



# III EBE | III ENCONTRO BAIANO DE CULT | ESTUDOS EM CULTURA



## **O TURISMO CULTURAL NO CENTRO ANTIGO DE SALVADOR: DESAFIOS E POSSIBILIDADES**

**Lúcia Aquino de Queiroz, professora adjunta da UFRB,**

[luciamaqueiroz@yahoo.com.br](mailto:luciamaqueiroz@yahoo.com.br)

### **Resumo**

A importância do turismo nas cidades, espaços privilegiados de concentração criativa, simbólica e produtiva, é hoje indiscutível. De forma a adaptar-se ao contexto atual de concorrência urbana em escala planetária e de valorização da cultura como um dos elementos centrais de diferenciação da oferta turística, cidades situadas nos mais distintos pontos do planeta estão buscando revitalizar e preservar o seu patrimônio cultural com vistas à ampliação da sua competitividade urbano-turística. Entretanto, sendo o turismo um fenômeno genuinamente territorial, que utiliza o território como espaço de consumo e de produção, impactando-o e sendo por este impactado, positiva ou negativamente, o desenvolvimento turístico irá pressupor a adoção de mecanismos de gerenciamento e ordenamento territorial que viabilizem a qualificação de espaços turísticos, contribuindo para a revitalização de áreas degradadas, para a correção de desequilíbrios espaciais e para a manutenção da sustentabilidade dos territórios. Reunindo um conjunto de atributos propícios à exploração de diversos segmentos turísticos, como o histórico-cultural, de lazer litorâneo, náutico, de eventos, gastronômico, dentre outros, Salvador apresenta um amplo potencial para expansão da economia do turismo. Para tanto, junto à superação de desafios estruturais, como os referentes ao quadro social – mendicância, violência urbana, marginalidade – e de deficiências da infraestrutura urbana e turística — transporte urbano, sinalização turística, limpeza urbana, acessibilidade aérea e terrestre, dentre outros –, deverá potencializar os seus segmentos turísticos, dentre os quais o turismo cultural, considerado, na atualidade, como um dos responsáveis pelo crescimento da atividade turística mundial. O Centro Antigo de Salvador (CAS), aglutinando a maior parte da oferta turística da cidade para o segmento do

turismo cultural, composta pelo seu valioso patrimônio arquitetônico – monumentos implantados entre os séculos XVI e XIX –, bem como pelos patrimônios imaterial – os saberes e fazeres da população local; as manifestações populares, a exemplo do São João, Carnaval, do evento cívico do Dois de Julho etc. – e natural, dada a ambiência proporcionada pela Baía de Todos-os-Santos, apresenta elevado potencial para o desenvolvimento da atividade turística, embora se defronte com problemas similares aos apontados para a capital baiana. São muitos os desafios para o CAS, bem como para a cidade do Salvador, ampliar a sua competitividade turística e, dentre esses, torna-se fundamental a institucionalização de novas formas de ordenamento e gestão do turismo, que pressuponham a participação dos agentes locais e a articulação entre os setores público e privado. Este trabalho, a partir da análise de dados primários, coletados através de pesquisa amostral realizada com empresários do Centro Antigo de Salvador, e de informações secundárias, a exemplo das divulgadas pelo Plano de Reabilitação Participativo do Centro Antigo de Salvador, coordenado pelo Escritório de Reabilitação do Centro Antigo de Salvador (ERCAS), objetiva analisar os desafios e possibilidades que se apresentam para o turismo e para a sustentabilidade do CAS, frente à nova dinâmica da economia mundial do turismo e às propostas hoje existentes para esta área, com vistas, sobretudo, a realização dos jogos da Copa do Mundo de 2014.

**Palavras chaves:** Centro Antigo de Salvador, Turismo Cultural, Competitividade, Sustentabilidade

## **1 – A importância do ordenamento e do gerenciamento territorial para o desenvolvimento turístico do Centro Antigo de Salvador (CAS)**

O turismo, após ter sido compreendido, por um longo período, como uma atividade puramente econômica, pertencente ao setor secundário, tem sido visto, na atualidade, como um fenômeno genuinamente territorial. Diferentemente de outras atividades econômicas em que as áreas de produção são cada vez mais desconhecidas do consumidor, no turismo o consumidor é deslocado ao local de produção, conduzindo a que o espaço territorial desempenhe papel fundamental na definição da competitividade dos destinos turísticos.

A percepção do “valor do lugar”, de sua cultura, de sua identidade pela demanda turística, em um cenário de intensa competitividade global, vem conduzindo à expansão de novas

modalidades de turismo associadas às cidades, e propiciando o fortalecimento da segmentação turística. O crescimento do papel atribuído à cultura na definição dos lugares e, mais especificamente, na composição de sua identidade, tem possibilitado a que o turismo cultural se destaque como um segmento em franca expansão, um dos grandes responsáveis pelo incremento da atividade turística mundial.

Aproveitando-se da valorização da cultura como um dos elementos centrais da oferta turística, cidades, situadas nos mais distintos pontos do planeta, estão buscando revitalizar e preservar o seu patrimônio cultural com vistas à ampliação da sua competitividade urbano-turística. Entretanto, sendo o turismo um fenômeno genuinamente territorial, que utiliza o território como espaço de consumo e de produção, impactando-o e sendo por este impactado, positiva ou negativamente, o desenvolvimento turístico irá pressupor, mais do que a necessária articulação a aspectos externos, que, dentre outros fatores, podem viabilizar a qualificação e ampliar a atratividade da oferta local, uma integração territorial, também compreendida como a capacidade de organização socioeconômica e política dos territórios.

Dada a importância do território para o turismo, a ocorrência do desenvolvimento turístico, compreendido enquanto “[...] um processo de mudanças que permita superar problemas e construir uma sociedade mais justa, com significativa redução da pobreza, e vivendo com mais qualidade de vida [...]” (SILVA, 2003, p. 162) irá requerer o emprego de instrumentos que possibilitem aos destinos turísticos a transformação de vantagens comparativas, baseadas no aproveitamento intensivo dos recursos turísticos, em vantagens competitivas, pautadas na flexibilização da oferta e no uso racional dos recursos (VERA REBOLLO, 1996, p. 87). Ou seja, a adoção de mecanismos de gerenciamento e ordenamento territorial do turismo que viabilizem a qualificação de espaços turísticos, contribuindo para a revitalização de áreas degradadas, possibilitando ao desenvolvimento turístico atuar como “um ponto de arranque para a correção de desequilíbrios espaciais” (ID., 1996, p. 89). Em essência, o gerenciamento e o ordenamento territorial do turismo tornaram-se grandes desafios para muitas cidades, sobretudo para aquelas que se constituem em territórios permeados por conflitos políticos, econômicos e sociais, como os presentes na cidade de Salvador.

Reunindo um conjunto de atributos propícios à exploração de diversos segmentos turísticos, como o histórico-cultural, de lazer litorâneo, náutico, de eventos, gastronômico, dentre outros, Salvador apresenta um amplo potencial para expansão da economia do turismo. Para tanto, junto à superação de desafios estruturais, como os referentes ao quadro social — mendicância,

violência urbana, marginalidade — e de deficiências da infraestrutura urbana e turística — transporte urbano, sinalização turística, limpeza urbana, acessibilidade aérea e terrestre, dentre outros —, deverá potencializar os seus segmentos turísticos, dentre os quais o turismo cultural.

O Centro Antigo de Salvador (CAS), aglutinando a maior parte da oferta turística da cidade para o segmento do turismo cultural, composta pelo seu valioso patrimônio arquitetônico — monumentos implantados entre os séculos XVI e XIX —, bem como pelo patrimônio imaterial — os saberes e fazeres da população local, as manifestações populares, etc. — apesar de defrontar-se com problemas similares aos apontados para o conjunto da cidade, apresenta elevado potencial para desenvolvimento do turismo. Entretanto, em que pese à importância do potencial existente, ainda são muitos os desafios para que esta área, assim como para a cidade do Salvador, amplie a sua competitividade turística.

## **2 – O turismo no Centro Antigo de Salvador**

O conjunto das políticas públicas direcionadas ao CAS, a partir dos anos 1990, possibilitou a conformação, do ponto de vista da economia do turismo, de um território dotado de subáreas diferenciadas, que apresentam hoje uma dinâmica própria e vivenciam problemas específicos, embora também convivam com questões desafiantes que são comuns ao conjunto da Área Central e, até mesmo, a outros espaços de Salvador. O território turístico do CAS é assim composto pelo Centro Histórico de Salvador (CHS), com as subáreas Pelourinho/Sé/Taboão, Carmo/Santo Antônio Além do Carmo, Barroquinha/Ladeira da Praça; e pelo Entorno do Centro Histórico, que abrange as subáreas Campo Grande/Piedade/Mouraria, Nazaré/Barbalho, Contorno/Comércio e Calçada/Água de Meninos.

A Subárea Pelourinho/Sé/Taboão, pioneira na recepção dos investimentos públicos realizados nos anos 1990 com vistas à recuperação do conjunto arquitetônico do CHS e à formação de um enclave entre o Terreiro de Jesus e o Largo do Pelourinho, que funcionaria como um “*shopping center* ao ar livre” (SANT’ANNA, op. cit., p. 75), estimulando as atividades comerciais e de serviços, sobretudo turísticos, e deslocando a função residencial para as áreas periféricas do CAS, caracteriza-se por apresentar um número expressivo de equipamentos direcionados ao turismo e atividades correlatas. Conforme o *Censo Empresarial Sebrae* 2008, o Pelourinho/Sé/Taboão concentra a maior oferta de serviços turísticos e de lazer e animação

do CHS aglutinando grande parte dos restaurantes (54,9%), bares (57,6%), lanchonetes, sorveterias, casas de suco (37,0%), equipamentos de arte, cultura — destacadamente, museus, teatros e cinemas — esporte e recreação (85,7%), além do comércio de bijuterias, suvenires e artesanato (82,1%) – QUEIROZ, 2010, p. 191.

A subárea Pelourinho/Sé/Taboão também apresenta expressividade no total de equipamentos de hospedagem e agenciamento do CHS e do CAS, embora, neste último caso, a maior parte desta oferta esteja situada no Entorno do Centro Antigo. Em seu conjunto, o CAS responde por 34,4% dos meios de hospedagem, 21,4% da oferta de leitos e 22% das agências de viagem de Salvador. Considerando-se exclusivamente o CHS, a subárea Pelourinho/Sé/Taboão assume a liderança na oferta de agências de viagens e de leitos, sendo, superada, porém, pelo Carmo/Santo Antônio Além do Carmo em número de meios de hospedagem.

A dinâmica atual do Pelourinho/Sé/Taboão indica ser esta a subárea do CAS em que o desafio da sustentabilidade tende a ser mais intenso. Após a intervenção dos anos 1990 esta subárea transformou-se em um território muitas vezes identificado como artificial e carente de “interações sociais plurais e história” (LEITE, apud QUEIROZ, 2007, p. 102). Embora concentre uma mais ampla oferta direcionada ao turismo do CAS, o Pelourinho/Sé/Taboão também apresenta um conjunto de problemas que dificultam a atração de um fluxo mais expressivo de visitantes e, até mesmo, de residentes, o que compromete a viabilidade econômica das unidades empresariais aí instaladas e a expansão da atividade turística desta subárea. A inexistência, desde os primeiros anos da reforma realizada nos anos 1990, até os dias atuais, de uma instituição com atribuições definidas capaz de estabelecer um ordenamento e gerenciamento do território e de conduzir os conflitos que naturalmente ocorrem entre moradores, comerciantes, turistas e empresas de turismo, impediu o bom funcionamento e o crescimento harmônico das atividades econômicas dessa subárea, levando a uma série de entraves como a desorganização das vias de circulação, com a expansão de algumas unidades empresariais para fora dos limites do seu negócio, ocupando os passeios com objetos, anúncios, etc.; a poluição sonora gerada pelos próprios estabelecimentos, o assédio de vendedores ambulantes, das “baianas”, dos menores pedintes, dentre outros, por todos os lados, nas ruas, nas praças, inclusive dentro de bares e restaurantes; a marginalidade, a prostituição, a violência, as drogas; o despreparo da mão-de-obra local, destacadamente para atendimento aos visitantes, sobretudo estrangeiros.

A Subárea Carmo/Santo Antônio Além do Carmo, caracterizada como predominantemente residencial – conforme o Censo 2000 apresenta a maior densidade populacional de todo o CHS, com 64,3% dos imóveis considerados próprios; no Pelourinho-Sé apenas 14,2% encontravam-se nesta condição – tem como grande diferencial turístico o apelo do amplo patrimônio imaterial aí existente, engrandecido pela ambiência especial proporcionada pela Baía de Todos os Santos. As tradições, a religiosidade, as celebrações locais organizadas pela comunidade, o jeito de viver dos residentes, configuram um cenário bucólico, fruto de um ambiente interiorano e, ao mesmo tempo, internacionalizado e caracterizam-se como elemento central na atratividade de turistas e investidores para esta subárea.

A intervenção pública nesta subárea ocorreu de forma distinta do observado no Pelourinho/Sé/Taboão, com a recuperação de imóveis residenciais, com vistas à permanência da população local, o que, entretanto, não foi impeditivo para que o Carmo/Santo Antônio sofresse transformações expressivas em decorrência da expansão da atividade turística. Desde 2005 esta subárea vem atraindo empreendimentos turísticos direcionados a um público de mais elevado poder aquisitivo, em grande parte estrangeiro, com destaque para hotéis, “pousadas de charme”, restaurantes e bares temáticos.

Conforme informações da Bahiatursa/Embratur, o Carmo/Santo Antônio lidera a oferta de meios de hospedagem do CHS e concentra cerca 7,8% das agências de viagem do CAS. Embora apresente carências comuns ao Pelourinho/Sé/Taboão, que dificultam à expansão da atividade turística, sobretudo no que se refere a aspectos relativos à infra-estrutura de serviços urbanos — limpeza e segurança — e a carências de espaços para estacionamento e de mecanismos de divulgação, as unidades empresariais dessa subárea revelam-se mais competitivas do que as da primeira, principalmente no tocante à oferta de serviços diferenciados e às iniciativas de trabalho em parceria ente os diversos agentes do turismo (QUEIROZ, 2010, p. 193).

A subárea São Bento/Misericórdia, embora pioneira na cidade na recepção de empreendimentos turísticos, inclusive de alto padrão, como o Hotel Chile, edificado na primeira década do Século XX, que se vangloriava de ter a preferência de Ruy Babosa, e o Pálace Hotel, construído em 1934 (QUEIROZ, 2002, p. 25), caracteriza-se na atualidade por concentrar atividades comerciais (28,4% das suas empresas) e de serviços especializados (22,1%), predominando, dentre esses últimos, os escritórios de advocacia e contabilidade (18,3%), conforme o Censo/Sebrae.

A Barroquinha-Ladeira da Praça, subárea de restrita incidência de equipamentos e fluxos turísticos — responde por 9,0% da oferta de leitos do CAS e por 1,7% das unidades empresariais direcionadas ao agenciamento —, embora sem tradição turística, foi contemplada com um novo projeto na área cultural que poderá provocar mudanças na sua recepção de visitantes, residentes ou não na cidade: o Espaço Cultural da Barroquinha.

No Entorno do CHS o Campo Grande/Piedade/Mouraria sobressai na oferta de meios de hospedagem, apresentando, conforme Bahiaturisa e Embratur, o maior número de leitos de todo o CAS (2.914 unidades), além de 18,3% das agências de viagens. Nesta subárea, situada próxima a bairros tradicionalmente ocupados pela população de mais elevados rendimentos, estão localizados equipamentos culturais de expressão, como o Teatro Castro Alves e o Teatro Vila Velha, além de inúmeros bares e restaurantes direcionados tanto às classes de maior poder aquisitivo, quanto à população de renda média a baixa, ofertando, assim, um leque diversificado de opções para os turistas.

A subárea Nazaré/Barbalho, respondendo por cerca de 10% da oferta de leitos e por 4% das agências de viagem do CAS (Bahiaturisa/Embratur), apresenta importantes equipamentos de lazer, esporte e cultura, como o Dique do Tororó e o Centro Cultural Barroco da Bahia, na Saúde. A subárea Contorno/Comércio, e, sobretudo, a Av. Contorno, vem sendo ocupada por empreendimentos, como restaurantes, marina e *flats*, empresas de eventos, dirigidos a um público seletivo, de alto poder aquisitivo. Nesta área estão localizadas 47,8% das agências de viagem do CAS, conforme a Bahiaturisa/Embratur, em sua grande maioria, direcionada para o turismo emissivo.

A subárea Calçada/Água de Meninos, detentora de um número pouco expressivo de agências de viagens (apenas uma unidade encontra-se registrada na Bahiaturisa/Embratur) e de uma oferta de meios de hospedagem equivalente a 14,1% do total disponível no CAS, apresenta apelos turísticos como a Feira de São Joaquim. Centro cultural e de comércio existente há 43 anos, onde são encontrados produtos típicos — desde alimentos a vestuários e artesanatos — e artigos utilizados nos cultos de origem afro, a feira tem despertado a atenção de alguns visitantes, sobretudo estrangeiros, interessados no turismo étnico, e de agências de viagem que já estão incorporando este atrativo nos seus roteiros turísticos definidos para Salvador.

### 3 – Desempenho e Perspectivas do Turismo no CAS

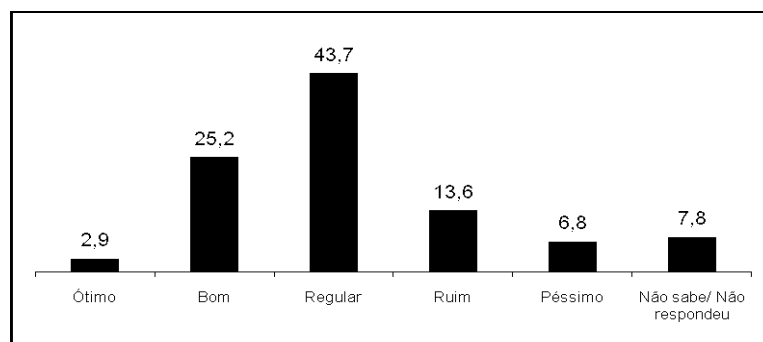
Em que pese a importância do potencial existente para o turismo cultural, ainda são muitos os desafios para que o CAS amplie a sua competitividade nesse segmento. De forma a contribuir com esse processo, trazendo novos aportes à definição de proposições de políticas públicas direcionadas ao incremento do turismo no CAS, a pesquisa *Avaliação do Desempenho da Economia do Turismo do Centro Antigo de Salvador* (QUEIROZ, 2009), realizada como subsídio à elaboração do Plano de Reabilitação Participativo do CAS (BAHIA, 2010), buscou, através da visão de empresários do turismo selecionados, traçar um panorama da atividade turística na capital baiana e no CAS, identificar as perspectivas para as distintas subáreas turísticas do Centro Antigo, o modelo de gestão adequado ao desenvolvimento turístico, bem como levantar propostas e sugestões para esse território, com vistas ao alcance de mais ampla competitividade turística.

Utilizando o método da amostragem aleatória, foram entrevistados 103 empresários/gestores do turismo e atividades correlatas atuantes na área antiga da cidade, entre os meses de fevereiro e maio de 2009, tendo-se levantado um conjunto de informações e opiniões fundamental e ainda pertinente à proposição de políticas públicas direcionadas à ampliação da competitividade turística do CAS.

Conforme a pesquisa, um percentual significativo dos empresários entrevistados (43,7%) avaliou o desempenho do turismo em Salvador, nos últimos cinco anos, como mediano, enquadrando-o no conceito regular; 28% optaram pelas classificações ótimo/bom, contra 20,4% que o consideraram ruim/péssimo (Gráfico 1).

Gráfico 1

Avaliação do desempenho do turismo nos últimos cinco anos (%) – Salvador – 2009



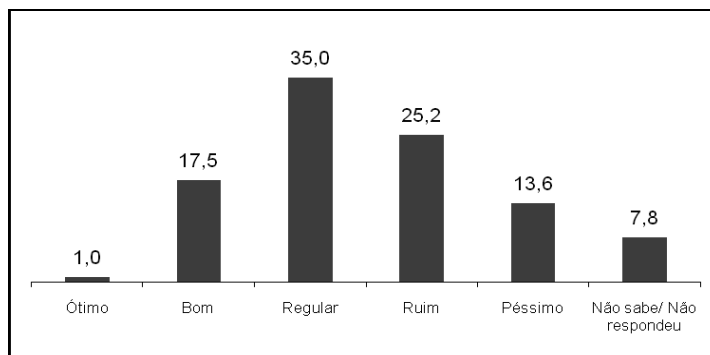
Fonte: Queiroz (2009).

A avaliação do turismo no CAS, em idêntico período, refletiu uma insatisfação mais intensa, sendo enquadrada nas categorias ruim/péssimo por 38,8% da amostra pesquisada. Neste

último caso, 35% dos entrevistados optaram pelo conceito regular e 18,5% por ótimo/bom (Gráfico 2).

Gráfico 2

Avaliação do desempenho do turismo no Centro Antigo nos últimos cinco anos (%) –  
Salvador – 2009

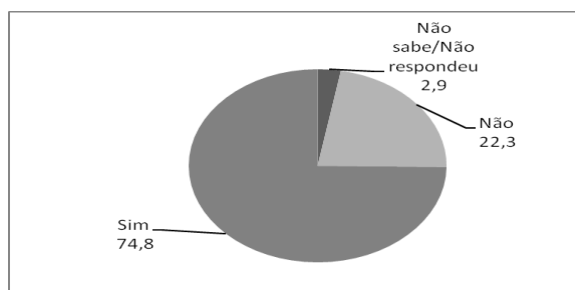


Fonte: Queiroz (2009).

O enquadramento do desempenho da atividade turística como mediano ou mesmo insatisfatório não foi impeditivo para que os empresários reconhecessem, em expressiva maioria, a elevada competitividade turística de Salvador – principalmente quando confrontada com destinos turísticos regionais ou nacionais – e do CAS. Cerca de 90% dos entrevistados consideraram a capital baiana um destino turístico competitivo, quando comparado a outras capitais nordestinas; 75,7% em relação a outros destinos turísticos brasileiros e 44,7% a destinos do exterior. O CAS foi considerado um espaço turístico competitivo em Salvador por 74,8%, possivelmente por aglutinar a maior parte da oferta da cidade para o segmento do turismo histórico-cultural (Gráfico 3). (QUEIROZ, 2009).

Gráfico 3

CAS considerado espaço competitivo na cidade – Salvador – 2009



Fonte: Queiroz (2009).

Em uma avaliação dos principais problemas para o desempenho atual do turismo do CAS, no que se refere à infraestrutura urbano-turística, a maioria dos empresários entrevistados

(61,5%) apontou a segurança pública como o problema mais relevante, seguido pela limpeza e iluminação públicas. Em relação aos equipamentos e serviços turísticos, destacaram-se como maiores entraves: a ação dos guias e de outros profissionais do turismo e a carência de opções de lazer e entretenimento. Já dentre os aspectos externos ao Centro Antigo, que vem dificultando o desempenho do seu turismo, sobressaíram a atual conjuntura econômica mundial (39,6%) e a concorrência com outras áreas da cidade (30,2%).

A pesquisa revelou que, embora o CAS seja um espaço turístico, a população de Salvador é fundamental para a manutenção dos equipamentos aí instalados, compartilhados por residentes e turistas, a exemplo dos bares e restaurantes, lanchonete e outros. Para 43% das unidades empresariais entrevistadas, os residentes em Salvador correspondem por mais de 80% dos seus clientes, indicando que parte expressiva dos frequentadores dos equipamentos direcionados ao turismo e atividades correlatas existentes no CAS mora na capital baiana.

O turismo praticado no CAS foi também identificado como significativamente regional. Para 39,6% dos entrevistados, os baianos que residem em outros municípios representam acima de 80% do fluxo de visitantes que frequenta o seu estabelecimento. Apesar da representatividade desse público, os estrangeiros também já apresentam alguma expressividade no CAS, correspondendo a mais de 80% dos turistas que frequentam cerca de 20% das empresas pesquisadas.

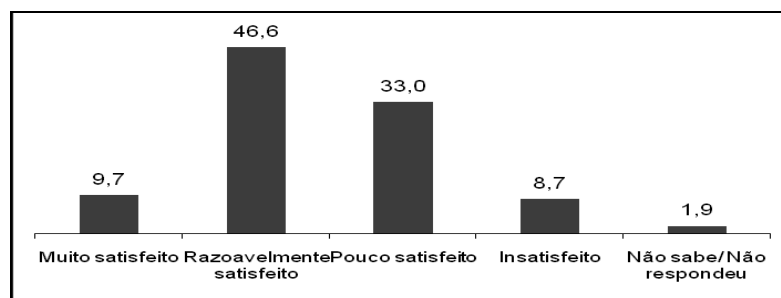
As atrações do CAS mais demandadas pelos clientes das unidades empresariais entrevistadas são as igrejas (37,6%), os *shows* do grupo Olodum (19,5%), os museus (14,6%), os bares e restaurantes (11,8%), as atividades nas praças (9,7%) e as atividades gratuitas (9,0%).

O que mais agrada a esse público no CAS é o povo baiano (de acordo com 13,1% dos entrevistados), o conjunto arquitetônico e o Pelourinho (11,9% cada), as igrejas (10,7%), a cultura e a história (9,5%) e a vista à Baía de Todos-os-Santos (6%). Os principais problemas apontados foram a falta de segurança (72,8%) e de limpeza públicas (15,5%), o assédio aos visitantes (12,6%), a carência de estacionamentos (8,7%), a mendicância (8,7%), dentre outros.

Na análise da satisfação empresarial, 41,7% dos empresários revelaram estar “pouco satisfeitos” ou “insatisfeitos” com os resultados do seu negócio. Apesar do elevado grau de descontentamento, os “razoavelmente satisfeitos” predominaram (46,6%) – Gráfico 4.

#### Gráfico 4

Grau de satisfação com relação aos resultados do próprio negócio (%) – Salvador – 2009

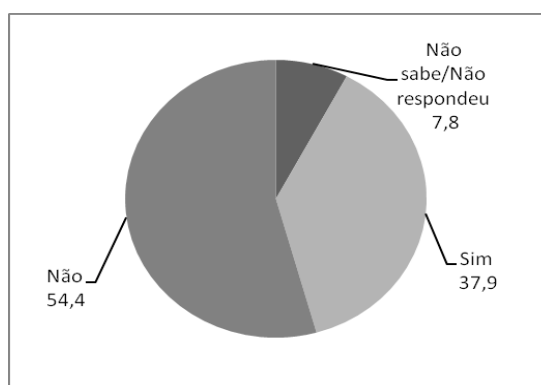


Fonte: Queiroz (2009).

No conjunto dos entrevistados, 54% afirmaram não planejar investir no CAS nos próximos 2 anos; 37,9% pretendem realizar inversões nessa área em idêntico período – Gráfico 5.

Gráfico 5

Planeja investir no CAS nos próximos dois anos (%) – Salvador, 2009



Fonte: Queiroz (2009).

A influência do *Trade* nas políticas direcionadas ao turismo do CAS foi considerada como pouca, muito pouca ou inexistente para cerca de 70% dos entrevistados (Tabela 1). Conforme um percentual ainda mais elevado (74,8%), não há interação entre os agentes do turismo do CAS (Tabela 2). A gestão participativa foi o modelo de governança mais indicado para a atividade turística desenvolvida nessa área.

TABELA 1

INFLUÊNCIA DO *TRADE* TURÍSTICO NA FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS VOLTADAS PARA A ATIVIDADE NO CAS, POR FREQUÊNCIA – SALVADOR – 2009

Grau de influência	Frequência	%
Muito	7	6,8
Razoavelmente	17	16,5
Pouco	18	17,5
Muito pouco	13	12,6
Não	41	39,8
Não sabe/ Não respondeu	7	6,8
Total	103	100,0

Fonte: Queiroz (2009).

TABELA 2  
INTERAÇÃO ENTRE OS AGENTES DO TURISMO DO CAS – SALVADOR – 2009

Grau de interação	Frequência	%
Sim	20	19,4
Não	77	74,8
Não sabe/ Não respondeu	6	5,8
Total	103	100,0

Fonte: Queiroz (2009).

As expectativas para o turismo de Salvador e do CAS tendem a ser mais otimistas no longo prazo. No CAS, especificamente, os empresários que revelaram estar otimistas ou muito otimistas no curto, médio e longo prazos equivaleram, respectivamente, a 46,6%, 49,5% e 57,2%.

A importância das políticas públicas para o desempenho do turismo do CAS foi ressaltada por 61,3% dos entrevistados; estes afirmaram que as perspectivas para as subáreas turísticas do CAS nos próximos cinco anos, dependem, em grande medida, das ações públicas, a exemplo de melhorias no sistema de segurança, limpeza pública, iluminação, sinalização, divulgação, dentre outros. Otimismo quanto ao desempenho do turismo do CAS em médio prazo, apostando em maior atratividade do CHS, do Pelourinho e do Comércio foi demonstrado por 23%; 6,5% revelaram pouco otimismo e 3,2% consideraram que as perspectivas para as subáreas turísticas do CAS dependem da atração de investimentos, de ações de conservação e restauro e da adoção de uma gestão participativa.

As informações levantadas na pesquisa evidenciam que, embora os empresários entrevistados, na sua maioria, não estivessem plenamente satisfeitos com o resultado do turismo do CAS ou mesmo dos seus negócios, reconheceram o potencial turístico desse território, sugeriram um novo modelo de gestão turística, com ampla participação do conjunto de atores envolvidos com a atividade e defenderam a importância das políticas públicas para o desempenho do turismo no Centro Antigo da cidade.

### **Considerações finais**

O CAS, de fato, como evidenciado pela pesquisa *Avaliação do Desempenho da Economia do Turismo do Centro Antigo de Salvador* (QUEIROZ, 2009), possui uma ampla atratividade para o turismo cultural, entretanto a sua consolidação enquanto um território turístico competitivo dependerá de um conjunto de aspectos internos e externos a essa área. Dentre os

aspectos externos, cabe lembrar os interesses das grandes operadoras mundiais, os mecanismos de conexão com os centros emissores, as flutuações cambiais, os movimentos da economia brasileira e internacional, os modismos, a imagem do Brasil no exterior, dentre outros. Nos internos, a necessidade de ordenamento desse território turístico, a implantação de um aparato de governança, o estabelecimento de políticas sociais que contemplem a população menos (ou des) favorecida, um amplo trabalho de promoção turística e a qualidade da oferta turística local.

Como visto, o CAS é formado por subáreas diferenciadas, com distintos apelos turísticos que hoje estão sendo decisivos na reconfiguração da dinâmica do seu turismo. As subáreas que conseguem agregar os seus atrativos histórico-culturais a uma ambiência especial proporcionada pela visibilidade da Baía de Todos-os-Santos e à presença de uma população residente, com seus costumes e tradições, tendem a ser as mais procuradas pelos investidores privados. Nesse sentido, o Carmo/Santo Antônio, destacadamente, e também o entorno da Castro Alves – subárea São Bento/Misericórdia – e a região do Dois de Julho/Contorno, inserida nas subáreas Campo Grande/Dois de Julho e Contorno/Comércio, tendem a ser as mais cogitadas para a implantação de novos empreendimentos turísticos. Apesar do potencial e das inversões públicas programadas para o Pelourinho/Sé/Taboão, direcionadas, sobretudo, à recuperação de monumentos e à iluminação de espaços públicos, os investimentos privados previstos para esse espaço turístico são hoje pouco expressivos se comparados aos estimados para as subáreas mais atrativas do CAS.

Compreendendo a importância do ordenamento e do gerenciamento territorial, não apenas para o incremento da atividade turística, mas também para o desenvolvimento sustentável do CAS, o Escritório de Reabilitação do Centro Antigo de Salvador (ERCAS), unidade da Secretaria de Cultura (Secult-BA), através de uma cooperação técnica entre o Governo da Bahia e a UNESCO, coordenou a construção do Plano de Reabilitação Participativo do Centro Antigo de Salvador. Lançado em junho de 2010, esse estudo, que contou com um grupo gestor dos três níveis de governo e a colaboração de 600 pessoas da sociedade civil, apresenta 14 proposições de gerenciamento e implantação do Plano, integração social e econômica, habitação, cultura, turismo, meio ambiente, segurança e patrimônio para o Centro Antigo da cidade (BAHIA, 2010).

Os investimentos previstos no Plano, alguns já em andamento, a exemplo da reforma do Palácio Rio Branco, do projeto de iluminação das ruas do Pelourinho e adjacências, das

reformas das fachadas de lojas da Baixa dos Sapateiros, do Mercado de São Miguel e da Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos, das obras de acessibilidade à Arena da Fonte Nova, dentre outros, englobam um montante equivalente a R\$ 627 milhões, entre recursos públicos e privados. Estima-se que o conjunto das estratégias programadas para o CAS venha a ser implementado até a Copa do Mundo de 2014, que terá a capital baiana como uma das sedes dos jogos (CENTRO..., 2010).

A pesquisa permitiu concluir-se que a sustentabilidade das áreas centrais requer um processo de ordenamento e gerenciamento do território que promova mudanças e possibilite a superação ou, ao menos, a redução de graves problemas, como a pobreza e a marginalidade urbana, a construção de uma sociedade mais justa, com mais qualidade de vida, em um espaço compartilhado entre residentes e turistas.

Em consonância com a visão dos empresários atuantes no turismo, registrada na pesquisa direta, o Plano de Reabilitação Participativo do CAS (BAHIA, 2010) reconhece a importância das políticas públicas e de uma gestão participativa para o desempenho das atividades implantadas e para a sustentabilidade desse espaço. Espera-se, entretanto, no processo de implantação, que a proposta de reabilitação do CAS não seja resumida a inversões pontuais, ainda que necessárias e significativas, como as que se encontram em curso; inversões que possibilitem uma melhor apresentação da área central da cidade com vistas, sobretudo, aos eventos da Copa, mas sim que se busque a criação de uma unidade gestora, que garanta as articulações com os órgãos das três esferas de governo e com os agentes sociais e econômicos que atuam no Centro Antigo, juntamente com a realização dos investimentos em turismo, cultura, integração social e econômica, habitação, meio ambiente, segurança e patrimônio, como proposto no estudo coordenado pelo ERCAS. Caso implementados, o ordenamento e o gerenciamento do Centro Antigo poderão contribuir para a expansão do turismo e dos negócios em consonância com os interesses das comunidades residentes, para a sustentabilidade dessa área, de elevado valor histórico, para a redução da pobreza e da marginalidade em um estado como a Bahia, referência nacional nesse indicador e, por fim, para que o CAS possa vir a alcançar novos padrões de desenvolvimento local.

## Referências

- BAHIA. Governo do Estado. Secretaria da Cultura. Escritório de Referência do Centro Antigo. UNESCO. *Centro Antigo de Salvador, plano de reabilitação participativo*. Salvador, 2010.
- BOULLÓN, Roberto C. *Planejamento do espaço turístico*. Tradução de Josely Vianna Baptista. Bauru: EDUCS, 2002. 278 p.
- BRASIL. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico, 2000. Brasília, 2001. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 15 jun. 2009.
- FIGUEROLA PALOMO, Manoel. *Teoría económica del turismo*. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1985. 434 p.
- QUEIROZ, Lúcia Aquino de. *Turismo na Bahia: Estratégias para o desenvolvimento*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002. 236 p. (Coleção selo Turismo).
- \_\_\_\_\_. *A gestão pública e a competitividade de cidades turísticas: a experiência da cidade do Salvador*. 2005. 632 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidad de Barcelona, Espanha, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Turismo urbano, gestão pública e competitividade*. Salvador: P555; FAPESB, 2007. 304 p.
- \_\_\_\_\_. *Avaliação do desempenho da economia do turismo do Centro Antigo de Salvador*. Salvador: Escritório de Referência do Centro Antigo (ERCAS); UNESCO, 2009. Mimeografado.
- \_\_\_\_\_. Centro Antigo de Salvador – contexto atual e seus desafios. Economia do Turismo. In: BAHIA. Governo do Estado. Secretaria da Cultura. Escritório de Referência do Centro Antigo. UNESCO. *Centro Antigo de Salvador, plano de reabilitação participativo*, Salvador, 2010. p. 186-207.
- SANT’ANNA, Márcia. *A cidade-atração: a norma de preservação dos centros urbanos no Brasil dos anos 90*. 2004. 399 f. Tese (Doutorado em Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.
- VERA REBOLLO, Fernando J. (Coord.). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel Geografía, 1997. 443 p.