Turismo – 2007/2010

(continua)

Macroprograma	Objetivo	Ações e Programas
<b>Planejamento e Gestão</b>	Articular os diversos setores públicos e privados, no sentido de compartilhar e agilizar soluções, eliminar entraves burocráticos e facilitar a participação de todos os envolvidos no processo de crescimento do setor.	Implementação de descentralização da Política Nacional de Turismo. Avaliação e monitoramento do PNT. Relações internacionais.
<b>Informações e Estudos Turísticos</b>	Estruturar os destinos da ótica da oferta e da demanda, avaliar impactos socioeconômicos, culturais e ambientais da atividade e auxiliar na tomada de decisões, criando condições para o fortalecimento da sustentabilidade do setor.	Sistema de informações do turismo. Programa de competitividade do turismo brasileiro.
<b>Logística de Transportes</b>	Implementar estratégias relativas à logística de transportes, por meio da integração dos diversos modais de condução do país, ampliando a oferta de vôos domésticos, com o objetivo de fortalecer em presas nacionais, além de ampliar a conectividade aérea internacional.	Programa de Ampliação da Malha Aérea Nacional. Programa de Integração da América do Sul. Programa de Integração Modal das Regiões.

(conclusão)

Macroprograma	Objetivo	Ações e Programas
<b>Regionalização do turismo</b>	Definir as regiões turísticas como estratégicas na organização do turismo para fins de planejamento e gestão	Programa de Planejamento e gestão da Regionalização. Programa de estruturação dos seguimentos turísticos. Programa de estruturação da produção associada ao turismo. Programa de Apoio ao desenvolvimento Regional do Turismo – PRODETUR.
<b>Qualificação dos equipamentos e serviços turísticos</b>	Promover a qualidade dos produtos turísticos no Brasil, sistematizando a conjunto de morenas e incentivando a certificação e qualificação referente à prestação de serviços e equipamentos turísticos.	Programa de Normalização do Turismo. Programa de Certificação do Turismo. Programa de Qualificação Profissional.
<b>Promoção e Apoio à Comercialização</b>	Fomentar o mercado interno e externo, promovendo um número maior de produtos de qualidade e fortalecendo o segmento.	Programa de Promoção Nacional de Turismo brasileiro. Programa de Apoio à Comercialização Nacional /Internacional. Salão do Turismo - Roteiros do Brasil. Vai Brasil. Viaja Mais Melhor Idade Brasil
<b>Fomento à iniciativa privada</b>	Promover investimentos nacionais e internacionais e o incentivo á oferta de instrumentos de credito e financiamento	Programa de Atração de Investimentos. Programa de financiamento para o turismo.
<b>Infra-estrutura pública</b>	Desenvolver o turismo provendo os municípios de infra-estrutura adequada para a expansão da atividade e a melhoria dos produtos e serviços ofertados.	Programa de Apoio a Infra-estrutura turística. Articulação interministerial para infra-estrutura de apoio ao turismo.
<b>Turismo Sustentável e Infância</b>	Sensibilizar os agentes que integram a cadeia produtiva do turismo no sentido de contribuir para a proteção de crianças e adolescentes contra a exploração sexual no turismo.	Não há programas específicos, mas o apoio a todos os agentes que lidam com o turismo e combatem a exploração sexual.

Fonte: Ministério do Turismo do Brasil, 2009.

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro

Tabela 02 – Metas do Plano Nacional de Turismo 2007/2010

META	QUANTIFICAÇÃO			
	2007	2008	2009	2010
Promover a realização de 217 milhões de viagens no mercado interno	163 milhões	179 milhões	197 milhões	217 milhões
Gerar 1,7 milhão de novos empregos e ocupações	335 mil	400 mil	449 mil	516 mil
Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional	-	15	30	65
Gerar 7,7 bilhões de dólares em divisas	5,1 bilhões	5,8 bilhões	6,7 bilhões	7,7 bilhões

Fonte dos dados: Ministério do Turismo, 2007

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

O alcance desta Política Nacional de Turismo implementada desde o ano de 1996 e reafirmada para o período 2007-2010, é motivo de controvérsia. Em primeira instância, há que se considerar que as metas estabelecidas são superdimensionadas, principalmente para serem atingidas num período de tempo tão curto, e levando-se em conta as ações anteriormente propostas, em que muito pouco foi concretizado no âmbito territorial nacional. Não há uma avaliação oficial deste Plano, mas foi possível verificar, a partir do entrecruzamento de dados dispersos sobre a realização de viagens no mercado interno, emprego e renda gerados pelo turismo, destinos turísticos estruturados e divisas geradas, que já quase finalizando o ano de 2009- portanto restando pouco mais de um ano para expirar o prazo do referido plano- nenhuma das quatro metas atingiu, sequer, metade do estabelecido.

É uma incógnita a possibilidade de concretizar nos poucos mais de doze meses que restam de vigência do PNT, as metas traçadas. Isto faz pensar que vai acontecer o que é recorrente em termos de políticas públicas de turismo no Brasil: a não concretização de muitas das ações previstas e as passagens para novos planos sem que os anteriores tenham sido implementados.

Para o Estado, a efetiva materialização desta política no território brasileiro tem sido lenta em razão de que a descentralização do planejamento e das ações, cerne da proposta, não tem sido bem conduzida nos municípios, neste caso, os destinos turísticos. Por esta razão, alega o governo, é que não tem sido contemplada, de fato, a superação das desigualdades regionais, objetivo primordial da Política Nacional de Turismo.

Para parte dos estudiosos da questão do turismo no país, esta política trabalha superficialmente a regionalização, posto que não considera outros setores fundamentais ao desenvolvimento do turismo e, principalmente, a dinâmica territorial que caracteriza e diferencia uma determinada região. De acordo com Cruz (2002, p. 60), o turismo não tem capacidade de eliminar as desigualdades regionais do Brasil, posto que “inserido no contexto do modo de produção capitalista e sujeito, portanto, às suas contradições, o turismo não poderia, isoladamente, contribuir para reduzir as disparidades existentes entre as distintas regiões do país”. Benevides (1994) credita ao modo de crescimento e de acumulação da economia brasileira, a base das disparidades regionais, haja vista que a divisão inter-regional do trabalho e a integração econômica dele decorrentes, concorrem para que as regiões continuem a

ter papéis desiguais na geração e repartição de renda nacional. Portanto, há fragilidade na tentativa de superar tais questões a partir do turismo. De modo também mais amplo, Silva (2006), vê um entrave à política de desenvolvimento regional no Brasil, a qual se integra o turismo, em razão de uma crise do planejamento federal atrelado a questão regional, no qual está ausente uma perspectiva integrada em nível nacional que dê prioridade aos problemas regionais brasileiros, o que se agrava face ao fato de o Brasil ter dimensões continentais e graves problemas econômicos e sociais.

De todo modo, com eficiência e eficácia ou não, os estados brasileiros têm buscado no turismo formas de promoção do desenvolvimento socioeconômico. Sobre uma destas experiências, a que está em curso no estado da Bahia, é que trata o próximo item, com ênfase na configuração de propostas para o recôncavo, região administrativa na qual se insere Maragogipe, área deste estudo.

### 2.3 PLANEJAMENTO E TERRITORIALIZAÇÃO TURÍSTICA DA BAHIA

A partir do ano de 1991, o turismo passou a ser considerado prioritário nas políticas de desenvolvimento do Estado da Bahia. Por esta razão, neste período, foi estabelecido um novo plano estratégico – Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia (Prodetur-BA) – com horizonte de atuação de quatorze anos. Investimentos públicos da ordem de US\$ 2,1 bilhões foram programados, devendo gerar um total de US\$ 4,9 bilhões em investimentos privados para o período de 1991 a 2012 (SECRETARIA DE TURISMO DA BAHIA, 2008).

Previsto para vigor de 1991 a 2005, o Prodetur-BA foi considerada a maior intervenção governamental na área de turismo no Estado. Inclusive é deste programa que deriva o Prodetur-NE, concebido e implementado a partir de 1992, com o fim de promover o desenvolvimento turístico da região Nordeste, com base conceitual análoga e mesma denominação do Prodetur-BA. Contudo, é válido ressaltar que, anteriormente ao ano de 1991, iniciativas estatais já vinham sendo empreendidas para consolidar o desenvolvimento do turismo baiano, conforme se observa no quadro 03 .

Quadro 03 - Marcos da atuação governamental estadual no turismo da Bahia – 1953 a 2008

(continua)

PERÍODO	ACONTECIMENTOS
1953-1964	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Criação do Conselho de Turismo de Salvador</li> <li>* Transformação da Secção de Turismo da Diretoria do Arquivo e Divulgação (primeiro órgão municipal de turismo) em Diretoria Municipal de Turismo</li> <li>* Elaboração de Plano Municipal de Turismo</li> <li>* Instituição da Superintendência de Turismo da Cidade do Salvador (SUTURSA)</li> </ul>
1966-1968	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Criação da Secretaria de Assuntos Municipais, à qual se vinculava um Departamento de Turismo</li> <li>* Criação da Bahiatursa, denominada de Hotéis de Turismo do Estado da Bahia, com a finalidade de construção, ampliação e administração de hotéis e pousadas, vinculada à Secretaria dos Assuntos Municipais e Serviços</li> </ul>
1971-1973	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Remanejamento da Bahiatursa para a Secretaria da Indústria e Comércio, passando a exercer funções de órgãos executivos da política de turismo do Estado</li> <li>* Início da prática de planejamento do turismo na Bahia</li> <li>* Elaboração do Plano de Turismo do Recôncavo, primeira estratégia traçada para promover o desenvolvimento turístico na Bahia, pela CONDER (Conselho de Desenvolvimento do Recôncavo)</li> <li>* Instituição na Secretaria da Indústria e Comércio do Conselho Estadual de Turismo e da Coordenação de Fomento ao Turismo (CFT)</li> <li>* Elaboração dos planos de desenvolvimento da Baía de Todos os Santos, da orla de Salvador, Ilhéus e Porto Seguro</li> <li>* Implantação de um programa de pesquisas, de um sistema de estatísticas gerenciais de turismo e do Inventário do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia</li> <li>* Criação de uma lei estadual de classificação dos hotéis</li> <li>* Alteração da razão social da Bahiatursa, passando a denominar-se Empresa de Turismo da Bahia, S.A.</li> </ul>
1976-1978	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Convênio firmado entre a Bahiatursa e a Embratel, resultando na criação de uma subsidiária, a Empreendimentos Turísticos da Bahia S.A (EMTUR), para construção e administração de hotéis e pousadas em áreas prioritárias para o desenvolvimento do turismo no Estado</li> <li>* Instituição, no âmbito da Secretaria da Indústria e Comércio, da Empresa Bahia Convenções S.A (CONBAHIA), para planejar, construir, comercializar e administrar o Centro de Convenções da Bahia</li> <li>* A Bahiatursa firma convênio com o Banco de Desenvolvimento do Estado da Bahia (DESENBANCO), com a finalidade de dar suporte ao setor privado para investimentos na atividade turística</li> </ul>
1979-1988	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Reestruturação do Sistema Estadual de Turismo, em que a Bahiatursa assume as funções do Conselho Estadual de Turismo e da Coordenação de Fomento ao Turismo (ambos extintos)</li> <li>* A Bahiatursa centraliza o comando da EMTUR e da CONBAHIA</li> <li>* Elaboração da segunda estratégia para o desenvolvimento turístico no Estado, denominada Caminhos da Bahia</li> </ul>
1989	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Extinção da EMTUR e CONBAHIA</li> <li>* Bahiatursa assume o comando único do turismo no Estado</li> <li>* Criação do programa Pró-Turismo, destinado a financiar empreendimentos privados nas áreas turísticas prioritárias</li> </ul>

(conclusão)

PERÍODO	ACONTECIMENTOS
1991-2002	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Instituição do Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia (PRODETUR-BA)</li> <li>* Criação da Secretaria da Cultura e Turismo do Estado (SCT)</li> <li>* Integração do PRODETUR-BA ao PRODETUR-NE</li> <li>* Criação das sete Zonas Turísticas do Estado da Bahia</li> </ul>
2003-2008	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Criação da Superintendência de Investimentos em Pólos Turísticos (SUINVEST), Unidade Executora Estadual do PRODETUR-BA</li> <li>* Reestruturação da Secretaria de Cultura e Turismo (SCT), com a criação da Secretaria de Turismo, em que além da Bahiatura, outros órgãos passam a integrar o Programa de Desenvolvimento Turístico do Estado: IPAC, FUNCEB, Fundação Pedro Calmon e IRDEB</li> <li>* Lançamento do programa Estratégias Turísticas da Bahia para o século XXI.</li> <li>* Lançamento do programa de Turismo Étnico.</li> </ul>

Fonte dos dados: Estratégia Turística da Bahia para o século XXI, 2005

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Considerado instrumento de um planejamento estratégico abrangente e criterioso, o Prodetur-BA tinha quatro pontos de ancoragem principais: construção de infra-estrutura básica nas áreas turísticas do Estado; incentivo ao setor privado para a implementação de equipamentos e serviços turísticos; capacitação dos serviços públicos que dão suporte a atividade; qualificação dos recursos humanos e a promoção turística, a partir de um arrojado plano de marketing.

Deste modo, é arquitetada a nova geografia turística do Estado, tendo por base promover uma descentralização da atividade, levando-a a outros municípios baianos, para além da capital. Tendo por conta a dimensão territorial da Bahia (567.000 km<sup>2</sup>) e seu extenso litoral (1.100 km), foram criadas no âmbito do Prodetur-BA sete zonas turísticas prioritárias, denominadas conforme seus aspectos histórico-culturais, socioeconômicos, fisiográficos e ambientais mais característicos. Para definição dos municípios componentes de cada zona turística, o planejamento governamental considerou a atratividade natural e cultural (efetiva e potencial) presente em cada território municipal, priorizando àqueles indispensáveis à formação de destinos turísticos integrados, calcado na lógica de integrar municípios de menor atividade turística e fluxo sazonal, com àqueles considerados âncoras, com fluxo regular, já consolidados, de forma a possibilitar a distribuição equitativa dos benefícios gerados pelo turismo. Assim, tem-se: Baía de Todos os Santos, Costa dos Coqueiros, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Costa do Descobrimento, Costa das Baleias e Chapada Diamantina.

Como resultado deste zoneamento turístico, o Estado teve/tem a expectativa de gerar desenvolvimento em todo território baiano, apostando não só na carga de investimentos públicos, mas principalmente na capacidade do Estado de atrair investimentos. Contudo, a carga de investimentos anunciada apresenta uma série de elementos controversos, especialmente porque, embora o PRODETUR tenha sido estruturado em duas fases (1991-2005 e 2005-2020), os dados oficiais são sempre apresentados com caráter global, que atingem de 1991 a 2020, havendo uma mistura entre o concluído e o projetado, que, inclusive, gera descompassos quanto aos valores declarados.

Nesta primeira fase, conforme o discurso governamental, a Bahia teve US\$ 140 milhões financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, chegando os investimentos a cerca de US\$ 250 milhões com a contrapartida local, distribuídos em diferentes setores e nas zonas turísticas (SETUR/BA, 2008), conforme se vê nas figuras que seguem (04 e 05).

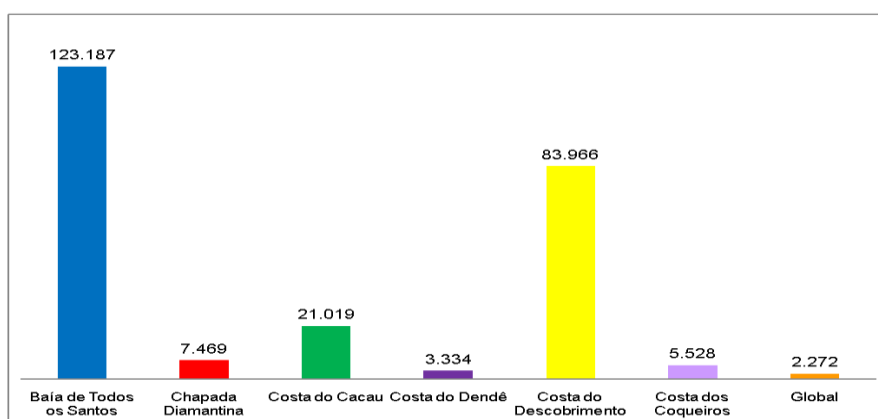


Figura 04 - Investimentos públicos por zona turística- Prodetur/BA 1991-2005 (US\$ mil)

Fonte: Setur/BA, 2005

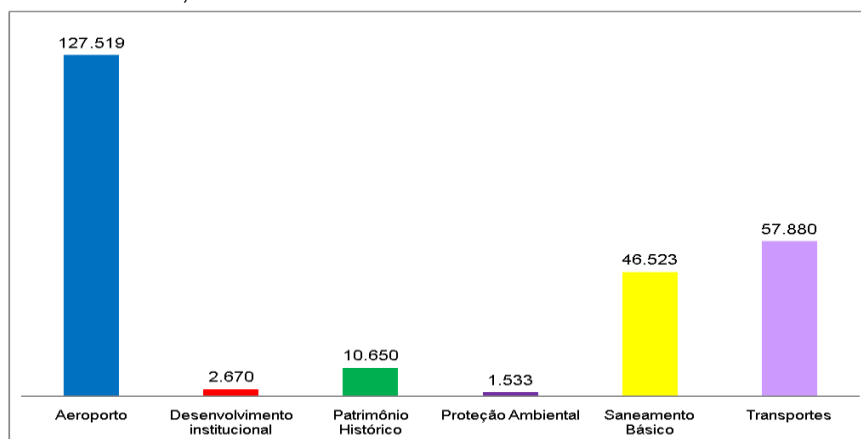


Figura 05 - Investimentos públicos por setor - Prodetur/BA 1991-2005 (US\$ mil)

Fonte: Setur/BA, 2005



Contudo, ao analisar a perspectiva de investimentos estimada pelo Estado num montante aproximado de US\$ 3,3 bilhões, o volume de investimentos públicos e de US\$ 7,7 bilhões, o de investimentos privados aplicados e previstos nas zonas turísticas do Estado no período 1991/2020 (SETUR/BA, 2008), distribuídos conforme revelam as figuras 06 e 07, verifica-se um fosso entre as declarações.

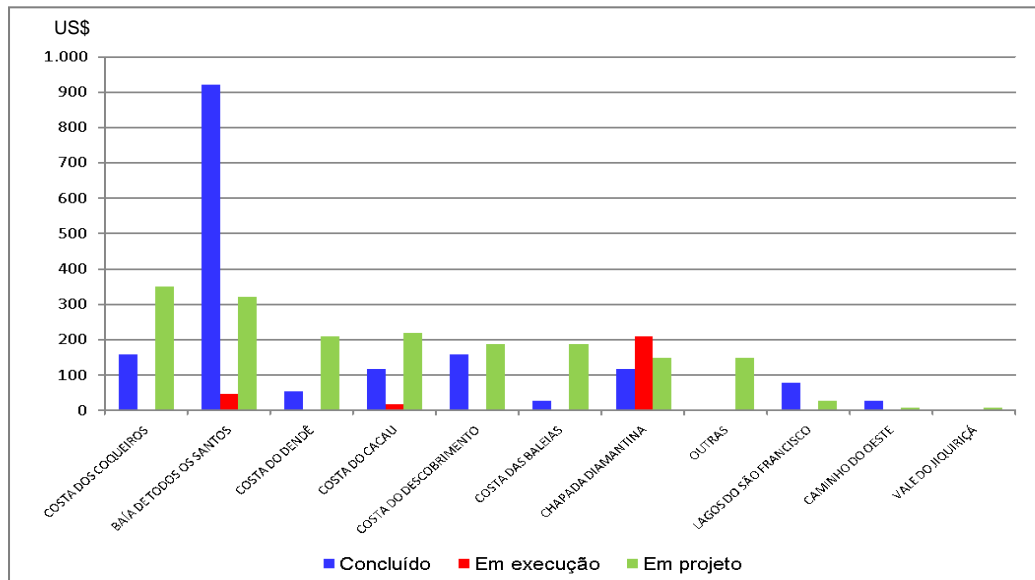


Figura 06- Investimentos públicos por zona turística da Bahia (1991-2020)  
Fonte: Setur/Ba, 2005

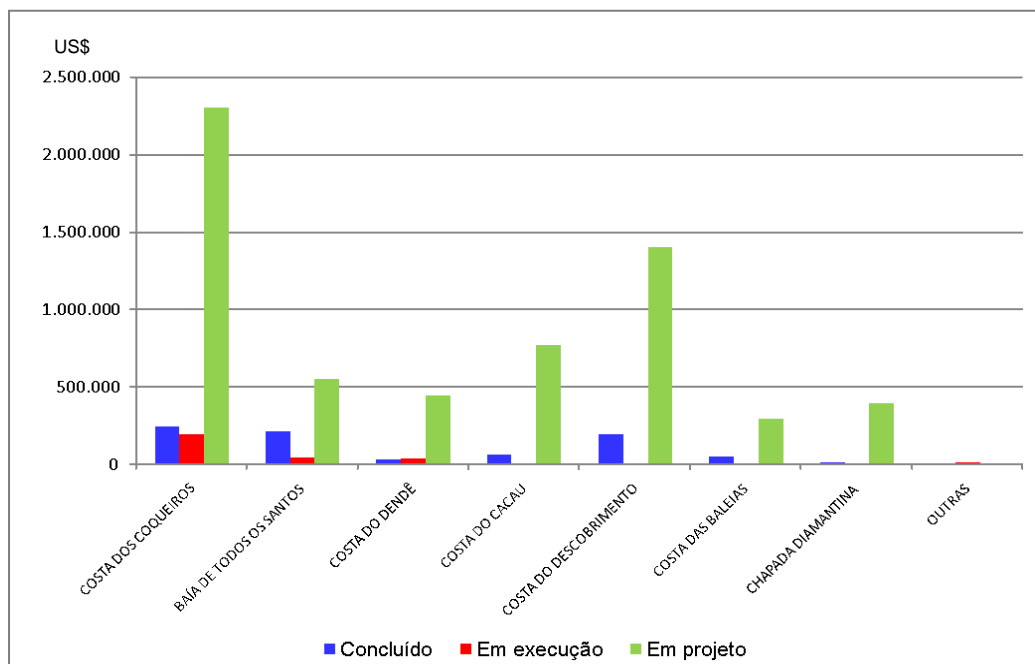


Figura 07- Investimentos privados por zona turística da Bahia (1991-2020)  
Fonte: Setur/Ba, 2005

Primeiro que, numa avaliação mais atenta, fica demonstrada nas figuras 04 e 05 a distribuição dos investimentos num total aproximado de US\$ 250 milhões, no entanto, a figura 06 revela que, dos US\$ 3,3 bilhões previstos para todo o período, US\$ 1,6 bilhão foi concluído nesta primeira etapa. Não há uma explicação que dê conta desta diferença de montantes.

Segundo, em relação aos investimentos privados, a partir da análise das figuras, foi possível verificar que, nos primeiros quatorze anos do Programa foram concluídos pouco mais de US\$ 1 bilhão, dos US\$ 7,7 bilhões previstos. Assim, restam mais de US\$ 6 bilhões para serem executados no período subsequente. Isto faz pensar porque uma parcela tão pequena do total previsto foi concluída na primeira fase, e também se na segunda fase- de duração similar -o montante que resta será de fato concretizado.

Uma outra questão que emerge nesta análise diz respeito a efetividade dos investimentos, tendo em vista a seguinte situação: dos US\$ 3,3 bilhões de investimentos públicos, foram concluídos até agora 49.4% (cerca de US\$1.658.137), estão em execução 2,5% (85.885), e na perspectiva de projeto estão 48% (aproximadamente US\$ 1.610.273). Isto significa que pouco mais da metade dos investimentos públicos (50.5%) ou estão em andamento ou apenas projetados (o que não é bem definido quanto a ritmo e duração), o que remete a pensar em que medida, de fato, as condições para o desenvolvimento turístico da Bahia estão sendo geradas no âmbito governamental. Aliado a isso, ao analisar a figura 05, percebe-se que a prioridade dos investimentos públicos é dada à condição de acesso (aeroporto e transportes), com outros elementos, como desenvolvimento institucional e proteção ambiental, relegados a patamares mínimos de investimento. Possivelmente, para o Estado, o acesso é um requisito indispensável à formação de destinos turísticos bem sucedidos, e de fato o é, entretanto não basta que o turista tenha condições de chegar ao destino, é preciso, sim, que este destino apresente um conjunto de condições para recebê-lo com o mínimo de qualidade.

Há ainda que se considerar o baixo efeito multiplicador destas ações públicas no âmbito privado, visto que dos US\$ 7,7 bilhões de investimentos previstos para 1991-2020, na primeira fase apenas 13,1% (o que corresponde a aproximadamente US\$ 1.011.721) foram concluídos, enquanto que 83.6% (6.434.884) e 3.3% (254.893), respectivamente, estão em projeto e em execução. Somando-se estes dois últimos, tem-se que quase 87% dos investimentos privados não foram ainda

concretizados. Neste contexto, é questionável a capacidade de atração de investimentos alegada pelo Estado, em vista do pouco que foi materializado pelo setor privado.

Passando ao largo de todas estas questões, para o Governo do Estado, foram muitos e grandiosos os benefícios proporcionados pela atividade turística para a Bahia no período 1991 a 2002, o que desencadeou estímulos para prosseguir com ações, que foram traçadas no Prodetur-BA II. Assim, numa articulação entre a Secretaria da Cultura e Turismo do Estado, a iniciativa privada e representantes da sociedade civil organizada, foi lançada a nova estratégia turística da Bahia para 2003 a 2020, intitulada: Século XXI: consolidação do turismo.

Apoiada nos mesmos princípios que direcionaram o programa em 1991, essa estratégia proposta para o período 2003-2020, tem por objetivo promover o desenvolvimento sustentável da atividade turística no Estado da Bahia, substanciada em cinco macroestratégias:

- a) Estrutura pública: continuar fomentando o desenvolvimento do turismo no Estado, realizando ações nas áreas de planejamento, infra-estrutura básica e acompanhamento.
- b) Gestão municipal: intensificar o apoio à modernização técnico-administrativa das prefeituras nos municípios turísticos, viabilizando um modelo de gestão referenciado nos princípios do desenvolvimento sustentável.
- c) Educação para o turismo: continuar estimulando a participação das comunidades dos núcleos receptores no processo socioeducativo, melhorando suas condições de vida e a qualidade da experiência do turista.
- d) Integração: reforçar a necessidade de integração entre os atores envolvidos com a atividade turística, objetivando a inserção de todos em um projeto comum de desenvolvimento sustentável.
- e) Marketing: deverá ser liderado pelo conjunto de atores da cadeia de valor, orientando o desenvolvimento de estratégias prioritárias e de mix de marketing adequado ao mercado de cada zona turística.

Nesta nova estratégia, novas áreas foram incorporadas, compondo a nova geografia turística do estado: Caminhos do Oeste, Lagos do São Francisco, Vale do Jequiçá e Caminhos do Sertão (figura 08).



Figura 08- Geografia turística do Estado da Bahia, 2008  
 Fonte: SETUR/BA, 2008

Segundo o Secretário de Turismo do Estado, Domingos Leonelli (2008), implementar estas macroestratégias é plenamente possível, basicamente por duas razões: a força econômica da Bahia no contexto do Nordeste e as suas favoráveis condições internas. No primeiro caso, a diversificação da economia baiana, revelada por ser: a) maior pólo petroquímico integrado do Hemisfério Sul; b) terceira maior refinaria de petróleo do país; c) maior complexo automotivo do Nordeste; d) maior pólo de informática, eletrônica e telecomunicações do Nordeste (20% da produção nacional de computadores); e) maior fábrica de insumos para herbicidas do Nordeste; f) produtor de 40% do gás natural da região Nordeste; g) responsável por 30% das exportações nacionais de frutas frescas; h) maior criador de gado bovino e caprino da região Nordeste; i) maior aeroporto do Nordeste (5,1 milhões de passageiros em 2008); j) maior parque hoteleiro do Nordeste (4.300 meios de hospedagem, 81.700 quartos e 293.000 leitos em 2008), justificaria maciços investimentos no turismo do Estado. Quanto às condições internas, as principais apresentadas pelo Secretário para estimular os investimentos na Bahia são: localização estratégica; infra-estrutura eficiente de logística (dois aeroportos

internacionais e malha viária em todo o litoral); grande e diversificado potencial de recursos naturais e energia; oferta local de matérias-primas e *commodities*; suporte tecnológico (universidades e centros de pesquisa); incentivos fiscais; finanças públicas equilibradas; confiabilidade político-administrativa; qualidade de vida e; cultura técnica de turismo consolidada em 40 anos.

Na segunda etapa do programa – Prodetur/NE II – as zonas foram agrupadas para a formação de pólos, ficando com a seguinte configuração: Pólo Salvador e Entorno – englobando as zonas Baía de Todos os Santos e Costa dos Coqueiros; Pólo Litoral Sul – abrangendo a Costa do Dendê e a Costa do Cacau; Pólo do Descobrimento, composto pela Costa do Descobrimento e Costa das Baleias e o Pólo Chapada Diamantina, que engloba os municípios da zona de mesma denominação.

Observando os planejamentos para cada um destes Pólos, configurados nos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável<sup>3</sup>, pode-se perceber diferenças significativas. Tomando como exemplo os investimentos privados em meios de hospedagem, estes meios talvez constituam a maior deficiência estrutural dos pólos, tem-se clareza desta questão, conforme os dados apontados nas tabelas 03 e 04.

---

<sup>3</sup> Os Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, foram elaborados pelo Governo do Estado da Bahia na segunda fase do PRODETUR, sob o propósito de promover a estruturação e o planejamento do turismo em mesorregiões vocacionadas.

Tabela 03 Investimentos privados em meios de hospedagem nos pólos turísticos da Bahia – 2005 a 2008

Empreendimento	Localização	UHs	Abertura	Investimento Estimado (US\$)
Bahia Plaza Hotel Porto Busca-Vida	Costa dos Coqueiros / Camaçari	101	dez-05	12.000.000
Vila Galé Marés	Costa dos Coqueiros / Guarajuba	454	jan-06	28.000.000
Iberostar Bahia (1ª etapa)	Costa dos Coqueiros / Praia do Forte	632	nov-06	80.000.000
Convento do Carmo	Baía de Todos os Santos / Salvador	80	dez-05	8.300.000
Hotel Villa Bahia	Baía de Todos os Santos / Salvador	17	out-06	2.400.000
Web Hotel	Baía de Todos os Santos / Salvador	120	out-06	4.750.000
Trans Oceano Praia Hotel	Costa do Descobrimento / Porto Seguro (Orla Norte)	82	jun-06	1.140.000
Hotel Portal do Mundaí	Costa do Descobrimento / Porto Seguro (Orla Norte)	84	jun-06	1.140.000
Hotel Casa Grande de São Vicente	Costa do Descobrimento / Porto Seguro (Arraial D'Ajuda)	06	jan-07	1.348.000
Stella Maris Resort e Conventions	Baía de Todos os Santos / Salvador	330	jan-08	12.500.000
Catussaba Business	Baía de Todos os Santos / Salvador	133	fev-08	6.500.000
<b>TOTAL</b>		<b>2.039</b>		<b>158.078.000</b>

Fonte: Secretaria de Turismo da Bahia, 2008

Tabela 04 Investimentos do setor privado nos pólos turísticos da Bahia definidos a partir de janeiro de 2007

Empreendimento	Investimento estimado
Ilha de Cajaíba Property Logic - Baía de Todos os Santos	US\$ 650 milhões
Hotel Gran Meliá Guarajuba Meliá Hotéis - Litoral Norte	US\$ 250 milhões
Hotéis em Itacaré e Marauá Grupos Taguaíba e Sanka – Costa do Cacau	US\$ 42,5 milhões
Ilha de Canavieiras Resort Canavieiras - Costa do Cacau	US\$ 30 milhões
Plano Grande Baixio-Mamucabo – Costa dos Coqueiros ÉdePrima! – Litoral Norte	US\$ 398 milhões
Solar dos Azulejos Hilton – Salvador Grupo IMOCOM	US\$ 25 milhões
Itacaré Beach – Itacaré Grupo SVEA – Costa do Cacau	US\$ 30 milhões
<b>TOTAL</b>	<b>US\$ 1,425 bilhão</b>

Fonte: Secretaria de Turismo da Bahia, 2008

Note-se que a única menção de investimentos para a Baía de Todos os Santos restringe-se a Salvador, quando um dos maiores entraves à efetivação desta zona como destino turístico reside na precariedade dos meios de hospedagem de seus municípios. Por outro lado, percebe-se também que os investimentos estão sendo preferencialmente direcionados para os municípios da zona que têm economia produtiva, razoavelmente estruturada, onde vêm sendo instalados complexos hoteleiros e de entretenimento de bandeira internacional. Isto faz pensar em que medida estes investimentos priorizam o efetivo atendimento das zonas como um todo para gerar seu desenvolvimento ou, em primeira instância, têm buscado reforçar a infra-estrutura daqueles municípios que se encaixam no imaginário do turista, principalmente internacional, que tem o nordeste do Brasil, no que se inclui a Bahia, como destino de sol e praia.

Não faz parte do escopo desta investigação uma análise sistemática destas diferenciações, mas recorrer-se-á a elas num plano intra-pólo, ao tratar do Pólo Salvador e Entorno- PDITS, do qual faz parte a zona Baía de Todos os Santos, integrada também pelo município de Maragogipe, área deste estudo, com o objetivo de entender e avaliar a lógica de organização e dinâmica interna deste Pólo.

#### 2.4 A ZONA TURÍSTICA BAÍA DE TODOS OS SANTOS NO PÓLO SALVADOR E ENTORNO: ENTRE O PROJETO E O CONCRETO

Conforme estabelecido no PDITS, este Pólo apresenta como grandes atrativos turísticos os seus aspectos histórico – cultural e natural. Os seus municípios componentes foram alvos de análise governamental sob quatro dimensões: econômica, social, demográfica e ambiental – do que resultou a configuração das condições econômicas e ambientais do Pólo, apresentadas no quadro 03. A capital do estado, Salvador, é destacada como maior atração nas duas categorias: histórico-cultural e natural. A classificação que segue no ranking dos municípios do Pólo por segmento turístico (ver quadro 04) representa, conforme o planejamento turístico governamental, a condição atrativa de cada um dos municípios.

Quadro 04 Condições socioeconômica-ambientais do Pólo Salvador e Entorno

Dimensão Econômica		Dimensão Social		Dimensão Demográfica		Dimensão Ambiental	
Caso-tipo	Municípios	Caso-tipo	Municípios	Caso-tipo	Municípios	Caso-tipo	Municípios
1- Sem oportunidade e sem arrecadação	Cachoeira, São Félix, <b>Maragojipe</b> , Nazaré, Jaguaripe, Salinas da Margarida, Jandaíra e Conde	3- Oportunidade Zero	Jandaíra, Conde, Esplanada, Entre Rios	2- Massa declinante	Jaguaripe	1- Pressão antrópica extremamente alta com degradação urbana e dos recursos hídricos	Santo Amaro e <b>Maragojipe</b>
2- Sem oportunidade e sabendo arrecadar	Itaparica e Esplanada	5- Condições sociais ruins	<b>Maragojipe</b> e Jaguaripe	3- Maioria silenciosa	Santo Amaro, São Félix, Cachoeira, <b>Maragojipe</b> , Nazaré e Mata de São João.	2- Pressão antrópica extremamente alta, reduzindo a degradação urbana e dos recursos hídricos	São Francisco do Conde
3- Economias pouco produtivas com arrecadação precária	Santo Amaro, Saubara e Entre Rios	6- Condições sociais regulares	Cachoeira, São Félix, Santo Amaro, Saubara, São Francisco do Conde	4- Massa crescente	Madre de Deus, Saubara, Salinas da Margarida, Conde e Jandaíra.	3- Pressão antrópica extremamente alta, com coleta de lixo e esgoto	Camaçari
4- Economias pouco produtivas com bom esforço arrecadador	Vera Cruz e Mata de São João	8- Boas condições sociais	Salvador	7- Médios dinâmicos	Camaçari	4- Pressão antrópica muito alta, com degradação urbana e dos recursos hídricos	Cachoeira, Saubara, Jaguaripe, Conde, Mata de São João e Salinas da Margarida
6- Economias com produtividade razoável e boa arrecadação	Lauro de Freitas			8- Médios super dinâmicos	Lauro de Freitas	5- Pressão antrópica muito alta, reduzindo a degradação urbana e dos recursos hídricos	Madre de Deus, São Félix e Lauro de Freitas
8- Economias produtivas com boa arrecadação local	Salvador e Camaçari			10- Município de grande porte e dinâmico	Salvador	6- Pressão antrópica muito alta, com coleta de lixo e esgoto	Salvador, Itaparica e Vera Cruz
9- Economias muito produtivas com boa arrecadação local	São Francisco do Conde					7- Pressão antrópica alta com degradação urbana e dos recursos hídricos	Esplanada e Entre Rios

Fonte dos dados: PDITS – Salvador e Entorno, 2003  
 Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009



Quadro 05 Ranking dos municípios do Pólo Salvador e Entorno por segmento turístico

HISTÓRICO-CULTURAL		MANIFESTAÇÕES CULTURAIS		NATURAL	
Rank	Município	Rank	Município	Rank	Município
1 <sup>a</sup>	Salvador	1 <sup>a</sup>	Salvador	1 <sup>a</sup>	Salvador
2 <sup>a</sup>	Cachoeira	2 <sup>a</sup>	Cachoeira	2 <sup>a</sup>	Camaçari
3 <sup>a</sup>	Nazaré	3 <sup>a</sup>	Nazaré	3 <sup>a</sup>	Conde
4 <sup>a</sup>	São Félix	4 <sup>a</sup>	<b>Maragojipe</b>	4 <sup>a</sup>	Mata de São João
5 <sup>a</sup>	Santo Amaro	5 <sup>a</sup>	São Félix	5 <sup>a</sup>	Jandaíra
6 <sup>a</sup>	Itaparica	6 <sup>a</sup>	Santo Amaro	6 <sup>a</sup>	Esplanada
7 <sup>a</sup>	São Francisco do Conde	7 <sup>a</sup>	Mata de São João	7 <sup>a</sup>	Vera Cruz
8 <sup>a</sup>	Mata de São João	8 <sup>a</sup>	Salinas da Margarida	8 <sup>a</sup>	Lauro de Freitas
9 <sup>a</sup>	Conde	9 <sup>a</sup>	Esplanada	9 <sup>a</sup>	Entre Rios
10 <sup>a</sup>	Camaçari	10 <sup>a</sup>	Itaparica	10 <sup>a</sup>	Salinas da Margarida
11 <sup>a</sup>	Vera Cruz	11 <sup>a</sup>	Saubara	11 <sup>a</sup>	Jaguaripe
12 <sup>a</sup>	Jaguaripe	12 <sup>a</sup>	Conde	12 <sup>a</sup>	Itaparica
13 <sup>a</sup>	Jandaíra			13 <sup>a</sup>	Saubara
14 <sup>a</sup>	<b>Maragojipe</b>			14 <sup>a</sup>	Cachoeira
15 <sup>a</sup>	Lauro de Freitas			15 <sup>a</sup>	Madre de Deus
15 <sup>a</sup>	Madre de Deus			15 <sup>a</sup>	Santo Amaro
17 <sup>a</sup>	Esplanada			17 <sup>a</sup>	<b>Maragojipe</b>
18 <sup>a</sup>	Saubara			18 <sup>a</sup>	São Francisco do Conde
				19 <sup>a</sup>	Nazaré
				20 <sup>o</sup>	São Félix

Fonte: PDITS – Salvador e Entorno, 2003  
Adaptado por Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Esta classificação apresentada revela contradições em relação ao posicionamento dos municípios, ao tempo em que é bastante provocativa de um aspecto mais amplo: o que de fato move a lógica de organização do Pólo? Tomando como exemplo o município de Maragojipe e seus posicionamentos no *ranking*, é possível perceber que algumas contradições se revelam. Primeiro, em relação aos segmentos histórico-cultural e manifestações culturais, em que no primeiro segmento, o município está entre os cinco últimos colocados numa escala que inclui dezoito municípios, enquanto que neste último assume a quarta posição, ficando atrás apenas de Salvador, Cachoeira e Nazaré. Parece contraditório que um município com expressivas manifestações culturais, no aspecto histórico-cultural seja considerado de tamanha incipiência. É difícil compreender também, como mesmo possuindo características históricas e culturais bastante similares a Cachoeira, Nazaré e São Félix, Maragojipe fique tão distante destes no posicionamento global do pólo.

No caso do segmento natural, a posição de Maragogipe (17ª num conjunto de 20 municípios) não condiz com a exuberância de suas paisagens naturais e principalmente com seu potencial náutico relevado pelo encontro dos rios Paraguaçu e Guaí, e pela beleza da Baía de Iguape. Inclusive no município ocorre todos os anos no mês de agosto a regata Aratu – Maragogipe, reconhecida internacionalmente e considerado um dos mais importantes eventos náuticos da América Latina (SETUR/BA, 2008). Comparando com Cachoeira, por exemplo, melhor posicionada, causa um certo estranhamento, em razão de que até o rio Paraguaçu que corta a cidade, é pouco utilizado economicamente e também para fins de competição ou recreativos, principalmente por conta da sujeira que se acumula em suas margens e do total descaso do poder público para com sua conservação. Apenas alguns pequenos barcos realizam esporadicamente travessias no rio, quase sempre para entrega de oferendas feitas por adeptos do candomblé. Do contrário, em Maragogipe, além da regata já relacionada, outras de menor porte são realizadas anualmente, e também já se observa um pequeno fluxo de adeptos de esportes radicais que têm procurado o município para a prática de rappel e realização de trilhas ecológicas.

De fato, a lógica que sustenta esta classificação parece muito mais “economicista do que desenvolvimentista”, no sentido de que, para além dos posicionamentos não corresponderem à realidade dos municípios, os investimentos financeiros são concentrados naqueles que representam interesse econômico acentuadamente para os grandes complexos hoteleiros, que visam atrair principalmente os turistas estrangeiros. Isto gera uma contradição na própria razão de ser do PDITS, qual seja ordenar o espaço do Pólo de modo a desconcentrar a atividade turística, posto que há uma desconcentração apenas espacial, mas uma demarcada concentração de investimentos, privilegiando municípios que, em certa medida, já contam com economia produtiva.

Isso posto, a grande questão que fica é: que tipo de ação governamental embasa as políticas de turismo para o Estado da Bahia? Segundo o Secretário de Turismo, Domingos Leonelli, o Estado busca o desenvolvimento do turismo de forma igualitária para todas as zonas, mas reconhece que há problemas na zona Baía de Todos os Santos, que precisa ser melhor gerenciada. Por esta razão, assume o secretário, o Estado tem direcionado esforços (recentes, a partir de 2008) para revitalização econômica da zona, com a intensificação da atividade turística, por

entender que as ações de apropriação desse patrimônio natural, econômico e cultural, têm se desenvolvido sem uma integração articulada por parte dos diferentes protagonistas públicos e privados. Alguns outros problemas foram também admitidos: transportes deficientes, acessos pouco estruturados, baixo nível de investimentos privados, impactos ambientais potencialmente significativos e ainda a prioridade nos investimentos de infra-estrutura para outras áreas turísticas.

Tendo por base este quadro, afirma o Secretário que o Estado tem realizado eventos envolvendo outros agentes - como o setor privado e organizações sociais - a fim de obter subsídios para o desenvolvimento turístico da zona, com os seguintes focos: fomentar investimentos turísticos públicos e privados na região; estabelecer critérios para modelos de ocupação do solo e segmentação turística; direcionar realizações futuras ao encontro das demandas mercadológicas e assentar as bases para o crescimento econômico sustentável da Baía de Todos os Santos e também do Recôncavo Baiano, a partir do conceito de produção associada ao turismo (SETUR/BA, 2008).

É nesta expressão político-espacial da atividade turística na Bahia que Maragogipe tem buscado se inserir, na busca de promoção do desenvolvimento para o seu território. É um processo em curso, complexo, face às múltiplas dimensões que abrange e ao próprio contexto territorial cotidiano, que engendra uma configuração socioespacial para Maragogipe que por vezes potencializa e por outras entrava o processo de territorialização do desenvolvimento a partir do turismo. No capítulo que segue, faz-se uma caracterização desta configuração.

### 3 CONTEXTO SOCIOTERRITORIAL DE MARAGOJIPE

O capítulo apresenta o território de Maragojipe e sua trajetória de formação sociocultural, na qual se destaca os seus diferentes posicionamentos assumidos no decorrer do tempo no contexto regional, bem como o seu ordenamento interno. Caracteriza seus principais indicadores socioeconômicos, que revelam a sua condição atual de estagnação econômica e social. Apresenta, ainda, o patrimônio – material e imaterial - local, indicando o seu estado de conservação/degradação.

#### 3.1 ANTECEDENTES REGIONAIS

Entender a dinâmica cotidiana de Maragojipe exige encará-lo como uma construção social, portanto histórica, enredada num âmbito espacial mais amplo, do qual sofre influências e também influencia. Neste sentido, o âmbito regional no qual está inserido, o Recôncavo Baiano, apresenta elementos importantes para a compreensão de sua constituição como escala espacial. Por esta razão, trata-se agora de contextualizar esta região dos pontos de vista histórico, econômico e social.

Historicamente, o Recôncavo nunca foi uma área homogênea, seja quanto ao substrato ambiental, seja quanto à ocupação econômica. Na verdade, o Recôncavo foi um complexo de subáreas especializadas (BRANDÃO,1997). Segundo Costa Pinto,

A unidade e a complexibilidade do Recôncavo, encarada desta forma, resulta, assim, não só das identidades, ou semelhanças, encontradas entre as diversas partes que o compõem, mas, e talvez principalmente, das diferenças de estrutura e função que existem entre essas subunidades, que se ligam, por um processo complexo de interdependência e de especialização, no conjunto harmônico, embora não uniforme (...) (1997, p.106).

Partindo desse ponto de vista, Costa Pinto (1997) propõe a seguinte subregionalização para o Recôncavo: zona da pesca e do saveiro – na orla marítima e nas ilhas; zona do açúcar – nas terras de massapê; zona do fumo - mais recuada do litoral; zona da agricultura de subsistência – área descontínua, embora concentre-se mais na direção das fronteiras do Sul e do Sudoeste; zona do petróleo – originada e concentrada nas terras de massapê, nas ilhas e na orla marítima; zona urbana de

Salvador – de características metropolitanas, cujo crescimento e função representam os principais fatores de determinação de unidade e diversidade do conjunto.

A constituição dessa unidade-diversidade é, por sua vez, explicada por Brandão (1997, p.32) em função de que “a produção do açúcar jamais subsistiu só, mas integrada a um complexo de atividades espacialmente diferenciadas”. Ainda segundo a mesma autora,

... a cana ocupava o âmago da região – em torno dos núcleos de Santo Amaro e São Francisco do Conde, e em sua periferia desenvolveram-se atividades complementares ao complexo açucareiro, uma especialização que resultou de um processo de divisão do trabalho no plano regional paralelo ao das unidades de produção. O engenho teria mais ou menos desempenhado originalmente várias funções e, nas crises de economia do açúcar, (...) elas voltaram sempre a coexistir dentro das fazendas e das usinas. Mas no momento de prosperidade e expansão, a tendência foi de a cana expulsar do núcleo dinâmico da região as atividades subsidiárias. Com isso, as áreas periféricas do Recôncavo se especializaram progressivamente e a região, em conjunto, passou a reproduzir o complexo econômico do próprio engenho (1997, p.32).

Enfim, desdobrando-se com o fumo, a pecuária, a agricultura alimentar, o café, o algodão, as especiarias, couros e peles, carvão vegetal, as caeiras e as olarias, as rendas e os bordados, a cerâmica utilitária e lúdica, o ciclo do açúcar engendrou uma complexa tradição cultural, um tecido social territorialmente diferenciado e uma exuberante paisagem construída, ainda de acordo com Brandão (1997).

Impulsionado pela evolução favorável da lavoura de cana-de-açúcar, o Recôncavo do açúcar experimentou um largo período de hegemonia econômica. Mas, na verdade, a economia do açúcar no Recôncavo, cuja origem data do século XVI, sempre fez-se alternando ciclos de prosperidade e depressão. Antes de meados do século XVII, já enfrentava problemas em função da expulsão dos holandeses de Pernambuco, que os levou a instalar nas Antilhas um centro produtor concorrente ao brasileiro. Começou, então, um longo período de depressão, que se estendeu até o século seguinte, por volta de 1770, entremeado por duas fases de recuperação – 1640/70 e 1695/1705 (BRANDÃO, 1997).

A expansão do mercado interno e as conseqüências das guerras napoleônicas sobre as Antilhas estão por trás do novo período de vitalidade vivenciado pelo Recôncavo da Bahia entre 1770/80 e 1820/30. Enfrentando esses sucessivos ciclos e com o desempenho, agora seriamente ameaçado em função da

concorrência do açúcar de beterraba e das pressões contra o tráfico de escravos, nem a transformação dos instrumentos de trabalho, nem o esforço para aumentar com novas técnicas a produção de açúcar, além das inúmeras viagens dos Senhores de engenho à Luiziânia para o estudo dos progressos da indústria, e a introdução de novas variedades de cana, vindas das ilhas Maurícios e de Reunião, foram suficientes para impedir o Recôncavo de sucumbir dobrado à cidade; curvado cada vez mais às “casas bancárias” e aos grandes comerciantes da praça da cidade da Bahia (BRANDÃO, 1997).

Assim, especialmente após a Abolição, o Recôncavo açucareiro entra em decadência e suas áreas periféricas marginalizam-se. Inicialmente de forma gradual e posteriormente de forma acentuada, desorganizam-se seus arranjos de produção e reduzem-se os fluxos de tráfego intra-regional, por terra e mar. O golpe final vem a partir da segunda metade deste século com a política nacional de transportes que, ao priorizar o modal rodoviário, leva ao sucateamento e fechamento das ferrovias, deixando parado no mar ao vapor de Cachoeira (BRANDÃO, 1997).

Segundo Costa Pinto (1997), a cultura do fumo passa a ser, por sua vez, uma lavoura típica do Recôncavo na segunda metade do século XVII. Plantado em Maragogipe e São Félix, o fumo de mata era o mais fino e houve tentativas de cultivá-lo racionalmente para substituir o fumo para encapar o charuto, tradicionalmente importado de Sumatra.

O tipo beira-campo era mais cultivado em Cruz das Almas, São Gonçalo dos Campos e Conceição do Almeida; é o tipo mais comum e em torno dele se concentra a zona fumageira do Recôncavo. O tipo do sertão é rústico, sendo utilizado para fazer o fumo de corda (COSTA PINTO, 1997).

Em torno do cultivo, transformação e comercialização do fumo, fixou-se parcela expressiva da população dessa subárea do Recôncavo, o que lhe conferiu funções particulares: a multiplicação de trabalhadores ligados a atividades secundárias e terciárias e uma população rural não-agrícola, vinculada aos escritórios das fábricas e aos armazéns e trapiches das firmas exportadoras (COSTA PINTO, 1997). Esses traços modernos coexistiam com todos os tipos arcaicos de relações de trabalho encontrados na estrutura agrária do Brasil – muita terra de poucos donos, muitos homens sem terra, trabalhando em terra alheia e usando tecnologia atrasada (COSTA PINTO, 1997).

Progressivamente, as fábricas de charutos foram chegando. Em Maragogipe, a primeira fábrica instalada, em meados do século XIX, denominava-se Manuel Vieira de Melo. Com a chegada da Dannemann, em 1873, e da Suerdieck, em 1905, completou-se o parque industrial, voltado para fabricação de charutos finos. Os charutos populares, os famosos “Regalos de Balaio”, eram de fabricação doméstica (REIS et al, 1998).

As fábricas de charutos do Recôncavo, que no dizer de Costa Pinto (1997, p. 134) “foram instituições urbanas e urbanizantes”, promoveram uma revolução industrial na região, podendo-se falar até na emergência de um novo sistema econômico, em coexistência com os outros, em função do qual surgiram novos tipos de relações sociais e novos valores humanos:

a mulher operária e responsável pelo sustento da família; o gerente ou administrador do estabelecimento industrial; a pequena burocracia urbana, *White collar*, dos escritórios das empresas privadas, distintas daquela formada pelos oficiais do serviço público; e outros tipos sociais semelhantes, quase inexistentes no padrão tradicional de relações sociais (1997, p. 134).

A fase áurea da economia fumageira se deu nas décadas de 20 e 30 do século XX. A partir da 2ª Guerra Mundial, a crise dessa zona do Recôncavo recrudescceu. Sucessivamente, as fábricas foram sendo fechadas. Em Maragogipe restou, apenas, a Suerdieck que, em 1965, iniciou um lento e progressivo processo de diminuição de suas atividades, transferindo as linhas de produção mais modernas para Cruz das Almas. No início da década de 1990, essa empresa fechou suas instalações no município. Simultaneamente à crise das grandes firmas, foram desaparecendo também os pequenos fabricos, as bancas domésticas.

O petróleo, por seu turno, surgiu nas terras mais ricas e de ocupação mais antiga do Recôncavo por volta dos primeiros anos da década de 50 do presente século. Segundo Pedrão (1997), a presença da produção de petróleo na região pode ser dividida em três fases. No início, as mudanças derivam do impacto das atividades de pesquisa e exploração do minério, que eram preponderantes. Já na segunda fase, verifica-se a ampliação do campo de produção e a implantação de certa capacidade de processamento. Por último, na terceira fase, a capacidade de refino de petróleo ultrapassou a capacidade local de extração.

Os impactos mais expressivos, relacionados à primeira fase, são: a valorização de terras subutilizadas, a criação de empregos para trabalhadores semi ou sem especialização, a emergência de demanda para o setor de construção civil.

Além desses, ainda de acordo com Pedrão (1997) e Azevedo (1997), surgiu na região um poder quase ditatorial, representado pela Petrobras. À expansão do elo industrial do setor petrolífero, verificada na segunda fase, ligou-se a internalização de efeitos sobre a indústria metalmeccânica e elétrica. Concomitante ao declínio da produção de petróleo, na terceira fase, verificou-se a redução sistemática de empregos na região.

Mas a evolução da indústria do petróleo criou as bases para o avanço do processo de industrialização do Estado, concentrado na Região Metropolitana de Salvador. Paradoxalmente, simultaneamente ao período do lançamento da industrialização baiana ocorreu o declínio mais acentuado das agroindústrias canavieira e do fumo. Assim, a função de Salvador de metrópole do Recôncavo, já indicada, segundo Brandão (1997), por Aroldo de Azevedo em 1940, foi reforçada. Nas palavras de Brandão (1997, p. 88), Salvador passou a ser “metrópole e capital regional ao mesmo tempo”.

Para completar o quadro regional traçado, há que se fazer alusão ao sistema de comunicação regional. Sob este ângulo, enquanto a comunicação se estabelece via transporte marítimo e fluvial, e ferroviário, a importância do Recôncavo ainda se manteve. Cachoeira e Nazaré desempenhavam posição estratégica no transporte ferroviário e Cachoeira, Maragogipe e São Roque, no tráfego aquático. A desativação do porto de São Roque em 1967, junto com a decadência do modo ferroviário de transporte, significou uma ruptura decisiva entre o tráfego local de saveiros e canoas, barato, mais imprevisível, e a regularidade dos navios a vapor (PEDRÃO, 1997).

Mais uma vez, na opinião de Pedrão (1997), a importância relativa do Recôncavo da Bahia foi decrescendo, também, à medida que a rede ferroviária alcançou Juazeiro e Sergipe. Algo mais importante em termos de modificação na acessibilidade entre as áreas constitutivas do Recôncavo, e que contribuiu adicionalmente para acentuar as diferenças entre as suas subáreas, ocorreu com a abertura das estradas intra-regionais na década de 60.

Como resultado da decadência econômica dos centros de produção do açúcar e do fumo, e da ampliação do espaço real de influência de Salvador, seja pela maior capilaridade e competitividade da malha de transporte rodoviário, seja pela concentração do ciclo de modernização da economia baiana entre 1950/80 – liderado pela indústria – na Região Metropolitana de Salvador, verificou-se um



empobrecimento crônico dos Recôncavos fumageiro, do açúcar e de subsistência. A região desestruturou-se e fragmentou-se. Nas palavras de Pedrão :

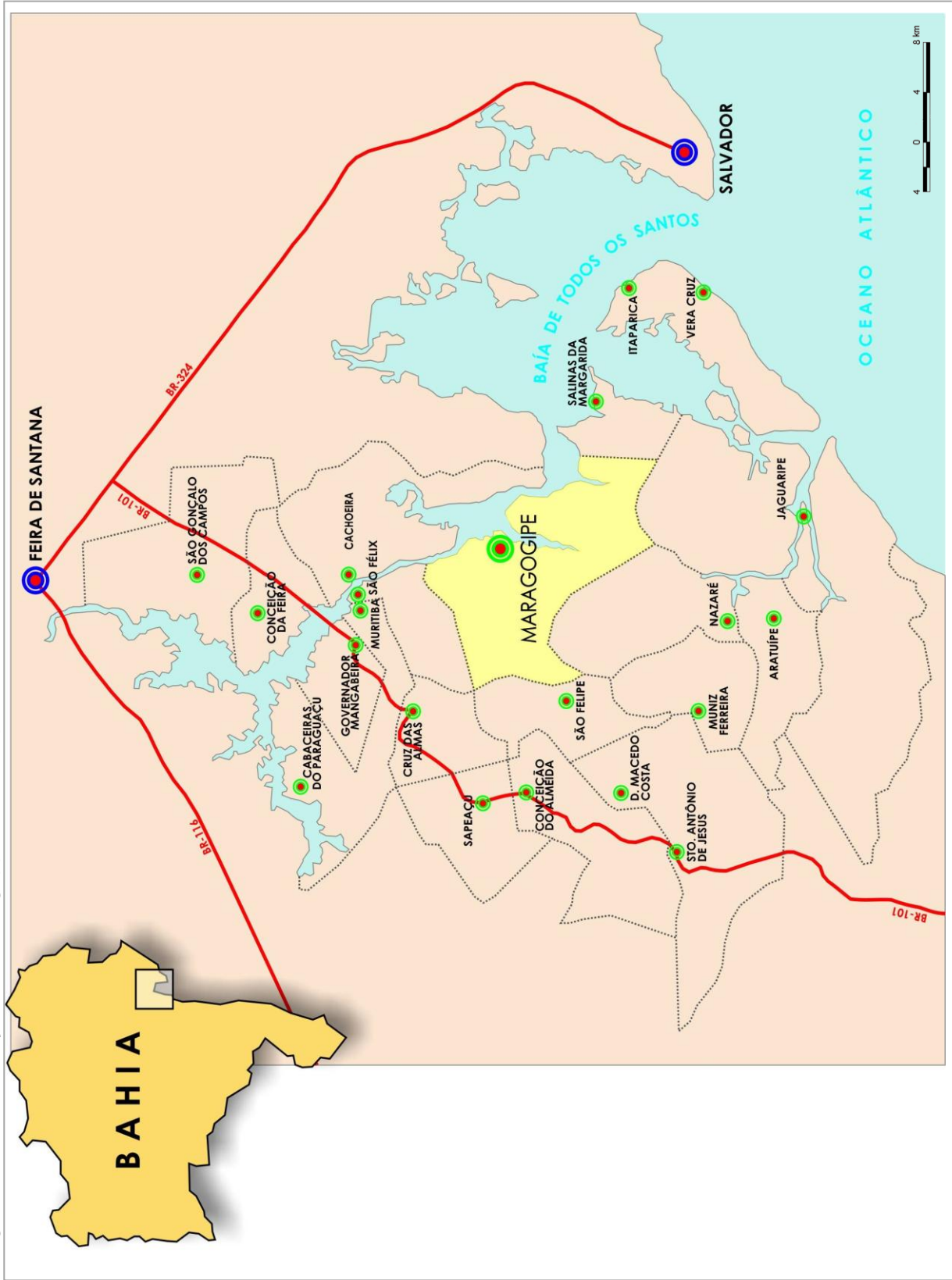
A permanência do marasmo resulta num vazamento constante de capital e dos recursos da região, na forma de desvio de recursos hoje disponíveis, representando um desestímulo à entrada de novos capitais. Esse ambiente reflete-se no quadro de emigração, que significa a saída sistemática dos quadros mais qualificados. O prolongamento dessa situação leva a desestruturação da região, à prevalência de seus elementos dissociativos frente aos associativos, à emergência do que é imediatamente local, frente ao que poderia ser a construção de um perfil de reprodução regionalmente articulado. (1997, p. 227-228)

Assim, a desagregação desse complexo agroindustrial regional não foi acompanhada pela emergência de novo ciclo produtivo endogenizado no local com vitalidade e capacidade de alavancagem socioeconômica dos ciclos anteriores. A economia regional entrou em decadência, a rede de relações e de influências recíprocas entre seus municípios esgarçou-se, assim como perderam importância seus tradicionais espaços de centralidades, sem que novos surgissem, uma vez que Salvador, em todos os ciclos desenvolvimentistas do Recôncavo, já desempenhava, junto com outros espaços, o papel de centro polarizador. A particularidade dessa fase seria a quase exclusividade de Salvador enquanto centro de polarização da região (PEDRÃO, 1997).

Na atualidade, a situação não é diferente e a região econômica Recôncavo, especificamente Recôncavo Sul, enfrenta problemas ao seu desenvolvimento.

É neste contexto regional que está inserido Maragogipe. O município de Maragogipe, com área total de 437,8 km, dista 133 km da capital do Estado e situa-se na Baía de Todos os Santos, à margem direita do estuário do Rio Paraguaçu, onde existe uma baía interna, denominada Baía do Iguape (figura 09). A sede municipal é uma cidade histórica, fundada durante o ciclo açucareiro do período colonial, e está situada sobre uma colina a 50m de altitude em relação ao nível do mar.

Figura 09 - Localização de Maragogipe e municípios do entorno

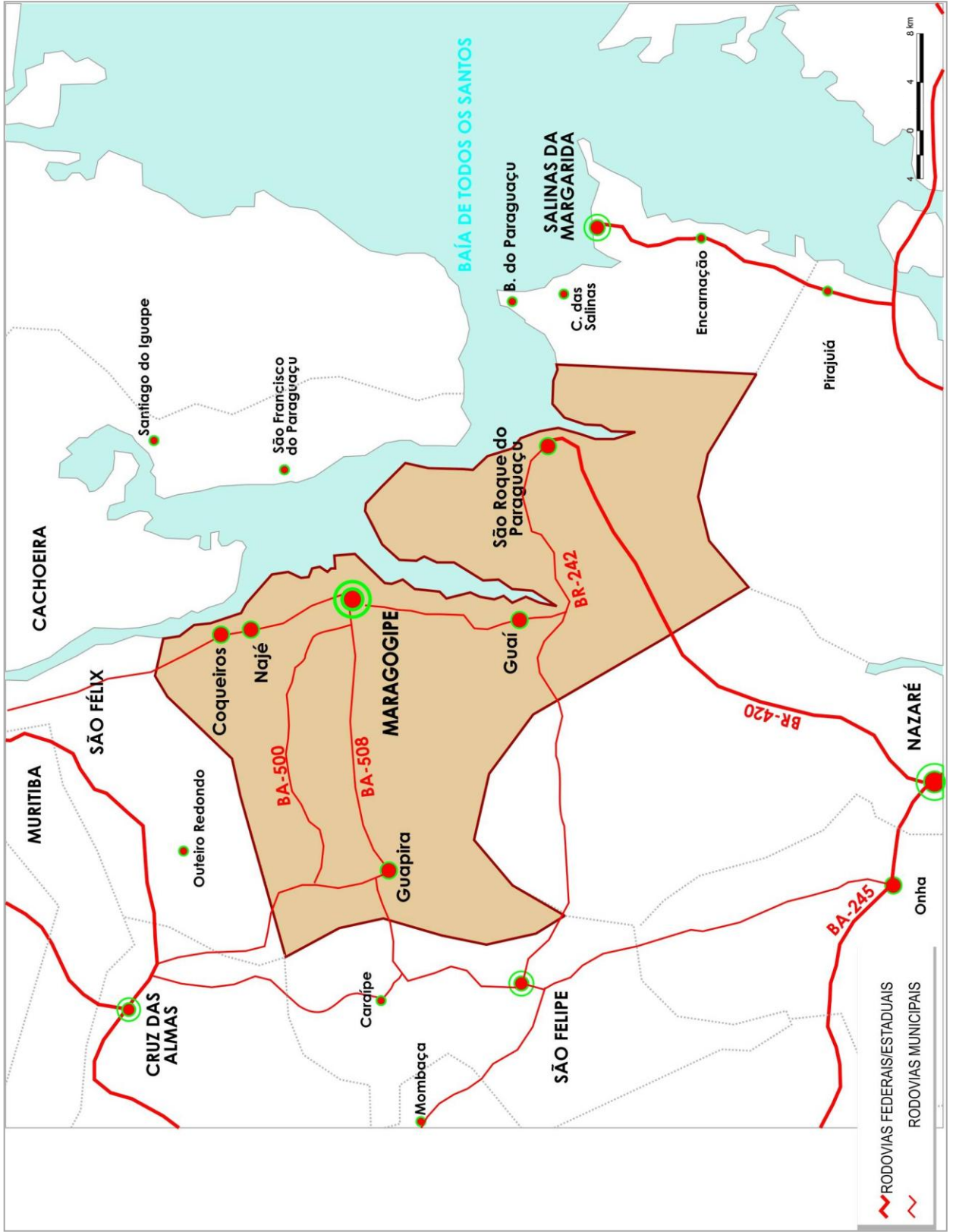


Fonte: PDU de Maragogipe, 2004, adaptado por Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Segundo os diferentes critérios de regionalização adotados pelo Estado da Bahia, Maragojipe se enquadra nas seguintes micro-regiões: Homogênea 020 Santo Antônio de Jesus; Planejamento 005 Paraguaçu; Administrativa 004 Santo Antônio de Jesus; Econômica 003 Recôncavo Sul. Seus limites municipais se encontram: a Norte com os municípios de São Félix e Cachoeira; a Sul com os municípios de Nazaré e Jaguaripe; a Leste com a Baía de Todos os Santos e os municípios de Cachoeira, Saubara e Salinas da Margarida; a Oeste com o município de São Felipe.

Pela Lei Estadual vigente, de nº 628, a composição administrativa do município é formada por cinco distritos: Coqueiros, Najé, Guaí, Guapira e São Roque do Paraguaçu (figura 10).

Figura 10- Localização das Vilas no município de Maragogipe - BA



Fonte: PDU de Maragogipe, 2004, adaptado por Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Os limites intermunicipais e a subdivisão distrital de Maragogipe foram estabelecidos de acordo com a Lei Estadual nº 628, de 30 de dezembro de 1953 (notificada pelo Diário Oficial de 10 de fevereiro de 1954), sofrendo uma posterior alteração por ocasião da Lei Estadual nº 1775, de 31 de julho de 1962, que deu origem ao município de Salinas da Margarida (desmembrando o território de Itaparica e com parte do território do distrito maragojipano de São Roque do Paraguaçu), passando Maragogipe a limitar-se não mais com Itaparica, mas sim com Salinas. Cerca de 30 anos depois, por força da Lei Estadual de 13 de junho de 1989, é estabelecida a criação do município de Saubara (desmembrado de Santo Amaro), alterando-se novamente parte dos limites intermunicipais.

### 3.2 ASPECTOS HISTÓRICOS DA FORMAÇÃO SOCIOCULTURAL<sup>4</sup>

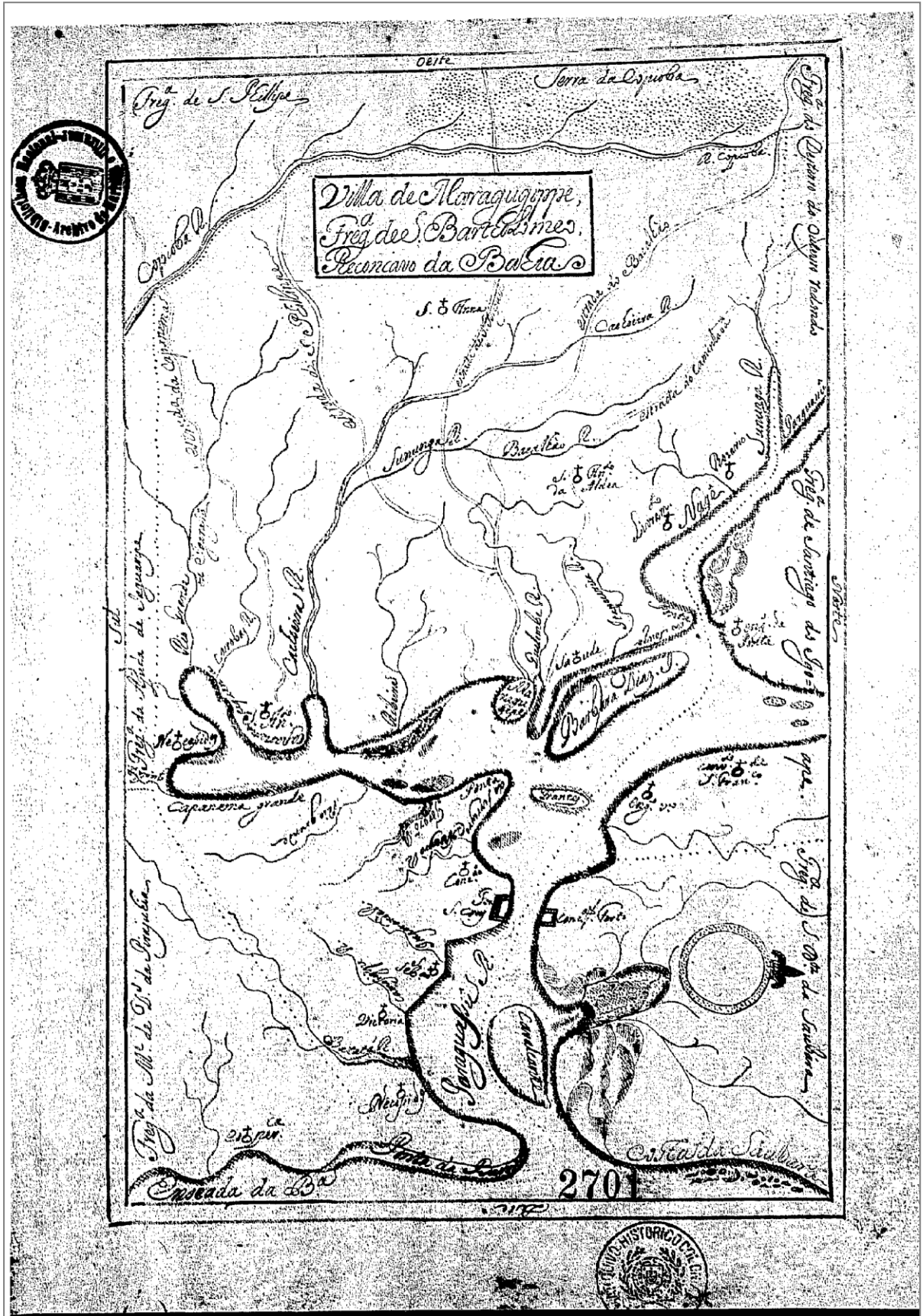
A origem do município de Maragogipe, como de tantos outros municípios do Recôncavo baiano, remonta ao período do Brasil colonial, durante o ciclo da cana-de-açúcar. Conta à tradição popular que a origem do município deve-se à existência de uma tribo indígena denominada “Marag-gyp”, que se estabeleceu em meados do século XVI às margens do Rio Paraguaçu.

Por volta de 1520, quando das excursões pelo Rio Paraguaçu, fixaram-se na região os primeiros desbravadores portugueses, atraídos pela riqueza das matas e pela acessibilidade de suas águas, que comportavam pequenas e grandes embarcações. Pela sua localização estratégica para as atividades comerciais, o crescimento de Maragogipe foi tão vertiginoso que este já se constituía a principal localidade da “capitania do Paraguaçu” no final do século XVIII, cuja configuração espacial era a apresentada na figura 11.

---

<sup>4</sup> Os aspectos histórico-culturais de Maragogipe aqui relatados foram obtidos através do site oficial do município ([www.maragogipe.tur.br](http://www.maragogipe.tur.br))

Figura 11 – Configuração territorial de Maragojipe no século XVIII



O cultivo da cana-de-açúcar e de mandioca, a construção de engenhos, de casas de farinha e a extração madeireira, foram os impulsionadores do povoamento nesta faixa de terra da então “Sesmaria do Paraguaçu”. A Sesmaria foi transformada em capitania em 1565 e elevada a categoria de freguesia em 1640.

Os primeiros levantes de revolta contra o domínio português instalado na colônia partiram do Recôncavo, e Maragogipe também deu importantes contribuições para a libertação da pátria, tendo, juntamente com outras vilas do recôncavo e do sertão, participado da Junta Conciliatória, liderada por Cachoeira. Em virtude de seus importantes feitos para a consolidação da independência do Brasil, durante os embates originais que travavam após 7 de setembro de 1822 para a independência da Bahia, Maragogipe finalmente foi elevada à cidade em 1850.

No final do século XIX, o município sofreu o seu primeiro período de decadência econômica, motivado pelo declínio da atividade açucareira, bastante afetada pela extinção do trabalho escravo e pelo surgimento de entrepostos comerciais mais bem localizados em relação ao sistema de transportes. O comércio do Recôncavo, que antes era movimentado através do porto de Maragogipe, foi deslocado para os municípios de São Félix e Nazaré, que haviam sido beneficiados, na ocasião, com ramais de estradas de ferro. Fora do principal eixo de transporte do Estado, as relações comerciais de Maragogipe se restringiram ao município de São Felipe, e sua comunicação com Cachoeira e Salvador se fazia por meio de barcos a vela e uma unidade da Capitania Baiana de Navegação, que não possuía a mesma agilidade dos trens de ferro.

O declínio da atividade mercantil foi superado na virada do século XX pela instalação de filiais das fábricas de charutos Dannemann e Suerdick, dando novo impulso a economia local e gerando um novo ciclo de desenvolvimento para o município. A indústria fumageira se transformou no alicerce da economia de Maragogipe, mas com o fechamento das fábricas no início da década de 1990, grande parte da população que lhes servia como mão-de-obra ficou desempregada, dando início a um novo período de decadência e estagnação econômica e social que prossegue até os dias de hoje, diminuindo substancialmente a importância do município no contexto regional e internamente, gerando grandes dificuldades socioeconômicas.

### 3.3 INDICADORES SOCIOECONÔMICOS

Conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, de 2007, a população total de Maragogipe foi estimada em 40.314 habitantes. Neste contingente populacional, há um equilíbrio entre o número de homens e de mulheres distribuídos 58% na zona urbana e 42% na zona rural .

A estrutura familiar e social maragojipana seja na zona urbana ou rural, não difere da maioria das cidades nordestinas: tem caráter paternalista, sendo o homem o chefe da família e seu provedor. Em 2000, conforme dados fornecidos pelo IBGE, 76% dos chefes de domicílio eram do sexo masculino, contra 24% do sexo feminino. Estes chefes de família, em grande parte, percebem uma remuneração inferior a um salário mínimo (tabela 05).

Tabela 05- Renda por faixa para chefes de família de Maragogipe – 2007

<b>Nível de Renda</b>	<b>Freqüência</b>
0 a 1 salário	5.294
De 1 a 5 salários	2.026
De 5 a 10 salários	233
Mais de 10 salários	74
Sem rendimento	2.040

Fonte: IBGE, Contagem da população, 2007

Este baixo nível de renda pode ser explicado, em parte, pela predominância do setor agropecuário como principal fonte de emprego, haja vista que a remuneração neste tipo de atividade, em geral é muito baixa. Além disso, a extinção da cultura fumageira em terras maragojipanas, muito especialmente o fechamento da fábrica de fumo Suerdieck, no início da década de 1990, deixou grande parte da população que lhe servia como mão-de-obra desempregada, acentuando o índice de pobreza e desemprego no município.

Com escassas oportunidades de emprego no próprio município, a população em idade produtiva, sobretudo sua parcela mais jovem, busca se fixar em outros locais da região que ofereçam melhores perspectivas, marcadamente a capital do estado – Salvador e o município de Feira de Santana.



Grande parte dos que permanecem no município, têm no cultivo da mandioca, do amendoim e da laranja, suas fontes de sustento. Nos pequenos estabelecimentos rurais ainda hoje estão em funcionamento rudimentares casas de farinha, produzindo uma das melhores farinhas do Brasil, afamada de copioba. A grande maioria da produção é proveniente de pequenas roças (culturas de fundo de quintal e pequenas chácaras), e por ser agricultura de subsistência, é pouco expressiva em relação à produção estadual. Além da farinha, Maragojipe já teve o melhor café do Brasil durante o início do século XX. O café foi introduzido na região no último quartel do século XIX, e a produção de uma variedade local, o “Café Indígena ou Café Maragojipe”, considerado notável pelo tamanho avantajado que tinham seus frutos, foi premiada em 1883, na Filadélfia (USA), passando a ser cobiçada mundialmente. O “Café Maragojipe” recebeu, ainda, outra premiação em 1911, na Exposição Internacional de Turin (Itália). Hoje, a produção de café é bastante incipiente.

Apesar do perfil agrícola do município, segundo o censo agropecuário realizado pelo IBGE em 2000, as pastagens representavam cerca de 33% de suas terras, superando a área total ocupada por lavouras, que correspondia a 22% das terras. A introdução da pecuária de grande porte, em padrões modernos, é recente no município, particularmente no distrito de Guapira, onde se observa pastos artificiais para rebanho bovino.

A pecuária de pequeno porte, especialmente a suinocultura, já foi bem mais representativa em termos quantitativos, mas continua sendo importante em termos de sobrevivência do pequeno produtor rural. Disseminada em toda área rural, a criação de porcos se dá em pequenas quantidades, no fundo de quintal das pequenas propriedades, vinculada, em geral, à plantação de mandioca e produção de farinha, consumindo os rejeitos e as raspas da mandioca. Esta produção pulverizada abastece uma dezena de micro-empresas produtoras de carne e lingüiça defumadas, muito apreciadas no mercado de Salvador sob a denominação de “lingüiça de Maragojipe”.

A produção e comercialização de defumados (lingüiças e defumados de carne de porco) envolve de 15 a 20 pequenas unidades produtivas, localizadas geralmente nos quintais das casas dos produtores e empregando mão-de-obra familiar, pois não existe o emprego formal nem salários. Para alguns, a defumação representa a maior fonte de renda, embora não seja necessariamente a única. A produção de

defumados é estimada em 12 toneladas mensais, com a maior parte destinada a mercados externos, como Salvador e cidades próximas, sendo o restante comercializado nas feiras locais.

No município também são desenvolvidas atividades de pesca e mariscagem, favorecidas pela privilegiada localização, na foz do Rio Paraguaçu, cujo entorno é ricamente embelezado por extensos manguezais que atraem diversas espécies marinhas para desovar em suas águas salobras em virtude da fartura de depósitos alimentares.

Embora ocupe um expressivo volume de pessoas, as atividades pesqueiras e de mariscagem não geram fluxo de renda importante. São atividades desenvolvidas de forma extensiva e visam à subsistência. É difícil avaliar o volume de produção de mariscos e peixes, já que a maior parte não é comercializada.

A pesca local é feita de forma artesanal e coletiva, em pequenas embarcações ou canoas, com a utilização de instrumentos rústicos. Segundo a colônia de pesca local, estima-se um total de 3.000 pescadores na região, entre associados e não-associados.

Nas áreas de mangue, localizadas na sede municipal e nos distritos de Najé e Coqueiros, é grande o potencial marisqueiro. A mariscagem é praticada principalmente por mulheres e crianças, onde é comum encontrar algumas destas crianças, filhos das marisqueiras, tentando vender, de porta em porta, os mariscos catados.

Grande parte dos maragojipanos considera o mangue a “salvação do pobre”, pois a população que vive exclusivamente da pesca possui um nível de vida dos mais baixos da região, habitando, em geral, em locais insalubres (casas de taipa), sujeitos a inúmeras doenças.

A pesca e a mariscagem na região estão sendo progressivamente ameaçadas pelos impactos ambientais deletérios provocados pela ação predadora do homem: o aterro e o desmatamento dos manguezais, a poluição hídrica e a pesca predatória têm afetado diretamente os recursos pesqueiros, alterando a cadeia alimentar da fauna e da flora locais. Embora haja um grande potencial pesqueiro, falta ao município uma política de exploração racional dos recursos naturais para que essas atividades possam se tornar uma real fonte de divisas sem prejuízo ao meio ambiente.

Além do uso de técnicas de pesca predatória, a inexistência de uma cooperativa que agregue a produção pesqueira é outro fator que contribui para impedir o progresso da atividade de forma eficaz.

Em relação ao extrativismo, Maragogipe concentra importantes depósitos de areia (principalmente areia grossa) e pedras para construção, até de jazidas de argila, embora não haja dados sobre a quantificação destas reservas nem sobre o volume de material que é extraído delas.

No que tange a extração de pedras, a única pedreira ativa em Maragogipe é a Sinunga (há mais duas desativadas), localizada às margens da BA-026, com processo de extração rudimentar, totalmente manual, sem qualquer infra-estrutura ou material de proteção para os trabalhadores. Diversos grupos de dois a três homens entalham a pedra com marretas e talhadeiras, enquanto ao pé da rocha várias mulheres sentadas, cada uma protegida por telheiros de pau e palhas, quebram os blocos de pedra com marretas, produzindo a brita. É um trabalho extremamente árduo, doloroso e arriscado, que leva os quebradores a ficarem com as mãos calejadas e as pernas feridas pelas lascas de pedra, em troca de uma ínfima remuneração.

As maiores produções de pedra em Maragogipe foram registradas em 1977 e 1978 em função da construção da barragem Pedra do Cavalo, chegando a representar, na época, 95% da produção do Recôncavo. Isto se deu em decorrência da presença do grupo Odebrecht, responsável pela obra, que utilizou modernas técnicas de extração.

Quanto a atividade industrial, embora o setor secundário municipal tenha sido importante no passado, encontra-se, hoje, muito fragilizado. Segundo o Censo Empresarial realizado pelo Sebrae em 1998 (o mais recente), existiam no município 148 empresas industriais, distribuídas entre fábricas de geladinho (92 unidades), confecções (15 unidades), padarias (15 unidades) e outros (26 unidades). Em relação ao perfil dos negócios locais (Sebrae, 1998), chama atenção os seguintes aspectos: 74,39% do total de empresas possuem apenas dois empregados; 94,73% do total faturam até R\$ 3.000,00 por mês; 78,29% declaram não utilizar controles gerenciais; 90,46% do total são empresas informais. Este perfil reforça a imagem de fragilidade econômica de Maragogipe.

A vocação industrial de Maragogipe começou a se delinear em meados do século XIX, com a fundação da fábrica de charutos Manoel Vieira de Mello, e,

posteriormente, com a instalação das fábricas Dannemann e Suerdieck. O ciclo da atividade fumageira começou a se enfraquecer por volta da década de 50 e foi extinguindo gradualmente, até desaparecer no início da década de 1990.

Na década de 80 vislumbrou-se um fugaz foco de crescimento econômico com a operação do canteiro para produção e montagem de plataformas *off-shore* em São Roque do Paraguaçu, que no auge do seu funcionamento, em 1980, gerou um total de 2.420 empregos, implantado pela Petrobras e explorado pelo consórcio ítalo-brasileiro Montreal-Micoperi. O canteiro de São Roque entrou em operação em 1978, paralisando suas atividades no início de 1983, devido à falta de encomendas por parte da Petrobras, sendo reativado no ano de 2008.

Outro ramo industrial que chegou a experimentar alguns momentos de prosperidade em meados da década de 80 foi a indústria de material cerâmico para a construção civil, com cerca de uma dúzia de cerâmicas em atividade, mas com as crescentes dificuldades de transporte marítimo dentro da Baía de Todos os Santos, os tijolos e telhas de Maragojipe foram praticamente excluídos do mercado da Região Metropolitana de Salvador (RMS) pelos concorrentes de outros estados do Nordeste.

A atividade comercial está reduzida atualmente ao abastecimento da própria cidade e, às vezes, ao abastecimento dos maragojipanos residentes na RMS, que regularmente voltam à cidade nos fins-de-semana. O comércio é movimentado basicamente pelo funcionalismo público e pelos aposentados da extinta Suerdieck, que formam um contingente de cerca de 5.000 pessoas.

Segundo informações da Prefeitura Municipal, existem na sede apenas um estabelecimento atacadista (de produtos agrícolas) e cerca de 30 estabelecimentos varejistas. Como o setor atacadista praticamente inexistente e o varejista é muito pouco diversificado, isso faz com que a população se desloque para municípios vizinhos, como Cruz das Almas, São Felipe (essencialmente os moradores da zona rural) e Cachoeira. O abastecimento de gêneros a nível local, não oferece grandes opções; é feito nas feiras populares que ocorrem semanalmente ou nos mercados e padarias locais. Os comerciantes, por sua vez, normalmente se abastecem em Feira de Santana e Salvador.

Como grande parte dos pequenos municípios, Maragojipe tem parte expressiva da sua receita gerada por repasses de verbas dos âmbitos estadual e

federal (a arrecadação é da ordem de R\$ 5.087.115,67), como demonstrado na tabela 06.

Tabela 06 - Recursos Estaduais e Federais repassados à Maragojipe em 2008

Segmento	Valores em reais (R\$)
Educação	4.500.000,00
Saúde	1.660.000,00
Fundo de participação dos Municípios	7.974.000,00
Desenvolvimento social e Imposto Territorial Rural – Nacional	223.000,00
<b>Total</b>	<b>14.357.000,00</b>

Fonte: Secretaria da Administração de Maragojipe, 2008

### 3.4 O MEIO FÍSICO-BIÓTICO

O município possui um meio biótico extremamente rico e diversificado. É limitado por morros cobertos por vegetação densa, ambientes fluviais marinhos e grandes áreas de manguezais (figuras 12 e 13).



Figura 12: Vista aérea de Maragojipe, 2004

Fonte: Ibama, 2004



Figura 13: Vista aérea do centro da cidade de Maragogipe, 2004  
Fonte: Ibama, 2004

Parte do seu território, cerca de 80 km<sup>2</sup>, ou seja, 18% da área total é parte integrante da Reserva Extrativista Marinha de Iguape, criada em 14 de agosto de 2000, regulamentada por lei federal no. 9985 de 18 de junho de 2000 que estabelece as Unidades de Conservação. A Reserva Extrativista Marinha da Baía do Iguape é a terceira maior reserva extrativista do país e se caracteriza por ter 35% da sua área composta por manguezais.

O manguezal da sede do município possuía uma cobertura vegetal original de aproximadamente 17,5 ha. Porém, em decorrência do crescimento da população e da ocupação desordenada do solo, e do desmatamento conseqüente, houve enorme redução das áreas de manguezais, que chegam hoje a cerca de 7,0 ha.

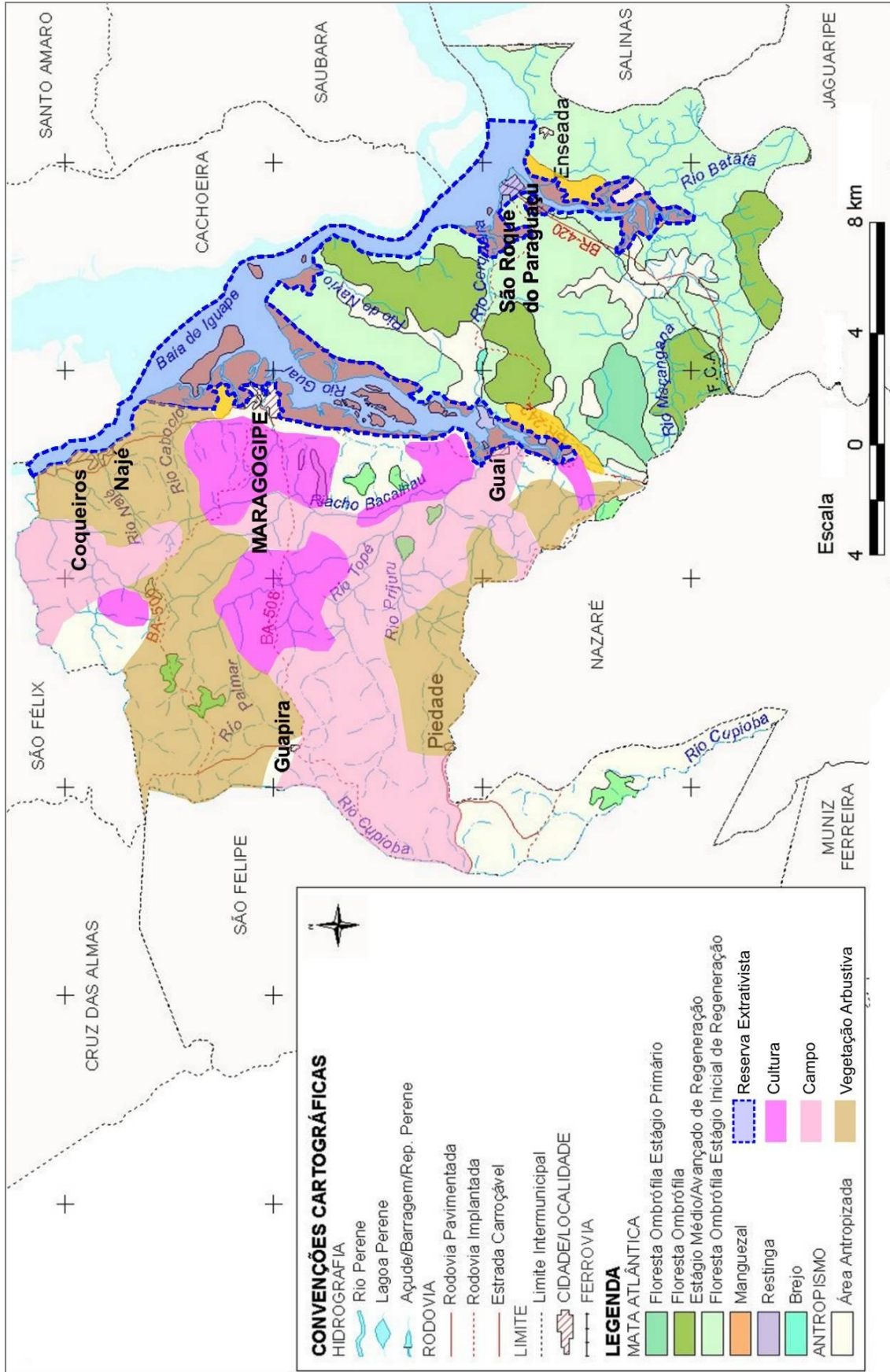
Mesmo com tal quadro, Maragogipe é um município singular de grande valor ambiental, cujas principais características físicas encontram-se registradas no quadro 06 e podem ser visualizadas na figura 14.

Quadro 06 Principais características físicas de Maragogipe-BA

<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>CLASSIFICAÇÃO</b>
Clima	Úmido e subúmido
Solos	Latossolo amarelo álico Podzólico vermelho Amarelo eutrófico Solos indiscriminados de mangue Areias quartzosas álicas Podzol hidromórfico
Temperatura anual	Média: 25° C Máxima: 31° C Mínima: 21° C
Período de chuvas	Abril/junho
Pluviosidade média	1.000 a 1.800 mm anuais
Vegetação	Floresta ombrófila densa Floresta semidecidual Formação pioneira com influência fluviomarinha arbórea (mangue)
Relevo	Tabuleiros pre-litorâneos Tabuleiros interioranos Planícies marinhas e fluviomarinhas
Geologia	Gnaisses granulíticos Depósitos fluviais
Hidrografia	Bacia do Paraguaçu Rios principais: Paraguaçu, Queleembe, Cachoeirinha

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Figura 14 – Características físico-ambientais de Maragogipe - BA



Fonte: PDU de Maragogipe, 2004, adaptado por Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009



### 3.5 INFRA – ESTRUTURA DE ACESSO E TRANSPORTES

O acesso a Maragogipe, a partir de Salvador, pode ser feito de duas maneiras: por via rodoviária, utilizando rodovias federais e estaduais, ou por via marítima/fluvial, cruzando a Baía de Todos os Santos e o Rio Paraguaçu.

A principal rodovia de acesso ao município, e a única com boas condições de tráfego, é a BA-026, asfaltada, com 22 km de extensão e bom estado de conservação. A BA-026 é agradável não só pela qualidade da estrada, mas pela beleza paisagística do entorno: são 22 km margeando o Rio Paraguaçu, onde, em certo ponto, descortina-se a magnífica vista da Baía do Iguape. Maragogipe dista 113 Km da capital e 69 Km de Feira de Santana (região administrativa mais próxima) via rodoviária.

A sede principal não possui um terminal rodoviário de passageiros nem um local adequado para o estacionamento dos ônibus intermunicipais. As chegadas/partidas dos ônibus ocorrem à porta da loja de passagens da empresa, na Praça Conselheiro Antônio Rebouças, e os mesmos permanecem estacionados até a hora da partida na Praça Matriz ou em ruas próximas.

O acesso hidroviário, partindo do Terminal Marítimo de São Joaquim, são 32 milhas náuticas de percurso, atravessando a Baía de Todos os Santos e subindo o Rio Paraguaçu. É um percurso extremamente agradável, de grande beleza paisagística. Da barra do Paraguaçu até a cidade de Maragogipe pode-se apreciar uma paisagem bucólica e singela, com um verde exuberante, que abriga belas surpresas, como o histórico Fortim do Paraguaçu e a Ilha dos Franceses.

Por via fluvial, Maragogipe dista 16 milhas de Cachoeira, 17 milhas de São Félix, e 60 milhas de Santo Amaro, e por via marítima, dista 28 milhas de Nazaré, 16 milhas de Itaparica, e 48 milhas de Jaguaripe (CENTRO NÁUTICO DA BAHIA, 2009).

O fluxo de visitantes/turistas e residentes é maior por via rodoviária, embora haja um pequeno movimento de lanchas privadas e alguns poucos saveiros que ainda resistem ao tempo, além do catamarã que faz a rota Salvador-Maragogipe.

O município dispõe de um porto na sede com uma ponte de atracação para navios e lanchas com aproximadamente 500 m e outro ancoradouro na vila de São Roque, onde podem atracar navios de grande calado. O ancoradouro utilizado pelas

embarcações na sede é a ponte Almirante Vieira de Melo, toda revestida de concreto, em bom estado de conservação e com boas condições de atracação, tanto na preamar quanto na baixamar.

Enfim, como visto, o quadro geral traçado no item anterior para a região do recôncavo, replica-se em tons mais fortes para o município de Maragogipe. Se deixado à sua sorte, Maragogipe certamente não escapará a ver a reprodução ampliada da situação tão bem sintetizada por Pedrão (1997, p. 239):

(...) no âmbito das comunidades locais, são poucos os que têm acesso a atividades com perspectiva de crescimento da renda. Na conseqüente falta de perspectivas, delineiam-se novas linhas de tensão na estrutura local de interesses. Surgem novos protagonistas, que são os novos empreendimentos locais e as novas organizações dos trabalhadores. Muitos deles que tinham sido desqualificados na sociedade pós-escravista, assumem suas posições, desempenham novos papéis. Muitos daqueles que viveram na periferia de produção escravista, integrando formas primitivas de extração, descobrem-se agora, como integrantes desse universo de pobreza. O campo e os manguezais tornam-se áreas de intensa movimentação de pequenos proprietários e trabalhadores, agora em contraste com as grandes regiões do Estado. A região [e Maragogipe ] toma a cara de seus pobres.

### 3.6 PATRIMÔNIOS IMATERIAL E EDIFICADO

O município de Maragogipe dispõe, reconhecidamente, de elementos possíveis de exploração turística em diferentes modalidades. Sobre eles é que se trata nesta seção, classificados da seguinte forma: patrimônio arquitetônico, paisagem natural e manifestações culturais, levando em conta para a seleção dos aqui apresentados, o potencial de atratividade constatado a partir da aplicação da metodologia de hierarquização dos atrativos turísticos, já exposta na definição do percurso metodológico da pesquisa.

#### - Patrimônio arquitetônico

Maragogipe possui um patrimônio arquitetônico de importância secular, composto por prédios do período colonial e edificações do início do século XX, como a antiga Vila Suerdieck e as ruínas da fábrica Dannemann. Neste grupo merecem destaque construções do século XVII, como a Igreja Matriz de São Bartolomeu, centro irradiador do núcleo habitacional maragojipano e a Casa de Câmara e

Cadeia, marca da participação do povo maragojipano nas lutas pela independência da Bahia (figura 15).



Sede da Filarmônica Terpsícore



Ruínas da Vila Suerdieck



Casa de Câmara



Vila Suerdieck

Figura 15- Patrimônio arquitetônico de Maragojipe

Fonte: Artur Lameira, 2009

#### - Paisagem natural

A paisagem do município do ponto de vista geomorfológico é bastante diversificada, com um relevo repleto de acidentes geográficos e uma vegetação exuberante. As unidades fisiográficas da paisagem de Maragojipe e de seu entorno são representadas por morros, rios, cachoeiras, quedas d'água, lagoas, ilhas e praias fluviais, com predomínio de extenso manguezal. Dentre estes destacam-se o Morro do Alto do Cruzeiro, os rios Guai e Paraguaçu, as cachoeiras do Rio Grande e do Rio Cachoeirinha, as quedas d'água do Bule-Bule e do Rio Quelembe, as ilhas

dos Franceses, dos Coelhos e dos Pecados, e ainda as praias de Ponta de Souza e da Enxadinha, como retratadas na figura 16.



Figura 16- Visão panorâmica de Maragogipe  
Fonte: Ibama, 2004

#### - Manifestações culturais

Em Maragogipe ocorrem, anualmente, diversas festas, eventos e manifestações populares, de grande força e tradição cultural. São comemorações de santos católicos, folclóricas e profanas, que atraem muito visitantes. Dentre estas destacam-se a Festa de São Bartolomeu (padroeiro da cidade) que acontece ao

longo de agosto e inclui a famosa regata Aratu/Maragojipe, o carnaval diferenciado com mascarados e fantasiados, e o São João, com os festejos concentrados geralmente em três dias – 22 a 24 de junho (figura 17 ).



Figura 17 - Manifestações culturais de Maragojipe

Fonte: Artur Lameira, 2008-2009

Além deste patrimônio já aqui relacionado, Maragojipe possui comunidades quilombolas oficialmente reconhecidas, tendo, portanto, grande potencial para o turismo étnico-afro, modalidade que vem sendo estimulada pelos governos federal e estadual, marcadamente a partir do final do ano de 2007.

Mesmo com potencialidades múltiplas para a atividade turística, Maragojipe ainda não conseguiu implementar um plano de desenvolvimento turístico capaz de dar conta de todas as suas belezas e riquezas.

## **4. O TURISMO E A DINÂMICA TERRITORIAL DO DESENVOLVIMENTO DE MARAGOJIPE**

O capítulo mostra os diferentes discursos dos agentes envolvidos na construção da territorialidade turística e do desenvolvimento de Maragogipe. Identifica, nestes enunciados, consensos e dissensos, convergências e conflitualidades que alimentam a dinâmica territorial local. Aponta as percepções e impressões dos turistas, evidenciando olhares externos, que por vezes contemplam questões não percebidas pelos residentes, mas fundamentais no processo de turistificação do espaço local para promoção do desenvolvimento.

### **4.1 PERSPECTIVAS E AÇÕES DO GOVERNO LOCAL**

Como tem ocorrido em parcela significativa dos municípios brasileiros, especialmente nos da Bahia, Maragogipe também tem o turismo figurando no rol das possibilidades de desenvolvimento local. Inclusive, esta é uma expectativa institucionalizada, posto que, para além dos residentes, associações, organizações, entidades, principalmente o governo local, deposita na atividade turística a confiança de gerar emprego e renda. Deste modo, nesta seção é revelado o discurso governamental que coloca a turistificação do território maragojipano como um fator de desenvolvimento.

Em relação ao trato da questão do turismo pelo governo local, observou-se que nos últimos dez anos, acentuadamente, o discurso oficial elegeu a atividade turística como peça chave para crescimento e desenvolvimento do município, mesmo que ainda não se faça perceber, no plano prático, reflexos desta intenção. Uma análise de períodos anteriores a este revelou uma ausência da perspectiva de desenvolvimento turístico, tanto no plano local quanto em relação às políticas públicas regionais. No ano de 1998, surge o primeiro Plano de Desenvolvimento Turístico do Município, por iniciativa externa, através da realização de trabalho de conclusão de curso de Especialização em Marketing e Planejamento Turístico, oferecido por uma Instituição de Ensino Superior baiana. Como havia residentes de Maragogipe realizando a especialização e teriam que apresentar um plano local, resolveram por questões de comodidade para a pesquisa, fazê-lo em Maragogipe. O

grupo executor do trabalho, no entanto, salientou que não houve por parte da Administração municipal nenhum interesse e/ou apoio para o mesmo.

A Secretaria de Cultura e Turismo é o órgão encarregado de gestar a atividade turística no município. Desde o início da gestão pública de 2008 que, internamente, os setores vêm atuando separadamente, de modo que há um dirigente para o turismo e outro para a cultura. Porém, oficialmente, esta separação não é assumida, segundo o Dirigente de Turismo, em razão de que ainda estão sendo buscadas as condições necessárias para o funcionamento independente destas pastas. De todo modo, funcionando associadamente ou em separado, estes setores não dispõem de orçamento próprio, sendo completamente dependentes da Administração central.

Na adequação do PDU (Plano Diretor Urbano) ao Estatuto da Cidade, ocorrido em 2004, o turismo já figurou, explicitamente, como a atividade econômica a ser valorizada.

Deste modo, o Plano Diretor Urbano de Maragogipe identifica, dentro do objetivo de diversificação da estrutura produtiva local, o projeto de desenvolvimento turístico. É destacado que a implementação desse projeto inclui ações regionais, municipais e locais.

Reconhece-se que o município tem um enorme potencial turístico, que precisa ser valorizado e transformado em oportunidades. As principais ações propostas no PDU são: a) inserir Maragogipe no circuito náutico; b) desenvolver o turismo de eventos relacionados com as atividades e/ou as tradições culturais, a exemplo da Festa do Caranguejo Atá, regata Aratu/Maragogipe, Procissão de São Bartolomeu, a Volta de São Tibúrcio, Terno de Mombassa, Lavagem de São Bartolomeu e a Feira do Manguezal; c) promover e estimular a formação dos fluxos turísticos regionais, incluindo a cidade no circuito das cidades vizinhas de Cachoeira e São Félix; d) apoiar o desenvolvimento das artes, das tradições populares e folclóricas; e) construir o Terminal Turístico Hidroviário acoplado com um centro de informações sobre os recursos naturais, do manguezal e da história da cidade; f) promover a programação visual da indicação dos monumentos históricos como marcos da cidade; g) criar programa de turismo ecológico e; h) criar mecanismos de divulgação do turismo no município. Registre-se que, destas, apenas a primeira, a quarta e a oitava ações foram ou estão sendo executadas.

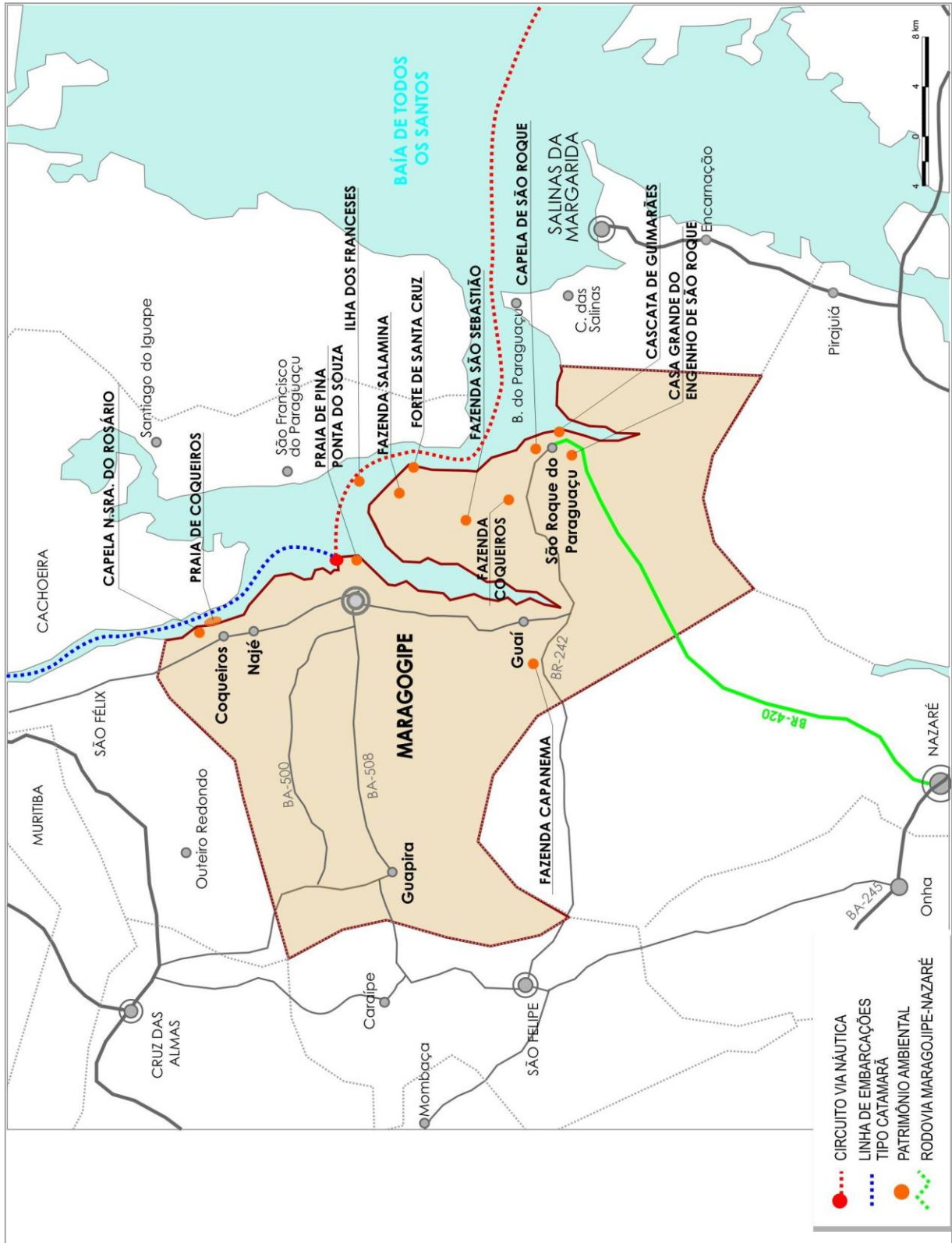
Como exercício prático de reconhecimento de Maragogipe como potência turística, foi desenhada uma proposta do “circuito turístico”, que compreende, por um lado, todo o contexto do patrimônio natural e construído da Baía do Iguape, englobando por sua vez os distritos, e por outro lado o patrimônio histórico e cultural da cidade de Maragogipe. Neste sentido, assegura-se buscar revelar a riqueza da história da tradição e da cultura do povo, estimulando a partir daí o desenvolvimento de novas atividades produtivas, de forma atualizada, para transformar vantagens comparativas do local em vantagens competitivas.

Para melhor percorrer esse território foram criados três circuitos que integram o Circuito Turístico de Maragogipe, quais sejam: O circuito municipal; o circuito local e o circuito da Festa.

Quanto a oportunidade para efetivação da proposta do circuito municipal (figura 18), defende o PDU que encontra-se reforçada, uma vez que o Centro Náutico da Bahia está desenvolvendo o projeto de Circuitos Náuticos, sendo que Maragogipe e Cachoeira estão incluídos no percurso do primeiro circuito náutico, cujos projetos já estão concluídos.



Figura 18 – Circuito turístico do município de Maragogipe – BA proposto no PDU 2004



Fonte: PDU de Maragogipe, 2004, adaptado por Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Em relação ao Circuito Salvador, Itaparica, Maragogipe e Cachoeira, já foi realizado o trabalho de batimetria (pesquisa dos níveis de profundidade) do Paraguaçu até Cachoeira, o projeto do percurso, assim como o projeto de balizamento. A Diretoria de Hidrografia e Navegação da Marinha Brasileira (DHM) procedeu à análise do projeto, recomendando alguns ajustes, os quais também já foram realizados pela empresa projetista.

Adicionalmente, houve interessados em integrar-se ao projeto, colocando uma linha regular de embarcações do tipo catamarã. Entretanto, para complementar o projeto e aumentar as possibilidades de Maragogipe capitalizar o fluxo de turismo a ele vinculado, reconhece-se que são necessárias grandes iniciativas em nível regional, municipal e local. Duas delas apontadas são componentes do projeto do circuito náutico: a primeira seria a implantação de uma segunda base de apoio na Baía de Todos os Santos, além da existente em Salvador, a ser implantada em Itaparica; a segunda é a melhoria da infra-estrutura do ancoradouro em Maragogipe, com a implantação de um flutuante, para facilitar o desembarque nos períodos de maré baixa.

São propostas as seguintes ações para o Projeto de Circuitos Náuticos: a) formulação, implantação e operacionalização de projetos de desenvolvimento turístico náutico; b) formulação, implantação e operacionalização de projetos institucional e legal; c) formulação, implantação e operacionalização de projetos de incentivos fiscais; d) formulação, implantação e operacionalização de projetos de *Home Page*.

São considerados como parceiros potenciais do Projeto de Circuitos Náuticos: empreendedores locais, Centro Náutico da Bahia, Colônia de Pescadores, Prefeitura Municipal, SEBRAE, SENAC, SMTU, além de agentes multilaterais de desenvolvimento como o BID.

É colocada, também, a necessidade do desenvolvimento de projetos de dinamização dos sítios ecológicos municipais com vistas a aumentar a atratividade do local. Nesse sentido, pensa-se no desenvolvimento de projetos de trilha, de sinalização e de implantação de bases de apoio para os visitantes, nos distritos como Nagé, Coqueiros e São Roque e nos pontos pitorescos como Ilhas dos Franceses, Forte de Santa Cruz, Engenho de São Roque, Fazenda Salamina, além da Fazenda São Sebastião, onde fica a cachoeira da Gruta do Sol e da Cascata do Guimarães.

Destaque-se que é registrado que o sucesso dessa proposta depende fortemente, ainda, da execução dos projetos físico-ambientais, que constituem o Plano Diretor de Maragogipe, além da execução dos projetos de fortalecimento dos empreendedores locais e de desenvolvimento institucional também propostos.

Associam-se também ações de formação de mão-de-obra, entre os próprios moradores desses sítios ecológicos para orientar o passeio e estada dos turistas.

Já o circuito local - a sede, pela proposta, tem início no Bairro do Caijá, considerado como “portão de entrada da cidade”, para aqueles que se destinam à cidade pela via náutica. A proposta de valorização desta área, contida no Plano Diretor, busca ampliar e potencializar as atividades já desenvolvidas no local, de forma a criar as condições essenciais para atrair o turismo.

A partir do Caijá o circuito penetra na cidade e caminha através dos prédios de valor histórico situados no centro da cidade como: a Igreja Matriz, antiga Casa de Câmara e Cadeia, a Casa Paroquial, o Coreto da Praça, a Casa da Cultura, o prédio onde abriga a sede da Filarmônica Terpsícore, o prédio da Filarmônica 2 de Julho, o prédio da Fábrica da Suerdieck além de outras construções que datam do século XIX.

O circuito da festa é relativo à festa de São Bartolomeu, que, de todos os eventos e festas que são realizados em Maragogipe, é o de maior significado cultural e religioso. Padroeiro da cidade e considerado o andarilho da fé, a imagem de São Bartolomeu é adorada pelos maragogipanos em 30 dias de festa. A origem da devoção é anterior a 1640, ano da elevação da capela em louvor a São Bartolomeu à categoria de paróquia. Os festejos sempre se realizam na segunda quinzena de agosto, embora a data consagrada a São Bartolomeu seja 24 de agosto. No primeiro sábado de julho, o Pregão (grupo formado por moças e rapazes) soltando fogos de artifício e tocando bumbo anuncia à população a proximidade dos festejos. Já no primeiro domingo de agosto, sai às ruas o Bando Anunciador que, acompanhado pelas bandas locais (Terpsícore Popular e Dois de Julho), estudantes e populares, dão início aos festejos. Daí ocorre a programação religiosa composta de novena, missa solene, procissão e TeDeum. A festa tem duas lavagens distintas: uma no 2º domingo do mês de agosto, realizada pelos fiéis com o único objetivo de fazer a limpeza do templo; outra no 3º domingo, quando acontece a lavagem popular, com a participação de baianas em trajes típicos. Segue-se um cortejo em que se destaca o

curioso Bando da Arrelia (cantando melodias de duplo sentido), bem como o bumba-meu-boi, a burrinha e outras manifestações.

Consagrando a tradição de Santo peregrino, é realizada em sua homenagem a regata Salvador / Maragojipe, que tanto em número de embarcações quanto em extensão, é considerada uma das mais importantes regatas do país. A regata sai da Baía de Aratu com destino a Maragojipe, passando pela Baía de Todos os Santos e diversas localidades paradisíacas às margens do Rio Paraguaçu. Das pequenas canoas aos grandes catamarãs é uma verdadeira festa que começa no mar e segue rio acima, percorrendo suas 35 milhas até chegar ao seu destino, onde no mesmo dia é comemorada a Festa de São Bartolomeu.

No PDU é apontada ainda, a necessidade de reestruturação, principalmente para fins turísticos, do centro da cidade, classificada como a área mais importante da cidade, onde são desenvolvidas as atividades administrativas (Câmara, Fórum) e de comércio, além de ser a zona residencial mais consolidada. Em termos físicos, a cidade se desenvolve em seu entorno .

Nesta área está localizada a antiga Casa da Câmara e Cadeia, o Fórum, a Matriz de São Bartolomeu, o Conjunto Arquitetônico da Santa Casa de Misericórdia, o prédio da Fundação Cultural, a capela de Nossa Senhora do Rosário, o prédio da antiga fábrica da Suerdieck, o prédio onde funciona hoje a Filarmônica Terpsícore e outras construções datadas do século XIX. O núcleo antigo da cidade é formado pela Praça da Matriz, Praça Conselheiro Antonio P. Rebouças, Rua Suerdieck e Rua Barão do Rio Branco.

Constitui-se em grande patrimônio artístico-cultural que deve ser restaurado e preservado como testemunho da história de Maragojipe. Em vista disso, torna-se de vital importância reconhecer o centro como o “coração da cidade”, como espaço polifuncional, onde se desenvolvem atividades de integração social.

O PDU identificou os principais problemas e apontou as diretrizes físicas e econômicas que irão induzir a valorização do centro, e que são reafirmadas nesse trabalho, quais sejam : a) hierarquização do Sistema Viário; b) restauração do Prédio da Prefeitura; c) construção do Terminal Rodoviário; d) urbanização da Praça da Matriz.

Para além do proposto no PDU, o município de Maragojipe está incluído em planos e programas de turismo de diferentes instâncias de governo, como o de incentivo ao turismo étnico-afro instituído no âmbito federal no ano de 2007, e os de

estímulo as modalidades histórico-cultural e náutica, implementadas pelo governo do Estado em toda região do Recôncavo baiano. Por esta razão, segundo o Dirigente de turismo do município (entrevistas realizadas em 10, 11 e 12/2008 e 01/2009), o turismo é visto como vetor de desenvolvimento para Maragogipe, principalmente nas modalidades natural e cultural, para as quais acredita haver grande potencial. O dirigente ressaltou, porém, que tem sido muito difícil efetivar este desenvolvimento, posto que as políticas de turismo têm sido muito direcionadas para a capital, Salvador, ou então para a Costa dos Coqueiros, onde é característico o turismo de sol e praia. Para ele, é importante ter políticas destinadas exclusivamente ao Recôncavo Baiano, e neste serem particularizadas para pequenos grupos de municípios, para atender, de fato, as demandas e necessidades de cada local, isto porque, mesmo fazendo parte de uma mesma região, os municípios têm particularidades que precisam ser tratadas diferenciadamente, sob pena de apenas uns serem beneficiados.

O carnaval é usado para ilustrar como Salvador centraliza a atenção e os investimentos governamentais, quando Maragogipe, que tem uma proposta completamente diferente, com um carnaval de mascarados em que há grande envolvimento da comunidade e é um traço forte da cultura local, depende apenas de esforço financeiro interno. Para o dirigente, “a impressão que dá é que o carnaval de Salvador é a única forma possível de carnaval”. Especificamente em relação ao carnaval, há a expectativa de que com o reconhecimento como patrimônio imaterial da Bahia, ocorrido neste ano de 2009, o governo do Estado sinalize com efetiva participação na divulgação e investimento na festa.

No tocante à forma como o turismo – enquanto vetor de desenvolvimento – tem-se inserido na política governamental de desenvolvimento municipal, o dirigente afirmou que de modo setorializado, em razão de que, “até então, o turismo fica a cargo, exclusivamente, do setor de Turismo, de maneira isolada.” Reconhece, também, que este tratamento setorializado do turismo no âmbito da política municipal certamente tem sido um primeiro impeditivo para a sua efetivação enquanto fator de desenvolvimento, corroborando com Silva (2006), que chama a atenção de que o turismo precisa ser tratado numa perspectiva intra-setorial, sob pena de não apresentar os resultados esperados em termos de desenvolvimento, no que concorda o dirigente, ao defender que o turismo é uma ferramenta de desenvolvimento socioeconômico para o município que para ser efetivada precisa de

infra-estrutura espacial, de qualificação profissional, e de serviços de saneamento básico, de saúde, de segurança pública, dentre outras condições que são dadas por outros setores. Assim, justifica, “se não houver um esforço conjunto da administração como um todo, fica muito difícil avançar nas práticas turísticas.” Esta colocação reforça e remete ao caráter multifacetado do turismo, evidenciado por Rodrigues (1997) quando destaca ser este um fenômeno político, econômico e social, e que na realidade demanda, de fato, a conjugação de todos estes fatores.

Referente ao planejamento turístico para o local, foi afirmado que o município possui dois planos de desenvolvimento turístico, de 1998 e 2005, ambos elaborados por Instituições de Ensino Superior baianas, sendo que o primeiro como trabalho de conclusão de curso de pós-graduação e o segundo em caráter de consultoria solicitada pela gestão municipal. Contudo, foi admitido também, que quase nada proposto nos dois planos foi colocado em prática, principalmente pela característica de “inventário turístico”, quando havia a expectativa de “proposições mais práticas”, como, por exemplo, relativas à captação de recursos. Neste ano de 2009, iniciando o segundo mandato consecutivo da gestão do Prefeito Sílvio Ataliba, foi elaborado um plano para o primeiro semestre, com ações bastante simples e de curto prazo. O plano definitivo, segundo o dirigente, deve ser gerado com base no melhoramento e potencialização dos planos anteriores, mas totalmente desenhado pela Secretaria de Cultura e Turismo do Município. Esta situação exposta pelo dirigente de turismo quanto ao planejamento turístico local revela o que comumente tem sido um entrave no processo: a centralização do planejamento, que exclui agentes de extrema importância – comunidade, associações, setor privado, etc – ao tempo em que limita-se a inventariação dos atrativos.

Todavia, o planejamento centralizado não é visto pela administração municipal como o maior entrave ao desenvolvimento do turismo no município. Para esta, os maiores problemas são deficiências na infra-estrutura urbana, nos equipamentos e serviços necessários à exploração turística local. Por esta razão, as decisões mais urgentes referem-se a qualificar as pessoas e os serviços para atendimento turístico. No plano mais geral, o dirigente afirmou que o maior entrave é o não reconhecimento efetivo de Maragogipe como pólo turístico do Estado, por acreditar que este reconhecimento ocorrendo daria suporte, principalmente financeiro, para desenvolver o potencial do município. Este posicionamento faz pensar no que anteriormente declarou o dirigente quanto às dificuldades internas

para o desenvolvimento turístico e que entende-se que enquanto não forem sanadas contribuirão para que, no plano externo, o município não seja de fato, visto como grande potencialidade para o turismo. Para que Maragojipe seja tratado como lugar turístico, primeiro é preciso que se constitua turístico, e esse é um processo complexo, que envolve variáveis diversas e ações em diferentes âmbitos e de múltiplas naturezas, conforme Irving (2000), esse é um processo que deve integrar olhares distintos, leituras antagônicas e percepções contraditórias.

Estas ações, inclusive, podem ser referenciadas naquelas já implementadas em outros lugares do entorno, uma vez que diversos municípios do Recôncavo se pretendem turísticos e desenvolvem ações com este fim. Conhecer o que os outros lugares fazem, não para fazer do mesmo jeito, mas para perceber possibilidades e avaliar seus desdobramentos, pode contribuir para construir em bases sólidas a territorialidade turística local. Neste sentido, o dirigente declarou que, mesmo reconhecendo experiências de sucesso em municípios vizinhos, como Cachoeira e Nazaré que têm características geoeconômicas semelhantes às de Maragojipe, não há preocupação sistemática em conhecer o que e como fazem, por entender que cada município tem suas particularidades e que estas é que sustentam o potencial turístico. Há que se destacar, neste caso, que se há particularidades, diferenças, há também semelhanças, e por isso tende-se a crer que conhecê-las contribuiria para uma organização mais efetiva da atividade turística.

Em relação aos atrativos turísticos locais, o dirigente por ordem de representatividade, assim os elencou: manifestações culturais, paisagem natural, arquitetura colonial e comunidades quilombolas. Ele afirmou que há grande potencial no município para todos estes atrativos, porém reconheceu que, antes de explorá-los para o turismo, é preciso fazer um intenso trabalho de valorização e preservação, para que os próprios maragojipanos conheçam o que têm, aprendam a dar valor e a partir daí querer preservar, para só depois, então, pretender que estranhos – neste caso, os turistas – admirem e valorizem o patrimônio local. Nas palavras do dirigente,

Antes de tudo, a comunidade precisa enxergar os elementos do município, que fazem parte do seu dia-a-dia, com a beleza que eles têm, com o devido valor, porque senão como outros vão valorizar este potencial? De nada adianta querer que o turista veja sentido nas nossas festas, nos prédios históricos, nos quilombolas, se nós que vivemos aqui não vemos, ou pelo menos não na sua essência.

Conforme Murta e Albano (2002), pode-se traduzir a fala do dirigente como a necessidade de interpretar o patrimônio a partir do exercício do olhar, o que é importante para os turistas, mas fundamental para os residentes, que precisam estreitar os vínculos com o seu lugar transformado em turístico.

Ao elencar os atrativos turísticos de Maragogipe, o dirigente realçou a força das manifestações culturais, e dentre estas destacou as festas mais representativas – Carnaval e São Bartolomeu. Segundo ele, estas festas são os pontos fortes do município, atraem muitas pessoas, e por isso pensa-se em usá-las para incrementar o turismo local. Por outro lado, deixou claro que, atualmente, são planejadas para satisfazer a demanda local, não são ainda pensadas como eventos de grande dimensão, propositadamente para atrair turistas. Pensa-se em fazer isso, com a intenção de aproveitar o potencial que as festas têm como referência cultural e fazer uma divulgação maior, mais ampla, que vá além dos já utilizados: jornais, emissoras de televisão e revistas especializadas, todos de circulação regional. Entretanto, ao ser questionado porque mesmo reconhecendo que hoje estas festas já têm uma demanda efetiva de visitantes, a organização e planejamento se dão, basicamente, para o contingente local, o dirigente declarou que a infra-estrutura local é precária e a capacidade de investimentos do Poder público bastante pequena para atender a uma grande massa de visitantes, como as que freqüentam estas festas.

Conforme o dirigente, embora seja feito um esforço de diferentes setores públicos, para dar conta da estrutura das festas, em termos financeiros muito pouco é agregado para a administração municipal. Segundo ele, a capacidade de arrecadação do Poder público com estas festas é muito pequena, advém, fundamentalmente, de licenciamento para vendedores, há escassos investimentos da iniciativa privada, e isso dificulta sobremaneira a estruturação do lugar, como evidencia em seu depoimento:

Temos plena consciência que esta falta de estrutura impede os visitantes de ficarem na cidade e por conseqüência de conhecerem outros atrativos, e saímos perdendo com isso. Mas não é possível gerar esta estrutura de uma hora para outra, vamos estruturar este processo aos poucos, buscando saídas viáveis e possíveis de serem executadas.

Uma destas saídas mencionadas pelo dirigente é buscar parcerias com municípios próximos. Ressaltou ele que não se trata de um copiar o outro e todos fazerem as mesmas coisas, mas de haver uma associação entre os municípios, que



fortaleça e dê condições de desenvolvimento a todos, a partir de suas diferenças e também de suas semelhanças. Nesse sentido, associar, como é pensado, Maragojipe, Cachoeira, São Félix, Nazaré e Salinas da Margarida, para viabilizar o pleno funcionamento das atividades turísticas e tê-las como geradoras de desenvolvimento socioeconômico, pode ser efetivamente possibilitado por uma ação de ajuda mútua, em que o turismo seja pensado em conjunto por estes lugares, e dessa forma as dificuldades individuais possam ser superadas. Esta situação é ilustrada com o seguinte exemplo: “Maragojipe não tem, ainda, meios de hospedagem com qualidade suficiente para atender uma demanda mais sofisticada de visitantes, mas Cachoeira e São Félix dispõem desses meios, então, com uma proposta integrada, o visitante pode passar o dia em Maragojipe, pernoitar em um destes dois lugares, e retornar no dia seguinte para conhecer outros atrativos.”

Embora reconhecendo as vantagens e benefícios para o local, de uma associação desta natureza, o dirigente assumiu que é uma iniciativa para ser empreendida um pouco mais adiante, posto que acredita primeiro ser necessária a organização interna de Maragojipe, para depois a sua articulação a um grupo de municípios.

O dirigente fez questão de destacar ainda, que, a implementação de canteiros de construção de plataformas da Petrobras, em São Roque do Paraguaçu, distrito de Maragojipe, reativada no ano de 2008, pode vir a ser um grande reforço no implemento do turismo local, porque poderá divulgar o município e despertar curiosidades sobre o mesmo. Entretanto, reconheceu que, para isto acontecer, é preciso que haja um bom planejamento e gestão da atividade turística, o que para ele depende, em primeira instância, do Poder público local.

A partir das considerações tecidas pelo dirigente de turismo de Maragojipe, é possível afirmar que tem havido uma preocupação efetiva com a questão turística local, inclusive há ciência dos problemas e dificuldades a enfrentar, bem como de possíveis soluções e estratégias a serem usadas. Por outro lado, percebe-se que do ponto de vista da gestão pública local, o setor de turismo se ressentiu de planos de desenvolvimento consistentes ou mesmo da sua correta implementação. Também a desarticulação entre os setores, a qualificação deficiente do pessoal ocupado em setores que poderiam servir à atividade turística, e a grande rotatividade de profissionais nos cargos gerenciais, têm sido impeditivos de uma política de desenvolvimento turístico eficaz.

Para além do Poder Público, com suas ações e estratégias, o envolvimento da comunidade é um componente fundamental no processo de turistificação local. Por esta razão, no próximo item, caracteriza-se a forma com que a comunidade percebe Maragogipe como lugar turístico.

#### 4.2 ATUAÇÃO DA COMUNIDADE

A preocupação em captar com o máximo de fidelidade a dinâmica socioterritorial de Maragogipe engendrada pela relação turismo-desenvolvimento, gerou inquietações iniciais no sentido de como fazê-lo, uma vez que as pessoas são diferentes, o que se traduz em individualidades, e mesmo quando as pessoas se agrupam – associações de classe, grupo de trabalho, time de futebol, etc – acabam por adquirir características inerentes àquele grupo, que os diferencia dos demais. Disso resultam diferentes leituras de mundo que conduzem a também diferentes práticas sociais.

Estas práticas sociais, constituintes do repertório identitário do lugar, são preponderantes no processo de constituição do lugar turístico. Por esta razão, era preciso buscar uma forma de aproximação mais estreita possível das diferentes percepções dos residentes maragogipanos, que possibilitasse, num primeiro momento, apreender suas impressões e representações para depois, então, conjugá-las com os outros segmentos pesquisados, objetivando conhecer consensos e dissensos que hoje definem a conjuntura do turismo e do desenvolvimento local, e a partir destes propor alternativas tendo por base o movimento do real, das ações, situações e relações operadas no plano prático.

Assim sendo, o nível de renda pareceu ser um critério revelador de diferentes formas de viver e por extensão, de perceber, de sentir, mostrando-se, então, apropriado para a busca aqui empreendida. Deste modo, os residentes maragogipanos foram segmentados em três grupos, a depender do nível de renda: 1) Renda alta, perfazendo, em média, mais de seis salários mínimos por mês; 2) Renda média, com ganho mensal variando entre quatro a seis salários; 3) Renda baixa, entre um e três salários mínimos. Cada grupo foi composto por uma amostra de cento e trinta (130) pessoas, cujos perfis podem ser identificados no quadro 07.

Quadro 07 - Perfil socioeconômico do grupo de residentes pesquisados em Maragogipe- 2008 e 2009

Característica	Indicador	Renda Alta		Renda Média		Renda Baixa	
		Freqüência	%	Freqüência	%	Freqüência	%
Sexo	Masculino	70	59,9	97	74,6	33	25,4
	Feminino	60	46,1	33	25,4	97	74,6
Idade	21 a 30 anos	13	11,5	05	3,8	12	9,3
	31 a 40 anos	17	11,7	15	11,5	18	13,8
	41 a 50 anos	20	15,3	100	76,9	70	53,9
	Mais de 50 anos	80	61,5	10	7,8	30	23,0
Escolaridade	Ensino Fundamental	10	7,8	11	8,4	50	38,5*
	Ensino Médio	15	11,5	20	15,3	40	30,8
	Ensino Superior	70	53,8	70	53,8	-	-
	Pós-graduação	35	26,9	29	22,5	-	-
Ocupação	Profissional Liberal	80	61,5	76	58,5	-	-
	Empresário	40	30,7	19	14,6	-	-
	Político	10	7,8	-	-	-	-
	Vendedor ambulante	-	-	-	-	80	61,5
	Funcionário público Municipal	-	-	35	26,9	50	38,5
Tempo de residência no município	20 a 30 anos	18	13,8	20	15,5	10	7,8
	31 a 40 anos	32	24,7	40	30,7	40	30,7
	Mais de 40 anos	80	61,5	70	53,8	80	61,5
Residentes por domicílio	1 a 4 residentes	90	69,2	20	15,3	05	3,8
	5 a 8 residentes	30	23,0	80	61,5	20	15,3
	Mais de 8 residentes	10	7,8	30	23,2	105	80,9

\*As 40 pessoas restantes (30,7%) não são escolarizadas

Fonte: Pesquisa de campo, 2008/2009

Uma breve análise dos perfis dos grupos, já anuncia diferenças substanciais que se confirmaram ao longo da interpretação dos dados coletados. Neste sentido, interessante destacar o número de pessoas que vivem nas residências como aumenta de maneira inversamente proporcional à renda. Isso é natural não só no município do estudo, mas em outras áreas e regiões do estado e do país, em que as precárias condições financeiras têm conduzido a que cada vez mais membros da família dividam o mesmo teto.

Visando conhecer as impressões mais gerais dos residentes sobre o desenvolvimento local para daí derivar a questão do turismo, questionou-se sobre o conhecimento / participação / representação no planejamento da política de desenvolvimento do município.

De modo geral, pode-se considerar baixo o índice de participação nos três segmentos, sendo total no grupo de baixa renda, como revelado na figura 19. Aqueles de alta e média renda que declararam ter participação, chamaram atenção para a inexpressividade desta participação que se dá, prioritariamente, na composição de conselhos setoriais que, segundo os residentes, servem apenas para sacramentar as escolhas governamentais, como mostra o depoimento que segue.

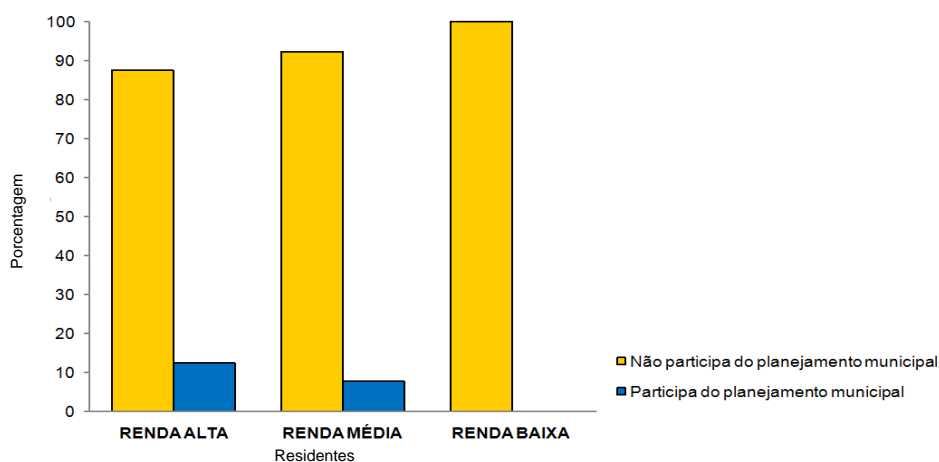


Figura 19: Participação dos residentes no planejamento municipal de Maragogipe- 2008

Fonte: Pesquisa de Campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Não sei nem se pode chamar isso de participação. Na verdade, aceitamos fazer parte destes conselhos porque dá um certo status, mas não se tem poder de decisão nenhum. Quem decide tudo é a gestão municipal e nós só referendamos. Estes conselhos existem só para justificar verbas do governo Estadual e do Federal. (Residente de renda média)

Este depoimento põe em relevo o que ocorre com freqüência nos municípios, em que a centralização política muitas vezes impede a plena participação popular, tão propagada nos discursos governamentais. Em relação ao planejamento/às políticas de turismo, a situação não é diferente. A maioria absoluta dos residentes declarou não conhecer as bases das propostas para o turismo, a não ser o que é divulgado pelo discurso oficial em ocasiões especiais. Afirmou também que quem trabalha no setor geralmente não tem qualificação, não sabe, de fato, o que fazer para alavancar o turismo local e principalmente não se preocupa em conhecer o que outras cidades estão fazendo e que dá certo.

O que se vê aqui são amadores brincando de planejar o turismo para desenvolver Maragogipe. Não há, de fato, um plano consistente que leve em

conta a realidade, mas sempre o potencial, aquilo que pode vir a ser e pensado somente pelo governo, sem a participação da comunidade, dos empresários, dos comerciantes, das organizações, que conjuntamente levam a cabo um projeto de turismo. Tantas cidades próximas de Maragogipe e outras da Bahia e do Brasil têm dado certo com iniciativas simples, porque não buscamos essas experiências para adequar a nossa realidade? (Residente de alta renda)

Este trecho do depoimento de um profissional liberal maragogipano de renda alta, sinaliza para questões cruciais do turismo: a) a importância do planejamento para a eficácia de políticas de turismo; b) a participação dos diferentes agentes sociais no planejamento turístico, o que, conforme Irving (2002) é condição fundamental para constituição e solidez do lugar turístico; c) a necessidade de considerar o turismo numa perspectiva multiescalar, isto é, buscando conjugar o que é genuíno com as demandas externas, nas palavras de Silva (2006), levando em conta a relação entre os fatores endógenos e exógenos.

Os maiores entraves para o desenvolvimento do turismo local apontados pelos residentes derivam, justamente, do realçado no depoimento anterior. Ressalte-se que os residentes de baixa renda não souberam opinar sobre esta questão ou apresentaram dados sem nexos. Já os de média e alta renda foram bastante precisos ao elencar as suas percepções sobre as dificuldades enfrentadas. Em primeiro plano, citada pela absoluta maioria, a ausência de qualificação daqueles que trabalham no planejamento e gestão do turismo. Para os que compartilham de tal posicionamento, o setor turístico precisa ser profissionalizado, sob pena de incorrer em tentativas amadoras, que não resultem, de fato, em caminhos para o desenvolvimento. Em segundo lugar, vigorou a inexistência de articulação entre os diferentes agentes que, no município, promovem o turismo: prefeito, secretários, população, organizações, instituições privadas, comerciantes, prestadores de serviços. Foi ainda evidenciada a importância de não enxergar o turismo no município de forma isolada, como vem ocorrendo, sem levar em conta o entorno como também lugares mais distantes. Isto foi por eles justificado em razão de que percebem que o município tem um potencial inexplorado, que poderia ser o seu diferencial, mas que o Poder Público insiste, por exemplo, nas festas, que todos os lugares próximos também têm, sendo pensadas e programadas da mesma forma, sem inovações substanciais.

Ressalte-se que, embora em linhas gerais, estas questões levantadas se apliquem à diferentes realidades do turismo com base local, a sua territorialização é

que permite entender os processos que engendram dinâmicas espaciais particularizadas e explicativas da territorialidade turística. Por isso que, mesmo já integrantes do repertório de dificuldades para a efetivação do turismo, foram aqui lançadas, por crer que somadas aos outros segmentos pesquisados, dão as bases para compreender a dinâmica territorial do desenvolvimento de Maragogipe na perspectiva do turismo.

No tocante ao potencial turístico de Maragogipe, os residentes dos três grupos de renda concordaram que a potencialidade existe, porém divergiram ao apontar sobre o seu efetivo aproveitamento: 84% dos que têm uma renda alta, consideraram que o potencial é subutilizado pelo Poder Público, 63% dos de renda média atribuíram ao alto grau de degradação o impedimento para a exploração turística dos possíveis atrativos, e 88% do grupo de baixa renda afirmou que Maragogipe tem lugares bonitos, mas que não podem ser usufruídos por todas as pessoas, apenas por aquelas que têm dinheiro. Estes posicionamentos são ricamente ilustrados pelos depoimentos que, respectivamente seguem:

Maragogipe é um dos poucos municípios da região que dispõe de potencial para as diversas modalidades de turismo, mas passa o tempo e nunca sai da condição de potencial, não se concretiza. Isto acontece, ao meu ver, porque a Administração pública não conhece de verdade o que o município oferece e prefere apostar sempre do mesmo jeito, naquilo que acha que dá certo, por exemplo, as festas tradicionais. (Residente de alta renda)

O potencial existe, mas o principal impedimento para que seja mesmo utilizado é a degradação que é muito grande. Os prédios antigos não são conservados, tem os daqui mesmo do centro da cidade, como o da Suerdieck e da Dannemann, que estão deteriorados. Quem é o turista que vai gostar de ver isso? (Residente de renda média)

Maragogipe tem lugares muito bonitos, mas quem pode aproveitar é quem tem dinheiro, que vem, por exemplo, de lancha ou de saveiro passeando pela Baía de Iguape e vai embora, porque dentro da cidade não tem organização para essas pessoas ficarem. (Residente de baixa renda)

Em caráter complementar ao exposto, os residentes sinalizaram para o que pode ser ou já se constitui atrativo turístico local. Conforme demonstrado na figura 20, as percepções são diferenciadas nos grupos pesquisados, e remetem à diferentes formas de interpretação do patrimônio. Neste sentido, interessante notar, que embora o município tenha belíssimas paisagens naturais, estas são apenas vistas como atrativos para dois grupos de residentes, sendo que um com baixo percentual. Isto coincide, inclusive, com a visão do governo estadual, que ao criar o ranking dos municípios do Pólo Salvador e entorno por segmento turístico – já aqui

discutido no capítulo dois – com o fim de elaboração de políticas de turismo para o estado, classifica Maragogipe como um dos cinco municípios de menor potencial para este segmento. Do mesmo modo, as comunidades quilombolas, historicamente estabelecidas no município e já reconhecidas pelo Governo Federal, foram minimamente lembradas pelos maragojipanos.

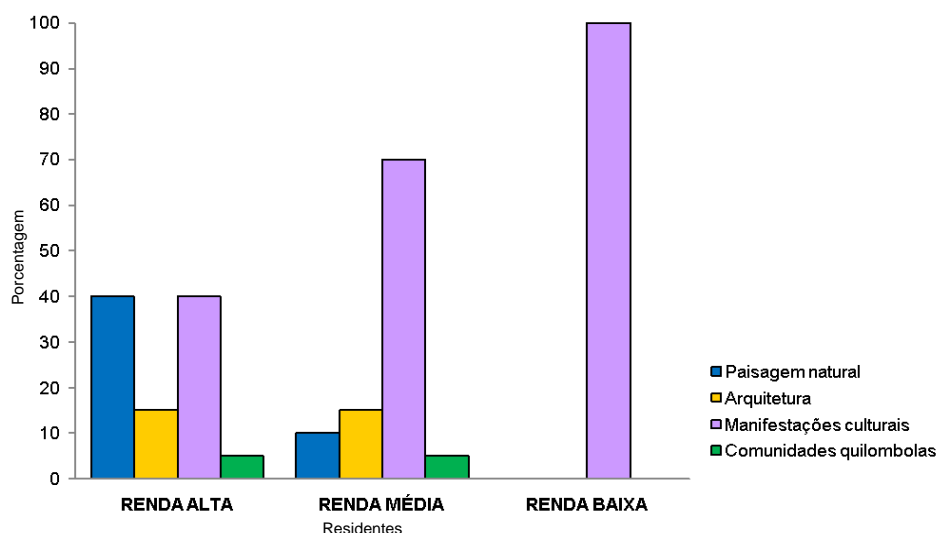


Figura 20: Hierarquização dos atrativos turísticos de Maragogipe por seus residentes, 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Este quadro evidencia que os residentes percebem como atrativos turísticos, geralmente, os elementos que já têm visibilidade, que de algum modo já são aceitos coletivamente e estabelecidos como atrativos. Como alertam Murta e Albano,

o patrimônio, neste caso, local, deve ser interpretado levando em conta não só o que é aparente, estabelecido, mas o que constitui valor para o lugar, estabelecendo uma rede de descobertas e de desfrute para residentes e turistas, ampliando as possibilidades de desenvolvimento de projetos turísticos". (2002, p. 20)

Este exercício do olhar (MURTA ; ALBANO, 2002) requer reconhecer, para além do já explorado, o legado local em suas múltiplas dimensões.

Neste contexto de interpretação e valorização do patrimônio, percebe-se que os moradores de Maragogipe sempre se reportam às festas como grandes expressões da cultura local. De modo geral, todos os grupos pesquisados afirmaram a representatividade da Festa de São Bartolomeu, do carnaval e das festas juninas, embora ao avaliá-las, revelem indicadores diferenciados. Os que têm baixa renda afirmaram que todas estas festas são boas, porém, pouco fazem parte delas, por

conta de suas condições financeiras precárias, como confirma um vendedor ambulante, ao dizer que “são festas para quem tem dinheiro e para quem vem de fora, porque os filhos de Maragojipe que podiam aproveitar para ganhar um dinheirinho, ficam fora de tudo, porque a prefeitura diz que precisa organizar a festa, e nós mesmos, que somos ambulantes, nem sempre conseguimos a licença para trabalhar”. Já para os residentes de renda média, as festas são ótimas porque valorizam a cultura local e geram renda para o povo maragojipano.

Para aqueles que perfazem uma alta renda mensal, a avaliação assumiu contornos diferenciados. Ao contrário dos outros grupos, a Festa de São Bartolomeu foi considerada regular pela ampla maioria, justificada pelos seguintes fatores: há um fluxo grande de visitantes que circulam pela cidade de forma desordenada e as vezes desordeira, causando transtornos; não há um planejamento eficiente por parte da gestão municipal, que dê conta dos diferentes setores envolvidos na festa; há invasão de ambulantes de diferentes lugares e o tráfego de veículos fica completamente desorganizado, um verdadeiro caos.

No festejo junino, embora considerado bom pela maioria, prioritariamente porque há uma participação mais ativa da comunidade, os residentes deste grupo declararam ausentar-se do município, indo para suas fazendas/ sítios promover comemorações particulares, ou para festas consideradas de grande porte no contexto regional – sendo citadas as de Amargosa, Piritiba, Senhor do Bonfim, Cruz das Almas e Cachoeira – em que há conforto, comodidade, bons serviços nos camarotes, segurança, atrações musicais de sucesso, segundo eles, tudo o que falta na festa de São João local, de organização extremamente amadora. Um conjunto de argumentos semelhante foi utilizado para justificar por que mesmo considerando ótimo o carnaval da cidade, principalmente por manter a tradição cultural dos mascarados, viajam para conhecer outros lugares ou vão para o carnaval de Salvador, que tem um caráter completamente diferente.

Muitas vezes, estas situações apresentadas pelos residentes ao avaliar as festas locais enquanto atrativos turísticos, estão sustentadas na própria visão que ainda hoje impera, de que basta ter o atrativo para o turismo naturalmente acontecer. É preciso sim, contrapor-se a este tipo de pensamento, considerando as implicações do turismo como um fenômeno que cria e recria espaços (RODRIGUES,1997) em que estas criações e recriações não devem se dar no sentido de impor modelizações socioterritoriais unicamente para instigar o imaginário



dos turistas, mas devem refletir a realidade, especialmente o pensado, sentido e percebido por aqueles que vivem no território. Dito de outro modo, não tem validade forjar práticas para a constituição do lugar turístico mas, ao invés disso, colaborando com Gastal (2001), necessário se faz que os residentes sintam-se parte do patrimônio local, valorize-o, para que assim os turistas possam experimentar situações verdadeiras, e de fato, características daquele lugar, e não espetáculos iniciados com a chegada dos turistas e encerrados com suas partidas, sem laços de identidade com o local.

Vislumbrando um possível desenvolvimento do setor turístico local, os residentes das diferentes faixas de renda apontaram como poderiam inserir-se no processo: os de baixa renda, prioritariamente, conseguindo um emprego, por acreditarem que haveria expansão do mercado de trabalho; grande parte dos de renda média, investindo num pequeno negócio, caseiro, ligado a atividade turística, enquanto que os que dispõem de alta renda assumiram que, caso esse desenvolvimento viesse a ocorrer, poderiam melhorar os serviços que já oferecem em seus empreendimentos – restaurantes, supermercados, clínicas, escritórios e também investir em novos equipamentos de infra-estrutura da atividade turística. Vê-se aqui como o turismo gera expectativas de melhorias para as pessoas, e por conseqüência para o local. Possivelmente um bom planejamento, que levasse em conta os anseios e desejos da comunidade, pudesse potencializar os efeitos da atividade turística, com ganho para todos.

Por outro lado, mesmo reconhecendo as condições favoráveis que Maragogipe apresenta para o implemento da atividade turística, os residentes também reconheceram, por todas as razões já aqui tratadas, que o caminho mais sustentável para o turismo em Maragogipe consiste em associar-se com municípios próximos, para que cada um possa evidenciar suas especificidades, e todos, assim, saírem fortalecidos, como é evidenciado nos depoimentos que seguem:

Se observarmos os municípios mais próximos daqui, como Cachoeira e Nazaré, é fácil perceber como muito de turístico ainda pode ser feito. Agora, cada um sozinho não consegue, porque falta vontade política, falta gente qualificada tratando da questão, falta cada comunidade se envolver e entender que o turismo pode ser um meio de vida e ao mesmo tempo uma razão para preservar o patrimônio. Ao invés disso, as disputas políticas afastam os lugares, todo mundo sai perdendo, e o turismo nunca passa de potencial. (Residente de alta renda)

No dia em que estes municípios aqui do Recôncavo tomarem consciência das belezas que possuem – naturais, culturais, humanas – e da força que

poderiam ter no âmbito do Estado se articulassem uma política conjunta, já o teriam feito. O problema é que falta visão estratégica dos políticos de cada município, que quase sempre não estão interessados, de fato, em desenvolver seus municípios. O que acontece, então, é que ficam todos como que parados no tempo e o povo sofrendo, sem oportunidades para melhorar de vida. (Residente de alta renda)

A ação consorciada de municípios para desenvolvimento turístico é uma estratégia já utilizada no Brasil, embora de forma embrionária, mas já aponta para as experiências de sucesso, como a estudada por Coriolano (1998, 2003) ocorrida no litoral do Ceará. Todavia, na área aqui proposta de estudo e para consórcio – Maragogipe e seu entorno – concretizar esta alternativa exigiria superar o desafio do isolacionismo político, que tem feito cada município buscar caminhos mais difíceis para o desenvolvimento.

Analisando todas estas situações relativas ao turismo apresentadas pelos residentes de Maragogipe, é possível tecer algumas considerações. Primeiro que os residentes não estão alheios ao que ocorre no município relativo ao turismo, pelo contrário, suas posições demonstraram o quanto estão conectados tanto ao discurso quanto as práticas turísticas. Tende-se a crer, sim, que eles têm sido excluídos do processo de decisões sobre as atividades turísticas. Segundo, que os residentes deixaram claro que dispõem de todas as condições para intervir efetivamente numa política local de turismo para o desenvolvimento, o que pode ser observado no caráter propositivo de seus discursos.

Para além dos residentes, considerou-se que outros agentes e suas ações concorrem para a dinâmica socioterritorial de Maragogipe – governo, os empresários, os turistas, o setor de comércio e serviços. Sobre este último é que se trata no próximo ítem.

#### 4.3 PAPEL DO SETOR DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

Neste ítem, objetivou-se entender possíveis implicações dos eventos / momentos turísticos ocorridos no município no setor de comércio e serviços, a partir da visão dos comerciantes e prestadores de serviços, tanto sobre a dinâmica do turismo no local quanto em relação às suas potencialidades para a promoção do desenvolvimento de Maragogipe.

Considerando a importância infra-estrutural deste setor para a realização da atividade turística, optou-se por subdividi-lo em três segmentos – hospedagem,

alimentação, lazer e entretenimento – na perspectiva de apreender com maior exatidão o papel desempenhado por cada um e a rede de relações mantida entre eles, que implica na dinâmica econômica do município. Constituíram amostra do estudo 14 (catorze) espaços de alimentação (restaurante e bar), 10 (dez) meios de hospedagem, distribuídos entre hotéis, pousadas e pensões e, 6 (seis) espaços de lazer e entretenimento, sendo 4(quatro) *lan houses* e 2 (dois) clubes.

Maragogipe, como de resto as pequenas cidades do Recôncavo Baiano, tem um comércio relativamente restrito, com prevalência de estabelecimentos que comercializam gêneros de primeira necessidade. Não há um levantamento oficial que dê conta do número exato de casas comerciais mas, foi possível observar na pesquisa de campo, um predomínio dos setores alimentício e de confecções.

Como o turismo já vem sendo, há pelo menos uma década, tratado no discurso oficial local como vetor de desenvolvimento, pensou-se ser fundamental entender de que modo os comerciantes e prestadores de serviços percebem a atuação governamental, não só relativa ao turismo mas, antes, e de maneira ampla, ao próprio desenvolvimento do município. Nas avaliações, ficou claro um certo receio em expressar suas opiniões, sob alegação de que esta avaliação implica em expor preferências políticas, o que é arriscado quando se trata de comerciantes de uma cidade pequena, que dependem, direta ou indiretamente da prefeitura. A opinião de um comerciante do centro da cidade ilustra bem esta situação:

Prefiro não responder esta questão porque tem um tom político e não gosto e não posso me envolver em política. Quem é comerciante aqui e se declara politicamente dizendo a verdade, isto é, contrariando a ordem vigente, quase sempre sai prejudicado, não acha mais nada na prefeitura. Então, é melhor ver e fazer de conta que não está entendendo.

Percebe-se aqui como a política partidária exerce domínio sobre as pessoas, muitas vezes restringindo-as em suas expressões mais sinceras e verdadeiras, o que certamente resulta num gargalo na relação entre o Poder Público e a sociedade, chegando a impossibilitar, em última instância, diálogos fundamentais para o crescimento / desenvolvimento do lugar.

Este contexto forneceu as pistas para entender porque a grande maioria dos respondentes dos três setores optou por dizer que desconhece as políticas do governo para o desenvolvimento local (figura 21), embora as justificativas dadas

pelos mesmos para tal posição façam crer que a avaliação, em verdade, varia de péssima a regular.

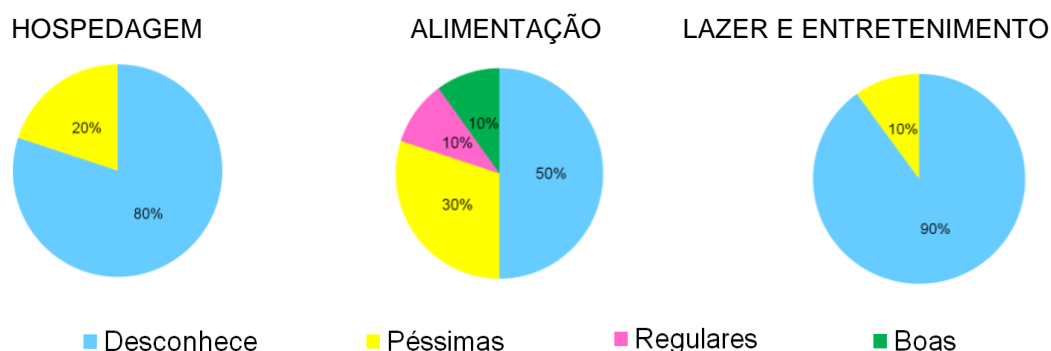


Figura 21: Avaliação das iniciativas governamentais para o desenvolvimento de Maragogipe pelo setor de comércio e serviços - 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Em concordância com o depoimento anterior, um prestador de serviços estabelecido na cidade há mais de trinta anos, explicitou, com bastante clareza, o que motiva tal posicionamento:

Em cidades grandes também acontece, mas no interior a perseguição política é pior. Se você abre sua opção política e depois quem assume o poder é da oposição, você fica completamente fora do processo. Aqui, como comércio e serviços são fracos, dependemos muito dos órgãos da prefeitura. Se não rezarmos na cartilha de quem está no poder, fica muito difícil nos estabelecer no mercado. Mesmo que os serviços para a prefeitura sejam poucos, sem eles é muito pior. Por isso, vemos o que está errado e também temos idéias para melhorar o município, mas temos que ficar na nossa, para não contrariar os poderosos e pagarmos o preço disso, que é alto.

Por outro lado, e mostrando a outra faceta desta questão, o grupo de lazer e entretenimento, que se declarou pouco dependente do Poder Público, foi também o que se pode classificar como mais autoral na avaliação, apontando os indicadores péssimo e regular para caracterizar as políticas de desenvolvimento local.

No tocante à participação destes comerciantes e prestadores de serviços nestas iniciativas governamentais, coerentemente com o dito até aqui, a maioria absoluta declarou não ter nenhum tipo de participação, como se vê na figura 22. Aqueles que declararam ter algum tipo de participação, descreveram-na como fornecimento de produtos e serviços para a prefeitura.

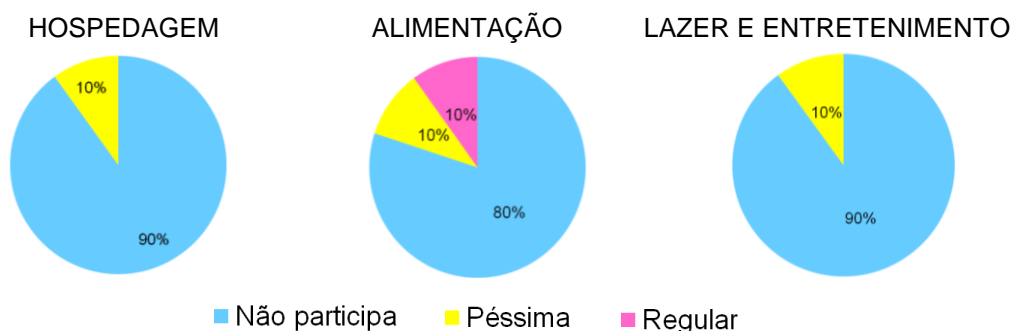


Figura 22: Grau de participação dos comerciantes e prestadores de serviços nas iniciativas governamentais de Maragogipe - 2008

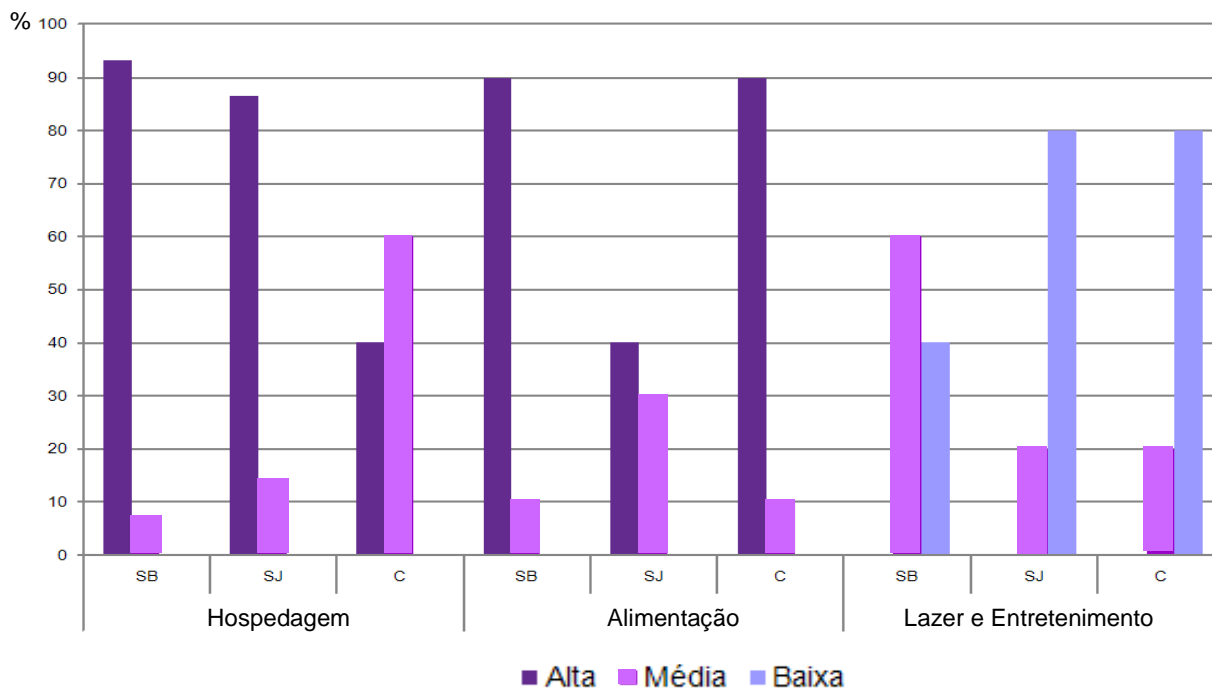
Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

As questões até aqui lançadas serviram para conhecer o nível das relações entre o setor de comércio e serviços e o Poder Público Municipal, o que julgou-se pertinente em razão de ambos se constituírem em elementos básicos para o turismo e também por entender que as questões relativas ao turismo estão inseridas e devem ser tratadas no bojo destas relações. A partir daqui, então, começa-se a definir a dinâmica turística local sob a ótica dos comerciantes e prestadores de serviços.

Na fase de levantamento preliminar de dados, foi constatado que, praticamente a atividade turística tem se restringido aos momentos festivos, especificamente as festas mais representativas do município: São Bartolomeu, Carnaval e São João. Por esta razão, optou-se por começar a tratar sobre as características e possibilidades do turismo local a partir da percepção sobre estas ocasiões.

Assim, iniciou-se por verificar a demanda de consumidores durante as festas relacionadas, e apresentadas na figura 23. Verificou-se que dos três grupos pesquisados, o que menos implica num aumento de consumidores é o de lazer e entretenimento, o que é explicado pelos comerciantes como sendo resultado do fato de que quem vai a estas festas geralmente gasta só com o necessário, como transporte e alimentação, e aproveita ao máximo a estrutura pública oferecida, principalmente as atrações musicais. Ainda segundo eles, há busca pelo lazer barato em que os supérfluos – como seus serviços – são de pronto descartados.



SB- São Bartolomeu SJ- São João C-Carnaval

Figura 23: Demanda de consumidores no comércio nas festas mais representativas de Maragogipe - 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

De modo geral, há um aumento significativo do consumo na Festa de São Bartolomeu, a que reconhecidamente atrai um contingente maior de pessoas. Dos três segmentos abordados, os que mais se beneficiam com a elevação do consumo são o de hospedagem e alimentação. O setor de hospedagem, mesmo com deficiências estruturais, tem expressivos percentuais de ocupação durante as festas. O segmento de alimentação também tem o consumo consideravelmente aumentado, exceto nas festas juninas, em que a tradição popular das pessoas, geralmente em grupos, saírem pelas casas para comer iguarias da época, esvazia a comercialização de alimentos. É a força das práticas culturais se impondo no movimento da realidade. Aliado a isso, em pesquisa de campo observou-se que no São João, especificamente, muitos moradores, de modo informal, costumam vender as comidas típicas juninas na porta de casa a preços mais baixos que os do comércio, o que acaba por atrair muitos consumidores.

Quanto ao funcionamento dos serviços nos períodos das festas, há alteração em todos os segmentos, o que vai variar é o item que sofre modificação, conforme é explicitado na figura 24.

INDICADORES	CARNAVAL						SÃO JOÃO						SÃO BARTOLOMEU						
	Hospedagem		Alimentação		Lazer e Entretenimento		Hospedagem		Alimentação		Lazer e Entretenimento		Hospedagem		Alimentação		Lazer e Entretenimento		
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	
Não há alteração do funcionamento																			
Há ampliação do horário	5	50,0	12	85,7	3	50	4	40	8	57,1	2	33,3	7	70	13	93	4	66,6	
Há contratação de funcionários	4	40	5	35,7	3	50	3	30	4	28,5	-	-	6	60	10	71	4	66,6	
Há mudanças na estrutura física	4	40	10	71,4	-	-	3	30	8	57,1	-	-	6	60	10	71	-	-	
Há oferta de serviços extras	3	30	4	28,5	3	50	3	30	5	35,7	2	33,3	7	70	6	42	3	50,0	
Há alteração nos preços praticados	9	90	14	100,0	4	66,6	6	60	14	100	4	66,6	9	30	14	100	4	66,6	

Figura 24: Funcionamento do comércio e dos serviços nos períodos das festas de Maragogipe - 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Na Festa de São Bartolomeu, por exemplo, nos serviços de alimentação, o horário de funcionamento é ampliado, novos funcionários são contratados, há mudança na estrutura física e na oferta de serviços, bem como nos preços praticados. De outro modo, o setor de lazer e entretenimento é o menos impactado em seu funcionamento.

O faturamento nestas festas declarado e exposto na figura 25 parece não compensar, de fato, os investimentos realizados, uma vez que gira em torno de, no máximo, pouco mais de 20% (vinte por cento). Mesmo assim, os comerciantes afirmaram que se não promoverem as alterações no funcionamento aqui relacionadas, não têm nenhuma margem de lucro, sendo preferível ganhar menos do que não ganhar nada.

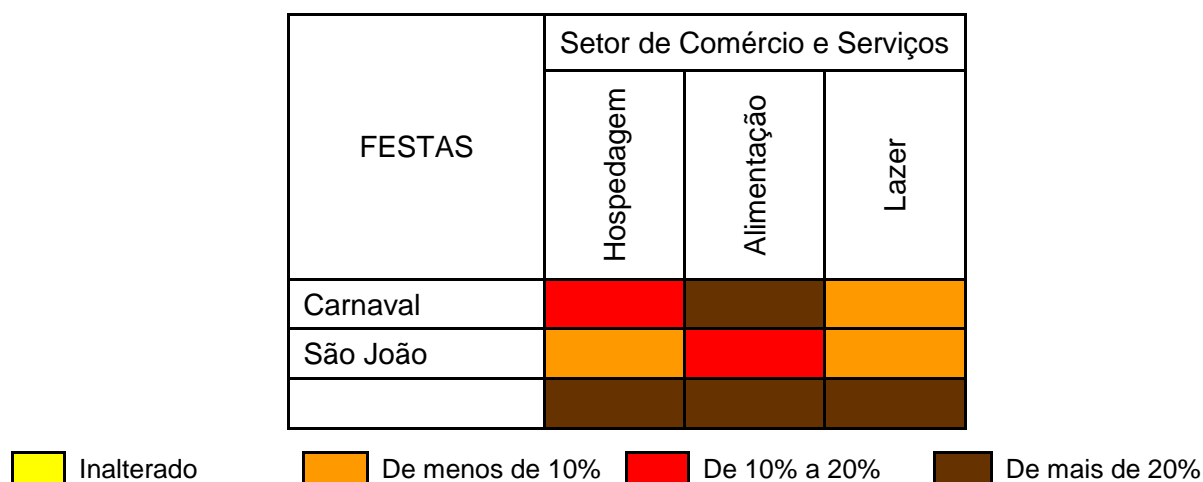


Figura 25: Incremento no faturamento do comércio e dos serviços nos períodos das festas de Maragogipe - 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Percebe-se aqui que, embora com intensidades diferentes, todos os segmentos relacionados ao setor de comércio e serviços são afetados pelo acontecer das festas, apontadas como os grandes eventos turísticos do município. No entanto, foi também por estes segmentos revelado que durante as festas o movimento de visitantes poderia ser bem maior, mais consistente, isto porque, para eles, é possível as festas atraírem mais visitantes, se realizadas modificações, como as expostas na figura 26.

INDICADORES	CARNAVAL						SÃO JOÃO						SÃO BARTOLOMEU									
	Hospedagem		Alimentação		Lazer e Entretenimento		Hospedagem		Alimentação		Lazer e Entretenimento		Hospedagem		Alimentação		Lazer e Entretenimento					
Divulgação dos festejos	5	50%	7	50%	4	66,6%	8	80%	10	71,4%	5	83,3%	6	60%	7	50%	4	66,6%				
Atrações Musicais	4	40%	5	35,7%	2	33,3%	8	80%	10	71,4%	5	83,3%	2	20%	-	-	-	-	-	-		
Local de realização	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Infra-estrutura: Segurança, Saúde, Transportes	7	70%	6	42,0%	4	66,6%	8	80%	8	57,1%	4	66,6%	8	80%	6	42%	5	83,3%				

Figura 26: Modificações necessárias nas festas de Maragogipe para atrair visitantes, segundo os comerciantes e prestadores de serviços, 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008



A questão da infra-estrutura associada à divulgação dos festejos, foram os quesitos considerados de maior deficiência. O primeiro, destacaram os comerciantes, a necessidade de, ao planejar festas, não pensar somente nas atrações musicais, como parece que ocorre, mas em toda a estrutura de suporte – como serviços de segurança, saúde e transportes – que têm sido muitas vezes definidor da opção em frequentar os festejos. O segundo, a divulgação, que para os comerciantes tem se mostrado de pequeno alcance, ineficaz na tarefa de atrair visitantes.

Some-se a estes fatores as atrações musicais escolhidas para cada festa, que, na visão dos comerciantes e prestadores de serviços, se melhor planejadas, poderiam potencializar o raio de alcance das festas, considerando que a atração musical tem sido hoje o grande diferencial das festas, de um modo geral. Eles vêem problemas quanto a isso, por exemplo, nos festejos de São João, em que as atrações musicais são do local, pouco conhecidas, de caráter doméstico e qualidade duvidosa. Isso faz com que os próprios maragojipanos saiam em busca do São João em outras cidades do Recôncavo, como Cachoeira e Cruz das Almas, onde há um forte apelo mercadológico e ostensivo esquema de divulgação, acrescido de atrações musicais nacionalmente conhecidas e no auge do sucesso. Já na festa de São Bartolomeu, ocorre o contrário, há para eles, um excesso de atrações de peso no cenário nacional, quando, na verdade, esta é uma festa de largo tradicional, de caráter religioso e profano, em que pesa a fé das pessoas nos santos católicos, especialmente o homenageado São Bartolomeu, padroeiro da cidade, e portanto a banda ou conjunto musical pouco importa, o que as pessoas querem é participar de manifestações que só ocorrem nesta festa.

A impressão que dá é que a Administração pública – organizadora das festas – não tem noção de que estas festas representam a possibilidade mais efetiva de um ganho extra para os maragojipanos, não só para o comércio, e por isso deixam acontecer de qualquer maneira, sem um bom planejamento. Eles (da Administração) dizem tanto que estas festas são expressões culturais de grande poder atrativo, mas, na verdade, não consideram assim, pois suas ações são muito amadoras. Qualquer um aqui do município é capaz de ver isso, menos eles. Chegam a afirmar que as festas são a porta de entrada para os turistas, mas a divulgação mesmo é muito fraca. Como querer que o turista venha para um lugar que, na realidade, não tem se mostrado como turístico? Um lugar que não tem organização, planejamento eficiente, que não é bom para os moradores tem condição de ser para o turista? (Comerciante local)

Estas indagações finalizadoras do depoimento do comerciante apontam para uma nuance da questão do turismo de modo geral e que bem se aplica à realidade de Maragogipe: o modo como se dá a construção do lugar turístico. O lugar como turístico não se constitui naturalmente, sem intervenções bem planejadas e, acima de tudo, exige a interconexão de agentes, setores e instâncias. Quando apenas um dos agentes toma para si a tarefa de tornar o lugar turístico, ocorre como na situação ilustrada neste depoimento, em que a unilateralidade não permite a potencialização dos atrativos turísticos do lugar. Corroborando com Irving (2002), o lugar se constitui como turístico na integração de olhares e perspectivas distintos, e não a partir de uma centralidade que o isola da dinâmica que o (re)constrói.

De outra forma, esta questão das festas maragojipanas como atrativos turísticos, como defendidas pelo Poder Público Municipal e corroboradas pelos comerciantes e prestadores de serviços, aponta, ainda que de maneira transversal, para a importância de considerar a perspectiva multiescalar quando tratar do turismo. Dito de outro modo, de conjugar fatores endógenos e exógenos na territorialização turística (SILVA, 2006), isto porque, festas como eventos de turismo acontecem nos mais diferentes e longínquos lugares, o que vai diferenciá-las e torná-las mais atrativas são suas singularidades e, ao mesmo tempo, a capacidade de absorver novas demandas e características mais abrangentes, que as credenciem a figurar no circuito de festas em diferentes níveis e escalas. Trazendo esta situação para o plano local – Maragogipe – é necessário refletir sobre o que de genuíno é interessante manter, como elo de identidade territorial, como a Festa de São Bartolomeu, que reconhecidamente atrai visitantes por preservar uma tradição secular, o carnaval, que mantém a tradição dos mascarados, bandinhas de sopro, em contraponto aos blocos e o que é preciso ajustar a nova ordem, como os festejos juninos que, hoje, em todo Brasil, assumiram caráter de megaprojetos, com forte apelo mercadológico e elevado grau de profissionalização.

Assim, pouco adianta manter o São João exclusivamente com ações amadoras de decorar um espaço da cidade, colocar meia dúzia de atrações musicais igualmente amadoras e crer que isto é atrativo. Não se trata aqui de defender a descaracterização da festa, mas de inserir no processo de planejamento dela um componente fundamental: o movimento da realidade, ou seja, perceber o que os outros lugares estão fazendo e o que dá certo, que atraem pessoas e agregar às características endógenas. As festas de São João da Bahia têm sido

bastante divulgadas ultimamente, e têm uma organização semelhante ao carnaval – festa de grande expressão na escala global – com a montagem de camarotes, festas em espaços fechados, ditas *in door*, participação de trios elétricos, e, por outro lado, mantém as tradições de acender fogueira na porta de casa e reunir família, amigos e até mesmo desconhecidos para rodas de conversa e degustação de pratos típicos da época. Isto mostra que é possível, com bom planejamento e organização, incorporar novos elementos às festas locais, sem perder as tradições.

Para além das festas, os três segmentos pesquisados afirmaram que Maragogipe tem imenso potencial para exploração turística. Contudo, quando solicitados que indicassem o que pode ser atrativo turístico (figura 27), por ordem de representatividade, observa-se que embora tenham respondido quase na totalidade que há potencial, este potencial não tem sido de fato percebido, haja vista que predominou nas respostas o atrativo já consolidado, com ênfase nas manifestações culturais e nestas, destaque para as festas já aqui relacionadas.

Atrativo	Setor de Comércio e Serviços		
	Hospedagem	Alimentação	Lazer e Entretenimento
Arquitetura colonial	2ª	4ª	3ª
Manifestações culturais	1ª	1ª	1ª
Paisagem natural	3ª	2ª	2ª
Comunidades quilombolas	Não citado	Não citado	4ª

1ª    
 2ª    
 3ª    
 4ª    
 Não citado

Figura 27: Atrativos turísticos de Maragogipe por ordem de representatividade para os comerciantes e prestadores de serviços - 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

As comunidades quilombolas, por exemplo, que hoje se constituem peças-chave da modalidade de turismo étnico, recentemente implantada por ato governamental na Bahia, não foram citadas por dois segmentos e ficou em último plano para o terceiro segmento. Isto revela a necessidade de desenvolver a percepção no sentido de ultrapassar o aparente, o já constituído, para abarcar

diferentes dimensões. É preciso, sim, interpretar o patrimônio, a partir de um exercício do olhar (MURTA;ALBANO, 2002), ou seja, aprender a enxergar o patrimônio local na sua multidimensionalidade, apreciando o que cada um tem de mais específico.

Buscando entender as razões dos comerciantes e prestadores de serviços apresentarem tal ordenamento dos atrativos, ficou claro o imperativo da racionalidade financeira. Foi afirmado que, dentre os atrativos apresentados, aquele que gera mais recursos são as manifestações culturais, enquanto que os quilombolas, estabelecidos em áreas rurais, portanto distantes do comércio, não fazem muita diferença.

Este posicionamento demonstra que a visão de turismo do setor de comércio e serviços é ainda bastante setorializada, com a defesa de interesses próprios. É possível verificar, também, decorrente desta visão, uma desarticulação entre os setores, com a inexistência de um elo entre os agentes envolvidos na atividade turística, o que impede de caracterizar uma cadeia produtiva do turismo no nível local, posto que as ações são isoladas, o que certamente impossibilita, aliado a outros fatores, o pleno desenvolvimento turístico local. Corroborando com Silva (2006) as questões do turismo devem ser analisadas no contexto da integração intersetorial e em diferentes escalas, e isto exige valorizar os laços de coesão e solidariedade.

Assim, é possível afirmar que, embora os comerciantes e prestadores de serviços de Maragogipe, tenham, em certa medida, uma visão crítica dos processos do turismo, por outro lado incorrem em erros de interpretação que, num conjunto de fatores, contribuem para minorar a condição turística local.

Na próxima seção trata-se dos turistas, também considerados peças-chave e balizadores da dinâmica turística local.

#### 4.4 OS TURISTAS: OLHARES, IMPRESSÕES E REPRESENTAÇÕES

Enquanto atores sociais também responsáveis pelo acontecer da atividade turística, os turistas se constituem em elementos fundantes desta pesquisa. Suas impressões e percepções sobre Maragogipe enquanto lugar turístico, fundamentaram o olhar sobre as reais condições e perspectivas de desenvolvimento local a partir do

turismo, bem como forneceram as bases sobre as quais se alicerçaram as propostas de roteiros turísticos apresentados no último capítulo desta dissertação.

Conforme exposto no capítulo que descreve a metodologia desta pesquisa, os turistas foram abordados em períodos distintos, aqueles em que há, reconhecidamente, fluxo de visitantes: Festa de São Bartolomeu, Carnaval e São João. Observou-se na fase de análise dos dados coletados, que o perfil, as motivações e opiniões dos turistas variavam bastante para cada uma dessas ocasiões. Por esta razão, a organização dos dados nesta seção, seguiu a caracterização dos turistas de cada momento separadamente, para que houvesse condições de, no final, imbricar os mesmos na tentativa de apreender o que pensam os turistas sobre Maragogipe.

#### 4.4.1- Os turistas do Carnaval

De modo geral, o fluxo turístico no carnaval foi intra-estadual, 94% composto por baianos vindos principalmente de Salvador e Feira de Santana, seguidos de municípios vizinhos a Maragogipe. Perfazendo o pequeno total de 6% estão turistas de Brasília, São Luís (MA) e Aracaju (SE).

Com idade média de mais de 50 anos (46%), a maioria dos visitantes é do sexo masculino (54%), e 40% possui o Ensino Médio completo. As ocupações predominantes são de comerciários, professores e profissionais liberais. Também observou-se um percentual expressivo de autônomos e aposentados (figura 28).

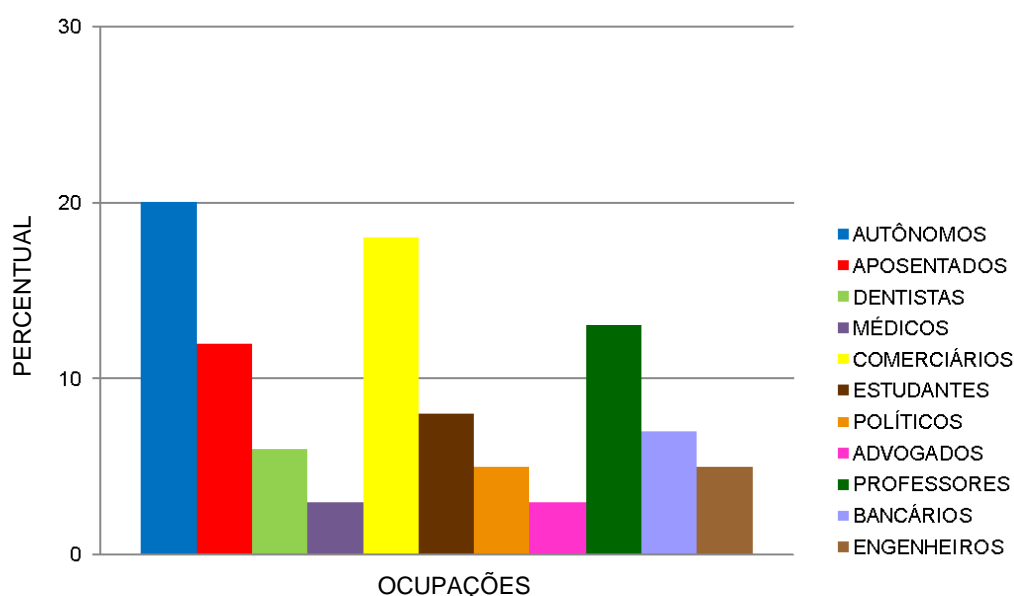


Figura 28: Ocupações dos visitantes do carnaval de Maragogipe- 2009

Fonte: Pesquisa de campo, 2009

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

A renda média mensal que prevaleceu neste grupo de pesquisados, para 63.8%, situa-se na faixa entre dois a quatro salários mínimos, o que já dá indícios do baixo poder aquisitivo daqueles que procuraram o carnaval maragojipano.

Certamente este baixo nível de renda implicou na declaração dos turistas quanto aos gastos efetuados durante a festa, isto porque a grande maioria (70%), afirmou fazer uso de menos de R\$ 50,00 diários, predominantemente com bebida, alimentação e transporte. Repartindo este valor entre os três últimos itens citados, é possível afirmar que é baixa a geração de receita para o município no período carnavalesco, já que os gastos dos residentes devem ser menores do que estes por, provavelmente, excluir os dois últimos itens.

Este dado faz pensar na relação custo-benefício do carnaval, levando em conta os investimentos necessários para provimento da infra-estrutura da festa. Especificamente quanto a isso, afirmou o Dirigente de Turismo que tem sido cada vez mais difícil manter a qualidade da folia momesca, pelo seu custo que a cada ano aumenta e não há um retorno do investimento para o Poder Público, uma vez que são mínimas as parcerias com o setor privado, e a arrecadação advinda de impostos e taxas cobrados dos serviços postos para a festa é irrisória.

A grande maioria dos visitantes (97,8%) já conhecia o carnaval por ser oriundo de Maragojipe ou ter parentes e amigos residentes no município, enquanto que uma parcela mínima (2,2%) o fez através de pesquisa. Este dado só confirma o anteriormente apresentado, que dá conta do caráter de atração regional do carnaval maragojipano.

Rever parentes e/ou amigos, seguido de busca de segurança, se constituíram nas principais motivações para passar o carnaval em Maragojipe, conforme se vê na figura 29. Ressalte-se que um percentual expressivo dos visitantes declarou que o seu real desejo era estar no carnaval de Salvador, mas não o fizeram por não dispor de condição financeira suficiente para arcar com os gastos da festa na capital do Estado. Por outro lado, a parcela dos que afirmaram lá estar na busca de viver a cultura do lugar foi bastante pequena. Estes posicionamentos sinalizam para a necessidade de revisão do discurso oficial governamental que ampara o apelo mercadológico e de marketing da festa no poder atrativo do carnaval, unicamente pela sua força histórico-cultural. O movimento da realidade dado pelos motivos dos visitantes, revela que a situação envolve outros elementos, adquirindo maior grau de complexidade do que o que pareceu ser considerado no nível governamental.

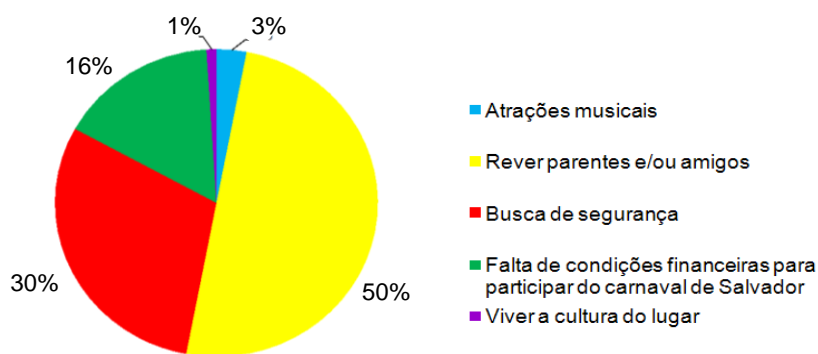


Figura 29: Motivações dos visitantes para participar do carnaval de Maragojipe-2009

Fonte: Pesquisa de campo, 2009

A previsão de permanência na cidade é de três dias para a maioria dos visitantes (85%), tendo como meio de hospedagem predominante casa de parente ou amigo (90%), o que reforça que o turismo local é de base familiar. Dos que declararam estar no carnaval entre três e quatro dias, 85% vêm para Maragojipe passar o dia e retornam para seus domicílios para pernoite, o que, inclusive, explica o baixo índice de hospedagem em hotéis e pousadas colocado por comerciantes deste setor e também expostos neste capítulo.

Neste ano de 2009, o carnaval de Maragojipe foi tombado como patrimônio imaterial da Bahia, o que foi amplamente divulgado na mídia no âmbito regional, focadamente através de peças de outdoor instaladas em municípios vizinhos (figura 30).



Figura 30: Peça de divulgação do carnaval de Maragojipe- 2009

Fonte: Secretaria de Turismo de Maragojipe, 2009

Isto gerou na comunidade e no Poder Público local a expectativa de atrair um número de visitantes bastante superior aos anos anteriores, conforme apontado pelo dirigente de turismo e por muitos residentes, e evidenciado no depoimento que segue de uma residente local:

Este ano, temos grande esperança de que no carnaval a cidade receba muitos visitantes, por causa da propaganda que está sendo feita, mostrando as diferenças do nosso carnaval em relação aos outros. Aqui, principalmente, é muito tranquilo, não há violência e com toda essa divulgação, com certeza muitas pessoas virão para cá.

No entanto, isso não se concretizou, sendo que 80% dos visitantes afirmou desconhecer o tombamento. Por extensão, todos os visitantes afirmaram que este tombamento não teve nenhuma influência em suas vindas ao carnaval. Esta situação pode ser atribuída ao fato de a divulgação do processo de tombamento ter ocorrido num período já bem próximo ao carnaval, o próprio ato de tombamento aconteceu na segunda-feira de carnaval, com a presença do governador do Estado e autoridades locais. A tendência é que no próximo carnaval já se possa perceber mudanças na festa, inclusive sustentadas pela efetiva ação do Estado, conforme estabelecido no ato de tombamento.

Em relação aos vários aspectos da folia de Maragogipe, os visitantes avaliaram como positivos a receptividade da comunidade local e a organização do espaço da festa, enquanto que os serviços de alimentação, bebidas, transportes e hospedagem foram apontados como negativos por ampla maioria, como exposto na tabela 07. Este resultado demonstra a necessidade de, quando se pensar numa festa como atrativo, como é o caso do carnaval, voltar às ações não só para as atrações musicais, por exemplo, mas para toda a gama de serviços e estrutura necessária a estada do visitante, bem como a satisfação do residente.

Tabela 07- Avaliação dos visitantes sobre o carnaval de Maragogipe - 2009

ASPECTOS	INDICADORES			
	Positivo		Negativo	
	N.	%	N.	%
Receptividade da comunidade local	400	80	100	20
Qualidade da hospedagem	100	20	400	80
Organização do espaço da festa	370	74	130	26
Atrações musicais	250	50	250	50
Segurança pública	420	84	80	16
Atendimento do comércio	170	34	330	66
Serviços de transporte	100	20	400	80
Serviços de alimentação e bebida	80	16	420	84
Serviços de saúde	300	60	200	40

Fonte: Pesquisa de campo, 2009

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009



Mesmo com tal avaliação, em que se reconhece aspectos negativos, 90% dos visitantes declarou que recomendaria o carnaval de Maragogipe a outras pessoas, principalmente pela tranquilidade e o clima familiar da festa, como ficou claro no depoimento que segue:

Mesmo com sérios problemas de infra-estrutura, o carnaval é muito bom, principalmente para quem quer fugir de confusão e de estresse. As bandinhas de percussão percorrendo o centro da cidade, as famílias reunidas nas barracas e pessoas fantasiadas / mascaradas como nos tempos antigos, dão uma sensação de tranquilidade e paz que os carnavais dos grandes circuitos não dão mais. Acho que o município deveria investir nisso, para atrair mais visitantes. (Turista de Sergipe)

#### 4.4.2 Os turistas da festa de São João

A festa junina de Maragogipe não figura no circuito das grandes festas da Bahia, como ocorre com outras de municípios circunvizinhos, a exemplo de Cachoeira e Cruz das Almas. Contudo, é uma ocasião em que há fluxo grande de visitantes, que vêm não de lugares longínquos mas, destacadamente, de Feira de Santana e Salvador.

Nos três dias de festejo – entre 22 e 24 de junho – segundo estimativas da Secretaria de Cultura e Turismo, o município recebeu cerca de 16.000 (dezesseis mil) visitantes. Estes visitantes são predominantemente jovens, 64% com faixa etária entre 20 e 30 anos. A maioria (51%) já possui o Ensino Médio completo, e é do sexo masculino (58%). As ocupações variaram de estudantes a comerciários (figura 31).

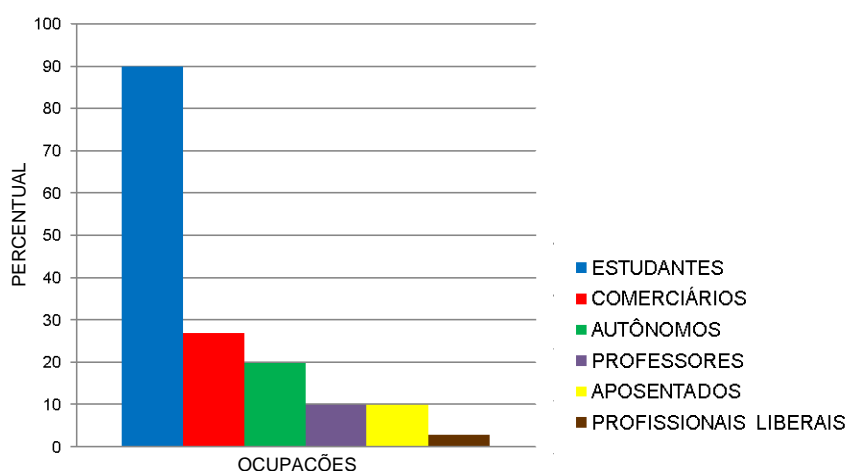


Figura 31: Ocupação dos visitantes da festa de São João de Maragogipe - 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

A renda média mensal da maioria (88%), é de 1 a 2 salários mínimos, o que pode ser explicado pelo fato de que estes são ainda muito jovens, preponderantemente iniciando a carreira profissional. É válido ressaltar que grande parte deles revelou estar inserido no mercado de trabalho a partir de estágios de diversas naturezas, nos quais a remuneração é caracteristicamente pequena.

Esta renda média, que pode ser considerada baixa, certamente resultou nos pequenos gastos efetuados nos festejos que, segundo os visitantes, ficou em torno de R\$ 50,00 para a imensa maioria (75%). Conforme um grupo bastante expressivo, os valores gastos no total, envolvendo deslocamento, alimentação e hospedagem, não deve ultrapassar a quantia de R\$ 200,00, que, geralmente, é o máximo de que dispõem para gastar nos festejos.

Os visitantes desta festa são, em grande medida, originários de Maragogipe, que tiveram de sair lá, fundamentalmente, em busca de trabalho, quase sempre na capital do Estado. No São João, interessante destacar, retornam com a família, para não perder o vínculo com o lugar e rever parentes e amigos. Observou-se também que muitos jovens vêm sem os pais, mas acompanhados de amigos. Estes afirmaram que seus pais preferem voltar ao município em ocasiões mais tranquilas, em que não estejam acontecendo festas. Pode-se, então, caracterizar a festa de São João maragogipana como de caráter doméstico e base familiar.

Esta base familiar, inclusive, influencia diretamente nos meios de hospedagem, posto que é, preferencialmente nas casas dos parentes, que os visitantes se estabelecem (82%) nos três dias de festa que declararam ficar no município. Quase a maioria absoluta dos que vêm em automóveis particulares não pernoitam em Maragogipe, mas retornam para suas residências após o encerramento das atrações musicais de cada dia (noite).

Além do desejo de rever familiares e amigos, aproveitar a festa com segurança e baixos custos, foram os motivos revelados pelos visitantes para estar na festa, (figura 32), como é reforçado no depoimento que segue.

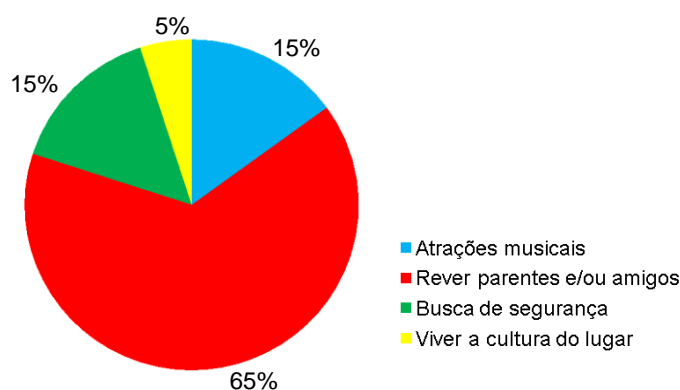


Figura 32: Motivações dos visitantes para participar da festa junina de Maragojipe, 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

A festa de São João aqui em Maragojipe não é das melhores do interior mas, pelo menos, não tem violência, é um caso ou outro, e podemos nos divertir gastando pouco: ficamos hospedados em casa de familiares, nos alimentamos com eles, precisamos de um dinheirinho só para bebida, porque até as comidas típicas podemos comer em qualquer casa, já que no São João é assim mesmo, as pessoas abrem as portas de casa para quem desejar entrar. Tudo isso supera, por exemplo, a qualidade das atrações musicais que é bem ruim, mas, estando no grupo até com um trio sanfoneiro, que aqui tem muito, dá para se divertir. (Visitante de Salvador)

Esta situação ilustrada, além de reforçar o caráter doméstico/familiar do festejo junino maragojipano, sinaliza para um dos aspectos avaliado como negativo nos festejos: as atrações musicais escolhidas para animar as noites juninas. Foram também classificados como aspectos negativos da festa pelos visitantes: atendimento do comércio e organização do espaço da festa. Por outro lado, citaram a receptividade da comunidade local e a segurança pública como pontos positivos.

Ao que parece, o Poder Público, assim como os visitantes, também considerava ruins as atrações musicais dos festejos juninos, tanto que neste ano de 2009, já foi possível perceber uma mudança significativa, com a apresentação no palco principal da festa de grupos musicais/cantores de grande expressão regional/nacional nos ritmos juninos.

Quando questionados se recomendariam a festa de São João de Maragojipe a outras pessoas, a maioria absoluta (90%), respondeu afirmativamente, destacando como justificativas os pontos anteriormente apresentados como positivos, embora fazendo a ressalva de que não é uma festa com as mesmas características de

“espetáculo”, de outras de áreas próximas. Tem, segundo eles, muito mais caráter de encontro de conhecidos, de familiares.

#### 4.4.3- Os turistas da festa de São Bartolomeu

A festa de São Bartolomeu, padroeiro de Maragogipe, ocorre todos os anos, há mais de um século, ao longo do mês de agosto, tendo como ponto alto o dia 24, dedicado ao santo padroeiro. É uma festa bastante conhecida no âmbito regional, com grande poder de atrair pessoas, fundamentalmente pelo seu caráter religioso e cultural.

Este é um período em que, além de receber pessoas vindas dos municípios circunvizinhos, Maragogipe recebe visitantes de outras áreas do país, bem como do exterior, destacadamente alemães, holandeses, belgas e norte-americanos, como mencionado por moradores e comprovado na pesquisa de campo realizada em 2008. Isto faz com que a população do município dobre, passando dos poucos mais de 40.000 para 80.000, principalmente no último final de semana festivo, em que ocorre uma tradicional lavagem, esperada por residentes e turistas.

Para traçar o perfil desses turistas, bem como conhecer suas percepções sobre a festa, houve o acompanhamento da comemoração ao longo dos trinta dias, sendo que a aplicação dos questionários e realização das entrevistas aconteceram sempre nos finais de semana, em que havia um movimento maior de visitantes. Excetuando-se o primeiro final de semana, de movimento incipiente, nos dois seguintes foram aplicados duzentos questionários em cada um e realizadas vinte entrevistas. Já no último fim de semana, ápice da festa, foram aplicados quinhentos questionários e aconteceram trinta entrevistas.

O fluxo de turistas na festa foi diversificado, podendo ser assim caracterizado: nos dois primeiros finais de semana observou-se o predomínio de visitantes de municípios próximos e também advindos de Salvador e Feira de Santana, enquanto que nos momentos finais da festa, somaram-se à estes, visitantes vindos da zona rural de municípios mais distantes, como São Felipe, Castro Alves, Cabaceiras do Paraguaçu e Conceição do Almeida, como também de outros estados do Brasil – Sergipe, Minas Gerais, São Paulo, Alagoas, Pernambuco, Maranhão - e outros países, notadamente Alemanha, Bélgica, Holanda e Estados Unidos. Esta composição dos períodos pode ser entendida a partir das seguintes razões: os que

vêm de lugares próximos o fazem porque praticamente ao longo de todo o período da festa têm baixo custo de deslocamento, aqueles oriundos de longínquas zonas rurais vêm para a missa festiva e a procissão, que ocorrem no final dos festejos, estimulados pela fé em São Bartolomeu, e os turistas estrangeiros geralmente vêm através de agências/operadoras de turismo que já realizam viagens para a Bahia, especificamente para o Recôncavo e que incluem, no mês de agosto, os dois últimos dias da festa, para que os turistas acompanhem a lavagem no domingo e a procissão na segunda-feira, que encerra a festa.

Com relação a faixa etária dos visitantes, predominou a entre 50 e 60 anos (60%), com um relativo equilíbrio entre homens (51%) e mulheres (49%). O grau de escolaridade variou bastante, com 20% sem escolarização, 20% com Ensino Fundamental, 15% com Ensino Médio completo, 25% com formação superior e 20% pós-graduados. O mesmo ocorreu com as ocupações, variadas de agricultor e gari a médicos, empresários e professores universitários (figura 33). Os diferentes níveis de renda declarados também refletiram essa variação, indo desde os que têm rendimento inferior a um salário mínimo até os que perfazem mensalmente mais de doze salários. Os gastos efetuados durante a festa também dão conta dessa diversidade, ficando numa média de R\$ 50 a R\$ 100,00 diários .

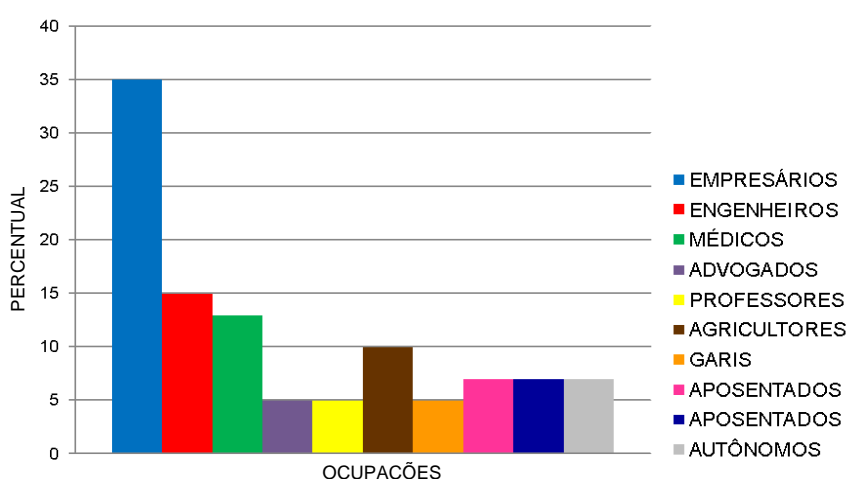


Figura 33: Ocupação dos visitantes da Festa de São Bartolomeu - 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Com este perfil traçado, já é possível afirmar a diversidade como característica fundante dos visitantes da Festa de São Bartolomeu, o que se revelou com clareza em suas opiniões e impressões apresentadas a seguir.

Tanto os visitantes de lugares próximos à Maragojipe, como os de zonas rurais distantes e dos outros estados brasileiros, já conheciam esta festa em razão de uma tradição religiosa. Muitos são romeiros que movidos pela fé, percorrem diferentes lugares em busca de alcançar graças e/ou agradecer pedidos atendidos. De todo modo, a ampla maioria declarou ter familiares e/ou amigos residentes no município. Quanto aos turistas estrangeiros (43% do total da amostra), afirmaram ter vindo para a festa por esta fazer parte de pacote de viagem para a Bahia e levando em conta suas preferências por turismo histórico – cultural, no que pode ser classificada a Festa de São Bartolomeu. Estas questões já apontaram para as razões de participar da festa, apresentadas na figura 34.

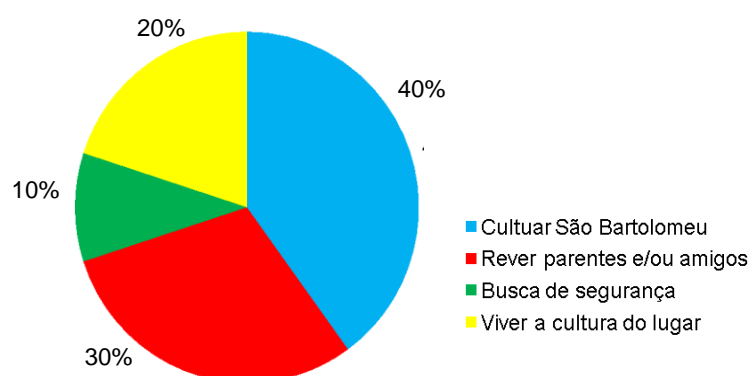


Figura 34: Motivações dos visitantes para participar da Festa de São Bartolomeu, 2008

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Viver a cultura do lugar foi a motivação fundamental para os turistas estrangeiros, como é evidenciado no depoimento que segue :

É espetacular poder presenciar a força da cultura nesta festa. As pessoas, ainda hoje, mantêm tradições do século passado, percorrendo ruas a pé, com os pés descalços, emocionadas na sua fé pelo santo católico ou então dançando, todas juntas, mascaradas atrás de bandinhas de percussão. É impressionante a alegria com que fazem estas coisas e que mesmo com o passar do tempo continuam a acontecer. É maravilhoso poder ter essa vivência. ( BIRKHAUER, turista alemão)

Este depoimento reafirma a necessidade já bastante discutida por Gastal (2001) de o lugar turístico valorizar a sua cultura, a sua identidade, ao invés de recriá-la com modelizações nem sempre correspondentes à realidade, espetacularizadas. Ainda segundo a autora, o turista precisa viver a cultura do lugar,

o seu cotidiano, é esse diferencial que ele busca ao se deslocar para os diferentes lugares, o que foi confirmado neste estudo pela principal motivação dos turistas estrangeiros para estarem na festa maragojipana de São Bartolomeu.

No tocante à permanência na cidade, a previsão é de dois dias – acentuadamente os dois últimos, domingo e segunda-feira – para 40% dos visitantes, com pernoite em casas de familiares e amigos para 38% destes e em hotel/pousada para 62%. Nos outros dias da festa, as pessoas retornam para seus municípios de origem no final da noite. Com os turistas estrangeiros a situação não foi diferente, posto que vêm para acompanhar a lavagem no domingo, retornam para pernoitar em Salvador, onde geralmente ficam hospedados, e voltam para Maragojipe na segunda-feira para acompanhar a procissão. A razão alegada para não pernoitar no município é a falta de meios de hospedagem que ofereçam serviços com o mínimo de qualidade. Isto inclusive fez com que muitos turistas desfrutassem de apenas um dia de festa, mesmo querendo participar dos dois dias, por achar cansativo e desgastante os deslocamentos sucessivos.

Este dado só reforça que não basta ter o atrativo – neste caso, a festa - para que o turismo aconteça, mas é fundamental planejar a infra-estrutura de suporte a atividade turística, sob pena de ter minorado o potencial turístico do lugar, como exemplifica este caso destacado.

Este posicionamento já deu pistas do contorno da avaliação dos diversos aspectos da festa realizada pelos visitantes, em que a qualidade da hospedagem foi considerado o aspecto mais negativo, seguido dos serviços de alimentação e bebida. Por outro lado, a receptividade da comunidade local obteve o maior índice de satisfação dos visitantes, que afirmaram estar impressionados com a acolhida dos maragojipanos.

Ao declarar que recomendariam a outras pessoas conhecer e participar da Festa de São Bartolomeu, 95% dos visitantes ressaltou que, de forma conjugada, destacariam os aspectos negativos da mesma, na questão anterior relacionados. Embora tenham também afirmado que evidenciariam a beleza da festa, percebe-se o peso da avaliação negativa em suas colocações, conforme demonstra o depoimento que segue:

Não tenha dúvida de que recomendaria esta festa para qualquer pessoa vivenciar, mas diria o seguinte: É uma festa encantadora, de extrema beleza justamente pela simplicidade e pela verdade com que as pessoas nativas

dela participam. É carregada de espiritualidade e de valor cultural, que se faz questão de preservar. Por outro lado, a cidade fica superlotada, é muito difícil encontrar um lugar em que possa alimentar-se, não há sinalização indicando onde você está ou para onde quer ir, o serviço de alojamento é precário, não há uma assistência oficial. Então digo, finalmente, que é uma bela festa, mas sem estrutura para que aconteça. (JOHNSON, turista norte – americano).

A festa de São Bartolomeu eu considero fascinante e muito importante que continue acontecendo, principalmente nos dias de hoje, onde as pessoas andam tão desligadas da fé, da religiosidade, de suas raízes culturais. Contudo, é preciso que seus organizadores considerem que, a cada ano, a festa parece que cresce e recebe mais pessoas – posso dizer isso porque a frequento desde criança com meus pais, e isso faz mais de 30 anos – e tem que ter um planejamento que atenda a todos. Não é pensar só na lavagem e na procissão, mas se tem lugar para todos os carros estacionarem, para as pessoas beberem e se alimentarem, se há hospedagens decentes, preparar uma equipe para receber os visitantes, senão o brilho da festa é apagado e as pessoas podem deixar de vir, o que já acontece com algumas que conheço. (Professor universitário, residente em Feira de Santana).

Estas situações apontam, reafirmando o já aqui colocado, para a importância que o efetivo planejamento adquire na constituição do lugar turístico, não um planejamento puramente técnico, produzido na centralidade dos gabinetes, mas calcado na realidade, porque certamente assim abrangeria estas questões postas nos discursos dos sujeitos entrevistados.

#### 4.4.4 Maragogipe como um lugar turístico

Visando construir uma compreensão do poder atrativo de Maragogipe para além de cada uma das suas festas representativas pontualmente, buscou-se conhecer as opiniões dos visitantes sobre o aspecto turístico local, de modo amplo. Assim, interessou saber dos visitantes do carnaval se já haviam estado no município em outras festas/ocasiões. 96% respondeu afirmativamente, o que pode ser explicado pelo dado já apresentado de que a maioria destes ou são naturais de Maragogipe, tendo ido embora principalmente por questões de trabalho, ou também pelo fato de residirem em cidades circunvizinhas e manterem relações de trabalho e/ou familiares no município.

Constatou-se, também, que a quase totalidade destes visitantes (90%) veio exclusivamente para participar da folia momesca de Maragogipe. Apenas aqueles oriundos de outras regiões – Brasília, São Luís e Aracaju – declararam já ter visitado outros lugares antes da chegada à Maragogipe ou o fariam assim que terminado o



carnaval. Estes lugares citados foram, notadamente, Cachoeira, Santo Amaro e Salvador.

No tocante ao poder atrativo do município, 85% declarou não considerar Maragojipe, no geral, como um lugar atrativo. Ressalte-se que grande parte deste percentual refere-se aos residentes nas cidades próximas à Maragojipe, enquanto que dos 15% com posicionamento contrário, quase totalidade é dos turistas das outras regiões do país. Esta divergência de opiniões, tende-se a crer que possa ser explicada pela familiaridade dos primeiros com o lugar, que pode estar impedindo-os de perceber e valorizar o que está a sua volta, enquanto estes últimos certamente já vêm com o olhar exploratório, na busca de singularidades e belezas do local.

Embora a maioria dos visitantes da folia momesca não tenha considerado Maragojipe um lugar atrativo, 90% revelou já ter ouvido falar e/ou conhecer elementos maragojipanos considerados atrativos turísticos. Dentre estes, as manifestações culturais destacaram-se como as mais conhecidas, seguidas de perto pelas paisagens naturais, como se vê na tabela 08. Interessante notar como as comunidades quilombolas são pouco percebidas como atrações, apesar do seu grande potencial, e do nicho de mercado que recentemente se abriu com a instituição de uma política de turismo étnico e que, ao que mais parece, precisa ser melhor aproveitada no âmbito local.

Tabela 08– Conhecimento dos visitantes do carnaval quanto aos atrativos turísticos de Maragojipe - 2009

ATRATIVO	No.	%
Não conhece	50	10
Manifestações culturais	450	90
Paisagens naturais	350	70
Arquitetura colonial	300	60
Comunidades quilombolas	50	10

Fonte: Pesquisa de campo, 2009

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

Ao definir como tomaram conhecimento destes atrativos, a quase totalidade (90%) revelou que por ser filho do lugar e/ou através de parentes e amigos residentes no município, enquanto que uma parcela ínfima por iniciativa exploratória própria. Este dado dá conta da necessidade de um amplo e consistente trabalho de divulgação, que apresente os atrativos locais para além do aparente, do já constituído, como por exemplo, as manifestações culturais.

Quanto a um possível interesse em realizar um roteiro turístico em outros momentos que não no carnaval, e que envolvesse outros municípios, neste caso Cachoeira e São Félix, 75% dos visitantes demonstrou interesse, sendo que entre estes estão todos os oriundos de outras regiões do país. Os oriundos de municípios do entorno, revelaram pouco interesse, sob a justificativa de que já conhecem estes lugares. Merece destaque o sentido desse conhecer que pode já ser consolidado do lugar mas não como lugar turístico, o que sinaliza para a necessidade de um planejamento que caracterize, de fato, o lugar como turístico.

A possibilidade de retorno destes visitantes à Maragogipe foi avaliada como plenamente possível para a imensa maioria, que inclusive pontuou as ocasiões em que o fariam, conforme expresso na figura 35. Foi mínimo o percentual dos que não pretendem retornar, merecendo destaque o fato de que este retorno centra-se em momentos festivos, os das principais comemorações do município – Carnaval, São João e Festa de São Bartolomeu.

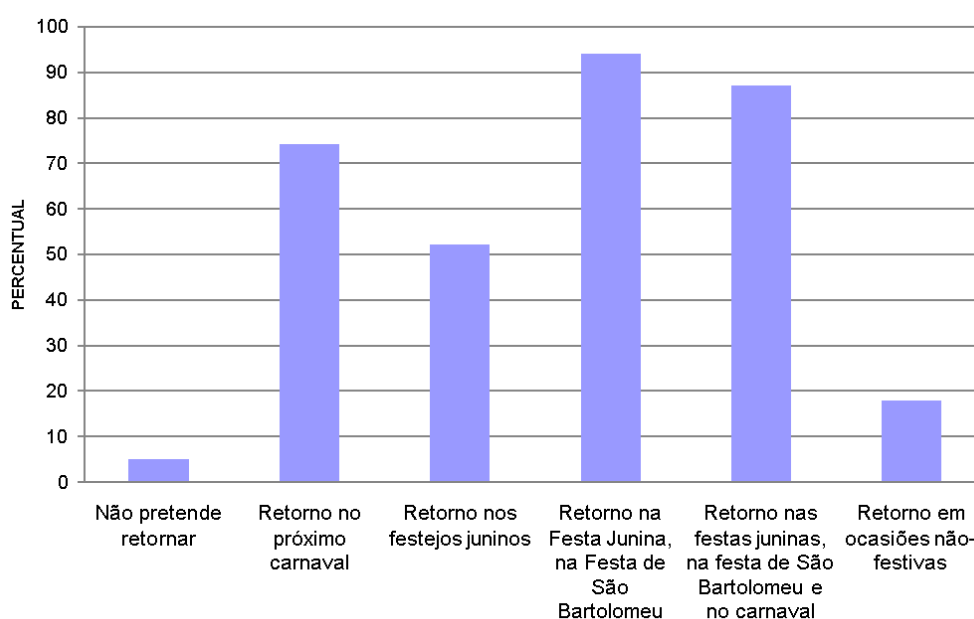


Figura 35: Possibilidade de retorno dos visitantes do carnaval à Maragogipe – 2009

Fonte: Pesquisa de campo, 2009

Esta perspectiva de retornar ao município em outros momentos é reforçada pelo balanço que os visitantes fazem entre a expectativa inicial e o vivenciado no carnaval de Maragogipe. Como a grande maioria já conhecia a festa e/ou o lugar, não foi verificado um descompasso entre aquilo que se esperava e o que foi encontrado, como ilustra o seguinte depoimento:

Quem vem para o carnaval de Maragogipe geralmente já sabe o que vai encontrar: um lugar tranquilo, uma festa simples com clima familiar, bandinhas de sopro e muita chance para se divertir. Então, não dá para dizer que quem vem para cá quer encontrar grandes shows de artistas de sucesso, megaestrutura, espetáculo, como o carnaval de Salvador. Quem vem para a folia maragojipana, como eu e muitas pessoas que conheço, vem buscando duas coisas: alegria e tranquilidade. (Visitante soteropolitano)

Diante das percepções e impressões dos turistas do carnaval, expressas nos dados coletados e aqui apresentados, é possível afirmar que, por serem preponderantemente oriundos do entorno, de lugares próximos, a relação com Maragogipe como um lugar turístico é bastante frágil, posto que a familiaridade que revelaram ter com o lugar parece distanciá-los de percebê-lo como atrativo. Situação semelhante verificou-se com os turistas dos festejos juninos, cujas opiniões e percepções são destacadas a seguir.

Este grupo de pesquisados durante a festa junina, preponderantemente, não considerou o município como um lugar turístico (88%). Para esta parcela dos visitantes, o que Maragogipe tem de interessante, mas não chega a ter poder de atração, são as festas e a praia de Ponta de Souza. Ainda para eles, não há nada de diferente, que possa atrair muitas pessoas para o lugar. Tende-se a crer que isto ocorra em razão da familiaridade destas pessoas com o lugar, que pode, por vezes, impossibilitá-las de ter um olhar mais voltado para as riquezas e belezas do lugar, que ultrapasse o cotidianamente observado.

Em função deste posicionamento, 90% dos visitantes revelou que as manifestações culturais – com destaque para as festas – é que são possíveis atrativos turísticos maragojipanos. Consideraram também a possibilidade de a paisagem natural local poder sê-lo, mas poucos vêem a arquitetura colonial e as comunidades quilombolas com potencial turístico. Estes possíveis atrativos são por eles conhecidos principalmente através de familiares e amigos, em que um pequeno índice tomou conhecimento por iniciativa exploratória própria, ao estar no município por ocasião das festas juninas e também em outros momentos.

Quanto a um possível interesse em, estando em Maragogipe, participar de um roteiro turístico que envolvesse cidades próximas, como Cachoeira e São Félix, 80% dos visitantes declarou que estes lugares já são conhecidos e não vêem neles tanta beleza que justifique um roteiro turístico. Novamente pode-se afirmar que a

familiaridade com os lugares, tem sido um impeditivo para vê-los como lugares turísticos.

A possibilidade de retorno à Maragojipe foi avaliada como possível por 95% destes visitantes, que apontaram as festas de São João e São Bartolomeu, como os momentos em que preferencialmente o fariam (figura 36). De modo pontual, também declararam poder retornar para comemorações especiais com familiares e/ou amigos.

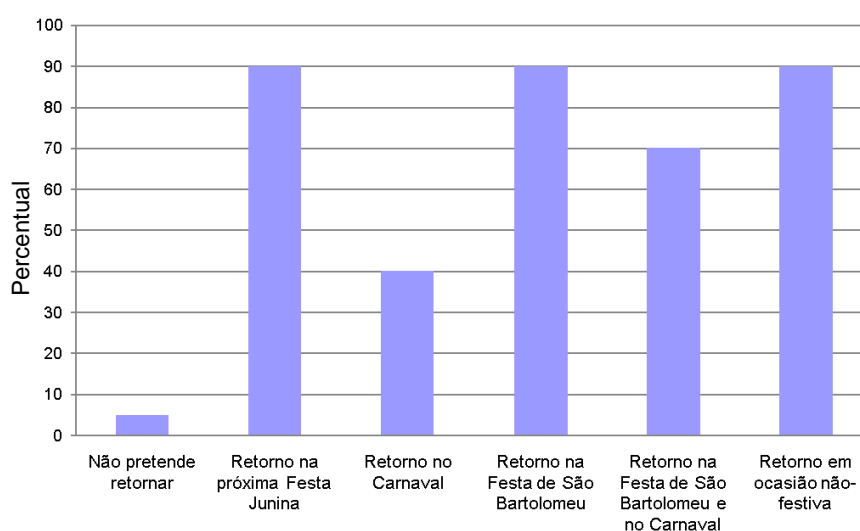


Figura 36: Possibilidade de retorno dos visitantes da festa junina à Maragojipe

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

É possível afirmar, ao analisar os dados declarados pelos visitantes da festa junina maragojipana que, o caráter familiar associado à alta frequência de jovens, conduziram, tanto a opiniões mais próximas da realidade local quanto mais imediatistas, no sentido de não haver visões e decorrentes interpretações para além do vivido, do observável. Isto significa que, embora atraindo um grande contingente de pessoas para o lugar, o poder turístico da festa junina, de fato, é ainda bastante incipiente.

Esta familiaridade com o lugar possibilitou que o balanço entre o esperado e o vivenciado na festa junina / no lugar, fosse bastante equilibrado, posto que os visitantes por já terem, em sua maioria, vivenciado esta festa em ocasiões anteriores e serem freqüentadores de Maragojipe, afirmaram não ter expectativa para além da realidade, como fica demonstrado no seguinte depoimento:

A festa de São João aqui em Maragojipe é isso mesmo: barracas na rua, bandas e cantores da região e as pessoas pelas ruas, de casa em casa, ou aqui no centro, bebendo, dançando e se divertindo. É mesmo para uma diversão mais tranqüila, já se sabe que é assim, porque esperar o diferente? (Visitante de Feira de Santana).

Numa perspectiva totalmente contrária a esta, os turistas da Festa de São Bartolomeu, padroeiro do município, a partir de suas percepções, apresentaram elementos densos à configuração da dinâmica turística local, como se pode observar nos dados que seguem.

Dos turistas questionados, apenas uma parte dos estrangeiros estava em Maragojipe pela primeira vez, a outra parte já havia estado nesta mesma festa em anos anteriores. Dos visitantes domésticos todos já participaram desta e de outras festas – destacadamente o São João e o Carnaval. À exceção dos estrangeiros e dos visitantes vindos de outras regiões do país – que excursionaram antes ou o fariam depois da vinda a Maragojipe – todos os outros vieram exclusiva e diretamente para a festa.

Ao valorizar a capacidade atrativa turística do município, houve a demarcação clara de dois posicionamentos divergentes: para 40% dos turistas desta festa, Maragojipe não é um lugar atrativo, não apresenta elementos que possam atrair turistas, enquanto que para os outros 60%, o município dispõe de atrações para implementar diferentes modalidades turísticas com êxito. Ressalte-se que no primeiro grupo – dos 40% - ampla maioria é oriunda dos municípios do entorno, e na composição dos 60% estão todos os visitantes de outras áreas do Brasil e do exterior. Seguem trechos de depoimentos representativos dos dois grupos:

Não vejo Maragojipe como um lugar atrativo, porque aqui não tem nada de diferente das cidades próximas. É uma cidade pequena, com um comércio também pequeno, algumas festas, prédios desmoronados. O município parece que não sai do lugar, não cresce, não se desenvolve, cadê o atrativo nisso? (Residente de Cachoeira-BA).

É fantástica a configuração do município para o turismo, são muitas as possibilidades: um patrimônio arquitetônico de alto valor histórico-mesmo no estado de degradação em que se encontra-paisagens belíssimas como o rio, a Baía de Iguape, as cachoeiras, festas seculares, remanescentes de comunidades quilombolas. Fico impressionado como as pessoas que vivem aqui, o governo, os empresários, não enxergam estas belezas e as aproveitam, tanto explorando-as para gerar emprego e renda, como preservando-as, através de programas e principalmente da conscientização da comunidade. Conheço outros lugares do mundo que com bem menos possibilidades se estruturaram a partir do turismo. (BRYAN, turista norte-americano)

Reconhecer a existência destas diferentes percepções, pode ser fundamental para a efetivação de uma política de desenvolvimento turístico que, de fato, atinja a realidade, posto que esta realidade é alvo de diferentes leituras e por esta razão, não cabe operá-la e organizá-la tendo em conta uma única visão, como se fosse a perspectiva possível.

Deste modo, analisando os dados até aqui apresentados, evidencia-se a diferença de percepção entre os visitantes próximos e os distantes, em que os primeiros, possivelmente pela familiaridade com o lugar não se percebem da atratividade e das belezas que o mesmo possui, enquanto que os advindos de lugares distantes certamente já vêm na busca dos diferenciais que apontaram no município existir. Isso faz pensar na importância e necessidade de descortinar para os que têm vivência com o lugar, o que está além do aparente, do corriqueiramente observável, despertando-os para os valores identitários do lugar.

Revelando, então, quais são ou potencialmente podem ser os atrativos turísticos, as manifestações culturais aparecem em primeiro lugar, seguidas das paisagens naturais, da arquitetura colonial e das comunidades quilombolas, respectivamente. Interessante observar que os visitantes domésticos, em grande medida, optaram apenas pelas manifestações culturais, enquanto que os estrangeiros, marcadamente, destacaram as paisagens naturais e as comunidades quilombolas.

Quanto à possibilidade de retornar ao município, foi afirmada positivamente por 95% dos visitantes, acontecendo principalmente na próxima festa de São Bartolomeu (figura 37). Em retornando, 80% avaliou de maneira positiva a participação em roteiro turístico integrado, envolvendo os municípios de Cachoeira e São Félix, principalmente os turistas de outras partes do país e os estrangeiros, que mostraram-se bastante receptivos diante dessa possibilidade, por acreditarem que assim poderiam melhor aproveitar suas viagens.

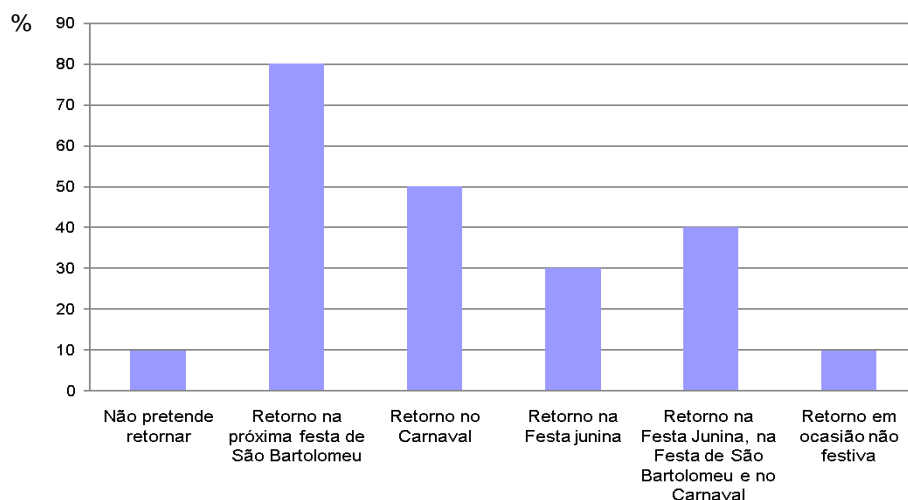


Figura 37: Possibilidade de retorno dos visitantes da Festa de São Bartolomeu à Maragogipe

Fonte: Pesquisa de campo, 2008

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2008

Ao realizar um balanço entre o esperado e o vivido na festa de São Bartolomeu e por extensão em Maragogipe, os turistas assumiram posicionamentos diferenciados, marcadamente em razão, pode-se verificar, do grau de familiaridade com a festa/ o lugar. Deste modo, para os turistas que vêm de lugares próximos, do entorno, o esperado é sempre dentro da realidade, como ratifica este depoimento:

Esta é uma festa fundamentalmente religiosa, que a cada ano recebe mais pessoas de fora, mas que continua sendo um festejo a São Bartolomeu. Como toda festa que cresce, mas não tem uma estrutura que a acompanha, tem problemas. Mas quem vem para ela vem pela fé no santo e aí estes problemas não importam, o que acontece também com quem vem pelo lado profano, quer saber é dos cantores, dos artistas, o resto importa pouco. Então, já vem sabendo que é tudo precário: lugar para comer, para se hospedar, para estacionar, não tem porque ficar surpreso ou esperar mais do que isso. (Residente de São Felipe/BA)

Já para os turistas oriundos de outras partes do Brasil e do mundo, mas já frequentadores da festa há algum tempo (por no mínimo três anos consecutivos) embora conhecendo a festa e o lugar, há sempre a expectativa de que melhorias aconteçam, como se pode ver no depoimento seguinte:

É engraçado porque já venho para esta festa há algum tempo, já sei como as coisas funcionam, mas a cada ano espero encontrar condições melhores de organização e estrutura, o que não tem acontecido. Sou fascinado pela força religiosa e cultural desta festa de São Bartolomeu, mas fico incomodado por ver, ano após ano, que o poder público não dá a ela a devida atenção, preparando-a para atender as dimensões que vem ganhando. Isto é uma pena porque o município poderia ter ganhos muito expressivos se organizasse, planejasse devidamente a festa. Mesmo assim, tenho esperanças e venho todo ano com a expectativa de que um dia vai melhorar. (PALLOTO, turista sergipano)

Os turistas vindos de lugares distantes tanto do Brasil quanto do exterior e que estavam na festa e em Maragogipe pela primeira vez, dimensionaram a avaliação entre a expectativa e o vivenciado, em sua absoluta maioria, como o revelado neste depoimento:

É impressionante como a festa é muito mais fantástica do que a agência (de turismo) nos informou. As pessoas irmanadas, seja em procissão com o santo, seja dançando pelas ruas da cidade. É um clima maravilhoso, todos nos acolhem muito bem. É quase inacreditável, nos dias de hoje, ver pessoas descalças, segurando andor, chorando, emocionadas, agradecendo e fazendo pedidos ao santo, com uma força que é contagiante. Por outro lado, a falta de estrutura é igualmente impressionante. Não se tem um lugar decente para alimentação, é preciso quase uma batalha para comprar uma garrafa de água, não temos condição de ficar hospedados, porque só as fachadas dos meios de hospedagem já revelam suas condições de funcionamento. É uma pena que seja assim, porque é um belíssimo patrimônio histórico-cultural e natural, que está se perdendo ou sendo subutilizado. (HALL, turista holandês).

Uma breve análise do perfil e das percepções dos visitantes da festa de São Bartolomeu, revela o quanto são variados seus anseios, expectativas e motivações, o que contribui para enriquecer o entendimento acerca da possibilidade e da efetividade da atividade turística no município.

Ao imbricar todos os dados coletados com residentes, comerciantes e prestadores de serviços, governo local e turistas, é facilmente perceptível que, embora com dissensos e conflitualidades, todos os segmentos se posicionam diante das questões do turismo e também do desenvolvimento de maneira substancial quanto ao entendimento da sua dinâmica. Contudo, esta diversidade de leituras não tem sido aproveitada como construtora de um projeto comum tanto para o turismo quanto para o desenvolvimento. Do contrário, parece haver um enclausuramento projetivo nos gabinetes da área governamental, o que é um problema, posto que com as atuais condições gerenciais/administrativas, dificilmente Maragogipe conseguirá atingir o desenvolvimento a partir do turismo.

De modo mais amplo, verifica-se que municípios do entorno com características geoeconômicas e turísticas similares, também enfrentam as mesmas situações. Por esta razão, e com amparo no movimento cotidiano da realidade estudada, vislumbra-se nesta pesquisa a ação consorciada como uma possibilidade efetiva para o desenvolvimento socioespacial e turístico de Maragogipe. Sobre as possíveis formas de estruturação desta possibilidade é que se trata no próximo capítulo.



## **5. EXPERIÊNCIAS E POSSIBILIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO DE MARAGOJIPE A PARTIR DO TURISMO**

O capítulo, a partir da articulação da análise dos mecanismos políticos de turismo em diferentes instâncias, com as percepções dos sujeitos investigados, apresenta possibilidades para a territorialização do desenvolvimento de Maragojipe a partir do turismo. Considera elementos de ativação do município como lugar turístico que podem ser potencializados se inseridos numa ação consorciada com os municípios de Cachoeira e São Félix. Propõe roteiros turísticos configurados na associação com estes municípios, entendendo-os como parte fundamental de uma perspectiva mais ampla defendida no capítulo: a definição de uma instância regional para o desenvolvimento turístico.

### **5.1 ORDENAMENTO TURÍSTICO REGIONAL: DOS REFERENCIAIS LOCAIS AO FUNCIONAMENTO EM REDE**

Durante muito tempo o processo de globalização foi analisado, apenas, a partir de seus atributos positivos. Em função de análises parciais desse fenômeno, generalizou-se junto à opinião pública a crença na tendência à homogeneização de oportunidades de desenvolvimento e enriquecimento entre os diversos países, regiões e cidades. Paralelamente a essa visão exclusivamente positiva do processo de globalização, difundiu-se também a idéia de que todas as cidades estavam a um passo da conexão com as redes globais.

Entretanto, o que vem se observando é uma situação extremamente oposta a tais prognósticos: o fosso entre ricos e pobres vem aumentando. Essa tendência tem se mostrado tão forte, que os próprios países ricos, juntamente com os organismos multilaterais, têm se mostrado preocupados com a situação e têm procurado identificar e promover iniciativas que amenizem tal quadro. Hoje já se discute o futuro dos países, regiões e cidades excluídas das redes globais de conexão.

Os trabalhos dos estudiosos sobre o futuro das cidades excluídas do circuito global têm, por outro lado, revelado que as conexões entre o global e o local parecem ir muito além do que simplificamos em nossas suposições. Tais trabalhos vêm procurando captar a interconexão energizante entre os fatores propulsores da globalização e as especificidades das dinâmicas socioeconômicas locais.

É tendo como referência, então, essas lógicas atualizadas, que se pensa o futuro do município de Maragogipe. As possibilidades para o município foram aqui projetadas, levando-se em consideração, ainda, todos os elementos constituintes e condicionantes da dinâmica social, econômica e ambiental local. Deste modo, não se tratou de construir cenários alternativos com previsões do que vai certamente ocorrer, até porque tem-se consciência da imprevisibilidade do futuro, mas de um exercício baseado em possibilidades sobre o futuro, fruto da confrontação entre as vantagens competitivas de Maragogipe, a situação atual de seu patrimônio sociocultural e produtivo, e as mentalidades e percepções dos agentes envolvidos na sua dinâmica territorial.

Deste modo, parte-se da premissa de que Maragogipe deverá manter a sua função de centro de comércio local e de serviços, mas com a economia e seu espaço requalificados. Não há prognósticos no sentido de mudanças radicais nos termos que caracterizam a sua relação com Salvador e com o mundo. As mudanças previstas são de natureza incremental, embora sejam requalificadoras das relações entre Maragogipe e os outros espaços citados anteriormente.

Assim, é possível pensar uma Maragogipe como centro de comércio e serviço local e, ao mesmo tempo, inserida na área de atração de Salvador, através da via náutica, e no mundo globalizado, através da produção de charutos para o mercado externo em seus ateliês domiciliares, tentativa que vem sendo implementada no âmbito governamental com o objetivo de reativar a produção fumageira local. A via náutica também é, simultaneamente, um meio de conexão com o mundo globalizado, seja pelo conceito de indústria de lazer que incorpora e operacionaliza, seja por ser um dos caminhos que podem fazer aportar em Maragogipe representantes desse mundo globalizado – consumidores e empreendedores. De igual forma, os ateliês domiciliares de charuto são fortes expressões também dessa tensão criativa entre o local e o global, e entre a modernidade e a tradição: são formas de organização de produção tradicionais, revalorizadas nas redes produtivas globais, que são viáveis em Maragogipe por causa da tradição construída historicamente por seu povo em termos de produção de charutos.

Enfim, a concepção incorporada às possibilidades construídas é a de reconstrução dos espaços urbano, rural e econômico para fortalecer a identidade de Maragogipe, enquanto cidade de pequeno porte, que se singulariza também pela

possibilidade de associar positivamente valores locais e qualidade de vida para a maioria dos seus residentes, tendo por base a atividade turística.

Especificamente em relação à questão do turismo, a Bahia, mesmo com o zoneamento proposto, que deveria superar as fraquezas municipais, fortalecendo os municípios e dotando-os de efetivas condições para o desenvolvimento turístico, não tem conseguido atingir níveis abrangentes de desenvolvimento em todos os municípios das suas zonas turísticas. Uma breve análise do direcionamento dos investimentos financeiros, por exemplo, revela uma concentração em Salvador e sua região metropolitana. De fato, a regionalização turística empreendida no Estado parece não buscar atender a região em sua totalidade, mas aqueles municípios que, de certo modo, ou já apresentam estrutura consolidada para o turismo, ou se enquadram no padrão sol e praia, típico atrativo turístico nordestino. Por isto, vislumbra-se que esta questão do turismo pode e deve ser entendida num âmbito mais amplo da política estadual de desenvolvimento regional. No caso da Bahia, de acordo com Silva, oficialmente inexistente uma instância supra-municipal e subestadual, isto é, regional. Para o autor,

o nível regional, no contexto estadual, ressalta a importância da agregação de municípios que apresentam questões comuns que, muitas vezes, para serem bem equacionadas e resolvidas, precisam ser tratadas em conjunto. Ou seja, a escala regional assim definida é a que, em princípio, apresenta uma soma de interesses comuns a uma série de municípios. Tratando as questões isoladamente, por municípios ou por setores, dificilmente ocorrerá um bom encaminhamento das questões. Assim, para muitos aspectos, o nível estadual seria muito amplo e o nível municipal seria, por sua vez, muito pequeno. (2006, p. 83).

O turismo pode ser considerado um destes aspectos, em que, dadas as grandes dimensões territoriais da Bahia e suas diversidades, torna-se imperativo considerar unidades de planejamento maiores que o município e menores que o âmbito estadual. Embora existam planos estratégicos de desenvolvimento para todas as regiões turísticas do Estado, percebe-se que não têm funcionado, efetivamente, para a inserção eficiente nas políticas de desenvolvimento da Bahia. Mesmo que os municípios componentes de cada região guardem similaridades, ainda assim suas diferenças têm travado um efetivo processo de integração. Considerando o Pólo Salvador e Entorno, constituído pelas zonas Baía de Todos os Santos e Costa dos Coqueiros, verifica-se que o agrupamento de municípios não tem favorecido nem o fortalecimento da região nem das bases locais.

Neste contexto, trazendo para o foco de análise o município de Maragójipe, verifica-se que, apesar de possuir um denso conjunto de elementos – materiais e imateriais – para servir ao turismo, tem sido subutilizado e não tem se convertido em vetor de desenvolvimento local. Há incapacidade institucional para gestão local da atividade turística, faltam recursos financeiros para gerar a infra-estrutura necessária ao desenvolvimento destas atividades, ou seja, faltam condições técnicas, organizacionais e gerenciais para o desenvolvimento do turismo, que dificilmente serão superadas a curto e médio prazo e como um esforço individual. Por esta razão, propõe-se neste estudo a institucionalização de uma instância microrregional, gerando unidades menores na zona turística Baía de Todos os Santos.

Tendo em conta a proximidade espacial e características similares quanto aos aspectos físicos, naturais, históricos, culturais, econômicos, políticos e sociais e principalmente a relação de complementaridade do potencial turístico, pensou-se em associar à Maragójipe os municípios vizinhos de Cachoeira e São Félix. Entende-se que é na lógica organizacional associativa destes municípios, com possíveis articulações que contemplem setores capazes de dinamizar a economia e valorizar intrinsecamente o patrimônio natural, histórico e cultural, que a regionalização deve ser compreendida e estimulada. Esta associação pode definir a construção de uma economia regional fortalecida, em que os atributos territoriais individuais concorram para o desenvolvimento em conjunto dos municípios em questão.

Ressalte-se que a proposição desta microrregião não se constitui numa categoria gerada pela pesquisadora de forma conveniente para organizar as informações, mas numa proposição criteriosa, em que se buscou identificar os atributos territoriais exigidos para uma articulação desta natureza. Embora não seja uma prática corrente, é possível observar que nos últimos anos, a administração federal e alguns governos estaduais têm buscado institucionalizar micro e mesorregiões. Algumas tentativas foram efêmeras, mas outras parecem ter conseguido afirmar-se. Assim, no Rio Grande do Sul foram implantados os Conselhos Regionais de Desenvolvimento (Coredes), que já contam com quase quinze anos de atuação ininterrupta. Mais recentemente, o Ministério da Integração Nacional passou a implementar um Programa de Desenvolvimento de Mesorregiões diferenciadas. A valorização dessas escalas contribui para o ajuste das políticas regionais do Brasil ao novo paradigma dominante da área que enfatiza a influência

da dinâmica interna das regiões - inclusive em termos políticos e sociais - sobre o seu potencial de desenvolvimento. Neste sentido, afirma Silva que

(...) as regiões e os lugares não querem ser identificados somente pela existência de características particulares e recursos passivos como, por exemplo: meio ambiente, recursos naturais, produção agrícola e industrial, sistemas de cidades e patrimônio histórico, como tradicionalmente acontecia com a teoria das vantagens comparativas, de localização e diferenciação regional. Cada vez mais os lugares e as regiões querem ser conhecidos pelos recursos ativos, dinamicamente construídos pela organização sócio-territorial, pelas políticas e formas próprias da gestão do desenvolvimento local e regional, envolvendo e integrando diferentes setores, atuando em contextos abrangentes e competitivos. (2005, p. 130)

Com amparo nestas considerações de Silva (2005; 2006), procurou-se arquitetar a planificação da proposta. Não houve a pretensão de apresentar um método de planejamento turístico calcado na replicação de experiências exitosas de outros contextos, por entender que uma experiência bem sucedida em determinado lugar nunca poderá ser facilmente reproduzida em outro contexto, tendo em vista que cada realidade é configurada a partir de vetores sociais, culturais, históricos, geográficos e políticos bastante específicos. Em outras palavras, pensar que a produção/construção de um espaço pode advir exclusivamente de um plano, seria equivocado. O plano pode, sim, prever e organizar possibilidades, mas nem tudo que está determinado nele vem ser refletido no espaço.

Assim, tem-se por base a perspectiva de Sachs (2000), que define que o desenvolvimento deve ser implementado por uma metodologia de planejamento como sendo um espaço de aprendizado espacial, equidistante tanto da tradição tecnicista quanto da assembleísta, e principalmente que tenha o caráter participativo, com efetiva atuação dos diferentes atores sociais. Deste modo, propõe-se um processo de planejamento dinâmico e permanente, que incorpore ao máximo a complexa realidade dos municípios em questão – Maragogipe, Cachoeira e São Félix – tendo em conta não só as potencialidades, mas principalmente os limites desta instância territorial, contemplando: um diagnóstico técnico e político dos indicadores sociais e econômicos de cada um dos três municípios; o grau de comprometimento de cada município com um sentimento de regionalismo potencializador de uma cultura associativa, sem o qual acredita-se tornar inexecutáveis prioridades e ações propostas; a definição dos mecanismos de participação das instituições públicas, privadas e da comunidade, com especial

atenção para o Estado, sem o qual considera-se inviável a operacionalização da integração intermunicipal; a caracterização da cadeia produtiva integrada, com clareza dos papéis individuais; formas de inserção da atividade turística na política macroeconômica dos municípios, como o PDDU/ PDDM, leis de uso do solo, etc.; a caracterização dos produtos e da imagem turística com informações sobre os mercados emissivos (efetivo e potencial); caracterização das principais oportunidades, ameaças e desafios que se colocam para a consolidação do conjunto associativo, e, finalmente, a proposição de ações para o desenvolvimento turístico microrregional.

A partir desta expectativa, lançou-se um olhar sistêmico sobre a realidade da instância em questão, propondo uma agenda de mudanças possivelmente capaz de credenciar a atividade turística como uma das forças econômicas que podem dinamizar a economia regional, pautada no pressuposto de que a passagem do espaço espontâneo ao espaço planejado é muito mais permeada por conflitos e dissensos do que por concordâncias e linearidades.

Neste processo de busca do desenvolvimento a partir do turismo, destaca-se a relevância que o território e seus atributos assumem no processo competitivo. O conteúdo do território gera condições diferenciadas de competitividade e diferencia os destinos entre si, seja através da criação de espaços especulativos e extraordinários, seja pela valorização das características socioculturais locais manifestadas nas artes, tradições, identidades, história, ou ainda pela disponibilidade de infra-estrutura e equipamentos básicos e turísticos. Em outras palavras, as diferentes formas e conteúdos territoriais são hoje definidores do grau de competitividade turística.

No caso deste estudo, pensou-se que consorciar as ações para o turismo entre três municípios – Maragogipe, Cachoeira e São Félix – já se constitui em uma ação de impacto competitivo, posto que, individualmente, são bastante pequenas as chances de implementar um projeto turístico, em razão de que nenhum dos três apresenta o conjunto de elementos necessários à consolidação do lugar turístico. Por outro lado, se realizadas ações complementares, poderá haver tanto o fortalecimento de cada local, como a solidificação do núcleo no contexto regional. Assim sendo, são apresentados a partir de agora os pontos básicos que tende-se a crer que devam ser tratados para inserir a associação proposta num contexto de competitividade turística:

#### a) Conhecimento do território para geração da territorialidade turística

Esta premissa, inicialmente, deve ser atendida em cada município separadamente, onde deverá ocorrer ampla discussão entre os diferentes agentes envolvidos na produção do espaço turístico – Poder Público, iniciativa privada, comunidade – sobre as reais condições do local, não só relativas à atividade turística, mas para além disso, uma caracterização de diferentes naturezas que possibilite definir formas prioritárias da transformação em lugar turístico, posto que não é só o produto turístico que tem que se diferenciar, mas é a própria configuração espacial dos municípios que primeiro deve atender as necessidades básicas de sua população residente. Destaque-se que este processo deve ser encaminhado, a princípio, pelo Poder Público, pois, deve ser de sua responsabilidade a mobilização de todos os outros agentes, visto que dispõe dos instrumentos para tal, como convocação de reuniões, assembléias, fóruns, etc.

Nesta etapa, deve-se ter clareza quanto: que território temos? quais as nossas capacidades e limitações? o que é preciso fazer para se ter não só um bom lugar para o turismo, mas antes, um bom lugar para viver?

Avaliadas e definidas claramente estas questões, deve-se partir para os aspectos organizacionais, inicialmente com o delineamento dos instrumentos gestionários.

#### b) Constituição do grupo gestor

A partir do diagnóstico realizado por cada município, deve-se partir para a constituição do grupo gestor. Este deve ser composto por agentes dos três municípios na mesma proporção e contemplar os diferentes segmentos envolvidos. Necessário também se faz que seja socialmente legitimado, já que será de sua responsabilidade coordenar as ações para o desenvolvimento institucional da instância territorial, e atentar para que estejam política e socialmente respaldadas.

É bastante provável que a constituição deste grupo se dê num processo conflituoso em razão da reivindicação da liderança e de maiores cotas de participação, conforme posições dos gestores municipais assumidas quando da pesquisa de campo, e por isto considera-se que não seria positivo seguir o proposto na grande maioria das metodologias de planejamento turístico que recomendam a

liderança do grupo para aquele município que tem maiores índices de desenvolvimento. Tende-se a crer que negociar internamente esta liderança, contemplando a análise de condições e situações específicas dos três municípios, é o melhor e mais consistente caminho. Definido o grupo gestor e suas bases de atuação, é preciso conhecer as condições sociopolíticas e econômicas dos consorciados, para então propor roteirizações eficazes, coerentes com a realidade.

## 5.2 MARAGOJIPE, CACHOEIRA E SÃO FÉLIX: CONDIÇÕES PARA TERRITORIALIZAÇÃO TURÍSTICA REGIONAL

Como já assumido neste estudo, tornar um lugar ou região turística não é fácil, simples, e não se baseia em ações lineares. Isto significa que não basta apresentar os atrativos para que seja turístico. Para além disso, é fundamental uma análise ampla que dê conta não só da infra-estrutura e equipamentos turísticos, mas da infra-estrutura que sustenta as vivências cotidianas. Deste modo, é imperioso considerar: as condições de saneamento básico, o nível de conscientização do Poder Público e da comunidade em geral quanto à valorização dos recursos naturais, histórico e culturais, o estado atual do patrimônio, além das formas mais eficientes e eficazes para preparar as comunidades para o exercício da atividade turística.

Referente ao saneamento básico, uma das condições indispensáveis para o desenvolvimento pleno dos municípios, de modo geral, os três municípios apresentam índices insatisfatórios de domicílios com cobertura de abastecimento de água, esgotamento sanitário e coleta de lixo, conforme se vê na tabela 09.

Tabela 09 Índice de cobertura dos serviços básicos –  
Maragojipe, Cachoeira e São Félix, 2000

Município	Abastecimento de água (%)	Esgotamento sanitário (%)	Coleta de lixo (%)
Maragojipe	54	25,8	35
Cachoeira	51	35,8	54
São Félix	59	49,8	63

Fonte: Pesquisa sobre dados do IBGE, 2000

Elaboração: Josemare Pereira dos Santos Pinheiro, 2009

A partir dos índices de cobertura apresentados, vê-se que ainda há muito por fazer, tendo em conta que um aumento dos fluxos turísticos certamente impactará



nestes serviços. O abastecimento de água, por exemplo, ocorre apenas para pouco mais da metade de cada comunidade, sendo que para a parcela restante, a água vem de poços artesianos existentes nas casas ou do rio Paraguaçu. A coleta de esgoto, embora cada vez mais venha sendo estendida a uma parcela maior de moradores, ainda tem um índice de cobertura pequena, com grande parte ficando sem tratamento, o que tem comprometido a qualidade de importantes mananciais de abastecimento, como o rio Quelembé, que corta a sede de Maragogipe e tornou-se atualmente um canal de esgoto a céu aberto, onde também são depositados resíduos sólidos. Quanto a coleta, tratamento e destinação final do lixo, há problemas, posto que nem todos os domicílios dos municípios são atendidos por coleta regular, o que faz com que vários pontos, principalmente do espaço urbano, se transformem em depósitos de lixo a céu aberto, o que é preocupante, principalmente do ponto de vista da saúde pública e poluição.

Com este quadro apresentado, fica evidente a necessidade de planejar adequadamente o saneamento básico, posto que o seu incorreto funcionamento reflete diretamente na qualidade da atividade turística a ser implementada. Em pesquisa de campo nos municípios de Cachoeira e Maragogipe foi possível comprovar a sujeira de ruas e dos rios como fatores negativos dos dois lugares.

Além da situação do saneamento básico, também precisa ser visto o estado do patrimônio edificado, uma vez que o índice de degradação às vezes é tão alto que não oferece segurança para a visitação de pessoas. Isto ocorre em Maragogipe e Cachoeira, ambas com expressivo patrimônio arquitetônico porém, grande parte, em processo de intensa degradação. Contudo, está em curso um processo de recuperação deste patrimônio, com o Programa Monumenta, do IPAC (Governo Federal).

Ainda neste processo de construção da territorialização turística, é fundamental ter clareza quanto a percepção e relação do Poder Público e da comunidade com os seus recursos históricos, culturais e naturais. Isto significa que a forma com que as pessoas dos lugares percebem, valorizam e se apropriam do seu patrimônio vai refletir também nas percepções dos turistas. Neste sentido, conhecer e valorizar o patrimônio é condição indispensável para que outros, neste caso os turistas, também o valorizem. Neste contexto, a pesquisa de campo realizada com os residentes de São Félix e de Cachoeira, revelam dois pólos da questão. No caso do primeiro, foi possível verificar que os residentes não vêem o município como

turístico, principalmente por considerá-lo um continuum da vizinha Cachoeira. Mesmo aqueles que reconheceram haver potencial turístico em São Félix, apontaram a sua vinculação exacerbada à Cachoeira como impeditivo de um pleno desenvolvimento neste setor. O depoimento que segue de um sanfelista, ilustra bem esta situação.

São Félix tem potencial inexplorado para o turismo, porque vive à sombra de Cachoeira, como se dela fosse um apêndice. O pior é que tanto os moradores daqui quanto os cachoeiranos já internalizaram esta situação, perpetuando-a através dos tempos. Mudar esta situação deveria ser de iniciativa do Poder público, mas falta ousadia política, e por isso vamos seguindo como se O Centro Cultural Dannemann fosse o nosso único atrativo turístico. (Professor da Educação Básica de São Félix)

Por outro lado, os residentes de Cachoeira demonstraram um forte sentimento de pertença ao lugar, revelando que para além de belezas turísticas, o município é um bom lugar para viver. Vale destacar, contudo, que mesmo com tal posicionamento, uma parcela dos residentes – destacadamente os de alta renda – reconheceram que o potencial turístico é ainda subexplorado, por duas razões: a comunidade ainda não o valoriza em toda a sua amplitude, uma vez que parece só considerar como importantes as manifestações culturais (em síntese, as festas) e o Poder Público não dota o município da infra-estrutura e dos equipamentos necessários à implementação da atividade turística, conforme aponta um cachoeirano:

Pensar que ser turístico é só divulgar o lugar para viagens é um equívoco. É preciso considerar o município como um todo e não só os pontos turísticos, mas se o turista vai ter onde fazer as refeições, onde se hospedar, condições de comunicação, de acesso ao lugar. Anterior a tudo isso está o tipo de gestão pública, qual a visão dos gestores, a que se propõem. O que tenho visto aqui em Cachoeira e outros municípios próximos são ações para o turismo completamente desqualificadas, uma sucessão de equívocos, um setor desorganizado, onde, por exemplo, qualquer um é guia turístico, sem conhecer o município de fato, e o que é pior, fornecendo informações distorcidas e mentirosas. Vejo grupos de turistas que aqui chegam e muitas vezes fazem o roteiro pela metade porque ao cair da tarde precisam ir embora por não ter onde pernoitar. Enquanto isso o Poder Público propaga Cachoeira como cidade histórica, monumento nacional, mas para quem serve isso, quem ganha com isso? Acredito que só os políticos, e a população que poderia estar integrada a uma cadeia produtiva da atividade turística, fica completamente à margem do processo, “vivendo de títulos”. (Empresário cachoeirano)

Estes depoimentos de residentes de São Félix e Cachoeira parecem anunciar um dos maiores impeditivos à efetividade da atividade turística: a forma como o turismo é percebido e apreendido, tanto pela comunidade quanto pelo Poder público.

Verificou-se que supera a idéia de que para ser turístico, o lugar precisa apenas apresentar os atrativos. Mesmo estes atrativos não são bem conhecidos pelos residentes, que, ao hierarquizá-los seguem uma “ordem geral” de valorizar o aparente, neste caso as manifestações culturais.

Diante do quadro apresentado, é possível afirmar que, embora Maragogipe, Cachoeira e São Félix apresentem forte legado histórico, cultural e natural, não conseguem atingir níveis satisfatórios de desenvolvimento a partir do turismo, sinteticamente por algumas razões: a) há ênfase nos atrativos histórico-culturais e subutilização dos naturais, que apresentam imenso potencial e são desprezados, certamente, porque necessitam de um planejamento mais cuidadoso e elaborado; b) a questão do turismo é muito próxima de partidarismos políticos e suas questões ideológicas, o que é prejudicial para o setor, tendo em vista a descontinuidade política, que gera também uma descontinuidade nas ações voltadas para o turismo; c) parece haver uma opção pelos municípios de competição, o que é um entrave para o crescimento/desenvolvimento de todos; d) nos municípios, há uma grande variedade de atrativos turísticos suficientemente fortes para gerar uma atividade turística competitiva, todavia, há dificuldade de apropriação das oportunidades para o desenvolvimento do turismo, principalmente pela incapacidade institucional de planejamento e gestão do setor, o que inclusive, potencializa processos de degradação urbanística, ambiental e social. Isto é um grave problema, tendo em vista que não se pode prescindir da ação governamental no setor turístico. Falta, sim, solidificar estruturas sociais, governamentais e privadas, que venham a fortalecer os mecanismos institucionais para uma atividade sustentável. É preciso, então, potencializar as oportunidades e vencer os gargalos, que são muitos: elaborar planos menos técnicos e efetivamente mais negociados, bem como direcionar as verbas para quem mais precisa.

As prefeituras destes municípios demonstram cotidianamente não ter capacidade institucional e política para moldar o desenvolvimento local a partir do turismo. As ações são sempre muito amadoras. Há uma grande dependência das políticas estaduais, com incipientes e desestruturadas iniciativas locais, que limitam-se, quase que unicamente, a produção de festas. Isto pode ser atribuído também, à desqualificação do pessoal que atua no setor, que via de regra, desconhece os mecanismos possíveis de serem utilizados para incrementar o turismo. Por esta razão, tomam por base as propostas para o âmbito estadual, que são definidas em

linhas gerais, mas é o lugar que deve e pode definir os seus atrativos, voltando o olhar para a comunidade.

Os governantes municipais não sabem como se beneficiar de receitas advindas da geração de investimentos e atividades, tendo em vista que não conseguem gerenciar eficazmente os fluxos de turismo, a infra-estrutura e os serviços públicos em benefício da população fixa. É preciso considerar que, o turismo, antes de ser para o turista, deve priorizar a população local. O turismo não precisa ser uma atividade servil, em que os habitantes locais não precisam existir exclusivamente como servidores do turismo ou como seres exóticos que existem como temas de fotografias e filmagens.

A participação das comunidades destes municípios na atividade turística é inexpressiva, embora, em tese, o discurso oficial aponte como principal objetivo promover a melhoria de vida do imenso contingente de pobres da sua população. Na verdade, o que se concretiza são alguns poucos empreendimentos pulverizados, que acabam por beneficiar o setor privado. As sociedades dos municípios não foram e não são de fato ouvidas para saber o que pensam e o que querem para o seu futuro. Quando muito, foram ouvidos aqueles representantes de associações e organizações, que, muitas vezes, não refletem os anseios e interesses da população que representam. É a sociedade civil desorganizada que opera cotidianamente as “políticas e os projetos de turismo” é ela que confere dinamicidade às atividades turísticas, portanto, deve ser chamada a participar das decisões sobre o turismo.

De modo geral, o turismo é visto isoladamente, sem interação com outros âmbitos da administração, principalmente aqueles diretamente ligados à sua infra-estrutura. Isto é um problema, por conta da sazonalidade turística, em que os turistas só vão aos municípios em momentos pontuais de festas, mesmo havendo potencial para o ano inteiro posto que, além da modalidade histórico-cultural, os municípios possuem outros atrativos, que até então estão sendo subutilizados.

Nos municípios em questão, há uma centralização dos “investimentos turísticos” notadamente em Cachoeira. No entanto, no plano interno, os rebatimentos são pouco expressivos, menos do que poderiam ser. Percebe-se que Cachoeira é reconhecida internacionalmente muito mais por esforço externo do que interno. Maragogipe, embora disponha de condições para implementação de muito mais modalidades turísticas do que Cachoeira, não tem a mesma visibilidade que esta. Assim, é preciso considerar nestes três municípios o turismo regional, que

pode ainda ser potencializado. Pensar também que o turista nacional e internacional sentir-se-á muito mais estimulado se ao invés de um município e uma modalidade turística, ele puder, numa única viagem, visitar/conhecer três municípios e diversas modalidades (étnica, rural, ecológica, histórico-cultural, religiosa, etc.). É necessário gerar uma nova cultura de desenvolvimento, que além de considerar as políticas individuais considere, fundamentalmente, as pessoas e o modo como operam essas políticas. Importante também se faz buscar o equilíbrio entre o que se tem a oferecer em cada município e aquilo que o turista imagina/espera encontrar. Não se trata, definitivamente, de privilegiar o imaginário do turista, mas considerá-lo no momento de propor as políticas.

Todo esse processo de territorialização regional do desenvolvimento turístico aqui proposto, pode ser potencializado se aproveitadas algumas condições/situações existentes na região, quais sejam: a implantação do pólo da indústria naval, as comunidades quilombolas, o circuito náutico, e o *know-how* de instituições sediadas na região, como a Dannemann e a Votorantim. Destas possibilidades é que se trata na seção seguinte.

#### - A implantação do Pólo da Indústria Naval

Durante a Feira Industrial de Petróleo e Petroquímica (Feippetro) em 11 de novembro de 2008, o governador do Estado, Jaques Wagner, anunciou oficialmente a implantação do Pólo da Indústria Naval da Bahia.

Este Pólo surge num contexto de expansão de construção de plataformas de grande porte para a produção de petróleo no mar da Petrobras intensificada desde os anos 2000. Visando atender a demanda crescente de construção naval/*offshore*, principalmente para atender às demandas do programa de exploração das áreas de chamado “pré-sal”, a Petrobras divulgou a intenção de encomendar um pacote de 44 navios para transporte de óleo e derivados, 146 embarcações de apoio marítimo, 40 plataformas de exploração e produção de petróleo – incluindo 28 plataformas de perfuração para águas profundas. Essas encomendas somaram cerca de US\$ 50 bilhões. Este cenário tão promissor em investimentos de vulto, despertou o interesse de importantes grupos empresariais, como Odebrecht, Andrade Gutierrez, OAS, Promon e W. Torres que, em parceria com estaleiros estrangeiros (Jurong, Hyundai, Mitsui, Lisnave) têm buscado áreas adequadas para implantar esses projetos, dentre

as quais destacaram-se o Rio Grande do Sul, o Espírito Santo, o Rio de Janeiro, Santa Catarina, o Paraná e a Bahia.

A Bahia, com a maior costa litorânea do Brasil (932 km) e grande volume de águas profundas e abrigadas, é um dos estados que mais podem ser beneficiados. O estado é ainda favorecido por outra característica: possui a segunda maior baía do mundo – a Baía de Todos os Santos – com 1.052 quilômetros quadrados de área onde estão localizadas 56 ilhas com águas protegidas e profundas, onde a lâmina d'água é superior a 20 metros.

Por estas características, a Baía de Todos os Santos é considerada área propícia à instalação de grandes estaleiros e de canteiros *offshore* para montagem de plataformas para produção de petróleo, o que já ocorreu nas décadas de 70 e 80, com a implantação de cinco canteiros (Aratu, São Joaquim, e São Roque do Paraguaçu).

Pela proposta do governo do Estado, o Pólo será implantado em duas fases na área de influência da foz do Rio Paraguaçu, nas proximidades de Saubara e do atual canteiro de obras São Roque do Paraguaçu (distrito de Maragojipe). Com duração prevista de 5 anos, a primeira fase prevê a instalação de três empresas, e a geração de cerca de 10 mil empregos, com investimentos estimados em cerca de cinco bilhões – 1 bilhão do governo do Estado, União e concessionárias e 4 bilhões da iniciativa privada.

Este quadro tem gerado nos municípios vizinhos ao empreendimento (Maragojipe, Salinas de Margarida, São Félix e Cachoeira) expectativas quanto aos expressivos impactos econômicos e sociais decorrentes dessa atividade de construção naval, principalmente em face de seu alto potencial de geração de renda e de empregos.

Para o agrônomo, consultor de finanças públicas e ex-prefeito de Governador Mangabeira (BA), Antonio Pimentel, é preciso ver este quadro com cautela, posto que tentativas de implantar pólos produtivos feitas pelo governo nem sempre se consolidaram ou foram fomentadoras de crescimento / desenvolvimento, a exemplo do pólo calçadista do Recôncavo, em que “foram instaladas fábricas nos municípios de Cruz das Almas e uma empresa de beneficiamento de couro em Cachoeira, mas o pólo não se consolidou”, e por isso, “falar em oportunidade de emprego na região do Recôncavo quer dizer migrar para a Região Metropolitana de Salvador ou para o centro-sul”. Com perspectiva semelhante, o engenheiro consultor na área de

desenvolvimento de negócios Rappel, vincula a consolidação de um importante pólo econômico industrial naval, duradouro, gerador de renda e empregos, à ações eficazes do Governo do Estado e de lideranças empresariais de atração de investimentos e de adoção de instrumentos e mecanismos de estímulo a empreendedores, caso contrário, se perderá, segundo o engenheiro, a oportunidade para utilizar a vocação natural da Baía de Todos os Santos. Ele lembra ainda que, mesmo com impacto positivo das obras na região, o estaleiro tem intercalado, ao longo das últimas décadas, períodos de produção a todo vapor com períodos de inoperância, o que impediu a fixação de empresas fornecedoras de equipamentos, materiais e serviços no local.

De outro modo, o coordenador do projeto, Floro Freire, afirma que com o pólo naval será diferente do que ocorreu com os outros pólos produtivos, uma vez que o pólo naval é um empreendimento a longo prazo, portanto, não vai ser instalado para passar um tempo e depois esvaziar o setor. Continua o coordenador, que o pólo está sendo planejado para o crescimento, inclusive avaliando os potenciais de mercado, cujas demandas são crescentes, pelo menos até o ano de 2017. Segundo o presidente da Associação Brasileira de Engenharia Industrial, Ricardo Pessoa, “mesmo esta crise global que tem abalado a economia não vai impedir esta expansão, o máximo que pode fazer é postergar um pouco a chegada nestas metas de crescimento”.

O prefeito de Maragogipe, Sílvio Santana Santos, tem, em relação ao pólo, como maior preocupação que o projeto não siga os mesmos rumos do estaleiro instalado em São Roque do Paraguaçu, em que a maioria da mão-de-obra precisou vir de fora porque não havia trabalhadores qualificados na região, comprometendo os possíveis benefícios não só para Maragogipe, como para os municípios do entorno. Fundamentalmente por esta razão, está em curso o processo de criação da Associação dos Prefeitos do Recôncavo, para, dentre outras questões, articular como os municípios podem se estruturar para administrar os impactos desse grande empreendimento a ser implantado em Maragogipe e Saubara.

Outra questão que tem se destacado quanto a implantação do pólo é o impacto ambiental, que tem sido motivo de mobilização e debates nos âmbitos comunitário e institucional, posto que o licenciamento ambiental para o empreendimento estava previsto para sair conforme o Governo do Estado, ainda neste primeiro semestre de 2009.

A despeito de todos estes posicionamentos, é inegável que o projeto do pólo naval traz rebatimentos territoriais de diferentes naturezas: já há hoje em São Roque do Paraguaçu um grande contingente de trabalhadores – cerca de 4.200 – que, na condição de consumidores, tanto têm movimentado a economia local quanto provocado a geração de infra-estrutura, destacadamente com serviços de alimentação e hospedagem. De certo, não é ainda a situação ideal, mesmo porque se verifica também um movimento destes trabalhadores na direção do município de Santo Antônio de Jesus, centro regional que tem, ultimamente, reivindicado, com forte apoio institucional a função de capital do Recôncavo. Todavia, se bem planejada, a instalação deste pólo naval poderá representar para Maragogipe uma consistente oportunidade de estruturar equipamentos necessários à atividade turística, bem como a divulgação do seu espaço turístico a partir das conexões necessárias.

- As comunidades quilombolas

As comunidades remanescentes de quilombolas do Recôncavo Baiano têm sido alvo desde o final do ano de 2008, de um programa de turismo étnico, implementado pelo Governo do Estado, sob o objetivo de resgatar a cultura afro, como forma de valorizar o grande contingente de afro-descendentes que existe na Bahia.

Nesta fase inicial do Programa, foi elaborado e divulgado um roteiro de turismo étnico que contempla os municípios de Salvador, Santo Amaro, Cachoeira e Maragogipe, e que tem como público alvo preferencial os negros dos Estados Unidos, mas que pretende conquistar também brasileiros vindos de outras regiões do país. De acordo com o Secretário de Turismo do Estado, Domingos Leonelli, “há condições favoráveis para estimular a vinda destes negros dos Estados Unidos para conhecer a Bahia, posto que muitos querem buscar sua identidade”.

Neste contexto de turismo étnico, afirma o Secretário Leonelli, a intenção é fazer com que os turistas passem mais tempo na Bahia e, conseqüentemente, gastem mais, favorecendo a economia local. Das cidades que fazem parte do roteiro, Maragogipe é uma das que mais pode se beneficiar, posto que possui sete comunidades quilombolas, sendo que uma – a comunidade Remanescente de Quilombo Salamina Putumuju – foi reconhecida pelo Instituto Nacional de



Colonização e Reforma Agrária (INCRA) em dezembro de 2008 e está em fase de titulação da área que ocupa. Deste modo, se houver organização / planejamento, o Programa Estadual de Turismo Étnico pode representar uma excelente forma de fomento ao turismo em Maragogipe, que poderá aproveitar o fluxo de visitantes para as comunidades quilombolas em favor das outras modalidades turísticas que tem condição de implantar.

- O circuito náutico

Maragogipe fica no trecho final do Rio Paraguaçu, com grande potencialidade para o turismo náutico, face às belas paisagens que se descortinam, por exemplo, no trajeto Salvador – Maragogipe, com expressivas quedas d'águas e ilhas fluviais de beleza cênica. É um percurso de 32 milhas, que no passado representou a mais expressiva forma de transporte de pessoas e de mercadorias de Maragogipe, e outras cidades do Recôncavo, para a capital do Estado. Com o surgimento de ramais de estrada de ferro e mais tarde intensificação do transporte rodoviário, o sistema náutico ficou praticamente esquecido, a não ser pelos poucos e decadentes saveiros que ainda hoje transportam mercadorias para Salvador.

Há hoje, em curso, uma tentativa de reativação deste trajeto com um catamarã que sai do Terminal Turístico de Salvador duas vezes ao dia – uma no turno matutino e uma no turno vespertino – desde meados de abril de 2008. O serviço, segundo Mário Meireles um dos diretores da Kirimurê Transportes Náuticos, empresa que arrendou o catamarã, tem funcionado apenas de segunda a sexta-feira, com previsão de, a partir de setembro ou outubro deste ano de 2009, funcionar nos finais de semana. Isto depende, ainda segundo Meireles, de haver demanda, o que está sendo avaliado, bem como o próprio uso do catamarã. Além de apostar no potencial turístico da baía e do Rio Paraguaçu, a iniciativa de implantar o novo trajeto atende também a uma demanda do canteiro de obras da Petrobras, funcionando no distrito de São Roque do Paraguaçu. Hoje, são cerca de 300 operários e técnicos que utilizam diariamente o catamarã a serviço.

O trajeto náutico apresenta, segundo Meireles, outros pontos positivos, principalmente no tocante a tempo e preço do deslocamento. Enquanto uma viagem de carro entre Salvador e Maragogipe demora cerca de 2h30 e de ônibus aproximadamente 3h30, de catamarã dura entre 1h20 e 1h40. Quanto ao preço, de

ônibus a passagem custa cerca de R\$ 18,40 e de catamarã R\$ 18,00 para São Roque do Paraguaçu e R\$21,00 para Maragojipe.

Um outro fator pode ainda estimular a realização deste percurso náutico que é a candidatura do itinerário do Rio Paraguaçu como Patrimônio Cultural da Humanidade pela Unesco. Este processo, intensificado no ano de 2008, está na fase de mobilização da sociedade civil, governo e especialistas, para discussão da proposta, em que têm sido realizados seminários e amplos debates, com vistas a apresentar uma proposta consistente e socialmente subsidiada.

Neste trajeto pode também ser incentivada a pesca esportiva, já que a Baía de Todos os Santos e o Recôncavo, destacadamente Maragojipe, são reconhecidos pela Federação Baiana de Pesca Esportiva como um dos trechos do Estado com maior ocorrência de espécies cobiçadas, e por isso mesmo buscado pelos pescadores. No Recôncavo, a hidrelétrica de Pedra do Cavalo, localizada nas imediações da cidade de Cachoeira, é uma boa opção. Acima das comportas, onde se formou um grande lago artificial, há grande fartura e variedade de espécies de peixes.

Mesmo com tamanho potencial, nos mares da Baía de Todos os Santos são realizados, todo ano, apenas duas etapas do Campeonato Baiano de Pesca Esportiva. Aliando o catamarã em funcionamento entre Salvador e Maragojipe, com a possibilidade de reconhecimento do itinerário do Rio Paraguaçu como Patrimônio Cultural da Humanidade e a possibilidade de implementação da pesca esportiva, tem-se um cenário promissor para o turismo regional.

#### - O apoio do Centro Cultural Dannemann

O Centro Cultural Dannemann foi inaugurado no município de São Félix em 1989, sendo parte da Empresa de Charutos Dannemann. É um espaço que abriga uma pequena fábrica de charutos e exposição de artes permanente. No Centro é possível acompanhar todo o processo de produção de charuto, o mesmo processo do século XIX, inclusive utilizando maquinário deste período. É utilizada técnica tradicional por mulheres charuteiras de São Félix e as vizinhas Maragojipe, Muritiba e Cruz das Almas.

Segundo o diretor do Centro Cultural, Pedro Archanjo, em entrevista realizada em 28 de janeiro de 2009, o papel do Centro é, preponderantemente, oferecer produção cultural de qualidade para São Félix e o Recôncavo, aliando a valorização

do tradicional com o acolhimento ao contemporâneo. Para Archanjo, isto é traduzido através de 05 grandes vertentes: o Festival de Filarmônicas, a Bienal do Recôncavo, a Fábrica de Charutos, o Cine Clube e as Oficinas profissionais.

Colaborando para a preservação do típico, do tradicional, Archanjo aponta o festival de filarmônicas e a fábrica de charutos. No caso do festival, só podem participar as filarmônicas que ainda mantêm o padrão tradicional.

No festival, não aceitamos a participação de filarmônicas que apresentem arranjos, porque a razão das filarmônicas tradicionalmente é tocar dobrados e marchas. Para tocar os arranjos de músicas exaustivamente tocadas nas rádios, basta os meninos e meninas executarem algumas vezes, dá para “tirar de ouvido”. Já as marchas e os dobrados não, têm que estudar música. Além do mais, se é para tocar arranjos, deve-se montar uma orquestra, que já dá conta. Só aceitamos também Filarmônicas que tenham escolinhas de iniciação montadas e funcionando. Já impedimos, inclusive, a participação de filarmônicas que apenas reúnem alguns músicos para realizar apresentações. Isto é importante porque estas escolinhas utilizam tecnologias de formação que outros não dominam, como as Escolas Superiores de Música, por exemplo, em que os músicos levam cerca de 04 anos para se tornarem instrumentistas, o que na filarmônica se consegue num tempo de 08 a 10 meses. Então é preciso valorizar e perpetuar esse processo que é riquíssimo e não pode se perder com o tempo. (ARCHANJO, Diretor do Centro Cultural Dannemann)

O acolhimento ao contemporâneo, conforme Archanjo, tem seu ápice com a realização da Bienal de Artes do Recôncavo, em que são expostas obras artísticas de diferentes linguagens – pintura, escultura, instalação – de artistas de diferentes países do mundo. No período de realização da Bienal, há um fluxo muito grande de visitantes no município que, juntamente com os residentes, apreciam diferentes formas de expressão artística.

A relação do Centro com a comunidade é classificada por Archanjo como democrática e de respeito. Embora reafirme que o objetivo fundamental do Centro é oferecer qualidade em todas as suas ações, destaca que estão sempre atentos para não tornar o Centro Cultural Dannemann um espaço seletivo. Para ele, é justamente isto o que mais fascina a comunidade: o fato do Dannemann ser um espaço que acolhe a todos indistintamente, distanciando-se de ser um espaço seletivo, segregador e “principalmente reproduzidor da ordem social estratificada que impera em nossa realidade”. Por esta razão, a intenção é sempre disseminar cultura e arte para todas as pessoas, independentemente de classe social, o que parece ocorrer, posto que a comunidade ao referir-se ao Centro classificam-no como de excelência, de qualidade, como referência para o desenvolvimento local.

Com a Administração pública municipal a relação já se dá em bases um pouco diferentes, posto que, para Archanjo, mesmo sendo uma relação saudável, amistosa, é também de absoluta independência. Talvez seja esta independência, segundo diretor, o grande entrave da relação.

Procuramos manter o distanciamento necessário para sermos independentes porque o nosso foco é cultural, e a compreensão do processo cultural é lento, a longo prazo, e sabemos que na política são visados resultados imediatos. De maneira geral, temos a proximidade necessária para uma relação amistosa, mas não nos curvamos ao poder público, porque sabemos que isto acontecendo, certamente teríamos que fazer concessões, que comprometeriam o nosso propósito de oferecer qualidade ao público, e qualidade não é exatamente o interesse da política.  
(ARCHANJO)

Possivelmente por este contexto, acredita o diretor, a Dannemann está sempre receptiva, mas é muito pouco requisitada pelo Poder Público. Archanjo lembra que discussões e debates importantes para o território sanfelista e entorno foram iniciadas pela Dannemann, como as discussões para implantação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e os atuais debates sobre a transformação do itinerário do Rio Paraguaçu em Patrimônio Cultural da Humanidade. Para ele, uma empresa com o porte e a estrutura da Dannemann tem muito o que oferecer, mas as iniciativas do Poder Público para ações conjuntas têm sido insignificantes, “justamente porque nossa trajetória já deixou claro que não nos rendemos a interesses e objetivos políticos”.

Este potencial contributivo da Dannemann para o desenvolvimento de São Félix pode ser efetivamente percebido também pelo grande contingente de visitantes que o Centro atrai continuamente, já que há um fluxo regular de visitação o ano inteiro. Archanjo destaca o fluxo de estrangeiros que é grande, intenso, principalmente de alemães, franceses e estadunidenses, especialmente por haver nestes países guias que fazem um trabalho intenso de captação de turistas (tabela 10).

Tabela 10 Fluxo de visitantes do Centro Cultural Dannemann - 2002 a junho de 2009

PAÍS	ANO/FREQUÊNCIA (mil)							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
África do Sul	0	4	2	16	2	5	4	2
Alemanha	819	1.523	660	975	964	910	907	578
Argentina	12	22	19	71	14	34	29	11
Austrália	10	0	0	0	0	4	3	12
Áustria	180	162	169	135	20	78	56	20
Bélgica	246	85	105	108	243	124	73	13
Bolívia	0	0	0	0	0	4	4	2
Canadá	44	12	8	42	9	15	9	5
Chile	10	7	9	6	11	10	3	3
Cuba	101	0	0	0	0	2	2	1
Dinamarca	121	40	17	10	13	22	10	8
República Dominicana	0	0	0	0	0	4	5	2
Espanha	29	109	241	193	349	227	123	42
Estados Unidos	686	764	494	738	585	554	578	201
França	2.824	4.117	4.899	4.624	5.890	3.456	2.989	1.234
Holanda	94	193	166	126	84	101	92	45
Inglaterra	153	49	128	185	733	543	477	198
Israel	83	52	18	7	34	21	9	12
Itália	231	312	1.034	814	451	479	299	102
México	12	18	5	3	30	47	54	22
Porto Rico	0	0	0	2	0	2	4	4
Portugal	82	138	477	373	194	256	324	97
Rússia	5	18	34	12	0	27	43	20
Suécia	32	6	2	1	0	14	27	30
Suíça	295	155	166	102	229	254	198	65
Turquia	0	0	0	0	0	3	4	3
Uruguai	0	0	0	0	0	3	4	4
Outros	127	108	223	440	488	1.233	987	324
<b>Total</b>	<b>6.105</b>	<b>7.894</b>	<b>8.876</b>	<b>8.983</b>	<b>10.343</b>	<b>9.655</b>	<b>7.319</b>	<b>3.060</b>

Fonte: Centro Cultural Dannemann, 2009

Segundo o diretor, estes visitantes vêm por intermédio de agências / operadoras de turismo, que agregam estas visitas à Dannemann em seus pacotes turísticos, sem haver envolvimento do Centro nestas transações, nem tampouco ganho financeiro. Para Archanjo, esta demanda poderia ser muito bem aproveitada para dinamizar o turismo local, “a questão é que para isso precisa ser gerada uma infra-estrutura que dê suporte a implementação do turismo”. Complementa o diretor que,

os turistas geralmente vêm fazendo um roteiro desde Salvador, param em Santo Amaro, em Cachoeira, vêm ao Centro e daqui retornam. O consumo local destes turistas é praticamente inexistente, até porque água e cafezinho eles têm aqui no Centro. Agora, imagine se aqui houvesse uma estrutura montada para receber estes turistas, estimulando a visita e a permanência, quantas oportunidades de emprego e renda não seriam geradas? Em conversa com os turistas, alguns me dizem que aqui não ficam porque não há meios de hospedagem, por exemplo. O Poder público parece não ter interesse em subsidiar estes meios de hospedagem. A iniciativa privada parece que se não for provocada / subsidiada não tem iniciativa própria, aí fica aquela situação: o turista não fica aqui porque não tem hotel, por outro lado o setor privado diz que não constrói hotel porque não tem demanda, no final não tem demanda, porque não tem hotel.(ARCHANJO)

É neste cenário efetivo de atração turística, que vislumbra-se neste estudo a ação da Dannemann como catalisadora de turistas para a região. Em havendo interesse por parte da Administração pública e/ou iniciativa privada dos municípios, afirma o diretor do Centro, a Dannemann estaria completamente à disposição para colaborar no processo, efetivamente “projetando ações de qualificação profissional para o atendimento do serviço turístico e, se fosse o caso, também intermediando a relação visitantes – Dannemann- Recôncavo”. Archanjo prefere falar em Recôncavo, e não especificamente em um ou outro município, por acreditar que além de São Félix, Cachoeira, Maragogipe, Muritiba e Santo Amaro, talvez outros lugares pudessem ser beneficiados com este fluxo turístico que já é real. Para Archanjo, é urgente atentar para a dinâmica da região, posto que,

uma região como o Recôncavo da Bahia, de alto significado histórico-cultural e naturalmente belíssimo, não tem passado de potencial para o turismo, quando já existe demanda, um fluxo efetivo, para o qual não se olha, por trabalhar sempre em cima de projeções. Por que não pensar sobre o que já é efetivo, e a partir dele, projetar aumentos de demanda? Agora, penso que o Poder Público de um único lugar ainda não dispõe das condições para um planejamento desta natureza, por isso duas condições são básicas: primeiro consorciar as ações entre 3 a 4 municípios e, segundo, incluir a iniciativa privada no processo, porque esta por envolver investimento de capital, tem sempre planejamento, organização e visão empreendedora, o que falta ao Poder Público.

Isto significa que o Centro Cultural Dannemann, para além dos turistas que já naturalmente atrai, pode efetivamente contribuir para o desenvolvimento turístico regional, porém, para isso, seria necessária uma nova visão da Administração Pública municipal, que desse conta de entender o turismo como uma das possibilidades de fomentação do crescimento econômico e da geração de desenvolvimento social.

Também a Votorantim (administradora da Hidrelétrica de Pedra do Cavalo) e a Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) instalada em Cachoeira, vislumbra-se que poderiam se constituir em parceiros no processo de desenvolvimento turístico da região. No caso da Votorantim, já são desenvolvidos projetos classificados como de responsabilidade social com pessoas moradoras do entorno (Cachoeira e São Félix), que poderiam ser estendidos para Maragogipe e direcionados para as demandas do setor turístico. Quanto à UFRB, a contribuição principal poderia advir da oferta de cursos de qualificação para o atendimento e trabalho com o turista.

Em um cenário de mudanças generalizadas, como o que vivemos, seria uma demonstração de estar alheia aos fatos supor que todas as dimensões anteriormente registradas impõem-se com iguais forças. Mais alheamento seria supor que é possível controlar o ritmo destas transformações no território. Assim, embora a dinâmica territorial tenha sido utilizada como inspiração para as proposições relacionadas, entende-se que o seu caráter complexo, que se renova e reafirma no cotidiano, é que será o grande balizador da possibilidade de materialização destas proposições.

### 5.3 ROTEIROS TURÍSTICOS

Por fim, apresenta-se sugestões de roteiros turísticos apoiadas no movimento da realidade observado em Maragogipe, Cachoeira e São Félix. Ressalte-se que são roteiros construídos com base nos resultados desta pesquisa, principalmente na observação direta do patrimônio e suas condições de uso nos municípios relacionados, bem como na valorização efetiva do que é genuíno, que caracteriza os lugares relacionados. Levou-se em consideração ainda uma visão realmente regional, em que procurou-se beneficiar os três municípios nas mesmas condições, atentando para as condições internas de cada lugar. Assim, a preocupação fundamental não foi simplesmente roteirizar, mas para antes disso, elaborar propostas que pudessem possibilitar uma dinamização socioeconômica de cada um dos municípios. Por este motivo, diferem de muitos roteiros propostos nos níveis acadêmico e governamental, que por vezes, parecem operar muito mais – ou exclusivamente - a partir das potencialidades e dos desejos do que das condições

reais, bem como privilegiam os locais que têm maior visibilidade, que de algum modo já se constituem em núcleo turístico.

### ROTEIRO 1

Sentido do Percurso: Salvador – Cachoeira – São Félix – Maragogipe

Duração: 3 dias

Modalidade – âncora: Turismo histórico – cultural

Acesso: Rodoviário, via BR 324

Nível de gasto: Médio

1º Dia: Saída de Salvador no início da manhã, pela BR 234, com primeira parada 120 km depois, em Belém, distrito de Cachoeira. Ao chegar no marco de delimitação territorial de Cachoeira, entrar à direita. São 5 km em estrada asfaltada de boas condições, até chegar a Igreja de Nossa Senhora de Belém. O restante da manhã pode ser aproveitado com visita à Igreja, com beleza arquitetônica ímpar, principalmente os tetos da sacristia e da nave pintados em estilo oriental. Também pode-se conhecer o que restou do seminário construído entre o final do século XVII e o início do século XVIII. Foi nesta localidade que foram feitas as primeiras experiências de vôo do mundo, por Bartolomeu Lourenço de Gusmão, que ficou conhecido como padre voador, cujas experiências de vôo, segundo registros históricos, foram muito anteriores às de Santos Dumont. Para encerrar esta primeira manhã do roteiro, pode-se tomar banho numa piscina formada pelo barramento da água do rio Pitanga, afluente do Paraguaçu, conhecida como Bica de Belém, que fica próximo a Igreja. Em seguida, dirigir-se a Cachoeira para almoço.

Em Cachoeira, há opções para a refeição, que variam em tipo de culinária e preços praticados. Assim, é possível degustar mariscos apreciando apresentações atrações culturais (samba de roda c/baianas) na Pousada do Convento ou na Pousada Paraguaçu, ou ainda experimentar pratos típicos no Clube dos Ferroviários, no Restaurante Beira Rio e no Maktub.

À tarde, o percurso pode ser retomado no Centro Histórico da Cidade. De autêntico estilo colonial, as praças, becos, ladeiras e sobrados, revelam a arquitetura colonial do século XVIII e do Brasil Império, bem como a opulência característica da época. Merecem visita as Igrejas de Nossa Senhora da Ajuda e Matriz Nossa Senhora do Rosário, construções simples, com características medievais e



missionárias, o Conjunto do Carmo, do século XVIII, formado pela Igreja e Casa de Oração da Ordem Terceira (Igreja e Convento do Carmo). Na Ordem, destacam-se os trabalhos em talha dourada e as imagens de tamanho natural e influência oriental, estando nela também a imagem de Nosso Senhor dos Passos, considerada a maior da Bahia. Completam este belo cenário histórico da cidade, a secular Irmandade de Nossa Senhora da Boa Morte, congregação afrodescendente mundialmente conhecida, cuja sede dispõe de Casa de Oração, Galeria e Memorial da Irmandade, o Prédio dos Correios e Telégrafos, o Museu da Memória da Casa de Câmara e Cadeia, que já foi sede do governo da Bahia em 1822, quando se iniciaram as lutas pela independência e durante a revolta da sabinada em 1837 e 38.

Encerradas as visitas neste primeiro dia, o pernoite pode ser em Cachoeira, que oferece poucas opções de hospedagem, destacando-se a Pousada do Convento, com serviço de qualidade, e outras sete pensões e pousadas com estruturas e serviços bastante simples. Para aqueles que buscam um meio de hospedagem mais sofisticado, há ainda a alternativa do Hotel Fazenda Villa Rial, na zona rural de Cachoeira, distante 15 km do centro da cidade.

À noite, para aqueles que não desejarem só descansar, pode ser feito um curto e agradável passeio pelo cais do porto, cujas luzes da cidade refletidas nas águas do Rio Paraguaçu, revelam como que num espelho a forma de presépio do vizinho município de São Félix.

2º dia: Pela manhã, visita a Fundação Hansen Bahia, prédio do século XVII que serviu de hospedagem para o Imperador D. Pedro II, em 1888, para a Princesa Isabel e Conde D'Eu em 1888, quando a ponte D. Pedro II foi inaugurada. A Fundação reúne quase 13 mil peças entre xilogravuras e matrizes do gravador alemão Karl Hansen, conhecido como Hansen-Bahia, que escolheu a Bahia para viver. Visita também ao mercado de Cachoeira, espaço que retrata com vigor a cotidianidade dos cachoeiranos, onde são comercializados comidas e produtos típicos.

O almoço neste segundo dia tanto pode ser nos mesmos locais do dia anterior, quanto na Fazenda Santa Cruz, que fica na entrada do município vizinho de Muritiba. A Fazenda fica no alto da serra que liga Cachoeira a Muritiba, num percurso de 5 km. Do restaurante tem-se uma belíssima visão panorâmica de São

Félix e Cachoeira. É um agradável mirante, onde são servidos pratos típicos da culinária regional, num espaço bem estruturado e confortável.

A tarde deve ser reservada para um passeio pelo centro histórico de São Félix, cuja arquitetura assemelha-se a de Cachoeira, com prédios datados dos séculos XVII, XVIII e XIX. Entre esses se destacam a Igreja de Nosso Senhor São Félix, a Matriz de Senhor Deus Menino, o Mercado Municipal, a Estação Ferroviária, o cais do Paraguaçu e a Casa de Cultura Américo Simas. Especialmente não se pode deixar de conhecer o Centro Cultural Dannemann, espaço que abriga exposições permanentes, promove cursos e realiza eventos internacionalmente conhecidos, como a Bienal de Artes Plásticas do Recôncavo – com exposição, concurso e premiação de obras de artes, e o Festival de Filarmônicas, que reúne para apresentações as principais filarmônicas do Estado. Também no Dannemann é possível conhecer o processo de fabricação artesanal de charutos, feitos exclusivamente por mulheres – as charuteiras – realizado na fábrica de charutos em funcionamento num anexo do centro.

Para finalizar o passeio em São Félix, vale visitar a Fazenda Santa Bárbara, sede local da Fundação Hansen Bahia. Nela está abrigado um grande número de peças do acervo do artista, bem como ferramentas e objetos pessoais, e o seu local de trabalho. O pernoite pode se configurar da mesma forma que na noite anterior.

3º Dia: No início da manhã, ida para Maragogipe. Saindo de Cachoeira, atravessa a Ponte D. Pedro II, sua ligação com São Félix. A ponte tem 365 metros de extensão por 9 m de largura, é toda em estrutura metálica importada da Inglaterra. Sobre o Rio Paraguaçu, a partir dela tem-se uma bela visão dos municípios de Cachoeira e São Félix. De São Félix, indo no sentido da Estação Ferroviária, ao sul, são percorridos cerca de 23 km até Maragogipe, num tempo médio de 30 minutos. A estrada tem configuração sinuosa, apresentando boas condições de tráfego e expressivo valor cênico, posto que ao percorrê-la, se descortinam belas paisagens emolduradas pela Baía de Iguape e formações vegetais densas.

Na entrada da cidade, é válido parar no Alto do Cruzeiro, ponto mais alto de Maragogipe, mirante natural, onde se descortina a cidade, o manguezal e o encontro dos rios Paraguaçu e Guaí. A subida é íngreme, mas vale a pena pela visão que se tem do alto. Esta parada dura cerca de 40 minutos.

Continuando o percurso, realizar um passeio pelo Centro Histórico, também de arquitetura colonial, composto por prédios seculares, alguns tombados pelo Patrimônio Histórico. O destaque é para a antiga Vila Suerdieck e as ruínas da Fábrica Dannemann. Também merecem ser conhecidos o coreto da Praça da Matriz, a Casa Paroquial, as sedes das centenárias filarmônicas Terpsícore e 2 de Julho, a Santa Casa de Misericórdia e a Casa de Câmara e Cadeia.

Para o almoço, há poucas opções, alguns bares e pizzarias, com uma certa qualidade e produções culinárias caseiras de boa qualidade, porém com pequenas condições de atendimento público. Entretanto, havendo combinação prévia, o turista poderá desfrutar de deliciosas iguarias típicas, em casas simples de mulheres maragojipanas, mas ambientes que retratam o modo simples de viver de grande parte dos maragojipanos.

A tarde pode ser reservada para um passeio no distrito de São Roque do Paraguaçu, que fica a aproximadamente 30 km da sede, com passagem pela Cascata de Guimarães, formada entre rochas e que apresenta resquícios de Mata Atlântica. Continuando, é interessante um mergulho numa bacia formada no interior da caverna da Cachoeira do Rio Grande, que tem 45m de altura. Ao final da tarde, deve-se retornar a Salvador via BR 324 (Maragojipe – São Félix – Cachoeira Salvador).

## ROTEIRO 2

Sentido do percurso: Salvador – Maragojipe – Cachoeira – São Félix – Salvador

Duração: 2 dias

Modalidade-âncora: Turismo náutico

Acesso: Hidroviário, via Baía de Todos os Santos

Nível de gasto: Médio

1º dia: Saída do Terminal Marítimo de Salvador no início da manhã, em direção a Maragojipe. Cerca de 43 milhas e 1h40min depois, atracar no distrito de São Roque do Paraguaçu, onde é possível conhecer o canteiro de construção de plataformas *offshore* da Petrobras. Nesta localidade visitar ainda a Cascata de Guimarães, formada entre rochas, cujo acesso se faz em meio a uma exuberante

vegetação, resquício de Mata Atlântica. O banho nesta queda d'água deve durar cerca de 30 minutos. Em seguida, vale uma rápida parada na Fazenda da Gruta do Sol, em cujas terras há uma belíssima cachoeira de mesmo nome. Encravada numa área emoldurada por vasta vegetação, da fazenda se tem uma bela visão da Baía do Iguape. Continuando o passeio, parar para visitação no Forte do Paraguaçu, mais conhecido como Forte da Salamina. Aqui é também interessante aproveitar para conhecer a comunidade remanescente de quilombola que vive no local. Desta comunidade, rumar para as ruínas do Engenho Novo, que fica bem próximo. O próximo ponto de parada pode ser a Ilha dos Coelho, uma pequena ilha particular, com um píer, de onde se tem uma vista fantástica deste trajeto náutico.

Em seguida, a Ilha dos Franceses, sítio histórico localizado na confluência dos rios Guaí e Paraguaçu, é uma boa opção para parar e apreciar a exuberante natureza que nela se revela. Da ilha, seguir para o Porto do Caijá, ponto de atração em Maragojipe.

Como já deverá ser fim de tarde, deve ocorrer o retorno para Cachoeira e São Félix, por via rodoviária, para pernoite. Da estrada, é possível contemplar as paisagens de parte deste percurso náutico realizado.

2º dia: Logo no início da manhã, fazer um breve passeio pelo Centro Histórico de Cachoeira, no qual se destaca o estilo colonial da cidade em seus prédios, ruas, becos e ladeiras. Em cerca de 2h30min, é possível visitar a Fundação Hansen Bahia, a Irmandade da Boa Morte, o Largo D'Ajuda, o Conjunto do Carmo, o Museu do IPHAN e a Casa de Câmara e Cadeia. Em seguida, ir ao Centro Cultural Dannemann, em São Félix, onde em 30 minutos é possível apreciar suas peças em exposição permanente e conhecer o processo de fabricação artesanal de charutos. Retornar a Cachoeira e tomar a embarcação de volta a Maragojipe.

Neste trajeto Cachoeira – Maragojipe, a primeira parada deve ser em Ponta do Souza / Praia do Pina, uma praia fluvial, banhada pelo rio Paraguaçu, que sofre ação das águas salgadas da Baía de Todos os Santos. É dotada de quiosques com boa estrutura, nos quais são servidos, além de bebidas, pratos típicos da culinária regional. Aqui deve acontecer o almoço.

No início da tarde, continuar o passeio com parada nas ruínas do Convento de São Francisco do Paraguaçu, que construído na segunda metade do século XVII, é um dos conventos mais antigos da Bahia. Cais, escadarias, terraço, cruzeiro, adro,

além da igreja e do convento propriamente dito, compõem o conjunto arquitetônico parcialmente arruinado. Cerca de 1 hora é suficiente para visitação e apreciação deste conjunto.

A partir deste ponto, seguir para atracac o no Porto de Caij , cerca de 30min após, na cidade de Maragogipe. Do porto ir para o Centro Histórico, o qual em aproximadamente 1h30min   possível de ser percorrido. Ao final da tarde, retornar para a embarcação rumo a Salvador, onde se chega por volta de 1h40min depois.

### ROTEIRO 3

Sentido do percurso: Salvador – Cachoeira – Maragogipe – Salvador

Duração: 2 dias

Modalidade- ncora: Turismo / esporte náutico

Acesso: Rodoviário e Hidroviário

Nível de gasto: Médio

Este   um roteiro especialmente destinado aos adeptos de práticas esportivas náuticas.

1  dia: Saída de Salvador cedo, no início da manhã, pela rodovia BR 324 para Cachoeira, onde se chega cerca de 1h40min depois. No porto de Cachoeira tomar uma embarcação até o Lago de Pedra do Cavalo. Formado a partir do barramento do rio Paraguaçu, abastece a cidade do Salvador e grande parte do Recôncavo baiano. Oferece excelentes condições para a prática de *windsurf*, *Jet Ski*, passeios de barcos pequenos e escunas. No reservatório de Pedra do Cavalo   possível a pesca de pintados, tucunarés e tra ras. Há uma marina no local. Este passeio pode durar todo o dia. Assim, no final da tarde retornar para pernoite em Cachoeira ou São Félix.

2  dia: Saída do Porto de Cachoeira logo cedo, rumo ao distrito de São Roque do Paraguaçu, onde se chega cerca de 1h30min depois. Em São Roque,   possível praticar mergulho na bacia localizada na Cachoeira do Rio Grande, cuja queda d'água tem cerca de 4,5m de altura. Em seguida, ir para o Porto do Caij , em Maragogipe, com percurso de cerca de 30 minutos. Sair do porto em direção a

entrada da cidade. Na entrada, à direita, há um área verde, onde a Cachoeira do Urubu domina a paisagem com seus cerca de 15 metros de queda d'água. A cachoeira é formada pelo rio Quelembé, que é represado mais acima, para o abastecimento da cidade. É possível praticar o cascadinha (rapel em Cachoeira) e escalada no sentido inverso. No final da tarde retornar para Salvador, tanto por via marítima (1h20min) quanto por via rodoviária (3 horas).

Embora a proposição destes roteiros, como já colocado, tenha se dado com base exclusivamente na realidade estudada, tinha-se a noção de que precisavam ser comercializáveis, isto é, capazes de atrair turistas. Em face disto, houve a intenção inicial de submeter os roteiros à apreciação dos órgãos governamentais, porém estes não demonstraram interesse, sob a alegação de que já existem roteiros oficiais para a região. Recorreu-se, então, aos dois maiores agenciadores de turistas para os municípios em questão, conhecidos a partir das indicações dos residentes locais e dos registros do Centro Cultural Dannemann. O agenciador Raul Campobello, opera no roteiro Salvador - Santo Amaro – Cachoeira - São Félix, há aproximadamente dez anos, com turistas oriundos, principalmente, do sul e sudeste do Brasil, que se hospedam em dois grandes hotéis de luxo de Salvador. Segue a sua avaliação dos roteiros propostos:

Já trabalhei com turismo no sul e sudeste do país, conheço áreas turísticas de outras partes do Brasil, por isso posso afirmar que o Recôncavo baiano é dos lugares mais bonitos que existe. Todavia, é um espaço altamente negligenciado pelos Poderes Públicos e também pelas populações. É impressionante o descaso com que são tratados patrimônios de altíssimo valor histórico e cultural. Mesmo assim, os turistas quando lá estão ficam encantados com tanta riqueza num mesmo lugar. É trabalhoso explorar turisticamente estas cidades com as quais trabalho, por conta da infraestrutura precária. Inclusive, por causa disto, os percursos são sempre encurtados, mesmo que eu reconheça que lugares importantes ficam de fora do roteiro. Lembro-me que a primeira vez que realizei o roteiro, há mais de dez anos atrás, o fiz baseado nas indicações dos órgãos governamentais. Qual não foi a minha surpresa ao constatar que eram indicações superadas, no sentido de que muitos locais propostos não condiziam com as especificações oficiais, como o caso de uma fonte natural descrita como de beleza e estrutura cênica, mas que de fato havia secado, se tornado uma grande área de entulhamento. Este exemplo é só para ilustrar, mas isto aconteceu recorrentemente. Fiz esta consideração justamente para iniciar a avaliação dos seus roteiros, cujo grande ponto positivo é incluir espaços que, de fato, são visitáveis, têm condição de receber as pessoas, porque ainda hoje vejo em roteiros oficiais lugares e descrições que não condizem com a realidade. Quanto aos trajetos, penso que são plenamente possíveis, bem ajustados, levam em consideração tempos exatos de deslocamento, só tenho uma ressalva que refere-se a duração, em razão de que os meios de hospedagem são insuficientes e precários, o que é um risco para roteiros que exigem pernoite. A não ser

que sejam grupos pequenos, que podem sim ser confortavelmente acomodados na Pousada do Convento (Cachoeira) ou na Pousada Paraguaçu (São Félix). Achei interessante a opção do Hotel Fazenda Villa Rial, que já tinha ouvido falar mas nunca me interessei por achar que não teria tão boas condições, vim a conhecer depois que apresentou-me os seus roteiros (por causa deles) e já penso em incluir nos meus roteiros por conta de que trabalho com pequenos grupos possíveis de serem bem acomodados no Villa Rial. Também é muito interessante o roteiro específico para esportistas náuticos, compacto, penso que atende bem a este segmento de mercado. Aliás, este é um nicho de mercado em evidência, em que os municípios por você relacionados apresentam excelentes condições para implementação dos mesmos, que vêm sendo subutilizadas. Por fim, quero registrar que mesmo com a ressalva, que também reconheço ser específica da infra-estrutura e por isso mesmo passível de ser equacionada, os roteiros são interessantes e certamente se postos em prática, terão grandes chances de sucesso. Gostaria apenas de sugerir que os levasse aos órgãos oficiais do setor, para que conhecessem a realidade que tanto tentam reproduzir em seus gabinetes. (CAMPOBELLO, agente turístico)

O segundo avaliador dos roteiros foi Cândido Moraes, que morou nos EUA por quinze anos, onde trabalhou numa operadora de turismo, e retornando para o Brasil, há cinco anos, continuou a trabalhar no setor turístico, agora agenciando turistas norte-americanos para a Bahia (capital e Recôncavo). Eis a sua análise:

Quando voltei para o Brasil, por razões pessoais, e me instalei em Salvador, passei a observar a dinâmica turística da capital e do entorno, e enxerguei aí uma promissora possibilidade de continuar trabalhando com o turismo, porque elementos turísticos ricos e variados estão aqui abrigados. De início, operava com o turismo só na capital, porque trabalho com uma clientela de alta renda, extremamente sofisticada e exigente quanto às condições de visitação. Nesta época, j a tinha o desejo de trabalhar com as cidades do Recôncavo, nas quais fiz v arias incursões, estudando a possibilidade. Somente a tr es anos senti-me encorajado, e al em de Salvador, vamos por Santo Amaro da Purifica o, Cachoeira e no Dannemann, em São F elix. Na verdade, em Santo Amaro a visita o   são na Igreja Matriz e em São F elix, são no Centro. O percurso maior   no centro histórico de Cachoeira.   tudo muito corrido, num único dia, saímos de Salvador pela manh a e retornamos no início da noite. Não d a ainda para ser diferente porque h a uma precariedade de estrutura - por exemplo, em rela o a lugares para hospedagem e alimenta o- o que acaba tornando o trajeto muito trabalhoso. São para ter uma idéia, levo água, sucos, refrigerantes e sanduíches para servir aos turistas, por receio de não encontrar (como v arias vezes ocorreu) nestas cidades. Inclusive eu gostaria de colocar Maragogipe no meu roteiro, mas não o faço porque isso exigiria pernoite e não vejo condi o. Quanto aos seus roteiros, considero realizáveis, mas, para tanto, seria urgente dotar as cidades de, pelo menos, locais de hospedagem e alimenta o decentes, para al em destes que voc e menciona, que atenderia bem apenas a grupos pequenos. Estão bem traçados, acho que coerentes com a realidade, interessantes, despertam curiosidade e seriam capazes sim, de atrair e mais importante, fidelizar turistas. Os grupos com os quais trabalho, por exemplo, que são apreciadores de aspectos histórico-culturais e naturais, certamente ficariam muito interessados, mas, infelizmente, esbarramos na falta de estrutura. Quando esta estrutura for gerada, esteja certa de que seus roteiros serão potencializados. (MORAES, agente turístico)

Estas avaliações realizadas, para além de validar os roteiros propostos, reafirmaram o já detectado nesta pesquisa como um dos impeditivos ao pleno desenvolvimento turístico regional, que é a deficiência da infra-estrutura que deve dar suporte à atividade turística. Percebe-se, claramente, o quanto esta deficiência tem embotado as possibilidades de desenvolvimento socioespacial a partir do turismo nos municípios relacionados.



## 6. CONCLUSÃO

O problema que esta dissertação se propôs responder é de que modo o turismo tem sido utilizado como indutor do desenvolvimento do município de Maragogipe, e quais dinâmicas territoriais resultam deste processo indutivo. Para buscar responder essa pergunta, se tentou determinar o papel do turismo na dinâmica territorial local e nos processos de desenvolvimento, a partir da leitura entrelaçada das perspectivas e percepções dos diferentes agentes intervenientes na passagem do espaço espontâneo ao espaço turístico.

Sabia-se que compreender a dinâmica territorial do desenvolvimento de Maragogipe sob a ótica do turismo era um objetivo audacioso pelo fato de que, aparentemente, no caso selecionado, a atividade turística é incipiente, o que poderia atestar a sua falta de densidade como recorte de pesquisa científica. Contudo, desde o início da pesquisa se tinha claro a seguinte premissa: não interessava somente mensurar os impactos da atividade turística no local ou parametrizar a dinâmica turística para áreas de baixo dinamismo econômico, como o é Maragogipe. Para antes disso, o intento fundamental foi entender o processo de inserção da atividade turística na realidade local sob o ponto de vista de uma análise espacial baseada nas práticas sociais definidoras da identidade territorial e na apropriação desta para geração do espaço turístico projetado para promover o desenvolvimento.

Este processo de constituição do lugar turístico envolve diferentes agentes, interesses, processos e relações, e por isso entendeu-se que se tratava de um objeto complexo, posto que, para além de conceituações e mecanismos genéricos, entendê-lo exigiu singularizar a análise, paralelamente à sua inserção num contexto universal, isto é, a perspectiva que permeou o estudo dava conta de entender o processo de turistificação do espaço maragojipano como resultante de sua identidade territorial mais as demandas de processos globais, que direta ou indiretamente, de modo planejado ou não, refletem no lugar turístico. Deste modo, realizou-se o estudo, sem o objetivo de ser conclusivo, mas que permitiu tecer algumas considerações.

A primeira delas refere-se aos diferentes entendimentos conceituais sobre o turismo. Conforme explicitado ao longo do estudo, especialmente no referencial teórico que deu as bases para o desenvolvimento da pesquisa, o turismo, em toda sua polissemia, é um fenômeno / uma atividade passível de múltiplas interpretações,

e que conduzem a diferentes caminhos, quanto à compreensão do seu papel na dinâmica territorial e do desenvolvimento. Deste modo, o turismo tanto é visto apenas como uma atividade setorial capaz de alavancar economias e promover crescimento econômico, quanto um fenômeno complexo, em que se propõe novas formas de organização socioespacial àsquelas existentes no lugar / território que se pretende turístico. Nesta segunda perspectiva, sobre a qual se assentou a leitura desse objeto de pesquisa, o turismo promove a apropriação e transformação do espaço, conjugando neste processo universalismo e particularismo – por vezes interagentes e às vezes divergentes – coexistências, diversidade e sobreposições, o que torna cada experiência singular.

Associando este referencial teórico com a experiência real do turismo em Maragogipe, é possível afirmar que já não mais cabe, neste contexto contemporâneo, entender o turismo somente enquanto deslocamento de pessoas, situações de viagem. De modo amplo e coerente com a realidade pesquisada, o turismo deve ser visto como um fenômeno que transforma não só lugares, territórios, mas, para antes disso, relações e vivências, e por isso mesmo, como atividade territorial é carregada de humanidades.

Em relação ao desenvolvimento, a pesquisa permitiu inferir que, mesmo com tantas adjetivações qualificadoras, é ainda um conceito em construção, uma vez que, no plano prático da vivência humana, esta segmentação conceitual perde o sentido, face à imbricação dos diversos fatores que concorrem para o desenvolvimento. Assim, na cotidianidade, o que se precisa é de um desenvolvimento multirreferenciado, que possa abranger a dimensão humana. Esta perspectiva parece ainda longe de ser atingida, e por isso, talvez, imperem estas visões unidimensionais do desenvolvimento, em que sua tradução direta se dá como crescimento econômico.

Neste sentido é que, empírica e oficialmente, o município de Maragogipe vem sendo classificado como de baixo desenvolvimento, acentuadamente por conta do seu fraco dinamismo econômico, experimentado intensamente a partir da última década do século XX.

A partir desta possibilidade de diferentes leituras acerca do fenômeno turístico e do desenvolvimento, chegou-se a algumas constatações. Referente ao turismo, verificou-se, basicamente, a ocorrência de duas construções discursivas: a do Poder Público, com uma visão técnica e mecanicista, e a da comunidade, uma perspectiva

de valorização do movimento real, de consideração da experiência vivida e dos processos aí engendrados.

O Poder Público tem encarado o turismo exclusivamente com fim econômico, pensando em perspectivas tradicionais, cujo foco e preocupação reside na inventariação dos atrativos e organização das suas principais festas populares. O turismo tem sido tratado numa perspectiva setorial, e por isso mantém-se isolado dos demais setores necessários à sua dinâmica e funcionamento, e não é visto, de fato, como uma das forças dinamizadoras da economia local, ou apenas o é na composição do discurso oficial prolapado em momentos pontuais, principalmente aqueles de reunião e mobilização popular.

Por conta deste quadro, pode-se afirmar que o turismo tem sido tratado nas políticas municipais de um modo muito mais retórico do que operacional, o que tem implicado numa minoração do seu fortalecimento, em razão de que a gestão e organização do turismo não podem prescindir da ação governamental pública.

O modo como a questão turística vem sendo planejada e gerida no âmbito governamental local, assim, não tem permitido que as vantagens comparativas transformem-se em competitivas, ainda que não se possa deixar de admitir que o município possui, em sua constituição natural e histórica, uma série de atributos que lhe confere, comparativamente, vantagens sobre outros lugares da Bahia quanto à modalidades turísticas mas que, por uma questão de gerenciamento governamental local não têm adquirido competitividade, haja vista que, para isso acontecer, seria necessário engendrar um processo múltiplo, intersetorial e interinstitucional, que desse as bases para a efetivação de projetos e políticas eficazes. A condução deste processo é da competência do governo local, que atuando como articulador/catalisador, é o mais legitimado para a convocação e mobilização dos diferentes agentes para a construção de uma estratégia territorial de desenvolvimento a partir do turismo, consensuada pelos agentes locais.

No plano das políticas estaduais, há que se reconhecer que a estruturação e zoneamento turístico do Estado possibilitaram uma descentralização do turismo, mostrando que, para além de Salvador, outros lugares apresentam atrativos capazes de gerar fluxos turísticos, e que desde 1990, quando o Estado passou a ter o turismo como um dos sustentáculos da economia baiana, é possível perceber o reconhecimento de que o interior não precisa ficar apenas na posição de emissor turístico, mas dispõe de condições para consolidar-se como destino receptor.

Contudo, destaca-se que há sérias e consistentes deficiências no plano destas políticas, que colocam-se como recursos às vezes intransponíveis. Observou-se que, à espacialização das modalidades turísticas não corresponde uma espacialização equitativa dos investimentos, uma vez que as duas zonas do Pólo Salvador e entorno – Baía de Todos os Santos e Costa dos Coqueiros – têm tratamento diferenciado. Enquanto que para a Costa dos Coqueiros têm sido direcionados investimentos para o uso turístico, inclusive com um esforço maior para a captação de investimentos privados, a Zona Baía de Todos os Santos carece de investimentos que possam gerar efetivas condições de desenvolvimento do turismo.

Esta situação constatada faz pensar se não seria o caso de estar imperando nas políticas estaduais de turismo a lei do esforço mínimo, posto que implementar ações turísticas nos municípios da Costa dos Coqueiros – em processo intensivo de consolidação do destino, com efetivas possibilidades da modalidade sol e praia, altamente cobiçada por turistas nacionais e estrangeiros, alvo de investimentos inclusive de conglomerados internacionais – é, certamente, tarefa infinitamente mais fácil do que gerar condições turísticas em municípios com infra-estrutura espacial deficitária e economias desagregadas e dependentes de repasses estaduais e federais, como é o caso de Maragogipe e também de outros municípios que fazem parte da zona Baía de Todos os Santos.

É possível pensar também que estaria se repetindo no plano estadual o que historicamente ocorre na política de turismo federal, em que a imagem do lugar turístico acaba por engessá-lo em determinada modalidade, como é o caso do Nordeste, que, de modo geral, é tratado, preponderantemente, como região de turismo de sol e praia, com lugares exóticos e paradisíacos, preenchidos com belas e peculiares mulheres como as retratadas nos romances de Jorge Amado, e por esta razão, os investimentos turísticos para a região parecem direcionar-se quase que exclusivamente para esta modalidade.

Esta omissão do Poder Público quanto à questão do turismo em Maragogipe reflete também no ordenamento e representatividade do território, fundamentalmente quanto à participação dos outros agentes também responsáveis pelo fazer turístico. Como apontado na pesquisa, estes agentes - seus interesses, rotinas e costumes – são desconsiderados no processo, cabendo-lhes sofrer as conseqüências de políticas obscuras e parciais. Ficou evidente que há uma pseudoparticipação a partir de conselhos setoriais, instituídos principalmente com o fim de captar e justificar o

uso de verbas públicas. O poder decisório, em verdade, permanece concentrado no Poder Público, que, contraditoriamente, dele não faz o uso devido. Parece que a exclusão destes agentes do processo de planejamento e gestão do turismo local, representa densas perdas para o município, já que estes demonstraram em seus posicionamentos captar a essência do fenômeno turístico enquanto resultado da experiência social. Isto significa dizer que estes outros agentes enxergam a dinâmica turística a partir de uma leitura da dinâmica dos movimentos sociais, que abarca não só os consensos, mas principalmente os dissensos e o tensionamento que envolve a construção do lugar turístico. Para além da cenarização e do romantismo que simplificam demasiadamente a questão do turismo para o Poder Público, a comunidade, as instituições, o setor privado e até mesmo os turistas, trouxeram à tona a complexidade e os desafios do ordenamento e exploração do território turístico real, que abriga diversidade, sobreposições, coexistências, para o qual não há um *script* estabelecido, mas é experienciado nas práticas sociais.

Deste modo, é possível afirmar que existe a possibilidade de ordenar e explorar turisticamente o espaço maragojipano com a participação efetiva da comunidade, entretanto, para isto ocorrer, necessário se faz que o governo local embase suas ações na perspectiva de que o território de Maragojipe, que se pretende desenvolver a partir do turismo, deve ser o lugar de experimentação cotidiana de respostas aos desafios levantados pela comunidade. Estes desafios devem ser considerados como o conjunto de questões que representam as necessidades e expectativas locais. Deve-se fazer o esforço de traduzir as vontades, valores e interesses coletivos, a partir da identificação da realidade dos indivíduos maragojipanos, percebendo as relações sociais mantidas, isto é, o território deve ser mapeado e interpretado através de seus grupos e práticas sociais. Ao largo dos modelos de planejamento estratégico pré-estabelecidos, é esta dinâmica social que vai definir a dinâmica turística para o desenvolvimento.

Pode-se inferir também que, embora não exista no município uma cadeia produtiva do turismo, tendo em vista que os setores envolvidos com essa atividade têm ações isoladas e desarticuladas, há implicações na economia local dos breves e pontuais momentos turísticos. Nestes, que são esporádicos, e conforme foi visto, restrito às principais festas populares, há uma inserção financeira em diferentes segmentos comerciais – formais e informais- e que, certamente, poderia ser maior,

caso houvesse uma ação mais organizada, planejada do Poder Público em relação à captação e atendimento do fluxo turístico gerado nestas ocasiões.

Quanto a este fluxo turístico, a pesquisa possibilitou a constatação de que ele existe, contudo, pulverizado em momentos pontuais já aqui abordados: as festas populares. Este fluxo é gerado em sua quase totalidade de maneira espontânea, visto que os investimentos em divulgação do município são bastante pequenos, o que minimiza as chances de atrair visitantes, bem como a precariedade da infraestrutura local tem funcionado como elemento distanciador dos turistas que vêm ao município também de forma planejada, através de agências/operadoras de turismo. Para os turistas – longínquos ou do entorno - fica a clara percepção de que o município é atrativo turisticamente porém, as condições de seus equipamentos e serviços, impedem de percebê-lo e até mesmo aproveitá-lo em sua totalidade.

Ainda em relação aos turistas, verificou-se que possuem características que variaram conforme o momento abordado, isto é, em cada ocasião festiva em que se realizou a pesquisa de campo, havia um grupo com perfil característico. Estes perfis precisam ser considerados, na fase de organização e planejamento destas festas e do turismo local, em razão tanto de potencializar o fluxo como buscar atingir outros segmentos. A familiaridade com Maragogipe, por exemplo, mostrou-se um indicador definidor da avaliação do grau de atratividade local para diferentes grupos de turistas. Assim, trabalhar esta e outras percepções dos turistas, pode ser a medida da distância entre a ocorrência ou não do desenvolvimento turístico.

Diante de tal quadro, uma das possibilidades efetivas de desenvolvimento para Maragogipe a partir do turismo, delineou-se com a sua associação aos municípios de Cachoeira e São Félix. Esta produção associada do turismo, mostrou-se o caminho mais imediato para ultrapassar a classificação eterna de “potencial” para a atividade turística. Ressalte-se que este processo de consorciação não deve ser fácil, simples, linear, mas permeado por tensões, conflitos e divergências, que serão superadas tanto mais facilmente, quanto mais imbuídos os municípios estiverem de um senso de identidade regional, que os vincule e fortaleça.

Por fim, pode-se afirmar que o grande desafio em relação ao desenvolvimento turístico para o desenvolvimento socioespacial de Maragogipe reside em implantar um modelo de gestão democrática do território - agregador das aspirações da coletividade local e regional, mas capaz de contemplar, ao mesmo tempo, estratégias essenciais no mundo globalizado. Este modelo precisa dar conta

do turismo para além do evidenciado pela mídia, em que são retratadas, quase que exclusivamente, as situações de viagens. Necessário se faz pensar sobre o fenômeno turístico e sua relação com o desenvolvimento, não como replicações lineares de experiências terceiras, mas o turismo como um fator que modela e remodela o território. Neste sentido, é essencial a forma como os planejadores governamentais se apropriam do turismo como vetor de desenvolvimento. É desta apropriação que deve erigir a vertente que sustenta o desenvolvimento desejado, com definições de questões fundamentais: relação entre fatores endógenos e exógenos, participação de segmentos sociais, opções estratégicas individuais ou coletivas, entre outras. Pela relevância deste aspecto, acredita-se ser esta uma das formas de prolongamento da perspectiva de pesquisa aqui empreendida, com o estudo da forma como os planejadores governamentais do Recôncavo baiano têm utilizado o turismo em suas políticas de desenvolvimento. Isto pressupõe ampliar o estudo para a dimensão das políticas regionais de desenvolvimento, campo que precisa ainda ser mais pesquisado, principalmente trazendo o foco para o Recôncavo, região que, a despeito da sua importância histórica, tem experimentado cada vez mais uma posição de inflexão no contexto regional.

## REFERÊNCIAS

AGOSTINI, Ana. Notas em torno do desenvolvimento. **Cadernos do CEAS**. Salvador, n. 171, set/out.1997.

ALBAGLI, Sarita. Território e Territorialidade. In: MORELLI, Gustavo; BRAGA, Christiano; LAGES, Vinícius (Org.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relme Dumará/ Brasília, DF: SEBRAE, 2004. p. 25-62.

ANDRADE, Manuel Correia. **A questão do território no Brasil**. São Paulo: Hucitec; Recife: IPESPE, 1995.

AZEVEDO, T. O advento da Petrobras no Recôncavo. In: BRANDÃO, Maria. **Recôncavo da Bahia – Sociedade e economia em transição**. Salvador: Academia de Letras da Bahia (ALB) / Universidade Federal da Bahia, 1997. p. 29-57.

BENEVIDES, Ireleno P. **A inserção do planejamento turístico governamental no desenvolvimento socioeconômico do Ceará**. Fortaleza: Iplance, 1994.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. São Paulo: Editora Sesc, 2007.

\_\_\_\_\_. **Política e planejamento do turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 1998.

BRANDÃO, Maria. **Recôncavo da Bahia – Sociedade e economia em transição**. Salvador: Academia de Letras da Bahia (ALB) / Universidade Federal da Bahia, 1997.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Boletim de desempenho econômico do turismo**. Brasília: MTUR, ano 4, n. 21, p. 12-29, jan. 2009.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas – 2007 / 2010**. Brasília: MTUR, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de regionalização do turismo - roteiros do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas - 2003/2007**. Brasília: MTUR, 2003.

BROSE, Markus. **Fortalecendo a democracia e o desenvolvimento local: 103 experiências inovadoras no meio rural gaúcho**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2000.

CARLOS, Ana Alessandri. **O lugar no / do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.



CARVALHO, Caio. Breves histórias do turismo no Brasil. In: TRIGO, Luís. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2006. p. 34-47.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (Org.). **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.

CORIOLOANO, Luiza Neide; SILVA, Sylvio Carlos Bandeira de Mello e. **Turismo e Geografia**: abordagens críticas. Fortaleza: Ed. UECE, 2005.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Política de turismo e território**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2002 (Coleção Turismo).

\_\_\_\_\_. **Introdução à Geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

DABAT, A. **Globalización**: capitalismo informático-global y nueva configuración espacial del mundo. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2000 (mimeo).

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Planejamento do Turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR. **O turismo no Brasil**. Brasília: Embratur, 2005.

EMBRATUR. **Procedimentos do Programa Nacional de Municipalização do Turismo**. Brasília: Embratur, 1999.

ENDRES, Ana Valéria. Planejamento estatal: do centralizado ao participativo e seus reflexos no planejamento do turismo no Nordeste. **Turismo em Análise**. São Paulo: ECA / USP, n. 13, p. 66 – 78, maio 2002.

ESTEVA, Gustavo. Desenvolvimento. In: SACHS, Wolfgang. **Dicionário do Desenvolvimento**: guia para o conhecimento com poder: Petrópolis: Vozes, 2000. p. 59 – 83.

EUFRASIO, Mário. O turismo nos lugares centrais e o turismo ambiental na obra de Chistaller. In: LEMOS, Amália Inês Geraiges (Org.). **Turismo**: impactos sócio-ambientais. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 281 – 296.

FONSECA, Antonio Angelo Martins. **Instituição e desenvolvimento territorial**: o desempenho municipal após a descentralização. Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana, 2005.

GASTAL, Suzana (Org.). **Turismo**: 9 propostas para um saber fazer: Porto Alegre: EDPUCRS, 2001.

GERARDI, Lúcia Helena de Oliveira; SILVA, Barbara-Christine Nentwig. **Quantificação em Geografia**. São Paulo: DIFEL, 1981.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável** - Pólo Salvador e Entorno. Secretaria de Turismo da Bahia, 2003.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA. **O turismo da Bahia no mundo global**. Secretaria de Turismo, 2008.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA. Secretaria da Cultura e Turismo. **Notas de Palestra**: Domingos Leonelli, 2008.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA. Secretaria da Cultura e Turismo. **Século XXI – Consolidação do turismo**: estratégia turística da Bahia 2003 – 2020. Salvador, 2005.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

\_\_\_\_\_. Região, diversidade territorial e globalização. **Revista Geographia**, v. 1, n. 1, Niterói, Departamento de Geografia, 1999. p. 58-78.

IBGE. Contagem da população 2007. Rio de Janeiro, IBGE, 2009.

IRVING, Marta de Azevedo. Refletindo sobre o turismo como mecanismo de desenvolvimento local. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**, Ano IV, n. 7. Salvador, dez. 2002.

LUCHIARI, Maria Tereza. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: LIMA, Luiz Cruz (Org.). **Da cidade ao campo**: a diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza: UECE, 1998.

MOLINA, S.; RODRIGUES, S. **Turismo, planejamento integral**. Bauru: Edusc, 2001.

MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.

PEDRÃO, Fernando. Novos rumos, novos personagens. In: BRANDÃO, Maria. **Recôncavo da Bahia** – Sociedade e economia em transição. Salvador: Academia de Letras da Bahia (ALB) / Universidade Federal da Bahia, 1997, p. 219 – 239.

PINTO COSTA, L. A. Recôncavo: laboratório de uma experiência humana. In: BRANDÃO, Maria. **Recôncavo da Bahia** – Sociedade e economia em transição.

Salvador: Academia de Letras da Bahia (ALB) / Universidade Federal da Bahia, 1997, p. 171 - 184.

PRODETUR. **Política do Bando do Nordeste para o desenvolvimento do turismo**. Bahia: Banco do Nordeste, 1999.

PROGRAMA de Ação para o desenvolvimento do turismo no Nordeste: PRODETUR – NE. Brasília, 1993.

QUEIROZ, Lúcia Aquino de; SOUZA, Regina Celeste Almeida. **Caminhos do Recôncavo**: proposição de novos roteiros histórico-culturais para o Recôncavo Baiano. Salvador: PRESSCOLOR, 2009.

REIS, Antero et al. **Plano de desenvolvimento turístico de Maragogipe**. Salvador: SENAC – Departamento Regional da Bahia, 1998.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. **Turismo, modernidade, globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1996.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI**: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Studio Nobre, 1993.

SANCHO, A. **Introducción al turismo**: Organización Mundial de Turismo. Madrid: OMT, 1998.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Edusp, 2002.

\_\_\_\_\_. **Por uma outra globalização**: Do pensamento único a consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

\_\_\_\_\_. **Espaço e método**. 4. ed. São Paulo: Nobel, 1997.

\_\_\_\_\_. **Técnica, tempo, espaço**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

\_\_\_\_\_. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.

\_\_\_\_\_. **Por uma geografia nova.** São Paulo: Hucitec, 1978.

SANTOS FILHO, J. Embratur: da euforia ao esquecimento: do roteiro às raízes quando serviu à Ditadura Militar. In: **Revista Espaço Acadêmico.** Abril 2004. Disponível em: [http:// www.espacoacademico.com.br/035/35pf.htm](http://www.espacoacademico.com.br/035/35pf.htm). Acesso em: 20 de setembro de 2008.

SAQUET, Marcos. **Abordagens e concepções de território.** São Paulo: Expressão Popular, 2007.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SIEDENBEEG, Dieter Rugard. A gestão do desenvolvimento: ações e estratégias entre a validade e a utopia. In: BECKER, D. F.; WITTMANN, M. L. (Org.). **Desenvolvimento regional: abordagens interdisciplinares.** Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003, p. 167 – 173.

SILVA, Sylvio Bandeira de Mello e. O turismo como instrumento de desenvolvimento e redução da pobreza: uma perspectiva territorial. In: SILVA, Sylvio Bandeira de Mello e; SILVA, Barbara – Christine Marie Nentwig. **Estudos sobre globalização, território e Bahia.** 2 ed. Salvador: UFBA: Mestrado em Geografia. Departamento de Geografia, 2006. p. 185-196.

\_\_\_\_\_. Atração global, estratégias locais e turismo. In: CORIOLANO, Luiza Neide. **Turismo com ética.** Fortaleza: UECE, 1998.

\_\_\_\_\_. Geografia, turismo e crescimento: O exemplo do Estado da Bahia. In: RODRIGUES, Adyr Balastri (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.** São Paulo: Hucitec, 1996. p. 122 – 143.

SILVA, Sylvio Bandeira de Mello e; SILVA, Barbara – Christine Marie Nentwig Silva. **Estudos sobre globalização, território e Bahia.** 2. ed. Salvador. UFBA: Mestrado em Geografia. Departamento de Geografia, 2006.

SILVA, Sylvio Bandeira de Mello e; CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. – **Turismo e Geografia** - abordagens críticas. Fortaleza: Ed. UECE, 2005.

SILVEIRA, Carlos Eduardo; PAIXÃO, Dario Luiz Dias; COBOS, Valdir José. Políticas públicas de turismo e a política no Brasil: singularidades e (des) continuidade. **Revista Ciência X Opinião**, v. 3, n. 1, jan. / jun. 2006.

SILVEIRA, Maria Laura. Da fetichização dos lugares à produção local do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastri (Org.). **Turismo, modernidade, globalização.** São Paulo: Hucitec, 1997, p. 36 – 45.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Mudar a cidade:** uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

\_\_\_\_\_. O território: sobre espaço e poder: Autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Geografia:** conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. p. 77 – 116.

VÁZQUEZ, Antonio Barquero. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização.** Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 2001.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** Planejamento e Métodos. Porto Alegre: Bookman, 2002.

# APÊNDICE

## APÊNDICE A - Questionário aplicado ao setor de comércio e serviços



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR**  
 SUPERINTENDÊNCIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
 MESTRADO EM PLANEJAMENTO TERRITORIAL E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

**PESQUISA DE CAMPO**

QUESTIONÁRIO - SETOR DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

SETOR: \_\_\_\_\_

NOME (FANTASIA): \_\_\_\_\_

1) COMO AVALIA AS INICIATIVAS GOVERNAMENTAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO?

Desconheço  Péssimas  Boas  Excelentes

2) COMO COMERCIANTE E/OU PRESTADOR DE SERVIÇO, COMO CLASSIFICA A SUA PARTICIPAÇÃO NESTAS INICIATIVAS?

Não participo  Péssima  Regular  Boa  Ótima

Justifique:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

3) DURANTE AS FESTAS MAIS REPRESENTATIVAS DO MUNICÍPIO – SÃO BARTOLOMEU, SÃO JOÃO E CARNAVAL – COMO É O MOVIMENTO DESTE SETOR?

	S.B.	S. J.	C.
ALTO			
MÉDIO			
BAIXO			

4) COMO CLASSIFICA A DEMANDA DE CONSUMIDORES DURANTE AS FESTAS?

	S.B.	S. J.	C.
ALTA			
MÉDIA			
BAIXA			

5) É NECESSÁRIO ALTERAR O FUNCIONAMENTO NESTES PERÍODOS?

	S. B.	S. J.	C.
NÃO			
SIM, COM AMPLIAÇÃO DO HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO			
SIM, COM CONTRATAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS TEMPORÁRIOS			
SIM, COM MODIFICAÇÕES NA ESTRUTURA FÍSICA DO LOCAL			

OUTRO (S): \_\_\_\_\_

6) NESTAS FESTAS, HÁ UM INCREMENTO NO FATURAMENTO?

	S. B.	S. J.	C.
NÃO			
SIM, DE MENOS 10%			
SIM, DE 10% A 15%			
SIM, DE MAIS DE 15%			

7) HÁ SUA PARTICIPAÇÃO OU REPRESENTAÇÃO NAS FASES DE PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DESTAS FESTAS?

Sim       Não

8) O QUE É PRECISO MODIFICAR / MELHORAR NAS FESTAS PARA ATRAIR MAIS VISITANTES / CONSUMIDORES?

	S. B.	S. J.	C.
DIVULGAÇÃO DOS FESTEJOS			
ATRAÇÕES MUSICAIS			
LOCAL DE REALIZAÇÃO DA FESTA			
INFRA-ESTRUTURA: TRANSPORTES, HOSPEDAGENS, SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E SAÚDE			

OUTROS: \_\_\_\_\_

9) VOCÊ CONSIDERA QUE MARAGOJIPE TEM POTENCIAL PARA EXPLORAÇÃO TURÍSTICA?

Sim       Não

Justifique:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10) O QUE VOCÊ ACHA QUE PODE SER ATRATIVO TURÍSTICO LOCAL?

- Arquitetura colonial  
 Manifestações culturais  
 Paisagem natural  
 Comunidades quilombolas  
 Outro (s): \_\_\_\_\_



11) SE HOVER O DESENVOLVIMENTO DO SETOR TURÍSTICO LOCAL, COMO VOCÊ ACHA QUE O SEU SERVIÇO PODE FAZER PARTE DESTA ATIVIDADE?

---

---

---

---

12) COMO AVALIA A POSSIBILIDADE DE “ASSOCIAÇÃO” COM CACHOEIRA E SÃO FÉLIX PARA IMPLANTAÇÃO DE UM PROJETO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO?

---

---

---

## APÊNDICE B- Roteiro de entrevista com Secretário Municipal de Turismo



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR**  
SUPERINTENDÊNCIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
MESTRADO EM PLANEJAMENTO TERRITORIAL E DESENVOLVIMENTO SOCIAL

**PESQUISA DE CAMPO**

**ROTEIRO DE ENTREVISTA – SECRETÁRIO MUNICIPAL DE TURISMO**

- 1) O município está incluído em planos e programas de turismo, como turismo étnico-afro, histórico-cultural, náutico. Deste modo, o turismo é considerado vetor de desenvolvimento para Maragojipe?
- 2) Há um planejamento turístico local? Caso afirmativo, qual a sua trajetória de elaboração?
- 3) O turismo é visto isoladamente, como vetor de desenvolvimento ou, nas políticas governamentais, está associado a outros vetores?
- 4) O que a Gestão municipal considera como atrativos turísticos locais?
- 5) Quais os principais entraves ao desenvolvimento do turismo no município?
- 6) Há conhecimento da Gestão municipal sobre planos e/ou programas turísticos desenvolvidos por municípios vizinhos, com características geoeconômicas semelhantes às de Maragojipe?
- 7) As festas de São João , de São Bartolomeu e o carnaval, são considerados grandes atrativos para visitantes / turistas. Como se dá o planejamento, quais agentes participam e de que forma?
- 8) Quais os meios utilizados para a divulgação das festas? Em quais espaços essa divulgação é feita?
- 9) São promovidas melhorias infra-estruturais no município para realização das festas? Caso afirmativo, quais? Onde?
- 10) Em termos financeiros, o que representam as festas para o município?
- 11) Há a intenção de incrementar o turismo local com a realização destas festas?
- 12) Como avalia a possibilidade de “associação” com Cachoeira e São Félix para implementação de um projeto de desenvolvimento integrado do turismo?

## APÊNDICE C- Questionário aplicado aos residentes



**UNIVERSIDADE CATOLICA DO SALVADOR**  
**SUPERINTENDÊNCIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**MESTRADO EM PLANEJAMENTO TERRITORIAL E DESENVOLVIMENTO SOCIAL**

**PESQUISA DE CAMPO**

**QUESTIONÁRIO PARA OS RESIDENTES**

<b>PERFIL SOCIOECONÔMICO</b>
1) Sexo <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F
2) Ocupação: _____
3) Idade
<input type="checkbox"/> 15 a 20 anos <input type="checkbox"/> 21 a 30 anos <input type="checkbox"/> 30 a 45 anos <input type="checkbox"/> Mais de 45 anos
4) Quantas pessoas vivem em sua residência?
<input type="checkbox"/> 1 a 3 pessoas <input type="checkbox"/> 4 a 7 pessoas <input type="checkbox"/> Mais de 7 pessoas
5) Renda mínima mensal da família
<input type="checkbox"/> Menos de 1 salário mínimo
<input type="checkbox"/> De 2 a 4 salários mínimos
<input type="checkbox"/> De 5 a 7 salários mínimos
<input type="checkbox"/> Mais de 7 salários mínimos

<b>RELAÇÃO COM POLÍTICAS E PRÁTICAS MUNICIPAIS</b>
6) Você tem conhecimento, participa ou é representado no planejamento da política de desenvolvimento do município?
<input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim, de que forma? _____
7) Você participa ou é representado no planejamento das principais festas municipais?
Sim, de que forma? _____
Não, por qual razão? _____

8) Como você avalia as festas mais significativas do município?

	S.B.	S. J.	C.
Péssima			
Regular			
Boa			
Ótima			

Justifique as avaliações:

SB \_\_\_\_\_

SJ \_\_\_\_\_

C \_\_\_\_\_

SB → São Bartolomeu    SJ → São João    C → Carnaval

9) Durante estas festas você tem um complemento na renda?

	S. B.	S. J.	C.
Não			
Sim, alugo a casa			
Sim, trabalho no comércio			
Sim, comercializo produtos informalmente			

OUTRO (S): \_\_\_\_\_

10) Identifique o que é positivo (P) e o que é negativo (N) em cada uma delas.

	S.B.	S. J.	C.
Local da festa			
Atrações musicais			
Divulgação da festa			
Segurança pública			
Serviço de transporte			
Serviço de saúde			
Participação popular			
Geração de renda para a comunidade			

### MARAGOGIPE COMO LUGAR TURÍSTICO

11) Você considera que Maragogipe tem potencial para exploração turística?

Sim     Não

12) Classifique em ordem de importância o que você acha que é /pode ser atrativo turístico local:

- Arquitetura colonial
- Manifestações culturais
- Paisagem natural
- Comunidades quilombolas
- Outro (s): \_\_\_\_\_

13) Se houver o desenvolvimento do turismo local como você acha que pode fazer parte desta atividade?

---

---

14) Como avalia a possibilidade de “associação” com Cachoeira e São Félix para implementação de um projeto de desenvolvimento integrado do turismo?

---

---

---

15) Caso você fosse responsável por divulgar Maragojipe como lugar turístico, o que destacaria?

---

---

---

## APÊNDICE D- Questionário aplicado ao visitante/turista



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR**  
**SUPERINTENDÊNCIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**MESTRADO EM PLANEJAMENTO TERRITORIAL E DESENVOLVIMENTO SOCIAL**

**PESQUISA DE CAMPO**

QUESTIONÁRIO PARA VISITANTE / TURISTA

<b>PERFIL SOCIOECONÔMICO</b>
<p>1) Origem:</p> <p><input type="checkbox"/> Bahia      <input type="checkbox"/> Norte      <input type="checkbox"/> Nordeste      <input type="checkbox"/> Centro-Oeste      <input type="checkbox"/> Sudeste</p> <p><input type="checkbox"/> Sul      <input type="checkbox"/> Exterior: _____</p>
<p>2) Sexo      <input type="checkbox"/> F      <input type="checkbox"/> M</p>
<p>3) Ocupação: _____</p>
<p>4) Faixa etária:</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 14 anos      <input type="checkbox"/> 15 a 20 anos      <input type="checkbox"/> 21 a 35 anos      <input type="checkbox"/> 36 a 50 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Mais de 50 anos</p>
<p>5) Renda média mensal</p> <p><input type="checkbox"/> Até 1 salário mínimo</p> <p><input type="checkbox"/> De 2 a 4 salários mínimos</p> <p><input type="checkbox"/> De 5 a 8 salários mínimos</p> <p><input type="checkbox"/> De 8 a 11 salários mínimos</p> <p><input type="checkbox"/> Mais que 12 salários mínimos</p>

<b>PARTICIPAÇÃO NO CARNAVAL DE MARAGOJIPE</b>
<p>6) Como tomou conhecimento do carnaval?</p> <p><input type="checkbox"/> Propaganda em TV, revistas, jornais, rádio, internet</p> <p><input type="checkbox"/> Parentes e/ou amigos que residem em Maragojipe</p> <p>Outros, especificar: _____</p>
<p>7) O que lhe motivou a vir para o carnaval?</p> <p><input type="checkbox"/> Atrações musicais      <input type="checkbox"/> Rever parentes e/ou amigos</p> <p><input type="checkbox"/> Viver a cultura do lugar      <input type="checkbox"/> Conhecer a cidade</p> <p>Outros: _____</p>

8) Previsão de permanência

1 dia     2 dias     3 dias     4 dias     Mais de 4 dias

9) Local de hospedagem

Hotel     Pensão     Pousada     Casa parente/amigo

Casa alugada     Camping     Outra cidade, qual? \_\_\_\_\_

10) Qual seu gasto médio diário ou previsão de gasto na festa?

Menos de R\$ 50     De R\$ 50 a 100     De R\$ 100 a 150     Mais de R\$ 150

11) Você tem conhecimento de que o carnaval foi reconhecido como patrimônio imaterial da Bahia?

Sim                       Não

12) Dentre os aspectos abaixo relacionados, indique o que é positivo (P) e o que é negativo (N) no carnaval maragojipano:

(    ) Receptividade da comunidade local

(    ) Qualidade da hospedagem

(    ) Organização do espaço da festa

(    ) Atrações musicais

(    ) Segurança pública

(    ) Atendimento do comércio

(    ) Serviços de transporte

(    ) Serviços de alimentação e bebida

(    ) Serviços de saúde

13- Recomendaria passar o carnaval em Maragojipe a outros?

Sim                       Não

Justifique: \_\_\_\_\_

#### MARAGOJIPE COMO LUGAR TURÍSTICO

14) Já esteve na cidade em outras festas ou oportunidades?

Não                       Sim, qual (is)? \_\_\_\_\_

15) Veio diretamente para Maragojipe ou passou/passará em outro(s) município(s)?

Veio direto e exclusivamente para Maragojipe

Veio principalmente para Maragojipe mas passou/passará por outro(s) município (s). Qual (is)? \_\_\_\_\_

16) Maragojipe é um lugar atrativo?

Sim                       Não

17) Você já ouviu falar e/ou conhece atrativo(s) turístico(s) de Maragogipe?

- Não  
 Sim, as paisagens naturais  
 Sim, a arquitetura colonial  
    Sim, as manifestações culturais  
    Sim, as comunidades quilombolas  
    Outro (s)

17.1) Como tomou conhecimento deste (s) atrativo(s)?

- Através de jornais, revistas, TV, rádio, internet  
 Através de parentes e/ou amigos residentes no município  
 Por iniciativa exploratória própria

Outros: \_\_\_\_\_

18) Você se interessaria por fazer um roteiro turístico que envolvesse além de Maragogipe, os municípios de Cachoeira e São Félix?

- Sim  Não Justifique: \_\_\_\_\_

19) Que balanço faz entre as suas expectativas iniciais em relação ao município e suas percepções?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

20) Pensa em retornar a Maragogipe?

- Sim  Não Justifique: \_\_\_\_\_



## APÊNDICE E- Ficha de caracterização e avaliação dos atrativos turísticos

NOME DO ATRATIVO:
LOCALIZAÇÃO:
DATA DA VISITA :
DURAÇÃO:

ACESSIBILIDADE	
Condição da via de acesso	
Meio(s) de transporte	
Sinalização	
Distância / tempo do centro urbano	
Descrição do entorno	

INFRAESTRUTURA	
Equipamentos	
Lixo (lixeira / coleta)	
Telefone público / Cobertura celular	
Saneamento básico	
Segurança	
Oferta de serviços de alimentação	

CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURAIS	
Importância	
Originalidade	
Beleza	
Nível de ação do Poder Público	
Nível de ação da comunidade	
Nível de ação do setor privado	

APÊNDICE F: Hierarquização dos atrativos turísticos

Atrativo	Critérios						Nível hierárquico
	Gradual de uso total	Representatividade	Apoio local e comunitário	Estado de conservação da paisagem circundante	Infraestrutura	Acesso	
Igreja Matriz de São Bartolomeu	3	3	4	3	3	3	3,0
Casa de Câmara e Cadeia	2	3	3	2	2	3	2,5
Sedes das Filarmônicas	2	3	3	3	3	3	2,8
Coreto	1	2	2	3	3	3	2,3
Casa Paroquial	2	2	2	3	3	3	2,5
Fábrica Dannemann	3	3	2	3	3	3	2,8
Fábrica Suerdieck	2	3	2	3	3	3	2,6
Santa Casa de Misericórdia	3	3	2	3	3	3	2,8
Casa Grande do Engenho de São Roque	3	4	4	3	3	3	3,3
Forte da Salamina	3	3	3	3	3	3	3,0
Capela de Coqueiros	2	2	2	3	3	3	2,5
Morro do Alto do Cruzeiro	3	3	3	3	3	3	3,0
Queda D'água do Bule-Bule	3	3	4	3	3	3	3,1

Cascata de Guimarães	3	3	4	3	3	3	3,1
Queda D'água do Rio Quelembe	3	3	4	3	3	3	3,1
Cascata do Tibúrcio	3	3	4	3	3	3	3,1
Cachoeira do Rio Grande	3	3	4	3	3	3	3,1
Cachoeira da Gruta do Sol	3	3	4	3	3	3	3,1
Gruta do Cantagalo	3	3	3	3	3	3	3,1
Ilha dos Franceses	4	3	4	3	4	3	3,6
Ilha dos Coelhoos	4	3	2	4	4	4	3,6
Ilha do Pecado	4	3	4	3	3	3	3,3
Praia do Pina	4	3	4	3	4	4	3,6
Praia da Enxadinha	3	3	3	3	3	3	3,0
Barra do Paraguaçu	4	3	3	3	3	3	3,1
Parque da Cidade	2	3	3	2	2	2	2,3
Manguezal	2	3	3	2	3	3	2,3
Baía do Iguape	4	3	3	4	4	4	3,6